

SPIS TREŚCI

Wstęp	7
<i>Ewa Dziedzic</i>	
I. Podstawowe pojęcia	11
<i>Ewa Dziedzic</i>	
II. Wybrane czynniki kształtujące kontekst sytuacji kryzysowych	19
1. Charakterystyka otoczenia branży turystycznej	19
2. Czynniki wywołujące sytuacje kryzysowe	23
3. Czynniki wpływające na zachowania odwiedzających wobec sytuacji kryzysowych	26
4. Wpływ pozostałych interesariuszy na rozwój sytuacji kryzysowych	31
Studium przypadku: Otoczenie branży turystycznej w Polsce podczas sytuacji kryzysowych w latach 2009–2010	34
<i>Hanna Zawistowska</i>	
III. Rola instrumentów prawnych w przeciwdziałaniu zjawiskom kryzysowym w turystyce	59
1. Wprowadzenie	59
2. Definicja pojęcia „zjawiska kryzysowe” w przepisach prawnych	60
3. Wykorzystywanie instrumentów prawnych do przeciwdziałania zjawiskom kryzysowym	68
4. Wnioski	90
<i>Jolanta Ćwiklińska</i>	
IV. Informacyjna i strategiczna funkcja komunikowania kryzysowego	93
1. Funkcje komunikowania w zarządzaniu kryzysowym	93
2. Komunikowanie w pierwszej fazie zarządzania kryzysowego	95
2. Komunikowanie w drugiej fazie zarządzania kryzysowego	98

3. Komunikowanie w trzeciej fazie zarządzania kryzysowego	100
4. Komunikowanie w czwartej fazie zarządzania kryzysowego	101
Studium przypadku: Komunikowanie kryzysowe wybranych biur podróży w czasie zamknięcia przestrzeni powietrznej nad Europą	103
Studium przypadku: Media społecznościowe w komunikowaniu kryzysowym branży turystycznej	118
<i>Magdalena Kachniewska</i>	
V. Reagowanie przedsiębiorstw turystycznych na sytuacje kryzysowe	143
1. Wprowadzenie	143
2. Nowe metody zarządzania i modyfikacja strategii sprzedaży jako sposoby reagowania branży hotelowej na zjawiska kryzysowe	144
Studium przypadku: Reagowanie polskich przedsiębiorców hotelowych na zjawiska kryzysowe – wyniki badań	165
<i>Anna Konieczna-Domańska</i>	
Studium przypadku: Oferta produktu dla zagranicznej turystyki przyjazdowej do Polski oraz instrumenty jej promocji i kanały zbytu na zagranicznych rynkach	199
Studium przypadku: Rola turystyki miejskiej i kulturowej w ofercie zagranicznej turystyki przyjazdowej polskich touroperatorów i hoteli	216
Bibliografia	233