

Katarzyna Janiszewska

DOI: 10.21858/msr.21.03

Nr woluminu: 21

[Wróć do wydania](#)

[Wróć do listy wydań](#)

Celem artykułu jest ukazanie działań oraz sposobów i zakresu zaangażowania różnego rodzaju interesariuszy w proces kształtowania marki regionu za granicą. W tym celu przeprowadzono pół ustrukturyzowane wywiady indywidualne z jednym pracownikiem każdego z wybranych pięciu biur regionalnych w Brukseli. Analizie poddano istotę i motyw kształtowania marki regionu, postrzeganie roli biur regionalnych oraz sposób zaangażowania grup interesariuszy w proces.

[Katarzyna Janiszewska, Kreowanie marek regionów za granicą przez różne grupy interesariuszy na przykładzie wybranych polskich województw](#)
[Pobierz](#)