

## Lista lucrărilor științifice

1. Brătucu G., Țierean O.M.: What is Public Choice? În: Buletinul Universității Transilvania din Brașov, Vol. 1, Nr. 1, 2008, p. 64-70
2. Brătucu G., Țierean O.M.: The evolution of the concept of bureaucracy În: Buletinul Universității Transilvania din Brașov, Vol. 2, Nr. 5, 2009, p. 94-100
3. Țierean, O. – Political Blogs – How do blogs influence candidates and voters, Revista Română de Marketing, nr. 3, 2009, p. 94-11
4. Țierean, O. – Customer Relationship Management, Business Excellence, vol. 2, 2009, p. 247-250
5. Țierean, O. – Campaign 2.0 – the Role of the Internet in Political Campaigns, Doctoral Student Conference, Salonic, Grecia, 6-7 iulie 2009, vol. 2, p. 174-183
6. Țierean, O. – Floating Romania – an analysis of floating voters in the 2009 presidential elections, IECS 2010 Sibiu, p. 243-251
7. Țierean, O. – Social media – a political marketing tool, Revista Română de Marketing, nr. 4, 2010, p. 116-135
8. Țierean, O. – The efficiency of auctions in public contracts, Business Excellence, vol. 2, 2010, p. 196-199
9. Țierean, O. – The downtrend of election turnout in Romania, CHER 2010 Sozopol Bulgaria, p. 293-296
10. Țierean, O. – Blogs – a communication tool for public institutions, Revista Română de Marketing, nr. 2, 2011, p. 38-51
11. Țierean, O. – Distribuția și accesul la serviciile publice, Revista de Logistică și Management, nr. 3(8), martie 2011, p. 15-19
12. Țierean, O. – Opinions of internet users concerning online communication of public institutions with citizens, Business Excellence, vol. 2, 2011, p. 239-242
13. Brătucu, G., Țierean, O. - Marketing general, Editura Universității "Transilvania" din Brașov, 2011, ISBN 978-973-598-925-5
14. Țierean, O. – What are Romanians afraid of: explanations of the decline in the number of marriages, Revista Română de Marketing, nr. 4, 2012, p. 50-68
15. Țierean O., Țierean S. - The disadvantages of joining the Euro: Lessons for Romania, Buletinul Universității Transilvania din Brașov, Vol. 6, Nr. 1, 2013, p. 163-168
16. Țierean, O., Băltescu, C.A., Boșcor, D. – Brașov – A tourism destination for the segment of young tourists, Business Excellence, 2014, p. 148-153
17. Țierean, O., Roman D.E. – Commercial breaks vs. product placement: what works for young consumers?, Buletinul Universității Transilvania din Brașov, Vol. 8, Nr. 1, 2015, p. 71-78
18. Țierean, O., Băltescu, C.A., Boșcor, D. – Where do students come from? How may universities use candidates' demographics to focus their marketing effort, Revista Română de Marketing, nr. 3, 2015, p. 17-26.

10 martie 2016

Lect. dr. Ovidiu Mircea Țierean

