

Marketingowe zarządzanie przedsiębiorstwem turystycznym

Wstęp.....4

Rozdział 1

Główne problemy teoretyczne i praktyczne pracy

1.1 Marketing i zarządzanie..... 6

1.2 Pojęcie i definicje przedsiębiorstwa turystycznego20

1.3 Rola outsourcingu w funkcjonowaniu turystycznego przedsiębiorstwa..... 33

1.4 Zarządzanie jakością usług turystycznych37

Rozdział 2

Założenia Metodologiczne i Organizacja Badań Własnych

2.1 Przedmiot i cel badań oraz problemy badawcze43

2.2 Metody monitoringu rynku..... 48

2.3 Metody analizy i selekcji danych..... 53

2.4 Problemy rozwoju i sposoby decyzji tych problemów59

Rozdział 3

Analiza sytuacji finansowej firmy

3.1 Wywiad przeprowadzony z kierownictwem firmy –zastępca dyrektora ds. handlowych..... 63

3.2 Wywiad z pracownikiem firmy – przedstawicielem działu marketingu i sprzedaży.....64

3.3 Analiza strony internetowej firmy72

3.4 Analiza konkurencji lokalnej..... 74

Zakończenie.....	76
Bibliografia	80
Załączniki.....	85