

Spis treści

Wstęp	11
Rozdział I. Przyczyny inwestowania za granicą oraz rodzaje bezpośrednich inwestycji zagranicznych (BIZ)	25
1.1. Teorie określające powody inwestowania na nowych rynkach	25
1.2. Upowszechniona w Polsce definicja BIZ	35
1.2.1. Inwestycje typu <i>greenfield</i>	36
1.2.2. Inwestycje typu <i>brownfield</i>	37
1.2.3. Inwestycje typu <i>joint venture</i>	37
1.2.4. Korzyści wynikające z BIZ	37
1.3. System obsługi inwestora w Polsce	38
1.3.1. Rola PAliIZ	39
1.3.2. Rola jednostek samorządu terytorialnego (JST) we wspieraniu inwestycji	43
1.4. Wpływ Funduszy UE na atrakcyjność inwestycyjną JST	45
Rozdział II. Skuteczność pozyskiwania bezpośrednich inwestycji zagranicznych przez jednostki samorządu terytorialnego ...	49
2.1. BIZ na świecie i w Polsce	49
2.1.1. Dynamika, kierunki i formy BIZ w Polsce	53
2.1.2. Kraje pochodzenia BIZ	58
2.1.3. Korzyści dla Polski wynikające z BIZ	59
2.2. Inwestycje zagraniczne jako czynnik zwiększający atrakcyjność rynku pracy w Polsce	61
2.3. Czynniki skłaniające inwestorów do podjęcia nowych inwestycji w Polsce ..	63
Rozdział III. Działania jednostek samorządu terytorialnego mające na celu pozyskanie BIZ	69
3.1 Charakterystyka orientacji marketingowej JST	69
3.1.1. Opracowanie strategii marketingowej w gminach, miastach, powiatach i regionach	73
3.1.2. Ekonomiczny audyt regionu	76
3.1.3. Główne źródła informacji	77
3.1.4. <i>Benchmarking</i> i analiza SWOT	79
3.1.5. Przestrzenne uwarunkowania rozwoju gospodarczego	82
3.1.6. Rola <i>unikatowej oferty</i> jako element strategii marketingowej	86

3.2. Rola promocji w marketingu realizowanym przez jednostki samorządu terytorialnego	86
3.2.1. Planowanie kampanii promocyjnej, techniki i narzędzia promocji, zasady tworzenia i zastosowania wybranych materiałów promocyjnych	86
Planowanie harmonogramu kampanii promocyjnej	92
3.3. Rola <i>public relations</i> w procesie promocji JST	97
<i>Public relations</i> a reklama	101
Wywiady – podstawowe zasady	103
Informacja dla prasy (<i>Press Releas</i>), konferencje prasowe – podstawowe zasady	105
Udział w wystawach i targach	108
Sponsorowanie	109
Tworzenie lobby	110
Technika FAB	111
Podstawowe rodzaje materiałów promocyjnych i ich zastosowanie	114
Jak zbudować broszurę?	114
Jak zbudować biuletyn?	117
Jak zbudować informator?	119
Podstawowe wskazania dotyczące przygotowywania map	121
Podstawowe wskazania dotyczące przygotowywania filmów promocyjnych ...	122
Korespondencja listowna (<i>direct mail</i>) kluczowe elementy	123
Lista adresatów	125
List przewodni	125
Koperta	125
Załączniki	125
Telemarketing	125
Multimedia	126
Internet	127
Profesjonalne prezentacje – podstawowe zasady	128
O czym należy pamiętać sporządzając i prezentując oferty inwestycyjne	130
Informacje potrzebne do przygotowania profesjonalnej prezentacji oferty inwestycyjnej	131
3.2.2. Sposoby badania stopnia dotarcia przekazu promocyjnego do adresatów	133
3.2.3. Sposoby badania stopnia dotarcia przekazu promocyjnego do świadomości adresatów	135
3.2.4. Sposoby badania skuteczności i efektywności działań promocyjnych	137

Rozdział IV. Różnice kulturowe w biznesie	140
Informacje o inwestorze potrzebne do przygotowania rozmów	140
Azjatycki styl negocjacji i zarządzania biznesem	140
Amerykański styl negocjacji	164
Europejski styl negocjacji	166
Negocjacje z przedstawicielami krajów arabskich	171

Rozdział V. Case study	175
4.1. Strategia promocji opracowana przez miasto XXX	175
4.1.1. Ocena strategii promocji dla miasta XXX	175
4.1.2. Ocena proponowanych narzędzi promocji	176
4.1.3. Ocena miasta XXX jako miejsca potencjalnych inwestycji	177
4.1.4. Ocena infrastruktury, dostępności terenów i nieruchomości	178
4.1.5. Zachęty dla inwestorów	179
4.1.6. Przesłanie marketingowe miasta XXX i jego promocja	179
4.1.7. Wnioski	181

Podsumowanie	184
---------------------------	------------

Załącznik 1.	190
--------------------------	------------

Załącznik 2.	194
--------------------------	------------

Załącznik 3.	196
--------------------------	------------

Załącznik 4.	205
--------------------------	------------

Bibliografia	208
---------------------------	------------

Spis rysunków, tablic i wykresów	211
---	------------