

1. PSYCHOLOGICZNE MECHANIZMY POWSTAWANIA NOWYCH TENDENCJI W TURYSTYCE I REKREACJI.

- 1.1 POTRZEBY LUDZI I KONIECZNOŚĆ ICH ZASPAKAJANIA.
- 1.2 HANDEL EMOCJAMI I WRAŻENIAMI
- 1.3 SPRZEDAŻ SENTYMENTÓW

2. SOCJOLOGICZNE MECHANIZMY NOWYCH TENDENCJI W TURYSTYCE I REKREACJI.

- 2.1 STRUKTURA CZASU WOLNEGO JAKO ELEMENT ZMIAN W TURYSTYCE I REKREACJI.
- 2.2 DBAŁOŚĆ O ZDROWIE I RACJONALNY WYPOCZYNEK.
 - 2.2.1 *Dobrze zbudowane i wysportowane ciało.*
 - 2.2.2 *Troska o zdrowie fizyczne.*
 - 2.2.3 *Dbałość o zdrowie psychiczne.*
- 2.3 HOMOFOBICZNE NORMY MORALNE.

3. POSTĘP TECHNICZNY A NOWE TENDENCJE W TURYSTYCE I REKREACJI.

- 3.1 KOMUNIKACJA.
 - 3.1.1 *Komunikacja kolejowa.*
 - 3.1.2 *Komunikacja samochodowa.*
 - 3.1.3 *Komunikacja lotnicza.*
 - 3.1.4 *Komunikacja morska.*
- 3.2 BUDOWNICTWO.
- 3.3 NOWE MATERIAŁY I TECHNOLOGIE.
- 3.4 TECHNIKI ŁĄCZNOŚCI.
 - 3.4.1 *Internet.*
 - 3.4.2 *Telefonia komórkowa.*
- 3.5 TECHNICZNE CUDA TURYSTYCZNE.
 - 3.5.1 *Nartostrada na pustyni.*
 - 3.5.2 *Tropikalna plaża w środku miasta.*

4. MARKETING – SIŁA NAPĘDOWA ZMIAN W TURYSTYCE I REKREACJI.

- 4.1 ZASPAKAJANIE POTRZEB JUŻ ISTNIEJĄCYCH.
- 4.2 GENEROWANIE NOWYCH POTRZEB
- 4.3 PRZEŁAMYWANIE BARIER, CZYLI PRZEKSZTAŁCANIE SPORTÓW KWALIFIKOWANYCH W OGÓLNODOSTĘPNE.