

SPIS TREŚCI

Wprowadzenie

Rozdział I.

Turystyka jako zjawisko społeczno-ekonomiczne

1. Natura zjawiska
2. Powstanie popytu i jego przedmiot
3. Działalność gospodarcza odpowiadająca na popyt
4. Turystyka jako sfera życia społeczno-gospodarczego
5. Turystyka i turysta - ujęcie formalne

Rozdział II.

Popyt turystyczny

1. Czynniki wyznaczające popyt turystyczny
 - 1.1. Czas wolny
 - 1.2. Czynniki demograficzne
 - 1.3. Inne czynniki cywilizacyjne
 - 1.4. Czynniki ekonomiczne
 - 1.4.1. Dochody
 - 1.4.2. Ceny
 - 1.4.3. Czynniki podażowe
2. Zakres przedmiotowy popytu turystycznego
3. Cechy popytu turystycznego

Rozdział III.

Podaż turystyczna

1. Produkt turystyczny
2. Cechy podaży turystycznej (produktu turystycznego)
3. Pojęcie gospodarki turystycznej
4. Przedsiębiorstwo turystyczne i jego najważniejsze typy

Rozdział IV.

Funkcjonowanie przedsiębiorstw turystycznych - przedsiębiorstwa hotelarskie

1. Pojęcie hotelarstwa, jego funkcje w zaspokojeniu potrzeb ruchu turystycznego oraz rodzaje bazy noclegowej dla turystyki
2. Miejsce hoteli w bazie noclegowej turystyki
3. Cechy hotelu ważne z punktu widzenia jego funkcji w obsłudze ruchu turystycznego
4. Typy hoteli

5. Produkt hotelu. Rodzaje działalności usługowej
6. Struktura funkcjonalno-użytkowa hotelu
7. Kapitał ludzki i praca w hotelu
8. Podstawowe tendencje rozwoju współczesnego hotelarstwa
 - 8.1. Kształtowanie programu usługowego hotelu
 - 8.2. Stosowanie zasad zrównoważonego rozwoju w hotelach
 - 8.3. Tworzenie form powiązań poziomych w obrębie sektora hoteli
9. Mikroekonomia hotelu - zagadnienia wybrane
 - 9.1. Mierniki działalności hotelu
 - 9.2. Inwestycje w hotelarstwie
 - 9.3. Koszty w hotelarstwie
 - 9.4. Rentowność usług noclegowych w obiektach hotelarskich
 - 9.5. Maksymalizacja funkcji celu producenta usług noclegowych a popyt na jego usługi
10. Organizacje branżowe w hotelarstwie w Polsce
11. Międzynarodowe organizacje działające w sektorze hotelarstwa i gastronomii
12. Rynek hotelarski w Polsce i w Europie

Rozdział V.

Funkcjonowanie przedsiębiorstw turystycznych - biura podróży

1. Pojęcie biura podróży i najważniejsze typy
2. Klasyfikacja biur podróży
3. Przedmiot działalności pośredniczej i organizatorskiej
 - 3.1. Usługi w zakresie pośrednictwa
 - 3.2. Produkt touroperatora
4. Struktura instytucjonalna rynku turystycznego i główne układy wzajemnych kontaktów między podmiotami
 - 4.1. Współpraca pomiędzy touroperatorami a producentami usług cząstkowych
 - 4.2. Współpraca pomiędzy touroperatorami w obsłudze podróży międzynarodowych
 - 4.3. Współpraca touroperatorów z detalicznymi agentami podróży
 - 4.4. Współpraca detalicznych agentów podróży z producentami usług cząstkowych
 - 4.5. Współpraca touroperatorów, agentów detalicznych i producentów usług cząstkowych z klientem zbiorowym
 - 4.6. Współpraca z klientem indywidualnym
5. Technika działalności biura podróży
 - 5.1. Technika działalności detalicznego agenta podróży
 - 5.2. Technika działalności touroperatora
6. Ekonomia touroperatora
 - 6.1. Przychód ze sprzedaży i koszty touroperatora
 - 6.2. Kalkulacja cen, kosztów i zysku a formy współpracy touroperatora z dostawcami usług cząstkowych
 - 6.3. Ryzyko kursowe dla touroperatora
 - 6.4. Podsumowanie zagadnień ekonomiki touroperatora
7. Ekonomia detalisty
8. Tendencje historyczne i cechy współczesnego rynku biur podróży
 - 8.1. Procesy historyczne
 - 8.2. Cechy współczesnego rynku biur podróży
 - 8.3. Cechy współczesnego rynku sprzedaży produktów turystycznych
 - 8.4. Rynek biur podróży w Polsce

- 8.5. Samorząd gospodarczy turystyki w Polsce
- 8.6. Międzynarodowe organizacje działające w sektorze touroperatorów i agencji podróży

Rozdział VI.

Ekonomiczne funkcje turystyki

- 1. Wpływ turystyki na rozwój gospodarczy obszaru recepcji
- 2. Wpływ turystyki na zatrudnienie, dochody ludności i jakość życia
- 3. Wpływ turystyki na dochody budżetu państwa
- 4. Wpływ turystyki na aktywizację obszarów słabo rozwiniętych gospodarczo
- 5. Ekonomiczne znaczenie turystyki zagranicznej dla kraju
 - 5.1. Bilans korzyści i kosztów obsługi turystyki zagranicznej dla kraju recepcji
 - 5.2. Zagraniczna turystyka przyjazdowa jako forma eksportu
 - 5.3. Turystyka jako element obrotów gospodarczych kraju z zagranicą

Rozdział VII.

Turystyka międzynarodowa

- 1. Międzynarodowy ruch turystyczny - jego rozwój i struktura przestrzenna
 - 1.1. Turystyka przyjazdowa - regiony
 - 1.2. Kraje świata przyjmujące najwięcej turystów
 - 1.3. Turystyka wyjazdowa - regiony
- 2. Wpływy z turystyki zagranicznej i wydatki na turystykę zagraniczną
 - 2.1. Wpływy
 - 2.2. Wydatki na zagraniczną turystykę wyjazdową
- 3. Inne wskaźniki opisujące ekonomiczne znaczenie turystyki międzynarodowej
- 4. Zagraniczna turystyka przyjazdowa w Polsce

Bibliografia