

# SPIS TREŚCI

Dlaczego powstała ta książka .....	5
Wprowadzenie .....	7

## Część pierwsza

### TURYSTYKA WIEJSKA STYMULATOREM ROZWOJU LOKALNEGO

Rozdział 1. Turystyka zrównoważona: koncepcja i rzeczywistość .....	11
Rozdział 2. Specyfika turystyki wiejskiej .....	31
Rozdział 3. Turystyka i ożywienie gospodarcze wsi .....	49

## Część druga

### SKŁADNIKI PRODUKTU TURYSTYCZNEGO I JEGO TWORZENIE

Rozdział 4. Wprowadzenie do problematyki produktu turystycznego .....	69
Rozdział 5. Baza noclegowa na terenach wiejskich .....	83
Rozdział 6. Atrakcja turystyczna jako produkt .....	101
Rozdział 7. Interpretacja dziedzictwa kulturowego .....	117
Rozdział 8. Szlaki turystyczne .....	135
Rozdział 9. Wioski turystyczno-handlowe .....	147

## Część trzecia

### STRUKTURY ORGANIZACYJNE I ELEMENTY MARKETINGU TURYSTYKI WIEJSKIEJ

Rozdział 10. Struktury organizacyjne agroturystyki – przykład Austrii .....	157
Rozdział 11. Struktury marketingowe dla agroturystyki – przykład Wielkiej Brytanii ..	175
Rozdział 12. Istota brandingu w turystyce wiejskiej .....	193
Rozdział 13. Rynki niszowe dla produktów turystyki wiejskiej .....	211

## Część czwarta

### SZKOLENIA DLA POTRZEB TURYSTYKI WIEJSKIEJ

Rozdział 14. Szkolenia – przykłady polskie .....	231
Rozdział 15. Szkolenia – przykład niemiecki .....	245

## Część piąta

### STRATEGIE ZRÓWNOWAŻONEJ TURYSTYKI WIEJSKIEJ NARZĘDZIEM ROZWOJU LOKALNEGO I OCHRONY ŚRODOWISKA

Rozdział 16. Tworzenie i wdrażanie strategii zrównoważonej turystyki wiejskiej .....	263
Rozdział 17. Rola społeczności lokalnych w rozwijaniu turystyki wiejskiej i budowaniu strategii .....	281
Rozdział 18. Turystyka wiejska jako strategia dla odległych obszarów wiejskich .....	299
Rozdział 19. Rozwój lokalny poprzez turystykę wiejską opartą na dziedzictwie kulturowym. Doświadczenia kanadyjskie .....	317
Zakończenie. Tendencje w turystyce wiejskiej początku 21 wieku .....	331

Bibliografia .....	341
--------------------	-----