

**Tematica și bibliografia probelor de concurs pentru posturile propuse a se scoate la concurs  
 în semestrul II anul universitar 2020-2021**

**Postul nr. 96 ASISTENT.**

Discipline: Marketing, Marketing internațional

**Tematica**

**A. Marketing**

1. Conceptul de marketing. Funcțiile marketingului, domeniile de aplicare și specializări ale marketingului.
2. Mediul de marketing.
3. Strategii de piață și mixul de marketing.
4. Politica de produs.
5. Politica de preț.
6. Politica de distribuție.
7. Politica promoțională.
8. Organizarea activității de marketing.

**B. Marketing internațional**

1. Analiza mediului de piață internațional.
2. Analiza riscurilor și a concurenței în marketingul internațional. Selecția piețelor externe.
3. Strategii de pătrundere a întreprinderii pe piața internațională.
4. Politica de produs în marketingul internațional.
5. Standardizarea în cadrul marketingului internațional
6. Politica de preț în marketingul internațional.
7. Politica de distribuție în marketingul internațional.
8. Politica de comunicare în marketingul internațional.

**Bibliografia**

	<b>Marketing</b>
1.	Armstrong, G., Kotler, Ph., Introducere în marketing, Pearson, București, 2016, România
2.	Balaure, V. (coordonator), Marketing, ediția a II-a revăzută și adăugită, Editura Uranus, București, 2002, România
3.	Kotler, Ph., Armstrong G., Principiile Marketingului, ediția a II-a, Editura Teora, București, 2003, România
4.	Kotler, Ph., Keller, K. L, Managementul Marketingului, ediția a V-a, Editura Teora, București, 2008, România
5.	Ries, Al, Trout, Poziționarea – lupta pentru un loc în mintea ta, Editura Curier Marketing, București, 2004, România
	<b>Marketing internațional</b>
6.	Cateora, P., Graham, J., Gilly, M., International Marketing, 15th edition, McGraw-Hill/Irwin, 2011, Statele Unite ale Americii
7.	Dumitru Ionel, Pandelica Ionut, Kailani Camelia, Analiza informațiilor referitoare la piețele externe, Economica, 2019, România
8.	Pop, N. Al. (coord.), Cercetarea piețelor internaționale. Studiu documenta, ASE, 2006, România
9.	Pop, N. Al. (coord.), Marketing internațional. Teorie și practica, Uranus, 2011, România