

# SPIS TREŚCI

Wprowadzenie.....	5
<b>1. Klasyfikacje usług rekreacyjnych i strategii ich rozwoju.....</b>	<b>11</b>
1.1. Definicje i klasyfikacje usług rekreacyjnych jako produktu .....	11
1.2. Strategie kreowania i udostępniania usług rekreacyjnych .....	14
<b>2. Wartość klienta w usługach rekreacyjnych – instrumenty diagnozy .....</b>	<b>24</b>
2.1. Wartość klienta dla firmy świadczącej usługi rekreacyjne.....	27
2.1.1. Diagnoza profili aktywności życiowej klientów .....	27
2.1.2. Diagnoza kompetencji klientów w zakresie rekreacji.....	36
2.2. Wartość usług rekreacyjnych dla klienta – instrumenty diagnozy .....	52
2.2.1. Diagnoza atrakcyjności i użyteczności usług rekreacyjnych .....	52
2.2.2. Siła promocyjna marki jako atrybut usługi rekreacyjnej .....	61
<b>3. Kreowanie i udostępnianie usług fitness jako produktu .....</b>	<b>67</b>
3.1. Identyfikacja usług fitness jako produktów hybrydowych .....	68
3.2. Kreowanie usług fitness.....	71
3.2.1. Kompetencje trenerów wyznaczające użyteczność usług fitness .....	71
3.2.2. Elastyczne kreowanie usług fitness .....	73
3.2.3. Proces kreowania wizerunku usług fitness.....	76
3.2.4. Instrumenty kreowania marki usług fitness.....	80
3.3. Udostępnianie usług fitness.....	88
3.3.1. Udostępnianie usług fitness klientowi indywidualnemu (B2C).....	96
3.3.2. Udostępnianie licencji sieci fitness i programów treningów funkcjonalnych .....	103
3.3.3. Dystrybucja sprzętu fitness w Polsce .....	104
<b>4. Kreowanie i udostępnianie usług wellness jako produktu .....</b>	<b>108</b>
4.1. Kreowanie usług wellness .....	110
4.2. Udostępnianie usług wellness w Polsce .....	114
<b>5. Kreowanie i udostępnianie sportu dla wszystkich jako usługi rekreacyjnej.....</b>	<b>128</b>
5.1. Projekty w kreowaniu sportu dla wszystkich jako usługi publicznej.....	128
5.2. Zakres projektowania usług w sporcie dla wszystkich .....	130
5.2.1. Rozwój kompetencji umożliwiających udział w sporcie dla wszystkich.....	130
5.2.2. Budowa i wykorzystanie infrastruktury i sprzętu rekreacyjnego.....	134
5.2.3. Organizacja eventów sportowych dla wszystkich.....	136
5.3. Projekt jako instrument udostępniania sportu dla wszystkich .....	142
<b>Zakończenie .....</b>	<b>145</b>
<b>Bibliografia.....</b>	<b>150</b>