

Cuprins

Capitolul 1

Marketing la IULIUS MALL SUCEAVA. Obiective şi orientări 9

1. Prezentarea companiei IULIUS MALL 9
2. Prezentarea companiei IULIUS MALL SUCEAVA 12
3. Informaţii financiare despre IULIUS MALL SUCEAVA 16
4. Activitatea de marketing la IULIUS MALL SUCEAVA 18
5. Evidenţierea elementelor referitoare la piaţă, clienţi existenţi şi potenţiali, concurenţi 21
6. Aplicarea unui chestionar pentru a afla opinia clienţilor cu privire la IULIUS MALL SUCEAVA 25

Capitolul 2

Marketing la PROFI 43

1. Prezentarea companiei PROFI 44
   1. Istoricul companiei PROFI 46
   2. Structura organizatorică 49
2. Zona de activitate şi descrierea pieţei 52
3. Piaţa-ţintă 54
4. Auditul de marketing 54
   1. Auditul intern 54
   2. Auditul extern 55
5. Concurenţa 59
6. Analiza SWOT 59
7. Obiectivele de marketing 61
8. Politicile şi strategiile de marketing 61
   1. Politica de produs 61
   2. Politica de preţ 62
   3. Politica de promovare 63
   4. Politica de plasare 65
9. Programul de marketing 70
10. Cercetare privind determinarea satisfacţiei clienţilor supermarketului „Profi” 70

Capitolul 3

STARBUCKS România. Cercetare de marketing 81

1. Prezentare generală a retailerului Starbucks 81
2. Stabilirea informaţiilor necesare luării deciziilor 82
3. Construirea unei situaţii iniţiale 84

Capitolul 4

Rebrandingul Voronskaya. Impactul asupra percepţiei consumatorului

privind identitatea brandului 113

1. Istoricul companiei PRODALCOM SA 113
2. Misiunea, viziunea şi strategiile de marketing ale companiei Prodalcom 115
3. Rebrandingul Voronskaya 116
   1. Vechiul brand Voronskaya 116
   2. Identificarea clienţilor-ţintă şi concurenţa brandului 117
   3. Dorinţa de schimbare. Rebrandingul Voronskaya 118
   4. Modalităţi de promovare a brandului pe piaţa internă şi internaţională 121
4. Metoda chestionarului aplicat 122
   1. Metodologia de cercetare 122
   2. Analiza şi interpretarea datelor 123
5. Concluzii 127

Capitolul 5

Marketing la SC Marelbo SRL 129

1. Prezentarea firmei 129
2. Caracterizarea clientelei-ţintă şi a concurenţei 129
3. Diferenţierea faţă de concurenţă 131
4. Politica comercială a firmei Marelbo 132
5. Politica de promovare 133
6. Analiza SWOT 134
7. Sondaj de opinie cu privire la brandul Marelbo 134
8. Concluzii 142

Capitolul 6

Gradul de mulţumire al clienţilor Hotelului Continental din Suceava cu privire la serviciile

oferite de acesta. Cercetare de marketing 143

Capitolul 7

Cercetare privind opiniile cu privire la serviciile şi produsele oferite

de pensiunea „La Filuţă” din Mălini 161

Capitolul 8

Cercetare de marketing vizând serviciile şi produsele oferite de restaurantul Taco Loco 179

Capitolul 9

Marketing şi vânzări Coneltex SRL 197

1. Prezentarea firmei 197
2. Activitatea de marketing şi vânzări a SC Coneltex SRL 198

**Capitolul 10**

Analiza pieţei berii în judeţul Suceava 207

1. Caracteristicile pieţei berii 207
2. Analiza pieţei berii în România 210
3. Analiza pieţei berii în judeţul Suceava 211

Capitolul 11

Serviciile turistice ale Sucevei, în percepţia consumatorilor. Studiu de caz 227

Capitolul 12

Frecvenţa utilizării mijloacelor de informare, documentare şi promovare

de către populaţia din judeţul Suceava. Cercetare de marketing 241

1. Posturile de radio care funcţionează în judeţul Suceava 241
2. Posturile de televiziune care funcţionează în judeţul Suceava 243
3. Tipografii care funcţionează în judeţul Suceava 244
4. Aplicarea unui chestionar privind „Frecvenţa utilizării mijloacelor de informare, documentare

şi promovare de către populaţia din judeţul Suceava" 246

|  |
| --- |
| **Titlu:** Marketingul firmei: Studii de caz |
| **Autor:** Alexandru-Mircea Nedelea, Gabriela-Liliana Cioban, Costel-Ioan Cioban |
| **Locul, editura, anul ediţiei:** București: Editura Economică, 2019 |
| **Cota:** 339.138, M 42 |
| **Localizare:** Sala de lectura N 1 (1 ex.) |