



MINISTERUL EDUCAȚIEI ȘI CERCETĂRII
UNIVERSITATEA „PETRE ANDREI” DIN IAȘI
Înființată prin Legea nr. 408 / 20.06.2002
FACULTATEA DE DREPT, ECONOMIE, ȘTIINȚE
POLITICE ȘI ADMINISTRATIVE
CIF: 26596943
Web: www.upa.ro; E-mail: office@upa.ro

Departamentul de Științe Economice
Program de licență: *Marketing*

Director Departament Științe Economice
Prof. univ. dr. Alexandru TRIFU

TEMATICĂ EXAMEN LICENȚĂ LA DISCIPLINA FUNDAMENTALĂ BAZELE INFORMATICII

1. Date și informații. Aspecte generale.
2. Considerații privind hardware-ul. Definiții, exemple de componente hardware ale unui calculator și caracteristici.
3. Sistemul de operare. Caracteristici și funcții.
4. Programele de calcul tabelar și utilizarea acestora în economie.
5. Internetul. Caracteristici și servicii ale acestuia în activitatea economică.
6. Diferențe dintre software de sistem și software de aplicație. Exemple.
7. Programul Word. Funcții principale și utilizare.
8. Tipuri de amenințări informatice și metode de protecție.
9. ISP (Internet Service Provider). Caracteristici.
10. Memoriile RAM și ROM. Caracteristici și specificații.

Bibliografie:

1. Airinei D. ș. a., *Tehnologii informaționale aplicate în organizații*, Editura Universității „Alexandru Ioan Cuza”, Iași, 2014
2. Bujor Anca, *Bazele informaticii - suport de curs*, 2025
3. Pașcu P., Socaciu T., Iancu E., *Informatica și sisteme informatice*, Editura Info Data, Cluj-Napoca, 2016
4. Grama A. (coordonator), *Tehnologii informaționale în lumea afacerilor*, Editura Sedcom Libris, Iași, 2009
5. Tudor V., *Excel 2023. Curs pentru începători*, L&S Soft, 2023





MINISTERUL EDUCAȚIEI ȘI CERCETĂRII
UNIVERSITATEA „PETRE ANDREI” DIN IAȘI
Înființată prin Legea nr. 408 / 20.06.2002
FACULTATEA DE DREPT, ECONOMIE, ȘTIINȚE
POLITICE ȘI ADMINISTRATIVE
CIF: 26596943
Web: www.upa.ro; E-mail: office@upa.ro

Departamentul de Științe Economice
Program de licență: *Marketing*

Director Departament Științe Economice
Prof. univ. dr. Alexandru TRIEU

TEMATICĂ EXAMEN LICENȚĂ LA DISCIPLINA FUNDAMENTALĂ MANAGEMENT

1. Principalele funcții de management (în concepția lui Henry Fayol). Aspecte generale.
2. Descrieți stilurile de leadership autocratic, democratic, laissez-faire.
3. Rolul managerului într-o organizație modernă.
4. Componente principale ale structurii organizatorice. Aspecte generale.
5. Metode de stimulare a creativității personalului.
6. Leadership și management. Diferențe.
7. Componente principale ale strategiei. Aspecte generale.
8. Teoria motivațională a lui Maslow și aplicarea acesteia în context organizațional.
9. Teoriile lui Frederick Taylor, Henri Fayol și Max Weber. Diferențe.
10. Conceptul de analiză SWOT. Descrieți cel puțin trei exemple pentru fiecare categorie componentă.

Bibliografie:

1. Bujor Anca, *Management* - suport de curs, 2025
2. Burduș E, Popa I., *Fundamentele managementului organizației*, Ediția a III-a, Editura Pro Universitaria, București, 2018
3. Stegăroiu I. (coord), *Tratat de management general. Managementul schimbării*, vol. 9, Editura Pro Universitaria, București, 2023
4. Coman C., *Managementul conflictelor în organizații*, Editura C.H. Beck, București, 2021
5. Dalotă M., Bărăgan L., *Management general*, Editura Pro Universitaria, București, 2019





MINISTERUL EDUCAȚIEI ȘI CERCETĂRII
UNIVERSITATEA „PETRE ANDREI” DIN IAȘI
Înființată prin Legea nr. 408 / 20.06.2002
FACULTATEA DE DREPT, ECONOMIE, ȘTIINȚE
POLITICE ȘI ADMINISTRATIVE
CIF: 26596943
Web: www.upa.ro; E-mail: office@upa.ro

Departamentul de Științe Economice
Program de licență: *Marketing*

Director Departament Științe Economice
Prof. univ. dr. Alexandru TRIFU

TEMATICĂ EXAMEN LICENȚĂ LA DISCIPLINA FUNDAMENTALĂ MARKETING

1. Conceptul de marketing și rolul său în activitatea unei firme.
2. Elementele principale ale mixului de marketing (cei 4P).
3. Segmentarea pieței și importanța acesteia pentru companie.
4. Rolul cercetării de marketing în procesul decizional al firmei.
5. Poziționarea produsului pe piață. Caracteristici și specificații.
6. Tipuri principale de strategii de preț utilizate în marketing.
7. Distribuția produselor și principalele canale de distribuție.
8. Principalele instrumente ale politicii de promovare.
9. Ciclul de viață al produsului și etapele acestuia.
10. Influența mediului extern asupra activității de marketing a unei organizații.

Bibliografie:

1. Armstrong G., Kotler P., *Introducere în marketing*, ediția a 12-a, Pearson/Educational Centre, București, 2015
2. Kotler Ph., *Principiile marketingului*, ediția a 4-a, Editura Teora, București, 2008
3. Stoica Cristina Maria, Alexa Lidia, *Cercetări de marketing. Teorie și aplicații*, Editura C. H. Beck, București, 2010
4. Munteanu C. (coord.), Maxim E., Sasu C., Prutianu Ș., Zaiț A., Manolică A., Jijie T., Monoranu A., *Marketing. Principii, practici, orizonturi*, Editura Sedcom Libris, Iași, 2011
5. Guriță Doina, *Marketing - suport de curs*, 2025





MINISTERUL EDUCAȚIEI ȘI CERCETĂRII
UNIVERSITATEA „PETRE ANDREI” DIN IAȘI
Înființată prin Legea nr. 408 / 20.06.2002
FACULTATEA DE DREPT, ECONOMIE, ȘTIINȚE
POLITICE ȘI ADMINISTRATIVE
CIF: 26596943
Web: www.upa.ro; E-mail: office@upa.ro

Departamentul de Științe Economice
Program de licență: *Marketing*

Director Departament Științe Economice
Prof. univ. dr. Alexandru TRIFU

TEMATICĂ EXAMEN LICENȚĂ LA DISCIPLINA DE SPECIALITATE *CERCETĂRI DE MARKETING*

1. Decizii manageriale, sistem informațional și cercetarea de marketing.
2. Procesul cercetării de marketing. Preliminariile unui proiect de cercetare. Tipologia cercetărilor de marketing.
3. Culegerea datelor secundare.
4. Culegerea datelor primare - cercetări calitative. Observarea.
5. Culegerea datelor primare - cercetări calitative. Interviu individual.
6. Culegerea datelor primare - cercetări calitative. Interviu de grup.
7. Culegerea datelor primare - ancheta de piață. Eșantionarea.
8. Culegerea datelor primare - ancheta de piață. Metoda de administrare a chestionarului.
9. Culegerea datelor primare - ancheta de piață. Scalarea.
10. Culegerea datelor primare - ancheta de piață. Conceperea chestionarului.

Bibliografie:

1. Boier Rodica, *Cercetări de marketing* - suport de curs, 2025.
2. Rodica Boier, *Cercetări de marketing* - suport de seminar, 2025.
3. Datculescu P., *Cercetarea practică de marketing*, Editura Brandbuilders, București, 2012.
4. Kotler P., Kartajaya H., Setiawan I., *Marketing 3.0. De la produs la consumator și la spiritul uman*, Editura Publică, București, 2010.
5. Boier Rodica, *Co-crearea în inovare*, în Avasilcai S., C. Hutu (edit.), *Inovare prin co-creare în era online*, Editura Performantica, Iași, 2016, p. 11-65.





MINISTERUL EDUCAȚIEI ȘI CERCETĂRII
UNIVERSITATEA „PETRE ANDREI” DIN IAȘI
Înființată prin Legea nr. 408 / 20.06.2002
FACULTATEA DE DREPT, ECONOMIE, ȘTIINȚE
POLITICE ȘI ADMINISTRATIVE
CIF: 26596943
Web: www.upa.ro; E-mail: office@upa.ro

Departamentul de Științe Economice
Program de licență: *Marketing*

Director Departament Științe Economice
Prof. univ. dr. Alexandru TRIFU

TEMATICĂ EXAMEN LICENȚĂ LA DISCIPLINA DE SPECIALITATE *COMPORTAMENTUL CONSUMATORULUI*

1. Comportamentul consumatorului. Aspecte generale.
2. Etapele procesului de decizie de cumpărare. Enumerare și explicații.
3. Factori psihologici care influențează comportamentul consumatorului.
4. Deciziile de cumpărare și influența acestora asupra culturii și mediului social.
5. Rolul motivației în comportamentul consumatorului.
6. Percepția și influența acesteia în alegerea produselor.
7. Nevoi și dorințe în procesul de consum. Diferențe și exemplificări.
8. Familia și decizia de cumpărare. Rol și specificații.
9. Loialitatea față de marcă și modul de formare al acesteia.
10. Studiul comportamentului consumatorului și modalități de utilizare al acestuia de către companii în strategiile de marketing.

Bibliografie:

1. Armstrong G., Kotler P., *Introducere în marketing*, ediția a 12-a, Pearson/Educational Centre, București, 2015
2. Kotler Ph., *Principiile marketingului*, ediția a 4-a, Editura Teora, București, 2008
3. Kotler Ph., *Kotler despre Marketing*, Editura Brandbuilders, București, 2008
4. Stoica Cristina Maria, Alexa Lidia, *Cercetări de marketing. Teorie și aplicații*, Editura C.H. Beck, București, 2010
5. Guriță Doina, *Marketing - suport de curs*, 2025





MINISTERUL EDUCAȚIEI ȘI CERCETĂRII
UNIVERSITATEA „PETRE ANDREI” DIN IAȘI
Înființată prin Legea nr. 408 / 20.06.2002
FACULTATEA DE DREPT, ECONOMIE, ȘTIINȚE
POLITICE ȘI ADMINISTRATIVE
CIF: 26596943
Web: www.upa.ro; E-mail: office@upa.ro

Departamentul de Științe Economice
Program de licență: *Marketing*

Director Departament Științe Economice
Prof. univ. dr. Alexandru TRIFU

TEMATICĂ EXAMEN LICENȚĂ LA DISCIPLINA DE SPECIALITATE CYBERMARKETING

1. Principalele forme de publicitate digitală. Prezentare și caracteristici
2. Etapele elaborării unei strategii de cybermarketing pentru lansarea unui produs nou pe piață.
3. Principalele avantaje ale marketingului digital.
4. Cookie-urile. Aspecte generale.
5. Avantajele și limitele e-mail marketingului. Utilizarea eficientă într-o campanie digitală.
6. Platforme utilizate frecvent pentru publicitate digitală. Specificații.
7. Content marketing-ul. Considerații generale și caracteristici.
8. Marketingul tradițional și marketingul digital. Comparații, avantaje, limite.
9. Etape în realizarea unui site.
10. Termenii UI și UX. Semnificații.

Bibliografie:

1. Bucea-Manea-Tonis Rocsana, Bucea-Manea-Tonis R., *Cybermarketing - teorie și aplicații*, Editura Fundației România de Măine, București, 2017
2. Bujor Anca, *Cybermarketing - suport de curs*, 2025
3. Coman C., Popica M.M., Mesesan-Schmitz L., *Marketingul digital și antreprenorii români*, Editura C.H. Beck, București, 2021
4. Nichifor E., Bratucu G., *Marketingul digital. O soluție pentru dezvoltarea ecosistemului antreprenorial din România*, Ed. Universitara, 2022
5. Orzan Gh., Orzan M., *Cybermarketing*, Editura Uranus, București, 2007

