

Cuprins

Cuvânt înainte 5

CAPITOLUL 1 7

MARKETINGUL ÎN ECONOMIA GLOBALĂ 7

1. Definirea marketingului 8
2. Nevoi, dorinţe, cerere 11
3. Funcţiile marketingului 12

TEME DE DISCUŢIE 16

CAPITOLUL 2 17

MEDIUL EXTERN AL ORGANIZAŢIEI 17

1. Mediul organizaţiei - consideraţii generale 18
2. Micromediul organizaţiei 20
3. Macromediul organizaţiei 28

TEME DE DISCUŢIE 32

CAPITOLUL 3 33

PIAŢA. ANALIZA PIEŢEI 33

* 1. Evoluţia pieţei 34
  2. Dimensiunile şi analiza pieţei 36

TEME DE DISCUŢIE 42

CAPITOLUL 4 43

PRODUSE, SERVICII, MĂRCI 43

1. Abordări conceptuale ale produselor şi

serviciilor 44

1. Nivelurile şi componentele produsului 46

TEME DE DISCUŢIE 53

CAPITOLUL 5 54

MIXUL DE MARKETING TRADITIONAL SI MIXUL   
DE MARKETING EXTINS 54

1. Mixul de marketing tradiţional 55
2. Mixul de marketing extins 60

TEME DE DISCUŢIE 65

întrebări de verificare şi aplicaţii 66

Teste grilă 89

Test 1 89

Test 2 92

Test 3 95

Răspunsuri la testele grilă 98

Bibliografie 99

|  |
| --- |
| **Titlu:** Abordări actuale privind teoria și practica de marketing |
| **Autor:** Andreea-Daniela Moraru, Cristina Duhnea |
| **Locul, editura, anul ediţiei:** Chișinău: Epigraf, 2021 |
| **Cota:** 339.138, M-89 |
| **Localizare:** Sala de lectura N 1 (1 ex.) |