

**UNIVERSITATEA “ARTIFEX” din BUCUREȘTI  
FACULTATEA DE MANAGEMENT-MARKETING  
DEPARTAMENTUL DE MANAGEMENT-MARKETING**

**TEMATICA PENTRU EXAMENUL DE LICENȚĂ**

***Proba 1 (examinare orală):* Evaluarea cunoștințelor fundamentale și de specialitate  
- Sesiunea iulie 2020 -**

***DOMENIUL: ADMINISTRAREA AFACERILOR***

***Programul de studii universitare de Licență: ECONOMIA COMERȚULUI, TURISMULUI  
ȘI SERVICIILOR***

***Disciplina: Management general (F)***

1. Funcțiile managementului;
2. Subsistemul organizatoric;
3. Subsistemul decizional;
4. Cultura organizațională;
5. Strategia economică.

***Bibliografie:***

1. Neagu, C., Udrescu M. - Managementul organizației, Editura Tritonic, București, 2008, ISBN 978-973-733-201-1 pag.11- 32, pag. 45-55, pag. 145-191, pag. 192-216;
2. Neagu, C., Udrescu M. - Management general, Editura Artifex, București, 2015, ISBN 978-606-8716-12-1, pag.41- 60, pag. 61-122;
3. Nicolescu, O., Verboncu, I. - Fundamentele managementului organizației, Editura Universitară, București, 2008, ISBN 973-590-164-1, pag. 26-42, pag. 98-132, pag. 206-263.

***Disciplina: Marketing (F)***

1. Esența marketingului. Conceptul de marketing. Consumatorul-element de referință a marketingului. Funcțiile marketingului;
2. Mediul de marketing. Conținutul mediului de marketing. Piața întreprinderii. Concurența. Conjunctura pieței;
3. Strategia de piață și mixul de marketing;
4. Strategia de produs;
5. Strategia de preț;
6. Strategia de distribuție;
7. Strategia promoțională.

*Bibliografie:*

1. Balaure, V. – Marketing, Editura Uranus, București, 2008, ISBN 973-9021-75-1, pag. 13-43, pag. 82-90, pag. 92-104, pag. 110-117, pag. 329-342, 398-405, 462-483, 486-515;
2. Cetină, I. – Marketingul serviciilor, Editura Uranus, București, 2009, ISBN 978-973-7765-75-8, pag. 46-56, 149-155;
3. Kotler, Ph. – Conform lui Kotler, Editura Brandbuilders Grup, București, 2006, ISBN 978-973-87488-6-6, pag. 22-28, 48-53;
4. Kotler, Ph. – Principiile marketingului, Editura Teora, București, 2008, ISBN 973-601-399-5, pag. 23-59, 530-565;
5. Marinescu, R.T. – Elemente de marketing financiar-bancar, editura Artifex, București, 2010, ISBN 978-973-7631-70-1, pag. 15-29, 49-55, 99-112;
6. Năstase, D. – Fundamentele marketingului, Editura Axioma Print, București, 2014, ISBN 978-606-8206-08-0, pag. 23-31, pag. 136-141, 142-238, 239-242;
- 6 Thomas, M. – Manual de marketing, Editura Codecs, București, 2008, ISBN 973-98490-4-0, pag. 97-112, 263-282;
- 7 Udrescu, M., Coderie, C. – Managementul marketingului, Editura Artifex, București, 2009, ISBN 978-973-7631-68-8, pag. 9-50;
- 8 Udrescu, M., Năstase, D. – Comportamentul consumatorilor, Editura Artifex, București, 2015, ISBN 978-973-7631-98-5, pag. 8-39, 234-240, 268-271.

**Disciplina: Economia serviciilor (S)**

1. Conținutul serviciilor. Conceptul de serviciu. Caracteristicile serviciilor;
2. Locul și rolul serviciilor în economie. Serviciile și sectorul terțiar. Sectorul serviciilor-dimensiuni și interdependențe;
3. Piața serviciilor. Caracteristicile pieței serviciilor. Raportul dintre piața serviciilor și piața bunurilor;
4. Oferta și cererea de servicii. Tendințe în evoluția pieței de servicii. Caracteristicile cererii și factorii care influențează cererea de servicii;
5. Servicii pentru întreprinderi. Semnificații, rol, evoluții;
6. Servicii pentru populație. Servicii de piață prestate populației. Servicii publice finanțate de la buget;
7. Servicii internaționale. Conceptul de comerț internațional cu servicii. Tendințe în schimburile internaționale de servicii. Perspective de liberalizare a schimburilor internaționale de servicii;
8. Eficiența economică și socială a serviciilor. Relațiile între calitate și eficiență în activitatea de servicii.

*Bibliografie:*

1. Cetină, I. – Marketingul serviciilor, Editura Uranus, București, 2006, ISBN 973-7765-24-9, pag. 60-59, 86-96, 276-292;
2. Ionică, M. – Economia serviciilor, Editura Uranus, București, 2008, ISBN 973-9021-43-3, pag. 10-23, 39-66, 104-118, 278-296;
3. Kotler, Ph. – Principiile marketingului, Editura Teora, București, 2008, ISBN 973-601-399-5, pag. 697-718;
4. Stanciu, C. – Serviciile publice, Editura A.S.E. București, 2006, ISBN 973-987-4583-7, pag. 46-83, pag. 106-138.

### ***Disciplina: Logistica și distribuția mărfurilor (S)***

1. Conceptul de logistică. Conexiunile logisticii cu marketingul. Conexiunile logisticii cu producția;
2. Servirea clienților. Coordonate conceptuale ale servirii clienților. Componente majore ale servirii clienților. Strategia de servire a clienților;
3. Sistemul informațional și lanțul de aprovizionare-livrare. Componentele lanțului de aprovizionare-livrare. Tendințe pe piața soluțiilor operaționale pentru lanțul de aprovizionare-livrare;
4. Stocare și depozitare;
5. Sistemul de servire a clienților.

#### *Bibliografie:*

1. Bălan, C. – Logistica, Editura Uranus, București, 2008, ISBN 973-7765-28-1, pag. 19-31, pag. 55-77, 277-279;
2. Năstase, D. – Logistica mărfurilor, Editura Axioma Print, București, 2013, pag. 38-97, pag. 137-164, pag. 218-237;
3. Thomas, M. – Manual de marketing, Editura Codecs, București, 2008, ISBN 973-98490-4-0, pag.409-423, 449-463;
4. Udrescu M., Popescu-Cruceru, A.- „Logistică și subsisteme logistice. Interferențe juridice în logistica firmei”, Ed. Tritonic, 2013, ISBN 978-606-8536-85-9, pag. 57-74, pag. 201-234, 329-365, 333-442, 457-463.

### ***Disciplina: Tehnologii comerciale (S)***

1. Tehnologiile comerciale - concept, rol, conținut;
2. Amplasarea punctelor de vânzare;
3. Coordonate ale designului exterior și interior al punctelor de vânzare;
4. Tehnologia amenajării magazinelor;
5. Tehnologiile asortimentului de mărfuri;
6. Tehnologia etalării mărfurilor;
7. Gestionarea și randamentul suprafețelor de vânzare.

#### *Bibliografie:*

1. Lefter, C. - Comerț și economie comerciala, Editura economica, Bucuresti, 2009, ISBN 978-973-1664-74-5, pag. 78-94, 110-124, 160-182;
2. Teau, A. M. - Tehnologii comerciale, Editura Pro Universitaria, București, 2013, ISBN 978-606-647-669-0, pag. 24-88, 96-114, 132-166, 186-206;
3. Vișean, M. - Tehnologii comerciale, Editura ASE, București, 2004, ISBN 978-607-7415-12-3, pag. 44-84, 95-134, 144-162;
4. Zaharia, R. - Gestiunea forțelor de vânzare, Editura Uranus, București, 2002, ISBN 973-9021-65-4, pag. 25-37, 59-77, 161-193.

### ***Disciplina: Tehnica negocierilor în afaceri (S)***

1. Negocierea – formă principală de comunicare în afaceri. Caracteristici ale negocierilor în afaceri;
2. Tipuri de negocieri în afaceri. Etapele negocierii în afaceri;
3. Strategii, tehnici și tactici de negociere în afaceri;
4. Fazele tratativelor de negociere în afaceri;
5. Stabilirea prețurilor în negocierile de afaceri;
6. Concretizarea tehnicilor de negociere în afaceri. Tipuri de contracte în afaceri.

#### *Bibliografie:*

1. Mecu, G., Mecu, D. – Tehnica Negocierilor în afaceri : forme de politețe în afaceri; tipuri de contracte, Editura Irecson, București, 2004, ISBN 973-86371-7-1, pag. 11-17, 37-43, 45-47, 57-63, 71-73, 75-79, 101-113;
2. Mecu, G. – Tehnica Negocierilor în afaceri, ediția a II a revăzută, Editura Arvin Press, București, 2008, ISBN 978-973-16413-36-2, pag. 104-126, 141-127, 192-210;
3. Teau, A. M. - Tehnologii comerciale, Editura Pro Universitaria, București, 2013, ISBN 978-606-647-669-0, pag. 52-58, 92-114.

### ***Disciplina: Economia turismului (S)***

1. Caracteristicile ofertei de produse turistice;
2. Analiza politicii de preț a produselor turistice;
3. Evoluția activității turistice în funcție de manifestarea cererii;
4. Analiza politicii de produs turistic;
5. Analiza structurii mijloacelor de cazare pe tipuri de unități turistice;
6. Tipologia activităților turistice. Tipuri de turism și trăsăturile acestora;
7. Eficiența în turism.

#### *Bibliografie:*

1. Minciu, R. – Economia turismului, Editura Uranus, București, 2007, ISBN 978-973-7765-49-9, pag. 35-78, 96-110, 131-161, 201-266;
2. Stanciulescu, G., Pantelescu, A.M. - Tehnica operatiunilor de turism, Studii de caz si probleme, Editura ASE, Bucuresti, 2008, ISBN 978-973-5949044, pag. 143-167, 193-204;
3. Pădurean, M. - Dinamica turismului în strategia urbană, Editura ASE, București, 2007, ISBN 978-606-505-009-9, pag. 39-44, 56-77, 98-146;
4. Trufaș, C., Martinescu, D. M. – Agromarketing și organizare turistica rurală, Editura ALPHA MDN, Buzău, 2010, ISBN 978-973-139-118-2, pag. 88-99, 108-166, 183-203.

***Disciplina: Antreprenoriat în comerț, turism și servicii (S)***

1. Antreprenor și antreprenoriat în comerț, turism și servicii;
2. Întreprinzătorul - promotorul firmei de comerț, turism și servicii;
3. Particularități ale managementului firmelor din comerț, turism și servicii;
4. Trăsături caracteristice și variabilele antreprenoriale specifice comerțului, turismului și serviciilor;
5. Componentele sistemelor de management al firmelor din comerț, turism și servicii.

***Bibliografie:***

1. Nicolescu, O. - Intreprenoriatul și managementul IMM: concepte, abordări, studii de caz, Editura Economică, București, 2008, ISBN 978-973-709-420-9, pag. 48-76, 114-156;
2. Năstase, D. – Managementul sectorului terțiar, Editura Semne, București, 2014, ISBN 978-607-6216-06-4, pag. 24-38, 66-93;
3. Năstase, C. (coord) - Ghid de formare antreprenorială, Editura Didactică și Pedagogică, București, 2006, ISBN 973-30-1043-X, pag. 53-83, 106-154;
4. Neagu, C., Udrescu, M. – Management general, Editura Artifex, București, 2015, ISBN 978-606-8716-12-1, pag. 12-31, 43-69.

Decan,  
Prof. univ. dr. Dan Năstase

Director departament,  
Conf. univ. dr. Sorin Gabriel Gresoi