

Objavljivanje ove knjige realizovano je sredstvima
OFFICE OF PUBLIC AFFAIRS
EMBASSY OF THE UNITED STATES OF AMERICA
SARAJEVO, BOSNA I HERCEGOVINA

U ovoj knjizi obrađujemo probleme na koje lokacije nailaze u ostvarivanju bolje budućnosti. Kao i nacije, i lokacije mogu obrnuti pravac svog pada, mogu doživjeti ponovno rođenje i revitalizaciju putem procesa strateškog marketinškog planiranja. Pet tigrova istočne Azije – Južna Koreja, Tajvan, Hong Kong, Singapur i Tajland – primjer su preporoda gdje su sastavni dijelovi strategije, marketinga i planiranja koncentrirani u određenim nacijama. Na taj način su i određene lokacije izmijenile svoju sudbinu putem koordiniranog planiranja i vješte realizacije.

Ovdje uzimamo za primjere preporod i obnovu određenih lokacija širom Sjedinjenih Država, Kanade, Evrope i Azije. Među njima ima gradova svjetske klase i manjih zajednica, starih industrijskih centara i ruralnih mrtvaja. Lokacije u problemima nisu samo one čija su primarna privredna preduzeća ili grane u padu, nego sve lokacije koje možda misle da će sutra biti otprilike isto kao i danas. Resursi, dobra i prednosti koje određene lokacije danas uživaju možda neće biti one koje će pružati iste mogućnosti i prilike kroz jednu deceniju.

Ovo je knjiga o promjenama i reakcijama. Ona govori o tome kako se strateškim tržišnim planiranjem može doprinijeti tome da se lokacije pripreme za suočavanje s neizvjesnom budućnošću.

Autori