



PROPOZYCJE TEMATÓW BADAWCZYCH Polskiej Organizacji Turystycznej

Produkt turystyczny

1. Rozwój produktów turystycznych oraz powiązanych z nimi ofert turystycznych pod kątem infrastrukturalnym, instytucjonalnym, marketingowym na przykładzie certyfikowanych produktów turystycznych Polskiej Organizacji Turystycznej (kontakt: Jacek Janowski)
2. Uwarunkowania rozwoju turystyki uzdrowiskowej w rozwoju gospodarczo-społecznym polskich regionów jako elementu polskiej oferty turystycznej. (kontakt: Sebastian Niewiadomski)
3. Uwarunkowania rozwoju turystyki wodnej w rozwoju gospodarczo-społecznym polskich regionów jako elementu polskiej oferty turystycznej. (kontakt: Sebastian Niewiadomski)
4. Uwarunkowania rozwoju turystyki rowerowej w rozwoju gospodarczo-społecznym polskich regionów jako elementu polskiej oferty turystycznej. (kontakt: Sebastian Niewiadomski)
5. Uwarunkowania rozwoju turystyki kulturowej w rozwoju gospodarczo-społecznym polskich regionów jako elementu polskiej oferty turystycznej. (kontakt: Sebastian Niewiadomski)
6. Uwarunkowania rozwoju turystyki wydarzeń i imprez w rozwoju gospodarczo-społecznym polskich regionów jako elementu polskiej oferty turystycznej. (kontakt: Sebastian Niewiadomski)
7. Uwarunkowania i perspektywy rozwoju produktów niszowych (np. geologiczna, kolejowa, przyrodnicza, historyczna i in.) jako elementu wspomagającego tworzenie wizerunku Polski i polskiej oferty turystycznej przez produkty wiodące (kontakt: Marek Tobiasz / Małgorzata Barecka).

Promocja – rozwiązania systemowe i narzędzia

8. Rola regionalnych i lokalnych organizacji turystycznych w promocji i rozwoju polskiej turystyki - diagnoza stanu obecnego i perspektywy rozwoju. (kontakt: Sebastian Niewiadomski)

9. Uwarunkowania i skuteczność współczesnych rozwiązań integrujących w zakresie turystyki (np. klastry, konsorcja, grona i in.) na rzecz zwiększenia udziału gospodarki turystycznej w rozwoju lokalnym i regionalnym.
10. Efektywność funkcjonowania Narodowych Organizacji Turystycznych w Europie. (kontakt: Sebastian Niewiadomski)
11. Rozwój turystyki transgranicznej a działalność Euroregionów na rozwój i promocję turystyki w Polsce (kontakt: Sebastian Niewiadomski)
12. Rola targów turystycznych a innych narzędzi promocyjnych (np. nowych technologii) w promocji turystyki (kontakt: Sebastian Niewiadomski)
13. Kompleksowa ocena zrównoważonego rozwoju turystyki na poziomie lokalnym i regionalnym w Polsce w świetle wskaźników zrównoważonego rozwoju proponowanych przez Komisję Europejską w (kontakt: Małgorzata Barecka)
14. Ocena koncepcji destynacji turystycznych w kontekście konkursu Komisji Europejskiej na Najlepsze Europejskie Destynacje - EDEN (kontakt: Małgorzata Barecka)
15. Przegląd polskich regionalnych i lokalnych portali turystycznych oraz portali zagranicznych jako narzędzi promujących wypoczynek w Polsce (kontakt: Agnieszka Tomczyszyn)

Informacja turystyczna

16. Ocena usług informacji turystycznej świadczonych na poziomie lokalnym / regionalnym w na podstawie badań typu Mystery Client (zapytania elektroniczne – w języku polskim i angielskim; ankieta wypełniana na podstawie wizyty bezpośredniej (kontakt: Jacek Idzikowski)
17. Badanie skuteczności informacji turystycznej w Polsce – analiza metodologii badawczych (kontakt: Jacek Idzikowski)
18. Wykorzystanie i efektywność nowych technologii w rozwoju informacji turystycznej w Polsce (kontakt: Jacek Idzikowski)

MICE

19. Geneza i historia powstania przemysłu spotkań w Polsce (kontakt: Krzysztof Celuch)
20. Rozwój turystyki biznesowej w poszczególnych województwach (kontakt: Krzysztof Celuch)
21. Rola i funkcjonowanie Convention Bureau w Polsce (kontakt: Krzysztof Celuch)

22. Rola i funkcjonowanie Convention Bureau na świecie (kontakt: Krzysztof Celuch)
23. Analiza ilościowo – jakościowa spotkań i wydarzeń biznesowych odbywających się w poszczególnych miastach (kontakt: Krzysztof Celuch)
24. Analiza ilościowo – jakościowa spotkań i wydarzeń biznesowych odbywających się w województwie (kontakt: Krzysztof Celuch)