

Kierunki i działania promocyjne gminy XYZ

Wstęp.

Rozdział 1.

Marketing terytorialny w działalności gminy

1.1. Definicja marketingu terytorialnego.

1.2. Czynniki wpływające na rozwój gmin oraz miast.

1.3. Zasady tworzenia i dostarczania wartości w marketingu terytorialnym

Rozdział 2.

Narzędzia promocji w marketingu terytorialnym.

2.1. Targi

2.2. Marketing bezpośredni

2.3. Sprzedaż osobista

2.4. Promocja sprzedaży.

2.5. Public relations

2.6. Reklama.

Rozdział 3.

Charakterystyka gminy XYZ.

3.1. Podstawowe dane dotyczące miasta XYZ.

3.2. Struktura organizacyjna Urzędu Miasta XYZ.

Rozdział 4.

Ocena działań promocyjnych gminy XYZ.

4.1. Metoda podjętych badań

4.2. Przedstawienie wyników badań

4.3. Porpozyjca udoskonalenia działań promocyjnych.

Podsumowanie

Bibliografia