

---

## Spis treści

Przedmowa .....	7
-----------------	---

### Rozdział I

<b>Istota turystyki i podstawowe pojęcia .....</b>	<b>11</b>
1.1. Zarys historyczny, pojęcia i rodzaje turystyki .....	11
1.2. Popyt i podaż turystyczna .....	24
1.3. Biznes turystyczny w drodze do nowoczesności .....	35
1.4. Gospodarcze aspekty turystyki .....	38
1.5. Polityka turystyczna na szczeblu lokalnym .....	46
1.6. Rozwój usług turystycznych i sportowych w świetle konwergencji Polski z krajami Unii Europejskiej .....	56

### Rozdział II

<b>Specyfika marketingu usług .....</b>	<b>64</b>
2.1. Systemowe uwarunkowania rozwoju usług .....	64
2.2. Przedsiębiorczość w usługach .....	67
2.3. Oferta usługowa .....	71
2.4. Zachowania i oczekiwania nabywców usług .....	75
2.5. Istota i znaczenie marketingu turystycznego .....	90
2.6. Usługi turystyczne .....	107

### Rozdział III

<b>Produkt i cena na rynku usług turystycznych .....</b>	<b>121</b>
3.1. Istota i rodzaje produktu turystycznego .....	121
3.2. Produkt turystyczny w aspekcie regionalnym .....	128
3.3. Elementy produktu turystycznego .....	134
3.4. Cykl życia produktu .....	139
3.5. Profile segmentów w turystyce i ich charakterystyka .....	146

---

3.6. Cena a popyt .....	157
3.7. Strategia cen w turystyce .....	165
3.8. Ceny podstawowe a ceny zróżnicowane .....	172

## Rozdział IV

<b>Promocja i dystrybucja na rynku usług turystycznych .....</b>	<b>177</b>
4.1. Efektywna promocja sprzedaży produktów turystycznych .....	177
4.2. Marka turystyczna .....	193
4.3. Przekaz reklamowy w turystyce .....	200
4.4. Strategiczny plan reklamy .....	207
4.5. Pojęcie dystrybucji usług turystycznych .....	215
4.6. Typologia kanałów dystrybucji w turystyce .....	217

## Rozdział V

<b>Zarządzanie informacją turystyczną .....</b>	<b>225</b>
5.1. System informacyjny przedsiębiorstwa turystycznego .....	225
5.2. Zadania jednostek organizacyjnych systemu informacji turystycznej .....	233
5.3. Rodzaje informacji turystycznych w bazie systemu „it” .....	239
5.4. Wykorzystywanie programów komputerowych i Internetu w informacji turystycznej .....	240
5.5. Pozostałe narzędzia systemu informacji turystycznej .....	244

## Aneks 1

<b>Słownik terminów turystycznych .....</b>	<b>261</b>
---	------------

## Aneks 2

<b>Wybrane pojęcia marketingu turystyki .....</b>	<b>269</b>
---	------------

## Aneks 3

<b>Ważniejsze atrakcje turystyczne Polski według podziału na województwa .....</b>	<b>276</b>
--	------------

## Aneks 4

<b>Atrakcje turystyczne w wybranych krajach Europy .....</b>	<b>307</b>
Spis tabel .....	318
Spis rysunków .....	320
Spis literatury .....	321