

| | Str. |
|--|------|
| Wstęp | 7 |
| Część 1 | |
| KREACJA PRODUKTÓW MARKOWYCH | 9 |
| Sawicki B. Kreowanie marki w agroturystyce i turystyce wiejskiej..... | 11 |
| Wojciechowska J. Agroturystyka w kreowaniu przestrzeni turystycznej..... | 18 |
| Perepczko B. Przyroda jako rdzeń wiejskiego produktu turystycznego..... | 23 |
| Warمیńska M., Dąbrowska A. Kreowanie produktu turystycznego na obszarach wiejskich na przykładzie działań Stowarzyszenia Mieszkańców i Przyjaciół wsi Zawady Elckie „Mukszy”..... | 30 |
| Sawicki B., Janicka J. Rola dziedzictwa kulturowego Lubelszczyzny w kreowaniu markowego produktu turystycznego | 36 |
| Bednarek A. Polskie rodzinne i ekologiczne gospodarstwa wiejskie marką produktu turystyki wiejskiej – uwarunkowania i szanse rozwoju..... | 45 |
| Bednarek-Szczepańska M. Próby kształtowania wizerunku i funkcji turystycznej w peryferyjnej gminie rolniczej – przykład gminy Hrubieszów | 51 |
| Orłowski D., Woźniczko M. Świętokrzyski Jarmark Agroturystyczny jako impreza promująca kuchnię regionalną w Muzeum Wsi Kieleckiej | 59 |
| Stec A., Stec S. Budowa i rozwój produktu w oparciu o walory turystyczne obszarów wiejskich na przykładzie województwa podkarpackiego..... | 68 |
| Czapiewska G. Markowe produkty turystyki wiejskiej subregionu słupeckiego | 76 |

Część 2
RYNKOWY WIZERUNEK WIEJSKIEGO PRODUKTU TURYSTYCZNEGO.....85

Sawicki B., Malik A.

Produkty tradycyjne i regionalne jako szansa pozyskania wysoko
pozycjonowanej marki w turystyce na obszarach wiejskich..... 87

Zalech M., Godlewski G.

Rodzaje i znaczenie produktów wiejskich w tworzeniu marki przestrzeni
turystycznej 96

Seweryn R.

Marka produktów regionalnych narzędziem promocji turystycznej
obszarów wiejskich 107

Krupińska W.

Produkt turystyczny obszarów wiejskich a lokalna strategia rozwoju 116

Marks E.

Miejsce ekoturystyki w budowaniu wizerunku wiejskiego produktu
turystycznego 123

Bienia B., Pisarek M.

Produkt agroturystyczny powiatu krośnieńskiego 132

Woźniczko M., Orłowski D.

Kuchnia ludowa jako regionalny produkt agroturystyczny Podkarpacia..... 140

Kozubek S.

Szkoła Domowego Masarstwa w Folwarku Zrębice propozycją nabywania
praktycznych umiejętności wędzarniczych w polskiej agroturystyce 149

Część 3

**DETERMINANTY ROZWOJU PRODUKTÓW MARKOWYCH
W TURYSTYCE WIEJSKIEJ..... 155**

Niemczyk A.

Wiejska turystyka kulturowa jako czynnik wzrostu konkurencyjności regionów..... 157

Woźniak M.

Przyroda i jej znaczenie w tworzeniu wizerunku wiejskiego produktu
turystycznego 165

Idziak W.

Uwarunkowania tworzenia wiosek tematycznych i ich produktów turystycznych 172

Godlewski G., Kalinowski S.

Dziedzictwo przyrodniczo-kulturowe południowego Podlasia a działalność
agroturystyczna – niewykorzystany potencjał czy płonne nadzieje 181

| | |
|--|------------|
| Mazurek-Kusiak A., Rękas A. | |
| Perspektywy rozwoju wiosek tematycznych jako markowego produktu turystycznego w województwie lubelskim..... | 192 |
| Kosmaczewska J. | |
| Tworzenie markowych produktów turystyki wiejskiej w oparciu o wybrane dyscypliny sztuki ludowej | 203 |
| Oleszek J., Kolanko K. | |
| Wyraz duchowy środowiska kulturowego markerem produktu turystycznego obszaru Doliny Białej Łądeckiej..... | 209 |
| Część 4 | |
| DZIEDZICTWO KULTUROWE JAKO SKŁADNIK MARKI REGIONALNEJ..... | 215 |
| Marks M., Marks E. | |
| Wpływ agroturystyki na zachowanie dziedzictwa kulturowego polskiej wsi..... | 217 |
| Dziechciarz T. | |
| Tradycje rzemiosła ludowego a proces kreacji marki produktu turystycznego | 226 |
| Górka A. | |
| Udział architekta w planowaniu zrównoważonej turystyki wiejskiej | 232 |
| Legienis H. | |
| Gawędziarstwo ludowe jako składnik marki regionalnej..... | 239 |
| Kasprzyk A., Nałęcka D. | |
| Wybrane zagadnienia z zakresu kultury ludowej jako elementu intensyfikującego rozwój agroturystyki na obszarze południowego Podlasia | 245 |
| Niedziółka A., Bogusz M. | |
| Dziedzictwo kulturowo-historyczne jako czynnik rozwoju agroturystyki w województwie małopolskim..... | 255 |
| Sammel A. | |
| Dziedzictwo kulinarne jako potencjalny markowy produkt turystyczny obszarów wiejskich województwa zachodniopomorskiego..... | 263 |
| Część 5 | |
| TURYSTYKA WIEJSKA JAKO ELEMENT POLSKIEJ MARKI TURYSTYCZNEJ | 271 |
| Matlegiewicz M. | |
| Rozwój turystyki wiejskiej drogą do zwiększenia konkurencyjności obszarów wiejskich..... | 273 |

Przebórska L., Gawalek A.

Wizerunek rynkowy produktu agroturystycznego (na przykładzie badań sondażowych wybranych grup społecznych i zawodowych mieszkańców Poznania)280

Przeorek-Smyka R.

Badania wizerunku wiejskiego produktu turystycznego295

Szpara K., Wątroba Ł., Urbaniak J.

Turystyka winiarska jako markowy produkt turystyczny województwa podkarpackiego.....303

Kryński Z.

Udział biur podróży w sprzedaży ofert gospodarstw agroturystycznych310

Stec S., Stec A.

Oferta turystyczna podkarpackich gospodarstw agroturystycznych zrzeszonych w Stowarzyszeniu Galicyjskie Gospodarstwa Gościnne „Bieszczady”320

Brodziński Z., Janikowska A. J.

Działania LGD na rzecz wzmacniania potencjału turystycznego Warmii i Mazur.....329

Jaszczak A.

„Melkhuske” – droga mleczna? O produkcji turystycznym w regionie Ostfriesland336

Indeks autorów monografii341

Wsparcie dla turystyki wiejskiej w programie rozwoju obszarów wiejskich 2007-2013 (*materiały informacyjne*).....345