

Spis treści

Wstęp	5
1 Miejsce i rola samorządu terytorialnego w zarządzaniu rozwojem turystyki	7
1.1 Istota samorządu terytorialnego	7
1.2 Zadania samorządu terytorialnego w zakresie turystyki	18
1.3 Miejsce samorządu w strukturze zarządzania turystyką	23
1.4 Strategiczna współpraca jednostek samorządu terytorialnego	30
2 Istota zarządzania strategicznego w samorządzie terytorialnym ..	34
2.1 Zarządzanie strategiczne	34
2.2 Nowe zarządzanie w samorządzie terytorialnym	44
2.3 Instrumenty zarządzania strategicznego w samorządzie terytorialnym	46
2.4 Bariery stosowania zarządzania strategicznego w samorządzie terytorialnym	50
3 Regionalne i lokalne strategie zrównoważonego rozwoju obszarów turystycznych	53
3.1 Polityka i planowanie rozwoju lokalnego	53
3.2 Strategie rozwoju lokalnego i regionalnego	58
3.3 Zrównoważony rozwój turystyki	60
3.4 Planowanie rozwoju turystyki zrównoważonej na szczeblu lokalnym i regionalnym	62
3.5 Finansowanie rozwoju turystyki w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego.	64
4 Marketing terytorialny w zarządzaniu regionem turystycznym ...	67
4.1 Koncepcja marketingu terytorialnego	67
4.2 Znaczenie marketingu terytorialnego w zarządzaniu regionem turystycznym	72
4.3 Rola promocji, jako narzędzia marketingu terytorialnego w poprawie atrakcyjności turystycznej	74
5 Kreatywność i innowacyjność pracowników branży turystycznej, jako determinanta rozwoju współczesnej turystyki.	78

5.1	Istota relacji kreatywności i innowacji we współczesnym zarządzaniu przedsiębiorstwem turystycznym	78
5.2	Czynniki kształtujące kreatywność i innowacyjność pracowników branży turystycznej	81
5.3	Bariery rozwoju kreatywności i innowacyjności pracowników w branży turystycznej	89
6	Bibliografia	95
7	Załączniki	105
7.1	Ustawa z dnia 25 czerwca 1999 r. o Polskiej Organizacji Turystycznej.....	105
7.2	Ustawa z dnia 29 sierpnia 1997 r. o usługach turystycznych	116
7.3	Ustawa z dnia 8 marca 1990 r. o samorządzie gminnym	154