

Walory turystyczne Rzeszowa i okolic, w kontekście tworzenia w przyszłości produktów turystycznych.

Rozdział I

Znaczenie gospodarcze produktu w rozwoju turystyki

1.1. Podstawowa terminologia turystyczna.....	5
1.1.1. Definicje turystyki.....	5
1.1.2. Podział oraz funkcje turystyki.....	6
1.2. Istota produktu turystycznego, jako element rynku.....	11
1.2.1. Produkt turystyczny, a dobra turystyczne	11
1.2.2. Marketingowa koncepcja produktu turystycznego	14
1.3. Produkt w systemie planowania marketingowego	16
1.3.1. Etapy powstawania produktu	16
1.3.2. Twórcy produktów turystycznych	16
1.4. Wybrane produkty turystyczne w Polsce	18
1.4.1. Opis istniejących produktów turystycznych	18

Rozdział II

Produkty turystyczne związane z ziemią rzeszowska

2.1. Walory turystyczne jako elementy produktu turystycznego.....	22
2.1.1. Walory naturalne.....	22
2.1.2. Walory antropogeniczne.....	28
2.1.3. Imprezy Kulturalne.....	33
2.2. Charakterystyka istniejących produktów powiatu rzeszowskiego.....	41
2.3. Produkty turystyczne tworzone w ramach programu „Turystyka Wspólna sprawa”.....	46

Rozdział III

Wizja produktów turystycznych w przyszłości

3.1. Perspektywy tworzenia nowych produktów turystycznych w przyszłości..... 48

3.1.1. Regionalny program operacyjny województwa podkarpackiego na lata 2007-2013..... 48

3.1.2. Strategia rozwoju województwa podkarpackiego na lata 2007-2020..... 49

3.2 Ruch turystyczny w latach 2002-2006..... 51

3.2.1. Udzielone miejsca noclegowe ogółem w latach 2002-2006..... 51

3.2.2. Miejsca noclegowe udzielone w hotelach w latach 2002-2006..... 52

3.2.3. Miejsca noclegowe udzielone na polach biwakowych w latach 2002-2006..... 53

3.2.4. Miejsca noclegowe udzielone w ośrodkach wypoczynkowo-szkoleniowych w latach 2002-2006..... 54

Bibliografia57

Spis rysunków59

Spis tabel60

Strony internetowe:61