

Wstęp

Rozdział 1. Turystyka w gospodarce narodowej

- 1.1. Turystyka jako przedmiot badań ekonomicznych
- 1.2. Miejsce turystyki w strukturze gospodarki
- 1.3. Ekonomiczne funkcje turystyki
- 1.4. Gospodarka turystyczna
- 1.5. Otoczenie gospodarki turystycznej

Rozdział 2. Podstawy funkcjonowania rynku turystycznego

- 2.1. Istota i zakres rynku turystycznego
- 2.2. Cechy rynku turystycznego
- 2.3. Relacje na rynku turystycznym
- 2.4. Modele rynku turystycznego

Rozdział 3. Struktura rynku turystycznego

- 3.1. Metodyka analizy struktury rynku turystycznego
- 3.2. Struktura podmiotowa rynku turystycznego
 - 3.2.1. Przedsiębiorstwa turystyczne
 - 3.2.2. Destynacje turystyczne
 - 3.2.3. Konsumenci turystyczni
- 3.3. Wprowadzenie do struktury przedmiotowej rynku turystycznego

Rozdział 4. Popyt turystyczny

- 4.1. Podstawowe kategorie popytowe w turystyce
- 4.2. Determinanty poziomu popytu turystycznego
- 4.3. Zachowania konsumentów turystycznych na rynku
- 4.4. Modele konsumpcji na rynku turystycznym
- 4.5. Współczesne trendy w popycie turystycznym

Rozdział 5. Podaż turystyczna

- 5.1. Produkt turystyczny
 - 5.1.1. Walory i atrakcje turystyczne
 - 5.1.2. Zagospodarowanie turystyczne
 - 5.1.3. Usługi turystyczne
- 5.2. Zintegrowany produkt turystyczny
- 5.3. Oferta turystyczna
- 5.4. Wymiary oferty turystycznej
- 5.5. Cena oferty turystycznej
- 5.6. Jakość oferty turystycznej
 - 5.6.1. Jakość usług turystycznych
 - 5.6.2. Jakość produktu turystycznego obszaru
 - 5.6.3. Jakość obsługi konsumenta turystycznego
 - 5.6.4. Certyfikacja jako narzędzie oddziaływania na jakość oferty na rynku turystycznym

Rozdział 6. Polityka turystyczna

- 6.1. Istota polityki turystycznej
- 6.2. Determinanty polityki turystycznej
- 6.3. Struktura podmiotów polityki turystycznej
- 6.4. Metody i instrumenty polityki turystycznej
- 6.5. Rynek touroperatorski jako szczególny obszar regulacji
- 6.6. Turystyka społeczna jako sposób oddziaływania państwa na popyt turystyczny
- 6.7. Fundusze Unii Europejskiej w regionalnej i lokalnej polityce turystycznej
- 6.8. Kierunki kształtowania polityki turystycznej

Rozdział 7. Procesy kształtowania rynku turystycznego

- 7.1. Działania marketingowe w kształtowaniu oferty na rynku turystycznym
 - 7.1.1. Wprowadzenie do zagadnień marketingu turystycznego
 - 7.1.2. Orientacja marketingowa podmiotów rynku turystycznego
 - 7.1.3. Struktura instrumentów marketingowych
 - 7.1.4. Cykl życia produktu turystycznego
- 7.2. Marka turystyczna
- 7.3. E-rynek turystyczny
- 7.4. Procesy innowacyjne na rynku turystycznym
- 7.5. Strategie na rynku turystycznym
- 7.6. Satysfakcja konsumenta turystycznego

Rozdział 8. Współczesne tendencje funkcjonowania rynku turystycznego

- 8.1. Globalizacja rynku turystycznego
- 8.2. Asymetria informacji na rynku turystycznym
- 8.3. Zrównoważony rynek turystyczny
- 8.4. Kontrowersyjne obszary rynku turystycznego
- 8.5. Rynek turystyczny a rynki substytucyjne
- 8.6. Zjawiska kryzysowe na rynku turystycznym, overtourism i postturystyka

Zakończenie

Bibliografia