



Akademia Wychowania Fizycznego i Sportu w Gdańsku

Katedra: Zarządzania Turystyką i Rekreacją

Zakład: Hotelarstwa



Produkt turystyczny

Osoby prowadzące przedmiot:

1. Julia Ziółkowska, juliag@awf.gda.pl

Pojęcie marki produktu turystycznego

- Marka produktu turystycznego – definicje
- Elementy marki produktu turystycznego
- Kompleksowe kreowanie marki produktu turystycznego na przykładzie Szlaku Zabytków Techniki oraz Singapore Airlines

Specyfika marki produktu turystycznego

- Promocja produktu turystycznego a marka produktu
- Identyfikacja produktu turystycznego poprzez markę

Produkty turystyczne, pakiety turystyczne a formy turystyki

- Produkty turystyczne charakterystyczne dla wybranych form turystyki:
 - Turystyka poznawcza
 - Turystyka wypoczynkowa
 - Turystyka biznesowa
 - Eko-turystyka



Markowe produkty turystyczne a rozwój społeczno-gospodarczy kraju i regionu

- Markowe produkty turystyczne Polski i województwa pomorskiego oparte na walorach kulturowych i przyrodniczych
- Wpływ markowych produktów turystycznych na rozwój regionu na wybranym przykładzie

Czynnik ludzki i obsługa klienta w tworzeniu marki produktu turystycznego

- Znaczenie personelu w kreowaniu jakości produktu turystycznego
- Usługowy łańcuch korzyści a jakość produktu turystycznego



Rozwój produktów markowych w turystyce uzdrowiskowej w Polsce

- Rozwój produktów turystyki uzdrowiskowej w Polsce po 1989r.
- Wybrane markowe produkty turystyki uzdrowiskowej w Polsce i ich ewolucja

Turystyka kulturowa jako obszar kształtowania produktów markowych

- Markowe produkty turystyczne turystyki kulturowej
- Szczególne cechy turystyki kulturowej wpływające na tworzenie markowych produktów turystycznych

Turystyka aktywna i jej produkty w Polsce

- Rozwój produktów turystyki aktywnej w Polsce
- Przykładowe produkty turystyczne turystyki aktywnej w Polsce

Wybrane Produkty markowe Europy i świata

- Dolina Loary (Francja)
- Dolina Douro oraz produkty turystyki winiarskiej w Portugalii
- Szlak pielgrzymkowy Santiago de Compostella (część hiszpańska)
- Ajutthaja (Tajlandia)

Tanie linie lotnicze i ich wpływ na kształtowanie nowych produktów turystycznych

- Połączenia oferowane przez tanie linie lotnicze a nowe produkty turystyki wyjazdowej
- Kompleksowe produkty turystyczne tanich linii lotniczych



Bibliografia

- Marciszewska B. (2010) Produkt turystyczny a ekonomia doświadczeń. Warszawa: Wydawnictwo C.H. Beck.
- Kaczmarek J., Stasiak A., Włodarczyk B. Produkt turystyczny. Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa, 2005
- Rapacz A.- red. (2007) Gospodarka turystyczna w regionie. Jelenia Góra : Jaremen Press.
- Panasiuk A. (2005) Markowe produkty turystyczne. Szczecin: Wyd. Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego.
- Pat Yale (2001) Działalność touroperatora. Warszawa: Wydawnictwo Wiedza i Życie