

INDHOLDSFORTEGNELSE

| | |
|--|------------|
| Forord | 5 |
| 1 Introduktion - Professionalisering af dansk turisme <i>Henrik Halkier & Lars Erik Jønsson</i> | 7 |
| 2 Nye markeder, målgrupper og udvikling i markedsføring af Danmark <i>Lars Schaldemose, Eva Thybo & Mads Zahle Østergaard</i> | 9 |
| 3 Turismeerhvervet i Danmark under forandring: Kvantitet og kvalitet <i>Henrik Halkier, Mads Zahle Østergaard, Berit Kaae, Kristian Anders Hvass & Jens Friis Jensen</i> | 23 |
| 4 Fra liberalisme til forståelse af behovet for offentligt-privat samspil: Den offentlige turismefremme under forandring <i>Henrik Halkier & Lars Erik Jønsson</i> | 39 |
| 5 Innovation i dansk turisme <i>Anne-Mette Hjalager</i> | 51 |
| 6 Digitalisering og sociale medier <i>Ana María Munar & Szilvia Gyimothy</i> | 71 |
| 7 Uddannelse og efteruddannelse til turismens arbejdsmarked <i>Janne J. Liburd og Peter Saabye Simonsen</i> | 85 |
| 8 Perspektiver og udfordringer for de kommende år <i>Henrik Halkier & Lars Erik Jønsson</i> | 105 |
| Redaktører og forfattere | 109 |
| Referencer og videre læsning | 111 |