



TEMATICA
pentru examenul de ADMITERE la DOCTORAT
domeniul Marketing
sesiunea 2024

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
Prof.dr. Ovidiu-Ioan Moisescu