

Cuprins

Prefață	5
Indexul figurilor	11
Indexul tabelelor.....	12
Introducere	13
Capitolul 1. MARKETINGUL INOVAȚIEI ÎN CONTEXTUL GENERAL DE DEZVOLTARE AL DOMENIULUI	
1.1. Dinamismul marketingului contemporan în societatea bazată pe cunoaștere.....	19
1.2. Societatea bazată pe cunoaștere	27
1.3. Inovația în contextul societății bazate pe cunoaștere	33
1.4. Marketingul inovațiilor	49
Capitolul 2. COORDONATE DEFINITORII ALE COMERȚULUI DE RETAIL	
2.1. Evoluția retailului	55
2.2. Caracteristici ale retailului modern.....	59
2.3. Retailul modern în România.....	69
2.4. Piața retailului de tip DIY din România	74
Capitolul 3. MECANISMELE INOVAȚIEI ȘI APLICABILITATEA EI ÎN MARKETINGUL ÎN COMERȚ	
3.1. Inovația în comerț	85
3.2. Inovația în retailul DIY	94
3.3. Consecințe ale inovării asupra performanței companiilor din domeniul comerțului	102
3.4. Reacții comportamentale la inovația în marketingul din comerț	107
3.5. Big Data – transformarea datelor în factor de producție.....	116
Capitolul 4. METODOLOGIA CERCETĂRII PRIVIND INOVAȚIA ÎN RETAILUL DE TIP DIY	
4.1. Cercetarea pilot	122
4.2. Caracteristici ale generației Y.....	125
4.3. Coordonatele principale ale metodologiei de cercetare	130
4.4. Analiza informațiilor dobândite.....	132

Capitolul 5.

DIRECȚII DE ACȚIUNE REZULTATE DIN CERCETĂRILE ÎNTREPRINSE

5.1. Conceptualizarea unui nou model de business în retailul DIY	166
5.2. Noul model de afaceri premisă pentru crearea unui ecosistem inovațional.....	169
Limitele cercetării.....	175
Direcții viitoare de cercetare	176
Principalele contribuții aduse domeniului studiat.....	177
Bibliografie.....	179
Resurse online	189
ANEXE	195