Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu
Wydział Ekonomii, Zarządzania i Turystyki
Katedra Marketingu i Zarządzania Gospodarką Turystyczną

Dr hab. Izabela Michalska-Dudek, prof. UE

E-TURYSTYKA

Zastosowanie ICT w systemach dystrybucji usług turystycznych

Wykład 2

III rok stacjonarne studia I stopnia na kierunku Turystyka

Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu

WPROWADZENIE

Począwszy **od przełomu lat 2008/2009** w Polsce można mówić o **tzw. trzeciej fali marketingu**, która związana jest z **PROCESAMI WIRTUALIZACJI RYNKÓW** [Królewski, Sala, 2014, s. 12-14].

Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu

WPROWADZENIE

Umownie wskazać można w niej kilka **przełomowych punktów**, tzw. kamieni milowych:

- usprawnienie kontaktów z klientami i kontrahentami dzięki **rozwojowi poczty elektronicznej**;
- stopniowe **zastępowanie katalogów, folderów, ulotek przez zawartość stron www**,
- a także **realny głos konsumentów** dzielących się swoimi **opiniami na blogach czy tematycznych forach internetowych…**

Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu

WPROWADZENIE

- zmiany w sferze handlu – **powstawanie sklepów internetowych oraz porównywarek cen**. Z kolei następstwem gwałtownego wzrostu znaczenia Internetu jako miejsca poszukiwania informacji, istotne stało się **pozycjonowanie w wyszukiwarkach**;
- początek **ery mediów społecznościowych**, których znaczenia w życiu konsumentów stale rośnie;
- wyłaniający się dopiero krok to **era videocastów, wideoblogów (vlogów), wideo e-maili i wideo MMSów** oraz **marketing mobilny** [por. Królewski, Sala, 2014, s. 12-14].

Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu

Przemiany te wyposażają zarówno przedsiębiorstwa, jak i klientów w **bogactwo środków** oraz **możliwości w pełnieniu swoich rynkowych ról**, dostarczając impulsów **do ciągłego dostosowywania rozwiązań organizacyjnych do potencjału jaki daje technologia informacyjna**.

Głównym tworzywem tych przemian jest **wiedza**, a celem doskonałość w generowaniu i dostarczaniu **wartości dla klienta**.

Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu

Wśród **trendów**, które zdaniem ekspertów wpływać będą na działania z zakresu marketingu w kolejnych latach wskazuje się:

- **marketing mobilny,**
- **format wideo,**
- **personalizację narzędzi marketingowych,**
- **dostosowanie ich do potrzeb indywidualnego odbiorcy,**
- **gromadzenie danych w realiach nowych mediów,**
- **automatyzację marketingu** [Dyrcz, 2014, s. 6-9].

Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu

ADAPTACJA NARZĘDZI MARKETINGOWYCH DO NOWYCH MEDIÓW

Analizując współczesne podręczniki akademickie, czytelnik może odczuwać **dysonans poznawczy**;)

→ z jednej strony książki poświęcone marketingowi internetowemu niemal zupełnie nie odwołują się do wcześniejszych koncepcji marketingowych;

→ z drugiej strony klasyczne podręczniki marketingowe poświęcają Internetowi niewiele miejsca.

Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu

W dzisiejszych czasach uwaga powinna być skupiona na **możliwości adaptacji sprawdzonych koncepcji marketingowych do warunków panujących na rynkach wirtualnych**

co pozwoli zbudować **POMOST ŁĄCZĄCY MARKETING STARYCH I NOWYCH MEDIÓW.**

Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu

Odnosząc się do klasycznych koncepcji marketingowych technologie internetowe stanowią:

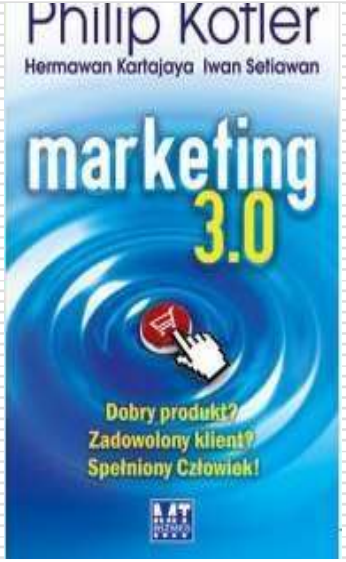
→ **wzbogacenie** dwóch z czterech elementów **marketingu-mix** (promocji i dystrybucji) o **nowe kanały dotarcia do potencjalnych nabywców;**

→ **poszerzenie możliwości narzędzi marketingu relacji** (dzięki mediom społecznościowym, mailingowi czy narzędziom mobile marketingu).

Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu

MARKETING 3.0

Współczesne firmy zrozumiały, że muszą dotrzeć do świadomych i wykorzystujących zdobycze technologiczne klientów. **Ph. Kotler** określa to ostateczne zerwanie z wcześniejszymi modelami biznesowymi **przejściem do Marketingu 3.0**.



Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu

MARKETING 3.0

W koncepcji **marketingu 3.0** autorzy zauważają, że marketing masowy (1.0) i zindywidualizowany (2.0) zaczynają ustępować **koncepcji komunikowania się wszystkich ze wszystkimi** (3.0).

Nigdy dotąd świat nie dysponował możliwościami sprawiającymi, że nie tylko firmy sprzedają firmom (B2B) i firmy konsumentom (B2C), ale również konsumenci konsumentom (C2C - Allegro) czy konsumenci firmom (C2B - *product placement* w znanych video blogach).

STRATEGIE MARKETNGOWE 3.0.

W kontekście tworzenia strategii marketingowych 3.0 warto odwołać się do klasycznej teorii Harrego Igora Ansoff'a.

Klasyczne strategie wzrostu według macierzy H.I. Ansoffa [1979]
(układu produkt – rynek)

	OBECNY RYNEK	NOWY RYNEK
OBECNY PRODUKT	STRATEGIA PENETRACJI RYNKU	STRATEGIA ROZWOJU RYNKU
NOWY PRODUKT	STRATEGIA ROZWOJU PRODUKTU	STRATEGIA DYWERSYFIKACJI

STRATEGIE WZROSTU 3.0. [2015]
Poszerzona koncepcja macierzy H.I. Ansoffa

	OBECNY RYNEK	NOWY RYNEK	**WIRTUALNY RYNEK**
OBECNY PRODUKT	**STRATEGIA PENETRACJI RYNKU**	**STRATEGIA ROZWOJU RYNKU**	**STRATEGIA WIRTUALIZACJI RYNKU**
NOWY PRODUKT	**STRATEGIA ROZWOJU PRODUKTU**	**STRATEGIA DYWERSYFIKACJI**	**STRATEGIA DYWERSYFIKACJI WIRTUALNEJ RYNKU**
WIRTUALNY PRODUKT	**STRATEGIA WIRTUALIZACJI PRODUKTU**	**STRATEGIA DYWERSYFIKACJI WIRTUALNEJ PRODUKTU**	**STRATEGIA DYWERSYFIKACJI CONTENTU**

Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu

STRATEGIE MARKETNGOWE 3.0.

Oprócz 4 klasycznych strategii mamy do czynienia z 5 strategiami w warunkach wirtualizacji produktów i rynków.

Strategia wirtualizacji rynku – dotarcie z ofertą do nowych grup klientów przez wykorzystanie wirtualnych kanałów dystrybucji (e-commerce).

Strategia wirtualizacji produktu – zaoferowanie obecnym klientom dodatkowej wartości w postaci nowych wirtualnych produktów lub częściej usług np. dodatkowych funkcjonalności z wykorzystaniem stron www (wirtualne konfiguratory produktów) czy też e-mailingu (alerty cenowe).

Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu

Strategia dywersyfikacji wirtualnej rynku – skierowanie nowej oferty (nowego asortymentu produktów i usług) także do nabywców na rynkach wirtualnych.

Strategia dywersyfikacji wirtualnej produktu – sytuacja, gdy nowym klientom firma oferuje dodatkowe usługi lub produkty wirtualne (przewodniki po danej destynacji w postaci e-booków dla każdego nowego klienta biur podróży).

Strategia dywersyfikacji contentu (treści) – najbardziej zaawansowana i złożona ze strategii, w której firma decyduje się na dotarcie z nowym produktem wirtualnym do zupełnie nowej grupy klientów.

Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu

SEGMENTACJA KLIENTÓW W EPOCE NOWYCH MEDIÓW

Koncepcje marketingu na poziomie taktycznym w największym stopniu odzwierciedlają takie **narzędzia jak STP** (segmentacja – targeting – pozycjonowanie) oraz **strategie konkurencji** (według Michael Portera).

Na szczególną zasługuje **idea segmentacji klientów w epoce nowych mediów** zaproponowana przez Andrzeja Garapicha.

Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu

NOWA SEGMENTACJI KLIENTÓW

	POSZUKIWWANIE INFORMACJI W REALNYM ŚWIECIE	POSZUKIWWANIE INFORMACJI W INTERNECIE
ZAKUPY W REALNYM ŚWIECIE	TRADYCJONALIŚCI	EMPIRYŚCI
ZAKUPY W INTERNECIE	PASOŻYTY	SIECIOWCY

Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu

Z kolei Michael Porter zwraca uwagę, iż **Internet wzbogaca narzędzia marketingu o takie elementy jak:**

- kanały sprzedaży on-line,
- dostęp klientów do informacji w czasie rzeczywistym,
- konfiguratory ofert on-line,
- push advertising,
- dopasowany do klientów dostęp on-line, zdobywanie informacji zwrotnej od klientów w czasie rzeczywistym.

Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu

MARKETING-MIX

Kończąc rozważania na temat adaptacji klasycznych narzędzi marketingu do warunków nowych mediów nie sposób pominąć koncepcji **marketingu-mix** zaproponowanej przez **Jerome'a Mc Carthy'ego w 1960 roku** i stanowiącej kanon wiedzy marketingowej.

Internet wzbogaca instrumentarium marketingowe o nowe możliwości.

Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu

NARZĘDZIA MARKETINGU-MIX	WARTOŚĆ DODANA DZIĘKI NOWYM MEDIOM
Produkt	Indywidualizacja oferty – produkty tworzone na indywidualne zamówienie mogą mieć zasięg krajowy lub światowy.
Cena	Znaczący wzrost siły negocjacyjnej klientów.
Dystrybucja	Tani i szeroko dostępny nowy kanał dystrybucji – e-commerce - zmieniający reguły tradycyjnego handlu w wielu branżach.
Promocja	Komunikacja dwustronna zamiast jednostronnej – koniec epoki klasycznej reklamy, komunikacja równoległa między konsumentami.
Personel (obsługa)	Konkurowanie nie tylko jakością obsługi, lecz także oszczędnością czasu klienta.

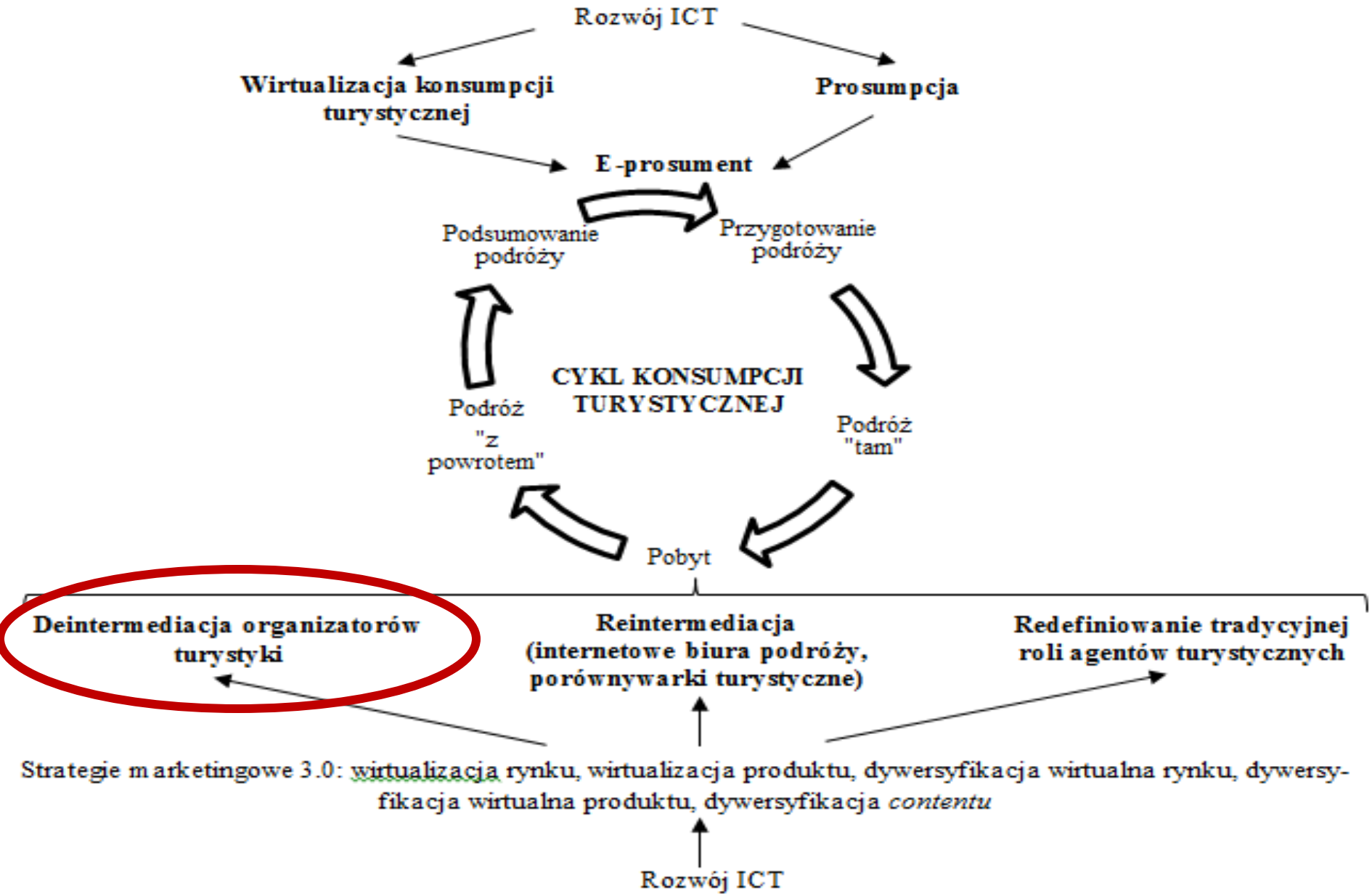
Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu

Wpływ trendów w konsumpcji turystycznej na strategie dystrybucji podmiotów organizacji i pośrednictwa

Trendy obserwowane w konsumpcji turystycznej przyczyniły się do **istotnych przeobrażeń strategii marketingowych** podmiotów organizacji i pośrednictwa w turystyce. Najważniejsze z nich to:

- **wzrost znaczenia dystrybucji bezpośredniej w działalności organizatorów turystycznych,**
- **pojawienie się na rynku pośrednictwa podmiotów nowego rodzaju,**
- **konieczność redefiniowania roli tradycyjnych agentów turystycznych.**

Wpływ trendów w konsumpcji turystycznej na strategie dystrybucji podmiotów organizacji i pośrednictwa



Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu

Deintermediacja

Proces, w którym dostawcy usług cząstkowych sprzedają usługi bezpośrednim klientom finalnym **z pominięciem tradycyjnych pośredników** (agentów turystycznych i do pewnego stopnia touroperatorów), określany jest w literaturze przedmiotu jako **deintermediacja** bądź **dysintermediacja** (od ang. *disintermediation*), a oznaczający „odpośredniczenie", „wycinanie" pośredników.

Deintermediacja

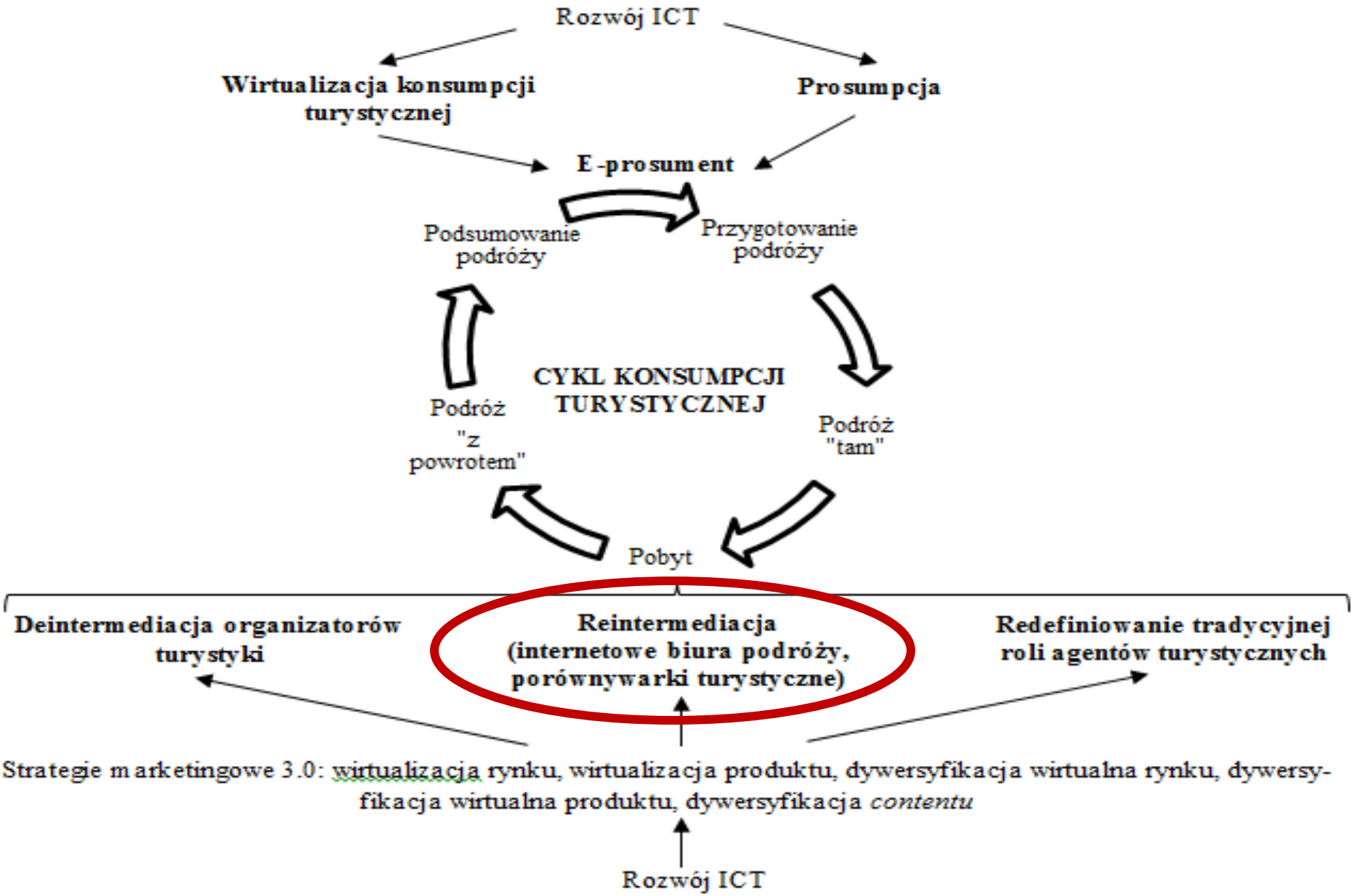
Wykorzystanie przez podmioty organizacji i pośrednictwa w turystyce **internetowych kanałów bezpośrednich** oznacza:

→ niższe koszty dystrybucji,

→ zmniejszenie siły przetargowej agentów i touroperatorów,

→ możliwość obniżenia ceny oferowanych usług.

Wpływ trendów w konsumpcji turystycznej na strategie dystrybucji podmiotów organizacji i pośrednictwa



Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu

Reintermediacja

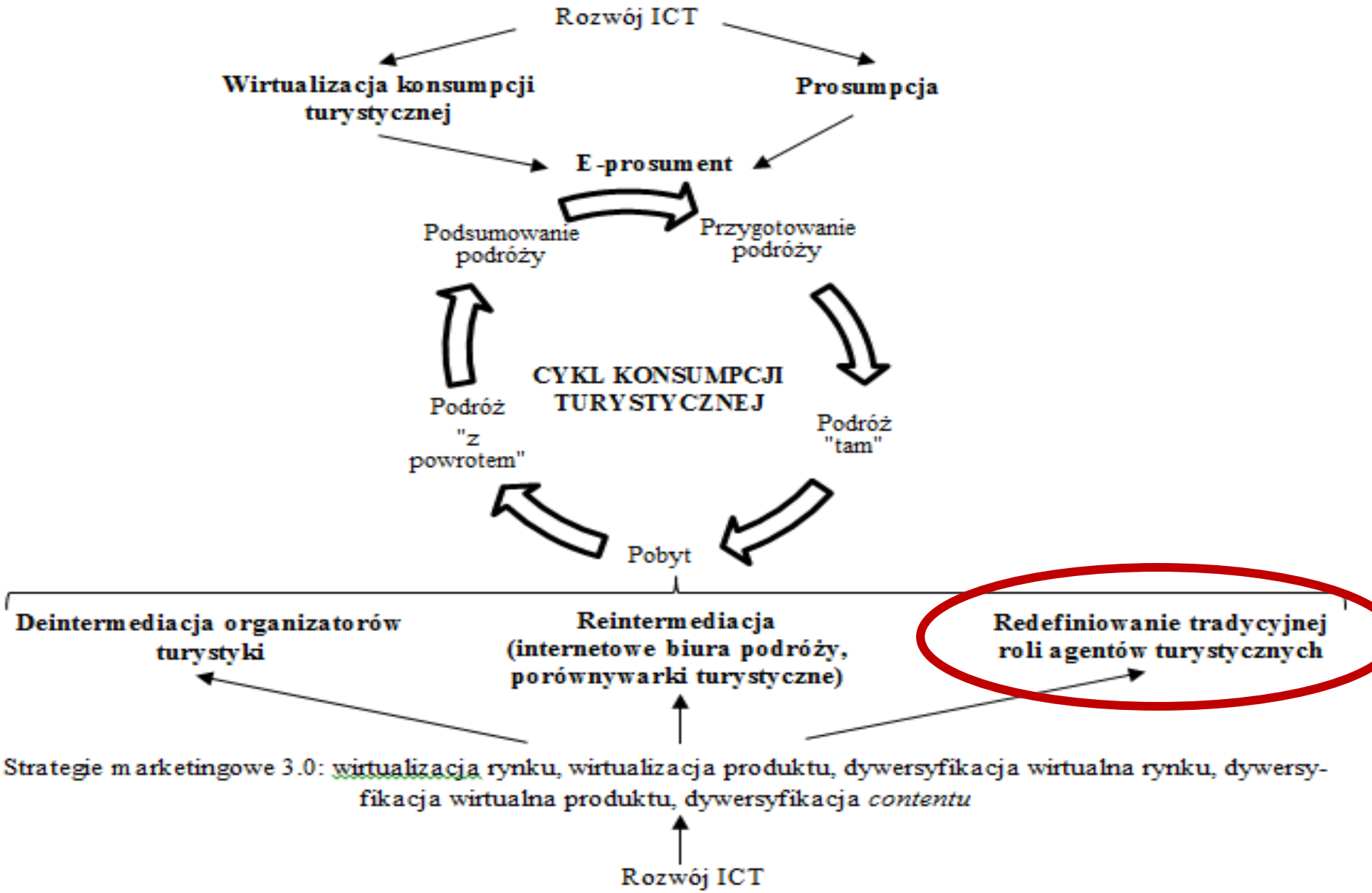
Reintermediacja jest określana w literaturze przedmiotu jako **proces** – następujący najczęściej po deintermediacji – **polegający na wykształceniu się na rynku pośredników nowego typu** korzystających z ICT jako podstawowej platformy kontaktu z kupującymi i sprzedającymi oferty turystyczne [Pawlicz 2012, s. 97 i dalsze].

Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu

Reintermediacja

Obserwacja rynku podmiotów organizacji i pośrednictwa potwierdza, iż istotną rolę w dystrybucji usług biur podróży zaczynają odgrywać **internetowi agenci turystyczni (OTA's)** – przedsiębiorstwa zajmujące się pośrednictwem, dla których **podstawowym medium komunikacji** zarówno z klientami, jak i producentami usług turystycznych jest **Internet** (internetowe biura podróży czy porównywarki turystyczne).

Wpływ trendów w konsumpcji turystycznej na strategie dystrybucji podmiotów organizacji i pośrednictwa



Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu

Redefiniowanie roli tradycyjnych agentów turystycznych

Rozwój dystrybucji bezpośredniej kosztem pośredniej, czyli deintermediacja oraz rozwój dystrybucji pośredniej z udziałem pośredników nowego typu, czyli reintermediacja spowodowały **znaczne pogorszenie się warunków ekonomicznych działalności tradycyjnych agencji turystycznych**.

Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu

Redefiniowanie roli tradycyjnych agentów turystycznych

Wartość dodana jaką oferowały dotąd klientom tradycyjne agencje turystyczne można podzielić na trzy obszary:

- **pełnili funkcję brokera** (przekazując informacje między kupującymi a sprzedającymi),
- **obsługiwali proces transakcji** (drukowanie biletów, przekazywanie pieniędzy do sprzedającego itd.),
- **pełnili funkcje doradczą**.

Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu

Redefiniowanie roli tradycyjnych agentów turystycznych

W obliczu tych zmian agenci turystyczni przyjęli różne **strategie działania**:

- uzasadnienie swojej pozycji na rynku jedynie na bazie dotychczasowej **funkcji doradczej**,
- kontynuacja prowadzenia działalności w tradycyjny sposób i koncentracja na tej **części rynku**, która z różnych przyczyn nie chce bądź nie może korzystać z bezpośrednich kanałów dystrybucji,
- **wykorzystanie Internetu** jako miejsca prowadzenia działalności z zakresu pośrednictwa.

Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu

E-MARKETING

Zarówno w literaturze jak i w źródłach internetowych natrafić można na następujące określenia związane ze zjawiskiem implementacji marketingu w Internecie:

- **web marketing,**
- **marketing internetowy,**
- **marketing sieciowy,**
- **marketing on-line,**
- **e-marketing.**

Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu

W wąskim znaczeniu e-marketing to ***„sprzedaż produktów lub usług poprzez Internet"*.**

W ujęciu szerokim ***„marketing internetowy to wykorzystanie Internetu i związanych z nim technologii cyfrowych w celu osiągnięcia celów marketingowych"*.**

Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu

Philip Kotler definiuje **e-marketing** jako działania przedsiębiorstwa prowadzone za pośrednictwem Internetu zmierzające do:

- **promowania (komunikowania);**
- **sprzedawania produktów i usług;**
- **budowania relacji z klientami.**

Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu

O spektakularnym sukcesie Internetu decydują przede wszystkim takie jego cechy, jak:

- globalny zasięg,
- nieograniczona dostępność w czasie,
- interaktywność,
- możliwość indywidualizacji przekazu,
- elastyczność,
- taniość,
- możliwość ulepszania obsługi,
- szybkość.

Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu

ZASTOSOWANIE ICT W SYSTEMACH DYSTRYBUCJI USŁUG TURYSTYCZNYCH

Główne zalety włączenia Internetu do istniejących kanałów dystrybucyjnych to przede wszystkim:

- **wzrost popytu,**
- **dotarcie do zamożniejszych klientów,**
- **możliwość stworzenia efektu synergii płynącego z jednoczesnego wykorzystania wielu kanałów.**

EGZAMIN

ZASTOSOWANIE ICT W SYSTEMACH DYSTRYBUCJI USŁUG TURYSTYCZNYCH

W dobie rosnącej konkurencji oraz wzrostu i zmienności wymagań konsumentów, przedsiębiorstwa turystyczne **zmuszone są do nieustannej modernizacji i optymalizacji kanałów dystrybucji.**

Zaznaczyć należy, że **Internet stymuluje rozwój turystyki**, dostarczając:

→ **skutecznych narzędzi umożliwiających konsumentom-turystom identyfikację i zakup właściwego produktu**,

→ natomiast **dostawcom usług turystycznych – rozwijanie oraz dystrybucję ofert**, a także **zarządzanie nimi na skalę globalną**.

EGZAMIN

STOPIEŃ WYKORZYSTANIA INTERNETU W PRZEDSIĘBIORSTWACH (B2B)

Można wyróżnić **4 poziomy stosowania Internetu** w działalności przedsiębiorstw na rynku B2B:

→ **poziom początkowy**, na którym przedsiębiorstwo dostrzega znaczenie Internetu w komunikacji z partnerami **przygotowuje się do założenia strony internetowej**; na tym poziomie Internet służy głównie do **zbierania informacji na temat otoczenia rynkowego przedsiębiorstwa**;

STOPIEŃ WYKORZYSTANIA INTERNETU W PRZEDSIĘBIORSTWACH (B2B)

EGZAMIN

→ **poziom drugi** obejmuje już pewne **inwestycje infrastrukturalne związane również z komunikacją wewnętrzną**, np. **z założeniem intranetu lub budową strony internetowej**;

→ **poziom trzeci** obejmuje **kontakty z innymi organizacjami za pośrednictwem Internetu** (np. agent turystyczny bezpośrednio kontaktuje się z hotelarzem);

→ **najwyższy poziom** wskazuje na **zmianę modelu biznesowego na system e-biznesowy**, który oznacza przeniesienie do Internetu maksymalnie dużej liczby procesów z wnętrza przedsiębiorstwa.

EGZAMIN

STOPIEŃ WYKORZYSTANIA INTERNETU W PRZEDSIĘBIORSTWACH (B2C)

W relacjach **B2C** można wydzielić **3 fazy**:

- **przekazywanie informacji;**
- **interaktywność przekazu;**
- **personalizację przekazu.**

Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu

STOPIEŃ WYKORZYSTANIA INTERNETU W PRZEDSIĘBIORSTWACH (B2C)

Przykładowo w odniesieniu do przedsiębiorstwa hotelarskiego:

→ **pierwsza faza** obejmowałaby **posiadanie adresu e-mail** oraz **strony internetowej** zawierającej najważniejsze informacje o przedsiębiorstwie i jego ofercie;

→ przejście **do fazy drugiej** to możliwość **wyboru języka na stronie internetowej, drukowanie broszur** oraz **ustalanie reguł odpowiadania a wiadomości mailowe przez pracowników**;

→ **trzecia faza** obejmowałaby natomiast **możliwość rezerwacji on-line oraz dokonania płatności.**

EGZAMIN

ZASTOSOWANIE ICT W SYSTEMACH DYSTRYBUCJI USŁUG TURYSTYCZNYCH (B2C)

Technologie informacyjno-komunikacyjne w liniach lotniczych, hotelarstwie i biurach podróży mają **jeden wspólny mianownik**, którym jest

KOMUNIKACJA Z KLIENTEM
w zakresie wszechstronnej prezentacji produktu oraz jego rezerwacji on- line.

EGZAMIN

ZASTOSOWANIE ICT W SYSTEMACH DYSTRYBUCJI USŁUG TURYSTYCZNYCH (B2C)

Z punktu widzenia konsumentów, kanały dystrybucji oparte na Internecie spełniają trzy podstawowe funkcje:

- **pozwalają na pozyskanie informacji niezbędnych do podjęcia decyzji o zakupie produktu turystycznego,**
- **umożliwiają rezerwację wybranej oferty,**
- **umożliwiają dokonanie płatności**.

Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu

"Stara reguła Internetu głosiła, że wygrywa ten, kto pierwszy się tam znajdzie. Dziś uważamy, że to kompletna bzdura. Nowa reguła brzmi: Pierwsza osoba, która zrobi to we właściwy sposób będzie miała lojalnych klientów."

Karl Peterson

Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu

NARZĘDZIA MARKETINGU W INTERNECIE

Ilość narzędzi i sposobów, które wykorzystywane są w Internecie do osiągnięcia celów marketingowych rośnie wraz z postępem technologicznymi, przepływem i obiegiem informacji oraz zwiększoną aktywnością ludzi w sieci.

Część z tych narzędzi jest odpowiedzią na potrzeby informacyjne i marketingowe firm poszukujących nowych kanałów dotarcia do klienta, inne są wynikiem pewnych zjawisk społecznych, np. *social media*, blogi.

Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu

NARZĘDZIA MARKETINGU W SIECI

- Domena
- Strona www
- Optymalizacja i pozycjonowanie stron
- Programy partnerskie i afiliacyjne
- Mailing, newsletter
- Bannery reklamowe, linki, artykuły sponsorowane, advergaming
- Blogi, Vlogi
- Social media
- Kanały filmowe
- Buzz marketing….

Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu

Główną zaletą tych narzędzi jest ich **rozmaitość, interaktywność oraz możliwość bardzo dokładnego zweryfikowania i zmierzenia ich efektów**.

Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu

STRONA WWW

- **STRONA INTERNETOWA to miejsce, w którym dokonuje się kształtowanie wizerunku firmy, komunikowanie się z klientami i innymi podmiotami otoczenia, prowadzenie sprzedaży, budowanie relacji z klientami oraz ich lojalności.**
- **STRONA INTERNETOWA odbierana jest jako wirtualna siedziba przedsiębiorstwa.**
- **STRONA INTERNETOWA coraz częściej staje się miejscem pierwszego kontaktu z potencjalnym klientem, a umiejętne na przedstawienie niej informacji jest warunkiem koniecznym do pomyślnego kształtowania jej wizerunku.**

Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu

Kluczem do sukcesu jest spełnienie potrzeb informacyjnych osób odwiedzających stronę.

- **potencjalni kontrahenci i inwestorzy** zainteresowani są zazwyczaj informacjami opisującymi działalność przedsiębiorstwa (np. wielkość udziału w rynku, dynamikę wzrostu);
- **dziennikarze i pracownicy mediów** poszukują specjalnej sekcji zawierającej bieżące informacje (*press releases),* materiały do dalszej publikacji (np. logo, sprawozdania, raporty, zdobyte nagrody, itp.);
- **potencjalni klienci** zainteresowani są najczęściej informacjami o oferowanych produktach i/lub przedsiębiorstwie

Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu

Większość osób odwiedzających serwisy www przedsiębiorstw to właśnie potencjalni klienci pragnący zdobyć informację o interesujących ich ofert.

Warunkiem koniecznym jest dostarczenie informacji przedstawiającej oferowane oferty i ich zalety.

Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu

Strona internetowa może przyczyniać się do wzrostu sprzedaży przedsiębiorstwa, a wsparcie sprzedaży odbywać się może na dwóch płaszczyznach:

- **ułatwienia transakcji poza Internetem;**
- **sprzedaży poprzez Internet.**

Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu

Odpowiednio zaprojektowana i prowadzona strona WWW przedsiębiorstwa może wspierać jego działania w:

- **dotarciu do nowych klientów,**
- **kształtowaniu wizerunku,**
- **promocji i wsparciu sprzedaży,**
- **nawiązaniu dialogu z klientami,**
- **gromadzeniu danych o klientach.**

Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu

4 SKŁADOWE SERWISU WWW

Aby strona internetowa zapewniała maksymalnie dobry efekt przy jak najniższych nakładach należy zapewnić właściwe funkcjonowanie czterech części składowych serwisu, a mianowicie:

- **ZAWARTOŚCI INFORMACYJNEJ,**
- **OPRAWY GRAFICZNEJ,**
- **NAWIGACJI,**
- **INTERAKTYWNOŚCI.**

Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu

4 SKŁADOWE SERWISU WWW → ZAWARTOŚĆ INFORMACYJNA

ZAWARTOŚĆ INFORMACYJNA SERWISU posiada kluczowe znaczenie dla jego atrakcyjności, dlatego konstruując serwis internetowy, przedsiębiorstwo musi pamiętać o kilku ważnych zasadach dotyczących:

- **odpowiedniej budowy informacji;**
- **właściwej ekspozycji treści;**
- **aktualizacji;**
- **wykorzystania standardowych rozwiązań sieciowych.**

Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu

- odpowiednia budowa informacji - każda informacja powinna zostać skonstruowana pod kątem potencjalnego odbiorcy. Każdą wiadomość należy ponadto uzupełnić informacją o dacie jej powstania (bądź aktualizacji), pamiętając, że niektórzy będą ją czytali w oderwaniu od całości (np. jeśli trafią na podstronę dzięki wyszukiwarce),

Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu

- **właściwa ekspozycji treści** - informacje powinny zostać pogrupowane w działy, odpowiadające bądź obszarom działania firmy (np. historia, ludzie, produkty itd.), bądź też grupom odbiorców serwisu (np. informacje dla klientów, kontrahentów, prasy).

801 066 777 | 77 4476 777 | Biura sprzedaży | Zapamiętane 0 | Moja Itaka | PL

ITAKA

Wczasy | Wycieczki objazdowe | Dwa w jednym | City Break | Narty | No Limits | Nasze kierunki | Bilety lotnicze | Hotele | Samochody

Szukaj hotelu po nazwie...

RAINBOW

Gwarancja udanych i bezpiecznych wakacji

PIT | RZETELNA Firma | GPW | 25 lat na rynku

NASZE BIURA

CALL CENTER 801 310 801
kom.: 42 680 38 51
Pn-Pt 8⁰⁰-20⁰⁰ So-N 9⁰⁰-19⁰⁰

nowe Lato 2016 | Egzotyka 2015/16 | nowe Narty | Wycieczki objazdowe | Last Minute | Super Środa | Figlokluby | Bilety czarterowe | Opinie | Dla Firm

NECKERMANN PODRÓŻE

nasze biura | Strefa klienta | 804 200 111 | 22 212 05 00

Centrum Rezerwacji czynne
poniedziałek-sobota: 9-22, niedziela: 10-21

Przeszukaj nasz serwis

narty zima 2015/16 | last minute | SkiOpening 2015 | na wakacje samolotem | wyjazdy rodzinne | dojazd własny | wycieczki objazdowe | dalekie podróże

OFERTA LETNIA W SPRZEDAŻY!

BETA KUPUJ Z TUI | On-line | Przez telefon 22 56 80 043 | W biurze | Zaloguj do myTUI

TUI

Last Minute | All Inclusive | Egzotyka | Noclegi | Wycieczki objazdowe | Narty | Bilety | Kierunki | Promocje

Grecos

WIELKIE GRECKIE WAKACJE

INFOLINIA I REZERWACJA TELEFONICZNA / PON - PT 9 - 21, SOB - ND 9 - 19
801 473 267 / 61 279 74 00

Attyka | Chalkidiki | Evia | Itaka | Kefalonia | Korfu | Kos | Kreta | Lefkada | Lesbos | Ios | Majorka | Mykonos | Podróże

Peloponez Płd | Riwiera Olimpu | Rodos | Santorini | Skiathos | Skopelos | Zakynthos | Bilety lotnicze

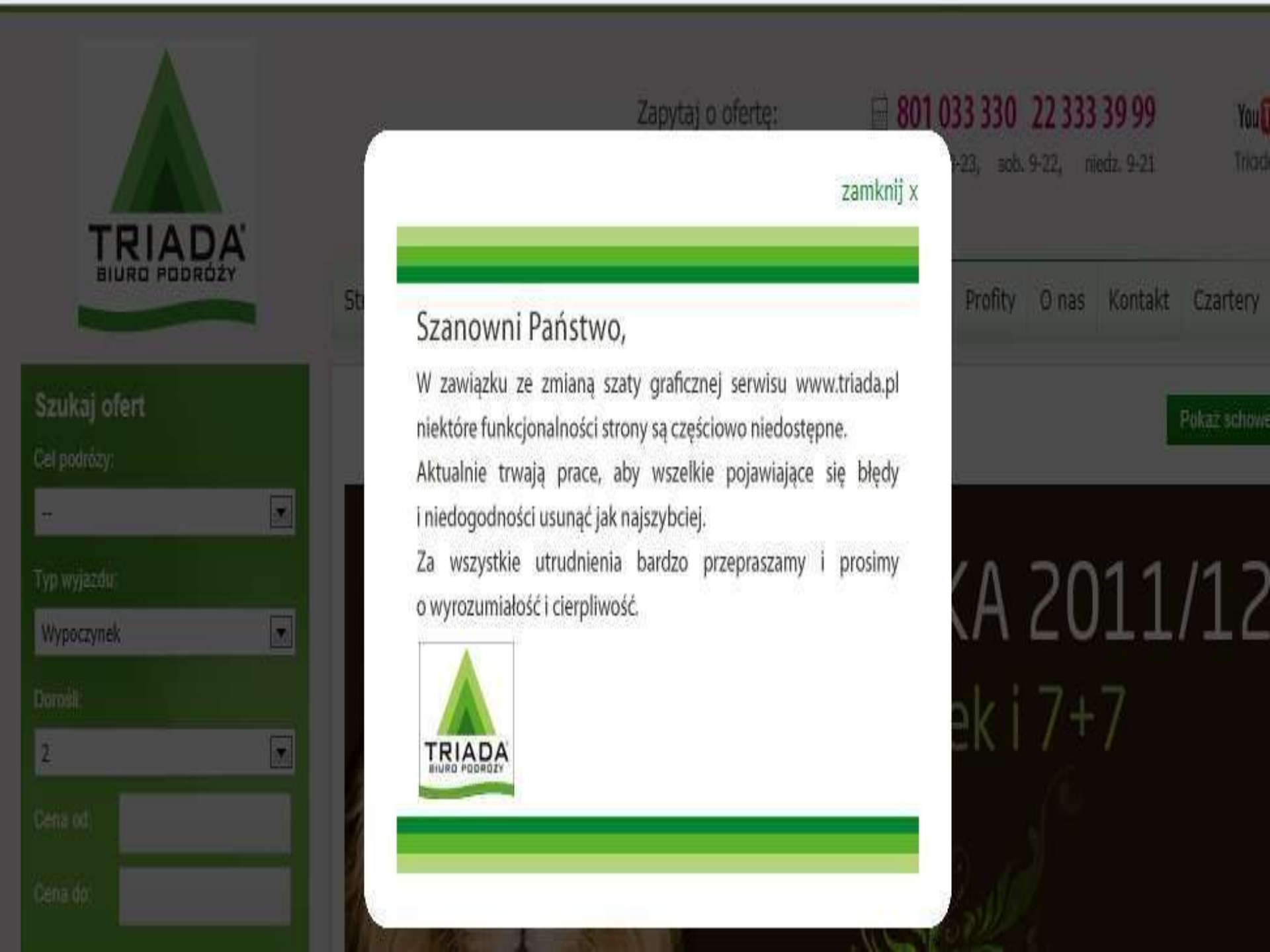
Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu

- **aktualizacja** - konieczność zamieszczania tylko aktualnych danych, poprawnych treści, sprawdzonych informacji.

Wiel Błąd 404

Sprawdź, czy adres strony
został wpisany prawidłowo
lub przejdź do strony głównej
i zacznij od początku

www.rainbowtours.pl


TRIADA
BIURO PODRÓŻY
Zapytaj o ofertę:
801 033 330 22 333 39 99
sob. 9-22, niedz. 9-21
Profity
O nas
Kontakt
Czartery
Szukaj ofert
Cel podróży:
Typ wyjazdu:
Wypoczynek
Dorośli:
2
Cena od:
Cena do:
zamknij x
Szanowni Państwo,
W zawiązku ze zmianą szaty graficznej serwisu www.triada.pl niektóre funkcjonalności strony są częściowo niedostępne.
Aktualnie trwają prace, aby wszelkie pojawiające się błędy i niedogodności usunąć jak najszybciej.
Za wszystkie utrudnienia bardzo przepraszamy i prosimy o wyrozumiałość i cierpliwość.
TRIADA
BIURO PODRÓŻY

ITAKA

Przepraszamy, trwa aktualizacja naszego serwisu

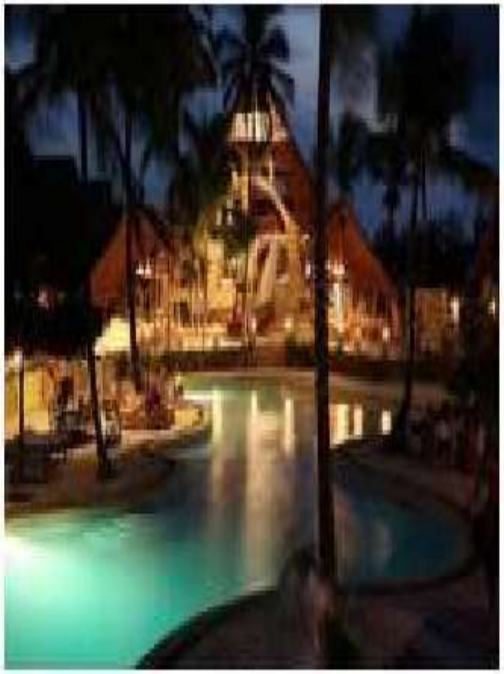
Zapraszamy za chwilę lub do kontaktu z naszą infolinią
(w dni powszednie od 8 do 22, sobota i niedziela od 9 do 20)

801 066 777 * 77 4476 777

** koszt jednej minuty połączenia jest równy jednej jednostce taryfikacyjnej i jest zależny od operatora.*

Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu

- **wykorzystanie standardowych rozwiązań sieciowych -** jako, że internauci są przyzwyczajeni do pewnego standardu w Internecie, należy więc dopasować serwis WWW do tych wymagań. Absolutne minimum to zapewnienie możliwości wydruku zawartości stron oraz możliwości wysłania danej informacji pocztą na określony adres. Niezbędne jest również zamieszczenie odnośnika umożliwiającego kontakt oraz komentowanie poszczególnych informacji zawartych na stronie WWW.



Palumbo Reef Resort ★★★☆☆

Tanzania > Zanzibar > Zanzibar

termin: 02.02.2016 - 10.02.2016
transport: samolot
wylot z: Katowice
wyżywienie: Wszystko w cenie
zakwaterowanie: Pokój 2 osobowy

ocena klientów: b.d.

~~7938 pln~~ (-4%)

7598 pln
7 dni / osoba

szczegóły

inne terminy

Powiadom znajomego

możesz wysłać do znajomego lub na swój adres e-mail interesującą Cię ofertę.

Skontaktuj się z Travel Shops

Newsletter Wpisz adres e-mail Zapisz

Infolinia
801 000 515

Dla tel. komórkowych
782 993 518

Obsługa klienta
pon - pt: **8:00 - 21:00**
sobota: **9:00 - 17:00**
niedziela: **12:00 - 20:00**

40 **Ogólnopolska Sieć Biur Podróży Travel Shops**
to ponad **40 biur** podróży na terenie całej Polski.

Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu

4 SKŁADOWE SERWISU WWW →OPRAWA GRAFICZNA

OPRAWA GRAFICZNA SERWISU to bardzo ważny element strony internetowej. Udana grafika może znacznie poprawić komunikację przedsiębiorstwa ze społecznością internetową, przyczyniając się do zwiększenia efektywności działań.

Przedsiębiorstwo powinno zaprojektować na stronach www elementy graficzne nawiązującedo firmowej kolorystyki stosowanej poza siecią.

801 066 777 | 77 4476 777 | Biura sprzedaży | Zapamiętane 0 | Moja Itaka | PL

ITAKA

Wczasy | Wycieczki objazdowe | Dwa w jednym | City Break | Narty | No Limits | Nasze kierunki | Bilety lotnicze | Hotele | Samochody

Szukaj hotelu po nazwie...

*Biuro Podróży **ITAKA** - Twoje wymarzone wakacje. Wyjedź z nami na wczasy all inclusive!*

Nr 1 w Polsce*

Wczasy | Wycieczki | City break | Dwa w jednym
Narty | No limits | Hotele | Samochody Nowość

Termin 01.11.2015 Powrót do

Dokąd Dowolne

Skąd Dowolne

Dorośli 2 Dzieci 1

Dziecko 1

travelshops 50 biur podróży w całej Polsce

ITAKA | Sun&Fun | RAINBOW

infolinia 801 000 515
pon-pt 8-21, sob 9-17, ndz 12-20

NASZE BIURA NA MAPIE

Last minute | First minute - lato 2016 | 7+7 | Egzotyka | Narty | Przeloty | Parkingi | Ubezpieczenia | Przed podróżą | Blog | Otwórz Biuro Podróży

samolot
autokar
dojazd własny

1. Gdzie 2. Kiedy 3. Liczba osób 4. Miejsce wylotu 5. Wyżywienie

Lanzarote

szukaj

Egzotyczne wyjazdy od 1950 pln

parking przy lotnisku gratis

Nie masz czasu szukać?

Zostaw wiadomość

Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu

Przy projektowaniu grafiki należy jednak pamiętać o tym, by **nie zdominowała ona całości projektu** internetowego oraz by **nadmiernie nie obciążała łącz**, ponieważ może się zdarzyć, że zbyt bogata grafika nadmiernie wydłuża czas oczekiwania na załadowanie strony, co może powodować rezygnowanie internautów z odwiedzenia danego serwisu, czyli utratę potencjalnych klientów.

Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu

4 SKŁADOWE SERWISU WWW → SPRAWNA NAWIGACJA

SPRAWNA NAWIGACJA zwiększa komunikatywność serwisu www i poprawia odbiór treści, które przedsiębiorstwo chce przekazać internautom. Dobrze zaprojektowana nawigacja pozwala natychmiast odnaleźć poszukiwane informacje.

Wśród najważniejszych stosowanych rozwiązań nawigacyjnych znajdują się: **menu nawigacyjne, odnośnik do strony głównej, wyszukiwarka czy odnośniki pozycyjne.**

801 066 777 | 77 4476 777 | Biura sprzedaży | Zapamiętane 0 | Moja Itaka | PL

ITAKA

Wczasy | Wycieczki objazdowe | Dwa w jednym | City Break | Narty | No Limits | Nasze kierunki | Bilety lotnicze | Hotele | Samochody

Szukaj hotelu po nazwie...

RAINBOW

Gwarancja udanych i bezpiecznych wakacji

PIT | RZETELNA Firma | GPW | 25 lat na rynku

NASZE BIURA

CALL CENTER 801 310 801
kom.: 42 680 38 51
Pn-Pt 8⁰⁰-20⁰⁰ So-N 9⁰⁰-19⁰⁰

nowe Lato 2016 | Egzotyka 2015/16 | nowe Narty | Wycieczki objazdowe | Last Minute | Super Środa | Figlokluby | Bilety czarterowe | Opinie | Dla Firm

NECKERMANN PODRÓŻE

nasze biura | Strefa klienta | 804 200 111 | 22 212 05 00

Centrum Rezerwacji czynne
poniedziałek-sobota: 9-22, niedziela: 10-21

Przeszukaj nasz serwis

narty zima 2015/16 | last minute | SkiOpening 2015 | na wakacje samolotem | wyjazdy rodzinne | dojazd własny | wycieczki objazdowe | dalekie podróże

OFERTA LETNIA W SPRZEDAŻY!

BETA KUPUJ Z TUI | On-line | Przez telefon 22 56 80 043 | W biurze | Zaloguj do myTUI

TUI

Last Minute | All Inclusive | Egzotyka | Noclegi | Wycieczki objazdowe | Narty | Bilety | Kierunki | Promocje

Grecos

WIELKIE GRECKIE WAKACJE

INFOLINIA I REZERWACJA TELEFONICZNA / PON - PT 9 - 21, SOB - ND 9 - 19
801 473 267 / 61 279 74 00

Attyka | Chalkidiki | Evia | Itaka | Kefalonia | Korfu | Kos | Kreta | Lefkada | Lesbos | Ios | Majorka | Mykonos | Podróże

Peloponez Płd | Riwiera Olimpu | Rodos | Santorini | Skiathos | Skopelos | Zakynthos | Bilety lotnicze

Wczasy | Wycieczki | City break | Dwa w jednym

Narty | No limits | Hotele | Samochody Nowość

Termin 03.11.2015 Powrót do

Dokąd Dowolne

Skąd Dowolne

Dorośli 2 Dzieci 1

Dziecko 1

02.11.2010

Aby otrzymać kompletną cenę, podaj daty urodzenia dzieci

Wyszukiwarka wycieczek

cel podróży: dowolny

wyjazd od: 04.11.2015

dorośli 2 dzieci 0 pokoje 1

Pokaż cenę za wszystkie osoby

wyszukiwanie szczegółowe

Szukaj

Kraj lub region: dowolny

Miasto wylotu: dowolne

Wyjazd: 24.04.2016

Powrót przed: 12.05.2016

Wyżywienie: dowolne

Dorośli: 2

1 Dziecko: -

2 Dziecko: -

3 Dziecko: -

Szukaj >

Ilość ofert:

więcej kryteriów wyszukiwania

Znajdź i kup swoje wakacje w 100% online

Samolotem | Samochodem | Narty | Bilety lotnicze

Kierunek: Wszystkie

Wylot z: Wszystkie

Wylot od

Wylot do

Długość pobytu: 6-8 dni

Dorośli: 2

Dzieci (0 - 18 lat): bez dzieci

Szukaj i Kup

Hotel i samolot | Tylko hotel

Cel podróży: dowolny

Wylot od: 2015-11-10

Wylot z: dowolnego lotniska

Długość pobytu: dowolna

Dorośli: 2

Z dziećmi

Szukaj i rezerwuj on-line

Przebieg rezerwacji

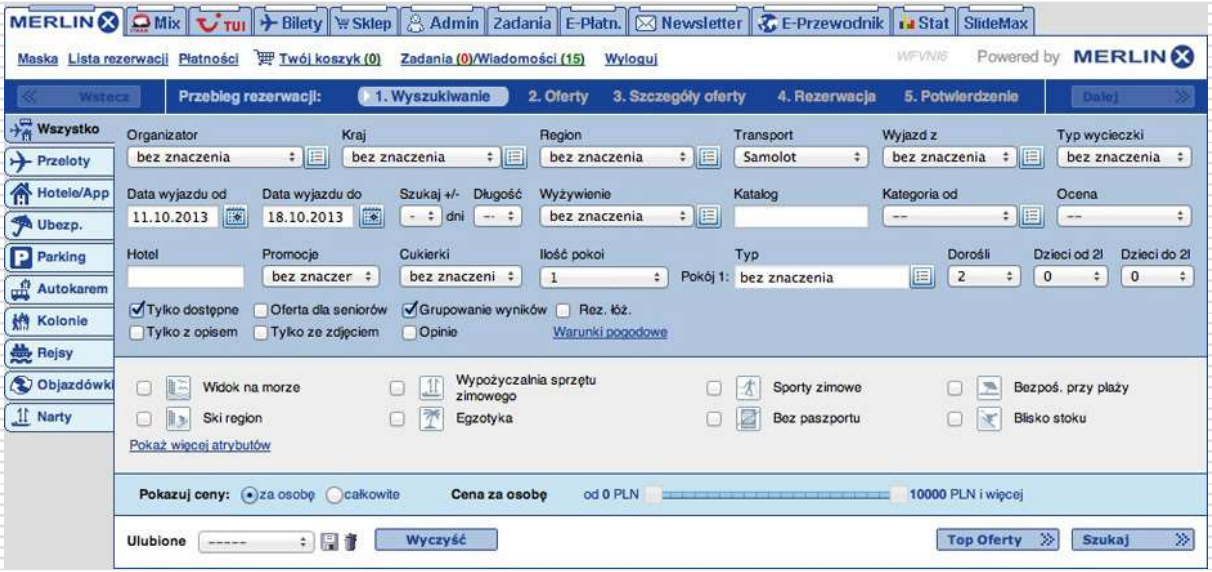
MERLIN X

Wyszukiwanie →
Lista ofert →
Szczegóły oferty →
Rezerwacja →
Potwierdzenie rezerwacji

MERLIN X

Instrukcja obsługi systemu rezerwacyjnego MerlinX
merlin.merlinx.pl v.7.6

Elektroniczne Systemy Sprzedaży Sp. z o.o.
ul. Przyjaźni 66/1, 53-030 Wrocław
telefon: +48 71 785 92 70, fax: +48 71 785 92 79, www.merlinx.pl

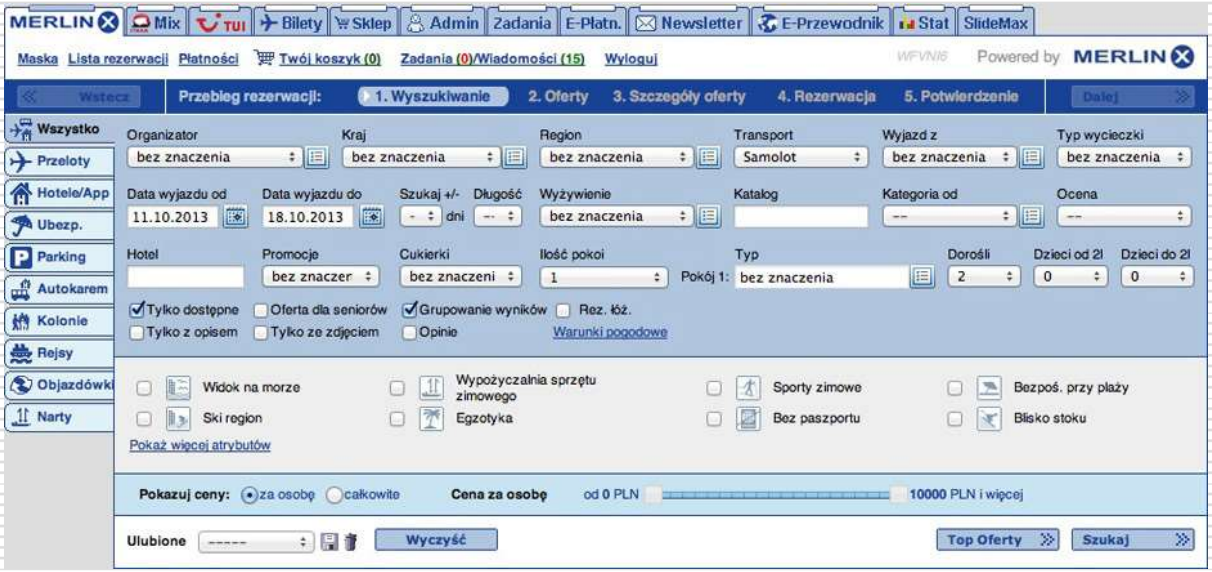


Kryteria wyszukiwania w systemie MerlinX:

- **organizator** (możliwość wybrania kilku organizatorów)
- **cel podróży** (lista krajów i regionów)
- **transport** (rodzaj transportu)
- **wyjazd z ...** (możliwość wybrania jednego lub kilku preferowanych miast wyjazdu lub regionu Polski)
- **typ wycieczki** (wczasy, rejs, wycieczka objazdowa, 7+7, …)
- **data wyjazdu** (z kalendarzem pomocniczym, możliwość wybrania dat)
- **szukaj +/-** (elastyczny termin, +/- ilość dni)
- **długość pobytu**
- **rodzaj wyżywienia** (możliwość wybrania kilku typów: BB, HB, FB, All Inclusive)
- **kategoria hotelu – ilość gwiazdek** (możliwość wybrania kilku kategorii)
- **ocena hotelu** (opinie gości) zoover
- **atrybuty oferty** (lista wszystkich udogodnień, np. bezpośrednio przy plaży, bez paszportu, blisko stoku narciarskiego)

- **wyjazd z ...** (możliwość wybrania jednego lub kilku preferowanych miast wylotu)

- **rodzaj wyżywienia** (możliwość wybrania kilku typów ofert: RO, BB, HB, FB, All Inclusive)



Kryteria wyszukiwania w systemie MerlinX:

- **promocje i cukierki**
- **ilość pokoi** (możliwość zarezerwowania 2 pokoi w jednej rezerwacji)
- **rodzaj zakwaterowania** (typy pokoi (studio, apartament, dwu-osobowy, trzy-osobowy), dodatki np. widok na morze/ogród, delux, superior…)
- **ilość uczestników podróży** (dorośli, dzieci do lat 2 i dzieci od 2 lat)
- **cena za osobę i cena całkowita** (przedział cenowy)…

Pole „Promocje"- umożliwia wyselekcjonowanie hitów tygodnia, promocji, ofert last oraz first minute.

Pole „Cukierki" - funkcja ta pomoże znaleźć oferty z gratisami, jak np.: bezpłatny bus hotelowy, darmowy internet lub ski pass w cenie.

Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu

4 SKŁADOWE SERWISU WWW → INTERAKTYWNOŚĆ

Interesująca zawartość serwisu, ciekawa grafika i sprawna nawigacja to nie wszystko **- konieczne jest bowiem zapewnienie interaktywności serwisu.**

INTERAKTYWNOŚĆ SERWISU rozumiana jako sprzężenie zwrotne między serwisem a jego odbiorcą.

Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu

Najważniejsze elementy interakcji użytkownika z firmowym serwisem www to:

- korzystanie z odnośników (łącz). Podstawą działania stron internetowych jest hipertekstowość, czyli ich wzajemne połączenia umożliwiające użytkownikowi przemieszczanie się w dowolnym kierunku dzięki odnośnikom;

RAINBOW

OFERTA ▾ PROMOCJE ▾ LAST MINUTE CZARTERY WYCIECZKI LOKALNE BLOG

Gdzie chcesz j

Szukaj jak chcesz

- Lato 2019
- Egzotyka
- Europa i Orient 2018/2019
- Egzotyka Light
- Sylwester
- Narty
- All inclusive
- Wypoczynek i zwiedzanie
- Wycieczki objazdowe
- Wakacje z dziećmi
- Autokarem z Polski
- Rejsy
- Krótki urlop
- Parking przy lotnisku
- Ubezpieczenia podróżne
- Wynajem samochodów
- Wszystkie kierunki

RAINBOW

OFERTA ▾ PROMOCJE ▾ LAST MINUTE CZARTERY WYCIECZKI LOKALNE BLOG

Lot bezpośredni Dreamlinerem

Lot bezpośredni Dreamlinerem

Lot bezpośredni Dreamlinerem

Komfort dalekich podróży Dreamliner LOT-u

BEZPOŚREDNIO – TYLKO Z RAINBOW

Dalekie podróże mogą być komfortowe! We współpracy z Polskimi Liniami Lotniczymi LOT oferujemy bezpośrednie rejsy z Warszawy, na pokładach jednych z najnowocześniejszych samolotów świata – Boeing 787 Dreamliner*. Imprezy te są oznaczone ikoną „LOT BEZPOŚREDNI".

TAJLANDIA, WIETNAM, BALI, KUBA - VARADERO I CAYO COCO, MEKSYK - CANCUN

NOWOŚCI: **BRAZYLIA, PANAMA, DOMINIKANA**

DREAMLINER – SAMOLOT MARZEŃ

Boeing 787 Dreamliner to innowacyjny samolot stanowiący nową erę pasażerskich XXI wieku. Został zaprojektowany tak, by zapewnić pasażerom wyjątkowy komfort w trakcie podróży. Kabina Dreamlinera jest bardziej przestronna i lepiej wyposażona, posiada większe, indywidualnie przyciemniane okna i specjalne dynamiczne oświetlenie, utrzymuje też wyższy poziom wilgotności i bardziej komfortowe ciśnienie powietrza. Wszystko to sprawia, że w Dreamlinerze można lepiej wypocząć w trakcie lotu i łatwiej pokonać różne strefy czasowe.

NAJBARDZIEJ GOŚCINNA POLSKA ZAŁOGA

Na pokładzie o Państwo bezpieczeństwo i wygodę można zaufać załodze LOT słynącej z profesjonalizmu i gościnności. Załogi latające na pokładach samolotów Boeing 787 Dreamliner to najlepsi piloci oraz stewardesy i stewardzi, którzy – w trosce o najwyższą jakość obsługi – regularnie przechodzą szkolenia i stale rozwijają swoje umiejętności. Dzięki temu możemy powiedzieć, że czas spędzony na pokładzie Dreamlinera LOT-u będzie nie tylko wygodnym i bezpiecznym przeżyciem, ale też wspaniałą podróżą pełną miłych wrażeń!

ROZRYWKA NA POKŁADZIE

Na pokładzie samolotu LOT-u, niezależnie od tego, czy wybiorą Państwo Klasę Biznes Elite, Premium Club czy Klasę Ekonomiczną, można korzystać z indywidualnego systemu rozrywki pokładowej zawierającej szeroką ofertę filmów, seriali, audiobooków, czasopism, książek oraz gier. Każdy fotel wyposażony jest również w gniazdo elektryczne oraz gniazdo USB.

Niezależnie od tego, w której klasie będą Państwo podróżować, na pokładzie na pewno nie będzie nudno, a podróż może szybko i wygodnie!

* W przypadku braku możliwości wykonania rejsu samolotem Boeing 787 Dreamliner LOT zapewni inny samolot o podobnym standardzie lub zaoferuje inny termin.

KLASA PREMIUM CLUB

Klasa ekonomiczna o podwyższonym komforcie – dostępna za dopłatą od 1399 PLN za osobę w dwie strony

- Spożywanie wydzielona część kabiny samolotu, z trzema rzędami wygodnych, szerokich foteli z podnóżkami i regulowanymi zagłówkami
- Indywidualne monitory, a także gniazdo elektryczne, USB i słuchawki z redukcją szumów
- Dwa posiłki podczas lotu oraz szeroki wybór napojów bezalkoholowych i alkoholi
- Na Lotnisku Chopina w Warszawie – szybka odprawa przy stanowiskach LOT Elite Club/Business Class
- Limit bagażowy: 25 kg – bagaż rejestrowany i 8 kg – bagaż podręczny

KLASA EKONOMICZNA

- Nowoczesne fotele z podnóżkami
- Indywidualne monitory systemu rozrywki pokładowej oraz gniazda elektryczne, USB i słuchawki dla każdego pasażera
- Dwa posiłki podczas lotu oraz szeroki wybór napojów bezalkoholowych serwowanych do posiłków.
- Limit bagażowy: 20 kg – bagaż rejestrowany i 5 kg – bagaż podręczny

KLASA BIZNES ELITE

Klasa biznes – dostępna za dopłatą od 2699 PLN za osobę w dwie strony

- Najwyższy komfort podróży, niedostępny do tej pory na żadnym rejsie czarterowym z Polski, pozwalający na pełny relaks w podróży i spokojny sen podczas całego lotu
- Luksusowe, elektrokinetyczne stanowiska foteli, rozkładające się do leżącej pozycji (długość ok 190 cm!)
- Duże, indywidualne monitory z systemem rozrywki pokładowej, gniazdka elektryczne oraz USB i słuchawki z redukcją szumów
- Ruchome zasłonki między fotelami stwarzające atmosferę większej prywatności
- Ciepłe pledy, wygodne podkładki oraz bieżenowe przybory toaletowe
- Bogato menu dostosowanych posiłków oraz szeroki wybór napojów bezalkoholowych oraz alkoholi
- W Warszawie – szybka odprawa przy stanowiskach LOT Elite Club/Business Class
- Limit bagażowy: 25 kg – bagaż rejestrowany i 9 kg – bagaż podręczny

Sortuj oferty wg: Cena ▲ | Daty | Oceny

Savoy Othon

Brazylia, Rio de Janeiro

11.11.2018 (niedziela)

Wylot z Warszawa Lot Dreamlinerem

Śniadania

wypoczynek

4 349 zł za os. / 13 dni

Hotel posiada inne długości pobytu dla innych terminów

Egzotyka Light – Rio de Janeiro

Brazylia

13.12.2018 (czwartek)

Wylot z Warszawa Lot Dreamlinerem

Śniadania

objazd

~~5 399 zł~~

4 799 zł za os. / 12 dni

Americas Copacabana

Brazylia, Rio de Janeiro

13.12.2018 (czwartek)

Wylot z Warszawa Lot Dreamlinerem

Śniadania

wypoczynek

~~5 999 zł~~

4 849 zł za os. / 12 dni

NOWOŚĆ!

Egzotyka light

Nowy lżejszy sposób na zwiedzanie egzotyki

Propozycja dla spragnionych relaksu i ciekawych wrażeń, będąca połączeniem wczasów i zwiedzania. W programie wyjazdu są wliczone w cenę wycieczki do najbardziej atrakcyjnych miejsc, a zakwaterowanie w hotelu daje więcej okazji do relaksu. Nie bez znaczenia jest też bardzo korzystna cena i bezpośredni przelot.

- wygodna formuła
- unikalna oferta na rynku
- atrakcyjna cena

Dodaj opinie

4.7 Ocena ogólna tej wycieczki

Program wycieczki	Pilot	Transport	Zakwaterowanie	Wyżywienie	Intensywność programu
4.2	3.4	5.1	4.4	4.4	3.4

5.5 Ogólna ocena

Sloneczne RIO

Fajna niemeczaca wycieczka ktora pozwala zwiedzic najciekawsze miejsca najpiekniej polozonego miasta swiata .Nie naleze do osob ktore wyleguja sie na plazy totez postanowilem sobie pozwiedzac okolice ...

Pokaż więcej »

6.0 Ogólna ocena

Mega wyjazd

Pobyt oceniam bardzo pozytywnie, program wycieczki bardzo fajny, nic dodać nic ująć. My byliśmy jeszcze na sambodromie podczas finału karnawału, po prostu rewelacja, jak planujecie wyjazd to polecam w ...

5.0 Ogólna ocena

Samba i nie tylko

Wycieczka bardzo udana, ale to głównie zasługa grupy ludzi, których poznaliśmy na tej wyprawie, naszego indywidualnego przygotowania do wyjazdu i samodzielnych wypadów do centrum Rio, a tylko w ...

Pokaż więcej »

Dodał(a): Rafał, 06.02.2018
Termin pobytu: Styczeń 2018

Galeria zdjęć z opinii

Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu

- możliwość wysłania wiadomości;

Dream Gran Castillo ★★★★★
Hiszpania > Lanzarote > Playa Blanca

termin: 30.01.2016 - 06.02.2016
transport: samolot
wylot z: Katowice
wyżywienie: Wszystko w cenie
zakwaterowanie: Pok. superior 2 os.+1 dost.

ocena klientów: 8.8

~~5209 pln~~ (-9%)
4759 pln
7 dni / osoba

szczegóły

inne terminy

Powiadom znajomego

możesz wysłać do znajomego lub na swój adres e-mail interesującą Cię ofertę.

Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu

- **wirtualne dyskusje i zbieranie opinii;**

Długość pobytu: dowolna X | Dojazd: Samolot X | Portugalia (1) X | Dorośli: 3 X | Dzieci, wiek: 10 X | Data wylotu: 27.04.2015 X | Data

Dzieci

1

Portugalia / Madeira / Ponta Delgada

Monte Mar Palace ****

Pobyt 7 dni

travelplanet.pl

X

Czy chcesz spędzić urlop w Portugalii?

Podaj nam numer swojego telefonu,
a skontaktujemy się z Tobą i pomożemy w zakupie:

numer telefonu

☐ Akceptuję warunki polityki prywatności

Wyślij

Poznań

Rzeszów

Szczecin

First Minute Powerbank w prezencie, tylko 3 044 zł zaliczki

Dodaj do schowka

ITAKA
www.itaka.pl
Wróciłeś z wakacji?
Dodaj opinię i wygraj bon wakacyjny
o wartości 5000 PLN!
Podziel się opinią

moja ITAKA

infolinia: 801 066 777
77 447 67 77

www.itaka.pl

Moja ITAKA - strefa informacji o rezerwacjach

moja.itaka.pl - nowy sposób logowania. Zobacz instrukcję.

Zaloguj się

E-mail

Hasło

ZALOGUJ

Nie pamiętasz hasła?

Moja ITAKA to:

- Dostęp do Twoich rezerwacji online
- Zawsze aktualne informacje o Twoich rezerwacjach
- Usługi dodatkowe i oferty specjalne

Zaloguj się

Zaloguj

ZAŁÓŻ KONTO

Newsletter

Dodaj swój adres do newslettera

ok

Dołącz do nas:

Mobilne aplikacje

SPRAWDŹ »

Ogólnie | Opis oferty | Mapa i informacje o regionie | Opinie (624) | Filmy i zdjęcia | Wycieczki lokalne

Ogólna ocena **5,0 /6** z 624 opinie

94% klientów wystawiło opinię dobrą lub bardzo dobrą

Pokój	4.7
Wyżywienie	4.9
Obsługa hotelowa	5.0
Animacje	4.1
Położenie	5.0
Plaża	5.4
Atrakcje w okolicy	4.1
Jakość do ceny	4.6

Klienci doceniają m.in:

- Plażę w okolicy
- Położenie hotelu
- Obsługę hotelową

sortuj Najnowsze — zawierające opis

Wszystkie (624) | z rodziną (184) | z partnerem/ką (347) | ze znajomymi (88) | sam/a (4)

5 /6 Krzysztof, 41-50 lat, z rodziną — wrzesień 2016

Hotel bardzo ładnie położony, przemyślane rozwiązania architektoniczne, ciągi komunikacyjne, rozmieszczenie budynków hotelowych, basenów i poszczególnych mediów. (...) rozwiń »

Zapamiętaj — Dodano 37 razy

Sprawdź cenę

Osoby: 2 dorosłych
Pokój: Pokój 2 os.
Wyżywienie: all inclusive
Skąd: Poznań
Terminy i ceny: Pn 05.06 – Pn 12.06 (8 dni)
Sprawdź rozkład lotu

Cena/os.: 3 069 PLN
Razem: 6 138 PLN

REZERWUJ

LATO 2017 — Zapytaj o ofertę

Infolinia
801 066 777
77 4476 777
Infolinia dostępna: pn-pt 8-22, sob-ndz 9-20

Podziel się

Dlaczego warto?
1. Kompletne ceny - nasze ceny nigdy nie zawierają żadnych ukrytych opłat.
2. Gwarancja ubezpieczeniowa - 200 000 000 PLN
3. Wygoda — rezerwujesz kiedy chcesz.

Bezpieczeństwo
Dane w procesie rezerwacji chronimy i szyfrujemy certyfikatem thawte

Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu

- **narzędzia interaktywne mogą być cennym uzupełnieniem serwisu firmowego** - chodzi tu o różnego rodzaju:
- kalkulatory (np. walutowe),
- interaktywne formularze (np. prognozy pogody w poszczególnych destynacjach),
- poradniki, przewodniki, fora opinii,
- konfiguratory – narzędzie pozwalające na budowę produktu z gotowych elementów, które potrafi podać cenę wybranej konfiguracji,
- różnorodne aplikacje.

Przed podróżą

Co, gdzie i jak?

Najnowsze przewodniki:

Malezja

Sri Lanka

Tunezja

Najnowsze wycieczki fakultatywne:

Katania
Włochy - Sycylia

Wieczór Grecki
Grecja - Rodos

Agadir
Maroko - Agadir

Wycieczki fakultatywne

Poznaj najciekawsze wycieczki na jakie możesz się udać podczas wymarzonych wakacji

Przewodniki

Poznaj najciekawsze miejsca wypoczynku na naszej planecie.

Praktyczne porady

Sięgnij przed wyjazdem po praktyczne porady: co, gdzie i jak?

Relacje z podróży

Przeczytaj wakacyjne relacje naszych Klientów z miejsc, które warto odwiedzić

Praktyczne porady

Co zabrać

- Bagaż podstawowy
- Bagaż podręczny
- Ubranie na wyjazd
- Kosmetyki na wyjazd
- Dokumenty
- Sprzęt fotograficzny
- Pieniądze i karty
- Praktyczne przedmioty

Bagaż podstawowy

Po pierwsze zawsze warto zastanowić się, co w danym kraju czy regionie turystycznym może być nam potrzebne. Inaczej pakujemy bagaż na wakacje w hotelu w popularnym kurorcie w krajach basenu Morza Śródziemnego takich jak: **Hiszpania, Grecja** czy w **Egipt, Turcja** czy **Cypr**, inaczej na wyjazd do wynajętego domku w popularnym kurorcie z dojazdem własnym np.: Chorwacja, Bułgaria czy na kemping lub krótki **wyjazd weekendowy** do jednego z miast Europy: Rzym, Paryż, Barcelona, a inaczej wybierając na safari czy w podróż do egzotycznego kraju, jak Kenia, Indie, Chiny, Brazylia, Dominikana, Kuba. Oczywiście zabierzemy inne rzeczy lecąc **samolotem na urlop** w Hiszpanii, **klubowy hotel ze śniadaniem**, a inaczej wybierając rodzinne wakacje w Turcji, **luksusowy hotel z wyżywieniem all inclusive.** Rezerwując hotel ze śniadaniami lub **apartament bez wyżywienia** zapytajmy w biurze podróży, czy po przybyciu na miejsce naszego zakwaterowania będziemy mieli **wyposażony aneks kuchenny**. Od kierunku i sposobu spędzania czasu na miejscu wypoczynku zależy lista rzeczy naszego bagażu, który weźmiemy ze sobą na wcześniej wykupiony w biurze podróży wyjazd. **Oferta last minute**

Travel Shops Blog

Singapur moimi oczyma

Dodano: 2015-10-25 - Autor: Paweł Trzmiel - Kategoria: Relacje klientów

Kiedy nietoperz wielkości kota otworzył oczy i spojrzał na mnie, zrobiło mi się trochę nieswojo. Była noc, a on wisiał pół metra obok mojej twarzy, w dodatku z kilkoma innymi nietoperzami obok.

czytaj dalej »

Travel Shops Blog

Singapur moimi oczyma

Dodano: 2015-10-25 - Autor: Paweł Trzmiel - Kategoria: Relacje klientów

Kiedy nietoperz wielkości kota otworzył oczy i spojrzał na mnie, zrobiło mi się trochę nieswojo. Była noc, a on wisiał pół metra obok mojej twarzy, w dodatku z kilkoma innymi nietoperzami obok.

Potrzebujesz pomocy?

rozpocznij czat

Rozmowa z konsultantem

Twój styl podróżowania

Stylów podróżowania jest tak wiele, jak wielu jest podróżników. Wyjazdy wakacyjne dla rodzin z dziećmi, dla singli i dla seniorów, czy też dla osób ceniących aktywną formę wypoczynku, to tylko niektóre z propozycji wycieczek last minute czy first minute, które możesz zarezerwować w dowolnej opcji, także all inclusive. Dopasuj ofertę wakacji do swoich potrzeb i udaj się w podróż marzeń!

Rodziny z dziećmi
ponad 2500 ofert

Dla aktywnych
ponad 2500 ofert

Spa & Wellness
ponad 2500 ofert

Nocne życie
1482 ofert

Dla wielbicieli egzotyki
2446 ofert

Dla golfistów
1228 ofert

Bez paszportu
539 ofert

Dla singli
411 ofert

pokaż więcej kategorii »

Rio de Janeiro - klejnot Brazylii

1. szczegóły » 2. rezerwacja » 3. potwierdzenie

Brazylia > > Wyc. objazdowe

‹ powrót do poprzedniej strony

Długość pobytu: **6 dni**

Wylot z: **Warszawa**

Wyżywienie: **Śniadanie i obiadokolacje**

Zakwaterowanie: **Pokój dwuosobowy**

Wyjazd: **21.03.2018**
wylot: **00:00** przylot: **00:00**

Powrót: **27.03.2018**
wylot: **00:00** przylot: **00:00**

Transport: **samolot**

Organizator: **Ecco Travel**

Cena za osobę: **5790 pln**

Cena całkowita:

11580 pln

formularz zamówienia

Alert cenowy

Możesz wprowadzić automatyczne powiadomienie o obniżeniu ceny wybranej oferty na dowolny adres e-mail.

Alerty cenowe

Rio de Janeiro - kle

zerwacja » 3. potwierdzenie

Brazylia > > Wyc. objazdowe

« powrót do poprzedniej strony

Alert cenowy

x

Poinformuj mnie jeśli:

☑ Cena tej oferty spadnie do poziomu 5211 pln

Cena tej oferty zostanie obniżona do **90%**

☐ Niniejsza oferta zostanie **Hitem tygodnia**

Adres e-mail

Wpisz e-mail

wyślij zamknij

Cena za osobę: 5790 pln

Cena całkowita:

11580 pln

formularz zamówienia

Udogodnienia:

inne terminy

Club Playa Blanca ★★★★☆
Hiszpania > Lanzarote > Tequise

termin: 13.02.2016 - 20.02.2016
transport: samolot
wylot z: Warszawa
wyżywienie: Wszystko w cenie
zakwaterowanie: Bungalow b1

ocena klientów: 7.6

3255 pln
7 dni / osoba

szczegóły

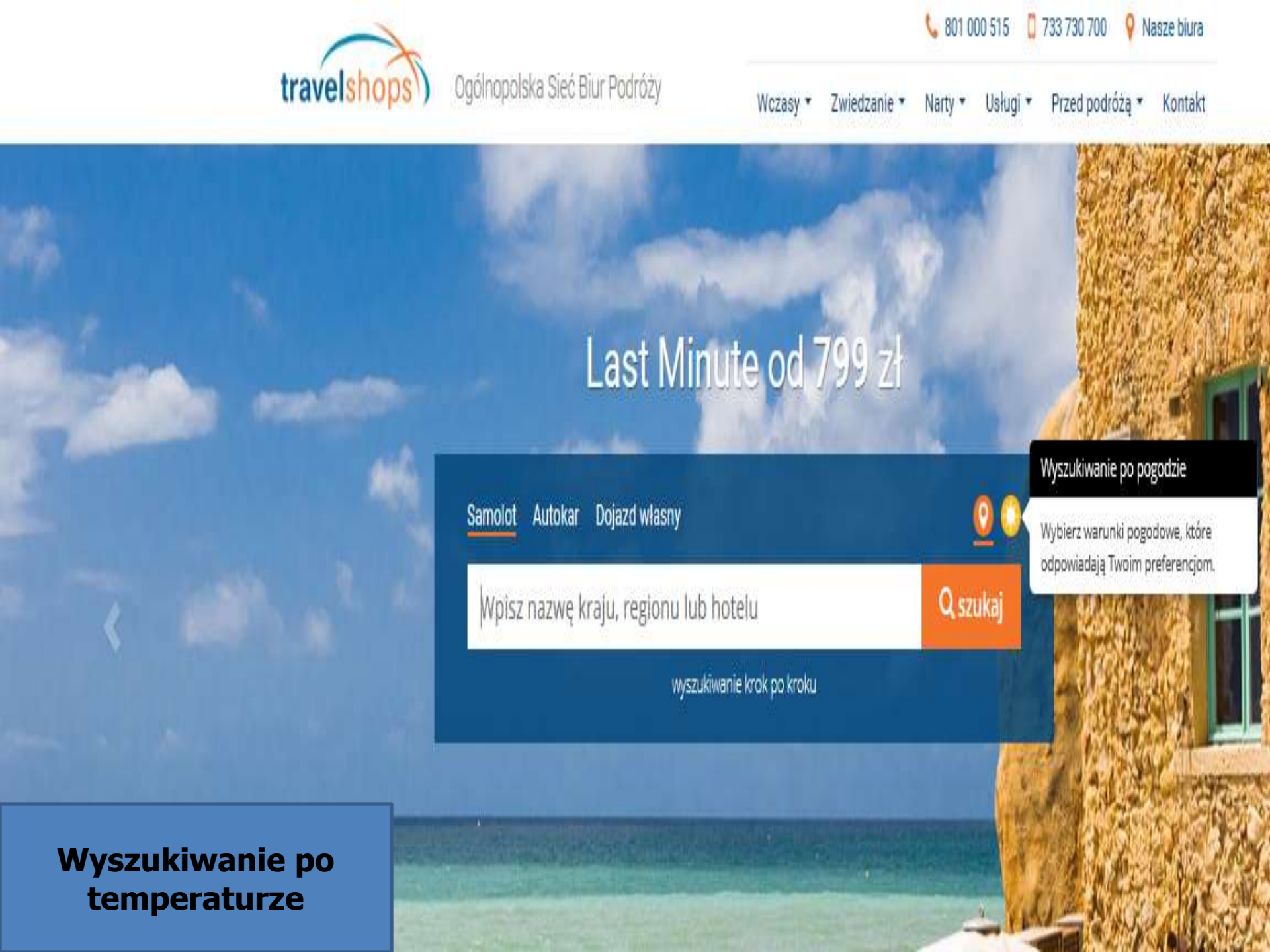
Dodaj do porównania

możesz wybrać i porównać szczegóły maksymalnie 3 ofert.

Porównanie ofert

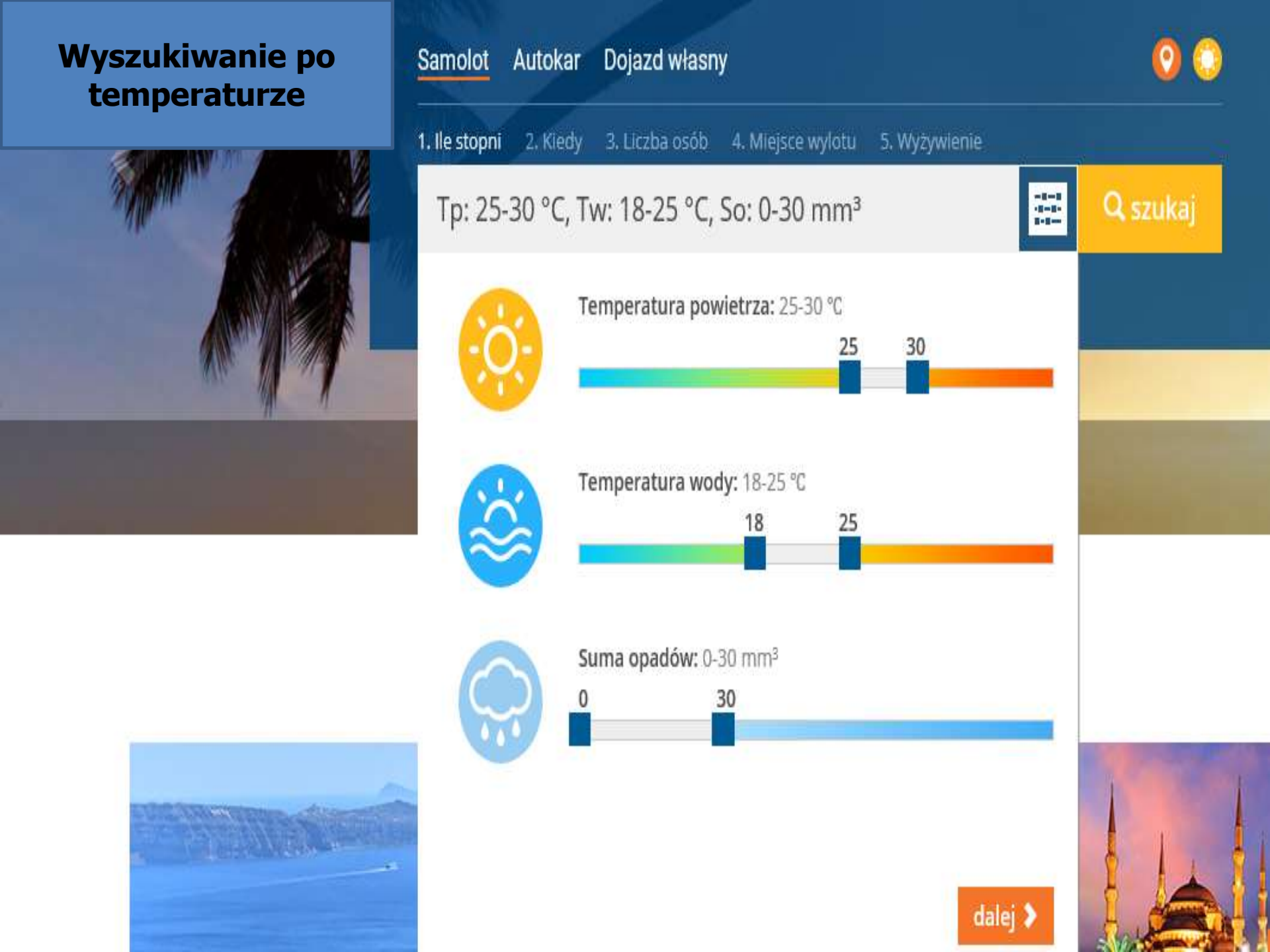
Rodzaj oferty:	oferta katalogowa	oferta katalogowa	oferta katalogowa
Nazwa hotelu:	Club Playa Blanca	Be Live Experience Grand Teguise Playa	Vitalclass Lanzarote
Standard hotelu:	★★★★☆	★★★★☆	★★★★☆
Zdjęcie:			
Kraj:	Hiszpania > Lanzarote > Playa Blanca	Hiszpania > Lanzarote > Costa Teguise	Hiszpania > Lanzarote > Costa Teguise
Cena za osobę:	3255 pln	3516 pln	3628 pln
Liczba dni:	7	7	7
Organizator:	Rainbow Tours	Rainbow Tours	Rainbow Tours
Transport:	samolot	samolot	samolot
Wylotu z:	Warszawa	Warszawa	Warszawa
Wyżywienie:	Wszystko w cenie	Wszystko w cenie	Wszystko w cenie
Zakwaterowanie:	Bungalow b1	Pokój standard	Junior Suite
Ocena klientów:			
Obsługa:	b.d.	7.2	
Jakość/cena:	7.3	6.7	
Wyżywienie:	b.d.	6.5	
Pokoje:	b.d.	5.7	

Porównywarka ofert



Wyszukiwanie po temperaturze

Wyszukiwanie po temperaturze



Przykładowa oferta imprezy turystycznej spełniającej zadane kryteria pogodowe:

Tp: 25-30 °C, Tw: 18-25 °C, So: 0-30 mm³

Temperatura powietrza: 25-30 °C

25 30

Temperatura wody: 18-25 °C

18 25

Suma opadów: 0-30 mm³

0 30

Oasis Atlantico Belorizonte ★★★★☆

Wyspy Zielonego Przylądka > Sal > Santa Maria

termin: 22.10.2017 - 06.11.2017
transport: samolot
wylot z: Warszawa
wyżywienie: Wszystko w cenie
zakwaterowanie: Bungalow 2 os.

7.1
Ocena klientów

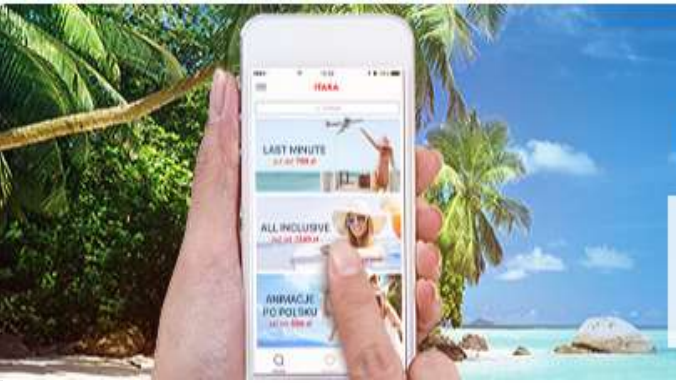
Gwarancja Najniższej Ceny

~~6349 pln~~ (-37%)

3999 pln
14 dni / osoba

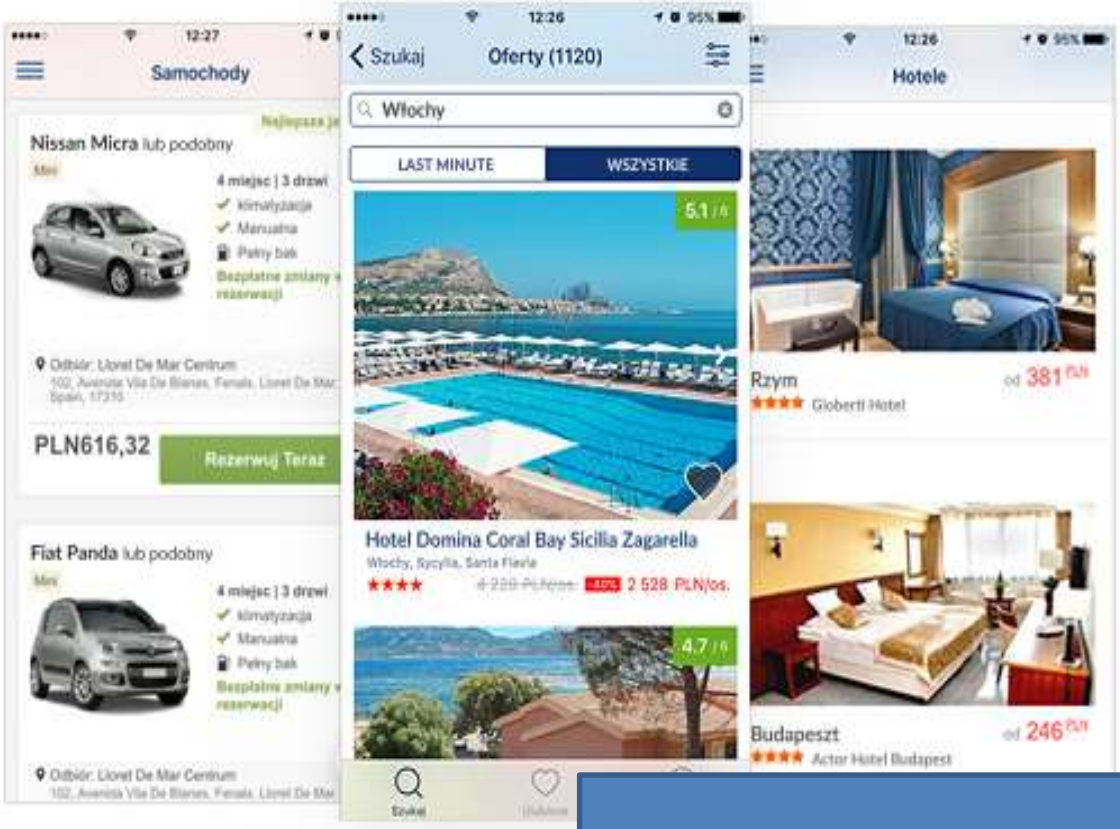
szczegóły

inne terminy



Nasze oferty teraz także w aplikacji mobilnej!

Pobierz aplikację ITAKA i szukaj wakacyjnych ofert na swoim smartfonie jeszcze szybciej i wygodniej!



Aplikacje mobilne

Aplikacja „PRZEWODNIKI ITAKI”

Wszystko o Twoich wakacjach, w Twoim smartfonie i tablecie!

Chcesz wiedzieć więcej o miejscu, do którego się wybierasz? Mieć pod ręką mini słownik, przelicznik walut, listę atrakcji w okolicy? Aplikacja „Przewodniki Itaki” umożliwi Ci dostęp do tych i wielu innych informacji! W dodatku działa także w trybie offline, dzięki czemu wszystko, co w niej zawarte, jest dostępne również za granicą, bez żadnych opłat. Pobierz aplikację na swoje urządzenie mobilne!

Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu

RESPONSIVE WEB DESIGN

Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu

RESPONSIVE WEB DESIGN

RESPONSIVE WEB DESIGN to **tendencja w projektowaniu stron www**, która wpisuje się tak w oczekiwania konsumentów/internautów, jak i producentów, odpowiadając na:

1. **rosnącą potrzebę samych klientów łatwego dotarcia do informacji z urządzeń mobilnych**;

oraz

2. **pozwalając zachować cały content niezależnie od urządzenia, na którym jest oglądany**.

Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu

WPŁYW PROJEKTOWANIA RESPONSYWNEGO NA WYGLĄD STRON WWW

Projektowanie responsywne wymusiło **większą czystość i przejrzystość stron** oraz **usystematyzowany układ treści**.

Widać też, jak pewne **trendy charakterystyczne dla aplikacji mobilnych przenikają na grunt projektowania stron**. Projektowanie responsywne należy więc nazwać standardem do którego, każdy powinien dążyć.

Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu

FLAT DESIGN

Coraz częściej w projektowaniu stron www dominuje **płaskie projektowanie** (z ang. „flat design”):

- **bez zbędnych ozdobników, cieni i tekstur,**
- **koncentracja na doborze kolorów oraz eksponowaniu poszczególnych elementów,**
- **skupienie się prostocie i przejrzystości.**

Français Deutsch Italiano Español UK version

definitely Dubai

THE OFFICIAL TOURISM PORTAL

I'm Visiting | I Live here! | Here on Business | myDUBAI

Why Dubai? | Getting there | Where to stay? | Things to do | Things to See | Where do I eat? | Getting around

Where To Stay

Hotels Search | Hotels | Hotel Apartments | Resorts

Super Luxury

5 Star

4 Star

3 Star

Definitely Search

Featured Video

BURJ AL ARAB JUMEIRAH

CURRENTLY IN DUBAI 41 °C

SHOW MAP

ACCOMMODATION | RESTAURANTS | SPA | FACILITIES & SERVICES | ACTIVITIES | MEETINGS & EVENTS | OFFERS

CHECK AVAILABILITY FOR ROOMS AT BURJ AL ARAB JUMEIRAH

Please select the dates for price and availability

CHECK IN DATE 04/11/2015

CHECK OUT DATE 05/11/2015

ROOMS 1

	ADULTS	CHILDREN
ROOM1	2	0

+ ADD PROMO/ CORPORATE CODE

+ ADD GROUP CODE

CHECK AVAILABILITY

KICHAKA
EXPEDITIONS

Contact Us

About Us | Tanzania | Ruaha National Park | Safaris | The Camp | Essential Information

Discover
Ruaha National Park

Walking Safaris

Meet Your Guide
Andrew Mehaare

Featured Safari

Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu

SIMPLE DESIGN

Idea jest **prosta - osiągnąć jak najlepszy efekt przy najmniejszym stopniu skomplikowania**.

W kwestii tego, co jest ważne, a co nie, decyduje przede wszystkim realizujący projekt **grafik**.

Na pewno dominują w tym trendzie:

- **duże obrazy,**
- **charakterystyczna typografia,**
- **proste i przejrzyste menu.**

SHIELD SAFARIS

STORY SAFARIS INITIATIVES TEAM STORE INFO ENTERPRISE

RAINBOW

OFERTA ▾ PROMOCJE ▾ LAST MINUTE CZARTERY LOTY + HOTELE SCHOWEK

Gdzie chcesz jechać na wakacje?

kliknij tutaj i wpisz np. Fuerteventura all inclusive lu SZUKAJ

Wyszukiwanie standardowe

<< SRI LANKA - SPRAWDŹ OFERTY >>

O nas | Kontakt | Dla klientów | Zasady korzystania | Najpopularniejsze kierunki | YouTube G+

Super oferty czekają!
Zapisz się na Newsletter

Podaj adres e-mail >

Wszelkie prawa zastrzeżone © 1991 - 2016 Rainbow Tours S.A.

801 000 515 | 782 993 518 | Nasze biura

travelshops Ogólnopolska Sieć Biur Podróży

Wycieczki ▾ Zwiedzanie ▾ Narty ▾ Usługi ▾ Przed podróżą ▾ Kontakt

Wakacje na Raty. Oferty już od 659 pln

Samolot Autokar Dojazd własny

Wpisz nazwę kraju, regionu lub hotelu

szukaj

wyszukiwanie zaawansowane

PARKING PRZY LOTNISKU GRATIS

Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu

TYPOGRAFIA

Typografia zaczyna odgrywać kluczową rolę w komunikacji, bowiem:

→ z jednej strony pozwala **usystematyzować najważniejsze elementy strony**,

→ z drugiej, **nadać jej niepowtarzalny, unikalny charakter**.

The Dublin City PUB CRAWL

HOME | BOOKINGS | WHAT YOU GET | ABOUT US | GALLERY | SPECIAL OFFERS | CONTACT US

WHEN?

Summer Times:
Sign up 8-9pm every Wednesday, Thursday, Friday and Saturday from May to September.

Winter Times:
Sign up 8-9pm every Thursday, Friday and Saturday from October to April

WHERE?

At The Porterhouse Central, 45-47 Nassau Street, at the end of Grafton Street near Trinity College

SPECIAL EVENTS

St. Patrick's Pub Crawl Weekend - 16 March

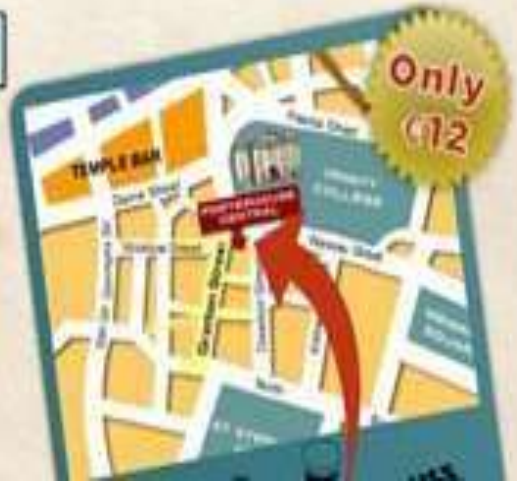
St. Patrick's Pub Crawl Weekend - 17 March

St. Patrick's Pub Crawl Weekend - 18 March

POLL

What is your favourite Porterhouse Brew?

GOING FOR A FEW PINTS?



The Dublin City Pub Crawl

St Patricks Day Dublin St Patricks Day Dublin St Patricks Day Dublin

BOOKING NOW OPEN FOR ST. PATRICK'S DAY PUB CRAWL WEEKEND! CHOOSE YOUR NIGHT FROM THE SPECIAL EVENTS COLUMN ON THE LEFT SIDE OF THIS PAGE. WE ARE RUNNING SPECIAL PUB CRAWLS 16, 17, 18 MARCH!

St Patricks Day Dublin St Patricks Day Dublin St Patricks

Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu

WYKORZYSTANIE WIDEO I DUŻA GRAFIKA

Używanie wideo ma dwojaki charakter:

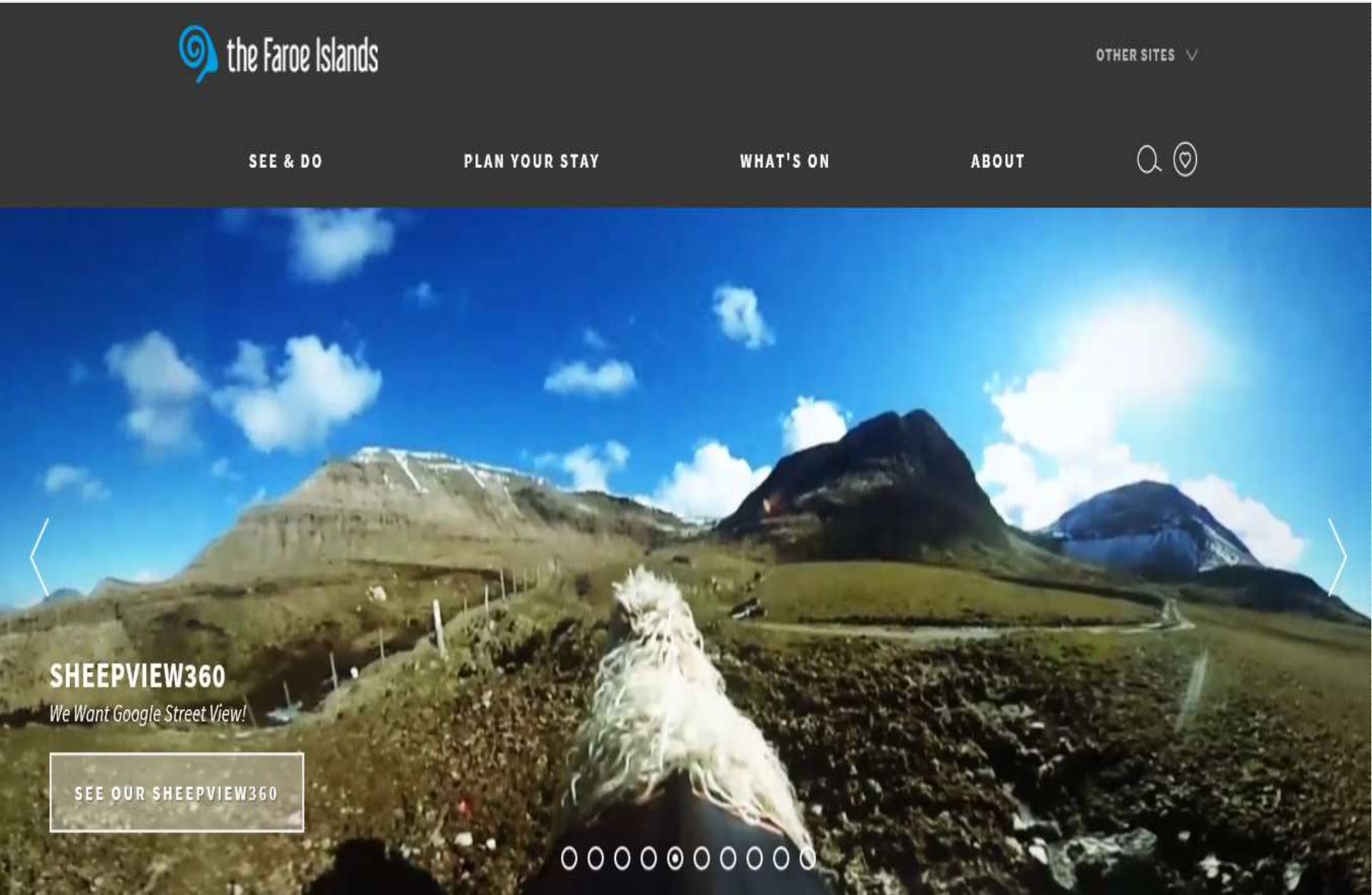
→ z jednej strony jako angażujący i bardzo łatwy w konsumpcji content,

→ z drugiej strony doskonałe tło graficzne.

Umiejętne wykorzystanie ruchomego tła może bardzo wzbogacić wizualnie cała stronę, a nawet przyczynić się do efektywniejszej realizacji założonych celów.

Grafiki odgrywają bardzo ważną rolę w odbiorze. Obraz jako łatwiej przyswajalny, obok wideo będzie kreował nam nowa rzeczywistość stron internetowych. Grafiki pozwalają w łatwiejszy sposób eksponować cechy produktów.

Wyspy Owcze* – wulkaniczny archipelag na Morzu Norweskim, między Wielką Brytanią, Islandią a Norwegią. Stanowią terytorium zależne Danii.



NORWAY
POWERED BY NATURE

MAPA STRONY

Strona główna
Gdzie jechać
Co robić
Noclegi
Zaplanuj swoją podróż
O Norwegii
Meetings

REZERWACJA SZUKAJ MENU

NORWAY
POWERED BY NATURE

FILTRY TRASA

POWRÓT SZUKAJ

MOJA PODRÓŻ (0)

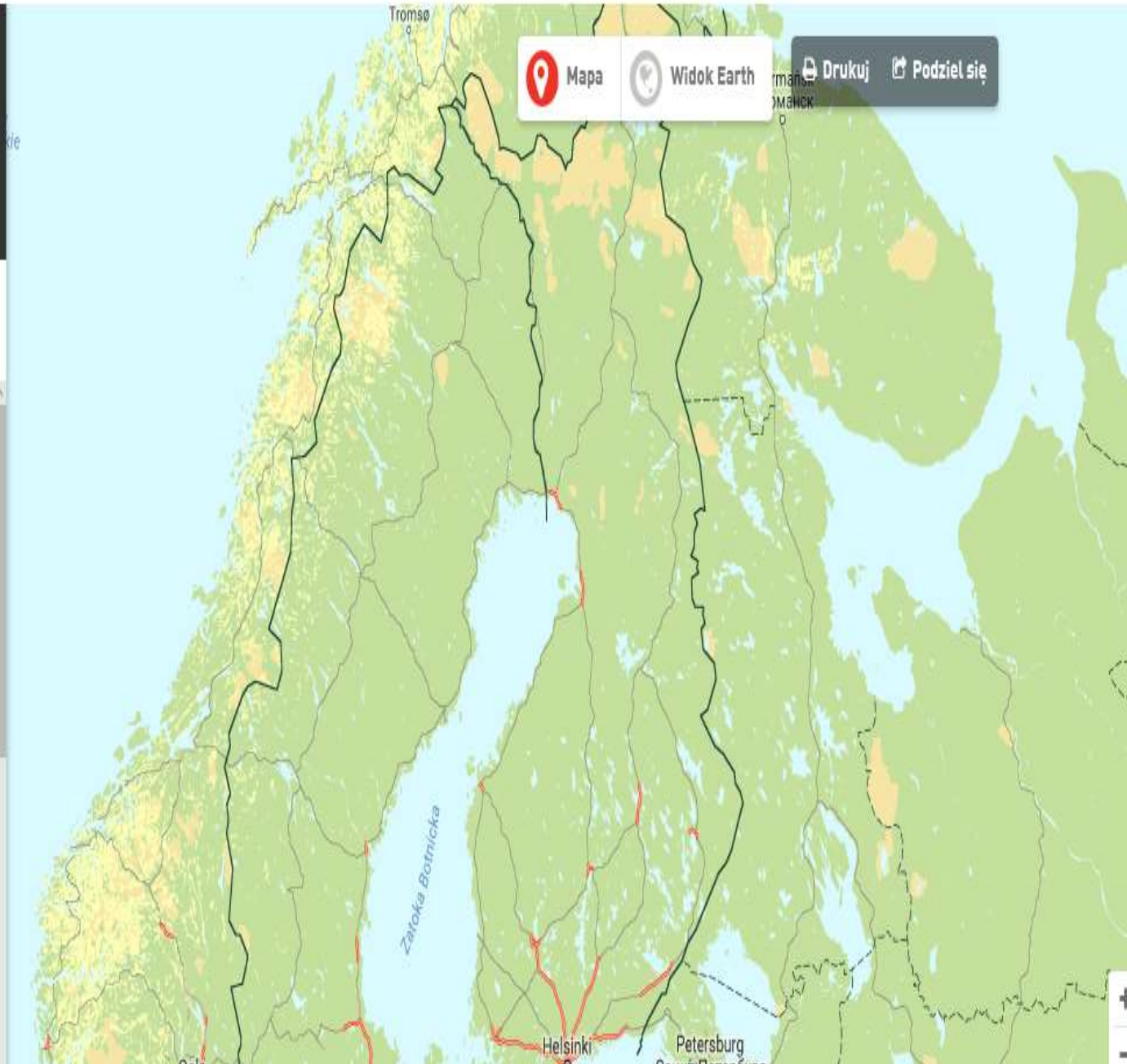
Atrakcje i kultura

Atrakjce dla rodzin

Dojazd i okolice

Noclegi

Organizatorzy imprez



REZERWAC

NORWAY
POWERED BY NATURE

Mapa | Widok Earth

Kalvehageneset Recreation Ground
Grimstad

Kalvehageneset is a public recreation ground/coastal park in Homborsund with an abundance of... **więcej**

+ **Dodaj do podróży**

+ **Dodaj do trasy**

REZERWA

NORWAY
POWERED BY NATURE

Mapa | Widok Earth

Sånum
Lande
Landekilen
Banken
Kvistholmen
Risøya
Krågøy
Langøya
202
2
3

Sjøsanden beach
Mandal

With its 800 metre long sandy beach just outside Mandal town centre, Sjøsanden is perhaps one of... więcej

+ Dodaj do podróży

+ Dodaj do trasy

République Dominicaine
Tout ce dont vous rêvez
Accueil
Carte
Destinations en Republique Dominicaine
Choix de saisons
L'art de vivre
Préparez votre voyage
Contact
Revoir la vidéo
Bienvenue en République Dominicaine
Rejoignez-nous sur facebook
Téléchargez l'application de la Republique Dominicaine sur votre iPhone

Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu

Laureat Konkursu Dobra Strona Turystyki

Nagroda w kategorii

„Strona obiektu noclegowego”

Hotel Kossak za witrynę

www.hotelkossak.pl

Za ładny, estetyczny layout i poprawny design. Jasny i przejrzysty podział na sekcje, co znacznie ułatwia nawigację oraz duże zdjęcia pozwalające z łatwością kupić usługę noclegową „oczami”. Prosto, klasycznie, czytelnie.

Jedyny taki w Krakowie

HOTEL KOSSAK

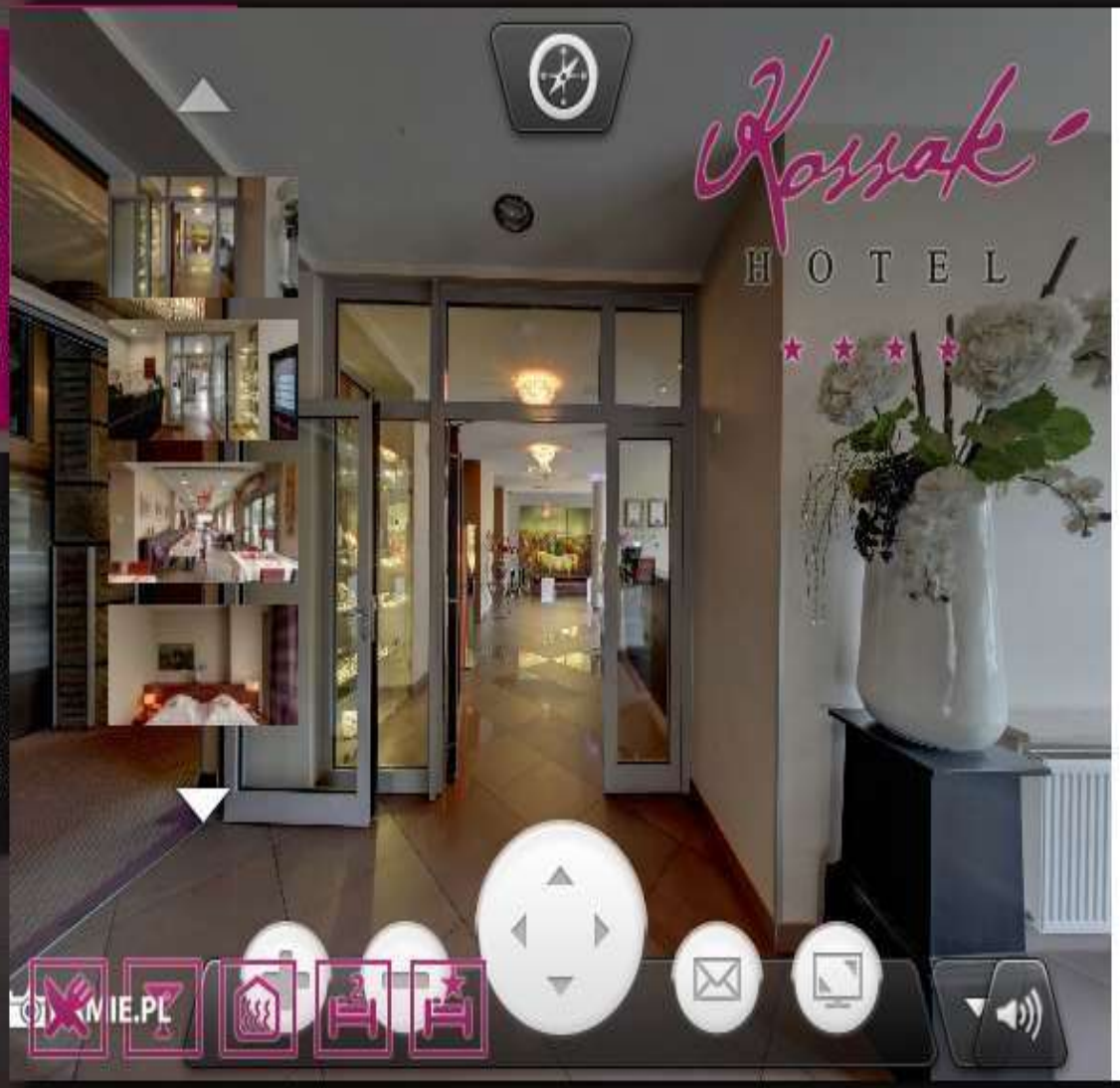
Rewelacyjny hotel!

Cudowny pod kazdym wzgledem ! Super jedzenie i obsluga hotelowa na najwyższym poziomie.

Barbara R, ZIELONA GÓRA, POLAND

Rezerwuj bezpośrednio i otrzymaj **BON** o wartości **50zł** do wykorzystania w naszych restauracjach + **RABAT 10%** z Kodem Promocyjnym **KOSSAK**

PRZYJAZD: 16 PAŹ 2017 WYJAZD: 17 PAŹ 2017 KOD: *Kod* SPRAWDŹ DOSTĘPNOŚĆ



Wirtualna wycieczka

powrót

Wirtualna wycieczka

powrót

Kossak
HOTEL

Restauracja Cafe
Oranżeria

"teraz już wiesz co widzą nasi Goście delektując się wyśmienitymi potrawami w Cafe Oranżeria na najwyższym piętrze hotelu Kossak"

HOTEL

Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu

Dziękuję za uwagę