

Projekt: Rozvoj destinačního managementu Turistické oblasti Opavské Slezsko 2025

Odpovědnost: Turistická oblast Opavské Slezsko, z.s.

AKČNÍ PLÁN rozvoje turistické oblasti 2025

Cílem projektu je zajistit dlouhodobě udržitelný rozvoj cestovního ruchu v turistické oblasti Opavské Slezsko (TO OS). Aktivita tohoto projektového záměru koresponduje se Strategií řízení cestovního ruchu v Moravskoslezském kraji, s Akčním plánem rozvoje cestovního ruchu MSK a vychází ze Strategie Destinačního managementu turistické oblasti Opavské Slezsko a Marketingová strategie turistické oblasti Opavské Slezsko. Destinační management turistické oblasti Opavské Slezsko se bude aktivně podílet na aktivitách a akcích krajské destinační společnosti Moravian-Silesian Tourism, s. r. o. nebo Moravskoslezského kraje. Některé aktivity, které vyžadují úzkou součinnost, jsou přímo zařazeny do akčního plánu TO OS.

Cílem projektu je dosažení dvou strategických cílů turistické oblasti Opavské Slezsko, jimiž jsou:

- 1) Rozvoj destinace
- 2) Zvýšení konkurenceschopnosti destinace

Strategické cíle budou naplňovány jednotlivými specifickými cíli. U prvního strategického cíle “Rozvoj destinace” budou naplňovány:

- a) Podpora tvorby a rozvoje produktů a produktových témat cestovního ruchu
- b) Rozvoj a tvorba informačního systému (digitalizace)
- c) Podpora prodeje
- d) Zvýšení výkonnosti destinace (statistiky, měření)

U druhého strategického cíle “Zvýšení konkurenceschopnosti destinace” budou naplňovány:

- a) Zajištění chodu destinační společnosti
- b) Zajištění organizace cestovního ruchu v oblasti na základě platformy 3K

Jednotlivé aktivity jsou podrobněji rozepsány v příloze č. 5 “Strukturovaný seznam aktivit”.

Jeden z hlavních cílů projektu spočívá v rozvoji a zkvalitnění stávajících produktů, tematických produktů a služeb, které jsou pevně spjaty s turistickou oblastí Opavské Slezsko. Plánujeme také vytvoření nových produktů a tematických témat, které budou vycházet z

uvedených dokumentů, vhodně doplní stávající nabídku a budou se snažit korespondovat s hlavními komunikačními tématy CzT. V současnosti a také do budoucna považujeme za klíčové zaměřit se na digitalizaci nabídky produktů a měřitelnost tohoto segmentu. Snažíme se využít moderních nástrojů a dosáhnout maximálního potenciálu.

V rámci pravidelných setkání s partnery turistické oblasti Opavské Slezsko provádíme analýzu této oblasti v souvislosti s uvedenými tématy a vytváříme pracovní skupiny se zástupci soukromého i veřejného sektoru. Stávající a nové produkty slouží jako základní image turistické oblasti Opavského Slezska a naším cílem je rovnoměrné pokrytí celé oblasti. Pod jednotným vizuálním stylem se snažíme posílit a zviditelnit tuto oblast v rámci Moravskoslezského kraje a následně i v celé České republice. Naším cílem je zvýšit návštěvnost a trvalý zájem turistů o tuto oblast s měřitelnými účinky pro podnikatelský sektor.

Při tvorbě produktů a tematických témat se zaměřujeme na efektivní a měřitelnou spolupráci s partnery a využití ze strany turistů. Jako příklad může sloužit systém turistické karty, který přináší výhody nejen provozovatelům, ale slouží také jako nástroj moderního marketingu. Podporuje efektivní spolupráci prostřednictvím platformy 3k, zdroj klíčových dat a zlepšení kvality služeb a zážitku turistů. Dalším krokem je využití systému (software) pro budoucí produkty a umožnění turistům využít například jednotné vstupenky pro vstup do všech bunkrů (muzeí) v rámci produktu Opevnění Slezska.

Rozšíření a propagace e-trailů jako alternativa komentovaných prohlídek v místech, kde to z různých důvodů není možné. Tyto prohlídky budou zaměřeny na specifické cílové skupiny a spojí různé poskytovatele služeb. Budou také obohaceny o různé zážitky a úkoly. Tímto krokem se posílí zájem zejména rodin s dětmi, která představuje rostoucí podíl (nyní 41 %) dle provedených výzkumů.

K dosažení těchto cílů aktivně využíváme koordinované úsilí, které zahrnuje společnou marketingovou propagaci s účastí zástupců jak ze soukromého, tak veřejného sektoru. Následující kroky se zaměří na podporu prodeje a marketingové aktivity v souvislosti s danými tématy, které budou propagovat nejen turistickou oblast Opavské Slezsko, ale také jednotlivé partnery v rámci destinačního managementu. K tomu budou využity efektivní nástroje, jako jsou Turistické noviny, cílené kampaně na sociálních sítích a další formy propagace, včetně tištěných médií.

Pro dosažení vyšší konkurenceschopnosti turistické oblasti na trhu cestovního ruchu je nezbytné pravidelně propojovat aktéry cestovního ruchu uvnitř oblasti. Cílem je navázat spolupráci mezi jednotlivými účastníky a začlenit je do produktů. Ze strany destinačního managementu jsou konány schůzky partnerů a workshopy pro zajištění aktuální informovanosti, pro potřeby analýzy oblasti, jejího směřování a podílení se na společných projektech. V případě potřeby jsou s partnery konány také individuální schůzky. Cílem je udržet a dále rozvíjet platformu 3K.

Pro hodnocení výkonnosti destinační společnosti a turistické oblasti budou prováděny průzkumy cestovního ruchu, a to jak samostatně, tak v případě potřeby ve spolupráci s Moravian-Silesian Tourism (MST) nebo Moravskoslezským krajem (MSK). Využíváme partnerství se Slezskou univerzitou v Opavě a VOŠ a HŠ Opava, a nově také využívám systém pro zpracování statistik ČSÚ, marketingových výstupů a měření kvality služeb v cestovním ruchu - GAS.

Budeme nadále sledovat návštěvnost oblasti (HUZ), návštěvnost vybraných turistických atraktivit, počet zapojených partnerů v produktech, vydávané turistické karty a další ukazatele. Kvantitativním cílem je každoroční nárůst počtu přenocování v HUZ o 3 % a zvýšení počtu zapojených partnerů a aktivit v turistické kartě ve srovnání s předchozím obdobím.

Cílovou skupinou tohoto projektu jsou tuzemští návštěvníci a turisté, zejména z Moravskoslezského kraje, ale také z jiných krajů České republiky. Ve spolupráci s Moravian-Silesian Tourism (MST), Moravskoslezským krajem (MSK) a dalšími turistickými oblastmi se zaměřujeme na efektivní oslovení návštěvníků na zahraničních trzích, zejména těch, kteří nejčastěji navštěvují tento region (Polsko, Slovensko, Německo). Tímto způsobem oslovíme současné i potenciální návštěvníky, kteří pomocí propagace a marketingových aktivit získají relevantní informace, které podpoří jejich rozhodnutí strávit čas v turistické oblasti Opavské Slezsko. Zaměřujeme se především na rekreanty, požitkáře a poutníky.

Jedním z našich hlavních cílů je soustředit se na kvalitu poskytovaných služeb. Podle našich vlastních výzkumů je 66 % návštěvnosti založeno na spokojenosti návštěvníků a jejich doporučeních.

Realizace tohoto projektu bude mít významný přínos především pro turisty, kteří míří do turistické oblasti Opavského Slezska. Díky projektu dojde k výrazně lepšímu zmapování všech produktů či zdokonalení současných. Aktivita projektu přispějí také ke stabilnějšímu propojení jednotlivých subjektů, možnosti hlubší spolupráce a vzájemné podpory a samozřejmě i lepším možnostem marketingové podpory ze strany destinačního managementu. Zástupci veřejné i soukromé sféry musí pocítit smysl spolupráce s destinačním managementem, jehož výsledkem je zvýšení počtu návštěvníků či tržeb.

Cílem projektu je současně aktivní spolupráce pro realizaci opatření dle Strategie CR MSK.

Oblast	Aktivita	Výstup	Specifikace výstupu
--------	----------	--------	---------------------

1. Produkty a produktové balíčky	<i>Profilový produkt (produkty)</i>	V rámci této aktivity bude realizován návrh, sestavení a uvedení do praxe konkrétních produktů nebo tematických balíčků cestovního ruchu, a to ve spolupráci s partnery z území Opavského Slezska. Důraz bude kladen jak na inovaci a tvorbu nových produktů, tak na rozvoj a zkvalitnění tradičních, dlouhodobě zavedených turistických aktivit a akcí charakteristických pro tuto oblast. Výstupem aktivity může být: • nový tematický průvodce, • komentovaná prohlídka nebo zážitkový program, • event (kulturní, poznávací, gurmánský apod.), • webová nebo mobilní aplikace zaměřená na návštěvnické zážitky, • informační letáček, noviny či jiný fyzický propagační materiál, • nebo např. turistická karta pro zvýhodněné vstupy a služby. Produkty budou zpracovány tak, aby odpovídaly prioritám Akčního plánu rozvoje cestovního ruchu v MSK, tematickému rámci CzechTourism a potřebám vycházejícím z pravidelných jednání s partnery Opavského Slezska. Cílem je posílit konkurenceschopnost regionu, prodloužit délku pobytu návštěvníků a propojit nabídku jednotlivých aktérů cestovního ruchu.	1) Systém turistické karty Opavské Slezsko Celý systém je digitálním produktem, jehož cílem je smysluplné propojení aktérů cestovního ruchu a poskytovatelů služeb a prohloubení jejich spolupráce. Jedná se o třístrannou spolupráci - 1) ubytovací kapacity, 2) poskytovatelé služeb/provozovatelé atraktivit a právě 3) destinační společnosti. Naší snahou je nejen zatraktivnit naši destinaci a motivovat turisty k návštěvě, ale i propagace jednotlivých provozovatelů a zvýšení počtu jejich návštěvníků. Spojením nabídky služeb a zvýhodněných balíčků do on-line prostředí získáváme skvělý nástroj pro turisty a důležitou konkurenční výhodu pro sebe a partnery. Práce na systému sestává z následujících aktivit: akvizice, práce s partnery a začlenění do systému, školení partnerů, zadávání dat do systému, provoz, správa a licence systému (software), online rezervační systém, platební brána, distribuce a uplatnění turistických karet, marketingové aktivity, včetně grafických prací, tisku. Celý systém funguje na webové prezentaci www.opavskocard.cz, včetně její responzivní verze pro mobilní telefony. Výstupem jsou počty vydaných karet, počty návštěvníků přivedených k partnerům a především statistická data o zákaznickém chování a preferencích turistů. Informační technologie zahrnující provoz, licenci, správu systému (software) 2) Opavské Slezsko regionální produkt Cílem této aktivity je prohloubit podporu regionálních produktů jako nástroje marketingu, propagace a identity turistické oblasti Opavské Slezsko. Důraz bude kladen na prezentaci místních producentů, řemeslníků, zemědělců a poskytovatelů služeb, a to formou přímé účasti na veřejných akcích, veletrzích a specializovaných eventech. Výstupy aktivity:
--	--	--	---

		Součástí bude také podíl na tvorbě produktových balíčků s přesahem do dalších turistických oblastí, s cílem vytvořit mezioblastní návaznost a synergii v rámci širšího území. Veškeré výstupy budou realizovány v souladu s Akčními plány a strategickými dokumenty kraje i regionální destinace.	• Presentace regionálních produktů na akcích TO Opavské Slezsko a partnerských akcích v území. • Vytváření příležitostí k přímému kontaktu mezi výrobcí a návštěvníky prostřednictvím ochutnávek, prodeje, workshopů nebo tematických expozic. • Síťování aktérů – propojování producentů, restaurací, hotelů a dalších služeb v rámci regionu, včetně konání networkingových setkání. • Účast a prezentace regionálních produktů na festivalu ZLÁSKY, který se profiluje jako akce podporující lokální identitu, komunitní život a lokální produkci. Účast zahrnuje prezentační stánky, ochutnávky, propagační materiály a případný prodej certifikovaných produktů, dále vystoupení regionálních uskupení a s tím související produkce. • Nákup regionálních produktů pro účely prezentace, ochutnávek na akcích nebo jako výhry do soutěží pořádaných v rámci turistických kampaní. Všechny aktivity jsou v souladu s cíli destinačního managementu a Akčního plánu rozvoje cestovního ruchu v MSK. Účast na festivalu Z LÁSKY je příležitostí pro zviditelnění značky „Opavské Slezsko – regionální produkt“ a pro přímé oslovení cílových skupin v atraktivním prostředí kulturní události s vysokou návštěvností. 3) Technotrasa Součinnost a kooperace při rozšiřování a snaha o zapojení dalších subjektů z TOOS do Technotras. Případně aktivity vedoucí ke stavu, kdy je možné subjekt připojit. Síťování, schůzky, jednání s provozovateli a majiteli atraktivit, podpora prodeje ze strany TO OS. Propagace Technotras apod.
--	--	--	--

			4) Event Otevřené bunkry Cílem aktivity je rozvoj a propagace produktového tématu opevnění a vojenské historie pod značkou www.opevneni-slezska.cz, které je jedním z unikátních tematických pilířů turistické oblasti Opavské Slezsko. Projekt pracuje se sítí muzeí, opevnění a vojenských památek. Konkrétní výstup aktivity tvoří akce Otevřené bunkry, která propojuje jednotlivé partnery (muzea, kluby vojenské historie, obce a provozovatele objektů) do jednotné události s cílem: • prezentovat bunkry v koordinovaném termínu, • zvýšit návštěvnost lokalit, • a posílit ucelenost a srozumitelnost tématu „opevnění“ jako turistického produktu. Součástí realizace bude: • Akvizice a koordinace partnerů – oslovení provozovatelů bunkrů, obcí a klubů vojenské historie, domluvení zapojení, harmonogramu a obsahu programu, prohlídek. • Jednotná propagace celé akce pod značkou „Otevřené bunkry“ – grafické zpracování, tiskové výstupy, digitální propagace (sociální síť, web), tiskové zprávy. • Tisk letáků a mapky zapojených objektů, orientační tabulky, bannery nebo cedula (dle potřeb partnerů), včetně uspořádání doprovodné soutěže pomocí webové aplikace
--	--	--	--

Oblast	Aktivita	Výstup	Specifikace výstupu
			• Organizace bezplatného svozového autobusu pro návštěvníky, který propojí hlavní body programu a umožní větší dostupnost jednotlivých lokalit i pro návštěvníky bez vlastního auta. Autobus zároveň zajišťuje ucelenost zážitku a podporuje ekologičtější dopravu. • Školení a podpora zapojených partnerů – metodické vedení, zaslání podkladů, doporučení k návštěvnickému servisu, zajištění jednotného vizuálního stylu. • Zajištění prezentačního místa a zázemí během konání akce (např. informační stánek TO Opavské Slezsko).

2. Aktivity podpory prodeje	<i>Podpora profilových produktů a témat, veletrhy, prezentační akce, fam/press tripy</i>	Cílem této aktivity je systematický rozvoj marketingové komunikace a podpory prodeje směrem ke dvěma hlavním cílovým skupinám: • potenciálním návštěvníkům, kteří o oblasti zvažují či zatím nikoliv, • a již příchozím turistům, kteří jsou na území TO Opavské Slezsko ubytováni či na výletě. Ve spolupráci s místními aktéry cestovního ruchu bude realizována kombinace B2B a B2C nástrojů, které posilují nejen image regionu, ale i přímou poptávku po konkrétních produktech a službách. Výstupy aktivity budou zahrnovat zejména: 1. Propagace v tištěných a digitálních médiích • Vydání vlastních turistických novin TO Opavské Slezsko – tematicky zaměřených, distribuovaných do infocenter, ubytovacích zařízení, gastronomických podniků i mimo region (např. v rámci Moravskoslezského kraje).	1) Účast na veletrzích cestovního ruchu (tuzemské i zahraniční) Prezentace turistické oblasti (včetně zajištění prospektového servisu pro naše partnery). Zajištění formou spolupráce s MSK/MST (dle vyhlášených veletrhů), případně s další turistickou oblastí, případně samostatná účast. Může se jednat o veletrhy např. v Bratislavě, Brně, Praze a Ostravě či dalších, nebo na zahraničním veletrhu v Katovicích a jiných, případně dalších společných roadshow. Zajištění propagace Opavské Slezsko regionální značky, formou nákupu a nabídky ochutnávek. 2) Turistické noviny Příprava podkladů a koordinace schůzek s partnery pro zapojení a volbu témat do novin. Návrhy tipů na výlet, tvorba textů, mapový podklad, grafické práce, copywriting, korektury, distribuce, inzerce. Jako příloha Deníku v rámci ČR. 10 000 ks pro vlastní potřeby (k dispozici zapojeným partnerům, TIC, rozdáváno na akcích - vždy zdarma turistům) 3) Propagace v rámci roadshow Organizační a personální zajištění prezentačních aktivit turistické oblasti na významných akcích, které se konají v Opavském Slezsku a mají svým významem přesah za hranice oblasti. Prezentace vlastních materiálů, produktů, ale také prezentace spolupracujících subjektů z řad veřejné i soukromé sféry. Z hlediska kontaktu s návštěvníky/turisty nenahraditelná akce. Komplexní zajištění celodenní prezentace v počtu min. dvou osob, počet akcí v rozmezí 2-4 (podle toho, jsou-li některé akce vícedenní), zajištění dopravy, logistika (stany, židle, stoly), zajištění soutěží a aktivní propagace, případně reg. produktů.
---	---	---	--

		• Cílená inzerce – v krajských a tematických titulech (cestovatelské, kulturní, rodinné), doplněná o regionální inzerci v novinách či letácích. • Outdoor reklama – využití billboardových ploch, CLV, plakátovacích míst, a to včetně strategických míst na příjezdech do regionu nebo ve větších městech. • Rádio a další média – spoty v rádiích s regionálním dosahem. 2. Rozvoj kontaktního marketingu a přímého oslovení návštěvníků • Účast na veletrzích cestovního ruchu – zaměření na přímý kontakt se zákazníky (B2C), prezentace produktů a atraktivit TO OS. • Realizace roadshow – ve spolupráci s partnery a subjekty CR, s cílem oslovit publikum v jiných částech kraje či mimo něj. • Osobní propagace – prezentační akce v obcích, infocentrech, letních festivalech apod. 3. Online a digitální podpora	4) Marketing a propagace TO OS v médiích v ČR i mimo Inzerce a propagace v médiích, inzerce, billboardy, CLV a další způsoby propagace dle aktuálně řešených témat. 5) Realizace Press/fam trip Převážně ve spolupráci s MST nebo MSK, popřípadě dalšími TO. Zaměřeno na spolupracující novináře, provozovatele online portálů, blogerů, atd. Představení turistické oblasti a partnerů. 6) Pojez Zajištění spolupráce při tvorbě tohoto produktu, pomoc s navazování kontaktů a akvizicí partnerů. Případně další aktivity nutné k realizaci produktu. Podpora propagace akce různými propagačními kanály.
--	--	---	---

Oblast	Aktivita	Výstup	Specifikace výstupu
		• Využití 3K platformy (komunikační, kooperační, komunitní) pro řízenou spolupráci s partnery, koordinaci propagace, sdílení dat, aktualizaci produktů. • Podpora digitálního marketingu partnerů – formou poradenství, sdílení know-how, společných kampaní, poskytnutí propagačních výstupů. • Turistická karta – podpora nebo rozšíření turistické karty TO OS jako nástroje podpory spotřeby na místě (motivace k návštěvě více míst, slevy, bonusy). 4. Spolupráce s marketingovými specialisty • Zapojení odborníků (freelancerů nebo agentur) pro vytvoření profesionálních propagačních výstupů: texty, grafika, slogany, bannery, kampaně.	
3. Online aktivity	<i>Weby, e-marketing</i>	Tato aktivita se zaměřuje na správu a rozvoj online prezentace turistické oblasti Opavské Slezsko jako nástroje dlouhodobé komunikace s návštěvníky, odbornou veřejností i partnery v cestovním	1) Aktualizace profilu sociálních sítí a tvorba kampaní Aktualizace a další aktivity na profilech sociálních sítí oblasti, pravidelné příspěvky, prezentace oblasti. Podpora partnerů oblasti či MST a MSK, tvorba odkazů na partnery i podnikatelské subjekty, odkazy na webové stránky.

Oblast	Aktivita	Výstup	Specifikace výstupu
		ruchu. Cílem je zajištění funkční, aktuální a atraktivní online identity regionu, která reflektuje sezónnost, aktuální témata i produktové linie. 1. Webové stránky – správa, provoz a obsah Součástí aktivity je technická a systémová podpora tří klíčových webových stránek: • www.opavske-slezsko.cz – hlavní rozcestník destinace, propagační, produktový a informační portál pro návštěvníky i partnery, • www.opavskocard.cz – prezentační a propagační microsite k turistické kartě, jejím výhodám a zapojeným partnerům, • www.opevneni-slezska.cz – tematicky zaměřený web na produkt vojenské historie a bunkrů v TO OS. Zajištěno bude: • webhosting a správa domén včetně zabezpečení a aktualizací systému,	V průběhu realizace projektu budou tvořeny jednotlivé placené kampaně. Cílové skupiny budou stanoveny ve spolupráci s odborníkem na sociální sítě. (předpoklad cílení Moravskoslezský kraj, ČR, Polsko a další trhy). Náklady: Nastavení, správa a optimalizace kampaní, kredit na jednotlivé kampaně, např.: • Podpora letní kampaně • Získání nových fanoušků • Ostatní kampaně 2) Aktualizace a úprava webové prezentace TO OS Správa a aktualizace moderních webových prezentací, např. SEO úpravy, webhosting, úpravy homepage či dalších stránek menu, aktualizace systému a záplat, apod.

Oblast	Aktivita	Výstup	Specifikace výstupu
		• průběžná aktualizace obsahu (texty, akce, produkty, novinky), • tvorba a publikace PR článků a rozšířených popisů zážitků, tras nebo balíčků, • grafické a obsahové úpravy dle potřeby (např. nové kampaně, akce, bannery), • správa jazykových mutací a přístupnosti dle potřeb návštěvníků. 2. Sociální sítě – obsah, komunikace a placené kampaně Správa a rozvoj profilů destinace na sociálních sítích: • Facebook a Instagram jako hlavní kanály pro komunikaci s veřejností, • LinkedIn pro B2B komunikaci a spolupráci s odbornou veřejností a partnery. Aktivity zahrnují: • pravidelná publikace příspěvků – akce, tipy na výlet, regionální produkty, fotogalerie, novinky z	

Oblast	Aktivita	Výstup	Specifikace výstupu
		partnerství a propagace webových článků, • komunikace s fanoušky a návštěvníky – odpovědi na dotazy, komentáře, zprávy, • tvorba a vedení placených kampaní – cílené propagace konkrétních témat, akcí nebo produktů (turistická karta, regionální produkty, eventy aj.), • spolupráce s influencery, sdílení obsahu partnerů a návštěvníků (UGC), • reporting dosahů a interakcí (např. pro monitoring výstupů). 3. Spolupráce s odborníky Pro zajištění kvality a profesionální úrovně výstupů je do aktivity zahrnuta: • spolupráce s marketingovými specialisty, copywritery a grafiky, • využití externích odborníků pro tvorbu článků, textů pro web a sítě, návrhy kampaní, optimalizaci obsahu (SEO),	

Oblast	Aktivita	Výstup	Specifikace výstupu
		• tvorba vizuálů a videí pro kampaně (statické i videoformáty), • případně konzultace k výkonnostnímu marketingu a digitálnímu plánování.	
4. Osvětová činnost, statistiky, měření	<i>Práce s partnery, workshopy, pracovní setkání, study tours apod.</i>	Naplánování fam & press tripu - oslovení médií (včetně online médií, bloggerů, fotografů). Vytvoření skupiny aktérů, kteří si budou pravidelně předávat informace a tipy na aktivity v TO. Šetření cestovního ruchu umožňujícího realizaci statistik a měření kvality služeb ve vlastní turistické oblasti. Využití systému GAS. Pravidelné setkání a workshopy, případně školení pro zvýšení informovanosti a konkurenceschopnosti aktérů cestovního ruchu - vše v souladu s platformou 3K.	1) Workshop pro pracovníky CR, setkání partnerů, školení, platforma 3k Využití platformy 3K - Pravidelná setkání partnerů TO OS, práce na aktuálních tématech, sdělení aktuálních informací, zapojení do produktů a nabídky. Vzdělávací akce a cesta po atraktivitách a zajímavostech TO OS, především pro pracovníky CR. Cílem je zvýšení povědomí o chystaných novinkách a tím, co OS nabízí. Možnost pojení také se školením ve spolupráci s MST - server severnimorava.travel
5. Ostatní	<i>Marketingové a akční plány, strategie a další výše nezařazené</i>	Rozšiřování spolupráce a konkrétní výstupy se studenty.	1) Spolupráce se Slezskou univerzitou a HŠ a VOŠ Opava Praxe pro studenty, zadávání bakalářských a absolventských prací, účast na absolutoriích apod. 2) Náklady na získání certifikace DM Zajištění vydání certifikace pro DM TO OS. 3) Strategie CR MSK Aktivní spolupráce pro realizaci opatření dle Strategie CR MSK.