

# **CUPRINS**

## **INTRODUCERE**

### **CAPITOLUL I – Coordonate generale ale organizării activității de marketing**

- 1.1. Rolul marketingului în dezvoltarea organizațională**
- 1.2. Formule organizatorice**
- 1.4. Personalul compartimentului de marketing**

### **CAPITOLUL II – PREZENTAREA FIRMEI S.C. PATI PAN MARIANO S.R.L.**

- 2.1. Scurt istoric – prezentare generală**
- 2.2. Structura organizatorică**
- 2.3. Obiectul de activitate**
- 2.4. Prezentarea ofertei S.C. PATI PAN MARIANO S.R.L**
- 2.5. Analiza principalilor indicatori economico-financiari**

### **CAPITOLUL III – ASPECTE ALE ORGANIZĂRII ACTIVITĂȚII DE MARKETING LA S.C. PATI PAN MARIANO S.R.L.**

- 3.1. Activitatea de marketing în cadrul S.C. PATI PAN MARIANO S.R.L**
- 3.2. Structura personalului per ansamblu și în cadrul compartimentului de marketing la S.C. PATI PAN MARIANO S.R.L**
- 3.3. Analiza SWOT - strengths, weaknesses, opportunities, threats, (oportunități, riscuri, puncte tari, puncte slabe)**

## **CONCLUZII**

## **BIBLIOGRAFIE**