

Spis treści

Wstęp (<i>J. Berbeka</i>)	7
Rozdział 1. Technologie informacyjne i komunikacyjne – wprowadzenie w problematykę (<i>R. Seweryn</i>)	11
1.1. Społeczeństwo informacyjne i jego technologiczny wymiar	11
1.2. Zakres pojęciowy terminu „technologie informacyjno-komunikacyjne”	14
1.3. Rozwój i zalety internetu jako katalizatora rozwiązań TIK	16
1.4. Zmiany na rynku turystycznym wywołane przez technologie informacyjno-komunikacyjne	21
1.5. Rynek zasobów i usług <i>cloud computing</i>	24
Rozdział 2. Rozwiązania informacyjno-komunikacyjne w przedsiębiorstwach turystycznych (<i>M. Rudnicki</i>)	31
2.1. Ewolucja TIK na rynku turystycznym	31
2.2. Rozwiązania stosowane w branży lotniczej	35
2.3. Rozwiązania stosowane w branży hotelowej	46
2.4. Rozwiązania stosowane w branży gastronomicznej	60
2.5. Wybrane narzędzia wsparcia komunikacji w firmie turystycznej	62
Rozdział 3. Znaczenie mediów społecznościowych w turystyce (<i>Z. Borek</i>).....	65
3.1. Istota i znaczenie mediów społecznościowych	65
3.2. Klasyfikacja i demografia mediów społecznościowych	79
3.3. Strategie działania firm w mediach społecznościowych	85
Rozdział 4. Rola technologii mobilnych na rynku turystycznym (<i>A. Niemczyk</i>)	93
4.1. Istota technologii mobilnych	93
4.2. Rynek usług mobilnych w Polsce i na świecie	98
4.3. Aplikacje mobilne wykorzystywane przed i podczas podróży	103

Rozdział 5. Znaczenie rozszerzonej i wirtualnej rzeczywistości w tworzeniu produktów turystycznych (J. Berbeka)	109
5.1. Istota wirtualnej rzeczywistości i jej rodzaje	109
5.2. Kategoria rzeczywistości rozszerzonej	110
5.3. Zastosowanie wirtualnej i rozszerzonej rzeczywistości na rynku turystycznym	112
Rozdział 6. Kraków jako wiodący ośrodek turystyki w Polsce (J. Sala)	117
6.1. Uwarunkowania rozwoju turystyki w Krakowie	117
6.2. Turystyczna baza noclegowa w Krakowie i tendencje jej rozwoju	122
6.3. Rozwój bazy żywieniowej	124
6.4. Zmiany w strukturze bazy transportowej Krakowa w latach 2010–2015	125
6.5. Rozwój infrastruktury paraturystycznej	128
Rozdział 7. Metodyka badań i charakterystyka badanej zbiorowości (K. Lipecki)	131
7.1. Cel oraz problem badawczy	131
7.2. Dobór próby do badań ankietowych i netograficznych	132
7.2.1. Badania ankietowe	132
7.2.2. Badania netograficzne	134
7.3. Charakterystyka badanej zbiorowości	135
Rozdział 8. Wielowymiarowa ewaluacja stron internetowych podmiotów krakowskiego rynku turystycznego (K. Borodako)	141
8.1. Ogólna ocena stron internetowych podmiotów na rynku turystycznym	141
8.2. Wykorzystanie TiK w zakresie treści, czytelności i dostępności witryn internetowych	146
8.3. Wykorzystanie TiK w zakresie mechanizmów nawigacji i jakości technicznej stron internetowych	148
8.4. Wykorzystanie TiK w zakresie reklamy, interaktywności oraz realizacji rezerwacji	150
Rozdział 9. Analiza wykorzystania technologii informacyjnych i komunikacyjnych przez odwiedzających Kraków (J. Berbeka)	153
9.1. Stan posiadania przez badanych urządzeń i oprogramowania z zakresu technologii informacyjnych i komunikacyjnych	153
9.2. Zachowania odwiedzających Kraków w zakresie korzystania z technologii informacyjno-komunikacyjnych na rynku	158
9.3. Ocena podmiotów krakowskiego rynku turystycznego w zakresie stosowanych technologii informacyjnych i komunikacyjnych	169
Zakończenie (K. Borodako)	173
Bibliografia	177
Spis rysunków i tabel	195
Indeks	199