

## **CUPRINS**

<b>Cuvânt înainte .....</b>	<b>5</b>
-----------------------------	----------

### **CAPITOLUL 1**

<b>Auditul de marketing și planificarea de marketing.....</b>	<b>9</b>
1.1 Rolul auditului de marketing în procesul planificării strategice de marketing .....	9
1.2 Etape în evoluția auditului de marketing .....	14
1.3 Conceptul și caracteristicile auditului de marketing.....	15
1.4 Organizarea procesului de audit de marketing.....	18

### **CAPITOLUL 2**

<b>Analiza mediului extern de marketing al organizației .....</b>	<b>27</b>
2.1 Analiza macromediului organizației .....	27
2.2 Analiza micromediului organizației.....	32
2.2.1 Analiza pieței .....	32
2.2.2 Analiza clienților organizației.....	40
2.2.3 Analiza concurenților.....	51
2.2.4 Analiza furnizorilor.....	58

### **CAPITOLUL 3**

<b>Auditul planificării strategice de marketing .....</b>	<b>62</b>
3.1 Analiza misiunii organizației .....	63
3.2 Analiza obiectivelor .....	64
3.3 Analiza strategiei de marketing .....	68

### **CAPITOLUL 4**

<b>Auditul mixului de marketing .....</b>	<b>76</b>
4.1 Auditul politicii de produs .....	76
4.2 Auditul politicii de preț.....	85
4.3 Auditul politicii de distribuție.....	95
4.4 Auditul politicii de comunicare .....	103

### **CAPITOLUL 5**

<b>Auditul sistemului informațional de marketing.....</b>	<b>114</b>
5.1 Conținutul sistemului informațional de marketing (SIM) .....	114
5.2 Analiza sistemului informațional de marketing.....	116
5.3 Analiza sistemului de managementul relației cu clienții (CRM).....	120

## **CAPITOLUL 6**

<b>Auditul organizării activității de marketing</b> .....	<b>123</b>
6.1 Formula organizatorică adoptată.....	124
6.2 Structura compartimentului de marketing .....	129

## **CAPITOLUL 7**

<b>Măsurarea performanței activității de marketing</b> .....	<b>135</b>
7.1 Conceptul de performanță a activității de marketing.....	135
7.2 Metode și instrumente de măsurare a productivității activității de marketing .....	138

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

## **ANEXE**

<b>Anexa 1</b>	
Model fișă - Segmentare pe criterii demografice .....	151
<b>Anexa 2</b>	
Model fișă - Segmentare pe criterii psihografice .....	153
<b>Anexa 3</b>	
Model fișă - Segmentare pe criterii comportamentale .....	154
<b>Anexa 4</b>	
Model fișă de analiză a dimensiunilor pieței.....	155
<b>Anexa 5</b>	
Model de fișă de analiză a planificării strategice de marketing .....	156
<b>Anexa 6</b>	
Model de fișă de analiză a politicii de produs .....	157
<b>Anexa 7</b>	
Model de fișă de analiză a politicii de preț.....	159
<b>Anexa 8</b>	
Model de fișă de analiză a politicii de distribuție.....	161
<b>Anexa 9</b>	
Model de fișă de analiză a politicii de comunicare .....	163
<b>Anexa 10</b>	
Model de fișă de analiză a sistemului informațional de marketing.....	165