

Trzecie wydanie książki **"Wszystko co chciałbyś wiedzieć o marketingu terytorialnym. Z praktyki polskich samorządów" z 2017 roku.**

Sama praktyka. Dziesiątki samorządowych case study z komentarzami osób na co dzień odpowiedzialnych za promocję miast i regionów skierowaną do: turystów, przedsiębiorców, studentów. Autor tej książki dużo uwagi poświęca także turystyce kulinarnej.

Aktualne wydanie książki zostało wzbogacone o opis 24 samorządowych kampanii promocyjnych polskich miast i regionów. Były one skierowane zarówno do mieszkańców, jak i turystów oraz inwestorów.

Jakie konkretnie działania promocyjne podejmują poszczególne samorządy?

Dowiedz się, czy logo i hasło faktycznie promują miasto lub gminę?

Na podstawie jakich dokumentów strategicznych pracują poszczególne miasta w Polsce?

Czy święto miasta może być narzędziem promującym je? Jak przygotować skuteczne wydarzenie promujące miasto i ile

pieniędzy wydają samorządy na realizację konkretnych wydarzeń (np. Carnival Sztuk-Mistrzów w Lublinie, 150. urodziny

Katowic, czy Festiwal Open'er w Gdyni)?

Poznaj potrawy charakterystyczne dla poszczególnych regionów polski.

Przeczytaj jak wybrane samorządy - zarówno miejskie jak i wojewódzkie - komunikują się z potencjalnymi inwestorami i turystami zagranicznymi.

Jakie działania podejmują największe polskie miasta akademickie, aby przyciągnąć studentów?

Poznaj inteligentne specjalizacje polskich województw, istotne zwłaszcza w kontekście ubiegania się o fundusze unijne z nowej perspektywy finansowej Unii Europejskiej.

Dowiedz się również jak marketingowo pozycjonuje się 27 polskich miast.

O autorze

Robert Stępowski – ekspert ds. marketingu terytorialnego i personal branding, założyciel platformy www.MarketingMiejsca.com.pl (2008). Autor corocznych raportów: „Wydatki promocyjne polskich miast i województw” i „Najlepsze działania promocyjne polskich miast i regionów” . Od niemal 17 lat: szkoli, wykłada, doradza i pisze.

Jest autorem kilku książek m.in.:

„Wszystko co chciałbyś wiedzieć o marketingu terytorialnym. Z praktyki polskich samorządów” ,

„Marketing terytorialny. Jak zbudować i wypromować markę miejscowości?” ,

„Jak osiągnąć sukces” ,

„Promocja marki. Poradnik dobrych praktyk” ,

„Komunikacja marketingowa 2030. Technologiczna rewolucja i mentalna ewolucja” .

Od 2010 roku prowadzi wydawnictwo ROSTER (print i online) oraz agencję doradczą.

Obserwuj w mediach społecznościowych tag #PlaceBranding