

**12 października 2016 roku (środa)**

7:00-20:00	Rejestracja
13:30-15:00	Sesje satelitarne
15:00-15:30	Przerwa
15:30-19:00	Sesja plenarna Uroczyste otwarcie Wystąpienia honorowych gości Kongresu. Określenie celów Kongresu oraz prezentacje wprowadzające: Prezentacja 1: Trendy w światowej podaży i popycie turystycznym. Prezentacja 2: Polityka turystyczna Unii Europejskiej. Bilans korzyści i strat. Prezentacja 3: Diagnostyka stanu rozwoju turystyki w Polsce – wskazanie barier rozwoju przedsiębiorców i samorządu terytorialnego. Prezentacja 4: Rynek organizatorów i pośredników podróży w Europie, w tym rola OTA, czy sharing economy jest zagrożeniem?
20:00-23:00	Koktajl i networking

**13 października 2016 roku (czwartek)**

7:00-20:00	Rejestracja				
	<b>Bloki tematyczne</b>				
	<b>Interwencjonizm państwa: prawne i finansowe instrumenty pośredniego i bezpośredniego wsparcia przedsiębiorczości w turystyce</b>	<b>Zarządzanie promocją turystyczną. W jaki sposób zwiększyć zdolność finansową kraju i miejsc docelowych na rzecz komunikacji marketingowej? Jak budować instytucjonalnie markę kraju? Granice pomocy publicznej. Wsparcie przedsiębiorców w działaniach promocyjnych – partnerstwo a konieczność? Czy system POT-ROT-LOT wymaga ewolucji? Czy dzielić zadania promocji wizerunkowej i produktowej?</b>	<b>Samorząd gospodarczy – rola i zadania w rozwoju turystyki</b>	<b>Rozwój turystyki w Polsce w perspektywie 2030</b>	<b>Miejsce samorządu i jego zadania w przestrzeni turystycznej</b>
9:00-10:30	<b>Sesja 1:</b> Jaka (jak daleko idąca) regulacja działalności gospodarczej w turystyce jest konieczna? Jaki jest niezbędny poziom ochrony konsumenta usług turystycznych? Na ile regulacje chroniące konsumenta mogą wpływać niekorzystnie na strukturę rynku usług turystycznych? 1.1. Wdrożenie przepisów dyrektywy o imprezach turystycznych oraz powiązanych usługach turystycznych w Polsce. 1.2. Czy konsument powinien odpowiadać za własne działania – jak jest uzasadniona granica prawnej ochrony jego interesów. 1.3. Czy nowe zjawiska rynkowe, w tym gospodarka dzielenia się, powinny być przedmiotem ingerencji państwa	<b>Sesja 5:</b> Ewolucja Narodowych Organizacji Turystycznych – rozwiązania europejskie – studium przypadku 5.1. Ewolucja organizacyjna NTO 5.2. Źródła i struktura finansowania NTO	<b>Sesja 9:</b> Rola samorządu gospodarczego w warunkach gospodarki rynkowej. Turystyczny samorząd gospodarczy w Polsce i wybranych krajach Unii Europejskiej – studium przypadków	<b>Sesja 11:</b> Wpływ zmian w otoczeniu przedsiębiorstw turystycznych na uwarunkowania ich konkurencyjności. 11.1 wpływ globalnego otoczenia społecznego, gospodarczego, technologicznego i politycznego na pozycję konkurencyjną przedsiębiorstw turystycznych 11.2 płynność form organizacyjnych i zanikanie granic przedsiębiorstw, branż i rynków 11.3 zagadnienie społecznej odpowiedzialności biznesu 11.4 pojawianie się nowych podmiotów obsługi ruchu turystycznego 11.5 wzrost digital literacy (polskiego) społeczeństwa	<b>Sesja 15:</b> Metodyka badań wpływu turystyki na lokalną gospodarkę turystyczną. 15.1. Problemy pomiaru poziomu wydatków turystycznych. 15.2. Badania poziomu wydatków na poziomie lokalnym – case study 15.3. Mnożnik turystyczny jako narzędzie pomiaru wpływu turystyki na lokalną gospodarkę turystyczną.
10:30-11:00	Przerwa	Przerwa	Przerwa	Przerwa	Przerwa
11:00-12:30	<b>Sesja 2:</b> Zarządzanie jakością – czy kategoryzacja i certyfikacje sprzyjają podnoszeniu jakości? Jakie są granice obowiązku państwa w tym zakresie? 2.1. Asymetria informacji jako przesłanka standaryzacji, kategoryzacji i regulacji prawnej usług turystycznych. 2.2. Model standaryzacji działalności hotelarskiej. 2.3. Budowa marki we współpracy z samorządem terytorialnym, na przykładzie klastra	<b>Sesja 6:</b> DMC i DMO w rozwoju i promocji regionalnego produktu turystycznego – rozwiązania europejskie – studium przypadku 6.1. Czy „zgodnie z prawem” jest zgodne z zasadami marketingu? 6.2. Lokalna lokomotywa (driver) turystyki przyjazdowej. Czy JST mogą i potrafią wykorzystywać ten fenomen w promocji?	<b>Sesja 10:</b> Faktyczne i pożądane formy współpracy organów władzy publicznej i samorządu gospodarczego	<b>Sesja 12:</b> Trendy w zachowaniach turystycznych w kontekście rozwoju społeczno-gospodarczego. 12.1 analiza globalnych trendów społecznych, gospodarczych i kulturowych wywierających wpływ na zachowania konsumpcyjne i turystyczne (w tym zmiany stylu życia, nowe potrzeby wartości oraz wyzwania związane ze zmianami demograficznym, takimi jak atomizacja i starzenie się społeczeństwa, nowy model życia pokolenia Y, przeciwdziałanie wszelkim formom wykluczenia, aspekty zdrowotne i poczucie odpowiedzialności za otoczenie naturalne i społeczne) 12.2 znaczenie omawianych trendów dla procesu tworzenia i rozwoju przedsiębiorstw turystycznych 12.3 wpływ trendów społeczno-gospodarczych na proces podejmowania decyzji i kształtowanie konkurencyjności przedsiębiorstw turystycznych	<b>Sesja 16:</b> Zadania samorządu terytorialnego w zakresie stymulacji gospodarki turystycznej. Stan obecny i kierunki rozwoju. 16.1. Zadania samorządu terytorialnego w świetle ustawy o usługach turystycznych - stan obecny i pytanie o przyszłość. 16.2. Zadania samorządu terytorialnego w zakresie stymulacji gospodarki turystycznej z perspektywy samorządu. 16.3. Uwarunkowania prawne relacji organizacji turystycznych i JST
12:30-13:30	Obiad	Obiad	Obiad	Obiad	Obiad

13:30-15:00	<p><b>Sesja 3:</b> System podatkowy w gospodarce turystycznej – VAT, podatek od nieruchomości, podatki i opłaty lokalne, inne podatki pośrednie i bezpośrednie. Czy rozwiązania polskie, rozwiązania krajowe innych państw europejskich i rozwiązania europejskie mogą stać się inspiracją dla zmian systemu podatkowego.</p> <p>3.1. Aktualne i przyszłe problemy VAT w turystyce.</p> <p>3.2. Podatki i opłaty lokalne w turystyce - rozwiązania obecne i pożądane zmiany.</p> <p>3.3. Zbiorowe zarządzanie prawami autorskimi oraz opłaty audiowizualne – studium przypadku hotelarstwa</p>	<p><b>Sesja 7:</b> Partnerstwo publiczno-prywatne w promocji turystycznej w Polsce – diagnoza, rozwiązania docelowe.</p> <p>7.1. Skuteczność i model działania – diagnoza i rekomendacje</p> <p>7.2. Współczesne rozumienie DMC i DMO</p>	Sesja satelitarna	<p><b>Sesja 13:</b> Kierunki rozwoju podaży turystycznej.</p> <p>13.1 sformułowanie najważniejszych wyzwań stojących przed podmiotami podaży turystycznej w kontekście omawianych trendów turystycznych i zmian w otoczeniu biznesu turystycznego</p> <p>13.2 identyfikacja luk w zakresie oczekiwań turystów i wskazanie możliwości ich zaspokojenia przez istniejące lub nowopowstające podmioty rynku turystycznego</p> <p>13.3 kreacyjna funkcja jednostek podaży kształtowanie „turystycznej świadomości” dzieci i młodzieży</p> <p>13.4 udział podmiotów turystycznych w kształtowaniu przestrzeni turystycznej i kulturowej</p> <p>13.5 problem kształcenia kadr i propagowania wiedzy nt. gospodarczego znaczenia turystyki (również w obszarze rozwoju wiedzy decydentów politycznych</p> <p>13.6 znaczenie współpracy (także międzyresortowej) oraz zjawisko kooperencji (znaczenie organizacji turystycznych)</p>	<p><b>Sesja 17:</b> Outsourcing zadań samorządu terytorialnego związanych z turystyką w kontekście współpracy JST z organizacjami turystycznymi (bez promocji).</p> <p>17.1. Ewolucja relacji pomiędzy lokalnymi organizacjami turystycznymi a samorządem terytorialnym po 1990 roku.</p> <p>17.2. Dylematy i motywy współpracy samorządów terytorialnych i organizacji turystycznych.</p> <p>17.3. Wydzielanie zadań samorządu terytorialnego na poziomie lokalnym w Polsce na tle rozwiązań w innych krajach</p>
15:00-15:30	Przerwa	Przerwa	Przerwa	Przerwa	Przerwa
15:30-17:00	<p><b>Sesja 4:</b> Jakie są możliwości i potrzeby wspieranie finansowego polskiej gospodarki turystycznej ze środków publicznych?</p> <p>4.1. Dostęp do instrumentów finansowych wsparcia działalności przedsiębiorców ze środków publicznych.</p> <p>4.2. Wspomaganie popytu turystycznego ze środków publicznych lub z udziałem władz publicznych.</p> <p>4.3. Możliwości wykorzystania partnerstwa publiczno-prywatnego i podobnych instytucji jako instrumentów wsparcia przedsiębiorców.</p>	<p><b>Sesja 8:</b> Narzędzia oceny skuteczności i efektywności planowania.</p> <p>8.1. Narzędzia wsparcia zleceniodawców w przemyśle spotkań jako warunek pozyskiwania wydarzeń dla miast i regionów</p> <p>8.2. Bariery w komercjalizacji produktów – kiedy niezbędna symbioza sektora publicznego i prywatnego</p>	Sesja satelitarna	<p><b>Sesja 14:</b> Obszary wsparcia innowacyjności branży turystycznej.</p> <p>14.1 źródła innowacyjności w (polskiej) turystyce</p> <p>14.2 nowe formy współpracy, dostępu do wiedzy i ustawicznego kształcenia się (szkolenia, platformy wymiany wiedzy)</p> <p>14.3 wsparcie technologiczne branży turystycznej</p> <p>14.4 wsparcie prawne i biznesowe projektów turystycznych</p> <p>14.5 wspieranie nowych idei i innowacyjnych produktów turystycznych</p> <p>14.6 presja oczekiwań i nowe trendy nabywcze jako potencjalne źródło innowacyjności</p>	<p><b>Sesja 18:</b> Możliwości przekazywania zadań rządu lub samorządu terytorialnego z obszaru turystyki, turystycznym samorządom gospodarczym.</p>
20:00-23:00	Koktajl i networking				

**14 października 2016 roku (piątek)**

9:00-10:30	Sesja plenarna – wnioski z sesji równoległych
10:30-11:00	Przerwa
11:00-12:30	Podsumowanie i zakończenie Kongresu
12:30-13:30	Obiad

