

SPIS TREŚCI

Wstęp	5
Rozdział 1	
Polityka promocji w ujęciu koncepcji marketingu terytorialnego	9
1.1. Istota promocji	9
1.2. Polityka promocji i jej cele w ujęciu marketingu terytorialnego	19
1.3. Instrumenty polityki promocji	24
Rozdział 2	
Wizerunek w koncepcji marketingu terytorialnego	37
2.1. Wizerunek jako kategoria marketingowa	37
2.2. Wizerunek a tożsamość	43
2.3. Rodzaje i funkcje wizerunku	47
2.4. Proces kreowania wizerunku	51
2.5. Związki i zależności pomiędzy wizerunkiem docelowym a polityką promocji	53
2.6. Adresaci wizerunku	55
Rozdział 3	
Obszarowy produkt turystyczny	59
3.1. Istota i rodzaje produktu turystycznego	59
3.2. Obszar jako rodzaj produktu turystycznego	65
3.3. Struktura obszarowego produktu turystycznego	67
3.4. Lokalny produkt turystyczny jako przedmiot polityki promocji	86
3.5. Wizerunek obszarowego produktu turystycznego. Przykład województwa zachodniopomorskiego	94
Rozdział 4	
Działania w zakresie polityki promocji w kreowaniu wizerunku obszarowego produktu turystycznego	107
4.1. Polityka promocji obszarowego produktu turystycznego	107
4.2. Wykorzystanie wizerunku przez podmioty gospodarki turystycznej	116
4.3. Wizerunek obszarowego produktu turystycznego i jego struktura	120
4.4. Podmioty zajmujące się kreowaniem wizerunku obszarowego produktu turystycznego	132

4.5.	Polityka promocji w kreowaniu wizerunku obszarowego produktu turystycznego. Przykład gmin województwa zachodniopomorskiego	139
------	--	-----

Rozdział 5

Modelowe rozwiązania dla polityki promocji w kreowaniu wizerunku obszarowego produktu turystycznego.....	165
5.1. Czynniki i uwarunkowania modelowych rozwiązań w zakresie polityki promocji	165
5.2. Struktura modelu polityki promocji w kreowaniu wizerunku produktu turystycznego	176
5.3. Nakłady i efekty wynikające z proponowanego modelu polityki promocji skierowanego na kreowanie wizerunku produktu turystycznego	185
5.4. Adaptacja modelu polityki promocji w kreowaniu wizerunku obszarowego produktu turystycznego. Przykład gminy i miasta Mirosławiec	195
Podsumowanie	209
Bibliografia	213
Spis rysunków.....	229
Spis tabel.....	230
Summary.....	232