**TEMATICA CONCURSULUI PT. POSTUL DE LECTOR POZ. 17**

1. **Relații publice** **(curs și seminar)**
	1. **Tematica disciplinei:**
2. PR şi publicitatea
3. Metode de comunicare in relatiile publice
4. Relaţiile publice şi mediul de afaceri
5. Procesul comunicaţional
6. Imaginea publica a organizaţiilor economice
7. Campaniile de PR
8. Planificarea campaniilor de PR
9. Principalele mijloace pentru menținerea relației cu media
10. Principalele mijloace pentru menținerea relației cu media
11. Conflictul dintre reprezentanții de relații publice și jurnaliști
12. Diferența dintre PR și marketing
	1. **Bibliografia disciplinei:**

## Adela Rogoinaru: Relaţii Publice şi publicitate: tendinţe şi provocări. 2006. Editura Tritonic

## Joe Marconi: Ghid practice de relaţii publice. 2007. Editura Polirom.

## Dr. Szeles Péter – Nyárádi Gáborné: Public Relations I-II. 2005. Editura Perfekt.

## Marketingul organizațiilor non-profit (curs)

* 1. **Tematica disciplinei:**
1. Paradigma sectorului terțial, relația dintre aceste sectoare.
2. Caracteristici structurale și operaționale ale organizațiilor non-profit, din punctul de vedere a marketingului.
3. Aplicare marketingului in organizațiile non-profit: argumente pro și contra.
4. Procesul de planificare de marketing pentru organizațiile non-profit.
5. Audit de marketing.
6. Dezvoltarea obiectivelor si strategiilor de marketing.
7. Definirea programelor de marketing cu ajutorul modelelor 4P si 8P
	1. **Bibliografia disciplinei:**

## Dinya László – Farkas Ferenc – Hetesi Erzsébet – Veres Zoltán (2004): Nonbusiness marketing és menedzsment (civil szervezetek – alapítványok – politika – kultúra – karitatív szervezetek – közigazgatás – közüzemek - nonprofitok). KJK-KERSZÖV Kiadó Kft., Bp.

## Dorin Cristian Coiţă: Marketingul organizaţiilor nonprofit, Editura Academiei Române, 2008, Bucureşti

## Pavluska Valéria - Kultúramarketing - Elméleti alapok, gyakorlati megfontolások, Editura Akadémia, 2014

**3. tehnici de Vânzare (curs)**

* 1. **Tematica disciplinei:**

1. Managementul vânzărilor. Locul vânzătorilor în organizație

2. Organizarea forței de vânzare

3. Tipuri de vânzători

4. Vânzătorul . Rolul vânzătorului, superprofesioniștii

5. Clientul. Planificarea vânzării

6. Comunicarea. Comunicarea directă. Ascultarea. Mesajul non-verbal.

7. Obiecțiile și rezolvarea acestora. Atitudini corecte ale vânzătorului

8. Închiderea vânzării. Semnale de cumpărare. Secvențe de închidere

9. Negocierea. Stiluri de negociere. Tehnici de negociere

10. Metode de vânzare

11. Strategii de marketing și vânzări

* 1. **Bibliografia disciplinei:**

1. Blythe, J. – Managementul vânzărilor ți clienților cheie, Ed. CODECS, București, 2005

2. Bruhn, M. – Orientarea spre clienți – temelia afacerii de succes, Ed. Economică, București, 2001

3. Business Intellience Agency – Tehnici de vânzare – curs pentru agenții de vânzări, Ed. ALL, Buucrești, 1995

4. Butunoiu, G. - Tehnici de vânzare – curs pentru agenții de vânzări, Ed. ALL, București, 1998

5. Buzan, T., Israel, R. – Vânzare inteligentă, Ed. CODECS, București,1998

6. Cândea, R.M. – Negociere și tehnici de vânzare – suport de curs, www.mim.utcluj.ro/.../38\_Negociere\_si\_tehnici\_de\_vanzare\_D27.pdf

7. Gerald, M., Michaelson, S. W. – Sun tzu. Strategii de marketing – 12 principii esențiale pentru câștigarea bătăliei de atragere a clienților, Ed. Brand Builders, București, 2006

1. **metodologia elaborării de licență (curs, seminar)**
	1. **Tematica disciplinei:**
2. Stabilirea universului tematic al lucrărilor științifice.
3. Stabilirea titlului orientativ, a structurii și a bibliografiei lucrării ca rezultat al studiului literaturii de specialitate.
4. Pregătirea planului de cercetare detaliată și depunerea la conducătorul de licență
5. Pregătirea recenziei literaturii de specialitate pe baza surselor academice de specialitate recomandate de către îndrumătorul științific și ale surselor considerate relevante de către student.
6. Elaborarea metodologiei de cercetare în vederea realizării obiectivelor propuse
7. Culegerea și analiza datelor
8. Redactarea lucrării. Pregătirea prezentărilor pentru susținerea publică a lucrării de licență.
9. Prezentarea rezultatelor studiului/susținerea lucrării de licență

**4.2. Bibliografia disciplinei:**

1. Avornicului Mihály, Útmutató az államvizsga- és disszertációs dolgozatok elkészítéséhez, BBTE Közgazdaság- és Gazdálkodástumányi Magyar Intézet, Kolozsvár, 2011.
2. Chelcea, Septimiu, Cum să redactăm o lucrare de licenţă, o teză de doctorat, un articol ştiinţific în domeniul ştiinţelor socioumane (ed. a 3-a, rev.), Comunicare.ro, Bucureşti, 2005
3. Eco, Umberto, Hogyan írjunk szakdolgozatot, Kairosz, Budapest, 2002.
4. http://csik.sapientia.ro/data/kozgazdasz%20alapszakok.doc
5. Majoros, Pál, Kutatásmódszertan avagy: Hogyan írjunk könnyen, gyorsan jó diplomamunkát?, Nemzeti Tankönyvkiadó, Budapest, 2003.
6. PervezGhauri, Kjell Gronhaug, Kutatásmódszertan az üzleti tanulmányokban, Akadémiai Kiadó, Budapest, 2011.
7. Referinţele bibliografice recomandate de cadrul didactic îndrumător al lucrării de licenţă în concordanţă cu tema aleasă.
8. ECC- Net - Centrul European al Consumatorilor din România – Metode de vânzare, http://www.eccromania.ro/
9. Concept Marketing și vânzări – ”Vânzătorul bine pregătit – curs de tehnici de vânzare”, http://www.training-vanzari.ro/download/Vanzatorulbinepregatitmanual.pdf
10. Rujoiu, M. – Strategii de marketing și vânzări, www.traininguri.ro, www.marian-rujoiu.ro
11. Comănescu, B. - 21 de secrete pentru succesul tău ca leader al echipei de vânzare, ACCELERA Business Strategy, http://www.accelera.ro/wp-content/uploads/2014/02/21-SECRETE-SALES-LEADERSHIP-Accelera-2014.pdf
12. **management (seminar)**

**5.1. Tematica disciplinei:**

1. Introducerea noţiunilor de bază de management.
2. Ariile funcţionale ale societăţii: inovaţie, management de resurse umane
3. Ariile funcţionale ale societăţii: logistica, producţia/servicii
4. Taylorismul, fordismul. Funcţiile Fayol.
5. Şcoala Human Relation, teoria contingenţei.
6. Strategia de la creare până la planul operativ.
7. Teoriile motivaţiei.
8. Stiluri de conducere, modalitatea conducerii.
9. Ierarhia structurii organizaţionale, organigrama. Caracteristici structurale, forme de bază structurală
10. Forma organizaţională linear-structurală
11. Forma organizaţională divizională
12. Forma organizaţională matrice

**5.2. Bibliografia disciplinei:**

1. Nicolescu, Ovidiu: Managementul întreprinderilor mici şi mijlocii: concepte, metode, aplicaţii, studii de caz, Editura Economică, Bucureşti 2001
2. Dobák, Miklós: Szervezeti formák és vezetés (Formele managementului şi a conducerii),Editura Scientia, Cluj-Napoca, 2005
3. Domokos Ernő: Management: baze teoretice şi practice. Presa Universitară Clujeană, Cluj-Napoca
4. Bakacsi, Gyula: Szervezeti magatartás és vezetés, Ed. Scientia, Cluj-Napoca, 2004
5. Dobák Miklós, Antal Zsuzsanna: Vezetés és szervezés: szervezetek kialakítása és működtetése, Ed. Aula, Budapesta, 2010
6. **Planificare campaniei de marketing (curs)**
	1. **Tematica disciplinei:**
7. Introducere în domeniul campaniilor de marketing
8. Mixul de marketing
9. Elementele campaniilor de marketing
10. Noțiunea de imagine
11. Poziționarea. Planificarea publicitară în mediul offline și online
12. Strategia de comunicare in cadrul campaniilor
13. Definiții ale campaniei de marketing. Etică, eficiență. Analiza critică a campaniilor
14. Realizarea unor exerciții practice privind poziționarea
15. Utilizarea instrumentelor comunicării de marketing: publicitatea, promovarea vânzărilor, relaţiile publice, utilizarea mărcilor, forţele de vânzare, evenimentele de marketing, sponsorizarea, marketingul direct.
16. Utilizarea instrumentelor comunicării de marketing în mediul online: publicitate online, direct e-mail, grupuri de discuţii, site-uri web, aplicaţii de comerţ electronic, search engine marketing, reţele sociale
	1. **Bibliografia disciplinei:**
17. Balaban, Delia Cristina, Publicitatea de la planificarea strategică la implementarea media, Polirom, Iași, 2009.
18. Philip Kotler: Marketingmenedzsment, KJK Kerszöv 2006
19. Bernschütz Mária, Deés Szilvia, Kenéz András – Marketing alapismeretek, Editura Akadémia, 2014
20. Bernard Brochand - Jacques Lendrevie: A reklám alapkönyve, KJK-Kerszöv, 2004.
21. Rekettye Gábor - Marketing a magyar kisvállalatoknak, Editura Akadémia, 2012

|  |  |
| --- | --- |
| Decan | Director de departament |
| Facultatea de Ştiinţe Economice, Socio-Umane și Inginerești | Departamentul de Ştiința Afacerilor |