

MARKETING W TURYSTYCE

1. Analiza pięciu strategii regionalnych województw Polski Wschodniej i problemów stykowych pomiędzy województwami Polski Wschodniej z innymi regionami
2. Analiza wyników badań wizerunku Polski i postrzegania polskiej marki na świecie
3. Badanie strat budżetu państwa wynikających z istnienia szarej strefy w turystyce
4. Biura podróży w Internecie 2012
5. Charakterystyka i ocena stanu faktycznego zatrudnienia pracowników sezonowych w turystyce 2007
6. Ekonomiczne uwarunkowania rozwoju usług turystycznych w Polsce
7. Finansowanie tworzenia i rozwoju przedsiębiorstw turystycznych ze środków UE - praktyczny przewodnik
8. Instytucje otoczenia sektora turystyki i ich skuteczność w walce z szarą strefą na rynku usług turystycznych
9. Instytucje otoczenia sektora turystyki
10. Kierunki rozwoju turystyki do 2015 roku
11. Kodeks Dobrej Praktyki Zarządzania w organizacjach turystycznych
12. Lista produktów turystycznych województwa małopolskiego
13. Losy absolwentów szkół średnich i wyższych kształcących kadry dla turystyki
14. Marketingowa strategia Polski w sektorze turystyki na lata 2008-2015 (dodatkowo załączniki do raportu)
15. Marketingowa strategia Polski w sektorze turystyki na lata 2012-2020
16. Metodologia badań szarej strefy na rynku usług turystycznych
17. Metodologia MysteryCheck na przykładzie pilotażowego projektu w regionach Łódzkim, Małopolskim i Warmińsko-Mazurskim
18. O ochronie przed ryzykiem w turystyce
19. Oferty katalogowe polskiego produktu turystycznego na ukraińskim rynku
20. Potencjał i gradacja wartości produktów turystycznych województw
21. Praktyczne oblicze zarządzania i promocji turystyki w Polsce
22. Prognoza podstawowych wskaźników społeczno-ekonomicznych dla Polski Wschodniej
23. Program rozwoju produktów turystycznych województwa pomorskiego na lata 2008-2013
24. Program rozwoju turystyki i rekreacji dla powiatu wodzisławskiego na lata 2006-2013
25. Projekt założeń prac badawczych dotyczących potrzeb doskonalenia zawodowego i szkolenia kadr dla turystyki
26. Przedsiębiorstwa sektora usług turystycznych jako podatnicy
27. Rachunek satelitarny turystyki dla Polski 2003-2004
28. Rachunek satelitarny turystyki dla Polski 2008
29. Raport o stanie gospodarki turystycznej w latach 2001-2003
30. Raport o stanie gospodarki turystycznej w latach 2004-2006
31. Raport o stanie marketingu miejsc w regionach i miastach Polski cz.1
32. Raport o stanie marketingu miejsc w regionach i miastach Polski cz.2
33. Raport o stanie turystyki w latach 1998-2000
34. Regionalne badania konsumentów usług turystycznych
35. Rozwój ekonomiczny ośrodków powiatowych Polski Wschodniej
36. Rozwój struktur klastrowych w Polsce Wschodniej RAPORT (dodatkowo załącznik do raportu)

37. Sezonowe zatrudnienie w przedsiębiorstwach sektora usług turystycznych
38. Społeczeństwo Informacyjne i Gospodarka Oparta na Wiedzy w Polsce Wschodniej. Cyfrowa Polska dla każdego w Polsce Wschodniej
39. Strategia rozwoju turystyki dla Powiatu Gnieźnieńskiego z ujęciem produktów turystycznych
40. Strategia rozwoju turystyki na lata 2008-2015
41. Strategiczna analiza stanu spójności ekonomicznej i społecznej przeprowadzona na poziomie obszarów NUTS4 i NUTS5
42. Strategiczne kierunki rozwoju Polski Wschodniej
43. Wakacje 2008 – wyjazdy wakacyjne i praca zarobkowa dzieci i młodzieży szkolnej
44. Warunki rozwoju Polski Wschodniej w perspektywie 2020. Kapitał ludzki, kapitał społeczny a wyzwania rynku pracy na obszarach Polski Wschodniej
45. Wykorzystanie instrumentów public relations w kształtowaniu wizerunku regionu turystycznego