

**UNIVERSITATEA TRANSILVANIA DIN BRAȘOV
FACULTATEA DE ȘTIINȚE ECONOMICE ȘI ADMINISTRAREA AFACERILOR**

**Programul de studii de masterat:
POLITICI ȘI STRATEGII DE MARKETING - IF**

**TEMATICA ȘI BIBLIOGRAFIA EXAMENULUI DE ADMITERE
Interviu 2019**

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