

UNIVERSITATEA „VALAHIA” DIN TÂRGOVIȘTE

Departamentul pentru Pregătirea Personalului Didactic

TEME PROPUSE PENTRU COLOCVIUL DE ADMITERE LA GRADUL DIDACTIC I, SERIA 2025-2027

SPECIALIZAREA: Marketing

Nr. crt.	Tema propusă	Bibliografie selectivă	Conducător științific Date de contact (Tel., E-mail)
1.	Conceptul de marketing în domeniile non profit	<ul style="list-style-type: none">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.pdfKotler Ph & alii (2019), <i>Marketing Management</i>, Pearson Education Limited.Kotler Philip, Armstrong Gary, Opresnik Marc Oliver (2019), ”Marketing: An Introduction 13 th Edition” Pearson.Marcu Laura, <i>Marketing Research. Concepts, methods and practical advices</i>, Lambert Academic Publishing, Rep.Moldova, 2022.Marcu Laura (2018), <i>Introducere în publicitate</i>, Editura ProUniversitaria, BucureștiSmith Scott, Albaum Gerald (2010), ”An Introduction to Marketing Research”, https://docplayer.net/1987193-An-introduction-to-marketing-research.htmlToma A. (2012), <i>Comportamentul consumatorului</i>, Editura Cetatea de Scaun, Târgoviște.Țimiraș Laura Cătălina (2012), ”Cercetări de marketing”, curs universitar, Universitatea Vasile Alecsandri Bacău, http://cadredidactice.ub.ro/timirascalina/files/2013/04/cercetari-de-marketing2012.pdf*** „Principles of Marketing” (Kotler), https://www.worldsupporter.org/en/chapter/41634-summary-principles-marketing-kotler	Cond. univ. dr. Laura MARCU, 0784-65-67-47 laura_marcu_uvt@yahoo.fr
2.	Inovarea și rolul său în politica de produs a firmelor din domeniul...		
3.	Influența factorilor culturali/sociali /demografici asupra comportamentului de consum în domeniul X		
4.	Utilizarea platformelor de cercetare online în realizarea studiilor de marketing		
5.	Tendențe privind definirea mixul de produs în domeniul...		
6.	Folosirea evenimentelor pentru promovarea unei mărci/destinații turistice		
7.	Realizarea unei analize comparativă a ofertei companiilor pe piața X		
8.	Folosirea tehnicilor de promovare în mediul virtual. Cazul produselor din domeniul...		
9.	Tendențe privind competențele de marketing necesare absolvenților români		

Notă:

Lucrările menționate în lista bibliografică au rol orientativ. Candidații pot consulta și alte resurse bibliografice / webografice pe care le consideră utile și relevante pentru tema aleasă.

Etapile elaborării lucrării metodico-științifice pentru obținerea gradului didactic I vor fi stabilite de către coordonator, împreună cu fiecare candidat.