

Wstęp

Rozdział 1. Czas wolny jako determinanta popytu turystycznego

- 1.1. Rola czasu na globalnym rynku turystycznym – ujęcie popytowe
(*Grzegorz Golembski, Agnieszka Niezgoda*)
- 1.2. Dysponowanie czasem wolnym w dobie zmian społeczno-gospodarczych
(*Grzegorz Golembski, Agnieszka Niezgoda*)

Rozdział 2. Sektor publiczny a rozwój turystyki w regionach

- 2.1. Rola sektora publicznego w rozwoju strategii produktu turystycznego w regionach
(*Grzegorz Golembski*)
- 2.2. Ocena oddziaływania samorządu na rozwój funkcji turystycznej dużego miasta
(*Grzegorz Golembski, Justyna Majewska*)

Rozdział 3. Uwarunkowania rozwoju produktów turystycznych – wybrane zagadnienia

- 3.1. Wpływ kultury na kształtowanie się nowych produktów turystycznych w Polsce
(*Grzegorz Golembski*)
- 3.2. Turystyka wiejska – masa krytyczna do zrehabilitowania schyłku rolnictwa
(*Grzegorz Golembski, Janusz Majewski*)
- 3.3. Wpływ otwarcia autostrady A2 na rozwój turystyki w województwie lubuskim
(*Grzegorz Golembski*)

Rozdział 4. Przedsiębiorczość przedsiębiorstw turystycznych

- 4.1. Metody badania przedsiębiorczości w polskim sektorze turystycznym
(*Grzegorz Golembski*)
- 4.2. Przedsiębiorczość i innowacyjność liderów rynku turystycznego – analiza studium przypadku (*Grzegorz Golembski, Marcin Olszewski*)

Rozdział 5. Czynniki wzrostu efektywności przedsiębiorstw turystycznych

- 5.1. Wpływ nowoczesnych metod zarządzania hotelami na efekty ekonomiczne działalności operacyjnej (*Grzegorz Golembski*)
- 5.2. Wpływ globalnego kryzysu w gospodarce na trendy rozwoju sprzedaży w hotelach
(*Grzegorz Golembski, Justyna Majewska*)
- 5.3. Wpływ kanałów dystrybucji elektronicznej na rynek touroperatorów w Polsce
(*Grzegorz Golembski, Maciej Andrzejewski*)

Słownik

Bibliografia