

Wstęp	7
Rozdział 1. Teoretyczne aspekty orientacji marketingowej	13
1.1. Wprowadzenie do marketingu	13
1.2. Geneza i istota orientacji marketingowej	20
1.3. Ilościowe metody pomiaru orientacji marketingowej	30
1.4. Jakościowe metody badania orientacji marketingowej	40
Rozdział 2. Touroperatorzy na rynku usług turystycznych	49
2.1. Rynek usług turystycznych	49
2.2. Touroperator jako podmiot rynku turystycznego	55
2.3. Popyt na usługi organizacji turystyki i pośrednictwa sprzedaży usług turystycznych	61
2.4. Podaż usług organizacji turystyki i pośrednictwa sprzedaży usług turystycznych	65
2.5. Orientacja marketingowa na rynku tourooperatorskim	73
Rozdział 3. Płaszczyzny regulacji rynku tourooperatorskiego	83
3.1. Przesłanki regulacji rynku	83
3.2. Regulacje ogólne rynku	91
3.3. Regulacje rynku turystycznego	99
3.4. Regulacje specyficzne na rynku tourooperatorskim	106

Rozdział 4. System regulacji rynku touroperatorского w wybranych krajach europejskich	113
4.1. Poziom regulacji ogólnych w krajach objętych badaniem	113
4.2. Zakres regulacji działalności touroperatorów	116
4.3. Metodyka badań poziomu regulacji specyficznych rynku touroperatorского.....	119
4.4. Ocena poziomu regulacji specyficznych rynku touroperatorского w analizowanych krajach.....	122
Rozdział 5. Koncepcja pomiaru orientacji marketingowej na rynku touroperatorским.....	131
5.1. Założenia koncepcyjno-metodyczne badania orientacji marketingowej touroperatorów	131
5.2. Podstawowe informacje o touroperatorach uczestniczących w badaniu	137
5.3. Badanie poziomu orientacji marketingowej touroperatorów	140
Rozdział 6. Stymulowanie orientacji marketingowej touroperatorów w aspekcie regulacji rynku	147
6.1. Poziom regulacji na rynku touroperatorским a orientacja marketingowa touroperatorów	147
6.1.1. Orientacja marketingowa touroperatorów a regulacje ogólne	147
6.1.2. Orientacja marketingowa touroperatorów a regulacje specyficzne	148
6.2. Implikacje dla orientacji marketingowej touroperatorów wynikające z nowej dyrektywy turystycznej Unii Europejskiej	153
6.3. Kierunki zmian regulacji specyficznych na rynku touroperatorским.....	159
Zakończenie	165
Załączniki	169
Bibliografia.....	179
Spis rysunków, tabel i załączników.....	191