

Obsah

		strana
Bartková, D.	Podpora implementácie „učiaceho sa“ regiónu do praxe	7
Friedrich, V.	Modelování ekonomického rozvoje regionu	16
Hasprová, M., Lipianska, J.	Program obnovy dediny a možnosti jeho využitia v regionálnom rozvoji	24
Hofman, J.	Významné aspekty regionálneho marketingu	29
Honzáková, J.	Rozvoj cestovného ruchu v Euroregionu NISA	33
Hudec, O., Džupka, P.	Strategické plánovanie v Slovenskej republike	36
Charbuský, M., Stejskal, J., Hájek, P.	Prvky regionálneho marketingu v rámci podpory cestovného ruchu	47
Ježek, J.	Marketing obcí a měst v západních Čechách očima jejich představitelů	55
Ježek, J., Matoušková, K.	Regionální management v Rakousku. Případová studie	61
Kolveková, G.	Sociální kapitál v síti aktérov regionálního rozvoja Košického samosprávneho kraja	76
Kozel, R.	Využití marketingu v praxi (zkušenosti s přípravou Strategického plánu rozvoje statutárního města Ostravy)	86
Lebeda, P.	Efektivní ekonomika kraje – manažerský celek	92
Maier, J.	Regionalmanagement als weiches Instrument der Regionalentwicklung	98
Merenda, M.	Management regionů a vytváření jejich strategie	110
Pauličková, R.	Využívanie marketingových nástrojov v podmienkach miest Slovenskej republiky	118
Pavláková, M.	Personální řízení v praxi českých municipalit. Výsledky empirického výzkumu	127

Rumpel, P.	Významné aspekty rozvojových konceptů území s důrazem na teritoriální marketing	132
Skyba, R.	Úloha regionálního marketingu při rozhodování strategického investora	144
Švandová, Z.	Marketingová komunikace měst a obcí	155
Váňová, A.	Marketing územia jako nástroj plánovania a riadenia rozvoja území	160
Veselá, J.	Jaké služby může turistům nabídnout město (obec) ve které bydlím	171
Žák, Š., Kita, P.	Medziúzemná kooperaci – kľučový nástroj rozvoja miest a obcí	182