

도시판촉과 사회통합이 공존하는 네덜란드 암스테르담의 장소브랜딩 전략



노영순

한국문화관광연구원 연구기획팀장
ysnoh@kcti.re.kr

장소브랜딩 전략을 둘러싼 몇 가지 쟁점
가 가 ,

3
' HI SEOUL ' , () 10 가 .

' (slogan) ' ,
(logotype) ' .

1)

' , ,

' , ,

' , ,

3). Tayebi(2006) ,

(4) .

' .

- 1) 이정훈(2006), 장소브랜딩 모형 구축 연구 : 관광부문을 중심으로, 경기개발연구원
- 2) Parkerson and Saunder(2005), City Branding : Can goods and services branding models be used to brand cities?, Place Branding, Vol.1(3), pp.242-264
- 3) Kavaratzis(2004), From city marketing to city branding : Towards a theoretical framework for developing city brands, Place Branding, Vol.1(1), pp.58-73
- 4) Tayebi(2006), How to design the brand of the contemporary city(source : www.urbanitude.com)

