

I DIAGNOZA POWIATU POZNAŃSKIEGO

Na potrzeby strategii promocji powiatu poznańskiego dokonano diagnozy sytuacji obecnej w oparciu o materiały źródłowe i dane statystyczne, badania własne, rozmowy i materiały otrzymane od pracowników Wydziału Promocji, uczestniczących w realizacji polityki promocyjnej powiatu. Przejrzano również otrzymane dokumenty i materiały promocyjne oraz zapoznano się z działaniami promocyjnymi prowadzonymi dotychczas przez powiat.

Niniejsza diagnoza składa się z następujących części:

1. charakterystyka powiatu poznańskiego wraz z profilami powiatu (profil mieszkańców, profil kulturowy, profil turystyczno-rekreacyjny, profil gospodarczy, organizacje pozarządowe),
2. analiza aspektów promocyjnych dokumentów strategicznych: Strategia Rozwoju Powiatu Poznańskiego na lata 2006-2013, Plan Rozwoju Lokalnego Powiatu Poznańskiego na lata 2004-2006, Plan Rozwoju Lokalnego Powiatu Poznańskiego na lata 2007-2013),
3. analiza dotychczasowej polityki promocyjnej powiatu, w tym stosowanych narzędzi, środków i celów, grup docelowych,
4. analiza sytuacji konkurencyjnej,
5. analiza SWOT dotycząca promocyjnych aspektów powiatu na podstawie materiałów źródłowych i badań własnych,
6. podsumowanie wraz z wnioskami.

**CHARAKTERYSTYKA POWIATU POZNAŃSKIEGO WRAZ Z PROFILAMI
POWIATU**