Promocja zagranicznej turystyki przyjazdowej na przykładzie Beskidu Śląskiego

Praca magisterska, Akademia Ekonomiczna Kraków, obrona: kwiecień 2007, praca: bdb

WSTĘP
ROZDZIAŁ I. ZNACZENIE SEKTORA TURYSTYCZNEGO DLA GOSPODARKI
1. Podstawowe pojęcia z dziedziny turystyki
1.1. Pojęcie turystyki i turysty
1.2. Pojęcie przemysłu turystycznego i gospodarki turystycznej
1.3. Pojęcie ruchu turystycznego i jego rodzaje
2. Funkcje turystyki
3. Czynniki rozwoju turystyki
4. Wpływ rozwoju turystyki na gospodarkę narodową
ROZDZIAŁ II . TURYSTYKA PRZYJAZDOWA DO POLSKI
1. Rys historyczny rozwoju turystyki w Polsce
2. Ogólna charakterystyka walorów turystycznych Polski
3. Regiony turystyczne w Polsce
3.1. Region Wybrzeża Morza Bałtyckiego
3.2. Region Pojezierza Pomorskiego
3.4. Region Pojezierza Wielkopolskiego
3.5. Region Wyżyny Małopolskiej
3.6. Region Sudetów
3.7. Region Karpat.
4. Ruch turystyczny w Polsce
ROZDZIAŁ III. DZIAŁALNOŚĆ PROMOCYJNA ORGANIZACJI TURYSTYCZNYCH
1. Międzynarodowe organizacje turystyczne
2. Polityka turystyczna w krajach europejskich
3. Organizacja turystyki w Polsce
3.1. Centralna administracja rządowa
3.2. Organizacja i zadania samorządu terytorialnego
3.3. Euroregiony

3.4. Specjalistyczne Organizacje Turystyczne
3.5. Inne organizacje i stowarzyszenia branżowe w turystyce
4. Działalność promocyjna Polskiej Organizacji Turystycznej
4.1 Wydawnictwa i materiały promocyjne
4.2. Imprezy targowo-wystawiennicze
4.3. Public relations
4.4. Reklama w mediach
4.5. Warsztaty robocze, seminaria i prezentacje
4.6. Informacja turystyczna
4.7. Hasła i slogany reklamowe
ROZDZIAŁ IV. PROMOCJA REGIONU BESKIDU ŚLĄSKIEGO
1. Ogólna charakterystyka Beskidu Śląskiego
1.1. Charakterystyka głównych miejscowości turystycznych regionu
2. Zagospodarowanie turystyczne regionu
2.1 Baza noclegowa Beskidu Śląskiego
2.2 Baza gastronomiczna Beskidu Śląskiego
3. Formy turystyki przyjazdowej
3.1. Turystyka piesza
3.2. Turystyka jeździecka
3.3. Turystyka narciarska
3.4. Turystyka rowerowa
3.5. Turystyka lecznicza
3.6. Turystyka biznesowa
4. Turystyka przyjazdowa jako efekt promocji regionu
4.1. Promocja Beskidu Śląskiego za granicą
4.1.1. Wydawnictwa i materiały promujące Beskid Śląski
4.1.2. Study Tour w Beskidzie Śląskim
4.1.3. Targi Turystyczne promujące Beskid Śląski
4.1.4. Informacja turystyczna.
4.2. Ruch turystyczny w Beskidzie Śląskim
ZAKOŃCZENIE
BIBLIOGRAFIA
I. Pozycje zwarte
II. Artykuły z czasopism
III. Strony internetowe
SPIS TABEL

SPIS RYSUNKÓW

SPIS WYKRESÓW

Praca liczy 107 stron

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