



**TEMATICA ȘI BIBLIOGRAFIA PENTRU COLOCVIUL DE ADMITERE LA  
GRADUL DIDACTIC I – SPECIALIZAREA:  
ECONOMIA COMERTULUI, TURISMULUI SI SERVICIILOR**

- 1. Bazele marketingului**
  - 1.1. Conceptul de marketing.
  - 1.2. Funcțiile marketingului.
- 2. Mediul de marketing al firmei**
  - 2.1. Mediul extern al organizației
  - 2.2. Mediul intern al organizației
- 3. Piața firmei**
  - 3.1. Categoriile de influențatori pe piață.
  - 3.2. Segmentarea pieței. Criteriile de segmentare pentru piața organizației/piața bunurilor de larg consum. Nișa de piață.
- 4. Politica de produs**
  - 4.1. Conceptul de produs în optica marketingului
  - 4.2. Marca – element cheie al strategiei de produs
  - 4.3. Ciclul de viață al produselor (CVP).
  - 4.4. Tipologia strategiilor de produs.
- 5. Politica de preț**
  - 5.1. Prețul – concept, funcții, rol
  - 5.2. Strategii de preț
- 6. Politica de distribuție**
  - 6.1. Funcțiile distribuției și conținutul distribuției
  - 6.2. Tipologia canalelor de distribuție
  - 6.3. Comerțul de gros. Comerțul cu amănuntul
  - 6.4. Strategii de distribuție
- 7. Politica de comunicare**
  - 7.1. Cadrul teoretic al procesului de comunicare. Sistemul de comunicare al firmei
  - 7.2. Planul de comunicare. Bugetul de comunicare
  - 7.3. Tipologia mijloacelor de comunicare
  - 7.4. Publicitate prin mass-media. Comunicare prin eveniment. Saloane, târguri, expoziții.
- 8. Conceptul de servicii**
  - 8.1. Particularitățile serviciilor
  - 8.2. Tipologia serviciilor
- 9. Piața serviciilor:**
  - 9.1. Definiție
  - 9.2. Raporturi între piața bunurilor și piața serviciilor
  - 9.3. Sezonalitatea – factor de influență major în evoluția pieței serviciilor
- 10. Cererea de servicii:**
  - 10.1. Definiție și caracteristici
  - 10.2. Factori de influență
- 11. Oferta de servicii:**
  - 11.1. Definiție și caracteristici
  - 11.2. Evoluție și tendințe
- 12. Servicii destinate populației**
  - 12.1. Categoriile de servicii pentru populație

12.2. Servicii destinate populației , finanțate de la bugetul de stat

12.3. Servicii destinate populației , fara finanțare de la bugetul de stat

### **13.Servicii destinate persoanelor juridice**

13.1. Caracterizarea principalelor servicii pentru întreprinderi : comerț, transporturi și servicii de intermediere financiară

### **14 .Tipologia unităților de alimentație destinate servirii turiștilor conform Ord. 510/2002**

### **15.Turismul - considerații generale**

15.1. Turismul și turistul

15.2. Dimensiunile turismului

15.3. Implicațiile macroeconomice ale turismului

### **16. Serviciile turistice**

16.1. Caracteristicile serviciilor turistice

16.2. Clasificarea serviciilor turistice

16.3. Serviciul de cazare

16.4. Serviciul de alimentație publică

16.5. Serviciul de agreement

16.6. Servicii turistice suplimentare

16.7. Calitatea serviciilor turistice

### **17.Potențialul turistic. Conținut și structură**

17.1. Potențialul natural

17.2. Potențialul antropoc

### **18.Piața turistică**

18.1. Particularitățile cererii și consumului în turism

18.2. Sezonalitatea activității turistice

18.3. Oferta și producția turistică

18.4. Prețul produsului turistic

### **19. Eficiența în turism**

19.1. Eficiența activității de cazare

19.2. Eficiența activității de alimentație publică

### **20. Indicatorii circulației turistice**

## **BIBLIOGRAFIE**

1. Andreiana V.A, Bădicu G. D. (2017) Economie în servicii, Editura PRO Universitaria
2. Băitaretu A.M (2004) Economia turismului ,Editura PRO Universitaria
3. Bran F. (1998) Economia turismului și mediului inconjurator, Editura Economica
4. Constantinescu L. M., Gavrilă G. (2011) Marketing în turism. Abordări conceptuale, tehnici și strategii, Editura PRO Universitaria
5. Constantinescu L. M. (2010) Tehnologie hotelieră de restaurant (E-book), Editura Valahia University Press, Târgoviște
6. Ionică M. (2006) Economia serviciilor. Abordări teoretice și implicații practice, Editura Uranus
7. Marcu L., Toma T. (2009) Cercetarea cantitativă de marketing cu ajutorul programului de calcul tabelar EXCEL, Editura Bibliotheca, Târgoviște
8. Minciu R. (2004) Economia turismului, Editura Uranus, București
9. Ristea A.L. (coordonator), Ioan-Franc V., Tănăsescu D., Topița M. (2008) Marketing. Concepte, instrumente-acțiune, Editura Expert, București
10. Ristea A. L., Ioan – Franc V. (coordonatori) (2010) Marketing. Crestomație de termeni și concepte (ed. IV), Editura Expert, București
11. Ristea A. L., Ioan – Franc V., Purcărea Th. (2005) Economia distribuției, Editura Expert, București
12. Tănăsescu D. (2015) Marketingul serviciilor, Editura Bibliotheca, Târgoviște
13. Toma A. (2011) Cercetări de marketing, Editura Cetatea de Scaun, Târgoviște

## ECTS

Tematică **didactica** specialității:

1. Finalitățile educaționale în contextul actual al reformei sistemului de învățământ. Statutul și rolul disciplinelor de specialitate în educația din învățământul preuniversitar. Obiectivele predării - învățării la disciplinele de specialitate; formarea competențelor generate și a celor specifice.
2. Specificul implementării curriculumului școlar la disciplinele de specialitate în învățământul preuniversitar. Selectarea și utilizarea creativă, interdisciplinară a conținuturilor în activitățile instructiv - educative.
3. Proiectarea, realizarea și evaluarea demersurilor didactice la disciplinele de specialitate 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 disciplinelor de specialitate: metode și procedee, forme de organizare, mijloace de învățământ. Standarde și criterii de evaluare a eficienței activităților instructiv-educative.

1. Bocoș, M., D. (2013). *Instruirea interactivă*. Iași: Editura Polirom.
2. Cerghit, I. (2000). *Metode de învățământ*. București: E.D.P.
3. Cerghit, I. (2002). *Sisteme de instruire alternative și complementare. Structuri, stiluri, strategii*. București: Editura Aramis.
4. Cucuș, C. (2014). *Pedagogie - ediția a III-a revăzută și adăugită*. Iași: Editura Polirom.
5. Cucuș, C. (coord.). (2008). *Psihopedagogie pentru definitivat și grade didactice*. Iași: Editura Polirom.
6. Ionescu, M. (coord). (2001). *Didactica modernă*. Cluj-Napoca: Editura Dacia.
7. Ionescu, M. (1982). *Lecția între proiect și realizare*. Cluj-Napoca: Editura Dacia.
8. Manolescu, M. (2002). *Evaluarea școlară - un contract pedagogic*. București: Editura MeteorPress.
9. Nicola, I. (2000). *Tratat de pedagogie*. București: E.D.P.
10. Potolea, D., Neacșu, I., Iucu, R., Pânișoară, I.O. (2008). *Pregătirea psihopedagogică. Manual pentru definitivat și grade didactice*. Iași: Editura Polirom.
11. Radu, I.T. (1999). *Evaluarea în procesul didactic*. București: E.D.P.
12. Șoitu, L., Cherciu, R.D. (2006). *Strategii educaționale centrate pe elev*. Buzău: Alpha MDN.