



**Universitatea  
Transilvania  
din Brașov**

**FACULTATEA DE ȘTIINȚE ECONOMICE  
ȘI ADMINISTRAREA AFACERILOR**

# LUCRARE DE LICENȚĂ

**Conducător științific:**  
Profesor dr. Xxxxx XXXXXXXX

**Absolvent:**  
Xxxxx XXXXXX

**BRAȘOV, 2020**

*Universitatea Transilvania din Braşov*  
*Facultatea de Ştiinţe Economice şi Administrarea Afacerilor*  
*Program de studii: -----*

## **Titlul lucrării de licenţă**

**Conducător ştiinţific:**  
**Profesor dr. Xxxxx XXXXXXXX**

**Absolvent:**  
**Xxxxx XXXXXX**

**BRAŞOV, 2020**

## CUPRINS

Se va redacta structura lucrării pe capitole și subcapitole

**ATENȚIE!**

Înainte de tipărire, salvați lucrarea în format .pdf pentru a evita decalarea textului la imprimantă.

## **INTRODUCERE**

Conține motivația alegerii temei, scopul și obiectivele lucrării clar definite, ce se dorește a fi analizat / investigat / demonstrat, metoda de culegere a datelor, o scurtă prezentare a structurii lucrării pe capitole( max. 2 pagini).

## CAPITOLUL 1

### ASPECTE TEORETICE PRIVIND \_\_\_\_\_(vezi tema aleasă!)

#### 1.1. Un subcapitol mai mare

Pentru realizarea acestui capitol vor fi utilizate cel puțin 20 de surse bibliografice (cărți și articole științifice din jurnale de specialitate), din care cel puțin 10 vor fi articole științifice de actualitate publicate după anul 2010.

Lucrările citate vor fi trecute în **note de subsol de tipul:**

Cărți

<sup>1</sup> Lefter, C. (2004), *Cercetarea de Marketing*, ed. Infomarket, Brașov, pag. 67

Articole de specialitate

<sup>2</sup> Bronner, F., Hoog, R. (2011), Vacationers and eWOM: Who Posts, and Why, Where, and What?, *Journal of Travel Research*, 50 (1), pp. 15-26.

Vor fi menționate obligatoriu ca note de subsol toate sursele bibliografice din care au fost extrase informațiile. Sursa citată va fi lucrarea consultată de student, chiar dacă teoria respectivă aparține altui autor. Exemple de note de subsol<sup>1</sup>:

Nu este admisă reproducerea exactă (Copy/Paste) a mai multor paragrafe din aceeași sursă pe aceeași pagină<sup>2</sup>.

##### 1.1.1. Un subcapitol mai mic

Textul acesta este pus drept model și se va înlocui de către student cu textul specific fiecărei lucrări. Textul acesta este pus drept model și se va înlocui de către student cu textul specific fiecărei lucrări.

##### 1.1.2. Un alt subcapitol mic

Textul acesta este pus drept model și se va înlocui de către student cu textul specific fiecărei lucrări.

---

<sup>1</sup> Lefter, C. (2004), *Cercetarea de Marketing*, ed. Infomarket, Brașov, pag. 67

<sup>2</sup> Bronner, F., Hoog, R. (2011), Vacationers and eWOM: Who Posts, and Why, Where, and What?, *Journal of Travel Research*, 50 (1), pp. 15-26.

Textul acesta este pus drept model și se va înlocui de către student cu textul specific fiecărei lucrări. Textul acesta este pus drept model și se va înlocui de către student cu textul specific fiecărei lucrări. Textul acesta este pus drept model și se va înlocui de către student cu textul specific fiecărei lucrări.

## 1.2. Un alt subcapitol mare

Textul acesta este pus drept model și se va înlocui de către student cu textul specific fiecărei lucrări. Textul acesta este pus drept model și se va înlocui de către student cu textul specific fiecărei lucrări. Textul acesta este pus drept model și se va înlocui de către student cu textul specific fiecărei lucrări.

### 1.2.1. Un subcapitol mai mic

Textul acesta este pus drept model și se va înlocui de către student cu textul specific fiecărei lucrări. Textul acesta este pus drept model și se va înlocui de către student cu textul specific fiecărei lucrări. Textul acesta este pus drept model și se va înlocui de către student cu textul specific fiecărei lucrări.

### 1.2.2. Un alt subcapitol mic

Textul acesta este pus drept model și se va înlocui de către student cu textul specific fiecărei lucrări. Textul acesta este pus drept model și se va înlocui de către student cu textul specific fiecărei lucrări. Textul acesta este pus drept model și se va înlocui de către student cu textul specific fiecărei lucrări.

**Tabelul 1.1. Avantajele și dezavantajele XYZ**


Sursa: Borza, 2015

Textul acesta este pus drept model și se va înlocui de către student cu textul specific fiecărei lucrări. Textul acesta este pus drept model și se va înlocui de către student cu textul specific fiecărei lucrări. Textul acesta este pus drept model și se va înlocui de către student cu textul specific fiecărei lucrări.

Textul acesta este pus drept model și se va înlocui de către student cu textul specific fiecărei lucrări. Textul acesta este pus drept model și se va înlocui de către student cu textul specific fiecărei lucrări. Textul acesta este pus drept model și se va înlocui de către student cu textul specific fiecărei lucrări.

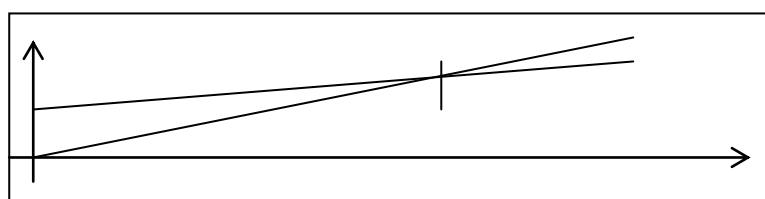
### 1.3. Un alt subcapitol

Textul acesta este pus drept model și se va înlocui de către student cu textul specific fiecărei lucrări.

**Tabelul 1.2. Caracteristicile XYZ**


Sursa: INS, 2016

Textul acesta este pus drept model și se va înlocui de către student cu textul specific fiecărei lucrări. Textul acesta este pus drept model și se va înlocui de către student cu textul specific fiecărei lucrări. Textul acesta este pus drept model și se va înlocui de către student cu textul specific fiecărei lucrări.



**Fig. 1.1. Strategii de produs**

Sursa: Kotler, 2012

Textul acesta este pus drept model și se va înlocui de către student cu textul specific fiecărei lucrări. Textul acesta este pus drept model și se va înlocui de către student cu textul specific fiecărei lucrări. Textul acesta este pus drept model și se va înlocui de către student cu textul specific fiecărei lucrări.

## CAPITOLUL 2

**ANALIZA PIEȚEI/DOMENIULUI/SECTORULUI/FENOMENULUI STUDIAT (se va scrie exact titlul, cu denumirea concretă a pieței etc. Textul cu roșu va fi șters)**

### 2.1. Un subcapitol

Aceasta va avea în vedere aplicarea instrumentelor teoretice în cadrul domeniului pe baza unei analize concrete, documentate. **Analiza implică și realizarea unor cercetări științifice de birou și de teren bazate pe metode studiate: observarea, ancheta prin sondaj, studiul pieței, analiza statistică sau econometrică, analiza economico-financiară, analiza comparativă, aplicarea unor modele economice consacrate etc.**

Analiza pieței/domeniului/sectorului implică utilizarea unui mix de metode de cercetare. Este interzisă utilizarea unei singure metode, cum ar fi ancheta prin sondaj sau altă metodă. Un exemplu de abordare a capitolului pe subcapitole ar fi:

- 2.1. Analiza indicatorilor statistici de evoluție a domeniului.
- 2.2. Analiza cererii și a ofertei pe piața . . .
- 2.3. Observarea activităților prestate de principalii ofertanți pe piața . . .
- 2.4. Anchetă în rândul consumatorilor cu privire la . . . .

Structura de mai sus nu este obligatorie. Aceasta poate fi adaptată în funcție de specificul temei de licență. Important este să folosiți o varietate de metode de analiză a domeniului studiat.

### 2.2. Un alt subcapitol

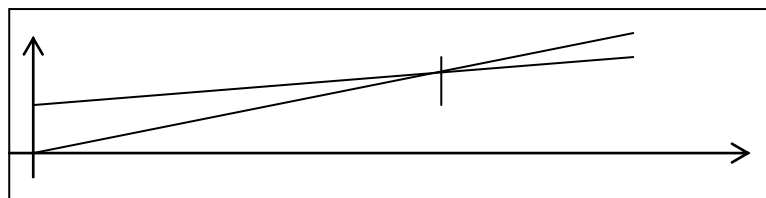
Textul acesta este pus drept model și se va înlocui de către student cu textul specific fiecărei lucrări.

**Tabelul 2.1. Categoriile de XYZ**


Sursa: Beldeanu, 2017

Textul acesta este pus drept model și se va înlocui de către student cu textul specific fiecărei lucrări. Textul acesta este pus drept model și se va înlocui de către student cu textul specific fiecărei lucrări.



**Fig. 2.1. Tipuri de YZX**

Sursa: Saruman, 2013

Textul acesta este pus drept model și se va înlocui de către student cu textul specific fiecărei lucrări. Textul acesta este pus drept model și se va înlocui de către student cu textul specific fiecărei lucrări.

Textul acesta este pus drept model și se va înlocui de către student cu textul specific fiecărei lucrări. Textul acesta este pus drept model și se va înlocui de către student cu textul specific fiecărei lucrări.

Textul acesta este pus drept model și se va înlocui de către student cu textul specific fiecărei lucrări. Textul acesta este pus drept model și se va înlocui de către student cu textul specific fiecărei lucrări.

Textul acesta este pus drept model și se va înlocui de către student cu textul specific fiecărei lucrări. Textul acesta este pus drept model și se va înlocui de către student cu textul specific fiecărei lucrări.

## **CAPITOLUL 3**

### **CONCLUZII ȘI PROPUNERI**

Se vor include principalele concluzii desprinse din întreaga lucrare și din rezultatele cercetărilor efectuate. Pornind de la acestea, se vor face propuneri concrete de îmbunătățiri în domeniu sau pentru cazul particular al unei firme (unor firme) care activează în respectivul domeniu.

Capitolul se va structura pe 2 subcapitole:

#### **3.1. Concluzii**

Textul acesta este pus drept model și se va înlocui de către student cu textul specific fiecărei lucrări. Textul acesta este pus drept model și se va înlocui de către student cu textul specific fiecărei lucrări.

#### **3.2. Propuneri**

Textul acesta este pus drept model și se va înlocui de către student cu textul specific fiecărei lucrări. Textul acesta este pus drept model și se va înlocui de către student cu textul specific fiecărei lucrări.

## BIBLIOGRAFIE

Va conține minim 20 surse distincte. Se vor indica numai acele surse care au fost utilizate în lucrare. Sursele vor fi aranjate în ordine alfabetică; mai întâi autorii, ordonați după numele de familie, fiind urmați de lucrările fără autor (rapoarte, statistici, documente concepute de diferite instituții) și de paginile web. Modul de scriere este inserat în modelul de conținut.

Exemplu de bibliografie:

1. Băcanu, B. (2009), *Practici de management strategic*, Polirom, București.
2. Bronner, F., Hoog, R. (2011), Vacationers and eWOM: Who Posts, and Why, Where, and What?, *Journal of Travel Research*, 50, 1, pp. 15-26.
3. Filip, R., Iamandi, E. (2012), *Management internațional*, Academia de Studii Economice, București.
4. Jeannet, J., Hennessey, D. (1998), *Global Marketing Strategies*, Houghton Mifflin, Boston.
5. Miraz, M.H., Habib, M. (2016), ICT Adoption in Small and Medium Enterprises: An Empirical Evidence of Service Sectors in Bangladesh, *Journal of Economics, Business and Management*, 4, 8, pp. 482-485.
6. Sahut, J.M. (2009), The impact of Internet on pricing strategies in the tourism industry, *Journal of Internet Banking and Commerce*, 14, 1, pp. 1158-1162.
7. \*\*\* (2017), *Bilanțul contabil și contul de profit și pierdere*, SC Mara SRL.
8. \*\*\* (2016), *European indicators on sustainability*, Eurostat.
9. \*\*\* (2014), *Sinteza datelor privind investițiile străine*, Banca Națională a României.
10. <http://www.aippimm.ro/categorie/programe/proiecte-proceduri-implementare-2016/>
11. <http://dce.gov.ro/Materiale%20site/OUInternatioanliz.pdf>
12. <https://www.listafirme.ro/continental-logistics-srl-19005084/>

## **ANEXE**

Nu se numerează. Pot conține chestionare, tabele de dimensiuni mai mari, imagini, documente preluate de la firmă etc.