

MOLDCOOP
UNIVERSITATEA COOPERATIST – COMERCIALĂ DIN MOLDOVA

Catedra „Marketing, Comerț și Turism“

Catedra : Marketing, comerț și turism

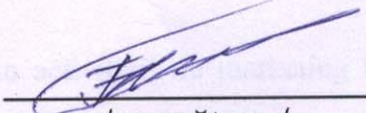
Se admite spre susținere
șeful catedrei: F. Pitușcan
dr., conf. univ

„06 / 06” 2016

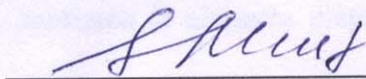
TEZĂ DE MASTER

TEMA: Organizarea și implementarea activității de marketing în cadrul
ÎM “Efes Vitanta Moldova Brewery” SA.

A efectuat masterandul : **Frunza Dumitru**
Specialitatea **Marketingul afacerilor**
Grupa **4MKa-1421m**


/semnătura /

Conducător științific:
Muștuc Svetlana
conf. univ., dr.


/semnătura /

Chișinău 2016

CUPRINS

Întroducere	3
I.Aspecte teoretice ale coordonatelor organizării activității de la marketing întreprinderi	7
1.1.Elementele care alcătuiesc coordonatele organizării activității de marketing la întreprinderi	7
1.2.Organizarea activității de marketing prin intermediul diferitor structuri organizatorice.....	24
II. Structura organizatorică și analiza activității economice a ÎM “Efes Vitanta Moldova Brewery SA	42
2.1.Structura organizatorică și activitatea de bază a întreprinderii ÎM “Efes Vitanta Moldova Brewery “SA.....	42
2.2.Analiza și previziunea activității întreprinderii ÎM “Efes Vitanta Moldova Brewery “SA	49
III. Implementarea activității de marketing la întreprinderea ÎM “Efes Vitanta Moldova Brewery “SA	58
3.1.Analiza ocaziilor de piață și poziționarea produselor la ÎM “Efes Vitanta Moldova Brewery “SA.....	58
3.2.Elaborarea programelor de marketing și implementarea activității de marketing în cadrul ÎM “Efes Vitanta Moldova Brewery “SA	69
Concluzii și recomandări	79
Bibliografie	81
A n e x e	82

ADNOTARE

la teza de master elaborată de **Frunze Dumitru**,
tema: ***Organizarea și implementarea activității de marketing*** în cadrul
ÎM „Efes Vitanta Moldova Brewery” SA,
specializarea Marketingul afacerilor, Grupa 4MKa-1421m

Analiza eficienței activității de marketing ca rezultată a unor procese complexe descrise pe baza caracteristicilor majore ale orientării de marketing și anume: filozofia orientării către client, organizarea bazată pe marketingul integrat, informarea adecvată în domeniul marketingului, orientarea strategică și eficiența operațională.

Obiectivul principal al temei tezei de master este analiza implementării activității de marketing la întreprinderea ÎM „Efes Vitanta Moldova Brewery” SA, inclusiv analiza ocaziilor de piață, studierea și alegerea piețelor-țintă, diferențierea și poziționarea produselor .

În teză sunt expuse elementele care alcătuiesc coordonatele organizării activității de marketing la întreprinderi, se prezintă aspectele teoretice ce includ organizarea activității de marketing prin intermediul diferitor structuri organizatorice, structura organizatorică, previziunea activității întreprinderii, modalitatea de implementare a activității de marketing, programele de marketing și implementarea lor în cadrul întreprinderii, analiza ocaziilor de poziționare a produselor întreprinderii ÎM „Efes Vitanta Moldova Brewery” SA pe piață.

Analiza eficienței activității de marketing s-a realizat prin filozofia orientării către client, ținându-se seama de următoarele aspecte: în ce măsură conducerea organizației a conceput o structură de organizare care să răspundă nevoilor și dorințelor clienților, elaborarea planurilor de marketing raportate la segmentele de piață deservite, gradul în care conducerea organizației are o viziune de ansamblu asupra factorilor care îi influențează activitatea.

Teza de master constă din introducere, trei capitole, concluzii și recomandări, bibliografie cu 15 surse de referință. Textul este expus în limba română pe 80 pagini culese la calculator și conține 13 tabele, 18 figuri, 5 anexe, 2 fotografii.

[Teza completă](#)