

## **Importanța parterneriatelor și a cooperării în dezvoltarea teritorială\***

**Anna VAŇOVÁ**

Universitatea din Matej Bel, Slovacia  
anna.vanova@umb.sk

**Kamila BORSEKOVÁ**

Universitatea din Matej Bel, Slovacia  
kamila.borsekova@umb.sk

**Miroslav FORET**

Universitatea Mendel de Agricultură și Silvicultură, Brno, Republica Cehă  
foret@svse.cz

**Rezumat.** *Parteneriatele dintre sectorul public și cel privat trebuie să își aducă contribuția în rezolvarea problemelor la nivelul administrațiilor locale sau regionale. Prin folosirea metodelor și uneltelor specifice de marketing local și marketing relațional este posibilă creșterea efectului de sinergie al activităților. Prin intermediul metodelor și uneltelor de marketing, în special al celor de cercetare a pieței, este posibilă găsirea, analizarea și publicarea opiniilor, nevoilor și ideilor publicului local – cetățeni, antreprenori, investitori, organizații și administrație locală. Se recomandă mai departe găsirea modului optim de realizare a parteneriatelor și de implementare la nivelul administrației locale cu pentru a ajuta dezvoltarea locală. Cu privire la importanța parteneriatului dintre diferite sectoare, în funcție de nivelul dezvoltării teritoriale, autoritățile publice și asociațiile de marketing non-profit, Ceha și Slovace, decid alegerea proiectului comun. Metoda de bază și planurile vor fi prezentate în textul de mai jos.*

**Cuvinte-cheie:** parteneriat, dezvoltare locală, cercetare de piață, promovare, marketing relațional.

**Coduri JEL:** L16.

**Coduri REL:** 16B, 17G.

---

\* Publicat integral în limba engleză, în *Theoretical and Applied Economics*, Volumul XVII (2010), no. 10 (551) și pe [www.ectap.ro](http://www.ectap.ro)