

CUPRINS

CUVÂNT ÎNAINTE 5

REZUMAT 7

SUMMARY 8

CUPRINS 9

INTRODUCERE 11

PARTEA I. INDUSTRIA CULTURALÂ ŞI PARTICULARITĂŢILE   
ACESTEIA - Arta spectacolului 25

1. MARKETINGUL SERVICIILOR - DELIMITĂRI TEORETICE 27
   1. DEFINIŢIA MARKETINGULUI - ÎNTRE ŞTIINŢĂ ŞI ARTĂ 27
   2. MARKETINGUL SERVICIILOR-O PREZENTARE CRONOLOGICĂ.. 29
      1. Istoria marketingului serviciilor 31
      2. Conceptul de servicii 40
      3. Caracteristicile serviciilor 43
      4. Tipologia serviciilor 52
   3. MARKETINGUL CULTURAL 62
   4. CONCLUZII 69
2. MARKETINGUL SERVICIILOR CULTURALE 71
   1. PREZENTAREA INDUSTRIEI CREATIVE 71
      1. Poziţionarea industriei culturale în cadrul industriei creative 72
      2. Economia creativă 74
   2. DOMENIUL SERVICIILOR CULTURALE 77
      1. Industria culturală - servicii, bunuri şi economie 77
   3. COMPONENTELE ŞI CLASIFICAREA SERVICIILOR CULTURALE 81
      1. Sectorul cultural 83
   4. PIAŢA SERVICIILOR CULTURALE 84
      1. Comerţul in sectorul cultural 85
      2. Industria culturală în România 87
         1. Strategia sectorială în domeniul culturii - România 88
   5. COMPORTAMENTUL CONSUMATORULUI DE SERVICII

CULTURALE 90

* + 1. Marketingul experienţei 93

1. Implicaţiile de marketing în arta spectacolului 94
2. Satisfacţia consumatorului de servicii culturale 96

2.5.3.1. Marketingul relaţional 98

1. Fidclizarea consumatorului de servicii culturale 99
2. Aşteptările consumatorilor de spectacole - element fundamental

pentru înţelegerea comportamentului post-cumpărare 102

2.6. ARTA SPECTACOLULUI - ANALIZĂ 105

1. Analiză Uniunea Europeană 105
2. Analiză România 106
3. STRATEGII DE MARKETING ÎN SERVICIILE CULTURALE 112
   1. STRATEGIA DE MARKETING 113
      1. Caracteristicile serviciilor 114
      2. Mixul de marketing 116
      3. Marketing cultural, strategie şi mix de marketing 118
      4. Evoluţia marketingului cultural 119
      5. Mixul de marketing în serviciile culturale - arta spectacolului 119
   2. POLITICA DE PRODUS 121
   3. POLITICA DE PREŢ 125
   4. POLITICA DE DISTRIBUŢIE 127
   5. POLITICA PROMOVARE 128
   6. POLITICA DE PERSONAL 132

PARTEA A II-A. PREZENTAREA SITUAŢIEI ACTUALE A SERVICIILOR CULTURALE 135

1. PIAŢA DE SPECTACOLE DIN BUCUREŞTI 137
2. PREZENTAREA PIEŢEI DE SPECTACOLE DIN BUCUREŞTI 138
3. CONCLUZII ’. 162
4. PREZENTAREA UTILIZĂRII MIX-ULUI DE MARKETING   
   DE CĂTRE ENTITĂŢILE CULTURALE - SERVICII TIP SPECTACOL 165
   1. PREZENTAREA UTILIZĂRII MDC-ULUI DE MARKETING 168
   2. CONCLUZII 195
5. PERCEPŢIA ŞI SATISFACŢIA CONSUMATORILOR   
   DE SPECTACOLE DIN BUCUREŞTI 199
6. CONCLUZII ŞI PROPUNERI 204

BIBLIOGRAFIE 213

|  |
| --- |
| **Titlu:** Marketing cultural: strategii de marketing în serviciile culturale |
| **Autor:** Andrei L.Bădin |
| **Locul, editura, anul ediţiei:** București: Editura Universitară, 2021 |
| **Cota:** 339.138, B-15 |
| **Localizare:** Sala de lectura N 1 (2 ex.) |