



ACADEMIA DE STUDII ECONOMICE BUCUREȘTI  
BIBLIOTECA CENTRALĂ ASE  
BIROUL DE REFERINȚE BIBLIOGRAFICE

Str. Căderea Bastiliei, et. II, cam. 0202,  
Tel. 402-319.19.00/166

[www.biblioteca.ase.ro/servicii/referinte](http://www.biblioteca.ase.ro/servicii/referinte)

**Cercetări de marketing**  
**Programul de promovare al unui produs pe o piață externă**  
**- bibliografie -**

1. **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;
2. **Chitiba, Constanta Aurelia. Perfecționarea activității de promovare a exporturilor României în contextul noilor procese specifice marketingului internațional (teză de doctorat).** București: A.S.E., 2006, 382, XII p., cota 125858, Sala Virgil Madgearu;
3. **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;
4. **Ciobanu, Emil. Introducerea pe piața unică UE a produselor românești care intră sub incidența noii abordari.** În: Calitate și management, v. 4, nr. 3, p. 22-26, martie 2005, cota PI4165, Sala de Periodice;
5. **Danciu, Victor. Marketing internațional: provocări și tendințe la începutul mileniului trei.** București: Editura Economică, 2005, 384p., cota 658.84 DANmip, Sala Mihail Moxa și Sala Mihail Manoilescu;
6. **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;
7. **Dumitru, Ionel. Strategii de marketing de penetrare a piețelor externe (teză de doctorat).** București: A.S.E., 2003, 268p., cota 123630, Sala Virgil Madgearu;
8. **Gheorghe, Laurentiu. Produsele românești nu mai sunt căutate pe piețele externe.** În: Capital, nr. 1, p. 15, 2004, cota PII3934, Sala de Periodice;
9. **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;

10. **Marzenco, Georgeta. Concurența regională - factor important în marketingul internațional (pe exemplul produselor petroliere) - teză de doctorat.** București: A.S.E., 2006, cota 125900, Sala Virgil Madgearu;
11. **Musetescu, Adina. Strategii competitive de marketing pe piața unică europeană (teză de doctorat).** București: A.S.E., 2006, 221, [13] f., cota 125859, Sala Virgil Madgearu;
12. **Nicolescu, Luminita. Marketing internațional: coordonate paneuropene: concepte, exemple, studii de caz.** București: Editura A.S.E., 2003, 264p., cota 658.8 NIC, Sala Mihail Moxa și Sala Mihail Manoilescu;
13. **Palza Torrico, Rosemary Sandra. Strategii de marketing pentru penetrarea piețelor externe.** București: A.S.E., 2003, 269 p., cota 123116, Sala Virgil Madgearu;
14. **Pop, Nicolae Al. Marketing international.** București: Uranus, 2001, 344p., cota 658.84 POP, Sala Mihail Moxa și Sala Mihail Manoilescu;
15. **Rutze, Dirk. Marketing structurat pentru comercializarea produselor IMM-urilor pe piața Uniunii Europene.** București: [s. n.], 2003, 252p., cota 658.8 RUT, Sala Mihail Manoilescu;
16. **Zaharia, Narciza. Fundamentarea strategiilor de export pe coordonatele marketingului internațional (teză de doctorat).** București: A.S.E., 2003, 313p., cota 123482, Sala Virgil Madgearu;

## ARTICOLE ÎN BAZA DE DATE PROQUEST \*

1. Maureen Wallenfang "Green Bay, Wis., Students Help Lawn Equipment Business Research Foreign Market." *Knight Ridder Tribune Business News*, 21 May, 2002, 1;
2. Roth, Martin S "The effects of culture and socioeconomics on the performance." *JMR, Journal of Marketing Research*, 32, no. 2 (May 1, 1995): 163;
3. Tiger Li "The impact of the marketing-R&D interface on new product export performance: A contingency analysis." *Journal of International Marketing* 7, no. 1 (January 1, 1999): 10-33;
4. BENNETT, PETER D., GREEN, ROBERT T. "POLITICAL INSTABILITY AS A DETERMINANT OF DIRECT FOREIGN INVESTMENT IN MARKETING." *JMR, Journal of Marketing Research* 9, no. 2 (May 1, 1972): 182;

5. Debanjan Mitra, Peter N Golder. "Whose culture matters? Near-market knowledge and its impact on foreign market entry timing." *JMR, Journal of Marketing Research* 39, no. 3 (August 1, 2002): 350-365;
6. Klein, Saul, Frazier, Gary L., Roth, Victor J. "A Transaction Cost Analysis Model Of Channel Integration In." *JMR, Journal of Marketing Research* 27, no. 2 (May 1, 1990): 196;
7. Luis Filipe Lages, David B Montgomery. "Export performance as an antecedent of export commitment and marketing strategy adaptation: evidence from small and medium-sized exporters." *European Journal of Marketing* 38, no. 9/10 (September 1, 2004): 1186-1214.

**\* Baza de date poate fi accesată numai în campusul ASE**