

CUPRINS

INTRODUCERE	7
--------------------------	---

Capitolul 1

FUNDAMENTELE SISTEMELOR INFORMATICE

DE MARKETING	15
1.1 Funcțiile sistemului informatic de marketing	20
1.2 Componentele unui sistem informatic de marketing	23

Capitolul 2

MODEL DE EVALUARE A SISTEMELOR INFORMATICE

DE MARKETING	29
2.1 Funcționalitatea sistemelor informatice de marketing	38
2.1.1 Acuratețea sistemelor informatice de marketing.....	39
2.1.2 Complanța (adecvarea) sistemelor informatice de marketing.....	40
2.1.3 Stabilitatea sistemelor informatice de marketing.....	40
2.2 Utilitatea sistemelor informatice de marketing.....	41
2.3 Eficiența sistemelor informatice de marketing	48
2.4 Securitatea sistemelor informatice de marketing.....	49
2.4.1 Integritatea sistemelor informatice de marketing.....	53
2.4.2 Disponibilitatea sistemelor informatice de marketing	55
2.4.3 Confidențialitatea sistemelor informatice de marketing	56
2.5 Flexibilitatea (adaptabilitatea) sistemelor informatice de marketing.....	59
2.5.1 Interoperabilitatea și portabilitatea sistemelor informatice de marketing	60
2.5.2 Mentenabilitatea sistemelor informatice de marketing	60

Capitolul 3**PROCESUL DE AUDIT AL SISTEMELOR INFORMATICE**

DE MARKETING	61
3.1 Nevoia de audit a sistemelor informatice de marketing.....	62
3.2 Rolul auditorului	67
3.3 Auditul intern și auditul extern	68
3.4 Etapele procesului de audit al sistemelor informatice de marketing.....	71

Capitolul 4**GHID DE IMPLEMENTARE AL AUDITULUI SISTEMELOR**

INFORMATICE DE MARKETING	84
---------------------------------------	----

BIBLIOGRAFIE	97
---------------------------	----