



FSE

**FACULTATEA
DE
ȘTIINȚE ECONOMICE**
UNIVERSITATEA DIN ORADEA

Str. Universității, nr. 1, cod poștal 410087, Oradea, jud. Bihor, România
Telefon: Secretariat: 0259-408276, 0259-408407; Decanat: 0259-408109; Fax: 0259-408409
Web: <http://steconomice.uoradea.ro>; E-mail: steconomice@uoradea.ro

DEPARTAMENTUL DE MANAGEMENT-MARKETING

Tematica de concurs pentru ocupare post didactic

Asistent universitar, poz. 18

Discipline: Marketing, Marketingul micilor afaceri, Comunicare și negociere în afaceri, Marketing pentru design

Stat de funcții al Departamentului de Management Marketing, anul univ. 2015-2016

Facultatea de Științe Economice, Universitatea din Oradea

TEME PROBA ORALĂ:

1. Marketingul - o viziune generală (concept, noțiuni de bază, criterii de ghidaj, domenii de aplicare).
2. Analiza pieței (conținut).
3. Cercetarea de marketing (tipologie, sistemul informațional de marketing, procesul cercetării de marketing).
4. Strategia de marketing.
5. Politica de produs.
6. Politica de preț.
7. Politica de distribuție.
8. Politica de promovare.
9. Comunicarea și negocierea: concept, rol, funcții.
10. Elemente de teoria negocierilor: Ce este negocierea?
11. Principiile și funcțiile negocierii.
12. Negociatorul și echipa de negociere.
13. Pregătirea și desfășurarea procesului de negociere a afacerilor.
14. Particularitățile ale mixului de marketing al micilor afaceri.
15. Marketingul pentru design – organizarea unui eveniment de lansare a unui produs.

TEME PROBA SCRISĂ:

16. Mediul marketingului (concept și componente, macromediul, micromediul, mediul clientului)
17. Trăsăturile de bază ale comportamentului consumatorului (comportamentul consumatorului individual, procesul de luare a deciziei de cumpărare, comportamentul consumatorului organizațional)
18. Limbajele non-verbale în comunicare (limbaje corporale, proxemică, paralimbaje; limbajul spațiului; lucrurilor și al culorilor; limbajul timpului)

19. Tipurile fundamentale de negociere
20. Planul de marketing.

TEME PROBA PRACTICĂ – susținerea unui seminar:

21. Aplicații privind: coeficientul de elasticitate, previziunea cotelor de piață, diferențiala semantică și scala lui Likert, analiza Boston Consulting Grup.
22. Strategii și tactici de negociere.
23. Dimensiunea interculturală a negocierii.
24. Marketingul micilor afaceri – politica de promovare.

Bibliografie

1. Balaure, V. (coord.), Marketing, ed. A II-a, revizuită și adăugită, Editura Uranus, București, 2002.
2. Botezat, E., Coita, D., Secară, O., Sasu, D., Bazele marketingului, Editura Universității din Oradea, 2005.
3. Botezat, E., Tehnici de negociere, Editura Universității din Oradea, Oradea, 2003.
4. Botezat E., Ban O., Negocierea afacerilor, teme de dezbateri, aplicații, cazuri, Editura Universității din Oradea, Oradea, 2001.
5. Kotler, Ph., Managementul marketingului, Editura Teora, București, 2000.
6. Prutianu Ș., Antrenamentul abilităților de comunicare, vol. I și vol. II, Editura Polirom, Iași, 2007.
7. Prutianu Ș., Antrenamentul abilităților de negociere, Editura Polirom, Iași, 2007.

Director de departament,

Conf.univ.dr. Maria-Madela ABRUDAN

Comisia de concurs