

## CUPRINS

<b>CAPITOLUL I - Marketingul – de la concept la practică .....</b>	<b>7</b>
1.1 Etape în evoluția teoriei și practicii marketingului la nivel mondial.....	7
1.2 Conceptualizarea marketingului .....	23
1.3 Funcțiile marketingului .....	31
<b>CAPITOLUL II - Domenii de specializare a marketingului.....</b>	<b>33</b>
2.1 Specializări ale marketingului în domeniul economic.....	34
2.2 Specializări ale marketingului în domenii non - economice.....	65
2.3 Alte specializări ale marketingului.....	71
<b>CAPITOLUL III - Mediul de marketing .....</b>	<b>75</b>
3.1. Structura mediului de marketing .....	75
3.2 Mediul intern.....	76
3.3 Mediul extern .....	77
<b>CAPITOLUL IV - Piața companiei.....</b>	<b>85</b>
4.1 Conceptul de piață .....	85
4.2 Dimensiunile pieței.....	86
<b>CAPITOLUL V - Mixul de marketing .....</b>	<b>97</b>
5.1 Coordonate teoretice ale conceptului de marketing mix.....	97
5.2 Produsul .....	99
5.3 Prețul .....	104
5.4 Distribuția.....	111
5.5 Promovarea.....	116

<b>CAPITOLUL VI - Planificarea strategică în marketingul internațional.....</b>	<b>123</b>
6.1 Etapele planificării strategice .....	125
6.2 Factori ce influențează planificarea strategică de marketing.....	127
<b>CAPITOLUL VII - Cercetarea de marketing .....</b>	<b>129</b>
7.1 Coordonate teoretice privind cercetarea de marketing.....	129
7.2. Tipologia cercetărilor de marketing .....	131
7.2.1 Cercetările calitative .....	132
7.2.2 Cercetările cantitative .....	133
<b>CAPITOLUL VIII - Noi tendințe în dezvoltarea marketingului.....</b>	<b>135</b>
<b>BIBLIOGRAFIE .....</b>	<b>145</b>