



**TEMATICĂ ȘI BIBLIOGRAFIA PENTRU COLOCVIUL
DE ADMITERE LA GRADUL DIDACTIC I
SPECIALIZAREA: MARKETING**

**a) Teme privind metodologia cercetării pedagogice și tehnica elaborării
unei lucrări metodico-științifice:**

1. Specificul cercetării pedagogice/educaționale
 - 1.1 Rolul și importanța cercetării pedagogice/educaționale
 - 1.2 Caracteristici ale cercetării pedagogice/educaționale
 - 1.3 Principalele tipuri de cercetare
 - 1.4 Etapele unei cercetări pedagogice
 - 1.4.1 Definierea problemei
 - 1.4.2 Prezentarea contextului teoretic al problemei cercetării
 - 1.4.3 Stabilirea obiectivelor și ipotezelor cercetării
 - 1.4.4 Eșantionarea – constituirea eșantionului cercetării
 - 1.4.5 Prezentarea metodologiei cercetării
 - 1.4.6 Prezentarea rezultatelor cercetării
 - 1.4.7 Analiza și interpretarea rezultatelor cercetării
 - 1.4.8 Concluziile cercetării
 - 1.4.9 Prezentarea bibliografiei și a informațiilor suplimentare privind cercetarea
2. Metode, tehnici și instrumente de cercetare
 - 2.1 Observația psihopedagogică
 - 2.2 Experimentul psihopedagogic
 - 2.3 Analiza produselor activității
 - 2.4 Ancheta
 - 2.5 Focus-grupul
 - 2.6 Teste și probe psihologice utilizate în cercetarea pedagogică
 - 2.7 Tehnici sociometrice
 - 2.8 Studiul de caz
 - 2.9 Metoda comparativă
 - 2.10 Metoda istorică
3. Metode de prelucrare, analiză și interpretare a datelor



MINISTERUL EDUCAȚIEI
UNIVERSITATEA "VALAHIA" DIN TÂRGOVIȘTE
FACULTATEA DE ȘTIINȚE ECONOMICE
DEPARTAMENTUL MANAGEMENT MARKETING

Aleea Sinaia, nr. 13, 130004, Târgoviște, România

email: fse@valahia.ro, web: www.valahia.ro <https://economice.valahia.ro>

4. Modalități de prezentare a datelor cercetării: tabele de rezultate, reprezentări grafice etc.
5. Elaborarea și evaluarea lucrării metodico-științifice
 - 5.1 Norme de tehnoredactare
 - 5.2 Structura lucrării metodico-științifice
 - 5.3 Citarea surselor bibliografice
 - 5.4 Prezentarea lucrării metodico-științifice
 - 5.5 Criterii specifice de evaluare a lucrării metodico-științifice
6. Necesitatea respectării normelor etice în cercetarea științifică responsabilă

BIBLIOGRAFIE GENERALĂ pentru a) :

- Anghel, G.A. (2017). *Elemente de metodologie a cercetării în educație*. București: Editura Didactică și Pedagogică
- Antonesei, L., Popa, N.L. & Labăr, A. V. (2009). *Ghid pentru cercetarea educației*. Iași: Editura Polirom.
- Bocoș, M. D., Stan, C. Crișan, C.A. (coord.). (2021). *Cercetarea educațională Vol. 1, 2*. Cluj-Napoca: Editura Presa Universitară Clujeană.
- Căprioară, D., Neacșu, I. (2016). *Repere în metodologia cercetării educaționale: Teorie, Modele, Aplicații*. Craiova: Sitech.
- Chelcea, S. (2022). *Metodologia cercetării sociologice: metode cantitative și calitative*. București: Pro Universitaria.
- Chelcea, S. (2021). *Manual de redactare în științele socioumane*. București: Pro Universitaria.
- Cristea, S. (2015). *Dicționar enciclopedic de pedagogie*. București: Editura DPH.
- Cucuș, C. (coord.). (2009). *Psihopedagogie pentru examenele de definitivare și grade didactice*, ed. a III-a. Iași: Editura Polirom.
- Drăgan, I., Nicola, I. (1993). *Cercetarea psihopedagogică*. Târgu Mureș: Editura Tipomur.
- Enăchescu, E. (2012). *Cercetarea științifică în educație și învățământ. Intrebări cu și fără răspunsuri imediate*. București: Editura Universitară.
- Havârneanu, C. (2000). *Metodologia cercetării în științele sociale*. Iași: Editura Erota.
- Labăr, A.V. (2008). *SPSS pentru științele educației*. Iași: Editura Polirom.
- Manolescu, M. (2020). *Practica cercetării în științele educației. Probleme critice, diagnoză, acțiune*. București: Editura Universitară.
- Mărginean, I. (2002). *Proiectarea cercetării sociologice*. Iași: Editura Polirom.
- Neacșu, I., Căprioară, D. (2015). *Cercetarea în Științele Educației. Ghid metodologic-operational. Aplicații*. București: Editura Universitară.
- Neacșu, I., Manasia, L., Chicioareanu, T. (2016). *Elaborarea lucrărilor de licență, disertație și gradul didactic I. Ghid științific și metodologic*. Pitești: Editura Paralela 45.
- Sava, S. (coord.) (2015). *Perspective pentru cercetarea în educație*. București: Editura Universitară.



MINISTERUL EDUCAȚIEI
UNIVERSITATEA "VALAHIA" DIN TÂRGOVIȘTE
FACULTATEA DE ȘTIINȚE ECONOMICE
DEPARTAMENTUL MANAGEMENT MARKETING

Aleea Sinaia, nr. 13, 130004, Târgoviște, România

email: fse@valahia.ro, web: www.valahia.ro <https://economice.valahia.ro>

- Voiculescu, E., Voiculescu, F. (2007). *Măsurarea în științele educației*. București: Institutul European.
- *** O.M. nr. 5561/ 7.10.2011 pentru aprobarea *Metodologiei privind formarea continuă a personalului din învățământul preuniversitar*, cu modificările și completările ulterioare.

b) Teme privind domeniul de specialitate și didactica acestuia

(se elaborează pentru fiecare domeniu în parte, indicându-se bibliografia minimală aferentă)

SPECIALITATE

1. Conceptul de marketing și evoluția acestuia.
Apariția și evoluția conceptului de marketing. Domenii de aplicabilitate a marketingului. Marketing B to B versus marketing B to C. Marketingul serviciilor versus marketingul bunurilor materiale. Marketingul în domeniile non lucrative.
2. Rolul și funcțiile marketingului.
Rolul marketingului. Funcțiile marketingului.
3. Mediul de marketing al întreprinderii
Macromediul firmei. Micromediul firmei. Mediul intern al întreprinderii. Importanța cunoașterii mediului de marketing.
4. Piața organizației
Conceptul de piață, modalități de definire și indicatori de măsurare. Structura pieței. Categoriile de actori prezenți pe piață. Segmentarea pieței (criterii de segmentare pe piața organizațională și pe piața bunurilor de larg consum).
5. Politica de produs
Conceptul de produs în optica marketingului (produsul total). Marca (definiție, funcții, tipologie, decizii strategice). Clasificarea produselor. Ciclul de viață al produsului și implicațiile sale strategice. Matricea BGC. Gama de produse (definiție, dimensiuni). Ambalajul – componentă a mixului de produs. Tipologia strategiilor de produs. Inovația și lansarea produselor noi.
6. Politica de preț
Prețul – concept și funcții. Obiectivele strategiilor de preț. Modalități de determinare a prețurilor (costuri, cerere, concurență). Strategii de preț.
7. Politica de distribuție
Conținutul distribuției. Funcțiile distribuției. Canale de distribuție. Raporturile producători-distribuitori. Logistica mărfurilor. Tipuri de strategii de distribuție. Forța de vânzare (rolul și gestiunea echipei de vânzări).
8. Politica de comunicare
Cadrul teoretic al realizării comunicării (elementele sistemului de comunicare). Obiectivele comunicării. Tipologia mijloacelor de comunicare. Bugetul de comunicare. Planul de comunicare. Particularități ale comunicării pe piața bunurilor industriale. Publicitatea prin mass-media. Comunicarea prin eveniment; relații publice și manifestările expoziționale. Promovarea vânzărilor.
9. Planificarea și controlul activităților de marketing



MINISTERUL EDUCAȚIEI
UNIVERSITATEA "VALAHIA" DIN TÂRGOVIȘTE
FACULTATEA DE ȘTIINȚE ECONOMICE
DEPARTAMENTUL MANAGEMENT MARKETING

Aleea Sinaia, nr. 13, 130004, Târgoviște, România

email: fse@valahia.ro, web: www.valahia.ro <https://economice.valahia.ro>

Utilitatea planificării de marketing. Categoriile de planuri de marketing. Auditul de marketing. Etapele planificării de marketing. Controlul activității de marketing (importanță, modalități).

10. Comportamentul consumatorului
Factori interni de influență. Factori externi de influență. Procesul de decizie. Comportamentul de cumpărare al cumpărătorului organizațional.
11. Cercetarea de marketing, noțiuni introductive
Necesitatea și rolul cercetărilor de marketing. Definierea cercetării de marketing și relația cu alte discipline. Evoluția cercetărilor de marketing. Sfera cercetărilor de marketing. Cerințele unei cercetări de marketing. Clasificarea cercetărilor de marketing. Etapele cercetării de marketing.
12. Scalarea în cercetările de marketing
Tipuri de scale. Metode de scalare (diferențială semantică, Stapel, Likert, Fishbein-Rosenberg, suma constantă, comparații perechi, metoda ordonării rangurilor).
13. Metode de culegere a informațiilor în cercetările de marketing
Analiza surselor secundare (tipuri de surse, avantaje, dezavantaje). Sondajul (tipuri de întrebări, reguli de elaborare a chestionarului, tehnici de sondaj, eșantionarea, sondajul pilot). Observarea (avantaje, dezavantaje, tipuri). Cercetările calitative (metode, avantaje, limite). Experimentul (avantaje, dezavantaje, tipuri).
14. Prelucrarea datelor în cercetările de marketing
Verificarea și validarea chestionarelor. Codificarea întrebărilor deschise. Modalități de tabelare. Modalități de analiză a datelor.
15. Organizarea activității de marketing
Atribuțiile departamentului de marketing și locul său în structura organizatorică. Organizarea internă a compartimentului de marketing. Calități ale personalului de marketing și evaluarea performanțelor sale

Bibliografie:

1. Cetină I., Brandabur R., Constantinescu M. (2006), *Marketingul serviciilor. Teorie și aplicații*, Ed. Uranus, București.
2. Fatimah Furajji, Małgorzata Latuszyska (2012), „Methods for gathering data for the study of consumer behavior”, *Studies & Proceedings of Polish Association for Knowledge Management*, No. 58,
http://pszw.edu.pl/images/publikacje/t058_pszw_2012_furajji_latuszynska_-_methods_for_gathering_data_for_the_study_of_consumer_behavior.pdf
3. Kotler Ph & alii (2019), *Marketing Management*, Pearson Education Limited.
4. Kotler Philip, Armstrong Gary, Opresnik Marc Oliver (2019), „Marketing: An Introduction 13 th Edition” Pearson.
5. Marcu Laura (2018), *Introducere în publicitate*, Editura ProUniversitaria, București
6. Marcu L., Toma A. (2009), *Cercetarea cantitativă de marketing cu ajutorul programului de calcul tabelar Excel*, Ed. Bibliotheca, Târgoviște.
7. Ristea A.L. (coord.), Franc V.I., Tănăsescu D., Topița M. (2010), *Marketing. Concepte, Instrumente-Acțiune*, Ed. Expert, București.



MINISTERUL EDUCAȚIEI
UNIVERSITATEA "VALAHIA" DIN TÂRGOVIȘTE
FACULTATEA DE ȘTIINȚE ECONOMICE
DEPARTAMENTUL MANAGEMENT MARKETING

Aleea Sinaia, nr. 13, 130004, Târgoviște, România

email: fse@valahia.ro, web: www.valahia.ro <https://economice.valahia.ro>

8. Smith Scott, Albaum Gerald (2010), "An Introduction to Marketing Research", <https://docplayer.net/1987193-An-introduction-to-marketing-research.html>
9. Toma A. (2012), *Comportamentul consumatorului*, Editura Cetatea de Scaun, Târgoviște.
10. Toma A. (2011), *Cercetări de marketing (teorie și aplicații)*, Editura Cetatea de Scaun, Târgoviște.
11. Toma Andrei, Marcu Laura (2005), *Cercetări de marketing. Aplicații*, Editura Bibliotheca, Târgoviște.
12. Țimiraș Laura Cătălina (2012), "Cercetări de marketing", curs universitar, Universitatea Vasile Alecsandri Bacău, <http://cadredidactice.ub.ro/timirascatalina/files/2013/04/cercetari-de-marketing2012.pdf>
13. *** „Principles of Marketing” (Kotler), <https://www.worldsupporter.org/en/chapter/41634-summary-principles-marketing-kotler>

Didactica specialității:

1. Finalitățile educaționale în contextul actual al reformei sistemului de învățământ. Statutul și rolul disciplinei „Marketing” în educația din învățământul preuniversitar. Obiectivele predării-învățării la disciplina „Marketing”, formarea competențelor generale și a celor specifice.
2. Specificul implementării curriculumului la disciplina „Marketing” în învățământul preuniversitar. Selectarea și utilizarea creativă, interdisciplinară a conținuturilor în activitățile instructiv - educative.
3. Proiectarea, realizarea și evaluarea demersurilor didactice la disciplina „Marketing” din perspectiva unui învățământ centrat pe elev. Formarea gândirii critice, reflexive, autonome; raportul dintre asimilarea cunoștințelor și formarea competențelor.
4. Specificul strategiilor didactice utilizate în predarea-învățarea-evaluarea disciplinei „Marketing”: metode și procedee, forme de organizare, mijloace de învățământ. Standarde și criterii de evaluare a eficienței activităților instructiv-educative din domeniul „Marketing”.

Bibliografie:

1. Cerghit, I. (coord) - *Prelegeri pedagogice*, Ed. Polirom, Iași, 2001
2. Cosmovici, A. , Iacob, L. - *Psihologie școlară*, Ed. Polirom, Iași, 1998
3. Cristea, S. - *Dicționar de termeni pedagogici*, Ed. Didactică Pedagogică, București, 1998
4. Cucoș, C. (coord) - *Psihopedagogie pentru examenele de definitivare grade didactice*, Ed. Polirom, Iași, 1998
5. Ionescu, M. - *Didactica modernă*, Ed. Dacia, Cluj-Napoca, 2001
6. Neacșu, I. - *Instruire și învățare*, Ed. Didactică și Pedagogică, București, 1999
7. Iucu, R. - *Instruirea școlară. Perspective teoretice și aplicative*, Ed. Polirom, Iași, 2001
8. Nicola, R. - *Tratat de pedagogie școlară*, Ed. Didactică și Pedagogică, București, 2000
9. Potolea, D. (coord), Neacșu, I. (coord), Iucu, R. (coord), Pânișoară, O. (coord), - *Pregătirea psihopedagogică - manual pentru definitivat gradul II*, Ed. Polirom, 2008
10. Radu, I.T. - *Evaluarea în procesul didactic*, Ed. Didactică și Pedagogică, București, 1999
11. Stoica, A. (coord) - *Evaluarea curentă și examenele*, Ghid pentru profesori, SNEEA, 2001
12. xxx Curriculum național pentru învățământul obligatoriu; Cadru de referință M.E.N.
13. xxx Programele analitice și metodicile de specialitate
14. xxx Ghidurile metodice pentru programe școlare M.E.C.; Consiliul National pentru Curriculum