

# **Usługi hotelarskie w Groupon. Produkt. Podmioty. E-dystrybucja**

Przejdź do produktu na [www.ksiegarnia.beck.pl](http://www.ksiegarnia.beck.pl)

# Spis treści

---

---

Wstęp .....	7
<b>Rozdział 1. Usługi hotelarskie oraz obiekty je świadczące</b>	
– egzemplifikacja pojęć .....	13
1.1. Usługa hotelarska jako produkt turystyczny .....	13
1.2. Pojęcie obiektów świadczących usługi hotelarskie .....	30
1.3. Klasyfikacja i kategoryzacja obiektów świadczących usługi hotelarskie .	36
1.3.1. Klasyfikacja obiektów świadczących usługi hotelarskie .....	36
1.3.2. Kategoryzacja obiektów świadczących usługi hotelarskie .....	43
<b>Rozdział 2. Wpływ technologii informacyjnych i komunikacyjnych</b> <b>na wybrane obszary działalności obiektów świadczących usługi hotelarskie</b>	47
2.1. Identyfikacja głównych obszarów wymagających wsparcia o technologie informacyjne i komunikacyjne działalności obiektu świadczącego usługi hotelarskie .....	47
2.2. Rozwiązania systemowe w zakresie zarządzania obiektem świadczącym usługi hotelarskie .....	48
2.3. Współczesne technologie wykorzystywane w komunikacji obiektów świadczących usługi hotelarskie .....	51
2.4. Technologie wsparcia komunikacji i dystrybucji w obiektach świadczących usługi hotelarskie .....	56
2.4.1. Media społecznościowe .....	56
2.4.2. Technologie mobilne .....	60
2.4.3. Wirtualna rzeczywistość .....	62
2.4.4. Inne narzędzia wsparcia komunikacji .....	65
<b>Rozdział 3. Groupon i inne systemy e-dystrybucji usług hotelarskich .....</b>	69
3.1. Istota e-dystrybucji usług hotelarskich .....	69
3.2. Współczesne możliwości e-dystrybucji stosowane przez obiekty świadczące usługi hotelarskie .....	74

3.3. Charakterystyka wybranych serwisów internetowych jako instrumentów e-dystrybucji usług hotelarskich .....	81
3.3.1. Booking.com .....	82
3.3.2. Trivago .....	84
3.3.3. TripAdvisor .....	86
3.3.4. HRS .....	89
3.3.5. Travelist .....	91
3.4. Groupon jako narzędzie e-dystrybucji usług hotelarskich .....	94
3.4.1. Geneza powstania serwisów zakupów grupowych .....	95
3.4.2. Istota serwisów zakupów grupowych .....	99
<b>Rozdział 4. Serwisy zakupów grupowych jako instrumenty e-dystrybucji polskich obiektów świadczących usługi hotelarskie .....</b>	<b>105</b>
4.1. Metodyka badań .....	105
4.1.1. Cele badawcze .....	105
4.1.2. Istota prowadzonych badań pierwotnych .....	106
4.1.3. Metody analizy .....	108
4.1.4. Ograniczenia .....	108
4.2. Struktura obiektów świadczących usługi hotelarskie w Polsce .....	109
4.2.1. Ilościowe i jakościowe zróżnicowanie obiektów świadczących usługi hotelarskie w Polsce .....	109
4.2.2. Przestrzenne rozmieszczenie obiektów świadczących usługi hotelarskie w Polsce .....	115
4.3. Rola i miejsce serwisów zakupów grupowych na polskim rynku e-commerce .....	125
4.4. Analiza i ocena struktury obiektów świadczących usługi hotelarskie korzystających z serwisów zakupów grupowych .....	133
4.5. Analiza i ocena struktury ofert zamieszczanych przez obiekty świadczące usługi hotelarskie za pośrednictwem serwisów zakupów grupowych .....	145
<b>Zakończenie .....</b>	<b>169</b>
<b>Spis rysunków i tabel .....</b>	<b>173</b>
<b>Bibliografia .....</b>	<b>179</b>
<b>Indeks .....</b>	<b>199</b>

[Przejdź do księgarni →](#)



[ksiegarnia.beck.pl](https://ksiegarnia.beck.pl)