

BIBLIOGRAFIE TITLURI CĂRȚI

Domeniul: Marketing

Vedete de subiect: marketing ; marketing bancar ; marketing direct ; marketing politic ; marketing internațional ; marketing strategic ; marketing turistic comportamentul consumatorului ; comunicarea în afaceri ; comerț ; tehnici de vânzări ; mediu de afaceri ; tehnici promoționale ; business ; analiză economico-financiară ; corespondență comercială ; agromarketing ; managementul serviciilor ; managementul vânzării ; vânzări

Data: 2009 - 2013

Nr. titluri: 50

Nr. volume: 59

Mențiune: lista a fost generată din bazele de date ale bibliotecii, numărul de titluri și volume nu sunt exhaustive pe domeniul respectiv, reprezintă doar o parte din totalul titlurilor existente în colecții, cuprinde în principal înregistrările din perioada 1999 – 2014.

1. ADUMITRĂCESEI, Ioan D. Evenimente și personalități : evocări. Ioan D. Adumitrăcesei. Iași : Editura Noél, 2009.
2. ALEXA, Ioana-Veronica. Modelarea deciziei de specializare în comerțul internațional : o abordare din perspectiva teoriei jocurilor : rezumatul tezei de doctorat. drd. Ioana-Veronica Alexa ; cond. șt. prof. univ. dr. Daniela Ancuța Șarpe. Galați, 2013. 44 p. ; 21 cm. Bibliogr. II 40897 ; 339/A38.
3. ALEXA, Ioana-Veronica. Modelarea deciziei de specializare în comerțul internațional : o abordare din perspectiva teoriei jocurilor : teză de doctorat. drd. Ioana-Veronica Alexa ; cond. șt. prof. univ. dr. Daniela Ancuța Șarpe. Galați, 2013. 274 p. ; 30 cm. Bibliogr. IV 8963 ; 339/A38.
4. ANTOHI, Valentin. Agricultură și dezvoltarea rurală în contextul aderării României la Uniunea Europeană : analize economico-financiare și sociale. Valentin Antohi. Iași : Terra Nostra, 2011. 359 p. : tab., fig., diagr. ; 24 cm. Anexe p. 282-349. ISBN 978-973-1888-88-0. III 21515 ; 338.43/A62.
5. BETTGER, Frank. Cum am devenit expert în vânzări : de la eșec la succes. Frank Bettger ; trad. Alexandra Borș ; pref. Dale Carnegie. Ed. a 3-a: București : Curtea Veche, 2011. 243 p. ; 20 cm. (Capital ; 4). ISBN 978-606-588-122-8. II 40388 ; 339.1/B39.
6. BLEOANCĂ, Alexandru. Contractul în formă electronică : [teză de doctorat]. Alexandru Bleoancă ; coord. prof. univ. dr. Corneliu Bîrsan. București : Editura Hamangiu, 2010. 228 p. ; 21 cm. Bibliogr. ISBN 978-606-522-306-6. II 39467 ; 347.44/B57.
7. BOCȘA, Ionel Marcel. Încheierea contractelor de comerț internațional prin mijloace electronice. Ionel Marcel Bocșa. București : Universul Juridic, 2010. 416 p. ; 20 cm. ISBN 978-973-127-334-1. II 40119 ; 347.7/B61.
8. BOSTAN, Ionel. Impactul sistemului financiar-fiscal asupra derulării schimburilor comerciale internaționale. Ionel Bostan. Iași : Tipo Moldova, 2010. 250 p. : tab. ; 24 cm. Bibliogr. p. 243-250. ISBN 978-973-168-213-6. III 20851 ; 339.7/B71.
9. BRETCU, Angela. Marketing public. Angela Bretcu. Reșița : Editura Eftimie Murgu, 2011. 146 p. ; 24 cm. Bibliogr. ISBN 978-973-1906-97-3. III 22343 ; 351/354/B82.
10. CHEBAC, Neculina. Analiză și diagnostic financiar : [D.I.D.F.R., Facultatea de Științe juridice, sociale și politice, specializarea Administrație publică, anul III]. Neculina Chebac, Valentin Antohi. Galați, 2010. 111 p. multigr. ; 30 cm. Bibliogr. IV 8504 ; 657.92/C40.

11. CHIRICĂ, Lefter. Marketing. Lefter Chirică ; referenți științifici : prof. univ. dr. Georgeta Dragomir, prof. univ. dr. Romeo Ionescu. București ; Galați : Editura Pro Universitaria : Editura Universitară "Danubius" din Galați : Editura Universitară Danubius, 2011. 186 p. : fig., tab. ; 24 cm. (Universitaria. Economie). Bibliogr. p. 186. ISBN 978-606-533-219-5. III 21291 ; 339.1/C44.
12. DĂSCĂLESCU, Marian. Studii privind strategiile de dezvoltare a expoatațiilor agricole din arealul județului Iași, în contextul integrării în Uniunea Europeană : rezumatul tezei de doctorat. ing. Marian Dăscălescu ; conducător științific prof. univ. dr. Ion Valeriu Ciurea. Iași : Universitatea de Științe Agricole și Medicină Veterinară "Ion Ionescu de la Brad" din Iași, 2009. 87 p. : fig., tab., diagr. ; 20 cm. Bibliogr. p. 82-87. II 38888 ; 338.43/D20.
13. DOBRE, Adrian. Politica comercială comună a Uniunii Europene. Adrian Dobre. București : Universul Juridic, 2010. 294 p. ; 20 cm. Bibliogr. ISBN 978-973-127-267-2. II 40142 ; 341.217(UE)/D59.
14. DUMITRESCU, Dan. Dicționar comercial român-francez-englez. Dan Dumitrescu. București : Editura Sanda, 2012. 208 p. : tab. ; 20 cm. ISBN 978-606-93102-0-5. II 40149 ; 339/D91.
15. DUMITRIU, Ramona Mihaela. Impactul integrării europene asupra comerțului exterior al României : rezumatul tezei de doctorat. Ramona Mihaela Dumitriu ; coord. Paraschiv Vagu. Galați : Editura Universității "Dunărea de Jos" din Galați, 2010. 35 p.; 20 cm. II 39524 ; 341.1/D89.
16. DUMITRIU, Ramona Mihaela. Impactul integrării europene asupra comerțului exterior al României : teză de doctorat. Ramona Mihaela Dumitriu ; coord. Paraschiv Vagu. Galați : Editura Universității "Dunărea de Jos" din Galați, 2010. 206 p.; 30 cm. IV 8416 ; 341.1/D89.
17. Economie europeană : prezent și perspective : conferință internațională, ediția a X-a = European economy : present and perspectives : Internațional conference, 10th edition. ed. Carmen Năstase, Carmen Chașovschi, Angela Albu, ... Suceava : Editura Universității "Ștefan cel Mare" din Suceava, 2010. 400 p. ; 24 cm. III 22304 ; 33(4)/E15.
18. European Commission. The EU in the world 2013 : a statistical portrait. European Commission. Luxembourg : Publications Office of the European Union, 2012. 148 p. ; 21 cm. (Eurostat. Statistical books). ISBN 978-92-79-26456-6. ; CDE11/E.
19. FENECHIU, Relu. Strategii de adecvare a organizațiilor la situațiile de risc și criză : rezumatul tezei de doctorat. drd. Relu Fenechiu ; cond. șt. Niculae Niculescu. Galați : Editura Universității "Dunărea de Jos" din Galați, 2010. 20 cm p.; 30 cm. IV 8484 ; 658.8/F36.
20. FENECHIU, Relu. Strategii de adecvare a organizațiilor la situațiile de risc și criză : teză de doctorat. drd. Relu Fenechiu ; cond. șt. Niculae Niculescu. Galați : Editura Universității "Dunărea de Jos" din Galați, 2010. 245 p.; 30 cm. IV 8467 ; 658.8/F36.
21. FOX, Jeffrey J. Omul care aduce ploaia ... de bani : reguli de aur pentru atragerea și fidelizarea clienților. Jeffrey J. Fox ; trad. Roxana Ilie. București : Curtea Veche, 2011. 152 p. ; 20 cm. (Capital ; 12). ISBN 978-606-588-172-3. II 40385 ; 339.1/F72.
22. FRĂSILĂ, Monica-Ionela. Studii și cercetări privind marketingul cărnii și a preparatelor din carne de pasăre în condițiile unităților zootehnice integrate : rezumatul tezei de doctorat. drd. ing. Monica-Ionela Frăsilă ; conducător științific prof. univ. dr. Aurel Chiran. Iași : Universitatea de Științe Agricole și Medicină Veterinară "Ion Ionescu de la Brad" din Iași, 2009. 115 p. : tab., diagr., il. ; 20 cm. Bibliogr. pag. 108-115. II 38866 ; 636/F88.
23. GAY, Richard. Marketing on-line : o orientare abordată spre client. Richard Gay, Alan Charlesworth, Rita Esen ; trad. Ion Costache. București : All, 2009. 541 p.; 25 cm. ISBN 978-973-571-754-4. III 20685 ; 339.138/G27.
24. HARJA, Eugenia. Metode statistice utilizate în cercetarea de marketing. Eugenia Harja, Laura C. Timiraș. Bacău : Alma Mater, 2009. 171 p.; 24 cm. ISBN 978-606-527-033-6. III 20347 ; 339.138/H11.
25. JĂȘCANU, Nicolae. Contribuții la conceperea și utilizarea agenților software inteligenți pentru comerțul electronic : rezumatul tezei de doctorat. drd. ing. Nicolae Jășcanu ; cond. șt. prof. dr. ing. Severin Bumbaru. [Galați], 2009. [1] f., 69 p. : fig., tab., diagr., sch. ; 21 cm. Bibliogr. II 38536 ; 004.8/J29.

26. JĂȘCANU, Nicolae. Contribuții la conceperea și utilizarea agenților software inteligenți pentru comerțul electronic : teză de doctorat. drd. ing. Nicolae Jășcanu ; cond. șt. prof. dr. ing. Severin Bumbaru. [Galați], 2009. [4] f., 183 p. : fig., tab., diagr., sch. ; 29 cm. Bibliogr. IV 8257 ; 004.8/J29.
27. KOTLER, Philip. Marketingul în era digitală : o nouă viziune despre profit, creștere și înnoire. Philip Kotler, Dipak Jain, Suvit Maesincee ; trad. Dan Criste. București : Meteor Press, ©009. 200 p. ; 24 cm. (Meteor Business). Bibliogr. ISBN 978-973-728-366-5. III 21328 ; 658.8/K76.
28. LEVINSON, Jay Conrand. Guerrilla marketing : profituri mari cu investiții mici. Jay Conrad Levinson. Ediție revizuită actualizată și extinsă: București : Business Tech International, 2011. 476 p. ; 20 cm. ISBN 978-973-8495-64-7. II 40155 ; 339.1/L55.
29. Marketing in travel and tourism. Victor T.C. Meddleton, Alan Fyall, Michael Morgan, Ashok Ranchhod. 4th ed: Oxford : Butterworth-Heinemann, 2009. 502 p. : fotogr. color, tab. ; 27 cm. (Tourism). Note la finele cap. ISBN 978-0-7506-8693-8. IV 8343 ; 338.48/M42.
30. MIRONEASA, Costel. Costurile calității. Costel Mironeasa, Silvia Mironeasa. București : Matrix Rom, 2009. 145 p. ; 25 cm. ISBN 978-973-755-448-2. III 20364 ; 658.6/M64.
31. MOSKOWITZ, Howard R. Cum să vinzi un elefant albastru : află ce-și doresc cu adevărat consumatorii. Howard R. Moskowitz, Alex Gofman ; trad. Cătălin Georgescu. București : Curtea Veche, 2012. 269 p. ; 20 cm. (Capital ; 3). ISBN 978-606-588-310-9. II 40374 ; 339.1/M91.
32. MUNTEANU, Vasile A. Marketing : știința și arta afacerilor. Vasile A. Munteanu. Iași : Tipo Moldova, 2009. 569 p. : tab. ; 24 cm. Bibliogr. la finele cap. ISBN 978-973-8900-31-8. III 20790 ; 339/M95.
33. MURRAY BOSROCK, Mary. Maniere și obiceiuri europene de business. Mary Murray Bosrock ; trad. Ioana Bârzeanu. București : Meteor Press, 2009. 256 p. ; 14 cm. (Meteor Business). ISBN 978-973-728-386-3. I 4332 ; 339.1/M96.
34. NECULA, Daniela Aura. Literatura și discursul publicitar, o relație reciproc avantajoasă : rezumatul tezei de doctorat. drd. Daniela Aura Necula ; cond. șt. prof. univ. dr. Nicolae Ioana. Galați, 2012. 33 f. ; 30 cm. Bibliogr. IV 8762 ; 82/N34.
35. NECULA, Daniela Aura. Literatura și discursul publicitar, o relație reciproc avantajoasă : teză de doctorat. drd. Daniela Aura Necula ; cond. șt. prof. univ. dr. Nicolae Ioana. Galați, 2012. 256 f. ; 30 cm. Bibliogr. IV 8734 ; 82/N34.
36. Negustorimea în Țările Române, între "Societas Mercatorum" și individualitatea mercantilă, în secolele XVI-XVIII. volum editat de Cristian Luca. Galați : Galați University Press (GUP), 2009. 300 p. : fotogr., tab., facs. ; 20 cm. (Științe umaniste). Note de subsol. ISBN 978-606-8008-44-8. II 39063 ; 339.1/N43.
37. PETRESCU, Victor. Biblioteconomie : miscellanea : studii, articole, note. Victor Petrescu. Ed. a 2-a rev: Târgoviște : Cetatea de Scaun, 2010. 168 p. ; 20 cm. ISBN 978-606-537-036-4. II 39699 ; 027/P54.
38. POP, Cecilia. Managementul calității. Cecilia Pop. Iași : Tipo Moldova, 2009. 340 p. : fig. ; 24 cm. Bibliogr. p. 335-340. ISBN 978-973-168-023-1. III 20793 ; 658.5/P78.
39. QUBEIN, Nido R. Profesionist în vânzări. Nido R. Qubein ; trad. Dana Ioana Chiriță. Ed. a 3-a: București : Curtea Veche, 2010. 230 p. ; 20 cm. (Capital ; 12). ISBN 978-606-588-009-2. II 40373 ; 339.1/Q12.
40. Relații publice : strategii și tactici. Dennis L. Wilcox, Glen T. Cameron, Phillip H. Ault, Warren K. Agee ; ed. îngrijită, notă asupra ediției, cuv. înainte și traducere coordonată de Ion Vaciu și Roxana Onea ; trad. de Ion Vaciu, Roxana Onea, Sanda Aronescu, Mihaela-Ana Băbău, Gabriela Cârstea, Alina Gruia, Felicia Ienculescu-Popovici, ... București : Curtea Veche, 2009. XXXIV, 590 p. I il., tab., diagr., fotogr. ; 26 cm + 1 CD. Bibliogr., glosar, index. ISBN 978-973-669-776-0. III 20862 ; 659.4/R43.
41. ROGOVEANU, Rodica Nicoleta. Talking business. Raluca Nicoleta Rogoveanu. Constanța : Ovidius University Press, 2009. 233 p. ; 20 cm. ISBN 978-973-614-508-7. II 40025 ; 658.013/R66.
42. Sales management : building customer relationships and partnerships. Joseph F. Hair, Rolph E. Anderson, Rajiv Mehta... Singapore : Cengage Learning, 2009. 660 p. ; 24 cm. ISBN 0-538-74392-

1. III 20622 ; 658.8/S11.

43. Scientific Symposium of Young Researchers, XI[th] edition, April 25 - 26, 2013. ed. by Corneliu Guțu. Chișinău : ASEM, 2013. vol. ; 29 cm. Înaintea tit. : Ministry of Education of the Republic of Moldova. Academy of Economic Studies of Moldova (ASEM). ISBN 978-9975-75-664-8. IV 8974.

44. SOLOMON, Daniela Cristina. Analiză economico-financiară : curs universitar. Daniela-Cristina Solomon. Bacău : Alma Mater, 2012. 2 vol. ; 29 cm. (Colecția Științe economice). Bibliogr. ISBN 978-606-527-253-8. IV 8929.

45. TATU, Tudose. Industriași și comercianți gălățeni, harnici și de temut : mărci de fabrică și comerț : (1890 - 1940). Tudose Tatu, Adrian Pohrib. Galați : Patronatul Întreprinderilor Mici și Mijlocii, 2013. 214 p. ; 21 x 30 cm. Lucrare editată de către Patronatul Întreprinderilor Mici și Mijlocii Galați. II 40993 ; 338.45/T27.

46. TĂNĂSOIU, Georgiana Lavinia. Căi de îmbunătățire a managementului firmelor de comerț : rezumatul tezei de doctorat. drd. Georgiana Lavinia Tănăsioiu ; cond. șt. prof. univ. dr. Niculae Niculescu. Galați, 2010. 51 p. : sch., tab. ; 30 cm. Bibliogr. IV 8388 ; 658/T18.

47. TĂNĂSOIU, Georgiana Lavinia. Căi de îmbunătățire a managementului firmelor de comerț : teză de doctorat. drd. Georgiana Lavinia Tănăsioiu ; cond. șt. prof. univ. dr. Niculae Niculescu. Galați, 2010. 236 f. : sch., tab., [20] f. ; 30 cm. Bibliogr. IV 8385 ; 658/T18.

48. TIETZE, Frank. Managing technology market transactions : can auctions facilitate innovation ? [dissertation]. Frank Tietze. Hamburg : Technische Universität Hamburg-Harburg, 2011. 312 p. ; 21 cm. Bibliogr. II 40961 ; 339.56/T58.

49. TURCU, Ovidiu-Leonard. Managementul marketingului : note de curs. Ovidiu Leonard Turcu, Ștefania Anca Stan. Bacău : Alma Mater, 2011. 148 p. ; 28,5 cm. (Colecția Științe economice). Înaintea tit. : Universitatea "Vasile Alecsandri" din Bacău. Facultatea de Științe Economice. ISBN 978-606-527-119-7. IV 8797 ; 339.1/.3/T94.

50. WHALIN, George. Succesul în vânzarea cu amănuntul : Retail Success. George Whalin. București : Brandbuilders Grup, [2009]. 271 p.;20 cm. ISBN 973-1740-00-7. II 38619 ; 339.138/W62.

02.06.2014

Întocmit,
Bibliotecar,
Lenuța Ursachi