

Tartalom

1. Gondolatok a helymárkázásról	7
2. A helymárkázás elméleti megközelítései	13
2.1. Mit jelent a márka és márkázás?	13
2.2. Mit jelent a helymárka, helymárkázás?	21
2.3. A place branding fejlődéstörténetéről	30
2.4. A helymárkázás kapcsolódása a branding további területeihez	39
2.5. Identitás, imázs és egyéb kulcsfogalmak a helymárkázás szemszögéből	44
2.6. Helymárkázás különböző szinteken: városok, régiók, országok, desztinációk	63
3. Városmárkázás az online térben	82
3.1. Az online márkázás sajátosságai	84
3.2. Az online városmárkázás kommunikációs csatornáit	89
3.3. Városmárkázás a weboldalak segítségével	102
3.4. A városok weboldalelemzésének gyakorlata	113
3.5. Az OCBE-modell mint saját vizsgálati keretrendszer	132
3.6. A romániai megyeszékhelyek weboldalainak elemzése	155
4. Összegzés és záró gondolatok	199
5. Felhasznált irodalom	208
Abstract	235