

OBSAH PŘEDMĚTU

Úvod.....	3
1. Nový styl řízení veřejného sektoru.....	7
2. Teritoriální marketing a jeho vztah k jiným konceptům LORR	15
3. Nástin typologie teritoriálního marketingu	23
4. Principy komplexního teritoriálního marketingu	33
5. Základní komponenty a charakteristické rysy komplexního teritoriálního marketingu	37
6. Obvyklé prioritní osy a typické projekty.....	45
7. Závěrem.....	55
Literatura	57

Předložený text distančního vzdělávání je určen jednak pro studenty, kteří začínají studovat problematiku lokálního a regionálního rozvoje, jednak pro pracovníky veřejné správy, kteří chtějí o problematice stimulace socioekonomického rozvoje získat široké základní vstupní informace. Text je ovšem určen pro politiky, kteří hledají základní inspiraci pro koncipování programu rozvoje jejich územního obvodu.

Pokusil jsem se napsat tento text přístupným a srozumitelným jazykem, tak aby každý student distančního vzdělávání, který se zajímá o problematiku LORR, mohl v rámci samostudia získat vstupní informace. Na rozdíl od mých v České republice tradičně známých „skript“ a učebnic, které jsou nabitě fakty a nedávají příliš důraz na srozumitelnost (obvykle je preferována je vědecká terminologická pregnanost), přehlednost a jejich využitelnost při samostudiu, jsem se snažil jako autor o maximální srozumitelnost textu, a to i za cenu určitých (v teoretickém vědeckém diskurzu nepřijatelných) zjednodušení. Důraz je kladen zejména na stránku didaktickou – text by měl pochopit student studující doma, sám. Popřípadě by mělo dojít k vysvětlení, toho co bylo textem zprostředkováno nejjasně, v rámci emailové korektury tzv. tiskora s distančním studentem nebo v rámci setkání studentů s tiskorem na tzv. tutoriálu. Preferována byla prezentace „šif“ problematiky na úkor její „kloubky“.

Důležité je pro autora, aby se student v rámci distančního studia seznámil se základní filozofií „Teritoriálního marketingu“ v rámci tzv. Nového stylu řízení veřejného sektoru (viz dále New public management). Domnívám se, že inovativní koncepty v lokálním a regionálním rozvoji si zaslouží naši pozornost. Bylo by naivní se však domnívat, že lze přenášet „úspěšné“ přístupy k rozvoji měst z nejvyspělejších států Evropy jako např. Německo, Rakousko, Švýcarsko do specificky českého prostředí, s předpokladem, že pak dosáhneme v krátké době stejně pozitivních výsledků v územním rozvoji. Bylo by však reálnější