

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	49
3.1. Analiza concurenților	50
3.2. Strategii concurențiale	54
Bibliografie	62

Sesiunea 4

ANALIZA ȘI CARACTERISTICILE PIETEI	63
4.1. Tipurile, formele și evaluarea mărimii pieței	63
4.1.1. Tipuri și forme de piețe	64
4.1.2. Evaluarea mărimii pieței	70
4.2. Piața firmei și strategiile de piață	74
Bibliografie	81

Sesiunea 5	
COMPORTAMENTUL CONSUMATORULUI	
INDIVIDUAL.....	83
5.1. Factorii care influențează comportamentul consumatorului individual.....	83
5.2. Procesul de luare a deciziei de cumpărare.....	95
Bibliografie	100

Sesiunea 6	
COMPORTAMENTUL CONSUMATORULUI	
ORGANIZAȚIONAL.....	101
6.1. Caracteristicile piețelor de afaceri	101
6.2. Piețe instituționale și guvernamentale	110
Bibliografie	112

Sesiunea 7	
SEGMENTAREA ȘI VIZAREA PIEȚEI	113
7.1. Comportamentul și etapele procesului de segmentare.....	113
7.2. Strategii de segmentare a pieței.....	120
7.3. Vizarea pieței	122
Bibliografie	123

Sesiunea 8	
POZIȚIONAREA ȘI REPOZIȚIONAREA	
PRODUSELOR	125
8.1. Conceptul de poziționare a produselor	125
8.2. Strategii de poziționare.....	129
Bibliografie	133

Sesiunea 9

PRODUSELE ȘI SERVICIILE.....	135
9.1. Funcțiile și clasificarea produselor	135
9.2. Activități și decizii de marketing privind produsele.....	139
9.3. Marketingul serviciilor	145
Bibliografie	148

Sesiunea 10

PRODUSELE NOI.....	150
10.1. Dezvoltarea de produse noi	150
10.2. Ciclul de viață al produsului.....	153
Bibliografie	155

Sesiunea 11

STABILIREA PREȚURILOR PRODUSELOR.....	157
11.1. Mărimea și conținutul prețurilor	157
11.2. Strategii de stabilire a prețului produselor	160
11.3. Strategii de adaptare a prețurilor produselor	163
Bibliografie	165

Sesiunea 12

DISTRIBUȚIA PRODUSELOR.....	166
12.1. Componenta și organizarea canalelor de distribuție	168
12.2. Decizii privind proiectarea și managementul canalelor de distribuție	173
12.3. Distribuția fizică (Logistica de piață)	179
Bibliografie	183

Sesiunea 13

COMUNICAREA ȘI PROMOVAREA	185
13.1. Procesul de comunicare al firmelor cu piața	185
13.2. Mixul promoțional	187
13.2.1. Publicitatea	187
13.2.2. Promovarea vânzărilor	193
13.2.3. Relațiile publice	198
13.2.4. Marketingul direct.....	203
13.2.5. Personalul de vânzare și promovarea personală	205
13.3. Strategii promoționale	207
Bibliografie	210

Sesiunea 14

MARKETINGUL ÎN ERA DIGITALĂ	212
14.1. Revoluția digitală, apariția și evoluția internet-ului.....	212
14.2. Marketingul prin internet.....	216
14.3. Derularea comerțului electronic	218
Bibliografie	221

BIBLIOGRAFIE	223
---------------------------	------------