# ZARZĄDZANIE MARKETINGOWE JAKO PODSTWA KSZTAŁTOWANIA MARKI I WIZERUNKU ZACHODNIOPOMORSKICH UZDROWISK


## Streszczenie

Celem artykułu jest przedstawienie koncepcji marketingowego kształtowania wizerunku produktu turystyki uzdrowiskowej województwa zachodniopomorskiego oraz przedstawienie działań marketingowych podejmowanych w województwie w celu stworzenia marki zachodniopomorskich uzdrowisk. W związku z tym artykuł został podzielony na dwie części. W części pierwszej przedstawiono istotę wizerunku i marki produktu turystycznego w ujęciu obszarowym, w drugiej zaś zaprezentowano koncepcję kształtowania wizerunku produktu turystyki uzdrowiskowej oraz wybrane działania marketingowe podejmowane na szczeblu regionalnym w zakresie tworzenia marki zachodniopomorskiej turystyki uzdrowiskowej. jednak stale o nie dbać, gdyż nie jest ono ukształtowane raz na zawsze.