

Cuprins

Capitolul 1

Marketing la firma Delicon Prodimpex SRL

Studiu de caz: sucul aRoma	9
1. Prezentarea succintă a firmei și a brandului aRoma.....	9
2. Scopul și obiectivele cercetării.....	14
3. Metodologia de cercetare (chestionar)	15
4. Analiza și interpretarea rezultatelor	18

Capitolul 2

O campanie relevantă din activitatea de marketing a companiei Fiterman Pharma

„Copiii spun lucruri... de dragoste”	29
1. Prezentarea companiei Fiterman Pharma	29
2. Portofoliul companiei Fiterman Pharma	31
3. Piața și strategia de marketing.....	35
4. Campania „Copiii spun lucruri... de dragoste”	35
5. Rezultatele campaniei	47

Capitolul 3

Activitatea de marketing a firmei Caretta 49 |

1. Analiza activității.....	49
1.1. Analiza externă	49
1.2. Analiza internă	56
1.3. Strategia	60

Capitolul 4

Lansarea unui produs nou pe o piață străină

Studiu de caz: Linia de producție țevă polietilenă diametre mari (ø500 – ø1200)

a societății SC Tehno World SRL	73
1. Motivația, importanța și metodologia cercetării.....	73
2. Prezentarea firmei SC Tehno World SRL – istoric, misiune, viziune.....	73
3. Produse/servicii și activități existente.....	75
4. Analiza SWOT a SC Tehno World SRL.....	76
5. Abordarea cercetării.....	78
6. Analiza internă a societății.....	79

7. Analiza clienților Tehno World, tipul și segmentarea lor	82
7.1. Retrospectiva și actualitatea vânzărilor	82
7.2. Aportul clienților și al marketingului în vânzări	83
7.3. Segmentarea clienților	84
8. Analiza piețelor externe considerate atractive	85
9. Planul de marketing al liniei mari	86
9.1. Mixul de marketing	87
9.1.1. Produsul	87
9.1.2. Plasare	87
9.1.3. Prețul	87
9.1.4. Promovarea	88
9.2. Setarea organizațională	88
10. Bugetul prevăzut pentru implementarea strategiei de marketing	89
11. Analiza SWOT a companiei, privind strategia de marketing ce se dorește implementată	90

Capitolul 5

Gradul de mulțumire a turiștilor cu privire la serviciile oferite de Pensiunea

„Casa Domnească” și Hotelul „Mărțișorul” din Cacica	93
1. Descrierea Pensiunii „Casa Domnească”	95
2. Descrierea Hotelului „Mărțișorul”	97
3. Analiza SWOT a Pensiunii „Casa Domnească” și a Hotelului „Mărțișorul”	99
4. Aplicarea unui chestionar pentru măsurarea gradului de satisfacție a turiștilor cu privire la serviciile oferite de Pensiunea „Casa Domnească” și Hotelul „Mărțișorul” din comuna Cacica	101

Capitolul 6

Firma A+Perfektservice/Loveth Indahosa, Copenhaga, Danemarca

Plan de marketing – prezentare și analiză	131
1. Rezumat	131
1.1. Prezentarea succintă a firmei prin obiectivele activității și produsul sau serviciul oferit	131
1.2. Ideea de bază (declarația de intenție) și obiectivele firmei	132
1.3. Prezentarea echipei de conducere	132
1.4. Obiective principale și strategii în domeniul marketingului	133
2. Zona de activitate și descrierea pieței	134
2.1. Descrierea zonei de activitate din prezent și viitor	134
2.2. Identificarea și descrierea scurtă a industriei în care se înscrie afacerea	134
2.3. Tendințe la nivel național și internațional în acest domeniu	135
2.4. Caracteristicile specifice ale pieței	135
2.5. Cele mai importante aplicații ale produsului/serviciului	135
2.6. Preferințele consumatorului	135
2.7. Prețurile practicate (tendințe și elasticitate)	136

3. Piața-țintă.....	136
4. Auditul (analiza) de marketing.....	138
5. Concurența.....	143
6. Analiza SWOT.....	150
6.1. Analiza mediului intern (diagnoza).....	150
6.2. Analiza mediului extern.....	151
6.3. Implicațiile analizei SWOT.....	152
7. Strategiile de marketing.....	152
8. Program de marketing aplicat.....	157
9. Bugetul de marketing.....	159
10. Implementarea planului de marketing.....	160
11. Controlul implementării planului de marketing și adaptarea.....	161

Capitolul 7

Cercetare de marketing privind serviciile publice oferite

de Primăria Comunei Baia.....	163
1. Prezentarea generală a comunei Baia.....	166
2. Marketing în cadrul Primăriei Comunei Baia.....	174
2.1. Analiza instituției.....	175
2.2. Promovarea Primăriei Comunei Baia.....	176
3. Cercetare de marketing.....	179
3.1. Prezentarea rezultatelor sondajului și interpretarea lor.....	180
4. Analiza SWOT a Primăriei Comunei Baia.....	187
Concluzii.....	189

Capitolul 8

Particularități ale activității de marketing în administrația publică locală.....

1. Analiza instituției.....	204
2. Promovarea Primăriei Sucevei.....	206
3. Cercetare de marketing privind gradul de satisfacție al cetățenilor față de serviciile publice oferite de Primăria Municipiului Suceava.....	211
4. Rezultatele chestionarului și interpretarea lor.....	212
5. Analiza SWOT a Primăriei Municipiului Suceava.....	221
Concluzii.....	223

Capitolul 9

Opiniile clienților despre rețelele comerciale de tip retail

Cercetare de marketing.....	231
1. Gradul de mulțumire al clienților Profi cu privire la produsele și serviciile oferite de acest supermarket.....	235
1.1. Obiectivul chestionarului.....	236
1.2. Stabilirea metodei de lucru.....	236
1.3. Prezentarea rezultatelor chestionarului și interpretarea lor.....	237
Concluzii.....	246

Capitolul 10**Cercetare de marketing privind gradul de satisfacție al clienților**

beneficiari de servicii cinematografice	251
1. Cercetare de marketing privind gradul de mulțumire al clienților beneficiari de servicii cinematografice oferite de Cinema City din Suceava	253
2. Analiza SWOT a cinematografului Cinema City din Suceava, România	254
2.1. Obiectivul chestionarului.....	255
2.2. Prezentarea rezultatelor chestionarului și interpretarea lor	256
Concluzii.....	264
Bibliografie.....	265
Anexa 1	266