L I C E N Ţ Ă 2026

Pentru absolvenţii anului III IF şi III IFR

TEMATICA EXAMENULUI DE LICENŢĂ ŞI BIBLIOGRAFIA RECOMANDATĂ

SPECIALIZAREA MARKETING

FUNDAMENTELE MARKETINGULUI (INCLUDE *BAZELE MARKETINGULUI, POLITICI ŞI STRATEGII DE MARKETING*)

TEMATICĂ

BAZELE MARKETINGULUI

1. Fundamentele marketingului
2. Mediul de marketing al firmei
3. Înțelegerea și evaluare activității de piață a organizației

POLITICI ŞI STRATEGII DE MARKETING

1. Coordonatele politicii de marketing
2. Politica de produs
3. Preţul în politica de marketing
4. Politica de distribuţie
5. Politica promoţională

BIBLIOGRAFIE

OBLIGATORIE:

1. Baines P., Fill C., Rosengren S. – Marketing, editita a IV-a, Oxford University Press, 2017
2. Balaure V. (coordonator) – Marketing, Editura Uranus, Bucureşti, 2002
3. Smedescu I. (coordonator) – Marketing, Editura Universitară, Bucureşti, 2005
4. Smedescu I. (coord.) – Marketing: aspecte teoretice, studii de caz, aplicații, teste, Universitară, București, 2008
5. Smedescu I., Raţiu M.P., Negricea, C.I. – Bazele marketingului, Editura Universitară, Bucureşti, 2008

FACULTATIVĂ:

1. Belch G., Belch M. - „Advertising and Promotion. An Integrated Marketing Commnunication Perspective”, 11th Edition, McGraw-Hill Education, 2018
2. Chaffey D., Ellis-Chadwick F. - Digital Marketing, 9th Edition, Pearson, 2025
3. Lancaster G., Massingham L. – Essentials of Marketing Management, 2nd Edition, Routledge, 2018
4. Liu Y., Li Q., Edu T., Jozsa L., Negricea I.C. – Mobile shopping platform characteristics as consumer behavior determinants, Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics, Vol. ahead-of-print, No. ahead-of-print, 2019, ISSN 1355-5855, DOI: 10.1108/APJML-05-2019-0308, Clarivate Analytics Master Journal List
5. Kotler Ph., Armstrong G. – Principles of Marketing, Ed. 17, Pearson, 2017
6. Kotler Ph. – Managementul Marketingului, Teora, București, 2008
7. Kotler Ph., Kartajaya H., Setiawan I. - Marketing 5.0: Technology for Humanity, Wiley, 2021

STUDIEREA ȘI ANALIZA PIEȚEI (INCLUDE *TEHNICI DE STUDIERE A PIEȚEI, COMPORTAMENTUL CONSUMATORULUI, INTRODUCERE ÎN COMUNICARE INTERPERSONALĂ, STATISTICĂ, ECONOMETRIE*)

TEMATICĂ

COMPORTAMENTUL CONSUMATORULUI

1. Pieţele de consum şi comportamentul consumatorului
2. Pieţele de afaceri şi comportamentul consumatorului organizaţional
3. Cercetarea comportamentului de cumpărare
4. Cercetarea atitudinilor cumpărătorilor potenţiali/actuali
5. Cercetarea motivelor de cumpărare şi necumpărare
6. Cercetarea percepţiei cumpărătorilor potenţiali
7. Metode de reducere a disonanţei cognitive în cazul achiziţionării ofertei unei companii
8. Comportamentul consumatorului şi factorii de influenţă
9. Modele globale utlizate în studiul comportamentului consumatorului
10. Comportamentul consumatorului organizaţional şi factorii de influenţă

BIBLIOGRAFIE

OBLIGATORIE:

1. Cătoiu I. (coordonator) – Cercetări de marketing, Editura Uranus, Bucureşti, 2002;
2. Cătoiu, I., Teodorescu, N. – Comportamentul consumatorului, ed. 2, Ed. Uranus, Bucureşti, 2004
3. Edu, T.- Marketing strategic, Ed. Pro Universitaria, Bucureşti, 2013
4. Papuc Mihai – Cercetări de marketing, Editura Universitară, Bucureşti, 2007;
5. Purcărea, Th., Raţiu, M.- Comportamentul consumatorului, Ed. Carol Davila, Bucureşti, 2007

FACULTATIVĂ:

1. Duffett, R., Petroșanu, D.M., Negricea, I.C. and Edu, T., 2019. Effect of YouTube Marketing Communication on Converting Brand Liking into Preference among Millennials Regarding Brands in General and Sustainable Offers in Particular. Evidence from South Africa and Romania, Sustainability, vol. 11, nr. 3, pag. 1-24
2. Ionescu, Ș.A., Duffett, R., Edu, T. And Negricea, I.C., 2023. Brand-Centred Fashion Clothing Behaviour Modelling Within Generation Y. A Two-Country Comparison. Economic Computation & Economic Cybernetics Studies & Research, vol. 57, nr. 2
3. Prună M., Comunicare şi relaţii publice, note de curs, ediţia a II a adăugită şi revizuită, Ed. proUniversitaria, Bcureşti, 2011

MARKETING OPERAȚIONAL (INCLUDE *MARKETINGUL SERVICIILOR, MARKETING INTERNAȚIONAL, MARKETING FINANCIAR-BANCAR, DISTRIBUȚIE ȘI MERCHANDISING, BUSINESS TO BUSINESS MARKETING, MARKETING DIGITAL, MARKETING ȘI MĂRFURI, MARKETINGUL ORGANIZATIILOR NON-PROFIT, MARKETINGUL EVENIMENTELOR, MANAGEMENTUL RELAȚIILOR CU CLIENȚII, TEHNICI DE VÂNZARE*)

TEMATICĂ

MARKTING DIGITAL

1. Campania de marketing online
2. Elaborarea mixului de comunicare online
3. Strategia de marketing digital

MARKETING INTERNAȚIONAL

1. Politica de marketing în marketingul internaţional
2. Standardizare sau adaptare a publicităţii pe piaţa
3. Marca în marketingul internaţional

MARKETING FINANCIAR-BANCAR

1. Mixul de marketing în domeniul financiar-bancar
2. Piața produselor financiar bancare

DISTRIBUȚIE ȘI MERCHANDISING

1. Sistemul de merchandising și construirea și întreținerea infrastructurii centrate pe client
2. Valorificarea de către retailer a oportunităților de a reduce costurile indirecte
3. Îmbunătățirea experienței de cumpărături prin utilizarea adecvata a managementului categoriei de produse
4. Provocări în merchandising

BUSINESS TO BUSINESS MARKETING

1. Noi provocări pentru marketerii B2B
2. Călătoria clientului B2B și creșterea venitului bazat pe client
3. Dezvoltarea personală a marketerului și noile experiențe de învățare

4. Marketing în perioada recesiunii

TEHNICI DE VÂNZARE

1. Alternative strategice adoptate pentru satisfacția și fidelizarea clienților.
2. Programul de recompensare a clienților implementat la nivelul organizației...

MANAGEMENTUL RELAȚIILOR CU CLIENȚII

1. Analiza și gestionarea portofoliului clienți prin CRM
2. Managementul plângerilor și reclamațiilor
3. Măsuri de îmbunătățire a relației cu clienții

BIBLIOGRAFIE

OBLIGATORIE:

1. Balaure V. (coordonator) – „Marketing”, Editura Uranus, Bucureşti, 2002
2. Negricea I. C., Strategii de marketing online – Soluţii de succes pentru dezvoltarea şi implementarea aplicaţiilor de marketing online în activitatea organizaţiei, Editura Universitară, București, 2010
3. Papuc M., Gestiunea forțelor de vânzare, Editura Universitară, București, 2010
4. Preda Oana, Furdui Iulia – Elemente de marketing financiar bancar, Editura Universitară, Bucureşti, 2009
5. Preda O. - Elemente de marketing internaţional, ediţia a II-a, Editura Pro Universitaria, Bucureşti 2013
6. Purcărea, Theodor - Distribuție și merchandising, Ed. Universitară Carol Davila, București, 2007, Reactualizat Septembrie 2018
7. Purcarea Theodor - Managementul relaţiilor cu clienţii, Ed. Universitara Carol Davila, Bucureşti, 2011, Reactualizat Septembrie 2018

FACULTATIVĂ:

1. Belch G., Belch M. - „Advertising and Promotion. An Integrated Marketing Commnunication Perspective”, 11th Edition, McGraw-Hill Education, 2018
2. Chaffey D., Ellis-Chadwick F. - Digital Marketing, 9th Edition, Pearson, 2025
3. Czinkota M., Ronkainen I. – International Marketing, 10th Edition, Harcourt College Publishers, 2019
4. Dhadus Jagruti – Financial Marketing, Cyber Tech Publishing, 2016
5. David S. Williams - Connected CRM: Implementing a Data-Driven, Customer-Centric Business Strategy, Wiley, 1 edition, March 3, 2014
6. Duffett R., Edu T., Negricea I.C., Zaharia R.M. - Modelling the effect of Youtube as an advertising medium on converting intention-to-purchase into purchase, Transformations in Business &

Economics, vol. 19, nr. 1 (49), pag. 112-132, 2020, ISSN 1648-4460, Clarivate Analytics Master Journal List

7. Purcărea, Theodor - Retail in the era of Omni channel marketing, Romanian Distribution Committee Magazine, Volume 7, Issue 4, 2016
8. Purcărea, Theodor - The Challenge of a Truly Omni Channel Approach for Retailers, Romanian Distribution Committee Magazine), 2016, Volume 7, Issue 2
9. Kotler Ph., Armstrong G. – „Principles of Marketing", Ed. 17, Pearson, 2017
10. Kotler Ph., Kartajaya H., Setiawan I. - Marketing 5.0: Technology for Humanity, Wiley, 2021
11. Roger J. Baran, Robert J. Galka - CRM: The Foundation of Contemporary Marketing Strategy, Routledge, 1st Edition, February 27, 2013
12. Marc Wolenik - Microsoft Dynamics CRM 2016 Unleashed (includes Content Update Program): With Expanded Coverage of Parature, ADX and FieldOne, Sams Publishing, 1 edition, September 19, 2016

COMUNICARE DE MARKETING (INCLUDE *TEHNICI PROMOȚIONALE, RELAȚII PUBLICE)*

TEMATICĂ

TEHNICI PROMOȚIONALE

1. Metode și tehnici promoționale
2. Planificarea și derularea campaniei promoționale/ publicitare/ de PR/ promovare stimulentă
3. Coordonatele politicii promoționale
4. Participarea firmei la târguri și expoziții
5. Evoluții și tendințe în publicitatea produselor
6. Analiza mixului promotional

RELAȚII PUBLICE

1. Analiza procesului de comunicare şi a componentelor sale
2. Studiul elementelor de comunicare formală si informală
3. Relațiile publice: importanță și particularități în practica organizațiilor
4. Elaborarea campaniei de relații publice
5. Comunicarea – variabilă cheie în procesul de consolidare a relațiilor cu clienții

BIBLIOGRAFIE

OBLIGATORIE:

1. Dragan C (Neagoe. C) - Comunicarea în marketingul relațional. Teorie și practică., Ed. Universitară, București, 2012
2. Dumitru N. - Comunicare și promovare în afacerile internaționale, Ed. Universitară, 2009

3. Pavel C. - Tehnici promoţionale, Editura ProUniversitaria, Bucureşti, 2014
4. Papuc Mihai – Tehnici promoţionale, Editura Universitară, Bucureşti, 2006
5. Popescu I.C. – Comunicarea în marketing, Editura Uranus, Bucureşti, 2001
6. Șerbănică D. - Relații publice, Editura A.S.E., București, 2003

FACULTATIVĂ:

1. Belch G., Belch M. - „Advertising and Promotion. An Integrated Marketing Commnunication Perspective", 11th Edition, McGraw-Hill Education, 2018
2. Kotler Ph., Armstrong G. – „Principles of Marketing", Ed. 17, Pearson, 2017

MANAGEMENT GENERAL (INCLUDE *BAZELE MANAGEMENTULUI, MANAGEMENT COMERCIAL, STRATEGII MANAGERIALE*)

TEMATICĂ

BAZELE MANAGEMENTULUI

1. Noțiuni fundamentale în management (definirea științei managementului, obiectul de studiu, principiile generale ale managementului, procesul de management)
2. Organizarea formală și informală – particularități și sferă de cuprindere, structura organizatorică – concept, componente, caracteristici, tipologie, documente de formalizare a structurii organizatorice
3. Subsistemul informațional - concept, componente, tipologii, deficiențe potențiale în funcționarea eficientă
4. Decizia managerială – concept, cerințe de raționalitate, tipologie
5. Definirea managerului, tipuri de manageri și stiluri de management, rolurile atribuite managerilor

STRATEGII MANAGERIALE

1. Strategia firmei - concept, componente, tipologie, determinanți
2. Diagnosticarea strategică a mediului intern și extern al firmei
3. Elaborarea strategiei generale
4. Implementarea strategiei și controlul strategic

MANAGEMENTUL APROVIZIONĂRII ŞI VÂNZĂRILOR

1. Managementul stocurilor
2. Managementul vânzărilor
3. Managementul aprovizionării
4. Managementul canalelor de distribuţie
5. Managementul sistemului logistic comercial
6. Managementul rutelor comerciale

BIBLIOGRAFIE

OBLIGATORIE:

1. Gh. Basanu, M. Pricop, Managementul aprovizionarii si desfacerii – vanzarii, Ed. Economica, Bucuresti, 2012
2. Budacia E. A., Baragan L. G., Managemetul Comercial – de la aprovizionare la vânzare, Ed. Universitara, Bucuresti, 2013
3. Budacia, E. A. (coordonator), Managementul serviciilor, Editura Universitară, București, 2010
4. Burduș E. – Tratat de management, Ediția a III-a, Editura Pro Universitaria, București, 2017
5. Dalotă D.M., Bărăgan L.G. – ”Management general”, Ediția a V-a, Editura Pro Universitaria, 2020
6. Reid, D.R., Sanders, N.D.- Operations Management - An Integrated Approach, Sixth edition, John Wiley & Sons, 2016

FACULTATIVĂ:

1. Burduș E., Popa I. – ”Fundamentele managementului organizației”, Ediția a III-a, Editura Pro Universitaria, 2018
2. Căprărescu Ghe., Stancu D.G., Aron G. – ”Managementul organizației”, Editura Universitară, 2012
3. Verboncu I., Apostu C.M., Gogîrnoiu D.M., Zalman M. – „Management. Eficiență. Eficacitate. Performanțe”, Editura Universitară, 2013
4. Nicolescu O., Verboncu I. – *Metodologii manageriale*, Ediție nouă, Editura Universitară, București, 2008
5. D. Patriche (coordonator), *Tratat de Management Comercial*, Ed. Universitară, Bucureşti, 2007
6. Patriche (coordonator), E. A. Budacia, D.A. Smedescu, *Management comercial – structuri instrumentale, tematici de referate şi dezbateri, studii de caz, lucrări practice, lucrări de licenţă, teste*, Ed. Universitară, Bucureşti, 2008

GLOBALIZARE ȘI AFACERI INTERNAȚIONALE

TEMATICĂ

1. Globalizare vs. regionalizare
2. Impactul globalizării asupra economiilor emergente
3. Evoluția marilor puteri în contextul globalizării
4. Globalizarea și corporațiile multinaționale
5. Comportament organizațional
6. Internaționalizarea afacerilor
7. Fluxuri comerciale internaționale
8. Operațiuni de comerț exterior
9. Impactul economic al activităților corporațiilor multinaționale din perspectiva țărilor gazdă
10. Investițiile externe de capital și dezvoltarea economică
11. Corporaţiile transnaţionale şi zone offshore

12. Implicaţiile paradisurilor fiscale în planificarea fiscală corporatistă

BIBLIOGRAFIE

OBLIGATORIE:

1. Bonciu, F. – Economia mondială a secolului XXI: O lume multipolara in cautarea unei noi paradigme, Bucureşti: Editura Pro Universitaria, 2012
2. Baten, J. – A History of the Global Economy.1500 to the Present, Cambridge University Press, 2016
3. Caraiani Gh., Potecea V., Cebuc (Surdu) D.G. – Logistica Afacerilor Internaționale, Ediția a 3-a, Editura Universitară, 2010
4. Caraiani Gh., Potecea V. – Contractarea și derularea contractelor în afacerile internaționale – clasic vs. electronic, Editura Universitară, București, 2013
5. Jason Colquitt, Jeffery LePine, Michael Wesson - Organizational Behavior: Improving Performance and Commitment in the Workplace 5th Edition, McGrawHill Education, 2017
6. Popescu D.I. – Comportament organizațional, Editura ASE, 2013
7. Prună M. – Comunicare şi relaţii publice, note de curs, ediţia a II a adăugită şi revizuită, Ed. proUniversitaria, Bcureşti, 2011

FACULTATIVĂ:

1. Caraiani Gh., Potecea V. – Tranzacții Internaționale – Ghid practic și modele de documente, Editura Wolters Kluwer Romania, 2009
2. Krugman, P., Obstfeld, M., Melitz, M. – International Economics – Theory and Policy, 9th edition, New Jersey: Pearson Education Inc., 2011
3. Popa I. – Tehnica operațiunilor de comerț exterior, Editura Economică, București, 2006

POLITICI ECONOMICE

TEMATICĂ

1. Politica economică în ţările dezvoltate (*politica monetară şi de credit; politica fiscală; politica cheltuielilor publice; politica comercială*)
2. Crizele economice (*evoluţie şi impact*)
3. Criza economico-financiară: impactul globalizării la nivelul mecanismelor și canalele de transmitere
4. Crizele economice și ciclicitatea lor
5. Dinamica inflației și a șomajului
6. Deficitul bugetar și datoria publică
7. Politici economice anticriză

BIBLIOGRAFIE

OBLIGATORIE:

1. Acemoglu D. – Introduction to Modern Economic Growth. Cambridge, MA: Massachusetts Institute of Technology, 2007
2. Bulborea I. (coordonator) – Microeconomie şi Macroeconomie, Partea I si aIIa, Ed. ProUniversitaria, Bucureşti, 2009
3. Campbell McConnell, Stanley Brue, Sean Flynn – Macroeconomics: Principles, Problems, & Policies, 21 Edition, McGraw-Hill Education, 2018
4. Economic Policy, Oxford, Blackwell Publishing, 2010
5. Popescu Gh., Ciurlau F. – Macroeconomie, ProUniversitaria, Bucureşti, 2012

FACULTATIVĂ:

1. Leslie Lipschitz, Susan Schadler – Macroeconomics for Professionals, Cambridge University Press, 2019
2. N. Gregory Mankiw, Mark P. Taylor – Economics, published by Cengage Learning, 2014
3. Patrick J. Welch, Gerry F. Welch – Economics: Theory and Practice, Paperback, Hoboken, John Wiley&Sons, 2010

EVALUAREA PERFORMANȚELOR ECONOMICO-FINANCIARE ȘI CONTABILITATEA ORGANIZAȚIEI (INCLUDE *BAZELE CONTABILITĂȚII, FINANȚE*)

TEMATICĂ

1. Perfecţionarea managementului sistemului informaţional-contabil
2. Managementul, organizarea contabilităţii şi a calculaţiei costurilor pe centre de responsabilitate
3. Organizarea contabilităţii de gestiune şi a calculaţiei costurilor prin metoda direct costing
4. Ratele de eficienţă, mijloc de analiză şi stabilire a performanţelor întreprinderii
5. Capitalurile întreprinderii
6. Gestiunea activelor circulante
7. Finanţarea activităţii curente
8. Investiţiile întreprinderii
9. Riscul în activitatea întreprinderii
10. Echilibrul financiar
11. Perfecţionarea managementului pe baza analizei echilibrului financiar şi a rentabilităţii
12. Rezultatele întreprinderii

BIBLIOGRAFIE

OBLIGATORIE:

1. Horomnea E., Budugan D., Georgescu I., Istrate, C., Pavaloaia L., Rusu, A. – Introducere în contabilitate. Concepte şi aplicaţii, Editura Tipo Moldova, Iaşi, 2016
2. Manta O., Dimitriu M. – Stabilitatea financiara si strategii financiare, Editura Letras, 2018
3. Potecea O. – Bazele contabilităţii, Editura Pro Universitaria, Bucureşti, 2014
4. Ungureanu M.A., Nedelescu M.D., Ungureanu D.M.– Finanţe, Editura Universitară, Bucureşti, 2018

FACULTATIVĂ:

1. Istrate C. – Contabilitate și raportări financiare individuale și consolidate, Editura Polirom, Iași, 2016
2. Manta O. – Financial Market Trends, a Local Mission & a Global Vision, editura LAP LAMBERT Academic Publishing, Germany, 2019
3. Ungureanu D.M., Nedelescu M.D. – Fiscalitate, Editura Universitară, Bucureşti, 2015