

<i>WSTĘP</i>	9
CZĘŚĆ I – Systemy i technologie informacji turystycznej	11
<i>TOMASZ MAŃKOWSKI</i> – Komputerowy system informacji turystycznej szlaków żeglugi śródlądowej - EUREAWEB.....	13
<i>STANISŁAW MIECZNIKOWSKI</i> – Rynek technologii informatycznych i jego wykorzystanie w sektorze turystycznym	17
<i>WOJCIECH ROZWADOWSKI</i> – Broker informacji czy bibliotekarz naukowy w naukach o turystyce	23
<i>JACEK M. RUSZKOWSKI</i> – Nowoczesne systemy informatyczne narzędziem informacji w turystyce.....	33
<i>JADWIGA ANTOSZEK, BOGUSŁAW SAWICKI</i> – Wykorzystanie Internetu w turystyce na przykładzie organizacji wypoczynku nad jeziorami.....	39
<i>DANIEL SZOSTAK</i> – Hotelarstwo w społeczeństwie informacyjnym.....	43
<i>MAREK GWÓŹDŹ, WIESŁAW WAGNER</i> – Propozycje zmian w Internetowym Systemie Informacji Turystycznej i Promocji Polski.....	53
<i>ROMUALD ZIOŁKOWSKI</i> – Podstawy tworzenia regionalnego systemu informacji turystycznej.....	61
CZĘŚĆ II – Regionalne aspekty rozwoju informacji turystycznej	67
<i>MICHAŁ BORUN</i> – O stosowności używania niemieckich nazw miejscowości w informacji turystycznej Pomorza Zachodniego	69
<i>MALGORZATA BROJAK-TRZASKOWSKA</i> – Wybrane uwarunkowania rozwoju turystycznego na przykładzie województw zachodniopomorskiego i lubuskiego (ze szczególnym uwzględnieniem znaczenia informacji turystycznej)	79
<i>RAFAŁ CZYŻYCKI</i> – Metodyka badań potencjału turystycznego i jego wykorzystania w gminach.....	87
<i>MAREK DYLEWSKI</i> – Aktywność jednostek samorządu terytorialnego w realizacji zadań z zakresu turystyki i rekreacji w latach 1999-2004.....	93
<i>BEATA FILIPIAK</i> – Rola administracji samorządowej w kreowaniu e-informacji turystycznej.....	101
<i>MALGORZATA GORZALCZYŃSKA-KOCZKODAJ</i> – Atrakcyjność turystyczna i jej wpływ na możliwości inwestycyjne gmin – studium przypadku.....	111

<i>PIOTR GRYSZEL</i> – Propozycja systemu kategoryzacji i rekomendacji punktów informacji turystycznej w regionach.....	121
<i>JAN KRUPA, JERZY SŁOWIK, KRZYSZTOF SZPARA, WIESŁAW WAGNER</i> – Próba określenia wzorca informacji turystycznej o przejściach granicznych woj. podkarpackiego ze Słowacją.....	131
<i>BOGUSŁAW SAWICKI, JADWIGA ANTOSZEK, BARTŁOMIEJ SZYMANIAK, JERZY KOPROŃ</i> – Analiza stanu informacji turystycznej w woj. Lubelskim.....	139
<i>ANNA STASZEWSKA-LUDWICZAK</i> – Znaczenie informacji turystycznej w obsłudze ruchu turystycznego na obszarach przemysłowych woj. Śląskiego.....	147
<i>JERZY STELMACH</i> – Szczecin miastem turystyki edukacyjnej.....	153
CZĘŚĆ III – Ekonomiczne aspekty informacji turystycznej.....	159
<i>RAFAŁ CZYŻYCKI, MARCIN HUNDERT, RAFAŁ KLÓSKA</i> – Statystyczna analiza zmian liczby hoteli w Polsce w latach 1995-2004.....	161
<i>MAŁGORZATA JANUSZEWSKA</i> – Źródła informacji o koniunkturze na rynku turystycznym.....	167
<i>RAFAŁ KLÓSKA</i> – Model prognostyczny wykorzystania miejsc noclegowych w Polsce w kwartałach lat 2001-2004.....	175
<i>JULITA MIELCAREK, KATARZYNA MAJCHRZAK</i> – Perspektywy rozwoju internetowych biur podróży w Polsce.....	183
<i>JERZY SŁOWIK, WIESŁAW WAGNER</i> – Wybrane metody graficzne prezentacji przestrzenno-czasowych danych turystycznych.....	189
<i>RAFAŁ SZYMAŃSKI</i> – Wykorzystanie środków z funduszy unijnych w zakresie finansowania inwestycji zakupu narzędzi systemów informacji turystycznej.....	201
CZĘŚĆ IV – Zarządzanie informacją turystyczną.....	207
<i>ANNA DOŁOWY</i> – Funkcjonowanie wybranych elementów informacji turystycznej w Województwie Zachodniopomorskim.....	209
<i>BERNARD F. KUBIAK</i> – Model zarządzania informacją turystyczną.....	215
<i>BEATA MEYER</i> – Informacja w procesie obsługi ruchu turystycznego.....	225
<i>IWONA MIEDZIŃSKA</i> – Zarządzanie wiedzą a system informacji turystycznej, na przykładzie projektu REGEO w Kozienickim Parku Krajobrazowym	231
<i>KAZIMIERZ PERECHUDA, ELŻBIETA NAWROCKA</i> – Zarządzanie informacją i wiedzą jako instrument uzyskania przewagi konkurencyjnej podmiotów gospodarki turystycznej.....	237
<i>MARTA SIDORKIEWICZ</i> – Turystyczny przemysł wystawienniczy, jako nowoczesny instrument przekazu informacji turystycznej.....	245

CZĘŚĆ V – Marketingowe aspekty informacji turystycznej.....	251
<i>AGNIESZKA LEWANDOWSKA</i> – Znaczenie informacji turystycznej w promocji uzdrowisk.....	253
<i>JACEK MICHALAK</i> – Atrybuty miasta Olsztyn w opinii turystów.....	261
<i>IZABELA MICHALSKA-DUDEK</i> – Komunikacja biur podróży z klientami.....	269
<i>KAZIMIERZ MICHAŁOWSKI</i> – Promocja wybranych produktów turystycznych o charakterze regionalnym i lokalnym.....	277
<i>DAWID MILEWSKI</i> – Ocena Województwa Zachodniopomorskiego jako miejsca recepcji ruchu turystycznego w świetle przeprowadzonych badań ankietowych (ze szczególnym uwzględnieniem informacji turystycznej).....	283
<i>DAWID MILEWSKI, ADAM PAWLICZ</i> – Szczecin jako miejsce destylacji turystycznej w opinii turystów zagranicznych.....	293
<i>SABINA OWSIANOWSKA</i> – Konstrukcja i interpretacja przekazu informacyjno-promocyjnego w turystyce.....	301
<i>WOJCIECH OŹGA</i> – Miejsce informacji turystycznej w działaniach promocyjnych lasów państwowych.....	307
<i>ALEKSANDER PANASIUK</i> – Informacja w marketingowej koncepcji działalności przedsiębiorstwa turystycznego.....	313
<i>GRAŻYNA ROSA</i> – Informacja jako podstawa komunikacji marketingowej organizacji... ..	323
<i>ADAM RUDZEWICZ</i> – Rola Polskiego Towarzystwa Turystyczno-Krajoznawczego (PTTK) w promocji Suwalszczyzny.....	333
<i>JAN SIKORA, AGNIESZKA WARTECKA-WAŻYŃSKA</i> – Fotografia w reklamie katalogowej narzędziem promocji gospodarstwa agroturystycznego.....	339
<i>AGNIESZKA SMALEC</i> – Portale internetowe jako narzędzie komunikacji marketingowej regionu na przykładzie Świnoujścia.....	351
<i>ALEKSANDER SZWICHTENBERG</i> – Opinie krajowych i zagranicznych turystów o polskiej informacji turystycznej.....	357
<i>ANNA TOKARZ</i> – Badania rynku jako źródło danych dla systemu informacji turystycznej.....	365
<i>MIROSLAW ZALECH</i> – Informacja jako element promocji miasta i regionu.....	373
CZĘŚĆ VI – Społeczno-prawne aspekty informacji turystycznej.....	383
<i>JERZY GOSPODAREK</i> – Dostęp do danych centralnej ewidencji organizatorów turystyki i pośredników turystycznych w świetle międzynarodowych standardów prawa do informacji	385
<i>AGNIESZKA WARTECKA-WAŻYŃSKA</i> – Społeczna rola informacji turystycznej w Polsce.....	393
<i>SPIS AUTORÓW</i>	399