

CUPRINS

Prefață	7
MULȚUMIRI	11
Lista figurilor și a tabelelor	13
INTRODUCERE	17
CAPITOLUL 1. TEORETIZĂRI ALE CONCEPTELOR DE „BRAND” ȘI „BRANDING”	21
1.1. Perspective teoretice despre brand	21
1.2. De la „brand” la „branding”	24
1.3. Brandingul cultural. Brandurile ca iconuri	26
1.4. Imaginea de brand și identitatea de brand	28
1.5. Personalitatea de brand.....	31
CAPITOLUL 2. NOILE FORME DE BRANDING ȘI ROLUL LOR ÎN PROMOVAREA ȚĂRILOR	33
2.1. Brand(ing) de loc	33
2.2. Brandingul de națiune - o soluție de promovare în lumea contemporană.....	35
2.3. Percepții și stereotipuri	41
2.4. Indexuri	45
CAPITOLUL 3. PROMOVAREA ȚĂRILOR CU AJUTORUL TURISMULUI. BRANDINGUL DE DESTINAȚIE	55
3.1. Brand(ing) de țară și brand(ing) de destinație – o abordare paralelă	55
3.2. Rolul părților interesate	60
3.3. Poziționare și reputație	62
3.4. Imaginea și identitatea de țară. Imaginea și identitatea de destinație	66
3.5. Factori de decizie și instrumente de promovare a destinației turistice	75
3.6. Personalitatea brandului de țară și a brandului de destinație	83
3.7. Exemple de (re)branding de țară	90
3.8. Brandul Europei	92
CAPITOLUL 4. TENDINȚE ACTUALE ÎN TURISM	95
4.1. Turismul rural și ecoturismul	95
4.2. Turismul cultural	96
4.3. Turismul culinar	99
4.4. Turismul bazat pe natură și turismul de enclavă.....	100
4.5. Promovarea turistică prin social media.....	101
CAPITOLUL 5. TURISMUL INDUS DE FILM ȘI DE TELEVIZIUNE	105
5.1. Caracteristici generale ale turismului indus de film	105
5.2. Promovarea turistică prin producțiile de televiziune	111

CAPITOLUL 6. IDEI DE BRANDING PENTRU ROMÂNIA.....	119
6.1. Campanii de branding de țară în România	119
6.2. „România. Explorați Grădina Carpaților”	123
6.3. Studii despre potențialul turistic al României.....	124
6.4. Instrumente de promovare turistică a României.....	129
6.5. Promovarea României ca destinație turistică în filmul documentar	134
CAPITOLUL 7. PROMOVAREA BRANDULUI DE ȚARĂ AL ROMÂNIEI ÎN	
SERIA DE DOCUMENTARE <i>WILD CARPATHIA</i> (2011-2019)	139
7.1. Contextul cercetării	139
7.2. Designul de cercetare	141
7.3. Rezultatele analizei de conținut a documentarelor din seria <i>Wild Carpathia</i>	143
7.3.1. Rezultatele analizei documentarului <i>Transylvania</i> (2011), partea întâi a seriei <i>Wild Carpathia</i>	143
7.3.2. Rezultatele analizei documentarului <i>From The Mountains to The</i> <i>Sea</i> (2013), partea a doua a seriei <i>Wild Carpathia</i>	158
7.3.3. Rezultatele analizei documentarului <i>Wild Forever</i> (2013), partea a treia a seriei <i>Wild Carpathia</i>	173
7.3.4. Rezultatele analizei documentarului <i>Seasons of Change</i> (2016), partea a patra a seriei <i>Wild Carpathia</i>	188
7.3.5. Rezultatele analizei documentarului <i>White Carpathia: Winter is</i> <i>Coming</i> (2019), partea a cincea a seriei <i>Wild Carpathia</i>	202
7.4. Concluziile analizei de conținut a documentarelor <i>Wild Carpathia</i>	215
Limitele cercetării.....	223
CONCLUZII ȘI RECOMANDĂRI	225
Bibliografie	231
Anexă - Grila analizei de conținut a seriei <i>Wild Carpathia</i>.....	247