

CUPRINS

<i>Introducere</i>	9
CAPITOLUL 1. CONCURENȚA - COMPONENTĂ DEFINITORIE A MECANISMULUI ECONOMIEI DE PIAȚĂ	11
1.1. Semnificația și rolul concurenței libere; implicații asupra strategiilor companiei	11
1.2. Extremele activității concurențiale: naturală și strategică. ...	13
1.3. Domeniile în care acțiunile competitive pot avea un efect profund asupra performanțelor companiei.	14
1.4. Condiții care trebuie îndeplinite simultan, identificate pentru a putea discuta de o concurență intensă.	15
1.5. Modelul concurenței perfecte versus situația de monopol. ..	16
1.6. Studiu de caz: Omnitel Pronto Italia.....	20
CAPITOLUL 2. ANALIZA COMPETITORILOR	23
2.1. Percepția industriei din punct de vedere al competiției.	23
2.2. Relațiile cu competitorii	26
2.3. Principalii factori care influențează comportamentul competitorilor și modifică peisajul concurențial sunt considerați a fi: climatul competitiv și construcția competitivă.	27
2.4. Categoriile de concurenți în accepțiunea lui West.	29
2.5. Avantajul competitiv	30
2.6. Studiu de caz: Cafeaua Splendid – cum s-a obținut creșterea vânzărilor în Italia, în anul 1996, în condițiile unei piețe extrem de competitive.....	38
CAPITOLUL 3. STRATEGII COMPETITIVE DE MARKETING	41
3.1. Etapele procesului de fundamentare a strategiilor de marketing.....	41
3.2. Modele de analiză strategică.....	48

3.3. Pozițiile unei companii în raport cu concurenții săi (după Arthur D. Little)	52
3.4. Strategiile concurențiale ale lui Philip Kotler:.....	53
3.5. Strategia concurențială conform lui Michael Porter	56
3.6. Studiu de caz: Factorii de creștere ai industriei britanice de cinema.	65
CAPITOLUL 4. STRATEGIA INTERNĂ A COMPANIEI	67
4.1. Dualitatea oricărei companii pe piață (vanzători și cumpărător)	67
4.2. Strategia de produs:	74
4.3. Strategia de preț	78
4.4. Strategia de distribuție	80
4.5. Strategia de promovare:.....	82
4.6. Studiu de caz: Benetton	83
CAPITOLUL 5. FORME STRATEGICE DE PĂTRUNDERE PE PIETELE EXTERNE	85
5.1. Exportul	87
5.2. Licențierea	87
5.3. Franciza	89
5.4. Societățile-mixte	90
5.5. Investiția străină directă.....	93
5.6. Studiu de caz: Philips și Nike își unesc forțele pentru a introduce tehnologia în sport și a crea o nouă piață.	93
CAPITOLUL 6. UNIUNEA EUROPEANĂ, CADRU RELEVANT DE DESFĂȘURARE A CONCURENȚEI – ASPECTE LEGISLATIVE	96
6.1. Restricțiile prevăzute în legislația Uniunii Europene cu privire la comportamentul companiilor.	96
6.2. Poziția dominantă versus poziția de monopol	100
6.3. Forme ale abuzului de poziție dominantă.....	101
6.4. Implicații ale fenomenelor de concentrare a companiilor și ale acordurilor de cooperare asupra mediului concurențial în marketingul intern și internațional.....	110

6.5. Obiectivele politicilor în domeniul concurenței în Uniunea Europeană și în S.U.A.	117
6.6. Studiu de caz: Acuzația de cartel din S.U.A. împotriva companiilor Virgin Atlantic și British Airways.	119
CAPITOLUL 7. PIAȚA UNICĂ EUROPEANĂ – PREZENT ȘI PERSPECTIVE.....	
7.1. Personalități remarcabile care au influențat Uniunea Europeană.....	121
7.2. Piața unică europeană – oportunitate contemporană majoră de internaționalizare a afacerilor.	124
7.3. Posibilități de pătrundere pe Piața Unică Europeană.....	129
7.4. Particularitățile euromarketingului: poziționarea strategică a companiilor pe Piața unică europeană.....	130
7.5. Specificul analizei Pieței Unice Europene.....	133
7.6. Studiul de caz: Compania Swatch	138
BIBLIOGRAFIE	141
TESTE - GRILĂ.....	146
RĂSPUNSURI	184