

UNIVERSITATEA „VASILE ALECSANDRI” DIN BACAU
FACULTATEA DE ȘTIINȚE ECONOMICE
DEPARTAMENTUL MARKETING ȘI MANAGEMENT
SPECIALIZAREA MARKETING, FORMA DE ÎNVĂȚĂMÂNT ID

MARKETINGUL MICILOR AFACERI:
NOTE DE CURS

Lect. univ. dr. ZAIȚ LUMINIȚA IULIA

CUPRINS

MODUL I – ÎNTRINDERILE MICI ȘI MIJLOCII ÎN SECOLUL XXI

Capitolul 1	
Particularitățile întreprinderilor mici și mijlocii	4
1.1. Definiția întreprinderilor mici și mijlocii	4
1.2. Caracteristici ale întreprinderilor mici și mijlocii	9
1.3. Obiective specifice întreprinderilor mici și mijlocii	20
1.4. Forme de proprietate și structuri organizatorice specifice întreprinderilor mici și mijlocii	21
<i>Sinteza capitolului</i>	26
Capitolul 2	
Rolul și importanța întreprinderilor mici și mijlocii în economie	27
2.1. Implicații economice și sociale ale întreprinderilor mici și mijlocii	27
2.2. Dezvoltarea durabilă în cadrul întreprinderilor mici și mijlocii	30
<i>Sinteza capitolului</i>	34
<i>Întrebări, studii de caz și discuții</i> (Modul I).....	35

MODUL II – PARTICULARITĂȚI ALE ACTIVITĂȚII DE MARKETING ÎN CADRUL ÎNTRINDERILOR MICI ȘI MIJLOCII

Capitolul 3	
Particularități ale demersului de planificare strategică în cadrul întreprinderilor mici și mijlocii	36
3.1. Demersul de planificare strategică la nivelul întreprinderilor mici și mijlocii	36
3.2. Valoarea demersului de planificare strategică pentru întreprinderile mici și mijlocii	40
3.3. Modele de planificare strategică specifice întreprinderilor mici și mijlocii	41
<i>Sinteza capitolului</i>	52
Capitolul 4	
Particularități ale mix-ului de marketing specific întreprinderilor mici și mijlocii	53
4.1. Activitatea de marketing la nivelul întreprinderilor mici și mijlocii: aspecte definitorii	53
4.2. Strategii de piață specifice întreprinderilor mici și mijlocii	58
4.3. Strategii de produs specifice întreprinderilor mici și mijlocii	66
4.4. Strategii de preț specifice întreprinderilor mici și mijlocii	75
4.5. Strategii de distribuție specifice întreprinderilor mici și mijlocii	81
4.6. Strategii de promovare specifice întreprinderilor mici și mijlocii	87
<i>Sinteza capitolului</i>	90
<i>Întrebări, studii de caz și discuții</i> (Modul II).....	92

MODUL III – Îndrumar pentru realizarea proiectului de semestru

Fundamentarea și elaborarea unui plan de afaceri specific întreprinderilor mici și mijlocii	93
Bibliografie	98
Anexe	101
Fișa disciplinei	