

# Spis treści

OD AUTORÓW .....	5
<u>CZĘŚCI. PROMOCJA TURYSTYCZNA .....</u>	<u>7</u>
1. GOSPODARKA TURYSTYCZNA I JEJ MARKETING.....	7
1.1. Trendy w podaży i popycie turystycznym.....	9
1.2. Planowanie marketingowe w gospodarce turystycznej.....	11
1.3. Metody oceny produktu.....	15
1.4. Pozycjonowanie produktu.....	23
1.5. Strategia marki turystycznej miejsca docelowego.....	24
2. PROMOCJA-CECHY I ZADANIA .....	33
3. PODSTAWOWE INSTRUMENTY PROMOCJI .....	43
3.1. Reklama .....	43
3.2. Public Relations .....	59
3.3. Promocja sprzedaży .....	61
3.4. Sprzedaż osobista .....	67
3.5. Marketing bezpośredni .....	67
4. ORGANIZACJA PROMOCJI MIEJSCA DOCELOWEGO.....	75
4.1. Organizacja i finansowanie promocji za granicą.....	75
4.2. Polska Organizacja Turystyczna.....	78
5. WYBRANE ŚRODKI PROMOCJI .....	87
5.1. Media .....	87
5.2. Wydawnictwa .....	102
5.3. Targi turystyczne i warsztaty robocze.....	114
5.3.1. Targi turystyczne.....	114
5.3.2. Warsztaty („Work Shop”) .....	127
5.4. Prezentacje i imprezy Public Relations (Event) .....	130
5.5. Podróż studyjna (StudyTour).....	132
6. PLAN MEDIALNY-BUDŻET PROMOCYJNY .....	137
7. OCENA SKUTECZNOŚCI I EFEKTYWNOŚCI PROMOCJI .....	143

1. POJĘCIE INFORMACJI, JEJ CECHY I SKUTECZNOŚĆ.....	151
2. KSZTAŁTOWANIE SIĘ SYSTEMU INFORMACJI TURYSTYCZNEJ W POLSCE, EWOLUCJA ROZWIĄZAŃ ORGANIZACYJNYCH .....	161
3. INFORMACJA TURYSTYCZNA W EUROPIE.....	167
4. TWORZENIE SYSTEMU INFORMACJI TURYSTYCZNEJ W POLSCE PO 2000 ROKU .....	171
5. ORGANIZACJA PRACY CENTRUM I PUNKTU „IT”.....	181
6. ZASADY OZNAKOWANIA TURYSTYCZNEGO MIAST, REGIONÓW I SZLAKÓW TURYSTYCZNYCH .....	191
6.1. Rodzaje znaków .....	193
6.2. Oznakowanie pieszych szlaków turystycznych górskich i nizinnych, szlaków narciarskich, kolarskich, konnych i wodnych -administrowane przez PTTK.....	197
7. WYKORZYSTANIE PROGRAMÓW KOMPUTEROWYCH I INTERNETU W INFORMACJI TURYSTYCZNEJ.....	211
BIBLIOGRAFIA .....	219
ANEKS.....	221
1. STATUT MAŁOPOLSKIEJ ORGANIZACJI TURYSTYCZNEJ .....	223
2. ZASADY UCZESTNICTWA W POLSKICH STOISKACH NARODOWYCH ORGANIZOWANYCH NA MIĘDZYNARODOWYCH TARGACH TURYSTYCZNYCH I PRZEMYSŁU KONGRESOWEGO, POZA GRANICAMI KRAJU.....	230
3. WZÓR ANKIETY .....	233
4. FORMULARZ ZAMÓWIENIA NA USŁUGI TARGOWE .....	234
5. PRZYKŁADOWY OPIS STANDARYZACJI WYDAWNICTWA POT..	..236