

CUPRINS

INTRODUCERE	9
I. ISTORIA MARKETINGULUI.....	11
1.1. Marketingul de masă.....	11
1.2. Marketingul de consum.....	13
1.3. Marketingul emoțional.....	14
1.4. Teste grilă.....	16
II. ELEMENTE DEFINITORII ÎN MARKETINGUL SERVICIILOR.....	21
2.1. Elementele componente ale marketingului serviciilor	21
2.2. Caracteristicile serviciilor	23
2.3. Evoluția serviciilor.....	25
2.4. Teste grilă.....	28
III. DOMENIILE MARKETINGULUI SERVICIILOR.....	31
3.1. Serviciile turistice	31
3.2. Serviciile financiar- bancare	32
3.3. Serviciile de telecomunicații.....	34
3.4. Teste grilă.....	35
IV. COMPORTAMENTUL CONSUMATORULUI DE SERVICII.....	41
4.1. Consumatorul de servicii	41
4.2. Calitatea în servicii.....	42
4.3. Experiența clientului în servucție.....	43
4.4. Teste grilă.....	45

V. SEGMENTAREA PIEȚEI.....	49
5.1. Studiul pieței	49
5.2. Importanța segmentării pieței.....	50
5.3. Criteriile de segmentare	52
5.4. Teste grilă.....	55
VI. POLITICA DE PRODUS	59
6.1. Produsul global	59
6.2. Procesul de cumpărare în cazul serviciilor	60
6.3. Serviciile „high contact” și serviciile „low contact”	62
6.4. Teste grilă.....	63
VII. POLITICA DE PREȚ	67
7.1. Analiza costurilor.....	67
7.2. Percepția prețurilor de către clienți	69
7.3. Prețul și cererea de servicii	70
7.4. Teste grilă.....	75
VIII. POLITICA DE DISTRIBUȚIE.....	79
8.1. Tipurile de canale de distribuție.....	79
8.2. Sistemul de livrare a serviciilor	80
8.3. Distribuția internațională a serviciilor.....	81
8.4. Teste grilă.....	85
IX. POLITICA DE PROMOVARE.....	89
9.1. Mijloacele de comunicare internă	89
9.2. Mijloacele de comunicare externă	90
9.3. Mesajele promoționale.....	91
9.4. Teste grilă.....	94
X. E-MARKETING ÎN SERVICII.....	99
10.1. Marketingul pe telefonul mobil.....	99
10.2. Network management	100

10.3. E-mailing-ul	101
10.4. Teste grilă.....	102
BIBLIOGRAFIE.....	105