

INFORMACJE ORGANIZACYJNE

W załączeniu przesyłamy Państwu formularz zgłoszeniowy, który prosimy odesłać do dnia 23 marca 2012 r. drogą pocztową na adres Sekretariatu Konferencji lub drogą elektroniczną na adres:

marketingterytorialny@pswbp.pl.

Opracowania wydane zostaną w postaci monografii. Wybrane prace zostaną opublikowane w czasopiśmie PSW im. Papieża Jana Pawła II w Białej Podlaskiej „Studia Ekonomiczne i Regionalne”. W załączeniu przekazujemy wytyczne techniczne do przygotowania tekstu. Wszelkie informacje organizacyjne dostępne są na stronie internetowej pod adresem: <http://www.pswbp.pl/index.php/pl/konferencje-eiz> oraz w Sekretariacie Konferencji.

OPLATA

- dla wszystkich osób uczestniczących w konferencji bez referatu: 300 zł brutto/ 80 euro,
- dla doktorantów oraz studentów uczestniczących w konferencji z referatem: 400 zł brutto/ 100 euro,
- dla pozostałych osób uczestniczących w konferencji z referatem: 500 zł brutto/ 130 euro,
- opłata za publikację bez uczestnictwa w konferencji: 250zł/ 70 euro.

Opłata pokrywa koszty: pełnego wyżywienia, w tym uroczystej kolacji, wyjazdu studyjnego w drugim dniu konferencji oraz publikacji i materiałów konferencyjnych. Opłata konferencyjna nie pokrywa kosztów noclegu.

Wpłaty prosimy dokonywać na rachunek bankowy:

KREDYT BANK S.A. O/Biała Podlaska

4515001-3311213300179490000

z dopiskiem „Marketing terytorialny”

WAŻNE TERMINY

- do 23 marca 2012 r. - przesłanie formularza zgłoszeniowego, wniesienie opłaty konferencyjnej i przesłanie streszczenia w języku polskim
- do 13 kwietnia 2012 r. - nadesłanie artykułu do recenzji
- 26-27 kwietnia 2012 r. - Konferencja

NOCLEGI

Uczestnicy Konferencji proszeni są o rezerwację hoteli osobiście. Proponujemy następujące obiekty:

Hotel Delfin, Al. Jana Pawła II nr 11, tel. /+ 48 083/ 344-51-41

Hotel Dukat, ul. Warszawska 129, tel. /+ 48 083/ 342-22-04

Zajazd Jolanta, Czosnówka 97, tel. /+ 48 083/ 344-36-81

SEKRETARIAT KONFERENCJI

mgr Katarzyna Korneluk

Państwowa Szkoła Wyższa im. Papieża Jana Pawła II

w Białej Podlaskiej, Instytut Ekonomii i Zarządzania

ul. Sidorska 95/97, 21-500 Biała Podlaska

tel. 0-83 344 99 05, tel./fax.: 0-83 342 65 31

e-mail: marketingterytorialny@pswbp.pl

KONTAKT

Państwowa Szkoła Wyższa im. Papieża Jana Pawła II w Białej Podlaskiej, Instytut Ekonomii i Zarządzania
ul. Sidorska 95/97, 21-500 Biała Podlaska
tel. 0-83 344 99 05, tel./fax. 0-83 342 65 31
e-mail: marketingterytorialny@pswbp.pl



MAPA DOJAZDU



Państwowa Szkoła Wyższa im. Papieża Jana Pawła II w Białej Podlaskiej

Instytut Ekonomii i Zarządzania

II KONFERENCJA NAUKOWA

MARKETING TERYTORIALNY JAKO CZYNNIK ROZWOJU LOKALNEGO I REGIONALNEGO

Biała Podlaska
26-27 kwietnia 2012 r.



MARKETING TERYTORIALNY JAKO CZYNNIK ROZWOJU LOKALNEGO I REGIONALNEGO

26-27 kwietnia 2012 r.

MIEJSCE OBRAD

Państwowa Szkoła Wyższa im. Papieża Jana Pawła II
w Białej Podlaskiej, ul. Sidorska 95/97

KOMITET NAUKOWY

prof. zw. dr hab. Mieczysław Adamowicz, PSW im. Papieża Jana
Pawła II w Białej Podlaskiej

prof. zw. dr hab. Włodzimierz Deluga, Politechnika Koszalińska

prof. zw. dr hab. Wojciech Florkowski, The University of Georgia

prof. József Lehota, Szent István University

prof. zw. dr hab. Sylwester Makarski, Uniwersytet Rzeszowski

prof. zw. dr hab. Tadeusz Markowski, Uniwersytet Łódzki

prof. zw. dr hab. Andrzej Szromnik, Uniwersytet Ekonomiczny w
Krakowie

prof. zw. dr hab. Andrzej Wiatrak, Uniwersytet Warszawski

prof. nadzw. dr hab. Joanna Szwacka-Mokrzycka, PSW im. Papieża
Jana Pawła II w Białej Podlaskiej

prof. nadzw. dr hab. Józef Bergier, PSW im. Papieża Jana Pawła II
w Białej Podlaskiej

dr Magdalena Florek, Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu, Best
Place - Europejski Instytut Marketingu Miejsc

KOMITET ORGANIZACYJNY

dr inż. Magdalena Zwolińska-Ligaj – przewodnicząca Komitetu

dr inż. Agnieszka Smarzewska

dr Katarzyna Świerczewska-Pietras

mgr Aneta Chrząszcz

mgr Katarzyna Korneluc

ZAKRES TEMATYCZNY KONFERENCJI

Władze jednostek samorządu terytorialnego współcześnie ukierunkowują swoje działania nie tylko na administrowanie na danym terenie, ale przede wszystkim koncentrują się na skutecznym stymulowaniu rozwoju lokalnego bądź regionalnego, którego efektem ma być podniesienie ogólnego poziomu dobrobytu mieszkańców oraz sprawności i efektywności podmiotów gospodarujących. Władze samorządowe stają się menedżerami publicznymi, zarządzającymi rozwojem jednostek terytorialnych zgodnie z koncepcją tzw. nowego zarządzania publicznego (*New Public Management*), którego istotnym elementem jest marketing terytorialny.

Miasta, gminy i regiony aby się rozwijać potrzebują odpowiedniego zarządzania i promocji – w celu przyciągnięcia mobilnych czynników rozwojowych, do których należą przede wszystkim kapitał finansowy, technologie, elementy rzeczowe, siła robocza czy informacje oraz efektywnego wykorzystania dostępnych potencjałów wewnętrznych. Instrumenty marketingu wewnętrznego stymulujące pożądane zachowania mieszkańców, ich grup, a także przedsiębiorstw i instytucji niekomercyjnych zlokalizowanych w danej jednostce przestrzennej oraz ukierunkowane na pracowników organów samorządowych, a także narzędzia marketingu zewnętrznego (krajowego i międzynarodowego) służą dzisiaj w coraz szerszym zakresie osiągnięciu celów rozwojowych jednostek terytorialnych.

CEL KONFERENCJI

Celem Konferencji jest prezentacja nowych tendencji w marketingu terytorialnym, upowszechnienie wyników badań i analiz prowadzonych w różnych ośrodkach naukowych oraz skonfrontowanie ich z doświadczeniami praktycznymi podmiotów uczestniczących w działaniach marketingu terytorialnego. Konferencja będzie drugą już okazją do podjęcia dyskusji i wymiany doświadczeń w dziedzinie wykorzystania instrumentów marketingowych w obszarze zarządzania rozwojem lokalnym i regionalnym. Na pierwszej konferencji zorganizowanej w styczniu 2011 roku poświęconej zagadnieniom marketingu terytorialnego wskazano na potrzebę kontynuowania spotkań umożliwiających prezentację i dyskusję poświęconą tej tematyce.

Do udziału w konferencji zapraszamy przedstawicieli środowisk akademickich, jednostek samorządu terytorialnego oraz organizacji pozarządowych. Uprzejmie prosimy o przekazanie zaproszenia współpracownikom oraz osobom zainteresowanym.

SEKCJE TEMATYCZNE KONFERENCJI

- Kształtowanie marketingowego wizerunku jednostki samorządu terytorialnego.
- Marketing terytorialny a konkurencyjność i innowacyjność miast i regionów.
- Marketing terytorialny jako narzędzie zarządzania gminą.
- Budowa strategii marketingowej jednostek terytorialnych.
- Marketing wewnętrzny, marketing zewnętrzny.

PATRONI HONOROWI

Marszałek Województwa Lubelskiego

Starosta Powiatu Bialskiego

Prezydent Miasta Biała Podlaska

Wójt Gminy Biała Podlaska

Wójt Gminy Janów Podlaski

Związek Województw Rzeczypospolitej Polskiej

Związek Gmin Lubelszczyzny

BESTPLACE Europejski Instytut Marketingu Miejsc

Polska Organizacja Turystyczna

Stadnina Koni Janów Podlaski Sp. z o.o.

PATRONI MEDIALNI



www.pswbp.pl

Państwowa Szkoła Wyższa
im. Papieża Jana Pawła II
w Białej Podlaskiej

INSTYTUT EKONOMII I ZARZĄDZANIA

