

Spis treści

OD AUTORÓW.....	5
CZĘŚĆ I. PROMOCJA TURYSTYCZNA.....	7
1. GOSPODARKA TURYSTYCZNA I JEJ MARKETING	7
1.1. Trendy w podaży i popycie turystycznym	9
1.2. Planowanie marketingowe w gospodarce turystycznej	11
1.3. Metody oceny produktu	15
1.4. Pozycjonowanie produktu	23
1.5. Strategia marki turystycznej miejsca docelowego	24
2. PROMOCJA – CECHY I ZADANIA	33
3. PODSTAWOWE INSTRUMENTY PROMOCJI	43
3.1. Reklama	43
3.2. Public Relations	59
3.3. Promocja sprzedaży	61
3.4. Sprzedaż osobista	67
3.5. Marketing bezpośredni	67
4. ORGANIZACJA PROMOCJI MIEJSCA DOCELOWEGO	75
4.1. Organizacja i finansowanie promocji za granicą	75
4.2. Polska Organizacja Turystyczna	78
5. WYBRANE ŚRODKI PROMOCJI	87
5.1. Media	87
5.2. Wydawnictwa	102
5.3. Targi turystyczne i warsztaty robocze	114
5.3.1. Targi turystyczne	114
5.3.2. Warsztaty („Work Shop”)	127
5.4. Prezentacje i imprezy Public Relations (Event)	130
5.5. Podróż studyjna (Study Tour)	132
6. PLAN MEDIALNY – BUDŻET PROMOCYJNY	137
7. OCENA SKUTECZNOŚCI I EFEKTYWNOŚCI PROMOCJI	143

CZĘŚĆ II. INFORMACJA TURYSTYCZNA	151
1. POJĘCIE INFORMACJI, JEJ CECHY I SKUTECZNOŚĆ	151
2. KSZTAŁTOWANIE SIĘ SYSTEMU INFORMACJI TURYSTYCZNEJ W POLSCE, EWOLUCJA ROZWIĄZAŃ ORGANIZACYJNYCH	161
3. INFORMACJA TURYSTYCZNA W EUROPIE	167
4. TWORZENIE SYSTEMU INFORMACJI TURYSTYCZNEJ W POLSCE PO 2000 ROKU	171
5. ORGANIZACJA PRACY CENTRUM I PUNKTU „IT”	181
6. ZASADY OZNAKOWANIA TURYSTYCZNEGO MIAST, REGIONÓW I SZLAKÓW TURYSTYCZNYCH	191
6.1. Rodzaje znaków	193
6.2. Oznakowanie pieszych szlaków turystycznych górskich i nizinnych, szlaków narciarskich, kolarskich, konnych i wodnych – administrowane przez PTTK	197
7. WYKORZYSTANIE PROGRAMÓW KOMPUTEROWYCH I INTERNETU W INFORMACJI TURYSTYCZNEJ	211
BIBLIOGRAFIA	219
ANEKS	221
1. STATUT MAŁOPOLSKIEJ ORGANIZACJI TURYSTYCZNEJ	223
2. ZASADY UCZESTNICTWA W POLSKICH STOISKACH NARODOWYCH ORGANIZOWANYCH NA MIĘDZYNARODOWYCH TARGACH TURYSTYCZNYCH I PRZEMYSŁU KONGRESOWEGO, POZA GRANICAMI KRAJU	230
3. WZÓR ANKIETY	233
4. FORMULARZ ZAMÓWIENIA NA USŁUGI TARGOWE	234
5. PRZYKŁADOWY OPIS STANDARYZACJI WYDAWNICTWA POT	236