

UNIVERSITATEA „VALAHIA” DIN TÂRGOVIȘTE

Departamentul pentru Pregătirea Personalului Didactic

TEME PROPUSE PENTRU COLOCVIUL DE ADMITERE LA GRADUL DIDACTIC I, SERIA 2026-2028

SPECIALIZAREA: Marketing

Nr. crt.	Tema propusă	Bibliografie selectivă	Conducător științific Date de contact (Tel., E-mail)
1.	Conceptul de marketing în domeniile non profit	- Fatimah Furaiji, 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 - Kotler 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>Introduce în publicitate</i>, Editura ProUniversitaria, București - Smith Scott, Albaum Gerald (2010), ”An Introduction to Marketing Research”, https://docplayer.net/1987193-An-introduction-to-marketing-research.html - Toma 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/timirascatalina/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		
10.	Analiza percepției angajatorilor privind competențele de marketing ale elevilor pentru piața muncii	Toma A. (2012), <i>Comportamentul consumatorului</i>, Editura Cetatea de Scaun, Târgoviște.	Conf. univ. dr. Violeta-Andreea ANDREIANA, 0769 280 827

11.	Integrarea comerțului electronic în învățământul tehnologic pentru dezvoltarea competențelor digitale și antreprenoriale ale elevilor	• Kotler Ph & alii (2019), <i>Marketing Management</i>, Pearson Education Limited. • 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	
-----	---	---	--

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