



PROGRAM DE MARKETING PRIVIND PROMOVAREA UNUI PRODUS
- bibliografie licență -

1. **Amerein, P.; Barczyk, D. Manual de marketing strategic si operational.** Bucuresti: Teora, 2002, 330p., cota 658.8 AME, Sala Paul Bran;
2. **Arens, William F.; Schaefer, David H. Essentials of contemporary advertising.** Boston: McGraw-Hill Irwin, 2007, XXVIII, 558 p., cota 659.1 AREe, Sala Paul Bran;
3. **Arens, William F. Contemporary advertising.** Boston: McGraw-Hill Irwin, 2006, XI, 614, [82] p., cota 659.1 ARE2006, Sala Paul Bran;
4. **Balaur, Virgil, coord. Marketing.** Bucuresti: Uranus, 2002, 631p., cota 658.8 BAL pentru Salile Paul Bran si Mihail Moxa si cota 123169 pentru Serviciul de imprumut Moxa;
5. **Balan, Carmen. Cercetări de marketing: conținutul, rolul, tipologia și procesul cercetării de marketing intern și internațional.** București: Editura A.S.E., 2001, 198 p., cota 658.83 BALc , Sala Mihail Moxa și Sala Mihail Manoilescu;
6. **Cohen, William A. Marketing plan, The.** Hoboken: John Wiley & Sons, 2006, XVIII, 350 p., cota 658.802 COH2006, Sala Paul Bran;
7. **Costencu, Mirela. Strategii de marketing privind lansarea pe piața internațională a produsului turistic "parc național". Studiu de caz - Parcul Național Domogled - Valea Cernei (teză de doctorat).** București: A.S.E., 2004, 416 p., cota 124476, Sala Virgil Madgearu;
8. **Csorba, Luela-Magdalena. Targurile si expozitiile instrumente de promovare a produselor.** In: Revista de comert v. 7, nr. 11, p. 28-29, 2006, cota PI4079, Sala Ion Raducanu;
9. **Dinu, Forian. Program de marketing internațional pentru lansarea și dezvoltarea stațiunilor balneare de pe Valea Oltului.** București: A.S.E., 1999, cota 108128, Sala Virgil Madgearu;
10. **Haig, Matt. Manual de e-marketing. Ghid indispensabil pentru marketingul produselor și serviciilor tale pe Internet.** Bucuresti: Rentrop & Straton, 2005, 271 p., cota 658.800 258 HAI, Sala Mihail Manoilescu și Sala CSIE;
11. **Kotler, Philip; Armstrong, Gary. Principiile marketingului. Bucuresti: Teora, 2004, XXIII, 1064, cota 658.8 KOTpm2004 pentru Salile Paul Bran si Mihail Moxa si cota 124860 pentru Centru de imprumut CSIE;**
12. **Levinson, Jay Conrad; Lautenslager, Al. Guerrilla marketing in 30 days.** Newburgh: Entrepreneur Press, 2005, XVI, 272, cota 658.8 LEVg, Sala Paul Bran;

13. **Marzenco, Georgeta. Concurenta regionala - factor important in marketingul international (pe exemplul produselor petroliere).** Bucuresti: ASE, 2006, 235, VII p., cota 125900, Sala Virgil Madgearu;
http://www.biblioteca.ase.ro/resurse/resurse_electronice/teza_capitole.php?dela=0&tid=699&criteriu=titlu&ordine=1&c=2&q=marzenco&cauta=Cauta
14. **Mitu, Augustin Constantin. Proiectarea si implementarea programelor promotionale(teza de doctorat).** Bucuresti: ASE, 2004, 316 p., cota 124350, Sala Virgil Madgearu;
http://www.biblioteca.ase.ro/resurse/resurse_electronice/teza_capitole.php?dela=0&tid=312&criteriu=titlu&ordine=1&c=2&q=mitu&cauta=Cauta
15. **Pop, Nicolae AI. coord. Marketing strategic.** Bucuresti: Editura Economica, 2000, 256p, cota 658.802 MAR, Sala Paul Bran si Sala Mihail Moxa;
16. **Popescu, Ioana Cecilia. Sponsorizarea si mecenatul - tehnici de comunicare.** In: Tribuna economica v. 16, nr. 40, p. 55-56, 2005, cota PI3810, Sala Ion Raducanu;
17. **Shimp, Terence A. Advertising, promotion: supplemental aspects of integrated marketing communications.** Mason: South-Western, 2003, XXI, 650, cota 659 SHI, Sala Paul Bran;
18. **Viezuina, Vasile. Comunicarea promotionala - componenta a politicii de promovare.** In: Tribuna economica v. 17, nr. 41, p. 64-66, 2006, cota PI3810, Sala Ion Raducanu;
19. **Zimmerman, Jerold L. Accounting for decision making and control.** Boston: McGraw-Hill Irwin, 2006, XVI, 800 p., cota 658.151 1 ZIM Sala Paul Bran;
20. **Wells, William; Moriarty, Sandra. Advertising: principles & practice.** Upper Saddle River: Pearson/Prentice Hall, 2006, XXXI, 592 p., cota 659.1 WEL, Sala Paul Bran;
21. **Yeshin, Tony. Advertising.** London: Thomson, 2006, XXVII, 465 p., cota 659.1 YES, Sala Paul Bran.