

Spis treści

Contents

Abstract	5
Wprowadzenie	9
<i>Introduction</i>	
Rozdział I. Przestrzeń publiczna w naukach społecznych i urbanistyce	13
<i>Chapter I. Public Space in Social Sciences and Urban Planning</i>	
1. Publiczny wymiar przestrzeni miasta – ujęcie ekonomiczne – rekomendacje dla polityki urbanistycznej w wymiarze krajowym i lokalnym	13
<i>Public Dimension of the City Space – Economic Recognition – Recommendations for Urban Policy in the National and Local Dimensions</i>	
2. Atrakcyjność przestrzeni miejskiej	23
<i>Attractiveness of Urban Space</i>	
3. Przestrzeń publiczna współczesnego miasta – istota, rodzaje i czynniki jej atrakcyjności	35
<i>Public Space of a Modern City – Essence, Types and Factors of Its Attractiveness</i>	
4. Sukces przestrzeni publicznej	43
<i>Success of Public Space</i>	
Rozdział II. Praktyka kształtowania przestrzeni miejskich	59
<i>Chapter II. Practice of Shaping Urban Space</i>	
1. Budowanie atrakcyjności publicznych przestrzeni miejskich na przykładzie małych miast woj. śląskiego	59
<i>Building Attractiveness of Urban Public Spaces on the Example of Small Cities of Silesia Voivodeship</i>	
2. Atrakcyjność przestrzeni miejskiej współczesnych zespołów mieszkaniowych	69
<i>Attractiveness of Urban Space of Contemporary Housing Units</i>	

3.	Przestrzeń mieszkalna w śródmiejskich obszarach zdegradowanych. Raport z badań w Mysłowicach i Zabrze	81
	<i>Residential Areas in Degraded Downtowns. Research Report from City of Mysłowice and City of Zabrze</i>	
4.	Zielona certyfikacja. Krok w stronę jakości budownictwa i zrównoważonego rozwoju czy kolejny etap procesu komodyfikacji nieruchomości?	94
	<i>Green Certification. A Step towards the Quality of Construction and Sustainable Development or the Next Stage in the Process of Real Estate Commodification?</i>	
Rozdział III. Przestrzeń miejska a biznes w praktyce zarządzania publicznego . .		107
<i>Chapter II. Urban Space and Business in Public Management Practice</i>		
1.	Kreowanie atrakcyjności biznesowej przestrzeni miejskiej	107
	<i>Creating Business Attractiveness of Urban Space</i>	
2.	Atrakcyjność biznesowa śląskich miast	131
	<i>Business Attractiveness of Silesian Cities</i>	
3.	Atrakcyjność morfologiczna i przestrzenna miejskich terenów pogórnich	140
	<i>Morphological and Spatial Attractiveness of Urban Post-mining Areas</i>	
4.	Atrakcyjność przestrzeni miejskich a dylematy i praktyki zarządzania publicznego na przykładzie Parku Śląskiego	153
	<i>Attractiveness of Urban Spaces and Dilemmas and Practices of Public Management on the Example of the Silesian Park</i>	
Bibliografia		169
<i>Bibliography</i>		
Spis rycin		180
<i>List of Figures</i>		
Spis fotografii		182
<i>List of Photographs</i>		
Spis tabel		183
<i>List of Tables</i>		
Informacje o Autorach		184
<i>Notes on Authors</i>		