

Marketing terytorialny na przykładzie gminy Ornontowice.

Wstęp.....4

Rozdział 1

Charakterystyka marketingu terytorialnego

1.1 Pojęcie i istotna marketingu terytorialnego6

1.2 Narzędzia marketingu terytorialnego.....11

1.3 Cele i zadania marketingu terytorialnego.....14

Rozdział 2

Rola promocji gminy w marketingu terytorialnym.

2.1 Cele promocji gminy.....18

2.2 Funkcje promocji gminy.....19

2.3 Instrumenty marketingowe gminy.....20

2.4 Internet a promocja gminy.....27

Rozdział 3

Gmina Ornontowice jako obszar wykorzystania marketingu terytorialnego

3.1 Charakterystyka Gminy Ornontowice.....30

3.2 Działania promocyjne podejmowane przez gminę Ornontowice.....32

3.2.1 Strona Internetowa.....32

3.2.2 Fanpage na Facebooku.....37

3.2.3 Konto na portalu naszaklasa.pl.....39

3.2.4 Kanał Youtube.....41

3.2.5 Newsletter.....43

3.3 Kreowanie wizerunku gminy Ornontowice.....44

Rozdział 4

Czynniki rozwoju promocji gminy Ornontowice.

4.1 Ocena Działań promocyjnych podjętych przez Gminę Ornontowice.....49

4.2 Analiza SWOT- ocena efektywności gminy Ornontowice.....53

Zakończenie.....56

Bibliografia.....59

Spis tabel i rysunków.....61