|  |  |
| --- | --- |
| Facultatea  Departamentul  Postul vacant  Poziția în statul de funcțiuni | **Științe Economice si Administrarea Afacerilor**  **Marketing, Turism Servicii, Afaceri Internaționale**  **Conferențiar universitar**  **25** |
| **PROBELE DE CONCURS**   1. Probă orală 2. Prezentarea publică a planului de dezvoltare a carierei universitare   Tematică probă orală | |
| **1. Importanța brandingului pentru marketingul strategic.**  **2. Luarea deciziilor fundamentale în marketingul internațional: importanța studierii factorilor socio-culturali și compartamentali.**  **3. Îmbinarea marketingului traditional cu cel digital în scopul atragerii și loializării clienților.**  **4. Segmentarea ca punct de plecare în ajustarea strategiilor de marketing.**  Bibliografie minimală:   1. Aaker, D*.: Managementul capitalului unui brand (Managing Brand Equity*), Bucuresti, Brandbuilders Grup, 2005 2. Boșcor, D., Talpău, A. \_”Customer-oriented marketing-A strategy thar guarantees success: Starbucks and McDonald’s” Bulletin of Transilvania University of Brasov, Vol.4(53), No.1, 2011 3. Brătucu, G., Boșcor, D.- “Marketing internațional” Editura Universității Transilvania, 2008 4. Brătucu, G, Țierean,O- “Marketing general” Editura Universității Transilvania, 2011 5. Lefter, C., Bratucu, G., Balasescu, M., Chitu, I., Rauta, C., Tecau, A., -“Marketing”, Vol1, Vol. 2, Editura Universitatii Transilvania din Brasov, 2006 6. Constantin, C., Tecau, A.S., -“introducere in cercetarea de marketing”, Editura Universitara, 2013 7. Danciu V., Murea M.M., Marketing internaţional. Cazuri, analize, probleme. Editura ASE, Bucureşti, 2009   Etzel, M., Walker, B., Stantin, W., “Marketing”, Editura Irwin Mc Graw-Hill, 2004   1. Gheorghe C., Marketing internaţional. Strategii şi politici. Editura Pro Universitaria, Bucureşti, 2014   Godin, S., “this is marketing”, Editura Penguin Random House, 2018  Halligan, B., 2009. Inbound marketing: get found of Google, Social Media and Blogs. New York: John Wiley &Sons, p. 11.  Holt, D., “How Brands Become Icons: The Principles of Cultural Branding”, Harvard Business School, 2004  Keller, K, “Strategic Brand Management”, Editura Pearson Education, 2013  Kotler, P., Armstrong, G.: *Principles of Marketing*, Prentice Hall, New Jersey, 2008  Kotler, Ph., Kotler, M., “winning Global Markets”, Editura John Wiley & Sons, 2014  Kotler, Ph., Keller, K. “Marketing Management”, Editura Pearson Higher education, 2012   1. Muşetescu A., Strategii de marketing pe plan internaţional. Editura Pro Universitaria, Bucureşti, 2014   Olins, W., “Manual de branding”- editura Vellant, 2009  Ries, Al., Trout J., -“Positioning: The Battle for your mind”, Editura Mc. Graw Hill, 2010  Ries, Al., Trout J.,- “The 22 immuable Laws of marketing”, Harper Colling E-books, 2015  Safko, L. and Brake, D., 2009. The Social Media Bible: Tactics, Tools and Strategies for Business Success. New York: John Wiley &Sons, p. 181; 243.  Warren J.K., “Global marketing”, Editura Pearson Education, 2017 | |
| Desfăşurarea concursului | |
| Data şi ora[[1]](#footnote-1) | 02 Septembrie 2020, ora 13 |
| Locul | Corp A, Strada Universității Nr.1, Sala AI1 |

1. În cazul în care concursul nu se desfășoară într-o singură sesiune, se vor indica orele pentru fiecare probă [↑](#footnote-ref-1)