

## SPIIS TREŚCI

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