



ROMÂNIA
Ministerul Educației și Cercetării
Universitatea „ARTIFEX” din București
Acreditată prin Legea nr.133/2005
Str. Eonomu Cezărescu nr. 47, sector 6, București
Telefoane: 021.316.61.67; 021.300.61.97; 021.316.61.69; 031.424.23.97; 031.424.23.80
Fax: 021.316.61.69
Website: www.artifex.org.ro E-mail: universitate@artifex.org.ro

TEMATICA PENTRU EXAMENUL DE LICENȚĂ

Evaluarea cunoștințelor fundamentale și de specialitate
Sesiunea iulie 2026

DOMENIUL: ADMINISTRAREA AFACERILOR

Programul de studii universitare de licență: ECONOMIA COMERȚULUI, TURISMULUI ȘI SERVICIILOR

Disciplina: Management (F)

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

Referințe bibliografice:

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;
4. Burduș, E., Popa, I. – *Fundamentele managementului organizației*, Ediția a III-a, Editura PRO UNIVERSITARIA, ISBN 978-606-26-0878-1, București, 2018,;
5. Popa, C. F. – *Manageri și leadership*, Editura PRO UNIVERSITARIA, București, 2022.

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;
2. Strategia de piață și mixul de marketing;
3. Strategia de produs;
4. Strategia de preț;

5. Strategia de distribuție;
6. Strategia promoțională.

Referințe bibliografice:

1. Balaure, V. – *Marketing*, Editura Uranus, București, 2002, 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;

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.

Referințe bibliografice:

1. Lefter, C. - *Comerț și economie comercială*, Editura economica, București, 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. Săseanu, A. S., Albăstroi, I., Grosu, R. M. – *Comerț. Noțiuni fundamentale*, Editura ASE, București, 2021.

Disciplina: Economie în turism (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.

Referințe bibliografice:

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 operațiilor de turism, Studii de caz și probleme*, Editura ASE, București, 2008, ISBN 978-973-5949044, pag. 143-167, 193-204;

Disciplina: Antreprenoriat (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;
6. Planul de afaceri al unei agenții de turism;
7. Construirea unui model de afacere eficient în turism;
8. Modalități de finanțare a unei afaceri din domeniul turismului;
9. Strategii de creștere a unei firme și provocările determinate de aceasta.

Referințe bibliografice:

1. Nicolescu, O. - *Antreprenoriatul și managementul IMM: concepte, abordări, studii de caz*, Editura Economică, București, 2008, ISBN 978-973-709-420-9, pag. 48-76, 114-156;
2. Diaconu, Am., Diaconu, A., Gresoi, S – *Antreprenoriat – sinteze teoretice*, suport de curs, format electronic pe CD, Editura Artifex, București, 2021, ISBN 978-606-8716-58-9.
3. Ghenea, M. – *Antreprenoriat – Drumul de la idei către oportunități și succes în afaceri*, Editura Universul Juridic, București, 2011.
4. Țâmpu Ionel, D. L. - *Antreprenoriat, Strategii și Resurse*, Editura Artifex, București, 2022, ISBN 978-606-8716-64.

Decanul Facultății de Management-Marketing

Conf. univ. dr. Anca Mihaela MELINCEANU