

# **Zarządzanie przedsiębiorstwem turystycznym na przykładzie XYZ.**

Wstęp.....5

## **Rozdział I.**

Podstawy zarządzania i marketingu w przedsiębiorstwach turystycznych.

1. Geneza, istota i funkcje zarządzania .....7
2. Struktura organizacji i jej relacje z otoczeniem..... 25
3. Nowoczesne metody zarządzania w przedsiębiorstwach turystycznych..... 27
4. Marketing w działalności firmy turystycznej.....31
5. Produkt turystyczny i jego struktura.....36
6. Promocja jako narzędzie marketingu..... 38

## **Rozdział II.**

**Charakterystyka biuro podróży XYZ**

1. Charakterystyka przedsiębiorstwa turystycznego.....42
2. Opis działalności XYZ.....43
3. Misja i cele.....45
4. Rynek turystyczny w Polsce i obsługiwane segmenty.....45

## **Rozdział III.**

**Reklama w działalności XYZ w sezonie 2006/2007**

1. Zarządzanie zasobami ludzkimi.....49
  - 1.I Planowanie zatrudnienia .....49
  - 1.II Rozwój potencjału pracy .....51
  - 1.III System motywacji.....52
2. Zarządzanie potencjałem finansowym..... 54

|                                     |    |
|-------------------------------------|----|
| 3. Zarządzanie marketingowe .....   | 54 |
| 3.I Katalogi i broszury .....       | 54 |
| 3.II Strona www .....               | 57 |
| 3.III Targi .....                   | 63 |
| 3.IV Reklama prasowa i outdoor..... | 66 |

|                           |           |
|---------------------------|-----------|
| <b>Podsumowanie.....</b>  | <b>71</b> |
| <b>Bibliografia.....</b>  | <b>72</b> |
| <b>Spis wykresów.....</b> | <b>74</b> |
| <b>Spis tabel .....</b>   | <b>74</b> |
| <b>Spis rysunków.....</b> | <b>74</b> |