

Spis treści

Wstęp	7
Rozdział 1. Terytorialny produkt turystyczny w teorii marketingu	15
1.1. Problemy terminologiczne i definicyjne	15
1.2. Istota transakcji na bazie terytorialnego produktu turystycznego	21
1.3. Struktura terytorialnego produktu turystycznego	24
1.4. Promocja terytorialnego produktu turystycznego	29
Rozdział 2. Produkty turystyczne miast i regionów w świetle opinii Polaków	34
2.1. Znaczenie turystyki dla rozwoju miast i regionów	34
2.2. Zasoby turystyczne wyróżniające miasta i regiony	38
2.3. Oferta turystyczna miast i regionów	41
2.4. Promocja turystyczna miast i regionów	47
2.5. Pożądane kierunki rozwoju turystyki	50
Rozdział 3. Marketingowa koncepcja terytorialnego produktu transportowego – ujęcie teoretyczne	55
3.1. Pojęcie terytorialnego produktu transportowego	55
3.2. Przeobrażenia na rynku przewozów pasażerskich na początku XXI wieku	58
3.3. Marketing usług transportowych w przewozach osób	60
3.4. Struktura terytorialnego produktu transportowego	62
3.5. Determinanty wyboru terytorialnego produktu transportowego	68
Rozdział 4. Terytorialny produkt transportowy w świetle badań empirycznych	79
4.1. Znaczenie i percepcja terytorialnego produktu transportowego	79
4.2. Marketing terytorialnego produktu transportowego	89
4.3. Propozycja marketingowej koncepcji transportowego produktu terytorialnego	99

Rozdział 5. Terytorialny produkt kulturalny w ujęciu teoretycznym	103
5.1. Istota terytorialnego produktu kulturalnego	103
5.2. Mechanizm adaptacji i konsumenci terytorialnego produktu kulturalnego	107
5.3. Translokalny klaster kultury	115
5.4. Marketingowa strategia rozwoju terytorialnego produktu kulturalnego	118
 Rozdział 6. Terytorialny produkt kulturalny w świetle badań ankietowych Polaków	123
6.1. Komponenty życia kulturalnego w gminie	123
6.2. Kanały informacji o wydarzeniach kulturalnych w gminie	132
6.3. Oferta kulturalna gminy i jej odbiór przez mieszkańców	136
6.4. Mocne i słabe strony oferty kulturalnej gminy	146
6.5. Obszary traktowane przez władze gminy w sposób priorytetowy	150
 Załączniki	
Załącznik 1. Wzór kwestionariusza ankiety	153
Załącznik 2. Charakterystyka próby badawczej	164
 Bibliografia	171
Spis rycin i tabel	183
Streszczenie	189
Summary	190