

## SPIS TREŚCI

<b>Wstęp (Wiesław Ciechomski) .....</b>	5
<b>Przesłanki wdrażania koncepcji marketingu opartego na wiedzy w zarządzaniu jednostką samorządu terytorialnego (Karolina Janiszewska) .....</b>	9
<b>Relacyjne przesłanki tworzenia megaproduktu terytorialnego (Robert Romanowski).....</b>	24
<b>Metody badań marketingowych dotyczących interesariuszy w marketingu terytorialnym (Robert Romanowski, Katarzyna Walkowiak-Markiewicz).....</b>	57
<b>Możliwości wykorzystania Internetu w promocji jednostek terytorialnych (Wiesław Ciechomski).....</b>	85
<b>Instytucje regionalnego systemu innowacji a marketing terytorialny (Robert Romanowski).....</b>	116
<b>Orkiestracja innowacyjnych sieci przedsiębiorstw (Bartłomiej Pierański) .....</b>	133
<b>Rozwiązania teleinformatyczne służące do komunikacji i współpracy wielkopolskich podmiotów ekonomii społecznej (Marek Urbaniak).....</b>	149
<b>Zakończenie (Robert Romanowski) .....</b>	165
<b>Noty o autorach .....</b>	168