

TEMATICA:

1. Marketing urban – definirea conceptului
2. Marketing urban ca promovare a oraşului
3. Marketing urban ca formulare de politici de dezvoltare
4. Marketing urban ca reorganizare a administraţiei publice
5. Mixul de marketing – (loc, preţ, poziţie, promovare) în dezvoltarea oraşului
6. Tendinţe în Uniunea Europeană (studii de caz)
7. Grupuri ţintă în marketingul urban
8. Rolul marketingului urban în atragerea locuitorilor
9. Rolul marketingului urban în atragerea vizitatorilor
10. Rolul marketingului urban în atragerea sectorului privat
11. Factorii de localizare ai activităţilor economice
12. Strategia de marketing – metodologie şi studii de caz
13. Promovarea urbană şi branding urban
14. Formularea unui brand de oraş
15. Introducere, obiectivarea cursului. Peisajul arhitectural românesc, moştenire şi potenţial.
16. Metodologie. Terminologie. Realism, realism socialist, totalitarism în arhitectura
17. Idealul social
18. Idealul estetic
19. Concepţia spaţială premodernă şi modernă.
20. Concepţia spaţială postmodernă şi contemporană.
21. Spaţiul arhitectural în concepţia lui C.N.Schulz şi P.V.Meiss.
22. Compoziţia arhitecturală în perioada contemporană în operele unor arhitecţi celebri
23. Reprezentarea arhitecturală azi
24. Impactul tehnologic cu exemple din capitala Franţei contemporane
25. Impactul comunicational.
26. Dimensiunea culturală a arhitecturii după R.Landau
27. Euristica lui I. Lakatos
28. Deconstructivism şi minimalism în concepţia şi operele unor arhitecţi contemporani

BIBLIOGRAFIE:

1. Adriana Matei, Teorii şi doctrine arhitecturale contemporane, Ed UTCN, 1994
2. Charles Jencks, The Modern Architecture, The Post-Modern Architecture, New York, 1990
3. Christian Norberg Schulz, The language of architecture, Rev DATUTOP, 1997, Tampere
4. Christian Norberg Schulz, Systhem logique de l'architecture, Ed Mardaga, Paris
5. Andreas Papadakis, Architecture, aujourd'hui, Ed Terrail, Paris 1991
6. Trends in Contemporary Architecture, Ed.Monitor, Paris, 1991
7. Philip Jodidio, Architecture Now !, Taschen, 2001, 2005

8. Reviste si monografii
9. Neufert, Manualul arhitectului - elemente de proiectare si de constructie, Alutus S.A., Miercurea Ciuc, 2004;
10. Gheorghe Vais, Programe de arhitectura, UT Press, 2008; documentatie Internet; legislatie de urbanism si regulamente urbane in vigoare
11. Kotler, P., Rein, I., Haider, D. (2008), Marketingul locurilor, Editura Teora
12. Camagni, R. (1994), Urban Marketing as an Instrument of Competition between Cities, in Urban Marketing in Europe - International Conference, Ave, G. and Corsico, F. (eds.), Torino Incontra, Torino
13. Racoviceanu, S. (2012) Strategii de Marketing pentru orase competitive, in Management urban pentru un oras competitiv, Editura Politehnica Timisoara 2012
14. Winfield-Pfefferkorn, J (2005), The Branding Of Cities, Exploring City Branding and the Importance of Brand Image, Masters Thesis /Master of Arts in Advertising Design at the Graduate School of Syracuse University
15. Anton Damboianu, Note de curs, Rev. Arhitext Design, 1997-98, Bucuresti
16. Jean Hersch, Mirarea filozofica, Ed.Humanitas, Bucuresti, 1994