



TEMATICA ȘI BIBLIOGRAFIA pentru examenul de admitere la MASTERAT Sesiunea 2026

Programul de studiu: **MARKETING DIGITAL** (în limba maghiară)

Domeniul: **MARKETING**

Tipul probei de admitere: **Interviu tematic (online sau onsite) pe baza tematicii și bibliografiei de admitere**

TEMATICĂ ȘI BIBLIOGRAFIE ORIENTATIVĂ

1. DEFINIȚIA MARKETINGULUI ÎN SECOLUL XXI

- 1.1. Importanța marketingului
- 1.2. Sfera marketingului
- 1.3. Principalele concepte ale marketingului
- 1.4. Noile condiții de mediu ale marketingului
- 1.5. Orientarea spre piață a firmei
- 1.6. Actualitatea mixului de marketing (4p)
- 1.7. Responsabilitățile managementului marketingului

Bibliografie: KOTLER Ph., & KELLER K., *Marketingmenedzsment* – **1. fejezet**, Akadémiai Kiadó, Budapest, 2012, 10-40 oldal.

2. PRODUSUL ȘI STRATEGIILE DE PRODUS

- 2.1. Conceptul de produs
- 2.2. Diferențierea între produse și servicii
- 2.3. Designul produselor
- 2.4. Mixul produselor
- 2.5. Ambalarea, etichetarea și garanția

Bibliografie: KOTLER Ph., & KELLER K., *Marketingmenedzsment* **12. fejezet**, Akadémiai Kiadó, Budapest, 2012, 375-403 oldal.

3. PLANIFICAREA ȘI GESTIONAREA SERVICIILOR

- 3.1. Particularitățile serviciilor
- 3.2. Noile evoluții în domeniul serviciilor
- 3.3. Excelența în marketingul serviciilor
- 3.4. Gestionarea calității serviciilor
- 3.5. Managementul serviciilor legate de produse

Bibliografie: KOTLER Ph., & KELLER K., *Marketingmenedzsment* – **13. fejezet**, Akadémiai Kiadó, Budapest, 2012, 408-435 oldal.

4. PLANIFICAREA REȚELEI DE DISTRIBUȚIE

- 4.1. Canale și rețele de distribuție
- 4.2. Rolul canalelor de distribuție
- 4.3. Decizii privind planificarea rețelei de distribuție
- 4.4. Decizii privind coordonarea rețelei de distribuție
- 4.5. Canale de distribuție integrate și sisteme de distribuție
- 4.6. Conflicte, colaborări și competiție
- 4.7. Bazele comerțului electronic (e-commerce)
- 4.8. Bazele comerțului mobil (m-commerce)

Bibliografie: KOTLER Ph., & KELLER K., *Marketingmenedzsment* – **15. fejezet**, Akadémiai Kiadó, Budapest, 2012, 478-510 oldal.

5. COMUNICAREA INTEGRATĂ DE MARKETING

- 5.1. Rolul comunicării de marketing
- 5.2. Procesul elaborării comunicării eficiente
- 5.3. Decizii privind mixul comunicațional
- 5.4. Coordonarea activității de comunicare integrată de marketing

Bibliografie: KOTLER Ph., & KELLER K., *Marketingmenedzsment* – **17. fejezet**, Akadémiai Kiadó, Budapest, 2012, 546-573 oldal.

BIBLIOGRAFIE OBLIGATORIE:

1. KOTLER Ph., & KELLER K., *Marketingmenedzsment*, Akadémiai Kiadó, Budapest, 2012. - cartea este disponibilă în biblioteca universității și în format electronic în baza de date mersz

BIBLIOGRAFIE FACULTATIVĂ

1. AD AGE – Advertising and marketing technology news, <https://adage.com/>
2. BAUER A., BERÁCS J., KENESEI Zs., *Marketing alapismeretek*, Akadémiai Kiadó, Budapest, 2014.
3. DIGIDAY – Digital Content, Digital Advertising, Digital Marketing, <https://digiday.com/>
4. HOFFMAISTER TOTH Á., *A Fogyasztói magatartás alapjai*, Akadémiai Kiadó, Budapest, 2014.
5. TÖRŐCSIK M., *Fogyasztói Magatartás Trendek: új fogyasztói csoportok*, Akadémiai Kiadó, Budapest, 2006.

Lect.univ.dr. CARDOȘ Ildikó-Réka
Director departament