

Spis treści

Przedmowa

CZĘŚĆ I

METODOLOGIA BADAŃ NAD TURYSTYKĄ

Ryszard Przeclawski – nauki „teoretyczne” a „stosowane” w badaniach nad turystyką

Ryszard Maciołek – Osobliwości metodologiczne badań nad turystyką

Krzysztof Łopaciński – Kultura, edukacja a problemy gospodarcze z uwypukleniem turystyki

CZĘŚĆ II

UWARUNKOWANIA ROZWOJU TURYSTYKI WE WSPÓŁPRACY Z NAUKĄ

Wiesław Maik – Strategia współpracy nauki i praktyki w zakresie planowania rozwoju turystyki

Krzysztof Kasprzak – Turystyka w polityce przestrzennego zagospodarowania kraju – aplikacje praktyczne. Część I. Elastyczność strategii rozwojowych

Beata Raszka – Turystyka w polityce przestrzennego zagospodarowania kraju – aplikacje praktyczne.

Część II Zmiana wizerunku miejscowości szansą rozwoju turystyki

Wiktor Gierasimienko – Współczesny stan rozwoju turystyki na Ukrainie i jego odbicie w systemie przygotowania kadr

Maciej Drzewiecki – Przestrzenno-planistyczne warunki rozwoju turystyki na terenach wiejskich

Urszula Kaczmarek, Tomasz Kaczmarek – Turystyka w strukturze gospodarczej obszarów wiejskich

Jarosław Styperek – Rola linearnych systemów penetracji rekreacyjnej w procesie aktywizacji turystycznej

CZĘŚĆ III

WALORY I PRODUKTY TURYSTYCZNE POLSKI

Aleksandra Kowalczyk – Walory przyrodnicze jako element produktu turystycznego

Stefan Iwicki – Przyrodnicze i ekonomiczne uwarunkowania rozwoju rekreacji w strefach podmiejskich dużych miast

Jan Owsiak, Janusz Galiński – Spływy kajakowe jako produkt turystyczny na rzekach Pomorza

Maria Chojnacka – Lednicki Park Krajobrazowy odkrywany na nowo. Inwentaryzacja zabytkowych założeń zieleni na obszarze parku

Tomasz Studzieniecki – Rozwój turystyki ezoterycznej na przykładzie kamiennych kręgów

CZĘŚĆ IV

PRZEMIANY RUCHU TURYSTYCZNEGO I BADANIA POTRZEB

K. Klementowski, J. Wyrzykowski – Zmiany w turystyce polskiej w okresie 1989-2000

Joanna Kizielewicz – Segmentacja rynku turystyki morskiej i nadmorskiej w Polsce

Marek P. Napierała – Turystyka w „jesieni życia”

Krzysztof Parzych – Ruch turystyczny młodzieży licealnej Słupska w okresie Świąt Bożego narodenia, Świąt Wielkanocnych oraz w okresie ferii zimowych roku 2000

CZĘŚĆ V

PRAKTYCZNE ZASTOSOWANIE WIEDZY O TURYSTYCE W ROZWOJU OBSZARÓW

Waszkiewicz Jan, Paliga Zdzisław, Bolański Tomasz – Regionalna organizacja turystyczna jako realizator zadań wojewódzkich z zakresu turystyki na przykładzie Dolnośląskiej Organizacji Turystycznej

Adam Edward Szczepanowski – Kreowanie produktu turystycznego w województwie podlaskim – zagrożenia, szanse i kierunki rozwoju

Maciej Andrzejewski – System informacji turystycznej województwa kujawsko-pomorskiego

Wiesława Kusztal – Problemy turystyki powiatu brodnickiego

Maciej Tazbir – Potencjał turystyczny gminy Koronowo: szanse i bariery rozwoju

CZĘŚĆ VI

MARKETING I METODY PROMOCJI PRODUKTÓW TURYSTYCZNYCH

Andrzej Szajkiewicz – Konkurencja a współpraca na rynku turystycznym w Polsce

Michał A. Oklander – Technologia regionalnego marketingu turystyki

Jerzy Kozłowski – Catering jako forma wzbogacenia portfela usług hotelarskich

Andrzej Chajęcki – Franchising jako nowoczesna forma rozwoju hotelarstwa

Marzena Wanagos – Znaczenie marketingu w rozwoju produktu turystycznego regionu na przykładzie Półwyspu Helskiego

Jolanta Staszewska – Skuteczność promocji w turystyce

Joanna Kantyka – Promocja produktu turystycznego gminy Jeleśnia. Szanse i zagrożenia rozwoju

Paweł Ignatowicz – Produkt turystyczny i jego promocja na rynkach na przykładzie działalności kasyna i hotelu Golden Nugget w Laughlin w USA

Ewa Zielińska, Lech Zieliński – „Jak cię widzą, tak cię piszą” – o konieczności dobrej promocji Polski za granic jako jednego z warunków rozwoju turystyki w Polsce

Marzena Krukowska – Niedoskonałości współczesnych wydawnictw kartograficznych