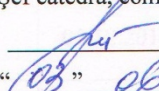




MOLDCOOP
UNIVERSITATEA COOPERATIST-COMERCIALĂ
DIN MOLDOVA

Catedra: Marketing, Comerț și Turism

Se admite pentru susținere
Șef catedră, conf. univ., dr.
 F. Pitușcan
"03" 06 2017

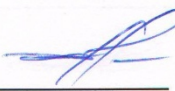
Teză de master

***Oportunități de aplicare a e-marketingului
în sfera serviciilor turistice și hoteliere***

Elaborată de: ***Iachim Elena***
Specializarea: Management
și marketing în turism,
industria hotelieră și restaurație
Grupa: 4MMTUR-1521m


/semnătura/

Conducător științific:
Șavga Larisa,
prof.univ., dr.hab.


/semnătura/

Chișinău, 2017

Cuprins:

Adnotare.....	5
Introducere.....	7
I. Importanța marketing-ului și e-marketingului în dezvoltarea sferei ospitalității.....	10
1.1. Fundamentele și particularitățile marketing-ului serviciilor turistice și hoteliere.....	10
1.2. Rolul e-marketingului pentru dezvoltarea sferei ospitalității.....	13
1.3. Tipologia și caracteristica formelor de e-marketing.....	16
II. Analiza infrastructurii turistice și hoteliere și a strategiilor de dezvoltare a acestora	23
2.1. Dimensiunea activității turistice în Republica Moldova.....	23
2.2. Analiza SWOT a activității turistice și hoteliere.....	37
2.3. Strategia de dezvoltare a industriei turistice și hoteliere în Republica Moldova.....	40
III. Oportunități de aplicare a e-marketingului în industria turistică din Republica Moldova.....	46
3.1. Analiza prestațiilor electronice oferite de agențiile turistice din Republica Moldova.....	46
3.2. Promovarea cercetărilor de marketing în turism și hotelărie prin mediul electronic.....	61
3.3. Orientări de perfecționare a activității turistice și hoteliere în baza aplicării oportunităților oferite de e-marketing	71
Concluzii și recomandări.....	73
Bibliografie.....	76
Anexe	78
Declarație pe propria răspundere.....	102

ADNOTARE

la teza de master pe tema:

”Oportunități de aplicare a e-marketingului în sfera serviciilor turistice și hoteliere”

Structura tezei. Lucrarea este constituită din introducere, trei capitole, concluzii generale și recomandări, bibliografie din 39 de titluri, 78 pagini text de bază, 8 tabele, 17 figuri, 5 imagini și 12 anexe.

Cuvinte-cheie: e-marketing, servicii turistice, servicii hoteliere, forme de e-marketing, turism, analiză SWOT, mediu electronic, infrastructură turistică, pagină Web, portal.

Actualitatea temei de cercetare rezultă din necesitatea perfecționării activității de marketing în sfera serviciilor turistice și hoteliere prin aplicarea oportunităților e-marketingului în acest domeniu.

Deoarece competitivitatea între prestatorii de servicii turistice și hoteliere este foarte mare, pentru a rezista și a se menține pe piața turistică este necesară de o bună organizare a activității agențiilor turistice care să se orienteze spre dezvoltare și evoluție, reacționând prompt la necesitățile beneficiarilor.

Anume E-marketingul este o soluție în acest sens.

Scopul tezei constă în abordarea teoretică și practică a conceptului de e-marketing, studierea și analiza sferei serviciilor turistice și hoteliere din Republica Moldova prin prisma oportunităților de aplicare a e-marketingului.

Potrivit acestui scop, au fost stabilite următoarele ***sarcini ale cercetării***: descrierea particularităților marketingului serviciilor turistice și hoteliere; descrierea rolului e-marketingului pentru dezvoltarea sferei serviciilor turistice și hoteliere; caracteristica formelor de e-marketing; analiza SWOT a activității turistice a Republicii Moldova; studierea strategiei de dezvoltare a industriei turistice și hoteliere în Republica Moldova; analiza prestațiilor electronice oferite de agențiile turistice din Republica Moldova.

Importanța practică a tezei constă în posibilitatea utilizării rezultatelor, concluziilor și a recomandărilor efectuate în urma analizei prestațiilor electronice oferite de agențiile turistice din Republica Moldova și fundamentarea deciziilor referitor la aplicarea e-marketingului în sfera turistică și hotelieră.

[Teza completă](#)