

**Autori:** RUTZE, Dirk; VULPESCU, Manuela

**Titlu:** *Marketing structurat pentru comercializarea produselor IMM-urilor pe piața Uniunii Europene*

**Loc:** București

**An:** 2003

**Nr. pagini:** 251

**Din cuprins:**

**1. Conceperea și stabilirea căilor de distribuție și a structurilor de comercializare**

- 1.1 De ce concepție, de ce strategie?
- 1.2 Informații generale privind organizarea activității de comercializare a propriilor produse
- 1.3 Factorii care influențează decizia de comercializare externă
- 1.4 Cum se concepe o strategie de marketing?

**2. Informații necesare desfășurării activităților de export studii de caz și de ramură**

- 1.1 Riscurile ce pot apărea în cazul în care nu se obțin din timp informațiile necesare
- 1.2 Formele diferite de cercetare a pieței, în funcție de obiectivele firmei cu privire la export
- 1.3 Analiza de piață
- 1.4 Aspecte legate de abordarea pieței externe
- 1.5 Participarea la târg, în calitate de vizitator
- 1.6 Transport
- 1.7 Implementare

**3. Promovarea produsului pe piața externă**

- 1.1 Comunicare cu firmele germane
- 1.2 Alegerea și utilizarea instrumentelor de promovare și publicitate
- 1.3 Elaborarea ofertei

**4. Cadrul legislativ**

- 1.1 Surse de informare
- 1.2 Legea cu privire la garanția produselor
- 1.3 Reglementări generale privind derularea curentă a afacerii
- 1.4 Verificarea bonității la încheierea contractului pentru mărfurile pe credit
- 1.5 Credite pentru export
- 1.6 Documentele de transport