Bieszczady jako produkt markowy w turystyce

PRACA INŻYNIERSKA Państwowa Wyższa Szkoła Zawodowa w Krośnie

ROZDZIAŁ I. WPROWADZENIE 4
1.1. CEL I METODYKA BADAŃ 5
1.2. POJĘCIE MARKOWEGO PRODUKTU TURYSTYCZNEGO 6
ROZDZIAŁ II. ZARYS HISTORII BIESZCZADÓW 10
2.1. RYS HISTORYCZNY 10
2.2. ODKRYWANIE BIESZCZADÓW 14
2.3. HISTORIA BIESZCZADZKIEJ CIUCHCI 15
ROZDZIAŁ III. CHARAKTERYSTYKA BIESZCZADÓW 19
3.1. OBSZAR 19
3.2. KLIMAT 20
3.3. FAUNA I FLORA 21
3.4. RZEKI I JEZIORA 24
3.5. OCHRONA PRZYRODY 26
3.6. BARWY GÓR 29
ROZDZIAŁ IV. BIESZCZADY JAKO PRODUKT TURYSTYCZNY 31
4.1. DZIEDZICTWO KULTUROWE BIESZCZADÓW 31
4.2. ATRAKCJE TURYSTYCZNE W BIESZCZADACH 37
4.3. ŚCIEŻKI DYDAKTYCZNE NA TERENIE BIESZCZADÓW 42
4.3.1. „W Dolinie Górnego Sanu” 44
4.3.2. Ścieżka historyczno-przyrodnicza” Przysłup Caryński – Krywe n/Sanem” 46
4.3.3. Ścieżka dla niepełnosprawnych 49
ROZDZIAŁ V. NAJWAŻNIEJSZE SZLAKI W BIESZCZADACH 50
5.1. TRASA GŁÓWNEGO SZLAKU BESKIDZKIEGO W BIESZCZADACH 50
5.2. SZLAK GRANICZNY 58
5.3. WEJŚCIE NA SZCZYT TARNICY 61
ROZDZIAŁ VI. ZAKOŃCZENIE 63
BIBLIOGRAFIA 64
SPIS TABEL I FOTOGRAFII 66

Jeśli chcesz zamówić pisanie pracy od podstaw, to zapraszamy na stronę pisanie prac - sprawdzony serwis