

Spis treści

Wstęp	7
Rozdział 1. Istota regionalnego produktu turystycznego	11
1.1. Marketingowa koncepcja produktu turystycznego	11
1.2. Specyfika regionalnego produktu turystycznego	18
1.2.1. Pojęcie regionalnego produktu turystycznego	18
1.2.2. Składowe regionalnego produktu turystycznego	21
1.3. Regionalny produkt turystyczny a region turystyczny	35
1.4. Kreatorzy regionalnego produktu turystycznego	40
Rozdział 2. Kreowanie regionalnego produktu turystycznego	51
2.1. Tworzenie regionalnego produktu turystycznego	51
2.2. Segmentacja rynku	64
2.3. Wizerunek regionalnego produktu turystycznego	69
2.4. Kształtowanie marketingu mix regionalnego produktu turystycznego	79
2.5. Dostosowywanie regionalnego produktu turystycznego do zmian zachodzących na rynku	87
Rozdział 3. Obiekty turystyki przemysłowej jako regionalny produkt turystyczny	93
3.1. Istota turystyki przemysłowej	93
3.2. Turystyka przemysłowa jako rodzaj turystyki	97
3.3. Klasyfikacja obiektów turystyki przemysłowej	108
3.4. Korzyści wynikające z kreowania obiektów przemysłowych jako regionalnego produktu turystycznego	113
3.5. Ograniczenia i stimulatory kreowania obiektów przemysłowych jako regionalnego produktu turystycznego	117

Rozdział 4. Wykorzystanie obiektów przemysłowych jako regionalnego produktu turystycznego	129
4.1. Zagospodarowanie obiektów przemysłowych	129
4.2. Zainteresowanie regionalnymi obiektami przemysłowymi wśród turystów	138
4.3. Ruch turystyczny w obiektach przemysłowych	141
Rozdział 5. Tworzenie i komercjalizacja regionalnego przemysłowego produktu turystycznego	151
5.1. Szlak Zabytków Techniki — studium przypadku	151
5.2. Szlak Staropolskiego Okręgu Przemysłowego — koncepcja regionalnego przemysłowe- go produktu turystycznego	171
5.2.1. Zasadność realizacji Szlaku	171
5.2.2. Cele stworzenia Szlaku	174
5.2.3. Propozycja regionalnych obiektów przemysłowych tworzących atrakcje turystycz- ne Szlaku Staropolskiego Okręgu Przemysłowego	176
5.2.4. Etapy tworzenia regionalnego przemysłowego produktu turystycznego — Szlak Sta- ropolskiego Okręgu Przemysłowego	180
Zakończenie	183
Literatura	185
Źródła internetowe	199