

## Cuprins

<b>Prefață</b> .....	<b>9</b>
<b>Cuvânt înainte</b> .....	<b>11</b>
<b>Mulțumiri</b> .....	<b>13</b>

### Capitolul I

<b>Planificarea de marketing – considerații teoretice și conceptuale</b> .....	<b>15</b>
1.1. Planificarea strategică de marketing – dimensiuni conceptuale și practice .....	15
1.2. Fundamente introductive ale planificării de marketing .....	26
1.3. Evoluția planificării de marketing – fundamente teoretice, etape de dezvoltare și tendințe actuale .....	30
1.4. Etapele procesului de planificare de marketing .....	36
1.5. Rolul și importanța strategiilor de marketing în contextul dezvoltării organizaționale .....	64
1.6. Evaluare sumativă a cunoștințelor .....	70

### Capitolul II

<b>Planul de marketing – fundament al planificării strategice la nivel organizațional</b> .....	<b>76</b>
2.1. Planul de marketing – fundamente teoretice .....	76
2.2. Programul de marketing – cadre conceptuale, structură și funcționalitate strategică .....	85
2.3. Particularități ale aplicării planului de marketing în mediul online .....	88

- 2.4. Programul de marketing în mediul online –  
structură și aplicații ..... 98
- 2.5. Evaluare sumativă a cunoștințelor ..... 105

### **Capitolul III**

#### **Evaluarea implementării planificării de marketing – rezultate și provocări ..... 111**

- 3.1. Rezultatele implementării planificării de marketing  
în cadrul organizațional ..... 111
- 3.2. Provocări în implementarea planificării de  
marketing ..... 115
- 3.3. Evaluare sumativă a cunoștințelor ..... 125

### **Capitolul IV**

#### **Rolul sinergic al resursei umane și al tehnologiilor web în implementarea planificării de marketing ..... 131**

- 4.1. Importanța factorului uman în aplicarea planificării  
de marketing ..... 131
- 4.2. Importanța tehnologiilor digitale în implementarea  
strategiei de marketing ..... 134
- 4.3. Evaluare sumativă a cunoștințelor ..... 136

### **Capitolul V**

#### **Planificarea de marketing în domeniul serviciilor – concept, importanță și strategii de implementare ..... 140**

- 5.1. Rolul și importanța planificării de marketing în  
domeniul serviciilor ..... 140
- 5.2. Implementarea planificării de marketing în  
contextul specific al sectorului serviciilor ..... 144

5.3. Provocări și efecte ale implementării planificării de marketing în domeniul serviciilor .....	151
5.4. Evaluare sumativă a cunoștințelor.....	155

## **Capitolul VI**

### **Planificarea de marketing în turism – implicații strategice și abordări practice..... 161**

6.1. Implementarea și impactul planificării de marketing în turism .....	161
6.2. Etapele fundamentale ale planificării de marketing în turism .....	164
6.3. Planul de marketing – instrument strategic în turism..	170
6.4. Evaluare sumativă a cunoștințelor.....	175

## **Capitolul VII**

### **Aplicarea marketingului în domeniul accesării fondurilor europene în turism..... 181**

7.1. Planificarea de marketing în domeniul accesării fondurilor europene în turism .....	181
7.2. Evaluare sumativă a cunoștințelor.....	188

### **Bibliografie ..... 193**

