

Spis treści

Wstęp

Rozdział 1

Turystyka jako droga do kultury fizycznej

- 1.1 Kultura fizyczna – źródło doświadczeń turystycznych i podróżniczych
- 1.2 Aktywność turystyczna a kwestia uczestnictwa w kulturze fizycznej
- 1.3 Rodzaje i formy uczestnictwa w turystyce nasyconej kulturą fizyczną
- 1.4 Konsumpcja związana z kulturą fizyczną w ramach aktywności turystycznej
- 1.5 Miejsce kultury fizycznej we współczesnej konsumpcji dóbr i usług turystycznych

Rozdział 2

Zaspokajanie potrzeb i pragnień turysty związanych z kulturą fizyczną. Wybór i wartościowanie dostępnych alternatyw

- 2.1 Pojęcie wartości w badaniach turystyki jako przedmiot zainteresowania nauk ekonomicznych
- 2.2 Ekonomiczne aspekty konsumpcji turystycznej – problem wyboru i jego racjonalności
- 2.3 Istota i struktura produktu turystycznego
- 2.4 Ocena wartości produktu turystycznego z perspektywy konsumenta
- 2.5 Kultura fizyczna jako czynnik generujący wartość produktu turystycznego

Rozdział 3

Koncepcja i projekt badań konsumenckich postaw i preferencji wobec produktów turystycznych wzbogaconych kulturą fizyczną

- 3.1 Kontekstowość badań w sferze kultury a kwestia ocen konsumenckich
- 3.2 Produkt turystyczny jako obiekt badań
- 3.3 Metody badania postaw i preferencji konsumentów
- 3.4 Conjoint analysis – podstawy, procedura, zastosowania
- 3.5 Scenariusz badań własnych

Rozdział 4

Podstawy i preferencje konsumentów imprez turystycznych wzbogaconych kulturą fizyczną (na przykładzie populacji studentów krakowskich szkół wyższych)

- 4.1 Studenci jako środowisko opiniotwórcze w kwestii uprawiania turystyki
- 4.2 Charakterystyka demograficzna i społeczno -ekonomiczna studentów
- 4.3 Postawy studentów względem kultury fizycznej
- 4.4 Aktywność turystyczna studentów
- 4.5 Preferencje studentów wobec imprez turystycznych wzbogaconych kulturą fizyczną
- 4.6 Odpowiedzi na pytania badawcze i weryfikacja hipotez

Rozdział 5

Upowszechnianie kultury fizycznej poprzez kreowanie i promowanie produktów turystycznych w świetle wyników badań

- 5.1 Znaczenie rynku produktów turystycznych dla upowszechniania kultury fizycznej
- 5.2 Możliwości kreowania produktów turystycznych wzbogaconych kulturą fizyczną
- 5.3 Marketing w sferze turystyki nasyconej kulturą fizyczną – postulowany zakres działań

Zakończenie

Bibliografia

Pozycje książkowe i artykuły

Akty normatywne

Raporty z badań

Dokumenty planistyczne

Strony internetowe

Wykazy rysunków , tabel i wykresów

Załącznik 1. Kwestionariusz badawczy wykorzystany w badaniu właściwym

Załącznik 2. Szczegółowa Zmieniona Klasyfikacja Dziedzin Nauki i Techniki