

CUPRINS

| | |
|--|-----------|
| CAPITOLUL I | |
| TRĂSĂTURI CARACTERISTICE ALE MARKETINGULUI | |
| SERVICIILOR | 9 |
| 1.1 Determinate de ordin teoretic | 9 |
| 1.2 Trăsăturile serviciilor | 17 |
| 1.3 Clasificarea serviciilor | 21 |
| APLICAȚII | 23 |
| ÎNTREBĂRI..... | 26 |
| | |
| CAPITOLUL II | |
| MEDIUL DE MARKETING AL COMPANIILOR | |
| PRESTATOARE DE SERVICII | 27 |
| 2.1 Determinate de ordin teoretic | 27 |
| 2.2 Mediul intern al companiilor prestatoare de | |
| servicii | 28 |
| 2.3 Mediul extern al companiilor prestatoare de | |
| servicii | 30 |
| 2.3.1 Micromediul companiilor prestatoare de | |
| servicii | 30 |
| 2.3.2 Macromediul companiilor prestatoare de | |
| servicii | 32 |
| 2.3.3 Mediul ecologic..... | 40 |
| APLICAȚII | 40 |
| ÎNTREBĂRI..... | 42 |
| | |
| CAPITOLUL III | |
| PIAȚA COMPANIILOR PRESTATOARE DE SERVICII | 45 |
| 3.1 Conceptul de piață în servicii | 45 |
| 3.2 Dimensiunile pieței..... | 47 |
| 3.2.1 Aria pieței | 47 |
| 3.2.2 Structura pieței | 48 |

| | |
|---|------------|
| 3.2.3 Capacitatea pieței..... | 53 |
| 3.3 Cererea și oferta de servicii | 54 |
| APLICAȚII..... | 56 |
| ÎNTREBĂRI..... | 59 |
| | |
| CAPITOLUL IV | |
| COMPORTAMENTUL CONSUMATORULUI ÎN SERVICII..... | 61 |
| 4.1 Trăsături caracteristice ale comportamentului consumatorului..... | 61 |
| 4.2 Comportamentul de cumpărare și cel de consum în servicii..... | 64 |
| APLICAȚII..... | 69 |
| ÎNTREBĂRI..... | 71 |
| | |
| CAPITOLUL V | |
| PLANIFICAREA STRATEGICĂ ÎN MARKETINGUL SERVICIILOR | 73 |
| 5.1 Trăsături specifice ale planificării strategice..... | 73 |
| 5.2 Contextul planificării strategice | 75 |
| 5.2.1 Procesul de planificare strategică și performanța managerială..... | 76 |
| 5.2.2 Planificarea strategică și managementul resurselor umane..... | 77 |
| 5.2.3 Planificarea strategică și performanța organizațională | 78 |
| 5.2.4 Planificarea strategică și viabilitatea afacerilor | 78 |
| 5.3 Etapele planificării strategice | 80 |
| 5.4 Factori ce influențează planificarea strategică de marketing internațional | 83 |
| APLICAȚII..... | 87 |
| ÎNTREBĂRI..... | 97 |
| | |
| CAPITOLUL VI | |
| STRATEGII ALE MIXULUI DE MARKETING ÎN SERVICII | 99 |
| APLICAȚII..... | 111 |
| ÎNTREBĂRI..... | 116 |

| | |
|---|------------|
| CAPITOLUL VII | |
| POLITICA DE PRODUS ÎN SERVICII..... | 117 |
| 7.1 Produsul în servicii | 117 |
| 7.2 Strategii de produs în servicii | 120 |
| APLICAȚII..... | 125 |
| ÎNTREBĂRI..... | 127 |
| | |
| CAPITOLUL VIII | |
| POLITICA DE PREȚ ÎN SERVICII..... | 129 |
| 8.1 Elemente ce influențează politica de preț..... | 129 |
| 8.2 Strategii de preț în servicii | 131 |
| APLICAȚII..... | 133 |
| ÎNTREBĂRI..... | 135 |
| | |
| CAPITOLUL IX | |
| POLITICA DE DISTRIBUȚIE ÎN SERVICII..... | 137 |
| 9.1 Elemente caracteristice ale distribuției în servicii | 137 |
| 9.2 Strategii de distribuție în servicii | 141 |
| APLICAȚII..... | 142 |
| ÎNTREBĂRI..... | 148 |
| | |
| CAPITOLUL X | |
| POLITICA DE COMUNICARE PROMOȚIONALĂ ÎN SERVICII..... | 149 |
| 10.1 Caracteristici ale politicii de comunicare promoțională | 149 |
| 10.2 Strategii de comunicare promoțională în servicii | 154 |
| APLICAȚII..... | 155 |
| INTREBĂRI: | 160 |
| | |
| BIBLIOGRAFIE | 161 |