

UNIVERSITATEA “DUNĂREA DE JOS” DIN GALAȚI
FACULTATE DE ECONOMIE ȘI ADMINISTRAREA AFACERILOR
DEPARTAMENTUL: ADMINISTRAREA AFACERILOR

TEMATICA DE CONCURS

Post Asistent

DISCIPLINE:

- a) Marketing
- b) Comunicare și relații publice
- c) Marketing internațional
- d) Marketing turistic
- e) Programe aplicative de marketing
- f) Managementul serviciilor
- g) Proiecte de marketing
- h) Marketingul micilor afaceri

a) Tematica – MARKETING

1. Conceptul de marketing - fundamente teoretico-metodologice
2. Cercetări cantitative și calitative aplicate în domeniul marketingului
3. Proiectarea cercetărilor de marketing
4. Strategia de piață și mixul de marketing
5. Politica de produs - produsul în optica de marketing, dimensiunile gamei de produse, procesul de inovație al produselor, lansarea produselor noi pe piață, strategii în politica de produs
6. Politica de preț - obiective, strategii de preț, practici de marketing în domeniul prețurilor
7. Politica de distribuție - concepte, locul în mixul de marketing, sistemul logistic, strategii de distribuție, optimizarea proceselor de distribuție
8. Politica de promovare - rolul promovării în marketing, forme de promovare ale produselor și serviciilor, comunicarea în marketing, strategii promoționale și operaționalizarea politicii de promovare
9. Planificarea strategică și planul de marketing
10. Elaborarea strategiilor de marketing

BIBLIOGRAFIE:

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

2. Balaure, V., *Marketing-teste grilă, Ediția 2*, Editura Uranus, București, 2001
3. Cătoi, I., Balaure, V., *Metode și tehnici de culegere și analiză a informațiilor în cercetările de marketing*, Editura Uranus, București, 2000
4. Cătoi, I., Balaure, V., *Proiectarea cercetărilor de marketing*, Editura Uranus, București, 2000
5. Cătoi, I., *Cercetări de marketing*, Editura Uranus, București, 2002
6. Cruceru, A. F., *Marketing*, Editura Uranus, București, 2015
7. Datculescu, P., *Cercetarea de marketing*, Editura Brandbuilders, București, 2006
8. Gherghina, L., *Cercetări de marketing. Sinteze și studiu de caz*, Editura Eftimie Murgu, Reșița, 2014
9. Lazăr, D. D., *Politici de marketing*, Editura Dimitrie Cantemir, Târgu-Mureș, 2000
10. Lădaru, G. R., Sima, V., *Introducere în cercetări de marketing*, Editura ASE, București, 2017
11. Marcu, L., Toma, A. *Cercetarea cantitativă de marketing cu ajutorul programului de calcul tabelar Excel*, Editura Bibliotheca, Târgoviște, 2009
12. Maxim, E., Gherasim, T., *Marketing*, Editura Economică, București, 2000
13. Micu, A., *Marketing*, Editura Didactică și Pedagogică, București, 2012
14. Micu, A., Micu, A-E., *Cercetări de marketing*, Editura Valinex, Chișinău, 2004
15. Nedelea, A-M., *Marketing. Practici și studii de caz*, Editura Pro Universitaria, București, 2020
16. Niculescu, E., Hlaciuc, E., Buda, S., *Marketing modern: concepte, tehnici, strategii*, Editura Polirom, Iași, 2000
17. Niță, C., *Bazele marketingului*, Editura Economică, București, 2003
18. Olaru, A., *Marketing*, Editura Fundația Dunarea de Jos Galați, 2004
19. Prutianu, Ș., Anastasiei, B., Jijie, T., *Cercetare de marketing. Studiul pieței pur și simplu*, Editura Polirom, București, 2004
20. Susanu, I. O., Cristache, N., *Marketing - aplicații*, Editura Didactică și Pedagogică, București, 2005
21. Susanu, I. O., *Marketing - busola organizației tale*, Editura Didactică și Pedagogică, București, 2005

b) Tematica – COMUNICARE ȘI RELAȚII PUBLICE

1. Fundamente teoretico-metodologice ale relațiilor publice - definire, proces, instrumente specifice
2. Relațiile publice și mixul de comunicare
3. Comunicarea - bază de fundamentare a relațiilor publice
4. Comunicarea internă și relațiile publice interne - instrumente utilizate, modalități de transmitere a informațiilor și de aplicare a deciziilor
5. Comunicarea externă - construirea unor relații cu mass-media, comunicatul și dosarul de presă, conferința de presă
6. Comunicarea și PR-ul în susținerea imaginii publice a organizațiilor
7. Managementul comunicării și relațiile publice în organizații
8. Relațiile publice și criza de imagine a organizației

9. Mixul de comunicare și importanța sa pentru organizație
10. Campania de relații publice și canalele mediatice

BIBLIOGRAFIE:

1. Achelis, T., Epure, L., *Relații publice: Coduri, practici, interferențe*, Editura Mirton, Timișoara, 2004
2. Chiriță, E., *Puterea imaginii în relațiile publice. Norme de protocol și comunicare eficientă*. Editura Universitară, București, 2015
3. Cismaru, D. M., Iacob, D., Pricopie, R., *Relațiile publice. Coeziune și eficiență prin comunicare*, Editura Comunicare.ro, București, 2011
4. Cmeciu, C., *Tendențe actuale în campaniile de relații publice*, Editura Polirom, București, 2013
5. Coman, C., *Relații publice. Principii și strategii*, Polirom, Iași, 2001
6. Cristache, N., *Relații publice*, Editura Didactică și Pedagogică, București, 2007
7. Dagenais, B., *Campania de relații publice*, Editura Polirom, Iași, 2003
8. Dospinescu, N., *Relații publice, comunicare media și managementul reputației*, Editura Tehnopress, București, 2011
9. Dumitrașcu, V., *Managementul comunicării și relații publice în afaceri*, Editura Universitară, București, 2020
10. Năstase, G. I., *Comunicare și relații publice în afaceri*, Editura Pro Universitaria, București, 2020
11. Newsom, D., Haynes, J., *Redactarea materialelor de relații publice*, Editura Polirom, București, 2011
12. Preda, S., *Tehnici de redactare în presa scrisă*, Editura Polirom, București, 2006
13. Pricopie, R., *Relațiile publice-evoluție și perspective*, Editura Tritonic, București, 2005
14. Rogojinaru, A., *Relații publice. Fundamente interdisciplinare*, Editura Tritonic, București, 2005
15. Rus, F. C., *Campanii și strategii de PR*, Editura Institutul European, 2009, Iași
16. Stancu, V., Stoica, M., *Relații publice. Succes și credibilitate*, Editura Concept, București, 1997
17. Șchiopu, A. F., *Comunicarea în managementul organizației*, Editura ASE, București, 2012

c) Tematica – MARKETING INTERNAȚIONAL

1. Fundamente teoretico-metodologice specifice dezvoltării marketingului internațional
2. Internaționalizarea afacerilor - factori și obiective
3. Segmentarea piețelor externe și procesul de selecție al piețelor țintă
4. Mixul de marketing internațional - particularități, factori și obiective
5. Strategii aplicate în marketingul internațional
6. Politica de produs în marketingul internațional
7. Politica de preț în marketingul internațional
8. Politica de distribuție în marketingul internațional
9. Politica de promovare în marketingul internațional
10. Particularități ale organizării activității în marketingul internațional

BIBLIOGRAFIE:

1. Anton, V., *Marketing internațional*, Editura Expert, București, 2007
2. Barbu, C., *Marketing internațional. Aplicații și studii de caz*, Editura Universitaria, București, 2013
3. Danciu, V., *Marketing internațional. Provocări și tendințe la începutul mileniului trei. Ediția II*, Editura Economică, București, 2009
4. Danciu, V., *Marketing internațional - de la tradițional la global*, Editura Economică, București, 2001
5. Gherasim, A., Gherasim, D., *Marketing internațional*, Editura Pro Universitaria, București, 2020
6. Jugănar, M., *Marketing internațional*, Editura Expert, București, 2007
7. Lazăr, D. D., *Marketing internațional, Ediția 1*, Editura Universității din Oradea, Oradea, 2002
8. Micu, A., Micu A-E., *Marketing internațional*, Editura Didactică și Pedagogică, București, 2006
9. Micu, A., Micu, A-E., *Marketing - metode, concepte, aplicații, studii de caz*, Editura Didactică și Pedagogică, București, 2003
10. Micu, A., Micu, A-E., *Marketing internațional*, Editura Fundației Universitare, 2006
11. Micu, A., Micu, A-E., *Marketing internațional*, Editura Tipart, București, 2001
12. Micu, A., Micu, A-E., *Marketing internațional-mixul de marketing*, Editura Didactică și Pedagogică, București, 2005
22. Micu, A., *Strategii de marketing internațional*, Editura Didactică și Pedagogică, București, 2013
13. Mușetescu, A., Nicolau I., Chira, R., *Marketing internațional. Ediția a III-a revizuită și adăugită*, Editura Pro Universitaria, București, 2016
14. Mușetescu, A., *Strategii de marketing pe plan internațional*, Editura Pro Universitaria, București, 2014
15. Pop, Al. N., Dumitru, I., *Cecetarea piețelor internaționale: studiu documentar*, Editura A.S.E., București, 2006
16. Pop, Al. N., Dumitru, I., *Marketing internațional*, Editura Uranus, București, 2001
17. Ristea, A. L., Ioan-Franc, V., *Marketing strategic*, Editura Expert, București, 2010
18. Sasu, C., *Marketing internațional*, Editura Polirom, Iași, 2001

d) Tematica – MARKETING TURISTIC

1. Conceptul de marketing turistic - fundamente teoretico-metodologice, conținutul și funcțiile marketingului turistic
2. Mediul de marketing al întreprinderii de turism
3. Cererea și oferta turistică
4. Proiectarea cercetărilor de marketing - metode și tehnici de culegere și analiză a informațiilor în cercetările de marketing din turism
5. Conceptul de marketing mix - definirea conceptuală, particularitățile și tendințe privind mixul de marketing

6. Politica de produs - definirea și evoluția elementelor specifice politicii de produs în turism, strategiile organizației din turism privind politica de produs
7. Politica de preț - definirea și evoluția elementelor specifice politicii de preț în turism și strategiile de preț
8. Politica de distribuție - specificul politicii de distribuție în cadrul organizației turistice și strategiile de distribuție
9. Politica de comunicare și promovare - specificul promovării în turism, strategii de promovare și tehnici de promovare
10. Planificarea activității turistice - conținutul planificării strategice în marketingul turistic, tipuri de strategii de marketing ale întreprinderilor turistice

BIBLIOGRAFIE:

1. Balaure, V., Cătoiu, Vegheș, C., *Marketing turistic*, Editura Uranus, București, 2005
2. Borza, M., *Marketing turistic sustenabil*, Editura Tehnopress, Iași, 2014
3. Brătucu, G., Dima, D., *Marketing în turism*, Editura Psihimedia, Sibiu, 2002
4. Bucur-Sabo, M., *Marketing turistic*, Editura Irecson, București, 2006
5. Garcia, B. H., *Marketing în turismul rural*, Ediția 1, Editura Dacia, Cluj-Napoca, 2004
6. Coita, D. C., *Marketing turistic*, Editura Universității din Oradea, Oradea, 2003
7. Lache, C., *Marketing turistic*, Editura TipoMoldova, Iași, 2002
8. Neagu, V., *Turism internațional - Note de curs*, Editura Expert, București, 2005
9. Nedelea, A., *Politici de marketing în turism*, Editura Economică, București, 2003
10. Nedelea, A-M., Cioban, G-L., Cioban, C-I., *Turism. Studii de caz*, Editura Economică, București, 2021
11. Nedelea, A-M., *Marketing în turism. Teorie și practică*, Editura Economică, București, 2020
12. Nistoreanu, P., Ghereș, M., *Turism rural. Tratat*, Editura CH Beck, București, 2010
13. Stăncioiu, A. F., *Strategii de marketing în turism*, Editura Economică, București, 2000
14. Stănciulescu, G., *Managementul agenției de turism*, Editura ASE, București, 2013
15. Stănciulescu, G., State, O., *Tehnica operațiunilor de turism intern și internațional*, Editura Ch. Beck, București, 2013
16. Susanu, I.O., *Marketing turistic*, Editura Didactică și Pedagogică, București, 2007
17. Țuclea, C-E., Vasile, V-C., Bulin, D., *Administrarea întreprinderii de comerț, turism, servicii. Culegere de studii de caz, exerciții, teste*, Editura ASE, București, 2020

e) Tematica – PROGRAME APLICATIVE DE MARKETING

1. Planificarea strategică - noțiuni introductive, obiectivele și etapele planificării strategice
2. Planul de marketing - structură, analiza SWOT și elaborarea strategiilor de marketing
3. Programul de marketing - rolul programului de marketing, tipologia programelor de marketing, metode de coordonare ale activităților programului de marketing, metoda drumului critic și diagrama Gantt
4. Simularea de marketing - prezentarea caracteristicilor și avantajelor unei simulări de marketing, tipologii de simulări de marketing, etapele derulării unei simulări de marketing

5. Simularea alocării eficiente a resurselor de marketing - rolul procesului decizional în simularea de marketing, teoria alocării eficiente a resurselor de marketing
6. Simularea unor activități de marketing specifice - simularea optimizării mixului de marketing cu ajutorul analizei conjugate, simularea determinării strategiei de distribuție optime prin metoda arborelui decizional, simularea unui proiect de marketing relațional
7. Aspecte conceptuale și metodologice asupra piețelor virtuale - definirea conceptului de piață virtuală, agenții piețelor virtuale, modelarea strategiilor agenților pieței virtuale
8. Simularea unui proiect de marketing relațional bazat pe analiza multidimensională a vânzărilor în funcție de diferite criterii de segmentare a pieței
9. Evaluarea programelor de marketing

BIBLIOGRAFIE:

1. Bujor, A., *Programe aplicative de marketing. Note de curs*, Universitatea “Petre Andrei” din Iași, 2019
2. Constantin, C., *Analiza datelor de marketing. Aplicații în SPSS*, Editura: C.h. Beck, București, 2013
3. Constantinescu, D., Nistorescu, T., *Managementul proiectelor. Fundamente, metode și tehnici*, Editura Sitech, București, 2008
4. Fotea, I., Neagoie, D., Malancea, I., *Cercetări de marketing*, Editura Economică, București, 2019
5. Grigorescu, A., *Practica managementului proiectelor*, Editura Uranus, București, 2015
6. Lazăr, D. D., *Cercetări de marketing*, Editura Star Soft, Alba-Iulia, 2001
7. Lock, D., *Management de proiect*, Editura Codecs, București, 2000
8. Meghișan, G., Stancu, I., *Cercetări de marketing*, Editura Sitech, Craiova, 2008
9. Nedelea, A-M., *Cercetarea de marketing*, Editura Economică, București, 2017
10. Nistor R., Capatina A., *Simulări și proiecte de management și marketing*, Editura Academica, Galați, 2005
11. Nistor, R., *Cercetări de Marketing*, Editura Didactică și Pedagogică, București, 2005
12. Orzan, G., *Sisteme expert de marketing*, Editura Uranus, București, 2007
13. Teodorescu, N., *Metode avansate de marketing. Suport de curs*, Editura ASE, București, 2009
14. Țimiraș, L.C., *Programe aplicative de marketing: note de curs*, Editura Alma Mater, Bacău, 2013
15. Young, T. L., *Managementul proiectelor de succes*, Editura Rentrop&Straton, București, 2008

f) Tematica – MANAGEMENTUL SERVICIILOR

1. Fundamente teoretico-metodologice specifice managementului serviciilor - conceptualizarea serviciilor, caracteristicile serviciilor și tipologia serviciilor

2. Eficiența economică și socială a serviciilor - conținutul și particularitățile eficienței în sfera serviciilor, criterii de evaluare a serviciilor, indicatori de exprimare și căi de creștere a eficienței, relațiile între calitate și eficiență în activitățile de servicii
3. Managementul strategic în servicii - caracteristici și factori de influență, categorii de servicii și strategii operaționale
4. Strategii pentru furnizarea serviciilor - modelul Porter aplicat în sectorul serviciilor, analiza strategică bazată pe resurse, strategii generice pentru furnizarea serviciilor și analiza SWOT
5. Managementul resurselor umane în organizațiile de servicii
6. Marketingul relațional în servicii - decizii, particularități și importanța marketingului în sectorul serviciilor
7. Planificarea afacerilor din domeniul serviciilor
8. Definiția și măsurarea satisfacției clienților - metode pentru măsurarea satisfacției clienților, managementul nemulțumirilor generate de serviciile achiziționate, tactici de păstrare a clienților și tehnici folosite pentru fidelizarea clienților
9. Marketingul serviciilor - stabilirea prețurilor pentru servicii, strategii de comunicare pentru firmele de servicii, recomandări pentru îmbunătățirea comunicării de marketing în servicii
10. Dezvoltarea și globalizarea serviciilor - globalizarea serviciilor, strategii de creștere și extindere națională a furnizării serviciului, strategii de globalizare a serviciilor

BIBLIOGRAFIE:

1. Baicu, M., *Managementul marketingului*, Editura Fundația România de Măine, București, 2012
2. Bărăgan, L-G., Dalotă, M-D., *Management general. Ediția a V-a, revizuită*, Editura Pro Universitaria, București, 2020
3. Beckwith, H., *Marketingul serviciilor. Arta de a vinde invizibilul*, Editura Businessstech, București, 2010
4. Burduș, E., Popa, I., *Fundamentele managementului organizației. Ediția a III-a*, Editura Pro Universitaria, București, 2018
5. Cetina, I., *Marketingul serviciilor. Fundamente și domenii de specializare*, Editura Uranus, București, 2009
6. Ghenea, G., *Marketing relațional și vânzări etice. Perspectiva unui business de succes*, Editura Evrika Publishing, București, 2022
7. Kaufman, R., *Cultura serviciilor superioare*, Editura Publica, București, 2013
8. Kotler Ph., Haider D., Rein, I. *Marketingul locurilor*, Editura Teora, București, 2001
9. Kotler, P., *Kotler despre marketing*, Editura Curier Marketing, București, 2003
10. Militaru, G., *Managementul serviciilor*, Editura Ch.Beck, București, 2010
11. Mircea, M., *Managementul afacerilor în economia digitală*, Editura Economica, București, 2009
12. Nicolescu, O., *Abordări și studii de caz relevante privind managementul organizațiilor din România*, Editura Pro Universitaria, București, 2022
13. Nicolescu, O., Verboncu, I. *Fundamentele managementului organizației*, Editura Universitară, București, 2008

14. Olteanu, V., *Marketingul serviciilor - o abordare managerială*, Editura Ecomar, București, 2003
15. Olteanu, Valerică, *Management-Marketing: o provocare științifică*, Editura Ecomar, București, 2002
16. Radu, E., *Managementul serviciilor*, Editura Expert, București, 2000
17. Tecău, A. S., Constantin, C., *Managementul proiectelor și planificarea de marketing*, Editura Universitară, București, 2016
18. Toma, V., *Managementul serviciilor*, Editura Junimea, Iași, 2013
19. Verboncu, I., *Managementul organizației în 360 de întrebări și răspunsuri comentate*, Editura Universitară, București, 2019

g) Tematica – PROIECTE DE MARKETING

1. Cercetarea documentară - prezentarea firmei care va constitui obiectul studiului și a reperelor bibliografice din anii anteriori care vor reprezenta instrumentarul de lucru
2. Analiza mediului în care acționează firma prezentată - micromediul și macromediul, mediul intern al firmei, valori, obiective, viziune și misiune
3. Analiza de marketing - analiza S.W.O.T. și analiza PEST
4. Planul de cercetare, culegerea datelor, analiza datelor, Modelul Porter
5. Analiza profilului clienților - folosind ca instrument de lucru chestionarul
6. Analiza portofoliului de produse și activități folosind metoda B.C.G.
7. Lansarea pe piață a unui nou produs și stabilirea prețului noului produs
8. Analiza canalului optim de distribuție
9. Analiza sistemului de identitate al firmei, analiza procesului de comunicare și identificarea tipurilor de comunicare
10. Crearea unui pliant și a unei reclame pentru produsul sau serviciul nou lansat

BIBLIOGRAFIE:

1. Cătoiu, I., *Metode și tehnici utilizate în cercetările de marketing. Aplicații*, Editura Uranus, București, 2009
2. Chihăia, N. Micu, A., *Marketing aplicat în studii de caz*, Editura Econsulting, Galați, 2000
3. Datculescu, P., *Cercetarea practică de marketing*, Editura Brandbuilders, București, 2013
4. Gheorghe, S., Grigorescu, R., Andrei, M., Manole, S., *Cercetări și modelări de marketing. Metode cantitative în cercetarea pieței, Ediția 1*, Editura Universitară, București, 2005
5. Ilie, G., *Instrumente de business. Managementul proiectelor. Planul de afaceri. Studiul de fezabilitate*, Editura Universitară, București, 2019
6. Micu, A., *Marketing strategic*, Editura Fundația Universității Dunărea de Jos, Galați, 2005

7. Micu, A., Micu, A-E, *Cercetări de marketing-metode, concepte, studii de caz*, Editura Fundația Academică, Galați, 2001
8. Mochal, J., Mochal, T., *Lecții de management de proiect*, Editura CODECS, București, 2006
9. Nedelea, A-M., *Marketing. Proiecte și studii de caz*, Editura Economică, București, 2016
10. Nistor, R., *Cercetări de Marketing*, Editura Didactică și Pedagogică, București, 2005
11. O'Connell, F., *Ghid pentru managementul de proiect. Cum să implementezi proiecte de succes în cel mai scurt timp*, Editura Prior, București, 2022
12. Popa, I., Verboncu, I., Dobrin, C., Burduș, E., *Proiect economic. Model simplificat de elaborare a strategiei unei întreprinderi*, Editura Pro Universitaria, București, 2016
13. Ristea, A. L., Ioan-Franc, V., Tănăsescu, D., Topița, M., *Marketing. Concepte, instrumente, acțiune*, Editura Expert, București, 2010
14. Stoica, C. M., Alexa., E. L., *Cercetări de marketing. Teorii și aplicații*, Editura C.h. Beck, București, 2010
15. Toma, V., *Simulări și proiecte de management*, Editura Tehnopress, București, 2014

h) Tematica – MARKETINGUL MICILOR AFACERI

1. Prezentarea mediului de marketing al micilor afaceri
2. Prezentarea firmei care va constitui obiectul studiului și a reperelor bibliografice din anii anteriori care vor reprezenta instrumentarul de lucru
3. Analiza portofoliului de produse sau servicii al organizației selectate
4. Realizarea planului de marketing al organizației
5. Analiza mediului în care acționează firma selectată - micromediul și macromediul, mediul intern al firmei, valori, obiective, viziune și misiune
6. Analiza S.W.O.T. și analiza P.E.S.T.
7. Prezentarea strategiilor de eficiență, de calitate și de inovare
8. Expunerea Modelului Porter
9. Analiza profilului clienților cu ajutorul chestionarului
10. Analiza portofoliului de produse și activități folosind metoda B.C.G.

BIBLIOGRAFIE:

1. Balaure, V., *Maketing. Ediția a II-a revazută și adăugită*, Editura Uranus, București, 2005
2. Bisa, C., *Elaborarea studiilor de fezabilitate și a planurilor de afaceri, Ediția 1*, Editura Bmt, București, 2005
3. Cenușă, D., Thistlethwait, P., *Cercetarea de marketing: O abordare integrativă, Ediția 1*, Editura Universității Lucian Blaga, Sibiu, 2001
4. Dib, A., *Planul de marketing într-o pagină*, Editura BusinessTech, București, 2022

5. Dobrescu, E. M., Ioan-Franc, V., *Afacerile, mică enciclopedie*, Editura Expert, București, 1997
6. Dogaru, M. M., Zaharia, V., David, E., Ionescu, R. C., *Marketingul micilor afaceri*, Editura Universitară, București, 2017
7. Empoli, G., Capatina, A., *Incubatoare de afaceri și ecosisteme de start-up-uri inovative. Analiza comparativă Italia - Romania*, Editura Pro Universitaria, București, 2022
8. Gerber, M. E., *Mitul antreprenorial. De ce nu funcționează majoritatea micilor afaceri și ce e de făcut în această privință*, Editura Act si Politon, București, 2018
9. Grigore, A-M., *Antreprenoriat și management pentru afaceri mici și mijlocii*, Editura C.H. Beck, București, 2019
10. Grigorescu, A., Bob, C., Dobrescu, E., *Marketingul afacerilor publice și private*, Editura Uranus, București, 2008
11. Mesesan-Schmitz, L., Coman, C., *Marketingul digital și antreprenorii români*, Editura C.h. Beck, București, 2021
12. Micu, A., *Marketing strategic*, Editura Fundația Universității Dunărea de Jos, Galați, 2005
13. Nedelea, A-M., Cioban, G-L., Cioban, C-I., *Marketingul firmei. Studii de caz*, Editura Economică, București, 2021
14. Nedelea, A-M., *Marketing. Proiecte, aplicații și teste-grilă*, Editura Economică, București, 2018
15. Nedelea, A-M., *Politici de marketing în afaceri*, Editura Economică, București, 2019
16. Nicolescu, O., Verboncu, I., *Metodologii manageriale*, Editura Universitară, București, 2008
17. Pop, M. D., *Fișe de marketing*, Editura Alma Mater, Cluj-Napoca, 2002