

TEMATICA ORIENTATIVĂ ȘI BIBLIOGRAFIA

pentru admiterea la programul de studii universitare de master:

MARKETING ÎN AFACERI

TEMATICA DE CONCURS

1. Strategii de comunicare în afaceri.
2. Oportunități oferite de mediul on-line pentru activitatea de marketing a IMM-urilor.
3. Comunicare integrată de marketing în cadrul companiei.
4. Elaborarea mix-ului de marketing la nivelul organizației.
5. Abordarea strategică a marketingului integrat.
6. Marketingul direct, instrument de acțiune a întreprinderii.
7. Manifestări ale culturii organizaționale.
8. Strategia de piață a unei organizații.
9. Metode și tehnici de perfecționare a comunicării organizaționale.
10. Marketingul relațional – soluția fidelizării clientului.
11. Studiarea mediului extern al întreprinderii românești contemporane (din sfera producției, distribuției sau prestărilor de servicii).
12. Campania de marketing digital.
13. Conturarea elementelor comportamentale ale consumatorului final.
14. Identificarea criteriilor decizionale în achizițiile efectuate de organizații.

BIBLIOGRAFIE

1. **Balaure V. (coordonator)** – Marketing, Ediția a II-a, Editura Uranus, București, 2003.
2. **Belch G., Belch M.**, Advertising and Promotion. An Integrated Marketing Communication Perspective, 11th Edition, McGraw-Hill Education, 2018
3. **Bing L.** - Web Data Mining, Exploring Hyperlinks, Contents, and Usage Data, Springer Berlin, Heidelberg, 2007.
4. **Bird D.** - Marketingul direct pe înțelesul tuturor, Editura Publica, București, 2007.
5. **Blythe J.** - Marketing Strategy, McGraw Hill Education, Londra, 2003.
6. **Blythe J.** - Marketing (SAGE Course Companions), SAGE Publications, Londra, 2006.
7. **Blythe J.** - Principles & Practice of Marketing, Thomson Learning, Londra 2006.

8. **Cetină I., Brandabur R., Constantinescu M.** - Marketingul Serviciilor. Teorie și aplicații, Ed. Uranus, București 2006.
9. **Chaffey D., Ellis-Chadwick F.**, Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice, 6th Edition, Pearson, 2016
10. **Chaffey D., Smith P.R.**, Digital Marketing Excellence. Planning, Optimizing and Integrating Online Marketing, 5th edition, T&F/Routledge, 2017
11. **Fill Ch.** - Marketing Communications – Interactivity, Communities and Content, a 5a ediție, Pearson Education Limited, Edinburg Gate, 2009.
12. **Hanson A. W., Kalyanam K.** - Internet Marketing & e-Commerce, Thomson South- West, SUA, 2007.
13. **Keller K. L.** - Strategic Brand Management, Third Edition, Pearson Education, Pearson Prentice Hall, 2008.
14. **Kotler Ph.** - Managementul marketingului, Editura Teora, București, 2008.
15. **Kotler Ph., Armstrong G.**, – Principiile marketingului, Editura Teora, București, 2008.
16. **Kotler Ph., Keller, K. L.** – Marketing Management, 15th Edition, Pearson Education, Pearson Prentice Hall, 2016
17. **Kotler Ph., Armstrong G.** - Principles of Marketing, 17th Edition, Pearson, 2017
18. **Negricea C. I.** - Strategii de marketing online – soluții de succes pentru dezvoltarea și implementarea aplicațiilor de marketing online în activitatea organizației, Editura Universitară, București, 2010.
19. **Papuc M.** - Gestiunea forțelor de vânzare, Editura Universitară, București, 2010.
20. **Percy L.** - Strategic Integrated Marketing Communications, Butterworth-Heinemann, Burlington, SUA, 2008.
21. **Purcărea, Th.** – Distribuție și merchandising, Editura Universitară Carol Davila, București, 2007.
22. **Purcărea, Th.** – Marketing. Inovație și alternativă, Editura Universității Tehnice a Moldovei, Chișinău, 2006.
23. **Purcărea, Th., Rațiu, M. P.** – Comportamentul consumatorului, o abordare de marketing, Editura Universitară „Carol Davila”, București, 2007.
24. **Smedescu I. (coord.)** - Bazele marketingului, Editura Universitară, București, 2008.
25. **Smedescu I. (coord.)**, Marketing, Editura Pro Universitaria, 2011.
26. **Soca, D.** - Piața mondială a serviciilor, Editura Universitară, București 2006.

27. **Solomon, M. R. - Consumer Behavior: Buying, Having, and Being**, 12th Edition, Pearson Education, Pearson Prentice Hall, 2017
28. **Stuart E. B., Sarow M. S., Laurence S.** - Integrated Business Communication in a Global Marketplace, Editura John Wiley & Sons, Ltd, West Sussex, Marea Britanie, 2007.