

SPIS TREŚCI

WSTĘP	5
 CZĘŚĆ I	
UWARUNKOWANIA I KIERUNKI ROZWOJU RYNKU SPORTOWEGO I TURYSTYCZNEGO	7
 <i>Ryszard Harmaciński, Wojciech Chudy, Agnieszka Pasternak</i>	
Uwarunkowania rozwoju sportu i turystyki osób niepełnosprawnych w Polsce po transformacji ustrojowej	9
 <i>Wojciech Chudy, Marcin Hyski, Diana Popkowska</i>	
Analiza i ocena infrastruktury turystycznej polski w latach 2000 – 2015 na przykładzie obiektów hotelarskich	25
 <i>Agnieszka Pasternak, Wojciech Chudy</i>	
Efektywność przedsięwzięć sportowych i turystycznych realizowanych przy wsparciu programów Unii Europejskiej w województwie śląskim	41
 <i>Agnieszka Pasternak, Ryszard Harmaciński</i>	
Analiza i ocena ruchu turystycznego w województwie śląskim w latach 2014 – 2015	57
 <i>Agnieszka Górka-Chowaniec, Stanisław Dolata</i>	
Uwarunkowania rozwoju turystyki Gminy Bukowina Tatrzańska na lata 2015-2020 w świetle opracowanej strategii	71
 CZĘŚĆ II	
SKUTECZNOŚĆ I EFEKTYWNOŚĆ MARKETINGU W ORGANIZACJACH SPORTOWYCH I TURYSTYCZNYCH	89
 <i>Joanna Kantyka, Krzysztof Cieślikowski, Michał Kucharski</i>	
Potrzeby aktywności fizycznej mieszkańców Żywca jako przesłanka tworzenia strategii rozwoju sportu w analizowanym mieście na lata 2015-2025	91
 <i>Luis Ochoa Siguencia, Renata Ochoa-Dąderska, Sabina Grzesiak</i>	
Technologie informacyjno-komunikacyjna jako innowacyjne źródła informacji turystycznej	111

<i>Marcin Hyski, Valery Krutikov, Wojciech Chudy</i>	
Znaczenie przekazu reklamowego na rynku turystycznym.....	131
<i>Michał Kucharski, Joanna Kantyka, Eugeniusz Sitek</i>	
Postrzeganie sponsora ligi jako sponsora klubów w niej występujących....	147
<i>Krzysztof Cieślowski, Joanna Kantyka</i>	
Spotkania konferencyjne jako produkt na rynku usług edukacyjnych w Polsce.....	163
ZAKOŃCZENIE	177