

**UNIVERSITATEA „BABEȘ-BOLYAI” CLUJ-NAPOCA**  
**FACULTATEA DE ȘTIINȚE ECONOMICE ȘI GESTIUNEA AFACERILOR**  
**CATEDRA DE MARKETING**

**TEMATICA**

**pentru examenul de admitere la MASTERAT**

**Specializarea: MARKETING ȘI GESTIUNEA ORGANIZAȚIEI** – în limba franceză (durata  
de studii: **2 ani**)  
an universitar 2009-2010

Disciplina: **MARKETING ȘI GESTIUNEA ORGANIZAȚIEI**

**1. CONCEPTUL ȘI ORIENTAREA DE MARKETING**

- 1.1. Apariția și dezvoltarea marketingului
- 1.2. Conceptul (orientarea de marketing)

**2. MEDIUL DE MARKETING**

- 2.1. Macromediul de marketing
- 2.2. Micromediul de marketing

**3. SISTEMUL INFORMAȚIONAL DE MARKETING**

- 3.1. Conceptul și componentele sistemului informațional de marketing
- 3.2. Sistemul informațional intern de marketing
- 3.3. Sistemul de inteligență marketing
- 3.4. Sistemul suport de decizii în marketing
- 3.5. Sistemul cercetărilor de marketing

**4. MIXUL DE MARKETING**

- 4.1. Conceptul de marketing mix
- 4.2. Produsul
- 4.3. Prețul
- 4.4. Distribuția
- 4.5. Promovarea și comunicațiile

**5. ORGANIZAREA ACTIVITĂȚII ȘI A DEPARTAMENTULUI DE MARKETING**

- 5.1 Integrarea departamentului de marketing în structura organizațională
- 5.2 Funcțiile departamentului de marketing
- 5.3 Modalități de organizare

**BIBLIOGRAFIE:**

- 1. BACKER, MICHAEL: *Marketing*. București: Editura Științifică și Tehnică, 1997.
- 2. FLORESCU, CONSTANTIN – MÂLCOMETE, PETRE – POP, NICOLAE AL. (coordonatori): *Marketing – dicționar explicativ*. București: Editura Economică, 2003.
- 3. KOTLER, PHILIP: *Managementul marketingului*. București: Editura Teora, București, 1997.
- 4. KOTLER, PHILIP: *Principiile marketingului*. București: Editura Teora, 1998.
- 5. PAINA, NICOLAIE – LAZĂR, DUMITRU D. – PLĂIAȘ, IOAN – POP, MARIUS D. (ș.a.): *Bazele marketingului*. Cluj-Napoca: Presa Universitară Clujeană, 2002.
- 6. PAINA, NICOLAIE – POP, MARIUS D.: *Cercetări de marketing*. Cluj-Napoca: Presa Universitară Clujeană, 1997.
- 7. PAINA, NICOLAIE – POP, MARIUS D.: *Politici de marketing*. Cluj-Napoca: Presa Universitară Clujeană, 1998.
- 8. PAINA, NICOLAIE – POP, MARIUS D. – GHERASIM, NARCIS: *Cercetări de marketing – Aplicații*. Cluj-Napoca: Presa Universitară Clujeană, 1998.

9. PAINA, NICOLAIE – POP, MARIUS D. – PAINA, NICOLETA D. – POP, MARCEL C.: *Politici de marketing – Aplicații*. Cluj-Napoca: Presa Universitară Clujeană, 1998.
10. PLĂIAȘ, IOAN: *Comportamentul consumatorului*. Deva: Editura Intelcredo, 1997.
11. PLĂIAȘ, IOAN: *Procesul decizional al consumatorului*. Cluj-Napoca: Editura Risoprint, 1997.
12. POP, MARIUS D.: *Fișe de marketing*. Cluj-Napoca: Editura Alma Mater, 2002.
13. POP, MARIUS D. – POCOL, ADRIAN G.: *Fișe de marketing – teste, aplicații, studii de caz*. Cluj-Napoca: Editura Alma Mater, 2002.
14. POP, MARIUS D.: *Cercetări de marketing*, Cluj-Napoca: Editura Alma Mater, 2004.