



ACADEMIA DE STUDII ECONOMICE DIN BUCUREȘTI

Alin STANCU

Marketing și responsabilitate socială

O abordare strategică privind compania sustenabilă

ediția 2

**Colecția
Marketing**

**Editura ASE
București
2018**

Copyright © 2018, Editura ASE

Toate drepturile asupra acestei ediții sunt rezervate editurii.

Editura ASE

Piața Romană nr. 6, sector 1, București, România

cod 010374

www.editura.ase.ro

editura@ase.ro

Descrierea CIP a Bibliotecii Naționale a României

STANCU, ALIN

**Marketing și responsabilitate socială : o abordare strategică
privind compania sustenabilă. ediția 2 / Alin Stancu. - București :**

Editura ASE, 2018

Conține bibliografie

ISBN 978-606-34-0279-1

339.138

Editura ASE

Redactor: Silvia Răcaru

Tehnoredactor: Violeta Rogojan

Coperta: Violeta Rogojan

Autorul își asumă întreaga responsabilitate pentru ideile exprimate, pentru originalitatea materialului și pentru sursele bibliografice menționate.

Cuprins

Introducere	9
1. Introducere în responsabilitatea socială a companiei. 11	
1.1 Condițiile apariției responsabilității sociale.....	11
1.1.1 Necesitatea apariției responsabilității sociale	12
1.1.2 Multidisciplinaritatea responsabilității sociale	21
1.2 Evoluția conceptului de responsabilitate socială a companiei.....	24
Referințe.....	32
2. Responsabilitatea socială în teoria și practica marketingului	36
2.1 De la marketingul clasic la marketingul responsabil social.....	37
2.2 Specializari ale marketingului.....	40
2.3 Categoriile de stakeholderi din perspectiva marketingului.....	46
Referințe.....	50
3. Responsabilitatea socială și dezvoltarea durabilă, tendințe pe plan internațional	53
3.1 Organizația Națiunilor Unite, promotor al dezvoltării durabile	53
3.2 Responsabilitatea socială în viziunea Băncii Mondiale	63
3.3 Responsabilitatea socială în cadrul Organizației pentru Cooperare Economică și Dezvoltare	65
3.4 Responsabilitatea socială în practica europeană	69
Referințe.....	75

4. Stakeholderii și responsabilitatea socială a companiei	78
4.1 Conceptul de stakeholder	78
4.2 Clasificarea stakeholderilor.....	81
4.3 Comportamentul stakeholderilor.....	87
4.4 Tipuri de consumatori și responsabilitatea socială.....	95
Referințe.....	100
5. Politica de marketing bazată pe responsabilitate socială	103
5.1 Conținutul politicii de marketing bazată pe responsabilitatea socială	103
5.2 Strategiile responsabilității sociale	107
5.2.1 Conținutul strategiilor de piață responsabile social ..	107
5.2.2 Fundamentarea strategiilor responsabile social	109
5.2.3 Analiza stakeholderilor	109
5.2.4 Variante strategice ale responsabilității sociale	115
5.3 Instrumentele politicii de marketing bazată pe responsabilitatea socială	121
5.3.1 Cercetarea comportamentului consumatorului.....	121
5.3.2 Marketingul relațional	127
5.3.3 Mixul de marketing.....	129
Referințe.....	130
6. Mixul de marketing al companiei bazate pe responsabilitatea socială	135
6.1 Politica de produs responsabilă social.....	135
6.1.1 Ciclul de viață al produsului și responsabilitatea socială	137
6.1.2 Etica în politica de produs	140
6.1.3 Strategii ale responsabilității sociale în proiectarea produsului	144
6.2 Politica de preț responsabilă social	151
6.2.1 O nouă viziunea asupra costului	152

6.2.2 Etica în politica de preț.....	153
6.2.3 Strategii de prețuri responsabile social	155
6.3 Politica de distribuție responsabilă social.....	156
6.3.1 Responsabilitatea socială și lanțul de aprovizionare	157
6.3.2 Elemente de etică în cadrul procesului de distribuție	161
6.3.3 Distribuția inversă – strategie specifică responsabilității sociale	162
6.4 Politica de promovare responsabilă social.....	163
6.4.1 Obiectivele de comunicare	165
6.4.2 Canalele de comunicare a responsabilității sociale...	169
6.4.3 Etica în politica de promovare	172
6.4.4 Strategii de promovare responsabile social.....	173
Referințe.....	181
7. Planificarea strategică a responsabilității sociale	186
7.1 Planificarea responsabilității sociale la nivel corporativ ...	186
7.2 Planificarea strategică a responsabilității sociale ca activitate distinctă	195
7.3 Responsabilitatea socială și sistemul de management marketing al companiei.....	201
7.4 Sistemul de management al companiei responsabile social.....	207
Referințe.....	212
Lista tabelor și figurilor	215