

339

T17

**DORINA TĂNĂSESCU**



# MARKETINGUL SERVICIILOR

Teme de reflecție	56
Bibliografie	57
<b>CAPITOLUL IV</b>	
<b>Mediul internațional al firmei de servicii</b>	<b>58</b>
Introducere	58
Obiective operaționale	59
Cuvinte cheie	59
4.1. Spațiul european – convergențe și disparități	59
4.2. Investițiile străine directe principala cale de internaționalizare a serviciilor	64
4.3. Eforturi pentru crearea pieței interne a Uniunii Europene în domeniul serviciilor	70
4.4. Resursele economiei românești în promovarea serviciilor pe piața europeană	75
Teme de reflecție	85
Bibliografie	85
<b>CAPITOLUL V</b>	
<b>Marketing strategic și marketing operațional în servicii</b>	<b>87</b>
Introducere	87
Obiective operaționale	87
Cuvinte cheie	87
5.1. Segmentarea pieței de servicii	88
5.2. Poziționarea serviciilor	90
5.3. Strategii de marketing în servicii	92
5.4. Identitatea corporativă	104
Teme de reflecție	113
Test grilă	115
Bibliografie	117
<b>CAPITOLUL VI</b>	
<b>Calitatea serviciilor</b>	<b>118</b>
Introducere	118
Obiective operaționale	118
Cuvinte cheie	118
6.1. Calitatea – element definitoriu, particular al serviciilor	119
6.2. Elementele componente ale satisfacției clientului	123
6.3. Calitatea și comportamentul consumatorului de servicii	127
Aplicații	129
Bibliografie	129

## **CAPITOLUL VII**

<b>Organizarea activității de marketing</b>	<b>130</b>
Introducere	130
Obiective operaționale	130
Cuvinte cheie	130
7.1. Prognoza cererii de servicii	131
7.2. Metode de planificare	133
Problemă rezolvată	153
Test grilă	155
Bibliografie	155

## **CAPITOLUL VIII**

<b>Marketing în serviciile de sănătate</b>	<b>156</b>
Introducere	156
Obiective operaționale	157
Cuvinte cheie	157
8.1. Studiarea și influențarea cererii pentru serviciile de sănătate	157
8.2. Specificul pieței serviciilor de sănătate	164
8.3. Strategii de comunicare și promovare a serviciilor publice de sănătate pe segmente-țintă	167
8.3.1. Necesitatea promovării politicii de sănătate în favoarea elevilor	167
8.3.2. Educația sanitară a adulților	168
8.3.3. Îmbunătățirea comunicării în rândul femeilor și persoanelor vârstnice	168
8.3.4. Îmbunătățirea comunicării cu persoanele care se află în situație de marginalizare	169
Test grilă	170
Bibliografie	172

## **CAPITOLUL IX**

<b>Marketing în serviciile educaționale preuniversitare</b>	<b>173</b>
Introducere	173
Obiective operaționale	173
Cuvinte cheie	173
9.1. Oferta de servicii educaționale preuniversitare	173
9.2. Consumatorul de servicii educaționale	177

9.2.1. Particularitățile psiho-fizice ale copilului de vârstă „micii școlarități” în calitate de beneficiar direct al serviciilor educaționale	177
9.2.2. Părinți și tutori – beneficiari indirecti ai serviciilor educaționale	179
Test grilă	182
Bibliografie	183
<b>CAPITOLUL X</b>	
<b>Marketing în serviciile educaționale universitare</b>	<b>184</b>
Introducere	184
Obiective operaționale	184
Cuvinte cheie	184
10.1. Piața globală pentru învățământ superior și accentuarea competiției mondiale în transferul de cercetare și de tehnologii	185
10.2. Consumatorul serviciilor de învățământ superior și particularitățile sale	187
Test grilă	190
Bibliografie	191
<b>CAPITOLUL XI</b>	
<b>Marketing în serviciile bibliotecii universitare</b>	<b>193</b>
Introducere	193
Obiective operaționale	193
Cuvinte cheie	193
11.1. Tipologia serviciilor de bibliotecă	194
11.2. Particularitățile marketingului de bibliotecă	201
11.3. Deschiderea spre piața liberă și tarifarea serviciilor bibliotecii	203
Bibliografie	206
<b>CAPITOLUL XII</b>	
<b>Teme pentru documentare și referate cu indicații bibliografice</b>	<b>207</b>
Precizări metodologice	207
Teme și indicații bibliografice	207