

Universitatea Agora din municipiul Oradea
Facultatea de Științe Economice
Departamentul de Științe Economice
Anul universitar 2022-2023

Tematica pentru prelegerea didactică
postul de asistent universitar, poziția 22
Disciplinele: Marketing, Managementul aprovizionării și vânzărilor, Comunicare și
negociere în afaceri, Practică

Marketing

1. Funcțiile marketingului
2. Mediul extern al întreprinderii
3. Piața întreprinderii
4. Cercetări de marketing a întreprinderii
5. Politica de marketing a întreprinderii
6. Comportamentul consumatorului
7. Politica de produs
8. Politica de preț
9. Politica de distribuție
10. Organizarea activității de marketing
11. Programul de marketing
12. Publicitatea și tehnicile de vânzare

Bibliografie:

1. Oana Mateuț-Petrișor – *Marketing*, Editura Universității Agora, 2022.
2. Ziglar Zig – *Arta Vânzării*, Editura Amaltea, 2006.
3. Burke Hedges-*Marketing la indigo*, Editura Curtea Veche, 2007.
4. Hans-Dieter Zollondz- *Fundamentele marketingului*, Editura All, 2007.
5. Rosalind Marterson&David Pickton-*Introducere în marketing*, Editura Sage Publications Ld, 2014.
6. Arand Dayan, Fernand Bouquerel- *Studiile de piață*, Ed.C.H. Beck,București, 2008.

Managementul aprovizionării și vânzărilor

1. Conducerea și organizarea aprovizionării și vânzării pentru crearea valorii adăugate
2. Organizarea structurală a activităților de aprovizionare și vânzare
3. Gestiunea economică a stocurilor
4. Structuri specializate în comercializarea de materiale și produse în sistem en-gros
5. Planificarea, conducerea și urmărirea realizării proceselor de stocare
6. Strategia activității de vânzare a produselor
7. Fundamentarea programului de aprovizionare a unităților economice

8. Strategia în aprovizionarea materială
9. Elaborarea planului și a programelor de aprovizionare materială a unităților economice

Bibliografie:

1. Bășanu Gheorghe, Pricop Mihai – *Managementul aprovizionării și desfacerii-vânzării*, Editura Economică, București, Ediția a IV-a, 2012.
2. Pohoăț, D. E. Diaconășu, V. M. Crupenschi, *Teoria dezvoltării sustenabile. O abordare critică. Buget și trezorerie publică*, Editura Polirom, București, 2022.
3. Brătianu Constantin – *Management și marketing*, Editura Comunicare.ro, București, 2006.
4. Drăghici Constantin – *Managementul vânzării*, Editura Universitaria, Craiova, 2003.
5. Petrișor - Mateuț Oana, *Managementul aprovizionării și vânzătorilor*, Editura UAO, Oradea, 2021.

Comunicare și negociere în afaceri

Tema 1. Teoria negocierilor

- 1.1 Aspecte ale negocierii
- 1.2 Sfera și aria de aplicare a negocierii

Tema 2. Funcțiile negocierii

- 2.1 Negocierea ca modalitate de rezolvare a conflictelor
- 2.2 Negocierea ca modalitate de adoptare a deciziilor

Tema 3. Negociatorul și echipa de negociere

- 3.1 Tipul de negociator
- 3.2 Influența culturii naționale asupra stilului de negociere

Tema 4. Pregătirea și desfășurarea procesului de negociere a afacerilor

- 4.1 Abordarea unei negocieri
- 4.2 Diagnosticarea situației de negociere

Tema 5. Strategii și tactici de negociere

- 5.1 Pregătirea obiectivelor și strategiilor de negociere
- 5.2 Organizarea unei negocieri

Tema 6. Comunicarea în negociere

- 6.1 Despre comunicare. Principii de bază în comunicare
- 6.2 Influențele comunicării asupra negocierii
- 6.3 Testul personalității

Tema 7. „Impunerea” unui stil de negociere

- 7.1 Stilul de negociere în afaceri
- 7.2 Aprecierea evaluativă a calităților de negociator

Tema 8. Harta conflictului

Tema 9. Rolul discursului în comunicarea publică

Tema 10. „Judecata de valoare”

Bibliografie:

1. Roger Dawson- *Secretele negocierii-arta de a câștiga în orice situație*, Ed Polirom, București, 2007.
2. Ștefan Bonu-*Negocierea și medierea*, Editura Institutului European,2006
3. Armud Stimec-*Negocierea*,Editura C:H.Beck,2011
4. Nic Peeling-*Cum să obții maximum în orice negociere*,Editura Polirom,2012
5. Ștefan Prutianu-*Antrenamentul abilităților de negociere*, Editura Polirom,2013
6. Dinu Mihai – *Fundamentele comunicării interpersonale*, Editura ALL, București, 2008.
7. Drăgan Ioan – *Comunicarea – paradigme și teorii, vol. I și II*, Editura RAO, 2007.
8. Galuschi Cezar – *O nouă frontieră: comunicarea directă*, Editura Polirom, Iași, 2006.
9. Hartley Mary – *Limbajul trupului la serviciu*, Editura Polirom, Iași, 2005.
10. Levinson Jay Conrad, Smith M., Wilson Orvel Ray – *Negocierea de gherilă*, Editura Business Tech, București, 2004.
11. Oana Mateuț-Petrișor – *Comunicare și negociere în afaceri*, note de curs, Editura Universității Agora, Oradea, 2022.
12. Ivan Ognev,Vladimir Russev- *Psihologia comunicării*, Ed.Ideea Europeană,București, 2008.
13. Prutianu Ștefan – *Antrenamentul abilităților de comunicare*, vol. I și II, Editura Polirom, Iași, 2005.

Practică

1. Cunoașterea unității la care se desfășoară activitatea de practică, cunoașterea prevederilor actelor de constituire, a obiectului de activitate, structura organizatorică.
2. Principalele activități desfășurate în cadrul unității alese drept bază de practică.
3. Particularitățile muncii și ale „produsului realizat” în unitatea respectivă.
4. Piața firmei și piața produselor.
5. Prețurile și tarifele practice (evoluție, elemente componente).
6. Relațiile unității cu furnizorii.
7. Relațiile cu clienții (consumatorii).
8. Distribuția produselor în cadrul unității luate drept de bază de practică.
9. Aspecte privind calitatea produselor (serviciilor).
10. Relațiile publice și publicitatea.
11. Aspecte ale eficienței economice și sociale referitoare la societatea respectivă.
12. Perspectivele unității.
13. Identificarea componentelor funcționale (organigrama);

14. Aspecte privind modul de conlucrare dintre compartimente;
15. Sistemul informațional din cadrul unității;
16. Circuitul documentelor în cadrul unității;
17. Aprecieri privind calitatea serviciilor în funcție de cerere și ofertă;
18. Furnizorii și clienții unității alese (exemple de contracte economice, oferte, cereri de ofertă, corespondență etc.).

Președinte comisie de concurs,
Conf. univ. dr. Butaci Casian-Valentin