

# CUPRINS

|                                                                                     |     |
|-------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| <b>A. Introducere</b> .....                                                         | 7   |
| <b>B. Prezentarea proiectului și importanța științifică a temei propuse</b> .....   | 8   |
| <b>1. Conceptul de dezvoltare durabilă</b> .....                                    | 21  |
| 1.1 Necesitatea utilizării dezvoltării urbane durabile .....                        | 21  |
| 1.2 Rolul dezvoltării urbane durabile în dezvoltarea orașelor .....                 | 26  |
| 1.3 Factorii de succes ai dezvoltării urbane durabile .....                         | 32  |
| <b>2. Dezvoltarea urbană durabilă – domeniu specializat al marketingului</b> ....   | 44  |
| 2.1 Elementele și procesele dezvoltării urbane durabile .....                       | 44  |
| 2.2 Cerințele activității de dezvoltare durabilă la nivelul municipalităților ..... | 53  |
| <b>3. Mixul de dezvoltare urbană durabilă</b> .....                                 | 60  |
| 3.1 Particularitățile mixului de dezvoltare durabilă .....                          | 60  |
| 3.2 Politicile dezvoltării urbane durabile .....                                    | 67  |
| 3.2.1 Politica de produs .....                                                      | 67  |
| 3.2.2 Politica de preț .....                                                        | 81  |
| 3.2.3 Politica de distribuție .....                                                 | 89  |
| 3.2.4 Politica privind imaginea elementelor mediului urban .....                    | 97  |
| 3.2.5 Politica privind resursele umane .....                                        | 104 |
| 3.2.6 Procesele dezvoltării urbane durabile .....                                   | 111 |
| 3.2.7 Politica de promovare .....                                                   | 117 |
| <b>4. Managementul dezvoltării urbane durabile</b> .....                            | 141 |
| 4.1 Managementul interferențelor .....                                              | 141 |
| 4.2 Planificarea strategică în dezvoltarea durabilă .....                           | 149 |
| 4.3 Organizarea activității de dezvoltare la nivelul municipalităților .....        | 155 |
| <b>5. Studiul imaginii orașului Constanța și a localităților limitrofe</b> .....    | 159 |
| 5.1 Argumente juridice .....                                                        | 159 |
| 5.2 Argumente socio-economice și de ordin tehnic .....                              | 164 |
| 5.3 Argumente de ordin administrativ .....                                          | 167 |
| <b>6. Interpretarea chestionarului privind studiul imaginii</b> .....               | 173 |
| <b>Concluzii</b> .....                                                              | 193 |

|                                                                                                                                     |     |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| <b>Anexa 1</b> Opiniile exprimate in literatura de specialitate cu privire<br>la marketingul urban.....                             | 195 |
| <b>Anexa 2</b> Elementele produsului urban.....                                                                                     | 198 |
| <b>Anexa 3</b> Procesul de planificare strategica.....                                                                              | 199 |
| <b>Anexa 4</b> Localizarea departamentului de marketing in cadrul structurii<br>organizatorice a unei municipalitați europene ..... | 200 |
| <b>Bibliografie</b> .....                                                                                                           | 201 |