

## SPIS TREŚCI

Wstęp.....	7
<b>CZĘŚĆ PIERWSZA. Wybrane aspekty rozwoju regionu</b>	
BOGUSŁAW BEMBENEK - Zarządzanie wiedzą w klastrze.....	11
EDWARD CHRZAN - Rola klastrów w strategii marketingowej miast i regionów a zaangażowanie władz lokalnych w ich tworzenie i rozwój.....	27
TOMASZ HEESE, EWA KASPERSKA - Udział funduszy europejskich w realizacji celów strategii rozwoju miasta na przykładzie projektu <i>Civitas Renaissance</i> w Szczecinku.....	39
ANNA LIS - Identyfikacja regionalna i branżowa a rozwój inicjatywy klastrowej na przykładzie Ciechocińskiego Klastra Uzdrowiskowego „Dolina Zdrowia” - wyniki badań .....	53
MAGDALENA MAŁACHOWSKA - Specyfika komunikacji marketingowej w klastrze.....	69
GRAŻYNA ROSA - Rynek usług w województwie zachodniopomorskim - stan i perspektywy rozwoju.....	81
ŁUKASZ SZAŁATA, MAGDALENA FORTUNA, KORNELIA KWIECIŃSKA - Koncepcje zrównoważonego rozwoju aglomeracji w ujęciu klimatycznym .....	93
DANIEL SZOSTAK - Potencjał obiektów hotelarskich w organizowaniu spotkań biznesowych w przestrzeni miejskiej - wprowadzenie do problematyki.....	107
MAŁGORZATA TERESZCZYK-KACZMAREK - Społecznie odpowiedzialne banki szansą na rozwój regionu.....	117
<b>CZĘŚĆ DRUGA. Produkt terytorialny w strategiach marketingowych miast i regionów</b>	
PATRYCJA BRAŃKA, SEBASTIAN BRAŃKA - Znaczenie turystycznego produktu kulturowego dla Krakowa .....	129
PAWEŁ BRYŁA - Charakterystyka marketingu regionalnych produktów żywnościowych we Francji - wyniki badania.....	143
MARCIN GĘBAROWSKI - Oferta miasta akademickiego a oczekiwania studentów (na przykładzie Rzeszowa oraz studentów Politechniki	

Rzeszowskiej) .....	161
WIESŁAWA KUŹNIAR - Wybrane aspekty rozwoju produktów markowych w turystyce wiejskiej.....	173
MAREK RAWSKI - Ocena wartości produktu terytorialnego metodą refleksji strategicznej .....	187
RENATA SEWERYN - Wartość usług turystycznych dla klienta jako instrument budowania jego lojalności wobec obszaru recepcji turystycznej (na przykładzie Krakowa) .....	201
BOŻENA TAŃSKA-HUS, STANISŁAW MINTA - Miejsce produktów regionalnych i tradycyjnych w kształtowaniu wizerunku regionu.....	217
PIOTR ZAWADZKI - Znaczenie obiektów dziedzictwa przemysłowego dla rozwoju oferty turystycznej Dolnego Śląska .....	231

### **CZEŚĆ TRZECIA. Marka i wizerunek regionu**

MIRELLA BARAŃSKA-FISCHER - Rola administracji publicznej w kreowaniu wizerunku regionu - implikacje dla biznesu i interesariuszy .....	243
MAGDALENA DASZKIEWICZ - Badanie wizerunku miast z wykorzystaniem metod opartych na swobodzie skojarzeń .....	257
EWA GLIŃSKA - Wyróżniki tożsamości miast podlaskich w opinii ich lokalnych liderów.....	267
BARBARA PYTKO - Nowoczesna gmina jako podmiot zarządzania - warunki i narzędzia.....	285
MARZENA WANAGOS - Kształtowanie wizerunku miasta na przykładzie działań samorządowych Gdyni.....	299

### **CZEŚĆ CZWARTA. Komunikacja marketingowa jednostek samorządowych z otoczeniem**

DARIA ELŻBIETA JAREMEN, ELŻBIETA NAWROCKA - Rola wydarzeń w kształtowaniu wizerunku miasta.....	317
ANITA KIJANKA - Miasto przyszłości - miasto ludzi.....	331
DARIUSZ KUCZYŃSKI - Rola specjalnych wydarzeń w marketingu destynacji i rozwoju turystyki .....	343
BEATA MEYER - Promocja jako instrument marketingu terytorialnego na przykładzie Kołobrzegu .....	357
ANNA NIEDZIELSKA - Zmiany w koncepcji zintegrowanej komunikacji marketingowej miast - zakres i uwarunkowania.....	371

ANDRZEJ RASZKOWSKI - Czynniki sukcesu strategii promocji miasta ....	385
AGNIESZKA SMALEC - Reklama zewnętrzna w komunikacji marketingowej miast i regionów .....	399
MIROSŁAW ZALECH - Formy i zakres działań promocyjnych gmin wiejskich województwa lubelskiego .....	411

#### **CZĘŚĆ PIĄTA. Nowoczesne narzędzia komunikacji w marketingu terytorialnym**

EWA DŁUBAKOWSKA-PUZIO - Koncepcja wykorzystania ambient marketingu do promocji Kołobrzegu podczas UEFA Euro 2012 .....	425
JAROSŁAW KOWALSKI - Imprezy sportowe w promocji miast, regionów, krajów .....	435
KATARZYNA ŁAZORKO - Koncepcja zintegrowanej promocji wewnętrznej w marketingu terytorialnym .....	447
ALEKSANDRA MAKOWSKA - E-urząd - nowoczesne kanały komunikacji w urzędzie publicznym .....	459
JACEK MICHALAK, ADAM RUDZEWICZ - Satysfakcja klienta w urzędach administracji publicznej .....	471
JOANNA WIAŻEWICZ - Zastosowanie sprzedaży osobistej w gminie .....	481

#### **CZĘŚĆ SZÓSTA. Wybrane aspekty marketingu politycznego**

ANTONIO CASTILLO ESPARCIA, EMILIA SMOLAK-LOZANO - The marketing of ideas of think tanks as the communication strategy on the political arena .....	495
GRZEGORZ GODLEWSKI, SZCZEPAN KALINOWSKI - Lokalni liderzy i ich wpływ na rozwój turystyki w regionie południowego Podlasia ...	511
PIOTR LENIK - Osoba jako produkt w koncepcji marketingu wyborczego ....	521
MAREK SEMPACH - Teoria cyklu życia produktu w kontekście marketingu politycznego .....	535