

UNIVERSITATEA TRANSILVANIA DIN BRAȘOV
FACULTATEA DE ȘTIINȚE ECONOMICE ȘI ADMINISTRAREA AFACERILOR

Programul de studii de masterat:
POLITICI ȘI STRATEGII DE MARKETING

TEMATICA ȘI BIBLIOGRAFIA EXAMENULUI DE ADMITERE
Interviu 2026

Disciplina: MARKETING

1. Politica de produs

- 1.1. Conceptul de produs în viziunea de marketing
- 1.2. Gama de produse, linia de produs, articole
- 1.3. Ciclul de viață al produselor.
- 1.4. Portofoliul de produse: matricea Boston Consulting Group 1 + 2

2. Politica de prețuri

- 2.1. Prețul în economia contemporană
- 2.2. Modalități de abordare a mărimii și substanței prețurilor
- 2.3. Strategii de prețuri

3. Politica de distribuție

- 3.1. Canalele de distribuție: dimensiunile; categorii de canale
- 3.2. Distribuția fizică (logistica mărfurilor)

4. Politica de promovare

- 4.1. Publicitatea
- 4.2. Promovarea vânzărilor
- 4.3. Relațiile publice
- 4.4. Marketingul direct
- 4.5. Promovarea personală

Bibliografie:

- 1. Brătucu G., Țierean O.M., Marketing general, Editura Universității Transilvania din Brașov, 2011
- 2. Kotler Ph., Armstrong G., Principles of marketing, 14th ed., Pearson Prentice Hall, 2012
- 3. Kotler Ph., Armstrong G., Principiile marketingului, Editura Teora, București, 2008

4. Lefter C-tin (coordonator), Brătucu Gabriel, Răuță Cristina, Ioana Chițu, Bălășescu Marius, Alina Tecău: Marketing. Vol. II. Editura Universității Transilvania, Brașov, 2006