

# CUPRINS

<b>INTRODUCERE.....</b>	<b>7</b>
<i>LISTA FIGURILOR.....</i>	<i>13</i>
<b>PARTEA I- STADIUL ACTUAL AL CUNOAȘTERII ÎN DOMENIU .....</b>	<b>17</b>
CAP. I. FUNDAMENTE TEORETICE ALE BRANDULUI TURISTIC .....	17
1.1 <i>De la brand la branding .....</i>	17
1.2 <i>Personalitatea brandului .....</i>	22
1.3 <i>Personalitatea destinației .....</i>	23
CAP. II. IMAGINEA DESTINAȚIEI TURISTICE .....	25
2.1 <i>Delimitări conceptuale privind imaginea destinației.....</i>	26
2.2 <i>Formarea imaginii destinației turistice .....</i>	28
2.3 <i>Măsurarea imaginii destinației.....</i>	30
2.3.1 <i>Tendențe în utilizarea metodelor de măsurare ale imaginii destinației.....</i>	30
2.3.2 <i>Modele conceptuale.....</i>	31
2.3.3 <i>Componentele imaginii destinației .....</i>	33
2.3.4 <i>Măsurarea componentelor imaginii destinației.....</i>	35
2.4 <i>De la puterea imaginii destinației la imaginile destinațiilor rurale .....</i>	37
CAP. III. TURISMUL RURAL ÎN BUCOVINA .....	40
3.1 <i>Turism, turist, turism rural .....</i>	40
3.2 <i>Formele de turism practicate în Bucovina.....</i>	44
3.3 <i>Turismul în Bucovina- trecut, prezent, viitor .....</i>	45
CAP. IV. PREOCUPĂRI ACTUALE PENTRU PROMOVAREA SATULUI TURISTIC BUCOVINEAN .....	52
4.1 <i>De la nevoi la informare în turism.....</i>	52
4.2 <i>Delimitări conceptuale: calitatea serviciilor, satisfacție, intenția de revenire/ revizitare/ recomandare .....</i>	55
4.3 <i>Strategii de promovare turistică .....</i>	59
4.4 <i>Analiza SWOT a turismului în satele turistice bucovinene .....</i>	64
<b>PARTEA II- CERCETARI PRIVIND PROMOVAREA SATULUI TURISTIC BUCOVINEAN.....</b>	<b>67</b>
CAP. V. STUDIU PILOT PRIVIND IDENTIFICAREA PERCEPȚIILOR ȘI AȘTEPTĂRIILOR TURIȘTILOR PRIVIND PROMOVAREA SATULUI TURISTIC BUCOVINEAN .....	83
5.1 <i>Scop, obiective, ipoteze.....</i>	83
5.2 <i>Proiectarea instrumentului .....</i>	84
5.3 <i>Descrierea instrumentului .....</i>	85
5.4 <i>Analiza rezultatelor studiului pilot .....</i>	90
5.4.1 <i>Analiza calitativă a întrebărilor deschise .....</i>	90
5.4.2 <i>Analiza cantitativă a rezultatelor.....</i>	98
5.5 <i>Concluzii privind validarea ipotezelor .....</i>	107
CAP. VI. CERCETAREA CALITATIVĂ PRIVIND ATITUDINEA FACTORILOR DE DECIZIE FAȚĂ DE PROMOVAREA TURISMULUI .....	111
6.1 <i>Scopul și obiectivele cercetării calitative .....</i>	111
6.2 <i>Metodologie .....</i>	112
6.3 <i>Rezultatele cercetării .....</i>	113
6.3.1 <i>Volumul categoriilor rezultate .....</i>	114
6.3.2 <i>Ordinea exprimării ideilor.....</i>	114
6.3.3 <i>Categoriile rezultate .....</i>	118
6.3.4 <i>Exemplu pentru analiza răspunsurilor intervievatului 2.....</i>	120
6.4 <i>Concluzii ale cercetării calitative .....</i>	121
CAP. VII. CERCETAREA CANTITATIVĂ PRIVIND IMAGINEA SATELOR TURISTICE BUCOVINENE ȘI PROMOVAREA LOR .....	123
7.1 <i>Scop, obiective și ipoteze de cercetare.....</i>	123

7.2 Eșantionare.....	125
7.3 Construirea instrumentului și descrierea instrumentului de cercetare.....	132
7.4 Analiza răspunsurilor de la întrebările deschise.....	136
7.5 Analiza rezultatelor- Frecvența răspunsurilor .....	140
7.8 Concluzii ale cercetării cantitative.....	153
<b>CONCLUZII.....</b>	<b>158</b>
<i>TESTAREA IPOTEZELOR .....</i>	<i>159</i>
<i>CONTRIBUȚII TEORETICE ȘI PRACTICE .....</i>	<i>162</i>
<i>IMPLICAȚII MANAGERIALE .....</i>	<i>164</i>
<i>LIMITE .....</i>	<i>165</i>
<i>DIRECȚII VIITOARE DE CERCETARE .....</i>	<i>165</i>
<b>BIBLIOGRAFIE .....</b>	<b>166</b>
<b>ANEXE</b>	