

Spis treści

Przedmowa – Małgorzata Bednarczyk	7
--	---

Wprowadzenie – Robert Korzeniowski o profesjonalizacji współczesnego sportu i przedsiębiorczości – Robert Korzeniowski	11
---	----

Rozdział I

Co to jest przedsiębiorczość? – Małgorzata Bednarczyk	19
1.1. Pojęcie przedsiębiorczości	19
1.2. Proces przedsiębiorczości	23
1.3. Typy przedsiębiorczości	26
Bibliografia	31

Rozdział II

Przedsiębiorczość organizacyjna	33
2.1. Przedsiębiorcza orientacja firmy – organizacyjne uczenie się – Jarema Batorski ..	33
2.2. Przedsiębiorczość jako proces zarządzania wiedzą – Jarema Batorski, Joanna Skrzypczak	36
Bibliografia	42

Rozdział III

E-przedsiębiorczość	43
3.1. Formalno-prawne uwarunkowania prowadzenia biznesu turystycznego w sieci – <i>Sebastian Kopera</i>	43
3.2. Jak założyć e-biuro podróży? – <i>Sebastian Kopera, Jacek Panek</i>	47
3.3. Cyfrowe instrumenty przedsiębiorczości turystycznej – <i>Sebastian Kopera</i>	58
Bibliografia	74

Rozdział IV

Współczesny rynek turystyczny	77
4.1. Specyfika rynku turystycznego – <i>Małgorzata Bednarczyk</i>	77
4.2. Jakość i personel w przedsiębiorczości turystycznej – <i>Ewa Wszendybył-Skulska</i> ...	80
4.3. Bezpieczeństwo produktów i usług w turystyce – <i>Marta Najda-Janoszka</i>	111
4.4. Opisy przypadków – jak zapewnić bezpieczeństwo żywności?	135
Bibliografia	141

Rozdział V

Zarządzanie marketingowe – Ewa Grabińska	145
5.1. Znaczenie marketingu dla menadżerów turystyki	145
5.2. Koncepcja marketingu-mix dla „hotelu 4*” w Krakowie	148
5.3. Plan marketingowy w przedsiębiorstwie turystycznym	155
5.4. Badania marketingowe na rynku turystycznym	157
5.5. Budowa marki firmy turystycznej	162
Bibliografia	167

Rozdział VI

Planowanie i finanse w firmach turystycznych	169
6.1. Plan biznesu – <i>Jacek Chudzik</i>	169
6.2. Podatki w biznesie turystycznym – <i>Zbigniew Michalik</i>	180
Bibliografia	189

Rozdział VII

Instytucje wspierające przedsiębiorczość w turystyce	191
7.1. Franchising – <i>Marek Świerad</i>	191
7.2. Turystyczny samorząd gospodarczy – <i>Jarema Batorski</i>	198

7.3. Kłastery i inkubatory przedsiębiorczości – <i>Jacek Gancarczyk</i>	202
7.4. Wsparcie funduszy Unii Europejskiej – <i>Jacek Gancarczyk</i>	205
Bibliografia	230

Rozdział VIII

Przedsiębiorczość międzynarodowa – przykłady rynków i firm na Ukrainie i w Federacji Rosyjskiej	235
8.1. Uwarunkowania prowadzenia biznesu turystycznego na Ukrainie – <i>Mariusz Żurek</i>	235
8.2. Rynek i przedsiębiorstwo turystyczne w Federacji Rosyjskiej – <i>Grzegorz Sroślak</i> ..	250
Bibliografia	261

Załączniki	265
-------------------------	------------

Konieczność. Podzielił się w nim swoim sukcesem związanym z osiągnięciem sukcesu w sporcie, tym, jak przedsiębiorca działa, wykorzystując swoje wpływy, swoje przez sportywcę podjęte działania rynekowego sportowca (mistrzostwa świata). Dowodzi, że niekiedy sukces sportowy jest bezpośrednio związany z sukcesem biznesowym. Nawiązuje do sukcesu budowa marki „Robert Korzeniowski” – odnosi się do sukcesu sportowego, odwołując się do przedsiębiorcy, podlegającego wykorzystaniu do celów rynkowych i zachowań przedsiębiorczych.

W podręczniku zostały przedstawione podstawowe zagadnienia, które są związane z tym, jak przedsiębiorca działa, wykorzystując swoje wpływy, swoje przez sportowcę podjęte działania rynekowego sportowca (mistrzostwa świata). Dowodzi, że niekiedy sukces sportowy jest bezpośrednio związany z sukcesem biznesowym. Nawiązuje do sukcesu budowa marki „Robert Korzeniowski” – odnosi się do sukcesu sportowego, odwołując się do przedsiębiorcy, podlegającego wykorzystaniu do celów rynkowych i zachowań przedsiębiorczych.

Dla zapewnienia praktyczności, w podręczniku zostały przedstawione przykłady, które są związane z tym, jak przedsiębiorca działa, wykorzystując swoje wpływy, swoje przez sportowcę podjęte działania rynekowego sportowca (mistrzostwa świata). Dowodzi, że niekiedy sukces sportowy jest bezpośrednio związany z sukcesem biznesowym. Nawiązuje do sukcesu budowa marki „Robert Korzeniowski” – odnosi się do sukcesu sportowego, odwołując się do przedsiębiorcy, podlegającego wykorzystaniu do celów rynkowych i zachowań przedsiębiorczych.

Podręcznik obejmuje zakres grup zagadnień, które są związane z tym, jak przedsiębiorca działa, wykorzystując swoje wpływy, swoje przez sportowcę podjęte działania rynekowego sportowca (mistrzostwa świata). Dowodzi, że niekiedy sukces sportowy jest bezpośrednio związany z sukcesem biznesowym. Nawiązuje do sukcesu budowa marki „Robert Korzeniowski” – odnosi się do sukcesu sportowego, odwołując się do przedsiębiorcy, podlegającego wykorzystaniu do celów rynkowych i zachowań przedsiębiorczych.