

**Cuprins**

**Capitolul 1**

Marketing în turism. Delimitări conceptuale 9

1. Noţiunile de turism, turist, servicii turistice 9
2. Conceptul de marketing în turism 11

Capitolul 2

Piaţa turistică 19

* 1. Elemente conceptuale şi particularităţi ale pieţei turistice 19
  2. Componentele pieţei turistice 24
  3. Segmentarea pieţei turistice 25

Capitolul 3

Politica de produs în turism 31

1. Conceptul de produs turistic 31
2. Particularităţile produsului turistic 37
3. Serviciile turistice 42
4. Tipologia produselor turistice 44
   1. Diferenţierea şi poziţionarea ofertei de produse şi servicii turistice 50
      1. Diferenţierea ofertei turistice 50
      2. Poziţionarea ofertei turistice 52
   2. Ciclul de viaţă al produsului turistic 53
      1. Ciclul de inovare al produsului turistic 54
      2. Ciclul de viaţă comercială al produsului turistic 55
   3. Calitatea produselor turistice 59
   4. Strategii de produs turistic 61
   5. Concluzii 64

Capitolul 4

Politica de preţ în turism 67

1. Particularităţi ale preţului în turism 67
2. Fundamentarea preţurilor în turism 69
3. Orientarea preţurilor în funcţie de costuri 69
4. Orientarea preţurilor în funcţie de cerere 71
5. Orientarea preţurilor în funcţie de concurenţă 72
6. Strategii de preţ în turism 73

Bibliografie 76

Capitolul 5

Politica de distribuţie în turism 79

1. Asigurarea accesibilităţii produselor pe piaţa turistică 79
2. Caracteristicile distribuţiei în domeniul turismului 85
3. Importanţa şi funcţiile distribuţiei în turism 85
4. Canalele de distribuţie 86
5. Intermediarii din industria turistică 88
6. Forme de manifestare ale distribuţiei în turism 89
7. Rolul intermediarilor pe piaţa turistică 95
8. Strategii specifice distribuţiei în turism 105

Capitolul 6

Politica de promovare în turism 119

1. Relaţia dintre comunicare şi promovare 119
2. Comunicarea - concept, conţinut şi rol 119
3. Modele ale comunicării. Procesul comunicaţional 121
4. Relaţia dintre comunicare şi promovare. Comunicaţii integrate 124
5. Strategia de promovare în turism 125
6. Specificul promovării în turism 125
7. Strategia de promovare 128
8. Mixul promoţional în turism 130
9. Promovarea prin reclamă 133
10. Decizii privind reclama 133
11. Crearea mesajului publicitar 141
12. Strategia mesajului publicitar (Copy strategy) 141
13. Conceperea mesajului publicitar 145
14. Promovarea vânzărilor în turism 159
15. Caracteristicile promovării vânzărilor 159
16. Tipuri de tehnici de promovare a vânzărilor în turism 162
17. Relaţiile publice, ca instrument promoţional 169
18. Promovarea în turism pe internet 181
19. Promovarea pe internet 181
20. Reţelele de socializare şi promovarea 186
21. Digital, creativitate şi inovare în promovare 191

Bibliografie 194

Capitolul 7

Comportamentul consumatorului în turism 201

1. Importanţa studierii comportamentului consumatorului în sfera turismului 201
2. Motivaţii şi bariere pentru consumul produselor turistice 202
3. Mecanismele deciziei de cumpărare a produselor turistice 207
4. Procese postcumpărare: satisfacţie, încredere, loialitate 212
5. Influenţe culturale asupra comportamentelor turiştilor 217
6. Tendinţe în studiul comportamentului turiştilor. Noi direcţii de cercetare 220

Bibliografie 223

Capitolul 8

Cercetare de marketing cu privire la serviciile oferite în cadrul hotelului Best Western Bucovina.... 227

1. Prezentarea generală a Hotelului Best Western Bucovina 227
2. Analiza SWOT - Hotel Best Western Bucovina 228
3. Cercetare de marketing cu privire la serviciile oferite în cadrul Hotelului Best Western Bucovina 229
   1. Introducere 229
   2. Analiza şi interpretarea datelor 230

Capitolul 9

Cercetare de marketing la Hotel Mandachi & SPA 239

1. Prezentarea hotelului Mandachi Hotel & SPA 239

1. Cercetare cu privire la opinia clienţilor despre serviciile oferite în cadrul Hotelului Mandachi Suceava.... 240
2. Interviu luat angajaţilor firmei 250
3. Analiza SWOT Mandachi Hotel & SPA 252
4. Concluzii şi propuneri 253

Bibliografie 254

Capitolul 10

Cercetare de marketing vizând gradul de satisfacţie a clienţilor

agenţiei de turism Campion Tour 257

1. Elemente de marketing în cazul Agenţiei de Turism Campion Tour 257

1. Cercetare de marketing vizând gradul de satisfacţie al clienţilor Agenţiei de Turism Campion Tour 261
2. Concluzii 274

Bibliografie 276

|  |
| --- |
| **Titlu:** Marketing în turism: Teorie și practică |
| **Autor:** Coord. Alexandru-Mircea Nedelea |
| **Locul, editura, anul ediţiei:** Bucureșți: Editura Economică, 2020 |
| **Cota:** 338.48, M-42 |
| **Localizare:** Sala de lectura N 1 (1 ex.) |