

Cuprins

INTRODUCERE	9
A. COMUNICARE ȘI MARKETING: CONCEPTE, NOȚIUNI, TERMENI	11
1. Context actual	11
2. Marketing și Comunicare.....	13
3. Filosofia marketingului și conceptul de marketing	14
4. Marketingul mixt: elemente de bază.....	16
5. Cunoașterea subiectului și a grupului	20
6. Explorarea resurselor de grup	21
B. OPERAȚIONALIZAREA MARKETINGULUI MIXT.....	25
1. Promovarea	25
2. Trei niveluri ale unui produs	28
3. Strategii de piață	29
4. Strategii de apreciere.....	30
5. Locul, distribuția, canalul sau intermediarul.....	32
C. ANALIZE ÎN COMUNICARE ȘI ÎN MARKETING	35
1. Analiza de resurse umane	35
2. Cum colectăm datele?	38
2.1. Analiza SWOT	38
2.2. Analiza SWOT POWER.....	41
D. CONTEXTE DE COMUNICARE ȘI DE MARKETING	43
1. Ce este contextul de marketing?	43
2. Analiza PESTE	45
3. Cei cinci vectori de analiză	46
4. Cercetarea în marketing	48
E. COMPORTAMENTUL BENEFICIARULUI.....	55
1. Ce este comportamentul beneficiarului?	55
2. Valoarea și calitatea relației	56
3. De ce consumă oamenii?.....	59
4. Segmentare, demografie și comportament	61
5. Segmentarea publicului.....	65
6. Influențe interne	65
7. Influențe externe	73
F. E-COMUNICARE ȘI E-MARKETING.....	81
1. E-comunicare și e-marketing	81
2. Cele șapte dimensiuni ale designului de e-marketing	82

3. Audit intern în e-marketing.....	84
4. Analiza situației de e-marketing.....	85
5. E-marketing concurent de cercetare.....	86
6. E-marketingul mixt.....	87
8. Preț în e-marketing.....	88
9. Locul e-marketingului.....	89
10. Publicitate non-internet în alte medii.....	91
11. Promovarea pe internet.....	92
G. METODE CREATIVE ÎN COMUNICARE ȘI ÎN MARKETING.....	95
1. Premise în comunicare și în marketing.....	95
2. Brainstorming.....	96
3. Jocul de rol.....	97
H. BRAND ȘI BRANDING.....	105
1. Despre branduri.....	105
2. Patru alternative în marketing.....	105
3. Transferul unui comportament pasiv într-unul de susținere: scara de loialitate.....	107
4. Oferta personalizată.....	108
5. Reclama.....	111
6. Relații publice.....	112
7. Relația cu beneficiarul.....	114
8. Marketing direct.....	115
9. Promovarea ofertei.....	116
I. CONDIȚII STRATEGICE ÎN MARKETING.....	117
1. Matricea de condiții strategice.....	117
2. Matricea lui Ansoff.....	119
3. Demersul <i>Punctaj echilibrat</i>	120
4. Indicatori de referință.....	123
5. Matricea lanțului de nevoi (adaptată după matricea <i>Boston</i>).....	125
6. Strategia <i>Ceasul lui Bowman</i>	126
J. RESURSE ÎN MARKETING.....	129
1. Competențe de bază.....	129
2. Analiza decalajelor.....	131
3. Ecranul general.....	133
4. Strategii generice: Michael Porter.....	135
5. Matricea de politică direcțională Shell.....	137
6. Analiza lanțului valoric.....	139
7. Curba valorilor.....	142
K. MARKETING ȘI FINANȚE.....	145
1. Introducere în marketing și în finanțe.....	145
2. Bilanț.....	147
3. Declarație de profit și de pierdere.....	147
4. Fluxul de numerar.....	148
5. Bugetul de marketing.....	148
6. Indicatori financiari.....	149
7. Activitatea bazată pe costuri.....	149

L. MANAGEMENTUL RELAȚIILOR CU BENEFICIARI	151
A. Managementul relațiilor cu beneficiarii	
1. Managementul relațiilor cu beneficiarii	151
2. Strategia de afacere	153
3. Ciclul de școlaritate.....	155
4. Tehnologia informației.....	156
B. Servicii de marketing	
1. Marketingul mixt extins (cele 7 dimensiuni)	158
2. Resurse umane	159
3. Marketing pentru servicii	161
4. Evidențe fizice – parte a marketingului mixt	162
M. PLANIFICAREA ÎN MARKETING	163
1. Marketing într-un credit slab.....	163
2. Planuri de marketing	164
3. Audit de marketing	167
4. Segmentarea	170
5. Focalizarea	172
6. Poziționarea	174
7. Obiective SMART	176
8. Strategii de marketing	177
9. Procesul de control în marketing.....	178
10. Planurile de marketing și comportamentul beneficiarilor	179
11. Marketing intern.....	181
12. Ce este planificarea de marketing?	183
N. MARKETING INTERNAȚIONAL	187
1. Premise etno-socioculturale	187
2. Ce este marketingul internațional?	188
3. Mediul de marketing internațional	189
4. Marketingul internațional și cultura	191
5. Procesul de evaluare a intrării pe piața internațională.....	195
6. Moduri de intrare pe piețele internaționale (locul).....	197
7. Comunicarea în marketingul internațional (promovarea)	200
8. Publicitatea în marketingul internațional	202
9. Marketing internațional și preț.....	203
10. Oferte și marketing internațional	204
Bibliografie	207