

Spis treści

5

WSTĘP

9

KOD KULTUROWY I JEGO ROLA W POSTRZEGANIU PRZESTRZENI
KULTUROWEJ REGIONU

10

Posługiwanie się symbolem w przestrzeni społecznej

17

Semiologia w odniesieniu do kodu kulturowego i historycznego

21

Dziedzictwo materialne w kreowaniu marki miasta i regionu

31

Dziedzictwo niematerialne w kreowaniu marki miasta i regionu

39

KONCEPCJA KREOWANIA MARKI PROMOCYJNEJ W OPARCIU O KOD
KULTUROWY I DZIEDZICTWO HISTORYCZNE

40

Dziedzictwo mniejszości narodowych i religijnych

51

Współistnienie chcianej i niechcianej – przeszłości i przyszłości

56

Współczesne przeobrażenia i problemy w obszarze kultury i turystyki

65

WYKORZYSTANIE DZIEDZICTWA HISTORYCZNEGO I KULTUROWEGO
W PROMOWANIU REGIONU

66

Historyczny aspekt znaczeniowy Krakowa

75

Dziedzictwo lokalne i kulturowe

88

Cykliczne wydarzenia kreowane na bazie dziedzictwa historycznego

99

PROFIL TURYSTÓW PREFERUJĄCYCH TURYSTYKĘ KULTUROWĄ
NA PRZYKŁADZIE KRAKOWA I MAŁOPOLSKI

100

Analiza wielkości i struktur ruchu turystycznego w Krakowie i Małopolsce

108

Analiza marketingowego profilu turysty przyjeżdżającego do Krakowa

116

Atrakcyjność turystyczna regionu i analiza zachowań turystów

127

ZAKOŃCZENIE

289

BIBLIOGRAFIA