

CUPRINS:

Argument	7
	11
Cap. 2 STRATEGII DE ÎNTREPRINDERE	21
2.1. Strategii de restructurare	21
2.2. Strategii în situații de concurență acerbă	26
2.3. Alte tipuri de strategii	30
Cap. 3. PLANIFICARE	32
3.1. Concepte	32
3.2. Demersul economic și politic	39
3.2.1. Procesul economic	42
3.2.2. Procesul politic	50
3.3. Procesul operațional	56
	INDUSTRIE-
	59
4.1. Ce este ECR?	59
4.2. Procesul de conducere prin categorii	63
4.3. Reaprovizionarea eficientă	68
Cap 5. MANAGEMENTUL PRIN CATEGORII	75
5.1. Conceptul și filozofia managementului prin categorii	75
5.2. Implementarea	81
5.3. Managerii de categorii	85
	91
	MANAGEMENTULUI PRIN CATEGORII
6.1. Analiza vânzărilor	91
6.2. Planificarea și analiza promoției	94
6.3. Analiza inventarelor	97
6.4. Analiza performanței vânzărilor	99
6.5. Analiza prețurilor	101
6.6. Interfața spațiului de raft	103
6.7. Interfețele cu datele pieței externe (micromarketingul local)	105
6.8. Analiza coșului de piață	107
	110
7.1. Indicatorii analizei valorii înlănțuite	111
7.2. Tehnica analizei valorii înlănțuite	112
7.3. Studiu de caz al analizei valorii înlănțuite	112
	113
Bibliografie selectivă	120
Anexe	124

