

Post-turystyka. Grupy podróżnicze na Facebooku

Plan pracy magisterskiej

Post-turystyka. Grupy podróżnicze na Facebooku

Spis treści:

Wstęp

Rozdział I. Pojęcie post-turystyki

1.1. Rozwój pojęcia post-turystyki

1.2. Post-turystyka a współczesne trendy w turystyce

1.3. Wpływ technologii na post-turystykę

Rozdział II. Social media a turystyka

2.1. Social media jako narzędzie informacyjne dla turystów

2.2. Rola Facebooka w rozwoju post-turystyki

2.3. Grupy podróżnicze na Facebooku – charakterystyka i analiza

Rozdział III. Studium przypadku – analiza wybranych grup podróżniczych na Facebooku

3.1. Metodologia badań

3.2. Analiza treści i interakcji w wybranych grupach podróżniczych

3.3. Wnioski z badań

Zakończenie

Bibliografia

Wstęp

Turystyka, jako jedno z najbardziej dynamicznych sektorów gospodarki, przeszła w ciągu ostatnich kilku dekad znaczne zmiany. Wpływ na to miały różnorodne czynniki, począwszy od procesów globalizacyjnych, poprzez rozwój technologii, aż po

zmiany w preferencjach i zachowaniach samych turystów. W szczególności ostatnia dekada przyniosła pojawienie się nowego zjawiska – post-turystyki. Post-turystyka, jako forma podróżowania, oznacza odejście od tradycyjnych modeli turystyki masowej na rzecz indywidualnych, autentycznych doświadczeń, często ukierunkowanych na odkrywanie mniej znanych miejsc i kultur.

Równocześnie z rozwojem post-turystyki, nastąpił również niespotykany dotąd rozwój technologii informacyjnych i komunikacyjnych, które stały się integralną częścią życia większości ludzi. W kontekście turystyki, media społecznościowe, takie jak Facebook, stały się nieodłącznym elementem procesu planowania, realizacji, ale również dzielenia się doświadczeniami z podróży. W szczególności, grupy podróżnicze na Facebooku, stworzone przez i dla miłośników podróży, są miejscem wymiany informacji, doświadczeń, a często również miejscem budowania społeczności o podobnych zainteresowaniach.

Celem niniejszej pracy jest analiza zjawiska post-turystyki w kontekście grup podróżniczych na Facebooku. W ramach badań, przeprowadzona zostanie analiza treści i interakcji w wybranych grupach podróżniczych na Facebooku, w celu zrozumienia, w jaki sposób media społecznościowe wpływają na kształtowanie się post-turystyki.

Osiągnięcie tego celu pozwoli na głębsze zrozumienie zjawiska post-turystyki i roli, jaką media społecznościowe odgrywają w jego kształtowaniu. Ponadto, wyniki badań mogą dostarczyć cennych informacji dla różnych aktorów rynku turystycznego, od samych turystów, poprzez organizacje turystyczne, aż po lokalne społeczności.

Jeśli nie czujesz się na siłach, aby samodzielnie napisać swoją pracę i potrzebujesz w tym pomocy, to polecamy serwis [pisanie prac](#) - wszechstronna pomoc w pisaniu prac.