

Cuprins

TEMA I

ESENȚA ȘI DEZVOLTAREA MARKETINGULUI.....	9
1.1. Conceptul de marketing	9
1.2. Obiectivele și principiile activității de marketing.....	11
1.3. Funcțiile marketingului.....	12
1.4. Locul marketingului în familia științelor economice.	13
1.5. Evoluția marketingului.....	14
1.6. Rolul marketingului serviciilor financiar bancare.	16

TEMA II

MEDIUL DE MARKETING AL ÎNTREPRINDERII	18
2.1. Caracteristicile și formele mediului.	18
2.2. Componentele mediului extern.	19
2.2.1. <i>Micromediul întreprinderii</i>	19
2.2.2. <i>Macromediul întreprinderii</i>	21
2.3. Relațiile firmei cu mediul extern – relații de piață, relații de concurență, relații de parteneriat și cooperare.	22

TEMA III

PIAȚA ÎNTREPRINDERII.....	27
3.1. Definiția și caracteristicile pieței.	27
3.2. Structura pieței.....	29
3.3. Locul întreprinderilor în cadrul pieței.....	37
3.4. Căi de dezvoltare a întreprinderii.....	40
3.5. Studiarea consumului și comportamentul consumatorului.....	42

TEMA IV

CERCETĂRI DE MARKETING	45
4.1. Definiția, aria, conținutul, scopurile și cerințele cercetării de marketing	45
4.2. Tipologia cercetărilor de marketing.....	50
4.3. Cronologia etapelor cercetării de marketing.....	53
4.4. Metode și tehnici de culegere a informațiilor	59
4.5. Scale utilizate folosite în cercetările de marketing.	62

TEMA V

STRATEGIA DE PIAȚĂ ȘI MIXUL DE MARKETING	66
5.1. Definirea conceptelor de politică, strategie și tactică de marketing.	66
5.2. Strategia de piață și locul ei în activitatea de marketing.	69
5.3. Factorii determinării strategiei de piață.....	70
5.4. Tipologia strategiilor de piață.....	71
5.5. Fundamentarea strategiei de piață.	75
5.6. Marketingul mix.....	77

TEMA VI

POLITICA DE PRODUS	79
6.1. Politica de produs, componentă a mixului de marketing.	79
6.2. Ciclul de viață al produsului.	81
6.3. Gama de produse și dimensiunile sale.	82
6.3.1. <i>Conceptul de gamă de produse și linii de produse.</i>	82
6.3.2. <i>Dimensiunile gamei de produse.</i>	83
6.4. Înnoirea produselor și lansarea noilor produse pe piață.....	84
6.4.1. <i>Înnoirea produselor.</i>	84
6.4.2. <i>Lansarea noilor produse pe piață.</i>	88
6.5. Strategii în politică de produs.....	90

TEMA VII

POLITICA DE PREȚ	92
7.1. Prețul componentă a mixului de marketing.....	92
7.2. Formarea prețurilor.	92
7.3. Strategii de preț.....	95

TEMA VIII

POLITICA DE DISTRIBUȚIE.....	103
8.1. Conceptul de distribuție	103
8.2. Canale și forme de distribuție.....	106
8.3. Strategii de distribuție.....	107
8.3.1. <i>Variante strategice</i>	108
8.3.2. <i>Operaționalizarea strategiei.</i>	110

TEMA IX

POLITICA PROMOȚIONALĂ	117
9.1. Politica promoțională – Definiția și structura activității promoționale.....	117
9.2. Strategii promoționale.....	120

TEMA X

FUNȚIA DE PLANIFICARE ȘI NECESITATEA

ELABORĂRII PLANULUI DE AFACERI	122
10.1. Planificarea operării unei afaceri	122
10.2. Elaborarea planului de afaceri	124
10.3. Locul și rolul planului de afaceri	126
10.4. Necesitatea autocunoașterii înainte de implicarea într-o afacere....	129
10.4.1. <i>Principalele trăsături cerute viitorului întreprinzător</i>	130
10.4.2. <i>Informații necesare elaborării planului de afaceri</i>	131
10.5. Alegerea variantei optime pentru afacerea în cauză.....	134
10.6. Cerințe legate de planul de afaceri.....	135
10.7. Cuprinsul planului de afaceri	136
10.8. Planul de afaceri ca instrument de planificare și creditare.....	139
10.8.1. <i>Aspecte pozitive ale unui plan de afaceri</i>	140
10.8.2. <i>Categoriile de versiuni ale planului de afaceri</i>	141
10.8.3. <i>Conținutul și caracteristicile unui plan de afaceri</i>	142
10.8.4. <i>Etapele principale din structura planului de afaceri</i>	142
10.9. Reguli de bază care trebuie avute în vedere la prezentarea unui plan de afaceri	145
10.9.1. <i>Urmărirea rezultatelor</i>	147
10.9.2. <i>Rezolvarea situațiilor neprevăzute sau a evenimentelor neplanificate</i>	147
10.9.3. <i>Revizuirea planului de afaceri</i>	147
10.9.4. <i>Rezolvarea situațiilor financiare neprevăzute</i>	148
10.9.5. <i>Indicatori financiari principali ca instrumente de măsurare a performanțelor firmelor</i>	150

Teste grilă propuse spre rezolvare	153
---	------------

BIBLIOGRAFIE	171
---------------------------	------------