

Internetowa promocja usług hotelarskich

Wstęp4

Rozdział 1.

Podstawowe pojęcia, promocja i Internet w hotelarstwie

1.1. Podstawowe terminy związane z turystyką i hotelarstwem6

1.2. Charakterystyka rynku usług hotelarskich9

1.3. Marketing w hotelarstwie. Internet jako narzędzie promocji usług hotelarskich17

Rozdział 2.

Rynek hoteli sieciowych w Polsce. Początki hotelarstwa. Opis promocji usług

2.1. Historia i rozwój hotelarstwa w Polsce i na świecie25

2.2. Rola Internetu w kształtowaniu wizerunku hotelu. Promocja usług hotelarskich na wielu płaszczyznach..... 29

Rozdział 3.

Promocja wykorzystywana przez hotele w świetle badań bezpośrednich

3.1. Cel badania i hipotezy badawcze. Założenia badawcze38

3.2. Ocena efektów promocji internetowej. Wyniki ankiety „Internetowa promocja usług noclegowych39

Wnioski.....	53
Zakończenie	54
Bibliografia.....	54
Spis rysunków.....	59
Inne	60
Spis rysunków	58
Spis tabel	59
Spis załączników.....	60