

Tematica și Bibliografia pentru concurs

An univ. 2017-2018

Comunicare de afaceri și media (în limba franceză)

Tematică:

1. Planul de comunicare (Le plan de communication)
2. Comunicarea prin imagine (Communiquer par l'image)
3. Comunicarea scrisă (Communiquer par l'écrit)
4. Comunicarea prin intermediul rețelei web (Communiquer par le web)
5. Relațiile cu presa (Les relations avec la presse)
6. Dezvoltarea relațiilor publice (Développer les relations publiques)
7. Comunicarea în perioada de criză (Communiquer en période de crise)
8. Stimularea comunicării interne (Dynamiser la communication interne)
9. Colaborarea cu o agenție de publicitate (Travailler avec une agence)

Bibliografie

- Armstrong, G., Kotler, Ph. (2007). *Principes de marketing, 8e édition*, Paris : Pearson Education ;
- Budelmann, K., Kim, Y., Wozniak, C. (2013). *100 principes fondamentaux de l'identité visuelle des marques*, Paris : Dunod ;
- Jézéquel, B., Gérard, Ph. (2012). *La boîte à outils du Responsable communication, 2e édition*, Paris : Dunod ;
- Kotler, Ph., Keller, K., Manceau, D., Dubois B. (2012). *Marketing Management, 13e édition*, Paris : Pearson Education ;
- Malaval, Ph., Décaudin, J.-M., avec la collaboration de Bénaroya, C. (2005). *Pentacom. Communication : théorie et pratique*, Paris : Pearson Education ;
- March, V. (2015). *Comment développer votre activité grâce aux médias sociaux, 2e édition*, Paris : Dunod ;

Administrarea afacerilor în mediul online (în limba franceză)

Tematică:

1. Soluții pentru înființarea unei afaceri în mediul online (Les solutions pour créer la boutique en ligne)
2. Construirea unei afaceri eficiente (Construire une boutique efficace)
3. Organizarea catalogului de produse (Organiser le catalogue de produits)
4. Costurile de livrare (Les frais de port)
5. Siguranța plăților online (Sécuriser les paiements en ligne)
6. Urmărirea comenzilor (Le suivi des commandes)
7. Multiplicarea vânzărilor prin promoții (Multiplier les ventes avec des promotions)
8. Generarea de trafic în magazinul online (Générer du trafic dans la boutique en ligne)
9. Păstrarea legăturii cu vizitatorii: scrisori de informare, bloguri și rețele sociale (Garder le contact avec les visiteurs : lettres d'information, blogs et réseaux sociaux)
10. Internetul mobil (L'internet mobile)

Bibliografie

- Armstrong, G., Kotler, Ph. (2007). *Principes de marketing, 8e édition*, Paris : Pearson Education ;
- Gérard, Ph., Hellart, J. (2011). *La boîte à outils du web en entreprise*, Paris : Dunod ;
- Gibon, B. (2012). *La boîte à outils de la Stratégie*, Paris : Dunod ;
- Scillaci, M. (2012). *Réussir sa boutique en ligne, 2e édition*, Paris : 2ditions First-Gründ ;
- Kotler, Ph., Keller, K., Manceau, D., Dubois B. (2012). *Marketing Management, 13e édition*, Paris : Pearson Education ;
- March, V. (2015). *Comment développer votre activité grâce aux médias sociaux, 2e édition*, Paris : Dunod ;
- Van Laethem, N., Lebon, Y., Durqnd-Mégret, B. (2007). *La boîte à outils du Responsable Marketing*, Paris : Dunod ;

Comportamentul organizațional și al consumatorului (în limba franceză)

Tematică:

1. Marketingul relațional- o nouă abordare a fenomenelor și proceselor din piață (Le marketing relationnel- une nouvelle approche des phénomènes et processus du marché)
2. Managementul relației cu clienții (La gestion de la relation client)
3. Marketingul intern- element cheie în managementul relației cu clienții (Le marketing interne- élément clé dans la gestion des relations avec les employés)
4. Piața- arena consumatorilor (Le marché- l'arène des consommateurs)
5. Orientarea către client- direcție majoră de acțiune a organizației moderne (L'orientation client- la direction majeure d'action de l'organisation moderne)
6. Înțelegerea comportamentului consumatorului (Comprendre le comportement du consommateur)
7. Satisfacția clienților (La satisfaction du client)
8. Fidelizarea clienților (La fidélisation du client)
9. Gestionarea plângerilor și reclamațiilor (La gestion des plaintes et des réclamations)
10. Cercetarea de marketing (La recherche de marketing)

Bibliografie

- Armstrong, G., Kotler, Ph. (2007). *Principes de marketing, 8e édition*, Paris : Pearson Education ;
- Chabry, L., Gillet-Goinard, F., Jourdan, R. (2014). *La boîte à outils de la Relation client*, Paris : Dunod ;
- Churchill, I. (2010). *Marketing research methodological foundations, 10th edition*, Canada : South-Western Cengage Learning ;
- D'Astous, A. (2011). *Le projet de recherche en marketing, 4e édition*, Quebec : Chenelière Éducation inc. ;
- Gates McD. (2010). *Marketing research essentials, 7th edition*, New York : John Wiley & Sons;
- Kotler, Ph., Keller, K., Manceau, D., Dubois B. (2012). *Marketing Management, 13e édition*, Paris : Pearson Education ;
- Pop, N. Al., Petrescu, E.-C. (2008). *Marketing et gestion de la relation client*, București: Editura Uranus;