

TEMATICA PENTRU EXAMENUL CONCURS PENTRU OCUPAREA POSTULUI NR.5-CONFERENȚIAR DIN
STATUL DE FUNCȚIUNI PE ANUL UNIVERSITAR 2012-2013 AL DEPARTAMENTULUI DE INGINERIE
MECANICĂ

1. Conceptele de bază a inovației și tipurile noilor produse.
2. Rolul marketingului în design și dezvoltarea produselor industriale.
3. Inovația serviciilor.
4. Inovația pe piețele internaționale.
5. Piața bunurilor comerciale și comportamentul de cumpărare a firmei.
6. Crearea avantajelor concurențiale, analiza concurenței și strategiile concurențiale.
7. Promovarea produsului prin vânzarea personală și gestiunea afacerilor.
8. Deciziile de marketing ale angroșiștilor.
9. Mesajul de marketing al satisfacției consumatorului.
10. Sportivul și obiectivele sportive ca mijloc de marketing.
11. Marketingul on-line.
12. Strategii de marketing în domeniul serviciilor.
13. Cultura întreprinderii mixte și relațiile publice.
14. Promovarea culturii întreprinderii prin canale interne.
15. Formele juridice ale organizațiilor economice.
16. Compararea cercetării marketing și cercetarea pieței.
17. Riscurile decizionale în marketingul internațional.
18. Riscurile specifice a pieței comunitare.
19. Diagnosticul comercial.
20. Valoarea temporală a banilor.
21. Modelul economiei mixte.
22. Impozitarea ca fenomen economic.
23. Legea utilității marginale.
24. Regelementările administrative a monopolurilor naturale.
25. Cererea marginală și evoluția consumului.
26. Tipuri de instituții traduse.
27. Conceptul neoliberal-monetarist.
28. Teoriile post-keynesiene în reforma comerțului internațional.
29. Sisteme de stabilire a cursului valutar.
30. Modelul neo-clasic Heckscher-Ohlin.
31. Echilibrul economiei naționale.
32. Viziunea economiei globale Wallerstein.
33. Globalizarea pe piața muncii.
34. Mecanismele de producere a banilor și oferta de bani.
35. Impozitul inflațional și seigniorage.
36. Sursele avantajului competitiv.
37. Repartizarea secundară a veniturilor.

Bibliografie

1. **Vágási Mária**, *Újtermék-marketing: új termékek tervezésének és piaci bevezetésének marketingkonceptiója*, Nemzeti Tankönyvkiadó, Budapest, 2001, ISBN: 963-19-1444-5
2. **Kotler, Philip**, *Principiile marketingului*, Editura Teora, București 2001, ISBN: 973-601-399-5
3. **Hoffmann István**, *Stratégiai marketing* Aula Kiadó, Budapest, 2000, ISBN: 963-9215-81-3

4. **Olach Zoltán**, *A marketing szemlélete és gyakorlata : a marketing áttekintő kézikönyve*, LSI Informatikai Oktatóközpont a Mikroelektronika Alkalmazásának Kultúrájáért Alapítvány, Budapest, 1997, ISBN: 963-577-181-9
5. **Bratianu, Constantin**, *Management si marketing: concepte fundamentale*, Cursuri universitare, Comunicare.ro, Bucuresti, 2006, ISBN: 973-711-092-7, 978-973-711-092-3
6. **Törzsök Éva (szerk.), Bognár Éva, et al.**, *Nemzetközi marketing*, Közgazdasági és Jogi Könyvkiadó, Budapest 1995, ISBN: 963-222-914-2
7. **Rahau, Loredana, Maria Oroian, Gheorghe Neagu**, *Marketing*, Risoprint, Cluj-Napoca, 2005, ISBN: 973-751-056-9
8. **Simanovszky Zoltán, Solt Katalin, Bálint Dénes**, *Közgazdaságtan alapfokon*, Tri-Mester Kiadó, Tatabánya, 2001, ISBN: 963-00-4581-8
9. **Paul A. Samuelson, William D. Nordhaus; [ford. Atkári János]; [szerk. Fébó László]** *Közgazdaságtan*, Közgazdasági és Jogi Könyvkiadó, Budapest, 1993, ISBN: 963-222-683-6, 1-3. kötet
10. **Koskinen, Kaisa**, *Translating institutions : an ethnographic study of EU translation*
11. St. Jerome Publishing, Manchester, United Kingdom, 2008, ISBN: 978-1-905763-08-5
12. **Kotler, Philip**, [ford. Fiers Péter et al.], *Marketing menedzsment: elemzés, tervezés, végrehajtás és ellenőrzés*, Műszaki Könyvkiadó, Budapest, 1999, ISBN: 963-16-3026-9
13. **Szentes Tamás, Blahó András (szerk.)**, *Világgazdaságtan*, Aula Kiadó, Budapest 1999, ISBN: 963-9215-64-3, 1-2. kötet
14. **Pete Péter**, *Bevezetés a monetáris makroökonómiába*, Osiris Kiadó, Budapest, 1996, ISBN: 963-379-133-2
15. **Simanovszky Zoltán, Czagány László** [közread. a Modern Üzleti Tudományok Főiskolája] *Bevezetés a közgazdaságtanba*, Tri-Mester Kiadó, Tatabánya, 1999, ISBN: 963-03-8451-5