

Facultatea	ȘTIINȚE ECONOMICE ȘI ADMINISTRAREA AFACERILOR
Departamentul	MARKETING, TURISM – SERVICII ȘI AFACERI INTERNAȚIONALE
Poziția în statul de funcții	44
Funcție	Asistent universitar
Discipline	Tehnologia informației internet; Econometrie; Sisteme informatice de marketing; Tehnologii internet pentru afaceri; Cybermarketing; Comportamente de piață
Domeniu științific	MARKETING
Atribuțiile / activitățile aferente	Activitate didactică conform structurii postului și alte activități incluse în norma didactică (examene, teste, verificări lucrări de control, teme de casă etc., îndrumare lucrări de absolvire, îndrumare activitate practică (tutoriat), conducere activități și cercuri studențești, concursuri profesionale, îndrumare cercetare științifică studențească, consultații). Cercetare științifică; Pregătire didactică.
Salariul minim de încadrare	
Probe de concurs	Probă orală Probă practică (seminar) Prezentarea publică a planului de dezvoltare a carierei
Tematica probei orale	<ul style="list-style-type: none"> • Utilizarea sistemului SPSS. Pregătirea și gestiunea datelor de marketing • Analiza și prelucrarea datelor de marketing cu ajutorul sistemului SPSS • Etapele implementării unui sistem informatic de marketing în cadrul firmei • Testarea parametrilor modelului de regresie multiplă • Testarea autocorelației erorilor în modelele de regresie • Coeficientul de determinație. Semnificație și mod de calcul • Platformele digitale. Rol și utilizare. Tipologii. • Etica în utilizarea datelor și a informațiilor • Vulnerabilități informatice și cybersecuritate • Procesele de digitizare și digitalizare în afaceri • Oportunități oferite de utilizarea realității augmentate și a realității virtuale în dezvoltarea afacerii • Comportamentul consumatorului în mediul online. Calatoria consumatorului și rolul micromomentelor. • Principalele instrumente ale cybermarketingului: e-mail marketing, content marketing, social media marketing, viral marketing • Mixul cybermarketingului. Politici și strategii de marketing pentru mediul online.
Proba practică (seminar)	<ul style="list-style-type: none"> • Organizarea și susținerea unei ore de seminar pe baza uneia dintre temele probei orale
Bibliografie	<ol style="list-style-type: none"> 1. Beynon-Davies, P. (2019). Business Information Systems . ed. Red Globe Press. 2. Bucea-Manea-Țoniș, R., Bucea-Manea-Țoniș, R. (2017) Cybermarketing. Teorie și aplicații. Editura Fundației Romania de Mâine, București 3. Branding, M. (2021), Digital Marketing 2021: Turn your Online Business, Social Media Agency or Personal Brand into a Money Making Machine Using Facebook, Instagram, My Publishing Empire Ltd 4. Caffey, D, Ellis-Chadwick, F. (2019) Digital Marketing. Strategy, implementation and practice, Pearson Education Ltd. 5. Constantin, C.(2006), Sisteme informatice de marketing. Analiza și prelucrarea datelor de marketing. Aplicații în SPSS. Ed. Infomarket, Brașov.

	<p>6. Constantin, C. (2012), Analiza datelor de marketing. Editura ChBeck, Bucuresti.</p> <p>7. Dobre, C., Milovan, A.M. (2019). Marketing online și social media. Ed. C.H.Beck.</p> <p>8. Dovleac, L. Marketingul Inovației (ed 2). (2017) Editura Universitară, București.</p> <p>9. Fox, R. (2020), Information Technology. An Introduction for Today's Digital World, Taylor&Francis Ltd</p> <p>10. Frick, E. (2020). Information Technology Essentials. Frick Industries, Llс.</p> <p>11. Greasley, A., Bocij, P., Hickie, S. (2018). Business Information Systems: Technology, Development and Management for the Modern Business. Ed. Pearson.</p> <p>12. Kingsnorth, S. (2016), Digital marketing strategy. An Integrated Approach to Online Marketing, Kogan Page.</p> <p>13. Oprea, D. (1999), Analiza și proiectarea sistemelor informaționale economice, Editura Polirom, Iași,</p> <p>14. Orzan, Gh. (2001), Sisteme informatice de marketing. Editura Uranus, București,</p> <p>15. Rainer, R.K., Prince, B. (2019). Introduction to Information Systems, ed. John Wiley & Sons. Inc.</p> <p>16. Stair, R., Reynolds, G. (2010), Principles of Information Systems A Managerial Approach. Ninth Edition, Ed. Course Technology, Boston.</p> <p>17. Sterne, J. (2010), Social Media Metrics: how to measure and optimize your marketing investments</p>
Data și locul susținerii probelor	26.01.2023, 10 ³⁰ , Str. Universității Nr.1, Corp A, Sala AIII1
Comisia de concurs	<p>Președinte: Prof. dr. Cristinel Petrișor CONSTANTIN, Universitatea Transilvania din Brașov</p> <p>Membri: Prof. dr. Gabriel BRĂTUCU, Universitatea Transilvania din Brașov Prof. dr. Radu Constantin LIXĂNDROIU, Universitatea Transilvania din Brașov Prof. dr. Alina Simona TECĂU, Universitatea Transilvania din Brașov Conf. dr. Lavinia DOVLEAC, Universitatea Transilvania din Brașov</p> <p>Membri supleanți: Prof. dr. Ioana Bianca CHIȚU, Universitatea Transilvania din Brașov Prof. dr. Elena Nicoleta UNTARU, Universitatea Transilvania din Brașov</p>
Comisia de contestații	<p>Comisia de contestații</p> <p>Președinte: Prof. dr. Gheorghe EPURAN, Universitatea Transilvania din Brașov</p> <p>Membri: Prof. dr. Bianca TESCAȘIU, Universitatea Transilvania din Brașov Prof. dr. Dana BOȘCOR, Universitatea Transilvania din Brașov Prof. dr. Codruța Adina BĂLTESCU, Universitatea Transilvania din Brașov Prof. dr. Andreea Nicoleta NEACȘU, Universitatea Transilvania din Brașov</p> <p>Membri supleanți: Prof. dr. Ileana TACHE, Universitatea Transilvania din Brașov Lect. dr. Simona BĂLĂȘESCU, Universitatea Transilvania din Brașov</p>