

SPIS TREŚCI

Wstęp

Część 1. Kultura i turystyka – między konfliktem a symbiozą

Jolanta Ćwiklińska

Turystyka i kultura – od komercjalizacji do dialogu kultur

В. Ф. Ки́фяк

Экономические аспекты использования культурно-исторического наследия в сфере туризма

Andrzej Kowalczyk

Proces przekształcania zasobów kulturowych w atrakcje turystyczne (na przykładzie zagospodarowania turystycznego pól bitewnych)

Sylwia Kaczmarek, Jacek Kaczmarek

Jak kultura się sprzedaje?

Artur Kurek

O nowe oblicze obsługi turystyki kulturowej

Zygmunt Kruczek

Między atrakcją a pułapką turystyczną. Dylematy turystyki kulturowej XXI wieku

Część 2. Miasta kultury a turystyka

Katarzyna Rotter-Jarzębińska

Turystyka kreatywna – nowy trend w rozwoju turystyki miejskiej

Sylwia Dudek-Mańkowska

Turystyczny wizerunek Warszawy a potencjał kulturalny miasta

Robert Faracik

Miejsca pamięci okresu II wojny światowej a współczesna turystyka (ze szczególnym uwzględnieniem Krakowa)

Część 3. Dziedzictwo kulturowe wsi w turystyce

Wacław Idziak

Specjalizacja tematyczna wsi i turystyka

Justyna Mokras-Grabowska

Wykorzystanie kultury ludowej w turystyce – nieuchronna komercjalizacja czy ostatnia deska ratunku?

Agata Kierzkowska

Działania w obronie tradycji i dobrego smaku

Karolina Buczkowska, Agata Masztalerz

Potencjał Wielkopolski w zakresie rozwoju turystyki kulturowej śladami jeździeckich tradycji i dziedzictwa

Część 4. Szlaki i wydarzenia kulturalne jako produkty turystyczne

Armin Mikos von Rohrscheidt

Kulturowe szlaki turystyczne – próba klasyfikacji oraz postulaty w zakresie ich tworzenia i funkcjonowania

Leszek Jodliński

Kreowanie i promocja wydarzeń kulturalnych. Analiza Gliwickich Dni dziedzictwa Kulturowego

Beata Krakowiak, Bogdan Włodarczyk

„Dzień z Borowieckim” – projekt nowego produktu turystycznego Łodzi

Część 5. Instytucje kultury czy obiekty turystyczne?

Marek Nowacki

Aktualne tendencje na rynku atrakcji dla odwiedzających

Marek Pisarski

Światowy przemysł parków tematycznych

Ewa Małkowska -Bieniek

Muzeum Historii Żydów Polskich jako przykład Muzeum narracyjnego

Kinga Podleśna –Dudicz

Rola Muzeum Sportu i Turystyki w propagowaniu kultury fizycznej

Część 6. Przedsiębiorczość w kulturze – księga dobrych praktyk

Maciej Mazerant

Kreatywny Szlak Województwa Łódzkiego

Lubomira Trojan

Zamek na szlaku innowacji

Janusz Kujat

Rzemiosło artystyczne i sztuka użytkowa narzędziem budowania atrakcyjności społeczno-gospodarczej Świebodzic

Bogna Świątkowska

Alternatywna mapa miasta jako narzędzie promocji kultury i turystyki na przykładzie Use-it Warsaw

Informacja o autorach