

Promocja regionu.

Wstęp

Rozdział I

Istota marketingu i promocji

1.1. Pojęcie marketingu

1.2. Instrumenty marketingu

1.3. Funkcje marketingu

1.4. Promocja – pojęcie, cele i funkcje

1.5. Instrumenty promocji

1.6. Pojęcie promocji regionu

Rozdział II

Region w promocji

2.1. Pojęcie regionu

2.2. Ogólna charakterystyka region leczyckiego

2.3. Region leczycki na tle innych regionów

2.4. Regiony najlepiej rozwinięte i sąsiadujące

Rozdział III

Analiza regionu

3.1. Analiza SWOT

3.2. Narzędzia promocji

3.3. Atrakcyjność regionu – inne analizy

Rozdział IV

Poprawa atrakcyjności regionu

4.1. Potrzeba poprawy atrakcyjności regionu

4.2. Zadania do zrealizowania

4.3. Przyszłość regionu oraz korzyści ze zmian

Zakończenie

Bibliografia