

Wstęp

Rozdział I

Granice innowacji w turystyce kulturowej (Barbara Pabian)

Rozdział II

Dark tourism jako niszowa forma turystyki kulturowej (Beata Reformat)

Rozdział III

City placement w kontekście pobudzania turystyki filmowej
(Magdalena Sobocińska)

Rozdział IV

Vlog jako innowacyjna forma promocji przedsiębiorstw turystycznych
(Aleksander Pabian)

Rozdział V

Wykorzystanie komunikacji marketingowej w procesie budowania
wizerunku marki lokali gastronomicznych - nowe trendy na rynku polskim
(Paulina Reformat)

Rozdział VI

Innowacje w sferze wyposażenia dodatkowego hoteli (Arnold Pabian)

Rozdział VII

Wykorzystanie narzędzi mediów społecznościowych w kształtowaniu
wizerunku firm turystycznych (Beata Reformat, Paulina Reformat)

Rozdział VIII

Miejsce i rola konsumpcji turystycznej w nowym rozumieniu rozwoju
zrównoważonego (Agata Małysa-Kaleta)

Rozdział IX

Ekonomia współdzielenia w innowacyjnych serwisach internetowych
a turystyka zrównoważona (Paweł Piotrowski)

Bibliografia

Spis fotografii

Spis rysunków

Spis tabel