



**UNIVERSITATEA „VALAHIA” TÂRGOVIȘTE**  
**FACULTATEA DE ȘTIINȚE și INGINERIE - Alexandria**  
**DEPARTAMENTUL DE ȘTIINȚE și INGINERIE**

**TEMATICA DE LICENȚĂ**  
**Cunoștințe fundamentale și de specialitate**  
**– sesiunea iulie 2020, septembrie 2020, februarie 2020**  
**Specializarea ECTS**

- 1. Conceptul de marketing**
  - 1.1. Ce este marketingul?
  - 1.2. Evoluția conceptului de marketing
- 2. Rolul și funcțiile marketingului**
  - 2.1. Rolul marketingului
  - 2.2. Funcțiile marketingului
- 3. Mediul de marketing al întreprinderii**
  - 3.1. Conținutul mediului de marketing al întreprinderii
  - 3.2. Mediul extern al întreprinderii
  - 3.3. Mediul intern al întreprinderii
- 4. Agenții economici, circuitul și fluxurile economice**
  - 4.1. Agenții economici
  - 4.2. Fluxurile economice și circuitul economic
- 5. Piața bunurilor și serviciilor**
  - 5.1. Oferta agregată
  - 5.2. Agregatele macroeconomice și indicatorii macroeconomici de rezultate ( Sisteme de apreciere a rezultatelor macroeconomice; Principiile măsurării rezultatelor macroeconomice și conturile sectoarelor instituționale. Indicatorii macroeconomici)
  - 5.3. Cererea agregată
  - 5.4. Consumul și economisirea. Funcțiile macroeconomice ale consumului și economisirii
  - 5.5. Investițiile -concept, structura; Investițiile pentru afaceri ; Investițiile în stocuri; Investițiile rezidențiale
  - 5.6. Cheltuielile publice și exportul net
- 6 MANAGEMENTUL: ABORDARE CONCEPTUALĂ**
  - 6.1. Ce este managementul?
  - 6.2. Procesul de management
  - 6.3. Funcțiile procesului de management
- 7 MEDIUL ORGANIZAȚIEI**
  - 7.1. Tipurile de mediu extern
  - 7.2. Analiza condițiilor de mediu
- 8. INFORMATIA - TEHNOLOGIA INFORMATIEI**
  - 6.1. Caracteristicile și calitățile informațiilor
  - 6.2. Dinamica sistemelor informaționale
- 9. Politica de comunicare**
  - 9.1. Conținutul și rolul comunicării
  - 9.2. Mijloacele comunicării de marketing
  - 9.3. Strategia de comunicare
- 10. MANAGEMENTUL STRATEGIC**
  - 10.1. Planificarea strategică
  - 10.2. Definiția planificării strategice
- 11. METODE DE MANAGEMENT**
  - 11.1. Managementul pe baza de plan
  - 11.2. Managementul prin bugete
  - 11.3. Managementul prin obiective
- 12. Piața întreprinderii**
  - 12.1. Piața, unul dintre conceptele fundamentale ale marketingului
  - 12.2. Definiția restrânsă a pieței

- 12.3. Definiția în sens larg a pieței
- 13. Politica de preț**
  - 13.1. Prețul – concept și funcții
  - 13.2. Rolul prețului în structura mixului de marketing
  - 13.3. Determinarea prețurilor
  - 13.4. Strategii de preț
- 12. Politica de distribuție**
  - 12.1. Conținutul și rolul distribuției
  - 12.2. Funcțiile distribuției
  - 12.3. Canale de distribuție
  - 12.4. Strategii de distribuție
  - 12.5. Distribuția fizică – stocajul
  - 12.6. Formele comerțului – comerțul integrat
  - 12.7. Definierea, rolul și funcțiile comerțului cu amănuntul
  - 12.8. Tipologia punctelor de vânzare cu amănuntul - Etape ale evoluției punctelor de vânzare cu amănuntul
  - 12.9. Forme de vânzare cu amănuntul - Vânzările de contact
  - 12.10. Forme de vânzare cu amănuntul - Vânzările impersonale
- 13. Cercetarea de marketing, noțiuni introductive**
  - 13.1. Necesitatea și rolul cercetărilor de marketing
  - 13.2. Definierea cercetării de marketing. Legături cu alte discipline
  - 13.3. Evoluția cercetărilor de marketing
  - 13.4. Sfera cercetărilor de marketing
  - 13.5. Cerințele unei cercetări de marketing
  - 13.6. Clasificarea cercetărilor de marketing
  - 13.7. Etapele cercetării de marketing
- 14. Metode de culegere a informațiilor în cercetările de marketing**
  - 14.1. Analiza surselor secundare
  - 14.2. Sondajul
  - 14.3. Observarea
  - 14.4. Experimentul
  - 14.5. Alte metode de culegere a informațiilor
- 15. Prelucrarea datelor în cercetările de marketing**
- 16. Comerțul de gros**
- 17. Comerțul cu amănuntul**
- 18. Serviciile de producție – concept, tipologie**
- 19. Serviciile de consultanță – concept, tipologie**
- 20. Serviciile publice – concept, tipologie**
- 21. Organizarea unei structuri de cazare de tip hotel**
- 22. Criterii de clasificare a structurilor de cazare pe stele / margarete în România**
- 23. Lanțurile hoteliere**

**NOTĂ:** pentru subiecte se folosesc suporturile de curs al cadrelor didactice titulare de curs.

DECAN  
Conf.univ.dr.Ioana PANAGORET

Director Departament  
Lect.univ.dr.Sorina CERNAT