

Konkurencyjna gospodarka turystyczna w Wielkopolsce, czyli jak tworzyć innowacyjne i kompleksowe produkty turystyczne

9:00 – 12:00 Sesja pierwsza, dr Janusz Majewski

Innowacyjność warunkiem sukcesu w turystyce

1. Produkt turystyczny warunkiem sukcesu?
2. Produkt przedsiębiorstwa a produkt terytorium
3. Branding produktu turystycznego
4. Produkt uniwersalny a produkt niszowy
5. Aspekty współpracy z firmami i ekspertami zewnętrznymi

12:00 – 12:30 Przerwa kawowa, lunch

12:30 – 15:30 Sesja druga, dr Wacław Idziak

Wiedza, emocje, twórczość i współpraca warunkiem sukcesu w turystyce

1. Wprowadzenie do gospodarki wiedzy, emocji i twórczości
2. Przykłady innowacyjnych i kompleksowych produktów turystycznych bazujących na wiedzy, emocji i twórczości
3. Przegląd zasobów regionu pod kątem możliwości wykorzystania ich do tworzenia kompleksowego produktu turystycznego opartego na wiedzy, emocjach i twórczości
4. Tworzenie propozycji przykładowych produktów turystycznych wykorzystujących wiedzę, emocje i twórczość.



KAPITAŁ LUDZKI
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI

UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI
FUNDUSZ SPOŁECZNY

