

Spis treści

Słowo wstępne	
Jerzy Walasek	7
Na początku był „Orbis”	
Adam Doliński	11
Jak lepiej i skuteczniej promować Polskę	
Krzysztof Gerula	19
Marka dla Polski. POTparcie dla turystyki	
Mirosław A. Boruc	33
Czy możemy być konkurencyjni w Europie	
Bartłomiej Walas	47
Produkt turystyczny: szansa i wyzwanie	
Grzegorz Gołębowski	57
Kreowanie i promocja produktu turystycznego w działaniach Polskiej Organizacji Turystycznej	
Andrzej Kozłowski	67
Promocja turystyki w regionie: nie wystarczy chcieć, trzeba umieć	
Marzena Wanagos	77
Czy Kraków musi się promować	
Grażyna Leja	85
Promocja, a jakość i komunikowanie jakości w turystyce	
Irena Jędrzejczyk	93
Turystyka biznesowa: nowe trendy i standardy	
Sławomir J. Wróblewski	111

Podróże motywacyjne – polska siła przyciągania	
Andrzej Świątecki	117
Kreowanie wizerunku turystyki wiejskiej	
Janusz Majewski	125
Nowe technologie jako element przewagi konkurencyjnej	
Miroslaw Nalazek	137
Wykorzystanie badań statystycznych i marketingowych w promocji turystyki	
Krzysztof Łopaciński	147
Ważny partner – ruch społeczny	
Ryszard Kunce	153
Kalendarium Polskiej Organizacji Turystycznej	159