

## Cuprins

Prefață .....	7
Introducere .....	11
<b>Capitolul 1</b>	
<b>Concepte fundamentale privind marketingul antreprenorial .....</b>	<b>13</b>
1.1. Marketing și antreprenoriat – delimitări conceptuale .....	13
1.2. Tipologia marketingului antreprenorial.....	16
1.3. Percepția – element central în comportamentul consumatorului .....	20
1.4. Strategii de marketing antreprenorial .....	23
1.5. Mediul de marketing antreprenorial .....	29
1.6. Mixul de marketing antreprenorial .....	31
<b>Capitolul 2</b>	
<b>Cercetare exploratorie privind programele de sprijin a tinerilor în antreprenoriat .....</b>	<b>35</b>
2.1. Programul Start-Up Nation România.....	35
2.2. Programul România Start-Up Plus .....	36
2.3. Programul Diaspora Start-Up .....	38

**Capitolul 3****Studiu de caz – cercetarea percepției tinerilor****privind programele de antreprenoriat finanțate**

<b>prin fonduri nerambursabile</b> .....	41
3.1. Metodologia cercetării .....	41
3.1.1. Definirea problemei decizionale .....	41
3.1.2. Scopul cercetării.....	42
3.1.3. Stabilirea obiectivelor și ipotezelor cercetării .....	42
3.1.4. Definirea din punct de vedere conceptual și operațional a variabilelor cercetării .....	43
3.1.5. Proiectarea chestionarului .....	50
3.1.6. Stabilirea dimensiunii și structura eșantionului.....	50
3.2. Analiza univariată și interpretarea rezultatelor cercetării .....	51
Concluzii.....	69
Lista de figuri .....	73
Bibliografie.....	75