

Cuprins

Avant – propos.....	1
Tema 1. Comerțul și știința economică. Evoluția, locul și rolul comerțului în activitatea economică și socială	3
1.1. Comerțul și știința economică	3
1.2. Semnificația comerțului	8
1.3. Antreprenoriat, marketing și comerț – finalități comune?	21
1.4. Repere ale gândirii și practicii în domeniul comerțului	39
1.5. Schimbările tehnologice și globalizarea, determinanți ai dezvoltării comerțului.....	61
Tema 2. Cererea și oferta de mărfuri	75
2.1. Legea economică a cererii și a ofertei	76
2.1.1. Cererea de mărfuri	80
2.1.2. Oferta de mărfuri	93
2.2. Consumul și sistemul nevoilor de consum	109
2.3. Factorii care influențează comportamentul de cumpărare	125
2.4. Contextul psihologic al achiziției serviciilor: „Bine ați venit în economia experiențelor!”	148
Tema 3. Prețul, factor de echilibru între cerere și ofertă	169
3.1. Natura și importanța prețului	171
3.2. Determinarea prețurilor	188
3.3. Prețul și practicile anticoncurențiale	201
Tema 4. Distribuția mărfurilor	212
4.1. Semnificația și funcțiile distribuției	214
4.2. Comerțul cu ridicata	226
4.3. Comerțul cu amănuntul	231
4.4. Comerțul electronic și consumatorul global	243
Tema 5. Organizarea activității de depozitare	252
Tema 6. Atributele unui punct de vânzare	266
Tema 7. Tehnologia amenajării magazinului. Practica merchandisingului	277
Tema 8. Comunicarea comercială	299
8.1. Miza actuală a comunicării comerciale	299
8.2. Semnificația comunicării comerciale	307
8.3. Comunicarea comercială în mass-media. Promovarea comercială	328
8.4. Cromatica în comunicarea comercială	369
8.5. Eficiența comunicării comerciale	377
Tema 9. Contingența dintre forța de vânzare și activitatea comercială	408
Tema 10. Eficiența socială a activității comerciale. Responsabilitatea și etica corporativă	432