

Marketing mix na przykładzie biur podróży.

Wstęp.....3

Rozdział I.

Istota marketingu w turystyce

1. Pojęcie i rozwój marketingu turystycznego. 4
2. Klasyfikacja i funkcje turystyki. 11

Rozdział II.

Biura podróży jako przedsiębiorstwa turystyczne

1. Podmioty przedsiębiorstwa turystycznego..... 25
2. Marketing turystyczny w biurach podróży..... 38

Rozdział III.

Oferta produktu turystycznego w wybranych biurach podróży

1. Charakterystyka wybranych biur podróży w województwie xyz53
2. Prezentacja oferty produktowej analizowanych biur turystycznych w województwie xyz 66

Zakończenie 85

Bibliografia86

Spis rysunków 89