

SPIS TREŚCI

WSTĘP	9
1. AKUMULACJA KAPITAŁÓW W PRZESTRZENI PUBLICZNEJ	13
1.1. Kapitał marki – przestrzeń publiczna jako nośnik wizerunku miasta	13
1.2. Kapitał dziedzictwa kulturowego w przestrzeni publicznej – kształtowanie tożsamości	20
1.3. Kapitał sieci – wirtualna przestrzeń publiczna	28
1.4. Kapitał społeczny w przestrzeni publicznej – miejsca spotkań i relacji	33
1.5. Kapitał kreatywny w przestrzeni publicznej – magia miejsca	37
1.6. Kapitał rzeczowy w przestrzeni publicznej – nieruchomości i majątek ruchomy	42
2. IDENTYFIKACJA WARTOŚCI PRZESTRZENI PUBLICZNYCH	47
2.1. Ekonomiczny wymiar percepcji przestrzeni publicznych	47
2.2. Czynniki kształtujące wartość przestrzeni publicznych	56
2.3. Wartość przestrzeni publicznych jako funkcja metod wyceny nieruchomości	58
2.4. Identyfikacja wartości przestrzeni publicznych z wykorzystaniem alternatywnych metod wyceny dóbr nierynkowych	63
2.5. Audyt przestrzeni publicznych	83
2.6. Mapowanie mentalne przestrzeni publicznych	90
2.7. Krzywa wrażeń jako ocena atrakcyjności przestrzeni	95
2.8. Bazy wirtualne w ocenie wartości przestrzeni publicznych	97
3. ZARZĄDZANIE PRZESTRZENIAMI PUBLICZNYMI	101
3.1. Samorząd terytorialny jako zarządca przestrzeni publicznych	101
3.2. Prawno-organizacyjne formy ochrony i zarządzania przestrzeniami publicznymi	110
3.3. Europejski model zarządzania przestrzeniami publicznymi – <i>Town Center Management</i>	118
3.4. Amerykański model zarządzania przestrzeniami publicznymi – <i>Business Improvement District</i>	137
3.5. Mikroprojekty – zarządzanie w obszarze dziedzińców i podwórek	148

ZAKOŃCZENIE.....	157
BIBLIOGRAFIA.....	159
SPIS FOTOGRAFII.....	197
SPIS RYSUNKÓW.....	199
SPIS TABEL.....	201