



Proiect : *Excelență academică și valori antreprenoriale - sistem de burse pentru asigurarea oportunităților de formare și dezvoltare a competențelor antreprenoriale ale doctoranzilor și post doctoranzilor –*

ANTREPRENORDOC

Contract nr. 36355/23.05.2019 POCU/380/6/13 - Cod SMIS: 123847

MARKETING ANTREPRENORIAL – Modulul 2

Prof.dr. Adrian Micu

Universitatea “Dunărea de Jos” din Galați



Proiect : *Excelență academică și valori antreprenoriale - sistem de burse pentru asigurarea oportunităților de formare și dezvoltare a competențelor antreprenoriale ale doctoranzilor și post doctoranzilor –*

ANTREPRENORDOC

Contract nr. 36355/23.05.2019 POCU/380/6/13 - Cod SMIS: 123847

Lista de verificare: Analiza propriei firme

Filosofia firmei

- Politica firmei
- Viziunea firmei
- Imaginea de fond a firmei
- Identitatea firmei
- Cultura firmei
- Obiectivele firmei

Potențialele firmei

- Cercetare/dezvoltare (know-how, patente, starea de dezvoltare)
- Marketing (concepțe, standarde, piețe)
- Procesul de producție (tehnologie, capacitate, productivitate)
- Achiziția (sisteme, relații cu furnizorii, puterea de cumpărare)
- Finanțarea (dotarea cu capital, intensitatea investițiilor)
- Firma în totalitate (organizare, lanțul de creare a valorii)

Resursele firmei

- Mijloace fizice (instalații, mobilier, echipamente)
- Mijloace financiare (lichiditate, rezerve ascunse, modalități de atragere a capitalului)
- Angajații (starea personalului, instruirea și evoluția lui)
- Forțe de conducere (calitatea, experiența în branșă, structura pe vârste)
- IT (tipul, actualitatea, complexitatea)

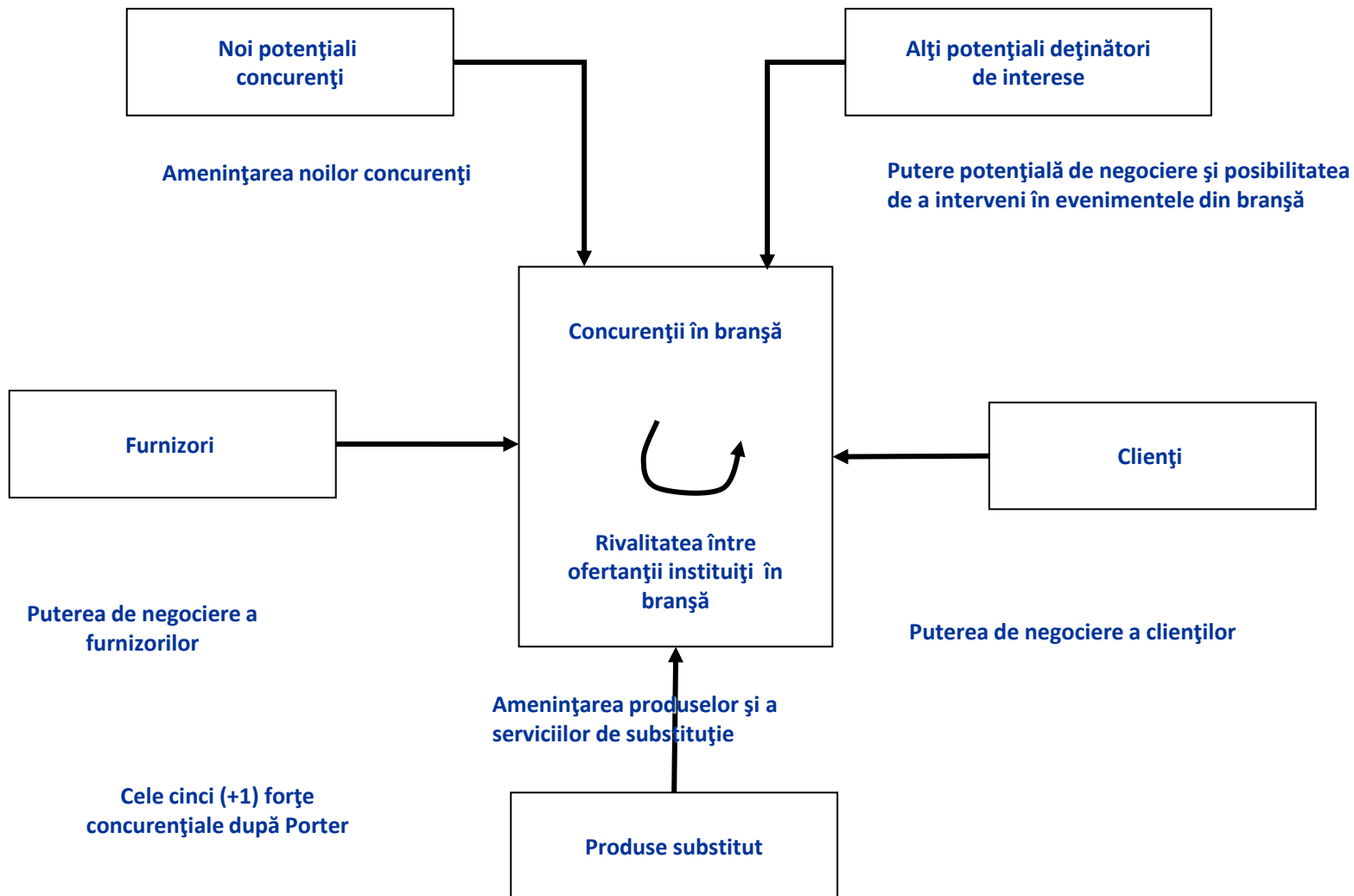
Locul firmei pe piață

- Piețele generale și parțiale (cote de piață, marje de vânzare)
- Avantajele produselor și ale producției (inovații, inclusiv protecția contra imitațiilor)
- Mixul produselor (profile de desfacere, rentabilitate, etape în ciclul de viață)
- Costuri per bucată – prețul de piață – relația dintre acestea (precum și profitul creării valorii)

Proiect : *Excelență academică și valori antreprenoriale - sistem de burse pentru asigurarea oportunităților de formare și dezvoltare a competențelor antreprenoriale ale doctoranzilor și post doctoranzilor –*

ANTREPRENORDOC

Contract nr. 36355/23.05.2019 POCU/380/6/13 - Cod SMIS: 123847





Proiect : *Excelență academică și valori antreprenoriale - sistem de burse pentru asigurarea oportunităților de formare și dezvoltare a competențelor antreprenoriale ale doctoranzilor și post doctoranzilor –*

ANTREPRENORDOC

Contract nr. 36355/23.05.2019 POCU/380/6/13 - Cod SMIS: 123847

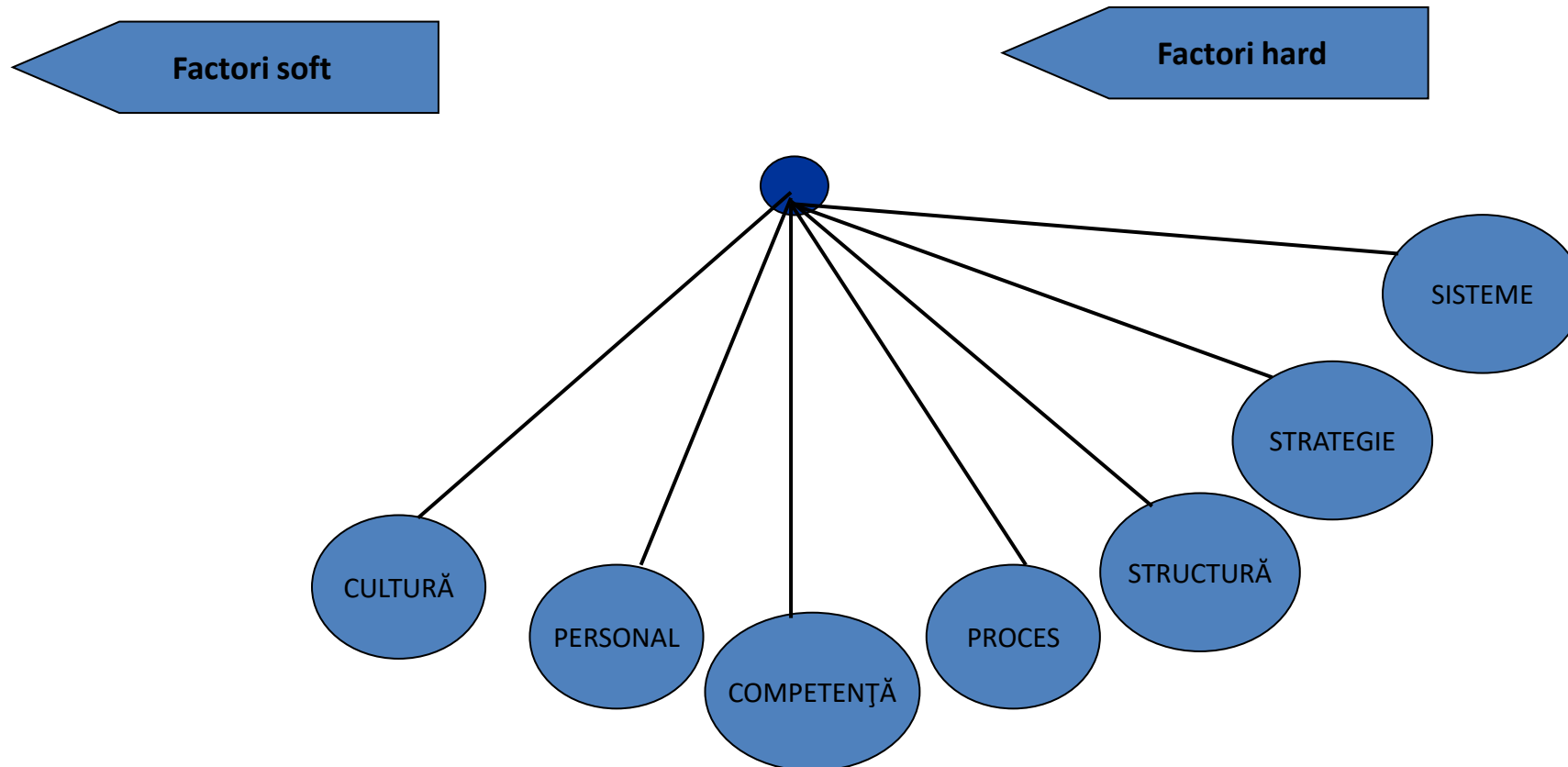
Analiza SWOT

Firma Mediul ambiant	Punctele forte ale firmei	Punctele slabe ale firmei
Oportunitățile mediului	Extindere – investiții	Echilibrarea deficienților
Riscurile mediului	Prevenire – asigurare minimizarea riscului	Luarea de măsuri – sarcini cu risc crescut

Proiect : *Excelență academică și valori antreprenoriale - sistem de burse pentru asigurarea oportunităților de formare și dezvoltare a competențelor antreprenoriale ale doctoranzilor și post doctoranzilor –*

ANTREPRENORDOC

Contract nr. 36355/23.05.2019 POCU/380/6/13 - Cod SMIS: 123847



Cei șapte factori de succes conform lui Peters și Waterman

(Peters & Waterman 1984)



Proiect : *Excelență academică și valori antreprenoriale - sistem de burse pentru asigurarea oportunităților de formare și dezvoltare a competențelor antreprenoriale ale doctoranzilor și post doctoranzilor –*

ANTREPRENORDOC

Contract nr. 36355/23.05.2019 POCU/380/6/13 - Cod SMIS: 123847

Obiectivele marketingului

✓ Sunt reprezentate de obiectivele firmei, orientată către piață. Ca obiective funcționale în cadrul sistemului-țintă al activității, acestea sunt mărci de referință pentru strategiile de marketing. Pot fi clasificate în obiective de marketing ce țin de potențial, de succesul pe piață și cele economice. Obiectivele de marketing sunt atinse, folosindu-se instrumentele de marketing (obiective instrumentale).

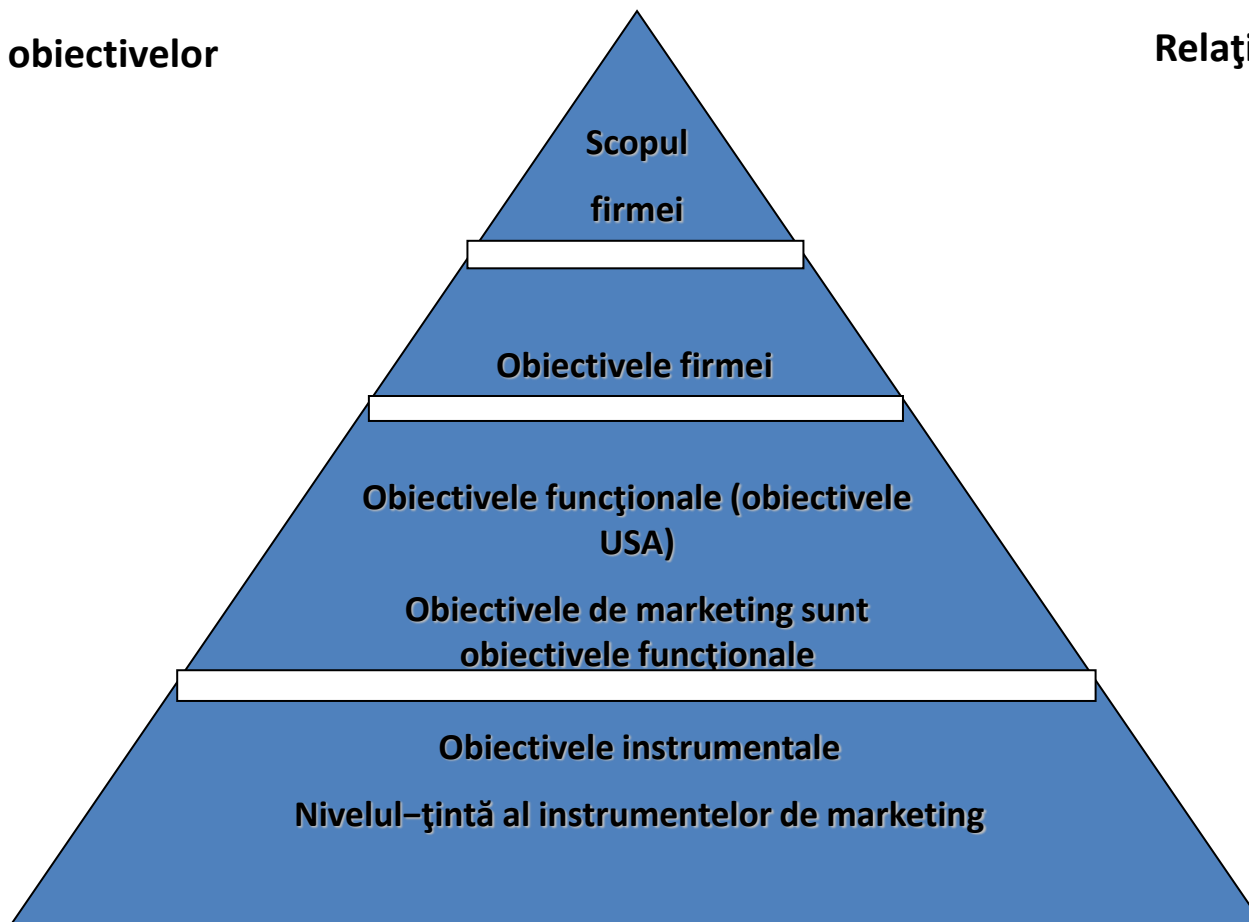
Proiect : *Excelență academică și valori antreprenoriale - sistem de burse pentru asigurarea oportunităților de formare și dezvoltare a competențelor antreprenoriale ale doctoranzilor și post doctoranzilor –*

ANTREPRENORDOC

Contract nr. 36355/23.05.2019 POCU/380/6/13 - Cod SMIS: 123847

Concretizarea obiectivelor

Relația mijloc–scop



Ierarhia nivelurilor-țintă ale firmei



Proiect : *Excelență academică și valori antreprenoriale - sistem de burse pentru asigurarea oportunităților de formare și dezvoltare a competențelor antreprenoriale ale doctoranzilor și post doctoranzilor –*

ANTREPRENORDOC

Contract nr. 36355/23.05.2019 POCU/380/6/13 - Cod SMIS: 123847

Misiunea firmei

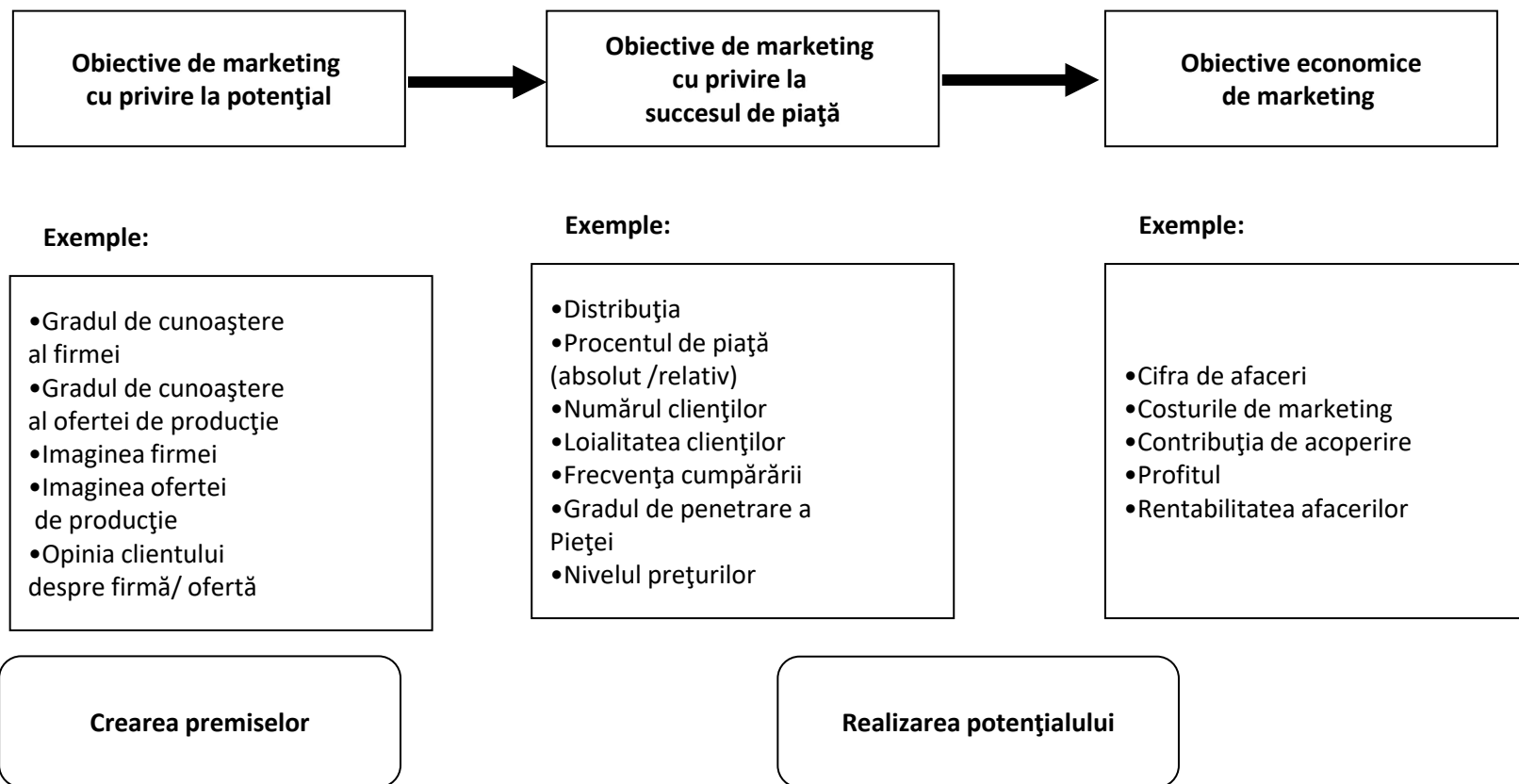
✓ **Prezentări la termen, supraordonate, pe termen lung, despre tipul și caracteristicile firmei. Se stabilește un cadru global de acțiune pentru totalitatea obiectivelor și activităților firmei. Se alimentează adesea din viziunea firmei (exemplu Apple: “Un calculator pentru fiecare”). Scopul, viziunea, imaginea de fond și identitatea firmei se numără printre nivelurile țintă supra-ordonate.**



Proiect : *Excelență academică și valori antreprenoriale - sistem de burse pentru asigurarea oportunităților de formare și dezvoltare a competențelor antreprenoriale ale doctoranzilor și post doctoranzilor –*

ANTREPRENORDOC

Contract nr. 36355/23.05.2019 POCU/380/6/13 - Cod SMIS: 123847



Lanțul causal al obiectivelor de marketing (după Homburg/Krohmer 2003, pag. 346)



Proiect : *Excelență academică și valori antreprenoriale - sistem de burse pentru asigurarea oportunităților de formare și dezvoltare a competențelor antreprenoriale ale doctoranzilor și post doctoranzilor –*

ANTREPRENORDOC

Contract nr. 36355/23.05.2019 POCU/380/6/13 - Cod SMIS: 123847

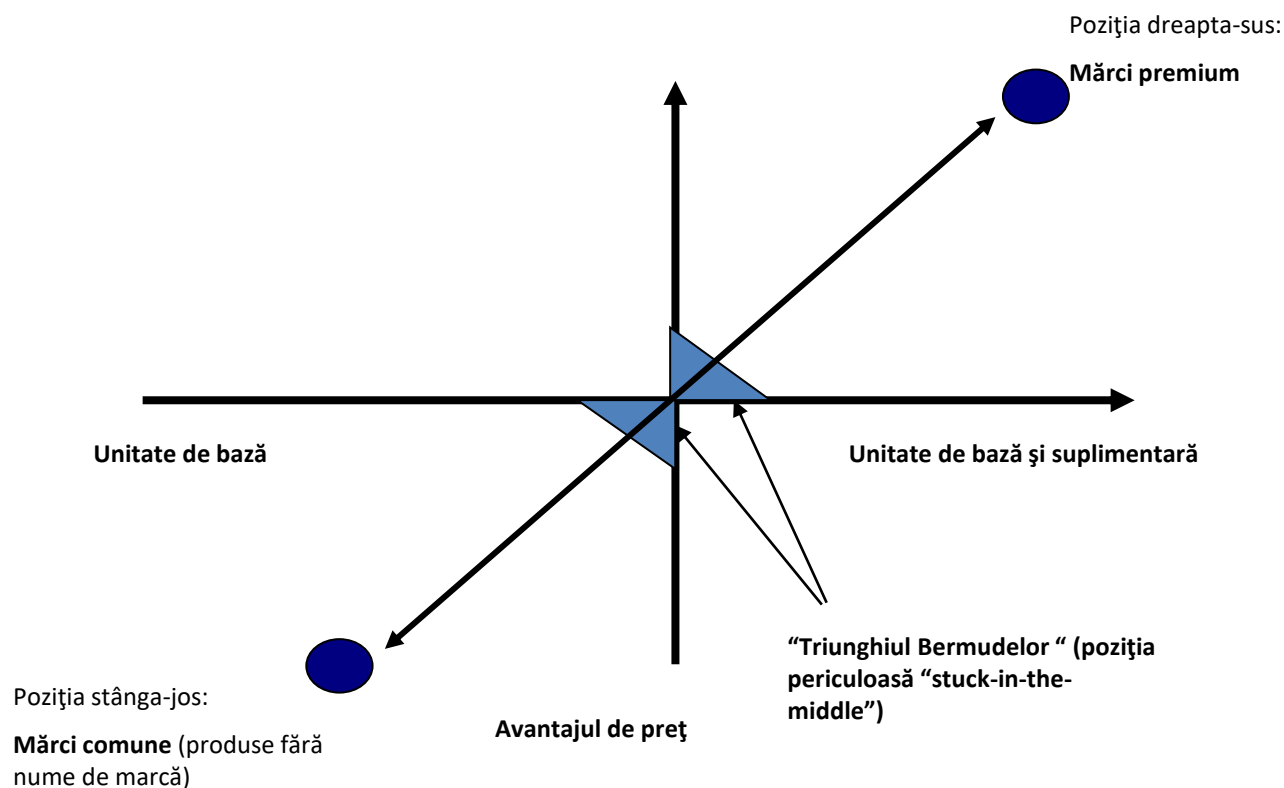
Produse	Piețe	
	Existente	Noi
Existente	Penetrarea pieței (I)	Lărgirea pieței (II)
Noi	Crearea de produse noi (III)	Diversificarea (IV)

Matricea “produs – piață” după Ansoff

Proiect : *Excelență academică și valori antreprenoriale - sistem de burse pentru asigurarea oportunităților de formare și dezvoltare a competențelor antreprenoriale ale doctoranzilor și post doctoranzilor –*

ANTREPRENORDOC

Contract nr. 36355/23.05.2019 POCU/380/6/13 - Cod SMIS: 123847



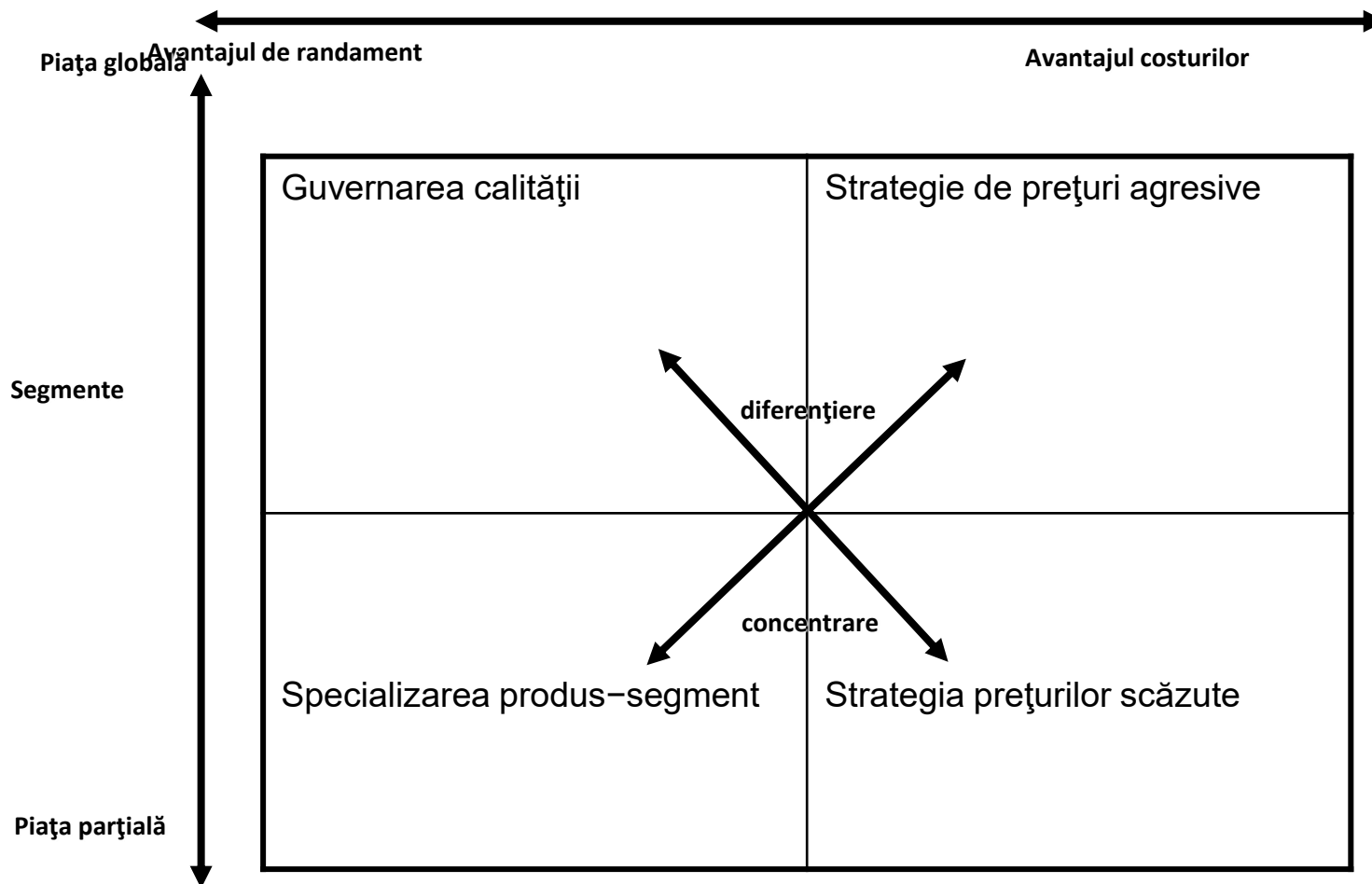
Opțiuni strategice ale poziționării concurențiale (conform
Becker 2001, pag. 217)



Proiect : *Excelență academică și valori antreprenoriale - sistem de burse pentru asigurarea oportunităților de formare și dezvoltare a competențelor antreprenoriale ale doctoranzilor și post doctoranzilor –*

ANTREPRENORDOC

Contract nr. 36355/23.05.2019 POCU/380/6/13 - Cod SMIS: 123847



Patru opțiuni strategice în vederea asigurării competitivității

Proiect : *Excelență academică și valori antreprenoriale - sistem de burse pentru asigurarea oportunităților de formare și dezvoltare a competențelor antreprenoriale ale doctoranzilor și post doctoranzilor –*

ANTREPRENORDOC

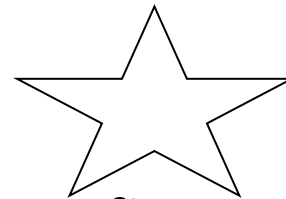
Contract nr. 36355/23.05.2019 POCU/380/6/13 - Cod SMIS: 123847

	Alternative strategice							
Strategia domeniului de piață	Strategia penetrării pieței 		Strategia de dezvoltare a pieței 		Strategia creării de produse noi 		Strategia diversificării 	
Strategia stimulării pieței	Strategia preferențială 		Strategia de nișă 		Strategia prețurilor scăzute 		Strategia preț-cantități 	
Strategia de parcelare a pieței	Strategia pieței de masă total 				Strategia segmentării total parțial 			
								
Strategia domeniului geografic al pieței	local 	regio- nal 	supraregio- nal 	națio- nal 	iter- națio- nal 	multi- națio- nal 	mon- dial 	

Profilul strategiei
(conform Becker 2001, pag. 351)

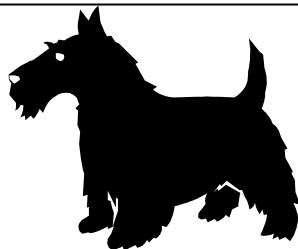
Înalt

?
Questions Marks



Stars

Creșterea
pieței



Poor dogs



scăzut

Scăzut

procent de piață relativ

Înalt

**Matricea bifuncțională
elaborată de Boston
Consulting Group (BCG)
cu privire la creșterea
pieței/ procentul de
piață**