

SPIS TREŚCI

Wstęp	5
1. Pojęcia i definicje dotyczące turystyki i zarządzania	7
2. Teoretyczne podstawy nauki o zarządzaniu turystyką	29
3. Podstawy polityki turystycznej	37
4. Cele, podmioty i narzędzia polityki turystycznej	50
5. Prognozowanie w turystyce	64
6. Przedmiot i zakres planowania w turystyce	74
7. Znaczenie, elementy i typy strategii	87
8. Strategia rozwoju turystyki na szczeblu regionalnym	97
9. Zarządzanie strategią i planowanie strategiczne w turystyce	115
10. Elementy strategii rynkowych w turystyce	125
11. Zarządzanie turystyką w układzie lokalnym	134
12. Strategia rozwoju turystyki a gospodarka lokalna	144
13. Etapy planowania strategii rozwoju turystyki	154
14. Istota i pojęcie marketingu w turystyce	163
15. System informacji jako podstawa procesu planowania strategii rozwoju turystyki	173
Literatura	182