

## Cuprins

<b>Capitolul 1</b>	
<b>Rolul și importanța cercetării de marketing</b> .....	7
<b>Capitolul 2</b>	
<b>Tipuri, tehnici și domenii de cercetare de marketing</b> .....	17
<b>Capitolul 3</b>	
<b>Studiul de piață – domeniu al cercetării de marketing</b> .....	29
<b>Capitolul 4</b>	
<b>Etapele cercetării de marketing</b> .....	37
4.1. Definirea problemei .....	38
4.2. Stabilirea obiectivelor cercetării .....	40
4.3. Elaborarea planului de cercetare .....	45
4.4. Culegerea informațiilor necesare .....	45
4.5. Analiza sau evaluarea informațiilor disponibile .....	46
4.6. Formularea concluziilor .....	46
4.7. Luarea deciziei .....	46
<b>Capitolul 5</b>	
<b>Sistemul informațional intern de marketing</b> .....	47
5.1. Sistemul informațional intern de marketing .....	47
5.2. Culegerea de date și informații asupra micro și macromediului firmei .....	50
<b>Capitolul 6</b>	
<b>Chestionarul</b> .....	55
<b>Capitolul 7</b>	
<b>Sondajul</b> .....	61
<b>Capitolul 8</b>	
<b>Modele de chestionare, sondaje de opinie. Studii de piață</b> .....	65
8.1. Comportamentul consumatorilor de servicii educaționale .....	65
8.2. Chestionar de evaluare a satisfacției studenților .....	66
8.3. Chestionar privind serviciile oferite de Universitatea „Ștefan cel Mare” Suceava .....	71
8.4. Chestionar privind opțiunile elevilor claselor a XII-a .....	73
8.5. Sondaj adresat clienților .....	76
8.6. Cercetare de marketing vizând comportamentul consumatorilor de servicii de telefonie mobilă .....	78
8.7. Opinii, atitudini și preferințe ale cetățenilor județului Suceava/Botoșani privind calitatea produselor și serviciilor oferite de către hipermarketul X .....	84
8.8. Comportamentul consumatorului de produse alimentare .....	85

8.9. Chestionar legat de farmacii .....	89
8.10. Percepția consumatorilor asupra calității .....	91
8.11. Cercetare de marketing privind publicitatea pe internet .....	92
8.12. Chestionar privind nivelul de satisfacție al clienților .....	93
8.13. Chestionar legat de piața bancară .....	94
8.14. Cercetare de marketing privind consumul de fast-food al studenților .....	97
8.15. Chestionar privind impactul reclamelor pentru mărci asupra comportamentului de cumpărare și percepția asupra spoturilor publicitare vizionate .....	99
8.16. Chestionar de satisfacție a pacientului și/sau aparținătorului .....	101
8.17. Chestionar legat de presă .....	105
8.18. Chestionar privind consumul de bere pe piața din localitatea X .....	108
8.19. Chestionar vizând consumul de cafea .....	111

## Capitolul 9

<b>Cercetarea de marketing în domeniul serviciilor publice</b> .....	115
9.1. Gradul de satisfacție al cetățenilor față de serviciile publice oferite de Primăria comunei X .....	115
9.2. Chestionar de evaluare a nivelului de satisfacție al contribuabilului .....	126
9.3. Chestionar privind serviciile de salubritate .....	130
9.4. Chestionar aplicat pentru un sondaj cu privire la „Imaginea funcționarilor publici în administrația publică locală” .....	132
9.5. Chestionar privind gradul de satisfacție al cetățenilor față de serviciile oferite de Consiliul Județean X .....	133
9.6. Chestionar pentru servicii Starea Civilă .....	135
9.7. Chestionar privind activitatea regiilor locale și calitatea serviciilor publice .....	136
9.8. Chestionar privind imaginea României în rândul cetățenilor din Republica Moldova .....	137
9.9. Chestionar privind imaginea Moldovei în rândul cetățenilor din România .....	140
9.10. Cercetare privind activitatea unei biblioteci .....	142
9.11. Chestionar privind dezvoltarea unei localități .....	142
9.12. Chestionare vizând sfera serviciilor publice .....	143

## Capitolul 10

<b>Cercetarea de marketing în domeniul turismului</b> .....	145
10.1. Studiu privind imaginea României în regiunea X .....	145
10.2. Sondaj de opinie legat de dezvoltarea și promovarea turistică a unei zone din județul Suceava .....	149
10.3. Chestionar de evaluare a satisfacției turiștilor .....	152
10.4. Chestionar aplicat clienților unei structuri de primire turistice .....	152

## Capitolul 11

<b>Firme de pe piața cercetării de marketing din România</b> .....	155
Concluzii .....	159
Bibliografie .....	163