

## Opracowanie strategii promocyjno- wizerunkowej

Opracowanie strategii promocyjno-wizerunkowej ma na celu określenie mocnych stron miasta, na których będzie budowany jego wizerunek oraz ustalenie jednolitej linii postępowania strategicznego. Określenie „tożsamości” miasta i kierunków jego rozwoju stanowić będzie ważne narzędzie w rozwoju społeczno-gospodarczym.

Strategia powinna zawierać m.in.: kryteria umożliwiające dostosowanie do standardów UE (strategia Lizbońska): innowacyjność, dobrobyt społeczny, przedsiębiorczość, badanie polityki komunikacji z rynkiem podmiotów gospodarczych, instytucji i organizacji, podstawową analizę siły pozycji miasta na rynku (marki). Definicję innowacyjnego produktu biznesowego Dębicy, propozycje nowych atrakcji. Ponadto, przeprowadzenie konferencji i szkoleń, których uczestnikami będą przedstawiciele środowisk: politycznego, gospodarczego, kulturowego i społecznego Dębicy