



Digitally signed by
Library TUM
Reason: I attest to the
accuracy and integrity
of this document

UNIVERSITATEA TEHNICĂ A MOLDOVEI

BAZELE MARKETINGULUI

**Ghid metodic
privind elaborarea lucrării individuale**

**Chișinău
2020**

UNIVERSITATEA TEHNICĂ A MOLDOVEI

FACULTATEA INGINERIE ECONOMICĂ ȘI BUSINESS

DEPARTAMENUL TEORIE ECONOMICĂ ȘI MARKETING

BAZELE MARKETINGULUI

**Ghid metodic
privind elaborarea lucrării individuale**

**Chișinău
Editura „Tehnica-UTM”
2020**

Ghidul metodic privind elaborarea lucrării individuale la disciplina *Bazele marketingului* a fost elaborat în conformitate cu curriculumul la disciplina respectivă, fiind destinat studenților specialităților ***0414.1 Marketing și logistică; 0413.1 Business și administrare; 0411.1 Contabilitate.***

Autor: dr., conf.univ. Lilia CHIRIAC

Redactor responsabil: dr., conf.univ. Veaceslav BÂRDAN

Recenzent: dr., conf.univ. Valentina CHILDESCU

CUPRINS

INTRODUCERE.....	4
1. SCOPUL ȘI OBIECTIVELE LUCRĂRII INDIVIDUALE.....	5
2. CONȚINUTUL ȘI STRUCTURA LUCRĂRII INDIVIDUALE.....	6
2.1. Conținutul lucrării	6
2.2. Structura lucrării.....	6
3. REGULI DE REDACTARE A LUCRĂRII INDIVIDUALE.....	10
3.1. Exigențe de editare.....	10
3.2. Recomandări stilistice.....	11
3.3. Exigențe etice	11
3.4. Reguli privind asigurarea bibliografică a lucrării de verificare.....	11
REFERINȚE BIBLIOGRAFICE.....	12
ANEXE.....	13
ANEXA 1. Temele lucrărilor individuale.....	13
ANEXA 2. Modelul foii de titlu a lucrării individuale.....	15
ANEXA 3. Model de cuprins al lucrării individuale.....	16
ANEXA 4. Reguli privind prezentarea bibliografiei în lucrarea individuală.....	17
ANEXA 5. Bibliografia recomandată pentru elaborarea lucrării individuale.....	19
ANEXA 6. Model de prezentare a materialului ilustrativ în lucrarea individuală...	22
ANEXA 7. Model de prezentare a tabelelor în lucrarea individuală.....	23

INTRODUCERE

Disciplina *Bazele marketingului* este o componentă necesară a procesului de formare profesională a studenților, contribuind la formarea abilităților teoretice și practice ale acestora privind organizarea activității de marketing a întreprinderii, ținând cont de particularitățile domeniului de activitate. *Ghidul metodic de elaborare a lucrării individuale* este un instrument metodic ce reflectă cadrul de elaborare a lucrării individuale la disciplina *Bazele marketingului* și evaluării cunoștințelor studenților.

Lucrarea este destinată studenților Facultății Inginerie Economică și Business, învățământ cu frecvență redusă, fiind un instrument de lucru util pentru studenți, care permite elaborarea lucrării individuale conform cerințelor înaintate. În această lucrare sunt expuse conținuturile prin care se vor realiza obiectivele proiectate, toate acestea având drept scop ghidarea activității de elaborare a lucrării individuale la disciplina *Bazele marketingului*. Lucrarea individuală finalizează cu susținerea acesteia.

BIBLIOGRAFIA RECOMANDATĂ PENTRU ELABORAREA LUCRĂRII INDIVIDUALE

1. ANGHEL L., PETRESCU E. *Business to business Marketing*. Ediția a II-a, revăzută. București: Editura Uranus, 2002. - 240 p.
2. CHIRIAC L., SUVAC N. Aspecte teoretice privind procesul de planificare a activității de marketing în cadrul întreprinderii În: Conferința jubiliară tehnico-științifică a colaboratorilor, doctoranzilor și studenților consacrată celei de-a 50-a aniversări a UTM, 20-21 octombrie, 2014. Chișinău: Editura "Tehnica-UTM", 2015, vol.III, p.415-418.
3. CHIRIAC L., ROTARU O. Metode de analiză a mediului de marketing al întreprinderii din sfera construcțiilor de imobil locative. *Analele Științifice. Universitatea de Studii Politice și Economice Europene "C. Stere"*, 2014. Ediția II, volumul 2, p.64-72.
4. CHIRIAC L., SUVAC N. Valorificarea potențialului întreprinderii prin planificarea activității de marketing. În: *Competitivitatea și inovarea în economia cunoașterii: conf. șt. intern.*, 26-27 sept., 2014. Volumul I. Chișinău: ASEM, 2014, p.125-129.
5. DEMETRESCU M.C. *Metode de analiză în marketing*. București: Teora, 2000. -327 p.
6. DIETER J.G. SCHNIEDER. *Marketingul tehnologiilor*. București: Editura Economica, 2005. - 366 p.
7. GERALD A. MICHAELSON, STEVEN A. MICHAELSON. SAN TZU. *Strategii de marketing. 12 principii esențiale pentru câștigarea bătăliei de atragere a clienților*. București: Brandbuilders, 2006. - 272 p.
8. GRIBINCEA A., CHIRIAC L. *Основы маркетинга: практикум*. Кишинев: Изд. СЕР USM, 2006. - 80 p.
9. GRIGORAȘ M., CHIRIAC L. *Marketing: Indicații metodice*. Chișinău: UTM, 2018. - 184 p.
10. GRIGORAȘ M., CHIRIAC L. *Economie generală și marketing: Indicații metodice*. Chișinău: UTM, 2018. - 232 p.
11. GRIGORAȘ M., CHIRIAC L. *Tehnici promoționale: Lucrare metodică*. Chișinău: UTM, 2019. - 162 p.
12. JUGĂNARU M. *Marketing*. București: Lumina TIPO, 2000. – 264 p.
13. KOTLER PH., ARMSTRONG G. *Principiile marketingului*. Ediția X-a. București: Teora, 2004. -1064 p.
14. KOTLER Ph. *Marketing 3.0*. Editura: Publica, 2010. - 240 p.
15. KOTLER Ph. *Mixul de marketing*. București: Codecs, 2005. - 714 p.
16. KOTLER Ph. *Marketing de la A la Z: 80 de concepte pe care trebuie să le cunoască orice manager*. București: Editura CODECS, 2004. - 215 p.
17. MANOLE V., STOIAN M., DOROBANȚU H. *Marketing*. București: Editura ASE, 2001. - 286p.
18. *Marketing / Coordonator Virgil Balaure*. Ediția a II-a revăzută și adăugită. București: Editura Uranus. 2002. - 634 p.
19. *Marketing: premise și provocări ale economiei înalt competitive / Coord. A. Ristea*. București: Expert, 2002. - 549 p.
20. *Marketing: Crestomație de termeni și concepte / Coord. A. Ristea*. București: Expert, 2002. - 288 p.
21. NEAMȚU A. *Marketing*. București: Economică, 2004. - 317 p.
22. NEDELEA A. *Marketing*. București: Didactică și pedagogică, 2003. -184 p.
23. NEDELEA Al. *Politici de marketing*. București: Ed. Didactică și Pedagogică, 2008.
24. OLARU S. *Marketing: teorie și aplicații*. București: Lumina Lex, 2001.- 288 p.

25. PETROVICI A., TABARCEA A. *Introducere în marketing*. Chișinău: CEP USM, 2003.
26. PETROVICI S., MUȘTUC S., GOLOVCO V. *Marketing: Curs universitar*. Pentru uzul inst. de învățăm. sup. cu profil econ. Chișinău: ASEM, 2008. - 288 p.
27. PISTOL Gh. *Marketing*. București: Editura Fundației de România de Mâine, ed. a V-a. 2007. - 396 p.
28. POPESCU A. C. *Marketing*. București: Editura Economică, 2002. - 496 p.
29. ПОЗОВА Н.К. *Маркетинг: Учебное пособие*. СПб.: Вектор, 2005. - 223 с.
30. ROTARU O., CHIRIAC L. Conținutul și importanța studierii macromediului de marketing al întreprinderii din sfera construcțiilor de imobil locativ. În: Revista Studia Universitatis Moldaviae (Seria științe Exacte și Economice). Chișinău, 2013, nr.2(62), p.152 - 158.
31. ROTARU O., CHIRIAC L. Conținutul și importanța studierii micromediului de marketing al întreprinderii pe piața imobilului locativ. În: Revista Studia Universitatis Moldaviae (Seria științe Exacte și Economice), 2014, nr. 7(77), p.156-165.
32. ROTARU O., CHIRIAC L. Utilizarea metodei „mystery shopping” pentru studierea satisfacției cumpărătorilor în cadrul pieței imobilului cu destinație locativă. În: 60 de ani de învățământ economic superior în Republica Moldova: prin inovare și competitivitate spre progres economic: conf. șt. intern., 27-28 sept., 2013. Volumul I. Chișinău: ASEM, 2013, p.144-146.
33. STANCIU S. *Bazele generale ale marketingului*. Editura Economica [online]. 2002. Disponibil: <http://ebooks.unibuc.ro/StiinteADM/sica/1.htm>
34. АКУЛИЧ И.Л., ГЕРЧИКОВ И.З. *Маркетинг*. Минск: Интерпрессервис, 2003. - 397 с.
35. АССЕЛЬ Г. *Маркетинг: принципы и стратегия: Учебник для вузов*. М.: ИНФРА-М., 2005. - 510 с.
36. БАГИЕВ Г.Л., ТАРАСЕВИЧ В.М., АНН Х. *Маркетинг: Учебник*. М.: Экономика, 1998. - 703 с.
37. БАСОВСКИЙ Л.Е. *Маркетинг: Курс лекций*. М.: ИНФРА-М, 2005. - 218 с.
38. ГОДИН А.М. *Маркетинг: Учебник*. 2-е изд., перераб. и доп. М.: Дашков и К, 2005. - 728 с.
39. ДОРОШЕВ В.И. *Введение в теорию маркетинга: Учеб. пособие*. М.: ИНФРА-М, 2001. - 283 с.
40. ЗАВЬЯЛОВ П.С. *Маркетинг в схемах, рисунках, таблицах: Учеб. пособие*. М.: ИНФРА-М, 2004. - 495 с.
41. ИВАНОВ А.Н. *Настольная книга маркетолога*. СПб.: Питер, 2004. - 247 с.
42. КОТЛЕР Ф. *Маркетинг менеджмент*. Экспресс-курс. 2-е изд. СПб.: Питер, 2006. - 464 с.
43. КОТЛЕР Ф., АРМСТРОНГ Г., СОНДЕРС Д., ВОНГ В. *Основы маркетинга*. 2-е европейское издание М.: СПб.: К. Вильямс, 2006. - 944 с.
44. КРЫЛОВА Г.Д., СОКОЛОВА М.И. *Маркетинг: Теория и практика: Учебник*. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2004. - 655 с.
45. *Маркетинг (конспект лекций в схемах) / Под ред. Н.В. Бендина*. М.: Приор издат, 2004. - 208 с.
46. *Маркетинг: Учебник / Под ред. Н.П.Ващекина*. 3-е изд., перераб. и доп. М.: ИД ФБК-Пресс, 2004. - 312 с.
47. *Маркетинг: Учебник / Под ред. Э.А.Уткина*. М.: Изд-во Тандем; Экмос, 2001. - 320 с.
48. *Маркетинг: Учебник, практикум и учебно-методический комплекс по маркетингу / Р.Б.Ноздрева, Г.Д.Крылова, М.И.Соколова, В.Ю.Гречков*. М.: Экономистъ, 2004. - 568 с.

49. МИНАЕВ Д.В. *Маркетинг: Игровой практикум. Деловые игры, упражнения, тесты*. Ростов-на-Дону: Феникс, 2004. - 255 с.
50. РАЙС А., ТРАУТ ДЖ. *Маркетинговые войны*. СПб: Питер, 2000. - 255 с.
51. РЕПЬЕВ А. *Маркетинговое мышление или Клиентомания*. М.: ЭКСМО, 2006. - 384 с.
52. САТТОН Д., КЛЯЙН Н. *Новая наука маркетинга: Маркетинговое управление предприятием*. СПб.: Питер, 2004. - 234 с.
53. ТИТОВА В.А. *Маркетинг: Учебное пособие*. М.: ВЛАДОС, 2004. - 349 с.
54. ТРАУТ ДЖ. *Новое позиционирование*. СПб.: Питер, 2001. - 190 с.
55. УТКИН Э.А., АРБИЕВ Е.Т. *Практический маркетинг*. М.: ТЕИС, 2002. - 381 с.
56. ХОДЯЧЕНКО В.Б. *Маркетинг: Учеб. пособие*. СПб.: ОЦЭиМ, 2004. - 411 с.
57. ХРУЦКИЙ В.Б., КОРНЕЕВА И.В. *Современный маркетинг: Настольная книга по исследованию рынка*. 3-е изд., перераб. и доп. М.: Финансы и статистика, 2003. - 559 с.

EDIȚII PERIODICE

În limba română:

1. Marketing - Management
2. Tribuna economică /săptămânal/

În limba rusă:

1. Маркетинг /6 номеров/год/
2. Маркетинг и маркетинговые исследования /6 номеров/год/
3. Маркетинг в России и за рубежом /6 номеров/год/
4. Маркетинговые коммуникации
5. Маркетолог /12 номеров/год/
6. Логистика
7. Практический маркетинг /12 номеров/год/

În limba engleză:

1. The economic journal

În limba franceză:

1. Problèmes économiques. /săptămânal/