

TE M A T I C Ă

pentru examenul de licență la disciplina

POLITICI ȘI STRATEGII DE PROMOVARE A PRODUSULUI

1. Conceptul de marketing
2. Evoluția marketingului
3. Funcțiile marketingului
4. Domeniile de aplicare ale marketingului
5. Mediul extern al firmei:
 - Micromediul firmei;
 - Macromediul firmei;
6. Piața firmei și a produsului
7. Cercetarea de marketing
8. Obiectul și clasificarea cercetărilor de marketing;
9. Politici și strategii de produs
10. Politici și strategii de preț
11. Politici și strategii de distribuție
12. Politici și strategii promoționale
13. Organizarea activității de marketing în vederea promovării produselor

- Studentul va fi invitat să vorbească și despre lucrarea sa de licență, corelând subiectele din biletul de examen cu tema cercetării sale.

BIBLIOGRAFIE :

1. Sică Stanciu – „Marketing general – particularități în organizațiile non-profit”, Ed. Dareco, 2002;
2. Ph. Kotler – „Managementul marketingului”, Ed. Teora, Bucuresti, 1997;
3. Ph. Kotler, G. Armstrong, J. Sanders, V. Wong – „Principiile marketingului”, Ed. Teora, Bucuresti, 1998;
4. Philip Kotler - „Marketing de la A la Z : 80 concepte pe care trebuie să le cunoască orice manager”, Editura Codecs, 2004;
5. Bruhn M. – „Marketing. Noțiuni de bază pentru studiu și practică”, Editura Economică, București, 1999;
6. Olteanu V. – „Marketingul serviciilor”, Editura Uranus, Bucuresti, 2000;
7. Mihai C. Demetrescu - Marketing, Editura Europa Nova, București, 1991;
8. Nicolae Al. Pop - Marketing, Editura Enciclopedică, București, 1993;
9. Paul Ștefănescu - Bazele marketingului, Editura Economică, București, 1995 ;