

TEMATICA DE CONCURS

Postul nr. 10 – CONFERENȚIAR UNIVERSITAR cu disciplinele:

- Simulări manageriale;
- Politici și tehnici în managementul marketingului;
- Marketing.

Disciplina: *Simulări manageriale*

- Importanța simulării în educația pentru managementul afacerilor;
- Atuurile și limitele simulatoarelor de întreprindere;
- Configurarea contextului macro și micro-economic în simulatorul de afaceri;
- Corespondența decizie managerială – indicator financiar;
- Tabloul de bord, instrument în simulatorul managerial.

Bibliografie:

1. Schroeder, H-P, Ciucan-Rusu, L., Planet – Business Simulation - Trainers Manual, Petru Maior University, Tîrgu-Mures, 2012;
2. Schroeder, H-P, Ciucan-Rusu, L., Planet – Business Simulation- Players Manual, Petru Maior University, Tîrgu-Mures, 2012;
3. Balaye G., *Le grand manager – jeu d entreprise*, OMC, Geneva, 1999 ;
4. Brennan, R., W., Vos, L., Student experiences of the use of a marketing simulation game, London, 2008;
5. Faria, A.J., Wellington, W.J., A survey of simulation game users, former-users, never-users, *Simulation and Gaming*, 35178-207, 2004.

Disciplina: *Politici și tehnici în managementul marketingului*

- Studiul pieței – fundamentul deciziilor de marketing;
- Principiile managementului relațiilor cu clienții;
- Managementul promotional;
- Planul de marketing – instrument în managementul marketingului;
- Simulatorul logistic în optimizarea politicii de distribuție.

Bibliografie:

1. Kotler, P., *Managementul marketingului*, Teora, București, 1998;
2. Kotler, P., *10 păcate capitale de marketing*, Codecs, București, 2004;
3. Prutianu, Ș.; Munteanu, C.; Caluschi, C., *Inteligența marketing plus*, Polirom, București, 2004;
4. Prutianu, Ș.; Anastasiei, B.; Jijie, T., *Cercetarea de marketing*, Polirom, București, 2005;
5. Haig, M., *Manual de e-marketing*, Rentrop & Stratorn, București, 2006;
6. Tripon, A.; Şimon, A.; Ciucan-Rusu, L., *Agenda managerului în marketing*, Petru Maior, Tîrgu-Mureş, 2003;

Disciplina: Marketing

- Marketingul și rolul său în administrarea organizației;
- Mediul de business al organizației – sursa informației de marketing;
- De la cercetare la inteligența de marketing;
- Conceptul și politica de produs – viziune holistică;
- Promovarea și conceptul de comunicare integrată;
- Perspectiva socială contemporană a marketingului.

Bibliografie:

1. Evans, J.R.; Berman, B., *Marketing-4e*, MacMillan, New York, 1990;
2. Hill, E.; O'Sullivan, T., *Marketing*, Antet, București, 1997;
3. Kotler, P.; Armstrong, G., *Principles of Marketing*, Prentice Hall, New Jersey, 1999;
4. Chirouze, Y., *Le Marketing*, Chotard et Associates, Paris, 1996;
5. Levinson, J., *Guerilla Marketing*, Loreley, București, 1999;
6. Prutianu, Ș.; Munteanu, C.; Caluschi, C., *Inteligența marketing plus*, Polirom, București, 2004;
7. Ciucan-Rusu, L., *Marketing – curs universitar*, Univ.Petru Maior Tg.Mures, 2006;

**Director Departament,
Conf.dr.ing.dr.ec. Ioan PASTOR**



EXAM TOPICS

Position no. 10 – ASSOCIATE PROFESSOR with the disciplines:

- Business simulations;
- Politics and technics in marketing management;
- Marketing.

Discipline: *Business simulations*

- The importance of simulation in the education for business management;
- Strengths and limits of company simulators;
- Setting the macro and micro-economic context in the business simulator;
- The correlation between managerial decision and financial indicators;
- The balanced score-card, instrument in the business simulator.

Bibliography:

1. Schroeder, H-P, Ciucan-Rusu, L., Planet – Business Simulation - Trainers Manual, Petru Maior University, Tîrgu-Mures, 2012;
2. Schroeder, H-P, Ciucan-Rusu, L., Planet – Business Simulation- Players Manual, Petru Maior University, Tîrgu-Mures, 2012;
3. Balayé G., *Le grand manager – jeu d entreprise*, OMC, Geneva, 1999 ;
4. Brennan, R., W., Vos, L., Student experiences of the use of a marketing simulation game, London, 2008;
5. Faria, A.J., Wellington, W.J., A survey of simulation game users, former-users, never-users, *Simulation and Gaming*, 35178-207, 2004.

Discipline: *Politics and technics in marketing management*

- Market research – fundamentals for marketing decisions;
- Principles of customer relationship management;
- Promotional management;
- The marketing plan – instrument in marketing management;
- The logistic simulator use in optimizing the distribution policy.

Bibliography:

1. Kotler, P., *Managementul marketingului*, Teora, Bucureşti, 1998;
2. Kotler, P., *10 păcate capitale de marketing*, Codecs, Bucureşti, 2004;
3. Prutianu, Ş.; Munteanu, C.; Caluschi, C., *Inteligenţa marketing plus*, Polirom, Bucureşti, 2004;
4. Prutianu, Ş.; Anastasiei, B.; Jijie, T., *Cercetarea de marketing*, Polirom, Bucureşti, 2005;
5. Haig, M., *Manual de e-marketing*, Rentrop & Stratorn, Bucureşti, 2006;
6. Tripon, A.; Şimon, A.; Ciucan-Rusu, L., *Agenda managerului în marketing*, Petru Maior, Tîrgu-Mureş, 2003;

Discipline: *Marketing*

- Marketing and its role in organizational administration;
- The business environment – source of marketing information;
- From research to marketing intelligence;
- Concept and policy of product – an holistic approach;
- Promotion and integrated marketing communication concept;
- The contemporary social perspective of marketing.

Bibliography:

1. Evans, J.R.; Berman, B., *Marketing-4e*, MacMillan, New York, 1990;
2. Hill, E.; O'Sullivan, T., *Marketing*, Antet, București, 1997;
3. Kotler, P.; Armstrong, G., *Principles of Marketing*, Prentice Hall, New Jersey, 1999;
4. Chirouze, Y., *Le Marketing*, Chotard et Associates, Paris, 1996;
5. Levinson, J., *Guerilla Marketing*, Loreley, București, 1999;
6. Prutianu, Ș.; Munteanu, C.; Caluschi, C., *Inteligenta marketing plus*, Polirom, București, 2004;
7. Ciucan-Rusu, L, *Marketing – curs universitar*, Univ.Petru Maior Tg.Mures, 2006;

**Department Manager,
Assoc. Prof. Ioan PASTOR, PhD**

