

Sylabus pro předmět

CHYTRÝ A UDRŽITELNÝ DESTINAČNÍ MANAGEMENT

Kód předmětu:	DEST
Název v jazyce výuky:	Destinační management
Název česky:	Chytrý a udržitelný destinační management
Název anglicky:	Smart and Sustainable Destination Management
Počet přidělených ECTS kreditů:	3
Forma výuky kurzu:	mimosemestr; 0/18 (počet hodin přednášek za období / počet hodin cvičení za období) při mimosemestrální výuce
Forma ukončení kurzu:	zkouška
Jazyk výuky:	čeština
Doporučený typ a ročník studia:	— obsah této položky nebyl definován —
Semestr:	LS 2023/2024
Vyučující:	Ing. Jan Herget, Ph.D. (garant)
Omezení pro zápis:	žádné
Doporučené doplňky kurzu:	žádné
Vyžadovaná praxe:	žádná

Zaměření předmětu:

Cílem předmětu je objasnění strategického významu destinačního managementu pro regionální rozvoj a lokální ekonomiku. Účastníci se naučí využívat ekonomická a marketingová data, nastavovat klíčové ukazatele výkonnosti a pracovat se strategiemi. Studenti budou seznámeni s důležitostí rozvoje destinačních produktů a jejich digitalizací jako klíčovým krokem pro udržitelný rozvoj destinace, a to včetně aspektu ekonomické udržitelnosti. Důležitou součástí předmětu bude rozvoj marketingových dovedností jednotlivců, včetně možnosti simulovat reálný vývoj destinace. Absolventi kurzu mohou uplatnit své studium v žádosti o certifikaci v rámci kategorizace DMO.

Výsledky učení:

Po úspěšném absolvování kurzu budou absolventi schopni:

- definovat priority a nastavit KPI svojí činnosti
- vytvořit střednědobou strategii respektující udržitelný rozvoj a přínosy pro lokální ekonomiku
- sestavit a realizovat smysluplný akční plán
- ve spolupráci s partnery v destinaci vytvořit konkurenceschopný destinační produkt
- nastavit jeho efektivní distribuci a nacenění
- využívat efektivní nástroje (včetně AI) pro tvorbu originálního obsahu
- prezentovat sebe i svoji destinaci

Obsah předmětu:

- 1. Data v destinačním managementu** (přednášek: 0, cvičení: 6)
 - a) Zdroje dat
 - b) Aktuální trendy v cestovním ruchu
 - c) Nastavení priorit volba klíčových ukazatelů výkonnosti pro dlouhodobě udržitelný regionální rozvoj
 - d) Tvorba strategie a akčních plánů
 - e) Destinační management a rozvoj lokální ekonomiky
- 2. Destinační produkt** (přednášek: 0, cvičení: 6)
 - a) Volba trhu pro destinační produkt
 - b) Tvorba globálně konkurenceschopného destinačního produktu
 - c) Distribuce a digitalizace
 - d) Rozvoj destinačních produktů a udržitelný cestovní ruch

3. Marketingové dovednosti (přednášek: 0, cvičení: 6)

- a) Nejčastější chyby při žádosti o certifikaci
- b) Využití AI pro tvorbu originálního destinačního obsahu
- c) Mediální propagace
- d) Nástroje pro zvýšení efektivity marketingu a komunikace

Způsob studia, metody výuky a studijní zátěž (počet hodin):

Druh	Počet hodin studijní zátěže
	Prezenční studium
Účast na cvičeních/seminářích/tutoriálech	18
Příprava na cvičení/semináře/tutoriály	9
Příprava semestrální práce	16
Příprava prezentace	9
Celkem	52

Způsoby a kritéria hodnocení:

Druh	Váha
	Prezenční studium
Aktivita na přednáškách/cvíceních/seminářích	45 %
Vypracování semestrální práce	40 %
Prezentace	15 %
Celkem	100 %

Hodnocení:

Zkoušky

- 1 Výborně (90 – 100 %)
- 2 Velmi dobře (75 – 89 %)
- 3 Dobře (60 – 74 %)
- 4 Nedostatečně (0 – 59 %)

Zápočty

Z Započteno

NZ Nezapočteno

Zvláštní podmínky a podrobnosti:

žádné

Literatura:

Typ*	Autor	Název	Místo vydání	Nakladatel	Rok	ISBN
D	Anholt, Simon.	Place branding : theory and best practice.	Palgrave Macmillan, Basingstoke,	2006.	ISBN: 9780230500280	
D	CzechTourism.	Metodické dokumenty a přílohy pro podání žádosti o certifikaci Kategorizace DMO.	Praha:	CzechTourism,	2022.	
D	UNWTO.	Goa Roadmap for Tourism as a Vehicle for Achieving the Sustainable Development Goals.	Goa, World Tourism Organization,	2022.	ISBN: 978-92-844-2443-6	
D	UNWTO.	Handbook on Tourism Destination Branding.	Madrid: World Tourism Organization,	2008.		

* Z – základní literatura D – doporučená literatura



Financováno
Evropskou unií
NextGenerationEU



Národní
plán
obnovy



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY