

**UNIVERSITATEA „VASILE ALECSANDRI” DIN BACĂU
FACULTATEA DE ȘTIINȚE ECONOMICE
DEPARTAMENTUL IDIFR
PROGRAMUL DE STUDII MARKETING ID**

MARKETINGUL SERVICIILOR

NOTE DE CURS

Conf.univ.dr. Prihoancă Diana Magdalena

Cuprins

1. Introducere în marketingul serviciilor.....	5
1.1. Definirea serviciilor.....	5
1.2. Caracteristicile serviciilor.....	9
1.3. Tipologia serviciilor.....	12
1.4. Rolul personalului și al clientului în servicii.....	17
2. Mediul de marketing și piața firmei de servicii.....	26
2.1. Mediul extern al firmei de servicii.....	26
2.2. Mediul intern al firmei de servicii.....	31
2.3. Piața firmei prestatoare de servicii.....	32
2.4. Relațiile firmei de servicii cu mediul extern.....	42
3. Politica de produs.....	46
3.1. Conținutul politicii de produs în marketingul serviciilor.....	46
3.2. Politica produsului global.....	49
3.3. Politicile produselor parțiale.....	62
4. Politica de preț.....	69
4.1. Locul prețului în cadrul mix – ului de marketing.....	69
4.2. Condițiile adoptării politicii de preț.....	71
4.3. Obiective și strategii de prețuri în servicii.....	74
5. Politica de distribuție.....	80
5.1. Conținutul distribuției serviciilor.....	80
5.2. Structura activității de distribuție.....	82
5.3. Condițiile adoptării politicii de distribuție.....	87
5.4. Obiective și strategii ale politicii de distribuție.....	88

6. Politica de promovare.....	91
6.1. Locul activității promoționale în cadrul mix – lui de marketing.....	91
6.2. Structura activității promoționale.....	94
6.3. Condițiile adoptării politicii promoționale.....	114
6.4. Obiective și strategii promoționale în servicii.....	117
Bibliografie.....	122