



MINISTERUL EDUCAȚIEI
UNIVERSITATEA "VALAHIA" DIN TÂRGOVIȘTE
FACULTATEA DE ȘTIINȚE ECONOMICE
DEPARTAMENTUL MANAGEMENT MARKETING
Aleea Sinaia, nr. 13, 130004, Târgoviște, România
email: fse@valahia.ro, web: www.valahia.ro <https://economice.valahia.ro>

TEMATICA DE LICENȚĂ

Cunoștințe fundamentale și de specialitate – sesiunea iulie 2025 –

Specializarea ECONOMIA COMERȚULUI, TURISMULUI ȘI SERVICIILOR

1. Noțiuni fundamentale în administrarea afacerilor

- 1.1. Conceptul de marketing. Funcțiile marketingului.
- 1.2. Definiție, particularități și tipologia serviciilor
- 1.3. Aspecte generale privind turismul

2. Mediul de marketing al firmei

- 2.1. Mediul extern al întreprinderii
- 2.2. Mediul intern al întreprinderii

3. Piața – un concept fundamental al marketingului

- 3.1. Categoriile de influențatori pe piață.
- 3.2. Segmentarea pieței. Criterii de segmentare pentru piața organizației/piața bunurilor de larg consum. Nișa de piață.

4. Politica de produs

- 4.1. Conceptul de produs în optica marketingului
- 4.2. Marca – element cheie al strategiei de produs
- 4.3. Ciclul de viață al produselor (CVP).
- 4.4. Tipologia strategiilor de produs.

5. Politica de preț

- 5.1. Prețul – concept, funcții, rol
- 5.2. Strategii de preț

6. Politica de distribuție

- 6.1. Funcțiile distribuției și conținutul distribuției
- 6.2. Tipologia canalelor de distribuție
- 6.3. Comerțul de gros. Comerțul cu amănuntul
- 6.4. Strategii de distribuție



ARACIS2021
CALIFICATIV
Grad de încredere ridicat



7. Politica de comunicare

- 7.1. Cadrul teoretic al procesului de comunicare. Sistemul de comunicare al firmei
- 7.2. Planul de comunicare. Bugetul de comunicare
- 7.3. Tipologia mijloacelor de comunicare
- 7.4. Publicitate prin mass-media. Comunicare prin eveniment. Saloane, târguri, expoziții.

8. Piața serviciilor: cerere, oferta, concurența

9. Raporturi între piața bunurilor și piața serviciilor

10. Servicii destinate populației

11. Servicii destinate persoanelor juridice

12. Forța de muncă în servicii

13. Cercetarea de marketing

- 13.1. Aria de studiu a cercetarilor de marketing. Clasificarea cercetarilor de marketing
- 13.2. Etapele cercetării de marketing.
- 13.3. Metode de culegere și de prelucrare a informațiilor. Metode uzuale de scalare

14. Turismul - considerații generale

- 14.1. Turismul și turistul
- 14.2. Dimensiunile turismului
- 14.3. Implicațiile macroeconomice ale turismului

15. Serviciile turistice

- 15.1. Caracteristicile serviciilor turistice
- 15.2. Clasificarea serviciilor turistice
- 15.3. Serviciul de cazare
- 15.4. Serviciul de alimentație publică
- 15.5. Serviciul de agreement
- 15.6. Servicii turistice suplimentare
- 15.7. Calitatea serviciilor turistice

16. Potențialul turistic. Conținut și structură

- 16.1. Potențialul natural
- 16.2. Potențialul antropoc





17. Piața turistică

- 17.1. Particularitățile cererii și consumului în turism
- 17.2. Sezonalitatea activității turistice
- 17.3. Oferta și producția turistică
- 17.4. Prețul produsului turistic

18. Eficiența în turism

- 18.1. Eficiența activității de cazare
- 18.2. Eficiența activității de alimentație publică

19. Indicatorii circulației turistice

BIBLIOGRAFIE

1. Andreiana V.A, Bădicu G. D. (2017) Economie în servicii, Editura PRO Universitaria.
2. Constantinescu L. M., Gavrilă G. (2011) Marketing în turism. Abordări conceptuale, tehnici și strategii, Editura PRO Universitaria.
3. Constantinescu L. M. (2010) Tehnologie hotelieră de restaurant (E-book), Editura Valahia University Press, Târgoviște.
4. Ioncica M. (2006) Economia serviciilor. Abordări teoretice și implicații practice, Editura Uranus.
5. Marcu L., Toma T. (2009) Cercetarea cantitativă de marketing cu ajutorul programului de calcul tabelar EXCEL, Editura Bibliotheca, Târgoviște.
6. Minciu R. (2004) Economia turismului, Editura Uranus, București.
7. Ristea A.L. (coordonator), Ioan–Franc V., Tănăsescu D., Topița M. (2008) Marketing. Concepte, instrumente-acțiune, Editura Expert, București.
8. Ristea A. L., Ioan – Franc V. (coordonatori) (2010) Marketing. Crestomație de termeni și concepte (ed. IV), Editura Expert, București.
9. Ristea A. L., Ioan – Franc V., Purcărea Th. (2005) Economia distribuției, Editura Expert, București.
10. Tănăsescu D. A., Andreiana V.A. (2022) Ecoturism și turism rural. Concepte. Teme de reflecție. Studii de caz, Editura Mustang, București
11. Tănăsescu D. (2015) Marketingul serviciilor, Editura Bibliotheca, Târgoviște.
12. Toma A. (2011) Cercetări de marketing, Editura Cetatea de Scaun, Târgoviște.

Departamentul Management Marketing
Director,
Lect. univ. dr. Violeta-Andreea Andreiana

