

CUPRINS

INTRODUCERE

CAPITOLUL I – TEHNICI DE PROMOVARE FOLOSITE LA NIVEL DE FIRMĂ

- 1.1. Promovarea – componentă a mixului de marketing
- 1.2. Obiectivele și rolul promovării
- 1.3. Strategii și tehnici de promovare
 - 1.3.1. Relațiile publice
 - 1.3.2. Tehnici de promovare susținute de produs
 - 1.3.3. Tehnici de promovare care urmăresc atingerea țintei către produs
 - 1.3.4. Promovarea prin târguri și expoziții
 - 1.3.5. INTERNET-UL – formă modernă de promovare a imaginii unei firme

CAPITOLUL II – IMAGINEA DE FIRMĂ

- 2.1. Conceptul de imagine socială
- 2.2. Marca ca modalitate de promovare a imaginii de firmă
- 2.3. Rolul și locul departamentelor de relații publice
- 2.4. Procesul gestionării imaginii în situații normale
- 2.5. Procesul gestionării imaginii în situații de criză

CAPITOLUL III – STUDIUL IMAGINII Best Western Parc Hotel

- 3.1. Prezentarea generală a *Best Western Parc Hotel*
- 3.2. Prezentarea caracteristicilor fundamentale ale hotelului *Best Western Parc Hotel* prin care acesta își prezintă serviciile pe piață
- 3.3. Structura de organizare și funcționarea
- 3.4. Prezentarea principalelor servicii prestate și tarifele percepute acestora
- 3.5. Tehnicii folosite în promovarea imaginii de firmă în cadrul *Best Western Parc Hotel*

CONCLUZII

ANEXE

BIBLIOGRAFIE