

## 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  
prof. zw. dr hab. Tadeusz Markowski  
prof. zw. dr hab. Andrzej Wiatrak  
prof. nadzw. dr hab. Józef Bergier  
prof. dr hab. Joanna Szwacka-Mokrzycka  
prof. dr hab. Sylwester Makarski  
prof. dr hab. Andrzej Szromnik  
dr Magdalena Florek

## KOMITET ORGANIZACYJNY

dr Agnieszka Siedlecka – przewodniczący komitetu  
dr inż. Agnieszka Smarzewska  
mgr Patrycja Hołownia  
mgr Magdalena Hodun  
mgr Katarzyna Świerczewska-Pietras - sekretarz merytoryczny  
mgr Katarzyna Korneluk

## CEL KONFERENCJI

Celem Konferencji **MARKETING TERYTORIALNY SZANSĄ ROZWOJU MIAST, GMIN I REGIONÓW** jest prezentacja nowych tendencji w marketingu terytorialnym, wymiana doświadczeń oraz upowszechnienie wyników badań i analiz prowadzonych w różnych ośrodkach naukowych, praktycznych przez podmioty uczestniczące w procesach marketingu terytorialnego. Miasta, gminy i regiony aby się rozwijać potrzebują odpowiedniego zarządzania i promocji – w celu przyciągnięcia inwestycji, turystów, kapitału ludzkiego, czy funduszy europejskich.

Konferencja będzie okazją do wymiany doświadczeń w dziedzinie zwiększenia atrakcyjności inwestycyjnej jednostek samorządu terytorialnego, budowy ich silnej marki, możliwości przyciągnięcia turystów oraz zarządzania wizerunkiem. Do udziału w konferencji zapraszamy przedstawicieli środowisk akademickich, jednostek samorządu terytorialnego, organizacji pozarządowych oraz przedsiębiorców wspierających marketing terytorialny.

Uprzejmie prosimy o przekazanie zaproszenia współpracownikom, bądź osobom zainteresowanym.

## HONOROWA WSPÓŁPRACA



## PATRONI MEDIALNI



## INFORMACJE ORGANIZACYJNE

W załączeniu przesyłamy Państwu FORMULARZ ZGŁOSZENIOWY, który prosimy odesłać do dnia **31 grudnia 2010 r.** drogą pocztową lub elektroniczną na adres Państwowej Szkoły Wyższej im. Papieża Jana Pawła II w Białej Podlaskiej - Instytut Ekonomii i Zarządzania, ul. Sidorska 95/97 lub e-mailem: [marketingterytorialny@pswbp.pl](mailto:marketingterytorialny@pswbp.pl). Publikacje wydane zostaną w czasopiśmie „Studia ekonomiczne i regionalne” lub w postaci monografii. Wytyczne dotyczące punktacji oraz zasady pisania artykułów znajdują się na naszej stronie internetowej pod adresem: <http://www.pswbp.pl/index.php/pl/konferencje-eiz>

## OPLATA

- dla wszystkich osób uczestniczących w konferencji bez referatu 300 zł brutto/ 80 euro,
- dla doktorantów oraz studentów wszystkich kierunków uczestniczących w konferencji z referatem 400 zł brutto/ 100 euro,
- dla pozostałych osób uczestniczących w konferencji z referatem 500 zł brutto/ 130 euro.

Oplata pokrywa koszty: pełnego wyżywienia w tym uroczystej kolacji, oraz koszty publikacji i materiałów konferencyjnych. Oplata konferencyjna nie pokrywa kosztów noclegu. Istnieje możliwość publikacji pozytywnie ocenionego referatu bez udziału w konferencji. Koszt publikacji wynosi 250zł/ 70 euro.

**Wpłat prosimy dokonywać na rachunek bankowy:**

KREDYT BANK S.A. O/Biała Podlaska

4515001-3311213300179490000

**z dopiskiem „Marketing terytorialny”**

## WAŻNE TERMINY

|                     |   |
|---------------------|---|
| do 31 grudnia 2010  | przesłanie FORMULARZA ZGŁOSZENIOWEGO                  |
| do 15 stycznia 2011 | przesłanie streszczenia w języku polskim i angielskim |
| do 15 stycznia 2011 | wniesienie opłaty konferencyjnej                      |
| do 20 stycznia 2011 | przesłanie programu konferencji                       |
| do 25 stycznia 2010 | nadesłanie artykułu do recenzji                       |
| 27-28 stycznia 2011 | konferencja   |

## NOCLEGI

Uczestnicy konferencji proszeni są o rezerwację hoteli osobiście. W poniższym hotelu została wynegocjowana 20% zniżka. Prosimy przy rezerwacji o podanie hasła „Marketing terytorialny”.

- Hotel Delfin - al. Jana Pawła II 11, 21-500 Biała Podlaska, tel. + 48 083/ 344-51-41.

## SEKRETARIAT KONFERENCJI

**mgr Katarzyna Korneluk**

Państwowa Szkoła Wyższa im. Papieża Jana Pawła II w Białej Podlaskiej, Instytut Ekonomii i Zarządzania

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

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

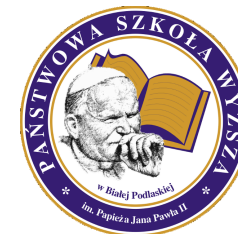
e-mail: [marketingterytorialny@pswbp.pl](mailto:marketingterytorialny@pswbp.pl)

**Sekretarz merytoryczny**

mgr Katarzyna Świerczewska-Pietras

e-mail: [k.swierczewska-pietras@pswbp.pl](mailto:k.swierczewska-pietras@pswbp.pl)

[www.pswbp.pl](http://www.pswbp.pl)



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

## I KONFERENCJA NAUKOWA

# MARKETING TERYTORIALNY SZANSĄ ROZWOJU MIAST, GMIN I REGIONÓW

Biała Podlaska 27-28.01.2011

## II Komunikat



## SEKCJE TEMATYCZNE KONFERENCJI

Koncepcja marketingu terytorialnego mieści się w koncepcji tzw. nowego zarządzania publicznego (*New Public Management*). Kładzie ona nacisk na znaczenie rynku i sektora prywatnego, zaspokajanie potrzeb klientów i mieszkańców, wzrost jakości i efektywności świadczonych usług publicznych, poprawę dostępu do usług publicznych (np. za pomocą *e-governance*), konkurencję i konkurencyjność oraz mechanizmy ewaluacji i kontroli. W związku z powyższym proponujemy następujące sekcje tematyczne:

### Sekcja nr 1 – Marketing terytorialny a konkurencyjność miast i regionów

Przedmiotem obrad sekcji byłaby próba poznania działań służących wzmocnieniu komunikacji między popytem a podażą – czyli na interaktywnym dialogu na rzecz elastycznego, rynkowego urzeczywistnienia projektów, skierowanych do docelowych grup konsumentów.

### Sekcja nr 2 – Samorząd jako podmiot marketingu terytorialnego

W ramach koncepcji nowego zarządzania publicznego mieści się kompleksowy marketing terytorialny, który polega na instytucjonalnym wzmocnieniu przepływu informacji między mieszkańcami a władzami miasta czy regionu i podległymi im instytucjami oraz przez inne podmioty w regionie, np. przez sieć handlu detalicznego, rzemiosło, czy przedsiębiorstwa prywatne.

### Sekcja nr 3 – Marketing przedsiębiorstw i organizacji w sektorze publicznym a rozwój lokalny

Sekcja tematyczna skierowana jest do osób zajmujących się działalnością przedsiębiorstw świadczących usługi w sektorze publicznym oraz instytucji sektora publicznego. Prezentowane zagadnienia odnoszą się będą do przedstawienia działań w zakresie np. promocji przedsiębiorstw (transportu miejskiego, utylizacji odpadów, miejskiej policji i innych), czy budowania ich wizerunku w oczach mieszkańców jako użytkowników.

### Sekcja nr 4 - PPP – Marketing w partnerstwie sektora publicznego i prywatnego (*Public Private Partnership*)

Celem obrad jest zidentyfikowanie działań pozwalających na instytucjonalizację współpracy przedstawicieli administracji publicznej i sektora prywatnego. Partnerstwo takie wynika ze wspólnoty interesów i rozłożenia kosztów oraz ryzyka. Sektor publiczny starający się osiągnąć cele przekraczające jego możliwości (najczęściej finansowe) ułatwia wkroczenie do danej inwestycji podmiotom sektora prywatnego (np. przez korzystne udostępnienie terenów inwestycyjnych, skrócenie procedury wydawania zgody na budowę, czy wsparcie polityczne).

### Sekcja nr 5 – Marketing turystyczny jako forma marketingu terytorialnego

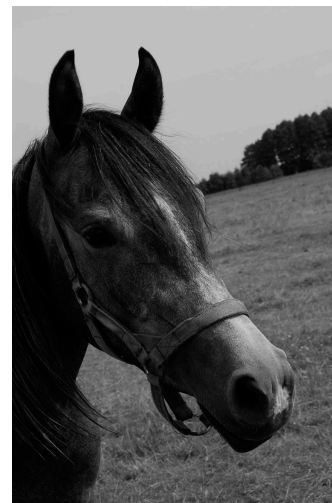
Przedmiotem obrad sekcji jest próba określenia m.in. obecnego i przewidywanego popytu turystycznego, wymagań konsumentów na rynku usług turystycznych oraz poznanie roli przemysłu turystycznego w kształtowaniu wizerunku miast i regionów.

## WSTĘPNY PROGRAM KONFERENCJI

|               | I DZIEŃ KONFERENCJI   |
|---------------|---|
| 9.00 - 10.00  | Rejestracja uczestników, poczęstunek kawowy   |
| 10.00 - 10.15 | Otwarcie konferencji - Rektor PSWBP prof. zw. dr hab. Mieczysław Adamowicz  |
| 10.15 - 12.00 | Sekcja plenarna I<br>• Marketing terytorialny a konkurencyjność miast i regionów<br><br>• Samorząd jako podmiot marketingu terytorialnego   |
| 12.00 - 12.15 | Przerwa kawowa  |
| 12.15 - 13.45 | Sekcja plenarna II<br>• Marketing przedsiębiorstw i organizacji w sektorze publicznym a rozwój lokalny<br><br>• PPP – Marketing w partnerstwie sektora publicznego i prywatnego ( <i>Public Private Partnership</i> ) |
| 13.45 - 14.45 | lunch   |
| 14.45 - 16.00 | Sekcja plenarna III<br>• Marketing turystyczny jako forma marketingu terytorialnego   |
| 16.00 - 16.30 | Podsumowanie I dnia konferencji/dyskusja  |
| 19.00         | Regionalna kolacja  |
|               | II DZIEŃ KONFERENCJI  |
| 9.00 - 13.00  | Wyjazd studialny - Janów Podlaski, Zaborek  |
| 13.00 - 14.00 | Powrót do Kampusu PSWBP - lunch   |
| 14.00 - 15.00 | Panel podsumowujący tematykę konferencji pod przewodnictwem prof. dr hab. Andrzeja Szromnika  |

## II DZIEŃ KONFERENCJI - WYJAZD STUDIALNY

W drugim dniu konferencji pragniemy zaproponować Państwu wyjazd studialny do wybranych unikalnych miejsc naszego regionu, do których zaliczyć można Stadninę Koni Arabskich w Janowie Podlaskim oraz Uroczysko Zaborek.



### Stadnina w Janowie Podlaskim

istniejąca od 1817 roku, to najstarsza państwowa stadnina koni w Polsce - jest również jedną z najpiękniejszych. Stadnina słynie głównie z hodowli koni czystej krwi arabskiej. Dużą atrakcją jest znajdujący się w starym parku zabytkowy XIX-wieczny zespół stajni, z których najstarsze: „Zegarowa” z 1848 r. oraz „Czołowa” z 1841 r. zaprojektowane zostały przez słynnego architekta Henryka Marconiego. Rokrocznie podczas słynnych już aukcji stadnina gromadzi nie tylko białczan, ale również znamienitych gości z całego świata.

### Pensjonat "Uroczysko Zaborek"

to zabytkowy kompleks starej drewnianej architektury przystosowany do potrzeb hotelowych, położony na terenie Parku Krajobrazowego „Podlaski Przełom Bugu” w otoczeniu wody i lasów sosnowych. Na obszarze znajduje się m.in. Plebania z 1880r., Wiatrak „Kozłak”, Bielony Dworek pamiętający czasy powstania styczniowego oraz Drewniany kościółek. Właściciele Zaborka wielokrotnie otrzymywali nagrody, w tym m.in. w 2005 r. złotą odznakę Ministra Kultury „Za opiekę nad zabytkami”.