

CUPRINS

Cuvânt înainte	5
-----------------------------	----------

CAPITOLUL 1

Auditul de marketing și planificarea de marketing.....	9
1.1 Rolul auditului de marketing în procesul planificării strategice de marketing	9
1.2 Etape în evoluția auditului de marketing	14
1.3 Conceptul și caracteristicile auditului de marketing.....	15
1.4 Organizarea procesului de audit de marketing.....	18

CAPITOLUL 2

Analiza mediului extern de marketing al organizației	27
2.1 Analiza macromediului organizației	27
2.2 Analiza micromediului organizației.....	32
2.2.1 Analiza pieței	32
2.2.2 Analiza clienților organizației.....	40
2.2.3 Analiza concurenților.....	51
2.2.4 Analiza furnizorilor.....	58

CAPITOLUL 3

Auditul planificării strategice de marketing	62
3.1 Analiza misiunii organizației	63
3.2 Analiza obiectivelor	64
3.3 Analiza strategiei de marketing	68

CAPITOLUL 4

Auditul mixului de marketing	76
4.1 Auditul politicii de produs	76
4.2 Auditul politicii de preț.....	85
4.3 Auditul politicii de distribuție.....	95
4.4 Auditul politicii de comunicare	103

CAPITOLUL 5

Auditul sistemului informațional de marketing.....	114
5.1 Conținutul sistemului informațional de marketing (SIM)	114
5.2 Analiza sistemului informațional de marketing.....	116
5.3 Analiza sistemului de managementul relației cu clienții (CRM).....	120

CAPITOLUL 6

Auditul organizării activității de marketing	123
6.1 Formula organizatorică adoptată.....	124
6.2 Structura compartimentului de marketing	129

CAPITOLUL 7

Măsurarea performanței activității de marketing	135
7.1 Conceptul de performanță a activității de marketing.....	135
7.2 Metode și instrumente de măsurare a productivității activității de marketing	138

BIBLIOGRAFIE	145
---------------------------	------------

ANEXE

Anexa 1	
Model fișă - Segmentare pe criterii demografice	151
Anexa 2	
Model fișă - Segmentare pe criterii psihografice	153
Anexa 3	
Model fișă - Segmentare pe criterii comportamentale	154
Anexa 4	
Model fișă de analiză a dimensiunilor pieței.....	155
Anexa 5	
Model de fișă de analiză a planificării strategice de marketing	156
Anexa 6	
Model de fișă de analiză a politicii de produs	157
Anexa 7	
Model de fișă de analiză a politicii de preț.....	159
Anexa 8	
Model de fișă de analiză a politicii de distribuție.....	161
Anexa 9	
Model de fișă de analiză a politicii de comunicare	163
Anexa 10	
Model de fișă de analiză a sistemului informațional de marketing.....	165