



Słowa-kлючe do wykładu „**Tworzenie produktu turystycznego**”

Dr Marcin Haberla

Wrocław, dnia 14 marca 2016 r.

Potencjał turystyczny – zasób walorów (atrakcji) turystycznych (przyrodniczych i stworzonych przez człowieka), które mogą się stać przedmiotem zainteresowania turystów.

Produkt - w marketingu – każdy obiekt rynkowej wymiany oraz wszystko co może być oferowane na rynku. Produktem może być dobro materialne, usługa, miejsce, organizacja bądź idea.

Produkt turystyczny - wszystko to, co turysta kupuje w trakcie swojej podróży.

Promocja - oddziaływanie na nabywcę w celu skłonienia go do postępowania zgodnego z intencjami nadawcy.

Turysta - osoba przybywająca do kraju nie będącego miejscem stałego zamieszkania w jakimkolwiek celu za wyjątkiem odpłatnego wykonywania zawodu.

Turystyka - ogół czynności osób podróżujących i przebywających stale w miejscach znajdujących się poza ich zwykłym otoczeniem, przez okres nieprzekraczający 12 miesięcy, w celach wypoczynkowych, służbowych lub innych.

Obszar recepcji turystycznej – region, miejsce lub miejscowość, do której kierują się strumienie turystów ze względu na wysoki poziom jego atrakcyjności turystycznej.

Promocja turystyczna – kompozycja różnorodnych sposobów komunikowania się z klientem.