

SPIS TREŚCI

Wprowadzenie.....	5
1. Klasyfikacje usług rekreacyjnych i strategii ich rozwoju.....	11
1.1. Definicje i klasyfikacje usług rekreacyjnych jako produktu	11
1.2. Strategie kreowania i udostępniania usług rekreacyjnych	14
2. Wartość klienta w usługach rekreacyjnych – instrumenty diagnozy	24
2.1. Wartość klienta dla firmy świadczącej usługi rekreacyjne.....	27
2.1.1. Diagnoza profili aktywności życiowej klientów	27
2.1.2. Diagnoza kompetencji klientów w zakresie rekreacji.....	36
2.2. Wartość usług rekreacyjnych dla klienta – instrumenty diagnozy.....	52
2.2.1. Diagnoza atrakcyjności i użyteczności usług rekreacyjnych	52
2.2.2. Siła promocyjna marki jako atrybut usługi rekreacyjnej	61
3. Kreowanie i udostępnianie usług fitness jako produktu	67
3.1. Identyfikacja usług fitness jako produktów hybrydowych	68
3.2. Kreowanie usług fitness.....	71
3.2.1. Kompetencje trenerów wyznaczające użyteczność usług fitness	71
3.2.2. Elastyczne kreowanie usług fitness	73
3.2.3. Proces kreowania wizerunku usług fitness.....	76
3.2.4. Instrumenty kreowania marki usług fitness.....	80
3.3. Udostępnianie usług fitness	88
3.3.1. Udostępnianie usług fitness klientowi indywidualnemu (B2C).....	96
3.3.2. Udostępnianie licencji sieci fitness i programów treningów funkcjonalnych	103
3.3.3. Dystrybucja sprzętu fitness w Polsce	104
4. Kreowanie i udostępnianie usług wellness jako produktu.....	108
4.1. Kreowanie usług wellness.....	110
4.2. Udostępnianie usług wellness w Polsce	114
5. Kreowanie i udostępnianie sportu dla wszystkich jako usługi rekreacyjnej.....	128
5.1. Projekty w kreowaniu sportu dla wszystkich jako usługi publicznej.....	128
5.2. Zakres projektowania usług w sporcie dla wszystkich.....	130
5.2.1. Rozwój kompetencji umożliwiających udział w sporcie dla wszystkich.....	130
5.2.2. Budowa i wykorzystanie infrastruktury i sprzętu rekreacyjnego.....	134
5.2.3. Organizacja eventów sportowych dla wszystkich.....	136
5.3. Projekt jako instrument udostępniania sportu dla wszystkich	142
Zakończenie	145
Bibliografia.....	150