

Streszczenie

ZARZĄDZANIE PROMOCJĄ W WARUNACH KSZTAŁTOWANIA KONKURENCYJNOŚCI REGIONU

Opracowanie prezentuje problematykę zarządzania instrumentarium promocyjnym w aspekcie kształtowania konkurencyjności regionu. Punktem wyjścia do przedstawionych rozważań jest istota marketingu terytorialnego, a następnie problematyka promocji regionu. Przedstawiono zakres instrumentów promocyjnych oraz wskazano na markę regionu jako działanie bezpośrednio kształtujące jego konkurencyjność. W podsumowaniu zasygnalizowano modelowe rozwiązania dotyczące zarządzania działaniami promocyjnymi przez jednostki samorządowe na szczeblu regionalnym.