II 22343

BRETCU ANGELA

MARKETING PUBLIC

Colecţia
ORIZONTURI ECONOMICE

Editura
EFTIMIE MURGU Reşiţa
2011

III 22 343

Bretcu Angela

Marketing public

270341

UNIVERSITATEA „DUNĂREA DE JOS" GALAȚI
SCHIMB
Nr.
BIBLIOTECA

C - 270341

Editura Eftimie Murgu
Reșița, 2011

Cuprins

1.Conceptul de marketing, apariția şi evoluția lui **5**
1.1. Conceptul de marketing 5
1.2. Evoluția marketingului în economia mondială 8
1.3. Studiul de piață în activitatea de marketing 11
1.4. Consumul şi nevoia de consum 14
1.5. Cererea de consum şi oferta de mărfuri 16
1.6. Mixul de Marketing 17

2.Marketingul public, concept, obiect şi funcții **24**
2.1. Conceptul de marketing public 24
2.2. Funcțiile marketingului public 30
2.3. Conceptul şi tipologia serviciilor publice 31

3.Mediul de marketing al instituțiilor publice **34**
3.1.Conținutul şi caracteristicile mediului de marketing 34
3.2. Analiza mediului de marketing 41

4.Instrumentele de marketing în sectorul public **45**
4.1.Produsul public 45
4.1.1. Conceptul de produs public 45
4.1.2. Lansarea noilor produse publice pe piață 47
4.1.3. Strategii de produs public 51
4.2. Prețul – variabilă a mixului de marketing public 52
4.3.Distribuția produselor publice 55
4.4.Promovarea produselor publice 60
4.5.Mixul de comunicare 66
4.5.1. Concepția minimalistă 66
4.5.2. Concepția maximalistă 68

5. Imaginea publică şi rolul ei în reputația instituției **73**
5.1. Conceptul de imagine publică 73
5.2. Brandul instituțiilor şi importanța lui 76

6.Serviciile publice în optica de marketing **79**
6.1. Necesitatea şi conținutul serviciilor publice 79
6.2 . Îmbunătățirea serviciilor şi satisfacerea clienților 82
6.3. Practici de îmbunătățire a serviciilor publice 84
6.4. Conceptul de calitate în serviciile publice 87
6.5. Etica şi responsabilitatea socială în serviciile publice 92

7.Piața serviciilor publice **97**
7.1.Conceptul de piață a serviciilor publice 97
7.2.Oferta de servicii publice 99
7.3.Evoluția ofertei de servicii publice în Uniunea Europeană 103
7.4.Cererea de servicii publice 106

8.Planificarea activității de marketing în serviciile publice **114**
8.1.Obiectivele planului de marketing 114
8.2. Etapele planului de marketing 115

9.Marketingul urban **123**
9.1. Marketingul urban şi trăsăturile lui 123
9.2. Importanța brandului în marketingul localităților 140

Bibliografie 144