

SPIS TREŚCI

Wprowadzenie	9
Instrumenty zarządzania rozwojem miast	
Jerzy PARYSEK, Rola planowania w rozwoju społeczno-gospodarczym i przestrzennym miast polskich po 1989 roku	13
Jacek KACZMAREK, Zarządzanie wizerunkiem miasta – uwagi heurystyczne	29
Małgorzata GOLIŃSKA-PIESZYŃSKA, Kreowanie nowego oblicza Łodzi poprzez wizerunek miasta kreatywnego	39
Elżbieta WEISS, Strategiczna Karta Wyników jako postmodernistyczne narzędzie zarządzania miastem	47
Dorota MIKOŁAJCZYK, Wybrane uwarunkowania wdrożenia w mieście zrównoważonej karty wyników	57
Sabina KAUF, Adaptacja analizy portfolio na potrzeby rynkowo zorientowanego zarządzania miastem	67
Joanna BAŁACH-FRANKIEWICZ, Marketing terytorialny jako koncepcja rozwoju miasta na przykładzie Jelcza-Laskowic	77
Magdalena PROTAS, Udział liderów lokalnych w planowaniu strategicznym – polsko-ukraiński projekt „Look Twice!”	87
Łukasz MIKUŁA, Zarządzanie metropolitalne w Aglomeracji Poznańskiej w perspektywie mieszkańców i lokalnych liderów	95
Valentina PIDLISNYUK, Lesia SOKOL, Tetyana STEFANOVSKA, Zrównoważony rozwój miast ukraińskich w świetle opinii publicznej	107
Bartosz FORTUŃSKI, Możliwość wykorzystania przez miasta modelu kosztów Systemu Zarządzania Środowiskowego opartego na normie serii ISO 14000 na przykładzie miasta Opola	119
Koncepcje i podstawy budowania gospodarki kreatywnej w miastach	
Elżbieta CHĄDZYŃSKA, Kreatywność dużych miast w Polsce na tle tendencji światowych	129
Andrzej KLASIK, Adam DROBNIAK, Krzysztof WRANA, Perspektywy rozwoju gospodarki kreatywnej w Aglomeracji Górnośląskiej	141