

**UNIVERSITATEA ROMÂNNO-AMERICANĂ  
FACULTATEA DE MANAGEMENT-MARKETING  
DEPARTAMENTUL DE MANAGEMENT - MARKETING**

**GHID DE ELABORARE A LUCRĂRII DE LICENȚĂ**

**Domeniul de licență: Marketing**

**Specializarea: Marketing**

**București  
2016**

## GHID DE ELABORARE A LUCRĂRII DE LICENȚĂ

Lucrarea de licență este o **lucrare de sinteză, cu caracter aplicativ**, care are rolul de a demonstra competențele generale și de specialitate dobândite de absolvenții Facultății de Management-Marketing, Domeniul de licență **Marketing**, Specializarea **Marketing**.

*Tema lucrării de licență se stabilește de către student împreună cu profesorul coordonator și se corelează obligatoriu cu programul de pregătire universitară și cu domeniul de specializare al coordonatorului.*

Studentii Domeniului **Marketing**, Specializarea **Marketing**, pot opta pentru orice temă abordată pe parcursul anilor de studii, de preferat fiind alegerea unei teme de licență **din domeniul Marketing**, sub coordonarea unui **cadru didactic de specialitate din facultate**.

Cererea prin care se solicită aprobarea temei și a coordonatorului lucrării de licență, **va fi avizată în Departament și aprobată de către Decanul Facultății**.

Coordonator științific poate fi oricare dintre cadrele didactice ale programului de studii universitare de licență, având titlul științific de **profesor universitar doctor, conferențiar universitar doctor, lector universitar doctor**.

Dimensiunea lucrării de licență: **45-50 de pagini** (fără anexe și bibliografie).

*Lucrarea de licență, prin conținutul ei, trebuie să demonstreze cunoașterea științifică a temei abordate, să cuprindă elemente de originalitate în dezvoltarea și soluționarea temei, precum și modalități concrete de validare științifică a acestora.*

## STRUCTURA LUCRĂRII DE LICENȚĂ

**Introducere** – justifică opțiunea candidatului pentru tema lucrării de licență, urmărind **criteriul relevanței** (orientarea către aspecte de fond ale domeniului), **criteriul actualității** (orientarea către prioritățile cercetării și practicii economice dintr-o anumită perioadă), **criteriul specificității** (posibilitatea delimitării clare). De asemenea, tot în partea introductivă vor fi prezentate, succint, cele patru capitole ale lucrării de licență. – max. 2 pag.

**Capitolul I** – conține aspecte privind **delimitarea conceptuală** (teoretică) a temei alese, cu referiri stricte la titlul lucrării. Capitolul se va constitui din sinteza realizată de către autor în urma consultării mai multor surse bibliografice, din literatura de specialitate națională și internațională, menționate la finalul lucrării, în bibliografie. – max. 5 pag.

**Capitolul II** – conține **descrierea societății comerciale** la nivelul căreia se realizează studiul de caz din lucrare. Se urmăresc aspecte precum:

- prezentarea generală a firmei: denumire, forma juridică, adresa, structura acționariatului, obiectul de activitate, cota de piață;
  - gama de produse/servicii a firmei – structură, dimensiuni;
  - structura organizatorică și personalul societății – organigrama, date privind personalul angajat (număr, structură și nivel de pregătire);
  - evaluarea performanțelor financiare ale societății comerciale la care se realizează studiul de caz, prin indicatori economico-financiari:
    - indicatori de lichiditate;
    - indicatori de risc/datorii;
    - indicatori de profitabilitate;
    - indicatori de gestiune etc..
- max. 10 pag.

**NOTĂ:** Alegerea indicatorilor reprezentativi fiecărei lucrări, rămâne la latitudinea autorului lucrării și a profesorului coordonator. Analiza se va realiza în lei, în valori actualizate, pe un interval de minim 3 ani, ultimul an de analiză fiind obligatoriu 2016.

**Capitolul III** – conține **analiza mediului de marketing** al firmei analizate. Se urmăresc aspecte precum:

- componentele **micromediului** firmei;
- componentele **macromediului** firmei;
- **prezentarea caracteristicilor generale ale pieței de referință** (capacitatea efectivă și potențială, aria, structura, dinamica pieței);

- **analiza SWOT** – puncte tari/slabe (cu reliefarea **relației de cauzalitate**), oportunități/amenințări (folosind **matricea identificării oportunităților, respectiv amenințărilor**). - *max. 10 pag.*

**Capitolul IV** – conține **prezentarea analitică a propriului demers**, probând aplicarea pe o realitate concretă a abilităților de cercetare, prin abordarea unei teme precum: **analiza mix-ului de marketing, cercetarea pieței, studiul imaginii, analiza activității de marketing la nivel de firmă, program de marketing, elaborarea politicii de produs/preț/distribuție/promovare, strategia de piață/marketing, studierea comportamentului consumatorului, strategii/campanii de marketing online, piața serviciilor de..., strategii de marketing pentru internaționalizarea afacerilor, comunicarea de marketing la nivel de firmă, CRM** etc.. Menționăm că temele enumerate sunt **orientative**, lăsând posibilitatea unor abordări variate cu specific de marketing, în colaborare cu profesorul-coordonator al lucrării și adaptat studiului de caz existent. - *max. 23 pag.*

**Concluzii și propuneri** – conține concluziile finale ce se desprind din studiul întreprins/tema abordată precum și **un set de propuneri ale autorului lucrării** în vederea îmbunătățirii activității de ansamblu a firmei, urmărind eficiența/eficacitatea (așteptată) implementării măsurilor propuse, atât din punct de vedere cantitativ/cuantificabil, cât și calitativ/necuantificabil.

**Bibliografie** – pentru identificarea și utilizarea referințelor bibliografice se recomandă următoarele aspecte:

- utilizarea unor surse de documente autentice și actuale;
- în vederea asigurării unui nivel științific ridicat **cel puțin 30% dintre titlurile bibliografice este obligatoriu să fie din baze de date internaționale** (accesabile în campusul Universității Româno-Americane).

Bibliografia va conține **minim 15 lucrări de specialitate din literatura națională și internațională și va fi ordonată alfabetic**. Se vor preciza: numele autorului, inițiala prenumelui, titlul lucrării, editura, anul apariției. De asemenea, se notează referințele bibliografice de pe Internet, cu precizarea adresei complete a site-ului și a datei la care s-a făcut accesarea.

**Anexe** – doar dacă este cazul (în măsura în care s-au făcut trimiteri la astfel de materiale, auxiliare, pe parcursul lucrării). Aici intră: tabele statistice de mari dimensiuni, bilanțuri contabile sau alte documente de evidență contabilă, etc.

**NOTĂ:** Pentru lucrările care abordează studii de piață, programe de marketing, campanii de promovare, capitolul 3 poate conține analiza activității în domeniul investigat, conform recomandărilor coordonatorului științific.

Dacă lucrările de licență au teme care fac referire la un sector economic, se va caracteriza sectorul respectiv. Dacă fac referire la economia națională/europeană sau a altui stat, se va caracteriza economia națională/economia europeană sau a statului respectiv, folosind indicatori relevanți, conform recomandărilor coordonatorului științific.

## FORMA DE PREZENTARE:

- Lucrarea de licență va fi copertată, respectând modelul anexat;
- Lucrarea va fi depusă la secretariatul facultății, în termenul anunțat, însoțită de referatul coordonatorului științific;
- **Lucrarea de licență depusă în forma scrisă va fi însoțită obligatoriu de CD cu înregistrarea electronică a conținutului acesteia**, conținut care va fi verificat în momentul depunerii lucrării de membrii comisiei de licență;
- CD-ul va fi atașat formatului tipărit, coperta interioară, în plic. Se va scrie cu marker pe CD numele, prenumele autorului și promoția.

## NORME DE TEHNOREDACTARE:

- Formatul paginii este A4, iar marginea va fi de 2,5 cm stânga și de 1,5 cm sus, dreapta și jos;
- Fontul utilizat în redactarea conținutului va fi Times New Roman, mărime 12, spațiat la 1,5 rânduri;
- Fontul utilizat la notele de subsol și/sau surse va fi Times New Roman, mărime 10, spațiat la 1 rând;
- Fontul utilizat la tabele, figuri și grafice va fi Times New Roman, mărime 11, spațiat la 1 rând;
- Lucrarea va fi scrisă în limba română, obligatoriu cu diacritice;
- Cuprinsul lucrării trebuie să fie paginat și prezentat la începutul lucrării de licență;
- Capitolele se vor numerota cu I, II, ș.a., iar subcapitolele: 1.1., (1.1.1., 1.1.2., ș.a.), 1.2. (1.2.1., 1.2.2., ș.a.) pentru capitolul I și respectiv: 2.1. (2.1.1., 2.1.2., ș.a.) , 2.2. (2.2.1., 2.2.2., ș.a.) pentru capitolul II, etc.;
- Anexele (numerotate și denumite) și bibliografia se pun la finele lucrării (cf. structurii propuse);
- La notele de subsol și la sursele citate în conținutul lucrării, se vor preciza numele autorului, inițiala prenumelui, titlul lucrării, editura, anul apariției și pagina/paginile la care se regăsește citatul sau referința respectivă;
- Tabelele, figurile și graficele sunt obligatorii, se denumesc și se numerotează separat. **Dacă acestea nu aparțin autorului, obligatoriu va fi precizată sursa în structura recomandată anterior.**

## SUSȚINEREA PUBLICĂ A LUCRĂRII DE LICENȚĂ:

- Lucrarea de licență se susține în ședință publică, în fața comisiei de licență (comisie de specialitate, validată de Senatul Universității Româno-Americane);
- Prezentarea lucrării în fața comisiei de licență se va realiza în limba română, folosind facilitățile Office Power Point sau ale altui soft specializat;
- Durata prezentării: 5 – 7 minute;
- Mijloacele electronice multimedia (calculator, laptop, videoprojector) sunt în dotarea facultății. Studentii trebuie să aducă, în ziua susținerii, doar prezentarea salvată pe suport magnetic.

**UNIVERSITATEA ROMÂNNO-AMERICANĂ**  
**FACULTATEA DE MANAGEMENT-MARKETING**



**LUCRARE DE LICENȚĂ**

**Coordonator științific:**

**Grad didactic, nume, prenume**

**Absolvent:**

**Nume, inițiala tatălui, prenume**

**București**

**2017**

**UNIVERSITATEA ROMÂNNO-AMERICANĂ**  
**FACULTATEA DE MANAGEMENT-MARKETING**  
**SPECIALIZAREA MARKETING**



**TITLUL LUCRĂRII DE LICENȚĂ / DENUMIREA**  
**TEMEI**

**Coordonator științific:**

**Grad didactic, nume, prenume**

**Absolvent:**

**Nume, inițiala tatălui, prenume**

**București**

**2017**