

CUPRINS

Cuvânt înainte.....	9
----------------------------	----------

Sesiunea 1

CONȚINUTUL ȘI EVOLUȚIA MARKETINGULUI	11
1.1. Conceptul general de marketing.....	12
1.2. Etapele evoluției domeniului marketing	15
Bibliografie	24

Sesiunea 2

ANALIZA MEDIULUI DE MARKETING.....	26
2.1. Macromediul firmei	27
2.2. Micromediul firmei	42
Bibliografie	47

Sesiunea 3

CREAREA AVANTAJULUI COMPETITIV.....	48
3.1. Analiza concurenților	49
3.2. Strategii concurențiale.....	53
Bibliografie	61

Sesiunea 4

ANALIZA ȘI CARACTERISTICILE PIETEII.....	62
4.1. Tipurile, formele și evaluarea mărimii pieței	62
4.1.1. Tipuri și forme de piețe.....	63
4.1.2. Evaluarea mărimii pieței.....	69
4.2. Piața firmei și strategiile de piață.....	73
Bibliografie	80

Sesiunea 5

COMPORTAMENTUL CONSUMATORULUI

INDIVIDUAL.....	82
5.1. Factorii care influențează comportamentul consumatorului individual	82
5.2. Procesul de luare a deciziei de cumpărare	94
Bibliografie	99

Sesiunea 6

COMPORTAMENTUL CONSUMATORULUI

ORGANIZAȚIONAL.....	100
6.1. Caracteristicile piețelor de afaceri.....	100
6.2. Piețe instituționale și guvernamentale.....	109
Bibliografie	111

Sesiunea 7

COMPORTAMENTUL CONSUMATORULUI ON-LINE 112

7.1. Modificări apărute în comportamentul consumatorului în urma utilizării Internet-ului.....	112
7.2. Comportamentul consumatorului on-line în segmentul B2C	116
7.3. Comportamentul consumatorului on-line în segmentul B2B	123
Bibliografie	129

Sesiunea 8

SEGMENTAREA ȘI VIZAREA PIETEI..... 131

8.1. Comportamentul și etapele procesului de segmentare	131
8.2. Strategii de segmentare a pieței.....	138
8.3. Vizarea pieței	140
Bibliografie	141

Sesiunea 9

POZIȚIONAREA ȘI REPOZIȚIONAREA PRODUSELOR...143

9.1. Conceptul de poziționare a produselor.....	143
---	-----

9.2. Strategii de poziționare	147
Bibliografie	151
Sesiunea 10	
PRODUSELE ȘI SERVICIILE.....	152
10.1. Funcțiile și clasificarea produselor.....	152
10.2. Activități și decizii de marketing privind produsele	156
10.3. Marketingul serviciilor.....	162
Bibliografie	165
Sesiunea 11	
PRODUSELE ON-LINE	166
11.1. Funcțiile produsului on-line	166
11.2. Atributele produsului on-line	167
11.3. Produsele digitale	172
11.4. Serviciile on-line	176
Bibliografie	179
Sesiunea 12	
PRODUSELE NOI	180
12.1. Dezvoltarea de produse noi	180
12.2 Ciclu de viață al produsului	183
Bibliografie	186
Sesiunea 13	
STABILIREA PREȚURILOR PRODUSELOR.....	187
13.1. Mărimea și conținutul prețurilor	187
13.2. Strategii de stabilire a prețului produselor	190
13.3. Strategii de adaptare a prețurilor produselor	193
Bibliografie	195
Sesiunea 14	
DISTRIBUȚIA PRODUSELOR.....	196
14.1. Componenta și organizarea canalelor de distribuție.....	198
14.2. Decizii privind proiectarea și managementul canalelor de distribuție	203
14.3. Distribuția fizică (Logistica de piață).....	209

Bibliografie	213
Sesiunea 15	
COMUNICAREA ȘI PROMOVAREA	214
15.1. Procesul de comunicare al firmelor cu piața	214
15.2. Mixul promoțional	216
13.2.1. Publicitatea.....	216
15.2.2. Promovarea vânzărilor	222
15.2.3. Relațiile publice	227
15.2.4. Marketingul direct.....	232
15.2.5. Personalul de vânzare și promovarea personală	234
15.3. Strategiile promoționale	236
Bibliografie	239
Sesiunea 16	
MARKETINGUL ÎN ERA DIGITALĂ	241
16.1. Revoluția digitală, apariția și evoluția internet-ului	241
16.2. Marketingul prin internet	245
16.3. Derularea comerțului electronic	247
Bibliografie	250
BIBLIOGRAFIE	251