



**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:

<b>Adnotare</b> .....	
.....5	
<b>Introducere</b> .....	Error! Bookmark not defined.
<b>I. Importanța marketing-ului și e-marketingului în dezvoltarea sferei ospitalității</b> Error! Bookmark not defined.	
<u>1.1.</u> Fundamentele și particularitățile marketing-ului serviciilor turistice și hoteliere	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<u>1.2.</u> Rolul e-marketingului pentru dezvoltarea sferei ospitalității .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<u>1.3.</u> Tipologia și caracteristica formelor de e-marketing .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>II. Analiza infrastructurii turistice și hoteliere și a strategiilor de dezvoltare a acestora</b> Error! Bookmark not defined.	
<u>2.1.</u> Dimensiunea activității turistice în Republica Moldova .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<u>2.2.</u> Analiza SWOT a activității turistice și hoteliere. ....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<u>2.3.</u> Strategia de dezvoltare a industriei turistice și hoteliere în Republica Moldova	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>III. Oportunități de aplicare a e-marketingului în industria turistică din Republica Moldova</b> .....	Error! Bookmark not defined.
<u>3.1.</u> Analiza prestațiilor electronice oferite de agențiile turistice din Republica Moldova	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<u>3.2.</u> Promovarea cercetărilor de marketing în turism și hotelărie prin mediul electronic	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<u>3.3.</u> Orientări de perfecționare a activității turistice și hoteliere în baza aplicării oportunităților oferite de e-marketing.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>Concluzii și recomandări</b> .....	Error! Bookmark not defined.
<b>Bibliografie</b> .....	Error! Bookmark not defined.
<b>Anexe</b> .....	Error! Bookmark not defined.
<b>Declarație pe propria răspundere</b> .....	<b>102</b>

## 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](#)**