

SPIS TREŚCI

Wstęp

Alfabetyczny wykaz haseł

CZĘŚĆ I. TURYSTYKA JAKO ZJAWISKO SPOŁECZNO-EKONOMICZNE

1 1. Turystyka, turysta, ruch turystyczny

1 2. Produkt turystyczny

3. Rynek turystyczny

4. Psychologia rynku turystycznego

5. Organizacja sfery obsługi ruchu turystycznego

6. Przestrzenie turystyki i osadnictwo turystyczne

6.1. Przestrzenie turystyki

6.2. Region turystyczny

6.3. Regiony turystyczne Polski

6.4. Regiony turystyczne świata

6.5. Osadnictwo turystyczne

CZĘŚĆ II. ZWIĄZKI TURYSTYKI Z SEKTOREM PUBLICZNYM

1 Wprowadzenie

1 1. Rozmiary turystyki w Polsce i na świecie

2. Metody pomiaru ruchu turystycznego i obrotów turystycznych

3. Metody obliczania wpływu turystyki na dochód narodowy i bilans płatniczy

3.1. Udział turystyki w dochodzie narodowym

3.1.1. Metoda strumieni produktów

3.1.2. Metoda kosztowa

3.2. Udział turystyki w bilansie płatniczym

3.3. Wpływ turystyki na aktywizację gospodarki – mnożnik

4. Pozytywne i negatywne społecznie następstwa rozwoju turystyki

5. Stymulowanie procesów gospodarczych w turystyce

5.1. Tworzenie uwarunkowań rozwoju turystyki

5.2. Oddziaływanie pośrednie na przedsiębiorstwa

6. Turystyka a zadania organów państwowych, budżet państwa, fundusze parabudżetowe i środki z funduszy Unii Europejskiej

- 6.1. Zadania organów państwowych w zakresie turystyki
- 6.2. Powiązania turystyki z budżetem państwa
- 6.3. Powiązania turystyki z funduszami parabudżetowymi
- 6.4. Powiązania turystyki z funduszami Unii Europejskiej
- 7. Turystyka a zadania i źródła finansowania działalności samorządu terytorialnego
- 7.1. Specyfika działalności samorządu terytorialnego
- 7.2. Organizacja i zadania samorządu terytorialnego w Polsce
- 7.3. Powiązania turystyki z finansami samorządu terytorialnego
- 7.3.1. Budżety gmin
- 7.3.2. Budżety samorządu powiatowego i województwa

CZĘŚĆ III. PRZEDSIĘBIORSTWO NA RYNKU TURYSTYCZNYM

Wprowadzenie.

- 1. Formy organizacyjne prowadzenia działalności gospodarczej w turystyce
- 1.1. Definicja przedsiębiorstwa
- 1.2. Rodzaje organizacji gospodarczych
- 1.3. Rodzaje przedsiębiorstw działających na rynku turystycznym
- 1.3.1. Charakterystyka touroperatora i agenta
- 1.3.2. Rola technologii informacyjnych w procesie dystrybucji usług turystycznych
- 1.3.3. Wytwórcy usług turystycznych
- 1.3.4. Instrumenty ekonomiczne oddziałujące na przedsiębiorstwa turystyczne
- 1.4. Hotelarstwo jako działalność o najwyższym zaangażowaniu kapitałowym
- 1.4.1. Cechy branży hotelarskiej
- 1.4.2. Cykl obsługi klienta w hotelach
- 2. Analiza finansowa i zarządzanie finansami przedsiębiorstw turystycznych .
- 2.1. Środki rzeczowe i finansowe do prowadzenia działalności
- 2.2. Rachunkowość zarządcza i jej wpływ na kontrolę realizacji bieżących działań przedsiębiorstwa
- 2.3. Kryteria ocen przedsiębiorstwa i mierniki jego efektywności finansowej
- 2.4. Strategia firm turystycznych

CZĘŚĆ IV. ZINTEGROWANE ZARZĄDZANIE REGIONEM TURYSTYCZNYM

Wprowadzenie

- 1. Region jako miejsce koncentracji ruchu turystycznego

- 1.1. Wyodrębnianie regionów turystycznych
- 1.2. Typy regionów i sposoby zarządzania nimi .
 - 1.2.1. Turystyka w regionach miejskich
 - 1.2.2. Turystyka w regionach wiejskich
- 2. Jakość usług w regionie turystycznym .
 - 2.1. Rozwój ekonomiczny regionu a jakość życia mieszkańców
 - 2.2. Sposoby zapewnienia akceptacji ludności miejscowej dla rozwoju turystyki
 - 2.3. Jakość środowiska naturalnego a jakość turystyki.
 - 2.3.1. Środowisko naturalne.
 - 2.3.2. Jakość środowiska naturalnego .
- 3. Metody zintegrowanego zarządzania jakością w regionie turystycznym
 - 3.1. Przywództwo i partnerstwo
 - 3.2. Budowa strategii rozwoju turystyki w regionach
 - 3.2.1. Założenia do strategii
 - 3.2.2. Część analityczna strategii
 - 3.2.3. Część planistyczna strategii
 - 3.3. Zarządzanie kadrami w turystyce
 - 3.4. Prawo i ubezpieczenia jako warunek jakości usług turystycznych .

Literatura zalecana

Spis rycin

Spis tabel