

SPIIS TREŚCI

<i>Ireneusz Michałków, Waldemar Piórek</i>	
Uwagi wstępne	9

CZĘŚĆ I OGÓLNA CHARAKTERYSTYKA ATRAKCYJNOŚCI POLSKI I JEJ REGIONÓW

<i>Katarzyna Błachnio</i>	
Atrakcyjność inwestycyjna Polski	23
<i>Jakub Kraciuk</i>	
Klimat inwestycyjny w Polsce	33
<i>Ireneusz Michałków</i>	
Polska, Mazowsze i Warszawa w rankingach atrakcyjności	43
<i>Jacek Kowalczyk</i>	
Kampania promocyjna regionu świętokrzyskiego w latach 2008-2010 – skuteczny marketing miejsca	55
<i>Sławomir Wróblewski</i>	
Rola turystyki biznesowej w zwiększaniu skuteczności promocji Polski, Warszawy i Mazowsza	63

CZĘŚĆ II WPŁYW WARSZAWSKIEJ IZBY PRZEDSIĘBIORCÓW NA ATRAKCYJNOŚĆ WARSZAWY I MAZOWSZA

<i>Waldemar Piórek</i>	
Geneza, oferta i członkostwo w Warszawskiej Izbie Przedsiębiorców	73

<i>Waldemar Piórek, Joanna Michałowska</i>	
Rola samorządu gospodarczego Warszawy i Mazowsza w podnoszeniu atrakcyjności stolicy i regionu	75
<i>Waldemar Piórek</i>	
Kalendarium plebiscytów: „Warszawski Znak Jakości” oraz „Mazowiecki Znak Jakości”. Uczestnicy – sponsorzy – nagrody – imprezy	81
<i>Jacek Raczyński</i>	
Prezentacja wybranych firm nagrodzonych przez Warszawską Izbę Przedsiębiorców w konkursach i plebiscytach organizowanych przez Izbę.	87

CZĘŚĆ III

JAK ZWIĘKSZYĆ SKUTECZNOŚĆ PROMOCJI POLSKI, MAZOWSZA I WARSZAWY?

<i>Zdzisław Sirojć</i>	
Uwarunkowania efektywnej promocji Warszawy	101
<i>Piotr Wojciński</i>	
Bolączki sektora MSP z rejonu Warszawy i Mazowsza utrudniające skuteczną promocję stolicy i regionu.	107
<i>Grażyna Kuś</i>	
Znaczenie jakości kapitału ludzkiego w skutecznej promocji Warszawy i Mazowsza	113
<i>Maciej Dębski, Magdalena Krakowiak</i>	
Nowe możliwości Internetu jako narzędzia kreowania wizerunku	121
<i>Ireneusz Michałków, Waldemar Piórek</i>	
ZAKOŃCZENIE.	137

Ireneusz Michałków

ZAŁĄCZNIKI

Załącznik nr 1.

Misja Warszawskiej Izby Przedsiębiorców 141

Załącznik nr 2.

Misja Uczelni Warszawskiej
im. Marii Skłodowskiej-Curie 143

Załącznik nr 3.

Oferta edukacyjna Uczelni
Warszawskiej im. Marii Skłodowskiej-Curie 145

Załącznik nr 4.

Działalność studencka w Uczelni
Warszawskiej im. Marii Skłodowskiej-Curie 147

Załącznik nr 5.

Geneza i rozwój współpracy między
Uczelnią Warszawską im. Marii Skłodowskiej-Curie
a Warszawską Izbą Przedsiębiorców 149

Katarzyna Tomasińska (opr.)

INFORMACJE O AUTORACH ARTYKUŁÓW

I OSOBACH UCZESTNICZĄCYCH W WYDANIU

KSIĄŻKI. 151