

**UNIVERSITATEA VASILE ALECSANDRI DIN BACĂU**

**FACULTATEA DE ȘTIINȚE ECONOMICE**

**TURCU OVIDIU LEONARD**

**STAN ȘTEFANIA ANCA**

## **MANAGEMENTUL MARKETINGULUI**

***NOTE DE CURS –***

**EDITURA ALMA MATER  
BACĂU  
2011**

**CUPRINS:**

**CAPITOLUL I**

**ORGANIZAȚIA ÎN TEORIA ȘI PRACTICA MANAGEMENTULUI MARKETINGULUI.....7**

- 1.1. *Organizația – cadrul social al activității de management și marketing.....7*
- 1.2. *Întreprinderea – microsistem complex și dinamic.....11*
- 1.3. *Organizația economică – sistem cibernetic.....15*
- 1.4. *Dinamica și viitorul organizațiilor.....17*

**CAPITOLUL II**

**ROLUL MARKETINGULUI ÎN MANAGEMENTUL MODERN.....21**

- 2.1. *Sistemul de marketing la nivel de organizații.....21*
- 2.2. *Marketingul într-o lume în schimbare: crearea valorii și satisfacției clientului.....27*

**CAPITOLUL III**

**MANAGEMENTUL MARKETINGULUI ORGANIZAȚIONAL.....33**

- 3.1. *Locul managementului în teoria și practica marketingului .....33*
- 3.2. *Conținutul Management-Marketingului.....35*
- 3.3. *Sfera Management-Marketingului.....39*

**CAPITOLUL IV**

**PREVIZIUNEA ÎN ACTIVITATEA DE MARKETING.....42**

- 4.1. *Conținutul previziunii de marketing.....42*
- 4.2. *Planificarea în activitatea de marketing.....46*
- 4.3. *Auditul de marketing.....55*
- 4.4. *Redactarea planului de marketing.....57*

**CAPITOLUL V**

**ORGANIZAREA ACTIVITĂȚII DE MARKETING.....60**

- 5.1. *Locul marketingului în structura organizatorică a firmei.....60*
- 5.2. *Organizarea structurală de marketing.....64*
- 5.3. *Intercorelarea activității de marketing cu celelalte activități ale firmei.....72*
- 5.4. *Clasificarea ocupațiilor de marketing din România.....76*

**CAPITOLUL VI**

**SISTEMUL INFORMAȚIONAL DE MARKETING.....79**

- 6.1. *Importanța sistemului informațional de marketing.....79*
- 6.2. *Conținutul sistemului informațional de marketing.....83*

**CAPITOLUL VII**

<b>PROCESUL DECIZIONAL DE MARKETING.....</b>	<b>89</b>
<i>7.1. Locul deciziei de marketing în managementul firmei.....</i>	<i>89</i>
<i>7.2. Metodologia elaborării și adoptării deciziei de marketing.....</i>	<i>94</i>

**CAPITOLUL VIII**

<b>METODE MODERNE DE MANAGEMENT UTILIZATE ÎN DERULAREA PROCESELOR DE MARKETING.....</b>	<b>98</b>
<i>8.1. Managementul prin obiective.....</i>	<i>98</i>
<i>8.2. Managementul prin bugete în cadrul proceselor de marketing.....</i>	<i>101</i>
<i>8.3. Managementul prin proiecte, în cadrul proceselor de marketing.....</i>	<i>102</i>
<i>8.4. Managementul prin produs în cadrul proceselor de marketing.....</i>	<i>104</i>

**CAPITOLUL IX**

<b>CONCEPTE, TEHNICI ȘI INSTRUMENTE DE MARKETING UTILIZATE ÎN MANAGEMENTUL ACTIVITĂȚILOR SPECIFICE.....</b>	<b>106</b>
<i>9.1. Marketing integrat.....</i>	<i>106</i>
<i>9.2. Marketing strategic.....</i>	<i>112</i>
<i>9.3. Marketing tactic.....</i>	<i>114</i>

**CAPITOLUL X**

<b>STRATEGIILE DE MARKETING UTILIZATE ÎN MANAGEMENTUL ORGANIZAȚIEI.....</b>	<b>116</b>
<i>10.1. Contextul conceptual și operațional al formulării strategiei de marketing.....</i>	<i>116</i>
<i>10.2. Tipologia strategiilor de marketing.....</i>	<i>121</i>

**CAPITOLUL XI**

<b>O NOUĂ CULTURĂ ORGANIZAȚIONALĂ – CONDIȚIE ESENȚIALĂ A MANAGEMENTULUI – MARKETINGULUI MODERN.....</b>	<b>135</b>
<i>11.1. Schimbarea culturii organizaționale în organizația mileniului trei.....</i>	<i>135</i>
<i>11.2. Componentă de bază a schimbării - orientarea spre client .....</i>	<i>137</i>
<i>11.3. Marketingul relațional și managementul relațiilor cu clienții.....</i>	<i>140</i>
<i>11.4. Abordarea antreprenorială în marketing.....</i>	<i>143</i>

<b>BIBLIOGRAFIE:.....</b>	<b>145</b>
---------------------------	------------