

Część I. Artykuły

Rozdział 1. Turystyka wiejska - historia i przyszłość

Elżbieta Wyrwicz

Rozwój turystyki wiejskiej i agroturystyki w Polsce w latach 1991-2011

Doświadczenia XX-lecia

Maria Byszewska-Dawidek

Pozarolnicza działalność gospodarstw rolnych a rozwój turystyki wiejskiej

Janusz Majewski

Nowa generacja produktów turystyki wiejskiej w Polsce

Rozdział 2. Współpraca na rzecz wiejskiego produktu turystycznego

Elżbieta Kmita-Dziasek

Współpraca na rzecz wiejskiego produktu turystycznego

Magdalena Kachniewska

Kształtowanie jakości oferty turystyki wiejskiej

Leszek Leśniak

Rola lokalnych grup działania w tworzeniu wiejskiego
produktu turystycznego

Elżbieta Niedziejko, Grażyna Sikorska

Współpraca w zakresie finansowania, promocji i sprzedaży wiejskiego
produktu turystycznego na przykładzie Suwalszczyzny

Jadwiga Tatara

Współpraca na rzecz kreowania produktów turystycznych.

Studium przypadku województwa lubelskiego

Bożena Srebro

Markowe produkty małopolskiej agroturystyki

Rozdział 3. Internet w promocji wiejskiego produktu turystycznego

Leszek Strzembicki

Promocja turystyki wiejskiej w Polsce - doświadczenia i wyzwania

Jacek Bazarnik

Komunikacja internetowa - kreowanie nowej wartości
na rynku turystyki wiejskiej

Mirosław Nalazek

Wykorzystanie Internetu w promocji i dystrybucji usług agroturystycznych

Część II. Komunikaty

Wacław Cabaj

Wykorzystanie wyrobisk na terenach wiejskich na cele rekreacyjne
i turystyczne

Wiesław Czerniec

Rola Internetu w promocji i sprzedaży oferty turystyki wiejskiej
na przykładzie serwisu www.agroturystyka.pl

Olga Gałek

Produkt lokalny - dziedzictwo regionu

Romuald Domański

Turystyka wiejska w programach działania Fundacji Wspomagania Wsi
w latach 1995-2010

Małgorzata Wyrwicz

Międzynarodowe Targi Turystyki Wiejskiej i Agroturystyki

AGROTRAVEL 2011

Elżbieta Wawrzyńczuk-Nathali

Świętokrzyski produkt turystyczny - największe atrakcje na sprzedaż

Warsztaty 2011