

# Cuprins

## Capitolul 1

<b>Marketingul evenimentelor - rezultat al dezvoltării evenimentelor.....</b>	<b>9</b>
1.1 Evoluția conceptului de eveniment .....	9
1.2 Marketingul experiential .....	10
1.3 Apariția și dezvoltarea marketingului evenimentelor .....	13

## Capitolul 2

<b>Tipologia evenimentelor .....</b>	<b>18</b>
2.1 Clasificarea evenimentelor.....	18
2.2 Evenimente ce se adresează publicului din mediul extern.....	22
2.3 Evenimente ce se adresează publicului din mediul intern .....	31

## Capitolul 3

<b>Segmentarea, țintirea, poziționarea evenimentelor.....</b>	<b>36</b>
3.1 Audiența evenimentelor .....	36
3.2 Strategii bazate pe segmentare utilizate în marketingul și managementul evenimentelor .....	37
3.3 Țintirea stakeholderilor, participanți la un eveniment .....	41
3.4 Strategii de poziționare utilizate în cadrul marketingului evenimentelor .....	44

## Capitolul 4

<b>Coordonate strategice ale comunicării în marketingul evenimentelor .....</b>	<b>47</b>
4.1 Mecanismul proceselor de comunicare și planificare în domeniul evenimentelor.....	47
4.2 Strategii de comunicare interactivă în marketingul evenimentelor.....	50
4.3 Strategii de comunicare externă în marketingul evenimentelor.....	52
4.4 Strategii de comunicare internă în marketingul evenimentelor .....	54

## Capitolul 5

<b>Realizarea de evenimente ecologice și noi tendințe ale evenimentelor.....</b>	<b>57</b>
5.1 Evenimente ecologice sau Green Events .....	57
5.2 Orientări și noi tendințe în evoluția comunicării prin eveniment.....	59
5.2.1 Tendințe generale în evoluția evenimentelor .....	60
5.2.2 Evenimente online .....	63
5.2.3 Noile tehnologii de comunicare folosite în cadrul evenimentelor.....	64

<b>Capitolul 6</b>	
<b>Mixul marketingului evenimentelor .....</b>	<b>67</b>
6.1 Strategiiile mixului utilizate în marketingul evenimentelor .....	67
6.2 Evenimentul oferit – nucleul mixului de marketing .....	71
<b>Capitolul 7</b>	
<b>Planificarea bugetară.....</b>	<b>76</b>
7.1 Bugetul evenimentelor .....	76
7.2 Tipologia costurilor în cazul evenimentelor .....	78
<b>Capitolul 8</b>	
<b>Utilizarea cercetărilor de marketing în realizarea și organizarea evenimentelor .....</b>	<b>83</b>
8.1 Stadiul actual al cercetării în domeniul evenimentelor .....	83
8.2 Cercetarea gradului de implementare și dezvoltare a marketingului evenimentelor în cadrul organizațiilor.....	86
8.3 Cercetarea gradului de utilitate a evenimentelor organizate din punctul de vedere al participanților .....	97
8.4 Cercetarea calitativă privind tehnicile și instrumentele de marketing utilizate de companiile ce au printre obiectivele principale de activitate organizarea de evenimente .....	104
<b>Capitolul 9</b>	
<b>Planificarea, controlul și evaluarea evenimentelor .....</b>	<b>109</b>
9.1 Planificarea evenimentelor.....	109
9.2 Controlul evenimentelor .....	115
9.3 Evaluarea evenimentelor.....	116
<b>Capitolul 10</b>	
<b>Managementul evenimentelor.....</b>	<b>121</b>
10.1 Elemente definitorii ale managementului evenimentelor .....	121
10.2 Managementul riscurilor în evenimente .....	124
10.3 Managementul resurselor umane în evenimente.....	129
<b>Capitolul 11</b>	
<b>Criteria și cerințe privind utilizarea strategiilor de marketing și management în domeniul evenimentelor în organizații.....</b>	<b>134</b>
<b>Concluzii .....</b>	<b>141</b>
<b>Bibliografie .....</b>	<b>143</b>