Znaczenie działań promocyjnych w rozwoju produktu turystycznego Śląska

Praca magisterska: ZNACZENIE DZIAŁAŃ PROMOCYJNYCH W ROZWOJU PRODUKTU TURYSTYCZNEGO ŚLĄSKA NA WYBRANYM PRZYKŁADZIE (BYTOM) napisana w Katedrze Turystyki – GÓRNOŚLĄSKA WYŻSZA SZKOŁA HANDLOWA im. Wojciecha Korfantego w Katowicach (2004)

WSTĘP

Rozdział I CHARAKTERYSTYKA RYNKU TURYSTYCZNEGO
1.1. Definicja rynku turystycznego
1.2. Istota i rodzaje produktów turystycznych
1.3. Marketing atrakcji turystycznych
1.3.1. Współczesne koncepcje zarządzania i marketingu atrakcji
1.3.2. Istota zarządzania atrakcjami
1.3.3. Atrakcja turystyczna jako produkt
1.3.4. Kształtowanie produktu
1.3.5. Segmenty rynku atrakcji turystycznych
1.3.6 Marketingowe zadania w zakresie atrakcji

Rozdział II DZIAŁANIA PROMOCYJNE I ICH ZNACZENIE DLA ZWIĘKSZENIA ATRAKCYJNOŚCI OBSZARU
2.1. Pojęcie, rola i struktura promocji
2.2. Reklama turystyczna
2.3. Propaganda turystyczna i promocja uzupełniająca
2.4. Sprzedaż osobista

Rozdział III TURYSTYCZNA ANALIZA OBSZARU
3.1. Położenie Bytomia
3.2. Historia Bytomia i słynni Bytomianie
3.3. Historia i działalność obiektów kulturalnych Bytomia
3.4. Wybrane obiekty architektoniczne o walorach historycznych i architektonicznych

3.5. Walory przyrodnicze
3.6. Infrastruktura społeczno – gospodarcza
3.7. Zagospodarowanie turystyczne – specjalistyczne w Bytomiu

Rozdział IV FORMY PROMOCJI BYTOMIA I JEGO ATRAKCJI
4.1. Działania władz miasta na rzecz promocji Bytomia
4.1.1. Promocja miasta
4.1.2. Działania podjęte w ramach ochrony środowiska przyrodniczego
4.1.3. Oferta kulturalna miasta
4.1.4. Ochrona obiektów zabytkowych
4.1.5. Ośrodki sportu i rekreacji
4.2. Działalność promocyjna ośrodków kultury w Bytomiu
4.3. Towarzystwa prowadzące działalność na rzecz promocji Bytomia

ZAKOŃCZENIE

BIBLIOGRAFIA

WYKAZ RYSUNKÓW

WYKAZ TABEL

WYKAZ ZDJĘĆ

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