

Abstrakt

Název práce: Obchodní strategie cestovních kanceláří z hlediska využívání jednotlivých druhů propagace

Title: Business strategies of travel agencies in terms of exploitation of individual promotional types

Metoda: V této práci bylo použito metody dotazníkového šetření – jak písemné, tak ústní formy - za účelem získání informací o využití a hodnocení účinnosti jednotlivých druhů propagace českými cestovními kancelářemi.

Výsledky: Výsledky provedeného šetření podávají přehled o propagaci v cestovním ruchu z hlediska jejího využívání a možností zaměření se na vysoce účinné formy.

Klíčová slova: cestovní ruch, marketing cestovního ruchu, marketingová komunikace, propagační formy, dotazníkové šetření, měření účinnosti propagace.