

**TEMATICĂ CONCURS**  
**Conferențiar universitar - postul 9**

**Marketing, Marketing internațional, Sisteme informaționale și aplicații informatice în  
administrarea afacerilor, Relații publice**

**I. MARKETING**

1. Funcțiile marketingului
2. Mediul extern al firmei
3. Comportamentul consumatorului
4. Conținutul mixului de marketing
5. Politica de produs
6. Politica de preț
7. Politica de distribuție
8. Politica de promovare

**Bibliografie:**

1. Balaure V., *Bazele marketingului*, Editura Uranus, București, 2003;
2. Fekete I, *Bazele marketingului*, Editura Eftimie Murgu, Resita, 2001;
3. Kotler P, *Managementul marketingului*, Editura Teora, București, 2006;
4. Pânzaru F, *Manual de marketing. Principii clasice și practici actuale eficiente*, Editura C.H.Beck, București, 2009.

**II. MARKETING INTERNAȚIONAL**

1. Marketingul internațional în postmodernism
2. Conjunctura piețelor internaționale
3. Piața internațională și marketingul internațional
4. Cercetarea și sursele cercetării pieței internaționale
5. Analiza și sistemul informațional și de decizie în marketingul internațional
6. Considerații asupra mediului în care se desfășoară activitatea de marketing internațional
7. Mixul de marketing pe piața internațională
8. Programul și controlul activității de marketing internațional

**Bibliografie:**

1. Danciu V, *Marketing internațional*, Editura Economică, București, 2005;
2. Danciu V, *Marketing internațional. Provocări și tendințe la începutul Mileniului Trei*, Editura Economică, București, 2009;
3. Man M. L., *Marketing internațional*, Editura UEM, Reșița, 1999;

4. Micu A., Micu A-E, *Marketing internațional*, Editura Tipart, București, 2001.

### III. SISTEME INFORMAȚIONALE ȘI APLICAȚII INFORMATICE ÎN ADMINISTRAREA AFACERILOR

1. Marketingul în era postmodernistă
2. Conceptul de informație
3. Componentele sistemului informațional
4. Funcțiile sistemului informatic de marketing
5. Webul
6. Emailul
7. Comerțul electronic
8. Crearea paginilor web în limbaj HTML

#### Bibliografie:

1. Grama, A., ș.a., *Tehnologii informaționale în lumea afacerilor*, Editura Sedcom Libris, Iași, 2009;
2. Gugoiu T., *HTML prin exemple*, Editura Teora, București, 2001;
3. Orzan G, *Sisteme informatice de marketing*, Editura Uranus, București, 2001;
4. Popovici G., *Informatică și sisteme informatice*, Editura Mirton, Timisoara, 2001.

### IV. RELAȚII PUBLICE

1. Conceptul de relații publice
2. Etapele apariției relațiilor publice
3. Relațiile publice interne
4. Relațiile publice externe
5. Funcțiile relațiilor publice la nivelul firmei
6. Obiectivele activității de relații publice
7. Tehnici specifice activității de relații publice
8. Programul de relații publice

#### Bibliografie:

1. Coman C., *Relații publice și mass media*, Editura Polirom, Iași, 2004;
2. Rus C., *Introducere în teoria comunicării și a relațiilor publice*, Editura Institutul European, 2002;
3. Stoica M. M., *Introducere în relații publice*. București: Editura Pro Universitaria, 2010;
4. Șerbănică D., Brătfălean N., *Relații publice*, Editura Gruber, București, 2003;
5. Șerbănică D., *Relații publice*, Editura ASE, 2003.