



Către

Rectoratul Universității „Nicolae Titulescu” din București

TEMATICA ȘI BIBLIOGRAFIA PENTRU POSTUL PROPUȘ PENTRU PROMOVARE

Vă transmitem tematica și bibliografia necesare desfășurării examenului de promovare pentru postul propus pentru promovare în semestrul I, anul universitar 2022-2023 la Facultatea de ECONOMIE ȘI ADMINISTRAREA AFACERILOR, Departamentul de ȘTIINȚE ECONOMICE.

Conferențiar, poziția 8, disciplinele: Marketing internațional, Cercetări de marketing, Strategii de marketing, Marketing în ONG, Comerț electronic, Prețuri și concurență / Mecanisme concurențiale și prețuri.

DISCIPLINA: Marketing internațional

Tematica de concurs

1. Internaționalizarea afacerilor – caracteristica esențială a mediului economic mondial
2. Conceptul de marketing internațional
3. Afaceri internaționale - Marketing internațional - Comerț internațional
4. Studiul și selectarea piețelor externe. Mediul de piață internațional. Analiza concurenților pe piețele internaționale
5. Caracteristici și criterii de selectare privind alegerea piețelor externe
6. Strategii de marketing internațional
7. Politica de produs în marketingul internațional. Politica de marcă în marketingul internațional
8. Lansarea produselor noi pe piața internațională
9. Politica contractuală și de preț în marketingul internațional
10. Politica de distribuție în marketingul internațional – obiective; logistica comercială internațională, strategii de distribuție internațională
11. Politica de comunicare în marketingul internațional – instrumente și tehnici de comunicare în marketingul internațional, strategii de comunicare de comunicare în marketingul internațional

Bibliografia de concurs

1. Elena Mărgulescu - Marketing internațional, Editura Universității Nicolae Titulescu, e-book, 2022.
2. Elena Mărgulescu - Marketing internațional, note de curs disponibile pe platforma eLis.
3. Philip Kotler, Kevin Lane Keller - Managementul marketingului – Editia 5, Ed. Teora, București, 2008.
4. Philip Kotler, Gary Armstrong - Principiile marketingului – Editia 4, Ed. Teora, 2008.
5. Scott G. Dacko – The Advanced Dictionary of Marketing – Oxford University Press, 2008
6. Don Sexton – Branding – Ed. Curtea Veche, 2012.
7. Adrian Gherasim, Daniel Gherasim - Marketing internațional Ed. Pro Universitaria, 2020.

DISCIPLINA: Cercetări de marketing

Tematica de concurs

1. Coordonate definitorii ale cercetării de marketing
2. Planificarea și execuția cercetărilor de marketing
3. Măsurarea fenomenelor în cercetarea de marketing
4. Metode de obținere a datelor în cercetările de marketing
5. Elaborarea chestionarului
6. Fundamentele eșantionării
7. Eșantionarea probabilistă
8. Eșantionarea neprobabilistă
9. Analiza univariată a datelor în cercetările de marketing
10. Analiza bivariată și multivariată a datelor în cercetarea de marketing

Bibliografia de concurs

1. Armstrong, G., Kotler, Ph., 2015, Introducere în marketing, Editura Pearson, Boston
2. Datculescu, P., 2012, Cercetarea practică de marketing. Ediția a 2-a, Editura Brandbuilders, Otopeni
3. Gabor, M.R., 2016, Analiza și inferența statistică a datelor de marketing, Editura C.H. Beck, București
4. Vrânceanu, D.M., 2013, Cercetări de marketing în context global, Editura ASE, București
5. Voicu, M., 2022, Cercetări de marketing, Editura Universității „Nicolae Titulescu”, București

DISCIPLINA: Strategii de marketing

Tematica de concurs

1. Marketingul strategic – etapă superioară în evoluția teoriei și practicii de marketing
2. Planificarea strategică de marketing
3. Auditul extern de marketing
4. Auditul intern de marketing
5. Metode de analiză a portofoliului de afaceri
6. Analiza SWOT
7. Obiectivele și strategia de marketing a organizației
8. Strategia de piață – nucleul politicii de marketing
9. Strategiile mixului de marketing
10. Strategii de marketing internațional
11. Implementarea strategiilor de marketing

Bibliografia de concurs

1. Armstrong, G., Kotler, Ph., 2015, Introducere în marketing, Ediția a 12-a, Editura Pearson, Boston.
2. Gherasim, A., Gherasim, D., 2020, Marketing internațional, Editura Pro Universitaria, București.
3. Ioniță, P., D., 2014, Strategii de marketing ale IMM-urilor, Editura ASE, București.
4. Mușetescu, A., 2014, Strategii de marketing pe plan internațional, Editura Pro Universitaria, București.
5. Rădulescu, V., 2019, Auditul în marketing: abordări conceptuale și operationale. Ediția a 2-a, Editura Pro Universitaria; București.
6. Voicu, M.C., 2015, Marketingul serviciilor – manual ID, Editura Universității „Nicolae Titulescu”, București.

DISCIPLINA: Marketing în ONG

Tematica de concurs

1. Obiectul de studiu al marketingului
2. Sistemul de marketing al organizației
3. Piața – componentă principală a mediului de afaceri
4. Legăturile organizației cu mediul extern

5. Comportamentul consumatorului
6. Strategia de marketing
7. Strategia de piață
8. Mixul de marketing
9. Produsul și rolul său în strategia organizației
10. Prețul – instrument de marketing
11. Distribuția produselor
12. Promovarea bunurilor și serviciilor
13. Organizarea activității de marketing în instituția publică

Bibliografia de concurs

1. Sica Stanciu, Marketing general – particularități în organizațiile non-profit, Ed. Dareco, 2002
2. Sica Stanciu, Costel Stanciu, Marketingul in ONG, Editie online, Editura Universitatii „Nicolae Titulescu”, Bucuresti, 2021
3. Kotler, P., Managementul marketingului, Ed. Teora, București, 1997.
4. Kotler, P., Marketing in sectorul public, Editura: Meteor Press, 2008.
5. Androniceanu A., Noutăți în managementul public, Editura Cartea Studentească, București, 2008.
6. Alexandru, I., Matei L., Servicii publice: abordare juridico- administrativa, management, marketing, Editura Economică, București, 2000.
7. Olteanu, V., Marketingul serviciilor, Editura Ecomar, București, 2008

DISCIPLINA: Comerț electronic

Tematica de concurs

1. Introducere in comertul electronic
2. Modele de business in comertul electronic
3. Strategia afacerii în spațiul virtual
4. Principii de realizare a unui website
5. Principii de evaluare a unui site web
6. Securitatea informatiilor în Internet
7. Comert electronic de tip B2C
8. Comert electronic de tip B2B
9. Elemente al limbajului HTML
10. Elemente ale limbajului Javascript
11. Formatarea paginilor Web – limbajul CSS
12. Realizarea site-urilor dinamice – limbajul de programare PHP
13. Organizarea unui magazin online. Studii de caz
14. Optimizarea magazinului online: SEO

Bibliografia de concurs

1. I. Albastroi, e-Business: elemente fundamentale, Bucuresti: Editura ASE, 2017
2. A. Cretan, Comert electronic, Editura Universitatii Nicolae Titulescu din Bucuresti, 2022
3. B. Oancea, A. Cretan, Baze de date, Editura Prouniversitaria, 2013
4. L. Petrescu, Internet, HTML si baze de date, Editura Matrixrom, 2015

DISCIPLINA: Prețuri și concurență / Mecanisme concurențiale și prețuri

Tematica de concurs

1. Mecanismul prețurilor
2. Strategiile de preț ale ofertanților
3. Protejarea concurenței economice
4. Practicile anticoncurențiale
5. Practicile anticoncurențiale bazate pe preț
6. Sistemul prețurilor în România
7. Particularitati ale formarii preturilor în unele sectoare economice

8. Fundamentarea și actualizarea prețurilor de ofertă
9. Metode de corelare a prețurilor
10. Prețurile și tarifele reglementate
11. Reglementarea achizițiilor de stat

Bibliografia de concurs

1. Serghei Mărgulescu, Mecanisme concurențiale și prețuri, Editura Universității Nicolae Titulescu, e-book, 2022.
2. Serghei Mărgulescu, Mecanisme concurențiale și prețuri, note de curs disponibile pe platforma eLis;
3. Platis Magdalena, Contu Eleonora, Mecanisme concurențiale și prețuri: teorie și aplicații, Ed. Universității din București, 2017.
4. Tănase Diana, Tănase Adrian, Tipuri de piețe și modalități de formare a prețului, Ed. Economică, București, 2013.
5. Roș Viorel, Romitan Ciprian Raul (coord.): volumul conferinței naționale Contrafacerea, concurența și protecția produselor tradiționale în Uniunea Europeană, București, 2-3 noiembrie 2017, Ed. Universul Juridic, București, 2017.
6. Legea concurenței nr. 21/1996. M.O. partea I, nr. 88/1996.

DECAN,
Conf. univ. dr. Maria GRIGORE