

SPIS TREŚCI

Wstęp

Rozdział I Podmiot i przedmiot ekonomiki przedsiębiorstw

1. Definicja przedsiębiorstwa
2. Typy organizacji gospodarczych
3. Co to jest ekonomika przedsiębiorstwa – o czym będziemy pisać dalej

Rozdział II Produkt turystyczny

1. Cóż to jest ten produkt turystyczny
2. Dziwna siła – motywacja podróży
3. Produkt rzeczywisty i potencjalny

Rozdział III Przedsiębiorstwo turystyczne – zasady różnicowania przedsiębiorstw

1. Kryteria specjalizacji przedsiębiorstw turystycznych
2. Aktualna podaż usług turystycznych w Polsce

Rozdział IV Zastosowanie zasad analizy mikroekonomicznej wobec przedsiębiorstw turystycznych

1. Cechy branży hotelarskiej i biur podróży
2. Elastyczność, równowaga i użyteczność w przedsiębiorstwie turystycznym
3. Opłacalność świadczenia usług a koszt krańcowy

Rozdział V Organizacja i finanse przedsiębiorstw turystycznych

1. Organizacja przedsiębiorstw i jej wpływ na efekty ekonomiczne
2. Środki rzeczowe i finansowe do prowadzenia działalności (bilans i rachunek wyników)
3. Rachunkowość zarządcza i jej wpływ na kontrolę realizacji bieżących działań przedsiębiorstwa
4. Kryteria ocen przedsiębiorstwa i mierniki jego efektywności finansowej

Rozdział VI Oddziaływanie na przedsiębiorstwa turystyczne w gospodarce rynkowej

1. Charakterystyka oddziaływania pośredniego na przedsiębiorstwa
2. Modyfikacja systemu oddziaływania pośredniego na przedsiębiorstwo turystyczne
3. Decyzje inwestycyjne w przedsiębiorstwie turystycznym
 - A. Możliwości zdobywania kapitału na inwestycje
 - B. Biznesplan w przedsiębiorstwie turystycznym
 - C. Ocena decyzji inwestycyjnych

Rozdział VII Podstawy marketingu w przedsiębiorstwie turystycznym – wybrane zagadnienia

1. Znaczenie działalności marketingowej w firmie turystycznej
2. Źródła danych dla marketingu w turystyce
3. Analiza SWOT – badanie konkurencji i własnej pozycji na rynku

Załączniki

Bibliografia

Spis tabel

Spis rysunków