

Wstęp

Rozdział I. TURYSTYKA JAKO BRANŻA GOSPODARKI

- 1.1. Turystyka jako przedmiot badań ekonomicznych
- 1.2. Miejsce turystyki w strukturze gospodarki
- 1.3. Ekonomiczne funkcje turystyki
- 1.4. Gospodarka turystyczna

Rozdział II. FUNKCJONOWANIE RYNKU TURYSTYCZNEGO

- 2.1. Istota i zakres rynku turystycznego
- 2.2. Cechy rynku turystycznego
- 2.3. Relacje na rynku turystycznym
- 2.4. Modele rynku turystycznego
- 2.5. Metodyczne aspekty analizy struktury rynku turystycznego

Rozdział III. STRUKTURA PODMIOTOWA RYNKU TURYSTYCZNEGO

- 3.1. Struktura świadczeniodawców
 - 3.1.1. Przedsiębiorstwa turystyczne
 - 3.1.2. Destynacje turystyczne
- 3.2. Struktura świadczeniobiorców
- 3.3. Struktura podmiotów polityki turystycznej

Rozdział IV. STRUKTURA PRZEDMIOTOWA RYNKU TURYSTYCZNEGO

- 4.1. Podaż turystyczna
- 4.2. Popyt turystyczny
- 4.3. Cena produktu turystycznego
- 4.4. Jakość produktu turystycznego

Rozdział V. PROCESY STRUKTURALNE NA RYNKU TURYSTYCZNYM

- 5.1. Oferta turystyczna
 - 5.1.1. Produkt turystyczny jako oferta rynkowa
 - 5.1.2. Wymiary oferty turystycznej
- 5.2. Metody i instrumenty polityki turystycznej
- 5.3. Instrumenty marketingowe w kształtowaniu oferty na rynku turystycznym
 - 5.3.1. Wprowadzenie do zagadnień marketingu turystycznego
 - 5.3.2. Struktura instrumentów marketingowych
 - 5.3.3. Cykl życia produktu turystycznego
- 5.4. Strategie na rynku turystycznym

Rozdział VI. WSPÓŁCZESNE PROBLEMY STRUKTURALNE RYNKU TURYSTYCZNEGO

- 6.1. Globalizacja rynku turystycznego
- 6.2. Asymetria informacji na rynku turystycznym
- 6.3. Nowoczesne technologie informacyjne na rynku turystycznym (e-rynek turystyczny)
- 6.4. Procesy innowacyjne na rynku turystycznym
- 6.5. Rynek turystyczny a rynki substytucyjne i komplementarne
- 6.6. Kierunki kształtowania polityki turystycznej

Zakończenie

Wykaz literatury