

Turystyka a istota marketingu usług hotelarskich

Wstęp..... 3

Rozdział I

Charakterystyka marketingu usług turystycznych

1.1. Turystyka obszarem działalności marketingowej..... 5

1.2. Charakterystyka usług turystycznych, pojęcia i definicje..... 16

1.3. Istota i koncepcja marketingu usług w literaturze przedmiotu..... 20

Rozdział 2

Działania marketingowe w firmie usługowej zorientowanej na klienta

2.1. Orientacje marketingowe w przedsiębiorstwie turystycznym..... 24

2.2. Plan marketingowy w działalności turystycznej..... 27

2.3. Zachowanie klienta na rynku usług turystycznych..... 32

Rozdział 3

Marketing usług hotelarskich

3.1. Prezentacja hotelu Sofitel Grand Sopot..... 35

3.2. Potrzeby człowieka a produkty oferowane w hotelu Sofitel Grand Sopot..... 38

3.3. Znaczenie opinii klienta..... 46

Zakończenie..... 53

Bibliografia.....	55
Spis rycin.....	57
Spis tabel.....	58