

FACULTATEA de BUSINESS

TEMATICA PENTRU EXAMENUL DE LICENȚĂ

MARKETING

SESIUNEA IULIE 2026

CUNOȘTINȚE GENERALE

I. ECONOMIE

1. Sistemul economiei naționale
2. Nevoi și resurse
3. Teoria producătorului
4. Teoria consumatorului
5. Piețe, concurență, prețuri
6. Indicatorii macroeconomici de rezultate
7. Cererea și oferta agregată
8. Venit, consum, economii și investiții
9. Piața monetară
10. Inflația
11. Piața muncii și salariul
12. Șomajul
13. Fluctuațiile activității economice
14. Globalizarea

II. MANAGEMENT

1. Obiectul managementului
2. Procesul de management - tipuri și funcții ale acestuia
3. Stiluri de management - conținut și factori de influență
4. Sisteme de caracterizare a stilurilor de management
5. Conceptul de firmă și de întreprinzător
6. Mediul ambiant al firmei
7. Avantajele rețelei de întreprinderi
8. Elementele structurii organizatorice

CUNOȘTIȚE DE SPECIALITATE

III. BAZELE MARKETINGULUI ȘI MARKETING INTERNAȚIONAL

BAZELE MARKETINGULUI

1. Obiectivele marketingului
2. Principiile marketingului
3. Macromediul întreprinderii
4. Structura pieței
5. Căi de dezvoltare a pieței întreprinderii
6. Tipologia cercetărilor de marketing
7. Metode și tehnici de culegere a informațiilor în cercetările de marketing
8. Tipologia strategiilor de piață
9. Politica de produs - componentă a mixului de marketing
10. Strategii utilizate în politica de produs
11. Formarea prețurilor
12. Canale și forme de distribuție
13. Publicitatea
14. Strategii utilizate în politica promoțională

MARKETING INTERNAȚIONAL

15. Mediul politic și de securitate
16. Mediul economic
17. Mediul legal
18. Mediul geografic
19. Mediul cultural
20. Internaționalizarea afacerilor, caracteristică a mediului de afaceri internațional
21. Strategia de marketing

IV. MARKETINGUL SERVICIILOR

1. Trăsături caracteristice ale marketingului serviciilor
2. Mediul de marketing al companiilor prestatoare de servicii
3. Piața companiilor prestatoare de servicii
4. Comportamentul consumatorului în servicii
5. Planificarea strategică în marketingul serviciilor
6. Strategii ale mixului de marketing în servicii

7. Politica de produs în servicii
8. Politica de preț în servicii
9. Politica de distribuție în servicii
10. Politica de promovare în servicii

V. MARKETING AGROALIMENTAR

1. Analiza pieței agroalimentare
2. Mixul de marketing pe piața agroalimentară
3. Strategii de marketing agroalimentar

VI MANAGEMENTUL RESURSELOR UMANE

1. Concepte fundamentale ale resurselor umane.
2. Cadrul conceptual al managementului resurselor umane.
3. Evoluția conceptuală și practică a managementului resurselor umane.
4. Planificarea strategică a resurselor umane.
5. Organizarea resurselor umane.
6. Recrutarea, selecția și inserția profesională
7. Formarea și dezvoltarea profesională a resurselor umane.
8. Managementul carierei
9. Motivația resurselor umane
10. Managementul competențelor profesionale

VII. LOGISTICA MĂRFURILOR

1. Introducere în logistică
2. Logistica integrată
3. Provocări pentru logistică
4. Cadrul de desfășurare a activității de logistică
5. Segmentarea canalului de distribuție
6. Infrastructura logisticii
7. Managementul logisticii
8. Managementul producției și materialelor
9. Depozitarea stocurilor
10. Modalități de transport

VIII. COMPORTAMENTUL CONSUMATORULUI ȘI TEHNICI PROMOȚIONALE COMPORTAMENTUL CONSUMATORULUI

1. Elemente conceptuale ale studiului comportamentului consumatorului
2. Modele fundamentale ale studiului comportamentului consumatorului
3. Factorii determinanți ai studiului comportamentului consumatorului
4. Influențe endogene asupra studiului comportamentului consumatorului
5. Influențe exogene asupra studiului comportamentului consumatorului
6. Procesul decizional de cumpărare

TEHNICI PROMOȚIONALE

7. Politica promoțională - componentă de bază a mixului de marketing
8. Publicitatea
9. Promovarea vânzărilor
10. Tehnici utilizate în promovarea vânzărilor
11. Relații publice
12. Forțele de vânzare
13. Marca

IX. CERCETĂRI DE MARKETING

1. Tipuri de cercetări de marketing
2. Metode de scalare