

CUPRINS

Cuvânt înainte

Capitolul 1

CONCEPTE DE MARKETING.....	13
1.1. Consumatorul	13
1.2. Marketingul	15
1.3. Cererile	19
1.4. Evoluția de la o orientare către producție la o orientare către vânzare	19
1.5. Piața	21
1.6. Studiu de caz: Body - Shop	23

Capitolul 2

MARKETINGUL RESPONSABIL SOCIAL, O NOUĂ

TENDINȚĂ ÎN MARKETING	27
2.1. O abordare modernă a sintagmei „consumatorul rege”	27
2.2. Implicațiile marketingului responsabil social pentru o companie.....	29
2.3. Clarificarea diferitelor concepte legate de marketingul responsabil social.....	31
2.4. Implicațiile marketingului responsabil social pentru angajați.....	36
2.5. Etica în afaceri.....	37
2.6. Studiu de caz: Acuzația de cartel din S.U.A. împotriva companiilor Virgin Atlantic și British Airways.....	40

Capitolul 3

MICRO-MEDIUL DE MARKETING, COMPONENTĂ A

MEDIULUI DE MARKETING	43
3.1. Clienții	43
3.2. Competitorii.....	46
3.3. Intermediarii:	49
3.4. Furnizorii	52
3.5. Acționarii.....	52
3.6. Studiu de caz: Efectele legii anti-fumat.....	53

Capitolul 4

MACRO-MEDIUL DE MARKETING, COMPONENTĂ A

MEDIULUI DE MARKETING	55
4.1. Mediul politico-legal:	55
4.2. Mediul social-cultural.....	64
4.3. Mediul demografic	66
4.4. Mediul tehnologic.....	68
4.5. Mediul ecologic	69
4.6. Studiu de caz: Rolul marketingului în pătrunderea pe piațe închise. Pepsi - Cola în India.....	70

Capitolul 5

CERCETAREA DE MARKETING INTERNAȚIONAL

73	73
5.1. Principalele faze ale procesului de cercetare	74
5.2. Metode calitative de studiere a pieței	78
5.3. Proiectarea chestionarului.....	85
5.4. Metode de scalare	87
5.5. Studiu de caz: Ambivalența preferințelor consumatorilor – Pregătirile de nuntă	92

5.6. Studiu de caz: Impactul aderării României la Uniunea Europeană asupra sectorului vitivinicol.....	100
--	-----

Capitolul 6

MIXUL DE MARKETING	106
6.1. Elemente generale cu privire la mixul de marketing	106
6.2. Politica de produs	106
6.3. Politica de preț	110
6.4. Politica de distribuție	114
6.5. Politica de promovare.....	115
6.6. Studiu de caz:	119

Capitolul 7

ACTIVITATEA DE SERVICII CU CLIENȚII	122
7.1. Marketingul relațional	122
7.2. Relația companie – consumator.....	122
7.3. Conceptul de servicii cu clienții	124
7.4. Managementul relațiilor cu clienții.....	125
7.5. Tendințe în marketing.....	128
7.6. Studiu de caz: Singapore Airlines: inovație în activitatea de servicii cu clienții (engl. „customer-service”).....	129

Bibliografie.....	134
TESTE GRILĂ	139
RĂSPUNSURI:.....	175