

CUPRINS

| | |
|--------------------------|-----------|
| Prefață | 9 |
| INTRODUCERE | 13 |

Capitolul 1

| | |
|--|-----------|
| REALITĂȚI ȘI PROVOCĂRI ALE MEDIULUI GLOBAL: PARTENERIATELE INTERNAȚIONALE DIN PERSPECTIVA FIRMELOR MICI ȘI MIJLOCII | 19 |
| 1.1. Globalizarea ca facilitator al internaționalizării afacerilor | 20 |
| 1.2. Oportunități și constrângeri ale internaționalizării firmelor mici și mijlocii | 24 |
| 1.3. Factori, forme și modele de internaționalizare a firmelor mici și mijlocii | 32 |

Capitolul 2

| | |
|---|-----------|
| PARTICULARITĂȚI ALE MARKETINGULUI RELAȚIONAL ÎN DEMERSUL INTERNAȚIONALIZĂRII AFACERILOR | 47 |
| 2.1. Marketingul relațional în context internațional: modele și direcții generale de cercetare..... | 48 |
| 2.2. Modelul marketingului relațional B2B bazat pe interacțiune..... | 57 |
| 2.2.1. Marketingul relațional bazat pe interacțiune din perspectiva Grupului de Marketing Industrial și Achiziții | 60 |
| 2.3. Modelul marketingului relațional B2B bazat pe rețele..... | 64 |
| 2.4. Efectul culturii naționale asupra marketingului relațional internațional B2B | 70 |
| 2.5. Efectul țării de origine asupra marketingului relațional internațional B2B | 82 |
| 2.6. Limite ale modelelor marketingului relațional în context internațional..... | 88 |

Capitolul 3

| | |
|--|-----------|
| MODELUL CELOR 5 C AI MARKETINGULUI RELAȚIONAL LA NIVEL MANAGERIAL ÎN CONTEXT INTERNAȚIONAL | 93 |
| 3.1. Către o perspectivă sustenabilă asupra marketingului relațional: Modelul celor 5 C ai Marketingului Relațional la nivel Managerial (CMRM) | 94 |

| | |
|---|-----|
| 3.2. Convergența (condiție a construirii relațiilor între parteneri) | 97 |
| 3.3. Comunalitatea (contextul construirii relațiilor dintre parteneri)..... | 105 |
| 3.4. Compatibilitatea (catalizatorul construirii relațiilor dintre parteneri)..... | 107 |
| 3.5. Credibilitatea (consecința dezvoltării relațiilor dintre parteneri)..... | 111 |
| 3.6. Conectivitatea (conexiunile inerente dezvoltării relațiilor dintre parteneri)..... | 115 |

Capitolul 4

CERCETAREA MODELULUI CMRM ÎN CADRUL IMM-URILOR

EUROPENE DIN DOMENIUL METALURGIC..... 119

| | |
|---|-----|
| 4.1. Scopul și obiectivele cercetării | 119 |
| 4.2. Metode și tehnici de cercetare | 120 |
| 4.2.1. Ancheta pe bază de interviu..... | 120 |
| 4.2.2. Ancheta pe bază de chestionar | 122 |
| 4.3. Industria metalurgică la nivel european | 123 |
| 4.4. Prezentarea și interpretarea răspunsurilor la interviu..... | 125 |
| 4.5. Prezentarea și interpretarea rezultatelor anchetei pe bază de chestionar | 138 |
| 4.5.1. Analiza descriptivă a datelor colectate..... | 138 |
| 4.5.2. Analiza datelor colectate prin operații statistice inferențiale..... | 161 |

CONSIDERENTE FINALE 169

BIBLIOGRAFIE 175

ANEXĂ - Ghid de interviu..... 197

LISTA ABREVIERILOR ȘI ACRONIMELOR..... 199