

PRACE NAUKOWE

Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu

RESEARCH PAPERS

of Wrocław University of Economics

Marketing turystyczny

PRACE NAUKOWE

Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu

RESEARCH PAPERS

of Wrocław University of Economics

Nr 535



Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu
Wrocław 2018

Redakcja wydawnicza: Barbara Majewska
Redakcja techniczna: Barbara Łopusiewicz
Korekta: Barbara Cibis
Łamanie: Małgorzata Myszkowska
Projekt okładki: Beata Dębska

Informacje o naborze artykułów i zasadach recenzowania
znajdują się na stronach internetowych
www.pracnaukowe.ue.wroc.pl
www.wydawnictwo.ue.wroc.pl

Publikacja udostępniona na licencji Creative Commons
Uznanie autorstwa-Użycie niekomercyjne-Bez utworów zależnych 3.0 Polska
(CC BY-NC-ND 3.0 PL)



ISSN 1899-3192
e-ISSN 2392-0041

Wersja pierwotna: publikacja drukowana

Zamówienia na opublikowane prace należy składać na adres:
Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu
ul. Komandorska 118/120, 53-345 Wrocław
tel. 71 36 80 602; e-mail: econbook@ue.wroc.pl
www.ksiegarnia.ue.wroc.pl; ksiegarnienaukowe.pl

Druk i oprawa: TOTEM

Spis treści

Wstęp	7
Teresa Brzezińska-Wójcik: Marka „Roztocze – Witalność z natury” jako identyfikator walorów przyrody ożywionej regionu w hasłach marketingowych i produktach turystycznych / “Roztocze – Witalność z natury” brand as an indicator of the biotic assets of the region in marketing slogans and tourism products.....	9
Krzysztof Cieślowski: Segmentacja uczestników spotkań konferencyjnych jako podmiotów rynku turystyki biznesowej / Segmentation of conference meetings participants as players of the business tourism market	26
Maciej Dębski, Hanna Górska-Warsewicz: Rodzinny charakter mikroprzedsiębiorstw świadczących usługi noclegowe jako element zarządzania relacjami z klientem – perspektywa konsumentcka / Family character of micro businesses providing lodging services as an element of managing customer relations – consumer’s perspective	36
Sebastian Dudziak: Całoroczne pakiety pobytowe jako produkt hotelarski. Przegląd ofert polskich obiektów nadmorskich / Year-round stay packages as a hotel product. An overview of Polish seaside hotel offers	49
Zbigniew Głębiński, Tomasz Duda, Daniel Szostak: Świadomość lokalna mieszkańców jako czynnik rozwoju turystyki na przykładzie gminy Karlino / Local awareness of inhabitants as a factor of tourism development on the example of Karlino municipality	59
Ewa Hącia, Aleksandra Łapko: Ocena stron internetowych wybranych polskich portów jachtowych / Evaluation of websites of selected Polish yacht ports	72
Karolina Korbiel: Grupy na Facebooku jako źródło informacji turystycznej / Facebook groups as a source of tourism information	81
Renata Krukowska, Iwona Ewa Haponiuk: Bariery prawne w zarządzaniu marketingiem terytorialnym w miastach / Legal barriers in city’s tourism promotion management	90
Nazar Kudła: Marketingowe aspekty oferty tematycznych obiektów gastronomicznych na przykładzie Lwowa / Marketing aspects of thematic gastronomic objects offer on the example of Lviv	101
Anna K. Mazurek-Kusiak: Popyt a komunikacja marketingowa na rynku biur podróży / Demand vs. marketing communication on the travel agency market	111

Izabela Michalska-Dudek, Andrzej Rapacz, Piotr Gryszel: Implementacja systemów wspomagających zarządzanie relacjami z klientem klasy CRM w praktyce funkcjonowania biur podróży w Polsce – dekada doświadczeń / Implementation of systems supporting Customer Relationship Management (CRM) in the practice of travel agencies in Poland – decades of experiences	120
Agnieszka Niezgoda, Matylda Awedyk: Planowanie elastyczne a rozwój zrównoważony w turystyce – istota, cele i możliwości wdrożenia / Resilience planning vs. sustainable development in tourism – essence, objectives and possibilities of implementation.....	133
Paweł Piotrowski: Promocja wydarzeń przez miasta w serwisie społecznościowym – próba uogólnienia na przykładzie miast przemysłowych województwa śląskiego i serwisu Facebook / Events promotion by cities in social media service – an attempt to generalization based on example of postindustrial cities of Silesia region and Facebook.....	143
Renata Przeorek: Produkty gospodarstw agroturystycznych / The product of agritourism farms.....	152
Michał Roman, Monika Wojcieszak: Znaczenie social farmingu w wybranych krajach Unii Europejskiej jako przykład przedsiębiorczości w turystyce na obszarach wiejskich / The importance of social farming in selected European Union countries as an example of entrepreneurship in tourism in rural areas	161
Ewa Skowronek, Izabela Krzyżanek: Atrakcyjność oferty turystyki zdrowotnej Uzdrowiska Kołobrzeg SA w ocenie niemieckich kuracjuszy / German visitors' attractiveness assessment of the health tourism offer by the Kołobrzeg Health Resort and Spa S.A.....	172
Monika Świątkowska, Ewa Świstak, Dagmara Stangierska, Małgorzata Kotermańska: Wpływ zakresu usług dodatkowych, świadczonych przez hotele butikowe, na ich ocenę przez gości / Effect of the scope of additional services provided by boutique hotels on their assessment by guests....	186
Iwona Wilk: Działalność marketingowa gospodarstw ekoagroturystycznych w Polsce / Marketing activities of eco-agritourism farms in Poland.....	195
Kamila Ziółkowska-Weiss, Michał Żemła: Propozycja metody pomiaru postrzeganej atrakcyjności turystycznej państw Grupy Wyszehradzkiej / Suggestion of the method of measurement of perceived tourist attractiveness of Visegrad Group countries	205