

ACADEMIA DE STUDII ECONOMICE

Facultatea: ECONOMIE TEORETICĂ ȘI APLICATĂ

Departamentul: DOCTRINE ECONOMICE ȘI COMUNICARE

TEMATICA și BIBLIOGRAFIA
concursului didactic conform statului de funcțiuni
pentru anul universitar 2016-2017

I. Conferențiar universitar - poziția 12

Structura postului: Doctrine economice contemporane și Relații publice în organizații

1) Doctrine economice contemporane

- Doctrina instituționalistă. Prezentare generală a programului de cercetare și a principalilor reprezentanți (T. Veblen și J.K.Galbraith)
- Doctrina keynesistă. Prezentare generală a cadrului politic, economic și social al genezei doctrinei. Atitudinea lui J.M. Keynes față de postulatele economiei clasice. Ciclul de afaceri, anticipările, mobilurile de economisire a monedei. Măsurile intervenționiste de atenuare a crizelor economice
- Doctrinile corporatiste
- Doctrina comunistă
- Doctrinile pragmatice: Teoria drepturilor de proprietate; Noua teorie a firmei; Teoria concurenței imperfecte; Teoria piețelor cu informație asimetrică; Teoria capitalului uman
- Doctrina economiei ofertei
- Doctrinile monetariste
- Doctrinile alegerilor publice
- Doctrinile ciclurilor de afaceri
- Doctrinile integratoare și globalizatoare

Bibliografie

- Akerlof, G. A. and R.J. Shiller (2009), *Animal Spirits: How Human Psychology Drives the Economy, and Why It Matters for Global Capitalism*, N.J.: Princeton University Press, Princeton.
- Beaud, M.; Dostaler, G. (2000), *Gândirea economică după Keynes*, Eurosong & Book, București.
- Blaug, M. (1985/1992), *Teoria economică în retrospectivă*, Editura Didactică și Pedagogică, București.
- Buchholz, T. G. (2004), *Idei noi de la economiști morți*, Editura Anderco International, București.

- Geledan, A. (coord.) (1988), *Histoire des pensées économiques, Les contemporains*, Edition Sirey, Paris.
- Gide, Ch., Rist, Ch. (1926), *Istoria doctrinelor economice de la fiziocrați până azi*, Editura Cassei Școalelor, București.
- Gonnard, R. (1930), *Les doctrines économiques*, Librairie Valois, Paris.
- Grellet, G. (1979), *Tendances nouvelles de l'économie politique*, Édition du Centurion, Paris.
- Hausman, D. (1993), *Filozofia științei economice. Antologie*, Editura Humanitas, București
- Heilbroner, R. (1994), *Filozofii lucrurilor pământești*, Editura Humanitas, București
- Keynes, J. M., (1936). *The General Theory of Employment Interest and Money* McMillan London.
- Kirzner, I. M. (1996), *Perspectiva economică. Un studiu asupra gândirii economice*, Editura ALL, București.
- Knight, F. H. (1966), *On the History and Method of Economics. Selected essays*, Phoenix Books, The University Of Chicago Press.
- Krugman, P. (2009) *The Return of Depression Economics*, W. W. Norton & Company, New York.
- Rogojanu, A., (2009, 2010), *Stăpânii ideilor economice*, vol. I, II, III, Editura Economică, București
- Samuelson, P. A. (1947), *A Modern Macroeconomics*, University of Chicago Press.
- Schumpeter, J. A. (1994), *History of economic analysis*, Oxford University Press, New York.
- Snowdon, B., Vane, H., Wynarczyk, P. (1995), *A Modern Guide to Macroeconomics. An Introduction to Competing Schools Thought*, Edward Elgar.
- Stigler, G. J. (1965), *Essays in the History of Economics*, Chicago University Press.
- Tsoulfidis, L. (2010), *Competing schools of economic thought*, Springer Verlag Berlin

2) **Relatii publice în organizații**

- Comunicarea și relațiile publice. Fundamente teoretico-metodologice
- Relațiile publice - între teorie și practică
- Comunicarea și PR-ul în susținerea imaginii publice a organizațiilor
- Diferența între marcă și brand. Simularea unui proces de concepere a unui brand
- Cucerirea piețelor prin comunicare și PR- Analiza percepției publicului consumator
- Campania de relații publice – Identificarea publicului țintă, stabilirea scopului și a obiectivelor comunicaționale
- Campania de relații publice – Strategii comunicaționale și canale mediatice
- Managementul comunicării și relațiile publice în organizații
- Publicitatea și relațiile publice în organizații

- Mix-ul de comunicare și importanța sa pentru organizație
- Succes și eșec în activitățile de comunicare și PR. Evaluarea rezultatelor
- Elemente de etica și deontologia comunicării

Bibliografie

- Coman, C. (2001), *Relații publice – principii și strategii*, Editura Polirom, Iași
- Dagenais, B. (2003), *Campania de relații publice*, Editura Polirom, Iași
- Dagenais, B. (2002), *Profesia de relaționist*, Editura Polirom, Iași
- Hristache, D.; Paicu, C.; Popescu, S.; Mihai, R. (2009), *Manual de comunicare economică și relații publice*, Editura ASE, București
- Hristache, D.; Popescu, S.; Paicu, C.; Mihai, R. (2009), *Imaginea și comportamentul organizațional în situații de risc, conflict, criză*, Editura ASE, București
- Newsom, D.; VanSlyke T.J.; Kruckeberg, D. (2003), *Totul despre relațiile publice*, Editura Polirom, Iași
- Paicu, C.E. (2010), *Comunicarea în mediul de afaceri. Principii economice și morale*, Editura ASE, București
- Rogojanu, A. (2005), *Deontologia comunicării*, Editura ASE, București
- Seitz, V.; Nicolae, M. (2006), *Crearea Imaginii*, Editura ASE, București