

TEMATICĂ
Disciplina: **MARKETING**

1. Factorii activității de marketing;
2. Cadrul economico-social al activității de marketing;
3. Politicile de marketing și strategia de piața;
4. Cercetările de marketing;
5. Tehnici de promovare a produselor;
6. Cererea și oferta de produse agroalimentare;
7. Piete și prețuri ale produselor agroalimentare;
8. Politica de produs și politica de pret. Politica de distribuție și politica promoțională;
9. Previțiuni de marketing;
10. Stretea de piață și mixul de marketing.

Bibliografie:

1. Balaure V. (coordonator) -Marketing, Ediția a II-a, Ed. Uranus, București- 2003;
2. Bing Liu, Web Data Mining, Exploring Hyperlinks, Contents, and Usage Data, Springer Berlin, Heidelberg-2007;
3. Blythe Jim, Marketing (SAGE Course Companions), SAGE Publications, Londra-2006;
4. Cetină, I., Brandabur,R., Constantinescu, M., Marketingul Serviciilor. Teorie și aplicații, Ed. Uranus, București-2006;
5. Constantin Florescu și colaboratorii -“Marketing- probleme, cazuri, teste”, Ed. Marketer, Bucuresti -1993;
6. Mircea Bogdan - “Marketing”, Ed. Romedia Tech, București -1999;
7. Purcărea, Th., Rațiu, M. P., - Comportamentul consumatorului, o abordare de marketing, Editura Universitară „Carol Davila”, București-2007;
8. Smedescu I. (coord.), Bazele marketingului, Editura Universitară, București, 2008.

Decan,
Șef lucr. dr. Popărlan Alina

