

Cele konferencji

Celem konferencji jest wymiana poglądów i doświadczeń oraz przedstawienie najnowszych wyników badań naukowych w zakresie konkurencyjności i rozwoju regionów w warunkach integracji europejskiej i globalizacji. Istotnym celem konferencji jest także integracja przedstawicieli: nauki, biznesu i samorządowców.

Obszary tematyczne i ich zakres problemowy

A) Wpływ integracji europejskiej i globalizacji oraz uwarunkowań wewnętrznych na wzrost konkurencyjności i rozwój regionów

- Współczesne problemy zarządzania w produkcji i usługach w warunkach integracji europejskiej i globalizacji
- Zasoby regionu i ich znaczenie w podnoszeniu jego konkurencyjności i rozwoju
- Wpływ uwarunkowań ekonomicznych, finansowych i prawnych, społecznych i przyrodniczych na rozwój i konkurencyjność regionu
- Szanse i zagrożenia zrównoważonego rozwoju w państwach i regionach Europy Środkowej i Wschodniej
- Współpraca międzynarodowa a rozwój i konkurencyjność regionu

B) Zarządzanie edukacją

- Kierunki rozwoju edukacji na poziomie szkolnictwa średniego i wyższego jako czynnik rozwoju regionu
- Nauka- Edukacja- Kształcenie w erze społeczeństwa 5.0

C) Partnerstwo w kreowaniu wartości dla interesariuszy w regionie

- Samorząd regionu i jego partnerzy
- Partnerstwo publiczno-prywatne
- Klastry jako czynnik rozwoju regionu
- Budowanie, rozwijanie i utrzymywanie relacji z interesariuszami w regionie
- Tożsamość regionalna a proces integracji europejskiej

D) Problematyka współczesnej logistyki regionów silnie uprzemysłowionych

- Znaczenie logistyki w zrównoważonym rozwoju regionu
- Inteligentne rozwiązania w zarządzaniu miastem i regionem
- Metropolitalne usługi publiczne
- Nowe koncepcje zarządzania publicznego w regionie

E) Wpływ zarządzania marketingowego na konkurencyjność i rozwój regionu

- Strategie i działania marketingowe a konkurencyjność regionu
- Rozwój i wykorzystanie narzędzi marketingu regionalnego
- Wizerunek i budowanie marki regionu
- Kreowanie produktów regionalnych i ich znaczenie w rozwoju regionu
- Internet w zarządzaniu marketingowym regionem
- Skuteczność i efektywność marketingu regionalnego

F) Zarządzanie organizacjami w erze budowania społeczeństwa 5.0

- E-państwo
- Gospodarka przyszłości
- Telekomunikacja, sieci 5g
- Ochrona klimatu i środowiska naturalnego
- Służba zdrowia i opieka medyczna

G) Media i komunikacja społeczna jako istotny element systemu informacyjnego regionu