

## **Spis treści**

### **Od AUTORÓW**

#### **I. PROMOCJA W TURYSTYCE**

Rola marketingu w gospodarce turystycznej  
Trendy i tendencje w turystyce XXI wieku  
Segmentacja rynku  
Metody oceny produktu turystycznego  
Promocja - cechy i zadania  
Podstawowe instrumenty promocji  
Wybrane środki promocji  
Organizacja promocji miejsca docelowego  
Strategie marketingowe miejsca docelowego  
Ocena skuteczności i efektywności promocji

#### **II. INFORMACJA TURYSTYCZNA**

Pojęcie informacji, jej cechy i skuteczność  
Kształtowanie się systemu informacji turystycznej w Polsce, ewolucja rozwiązań organizacyjnych  
Tworzenie systemu informacji turystycznej w Polsce po 2000 roku  
Informacja turystyczna w Europie  
Organizacja pracy centrum i punktu "it"  
Zasady oznakowania turystycznego miast, regionów i szlaków turystycznych  
Wykorzystanie programów komputerowych i internetu w informacji turystycznej

#### **BIBLIOGRAFIA**

#### **ANEKS**

Zasady uczestnictwa w polskich stoiskach narodowych organizowanych na międzynarodowych targach turystycznych i przemysłu kongresowego (z wyłączeniem targów ITB w Berlinie)  
Wzór ankiety  
Formularz zamówienia na usługi targowe  
Przykładowy opis standaryzacji wydawnictwa POT