



**TEMATICA**  
**pentru examenul de ADMITERE la DOCTORAT**  
**domeniul Marketing**  
**sesiunea 2022**

**Managementul marketingului**

- Managementul marketingului
  - Definirea marketingului pentru secolul xxi
  - Elaborarea strategiilor și a planurilor de marketing
- Cunoașterea și înțelegerea mediului de marketing
  - Culegerea informațiilor și scanarea mediului
  - Derularea cercetării de marketing și previzionarea cererii pieței
- Intrarea în conexiune cu clienții
  - Crearea valorii, a satisfacției și a fidelității în relația cu clientul
  - Analiza piețelor de consum
  - Analiza piețelor de afaceri
  - Identificarea segmentelor de piață și a țintelor de piață
- Crearea unor mărci puternice
  - Crearea capitalului mărcii
  - Poziționarea mărcii
  - Concurența
- Formarea ofertei de piață
  - Stabilirea strategiei produsului
  - Proiectarea și gestionarea serviciilor
  - Elaborarea strategiilor și a programelor de stabilire a prețurilor
- Furnizarea valorii
  - Rețelele de furnizare a valorii și canalele de marketing – proiectare și management
  - Managementul distribuției cu amănuntul și cu ridicata și al logisticii de piață
- Comunicarea valorii
  - Proiectarea și managementul comunicațiilor de marketing integrate
  - Gestionarea comunicărilor în masă: publicitatea, promovarea vânzărilor, evenimentele organizate și relațiile publice
  - Gestionarea comunicării personale: marketingul direct și vânzarea personală

**Bibliografie:**

- **Kotler, P. & Keller, K. L.** (2008) *Managementul marketingului*. Ediția 5. Editura Teora, București

Conducător de doctorat

Conf.dr. Ovidiu-Ioan Moisescu