

Wpływ organizacji imprez kulturalnych na wizerunek miasta, na przykładzie miasta Łodzi

Wstęp

Rozdział I

Marketing i promocja w świetle literatury

1.1 Pojęcie i istota marketingu

1.2 Narzędzia marketingu

1.3 Promocja produktów i usług

Rozdział II

Kreowanie wizerunku miasta Łodzi dzięki imprezom kulturalnym

2.1. Imprezy kulturalne odbywające się w Łodzi

2.2. Promocja oraz kreowanie wizerunku Łodzi dzięki imprezom organizowanym w tym mieście

Zakończenie

Bibliografia