

Universitatea „ Vasile Alecsandri” din Bacău
Facultatea de Științe Economice

**MARKETING STRATEGIC –
APLICAȚII ȘI STUDII DE CAZ**

Colecția Științe Economice

Zaiț Luminița Iulia

Editura ALMA MATER - BACĂU
2018

CUPRINS

<i>Prefață</i>	pg. 3
CAPITOLUL 1 FUNDAMENTE ALE MARKETINGULUI STRATEGIC	4
1.1. Strategia de marketing	5
1.2. Unitatea strategică de afaceri	9
1.3. Studii de caz	13
1.4. Întrebări, aplicații și studii de caz	25
CAPITOLUL 2 STRATEGIA DE MARKETING. ETAPA 1: ANALIZA DIAGNOSTIC	27
2.1. Repere teoretice	27
2.2. Studii de caz	49
2.3. Întrebări, aplicații și studii de caz	111
CAPITOLUL 3 STRATEGIA DE MARKETING. ETAPA 2: STABILIREA OBIECTIVELOR	117
3.1. Repere teoretice	117
3.2. Studii de caz	121
3.3. Întrebări, aplicații și studii de caz	124
CAPITOLUL 4 STRATEGIA DE MARKETING. ETAPA 3: ALEGEREA OPȚIUNILOR STRATEGICE FUNDAMENTALE	126
4.1. Repere teoretice	126
4.2. Studii de caz	135
4.3. Întrebări, aplicații și studii de caz	146
CAPITOLUL 5 STRATEGIA DE MARKETING. ETAPA 4: FORMULAREA STRATEGIEI DE PIAȚĂ ȘI A STRATEGIILOR AFERENTE MIX-ULUI DE MARKETING	148
5.1. Repere teoretice	148
5.2. Studii de caz	151
5.3. Întrebări, aplicații și studii de caz	165
<i>Bibliografie</i>	166