

## OBSAH

<b>Geocaching jako inovativní možnost rozvoje lokálního cestovního ruchu .....</b>	<b>7</b>
<i>Zuzana Formánková, Jiří Vágner</i>	
<b>Organizace a řízení cestovního ruchu v České republice – kde je zakopán pes.....</b>	<b>27</b>
<i>Andrea Holešinská</i>	
<b>Role of tourism industry in world and national economy .....</b>	<b>37</b>
<i>Karel Lacina</i>	
<b>Využití modelu kid (koordinace, inovace, diverzifikace) k efektivnímu rozvoji cestovního ruchu v České republice .....</b>	<b>43</b>
<i>Petr Studnička</i>	
<b>Podpora oblasti cestovního ruchu v rámci priorit operačních programů přeshraniční spolupráce ve středoevropském prostoru .....</b>	<b>55</b>
<i>Tereza Valášková</i>	
<b>Udržitelnost projektu ve světle ekonomizace.....</b>	<b>65</b>
<i>Táňa Valská</i>	
<b>Využití marketingového výzkumu pro měření atraktivity turistického cíle .....</b>	<b>73</b>
<i>Jiří Vaníček</i>	
<b>Informační a komunikační technologie a jejich současná role v cestovním ruchu .....</b>	<b>81</b>
<i>Martin Vaško</i>	
<b>Podnikání, cestovní ruch a marketing management jako východiska pro inovace a regionální rozvoj v turistické oblasti Jeseníky – východ .....</b>	<b>91</b>
<i>Vladimír Vavrečka</i>	
<b>Strategie a management značky – možnosti a limity národní turistické organizace .....</b>	<b>115</b>
<i>Monika Palatková</i>	
<b>PŘÍLOHA .....</b>	<b>123</b>