



## **TEMATICA CONCURSULUI**

Pentru ocuparea postului de asistent pe perioadă nedeterminată

Poziția 10

1. Conceptul de sănătate. Dimensiunile sănătății. Obiective. Stilul de viață. Tipuri de nevoi umane și de sănătate
2. Modele de sisteme de sănătate
3. Sistemul de sănătate din România
4. Conceptul de serviciu de sănătate. Definiții și funcții
5. Clasificarea serviciilor de sănătate
6. Particularitățile serviciilor de sănătate. Dificultăți generate de particularitățile serviciilor de sănătate
7. Caracteristicile pieței serviciilor de sănătate
8. Conceptul de marketing. Definiții și funcții
9. Marketingul serviciilor de sănătate. Scop și utilitate
10. Marketingul serviciilor de sănătate – componentă a marketingului social
11. Funcțiile marketingului serviciilor de sănătate
12. Strategiile de marketing în domeniul serviciilor de sănătate
13. Mix-ul de marketing în serviciile de sănătate
14. Politica de produs în marketingul serviciilor de sănătate
15. Politica de preț în marketingul serviciilor de sănătate
16. Politica de distribuție în marketingul serviciilor de sănătate
17. Politica de promovare în marketingul serviciilor de sănătate
18. Politica de personal în marketingul serviciilor de sănătate
19. Elemente caracteristice ale sistemului de sănătate din România
20. Metode de cercetare de marketing utilizate în serviciile de sănătate
21. Coordonatele metodologice ale cercetării de marketing în serviciile de sănătate



22. Creșterea eficienței marketingului în serviciile de sănătate
23. Comunicarea în marketingul serviciilor de sănătate
24. Particularitățile comunicării în marketingul serviciilor de sănătate
25. Managementul marketingului în serviciile de sănătate
26. Caracteristicile marketingului social aplicat în sănătate
27. Principiile marketingului social aplicat în sănătate
28. Instrumente de marketing online utilizate în serviciile de sănătate
29. Scopul și avantajele marketingului online în serviciile de sănătate
30. Abordare comparativă între marketingul online și marketingul tradițional în serviciile de sănătate
31. Marketingul experiențial în serviciile de sănătate
32. Modele de marketing experiențial în serviciile de sănătate
33. Echipamente pentru explorări funcționale
34. Echipamente de radiologie și imagistică
35. Echipamente de chirurgie
36. Echipamente de dermatologie
37. Echipamente pentru oftalmologie
38. Echipamente de ORL
39. Echipamente pentru analize medicale
40. Echipamente speciale în medicină
41. Echipamente folosite în cardiologie
42. Echipamente folosite în gastroenterologie
43. Echipamente folosite în anestezie și terapie intensivă
44. Echipamente folosite în ortopedie
45. Echipamente folosite în obstetrică-ginecologie
46. Echipamente folosite în urologie

Cu mulțumiri,

Șef Disciplină,

Șef lucrări Dr. Ec. Răduț



## **BIBLIOGRAFIA CONCURSULUI**

Pentru ocuparea postului de asistent pe perioadă nedeterminată

### **Poziția 10**

- (1) Bordianu A., Purcărea V.L., Direcții strategice în marketingul serviciilor de chirurgie plastică și microchirurgie reparatorie, Editura Universitară „Carol Davila”, București, 2022.
- (2) Ciurea, A.V., Cooper, C.L., Avram, E. (coordonatori), Managementul sistemelor și organizațiilor sănătății, Editura Universitară „Carol Davila”, București, 2010.
- (3) French, J., Blair-Stevens, C., McVey, D., Merritt, R. (coordonatori), Social marketing and Public Health. Theory and Practice, Editura Oxford University Press, 2010.
- (4) Furtunescu F.L., Mincă D.G. (coordonatori), Managementul serviciilor de sănătate. Abordare prin proiecte, Editura Universitară „Carol Davila”, București, 2010.
- (5) Gheorghe C.M., Bohîlțea R.-E., Gheorghe I.-R., Marketingul experiențial și satisfacția pacienților și a personalului medical în serviciile private de obstetrică-ginecologie din România, Editura Universitară „Carol Davila”, București, 2022.
- (6) Gheorghe, C.M., Marketingul experiențial în serviciile de sănătate, Editura Universitară „Carol Davila”, București, 2018.
- (7) Kotler, Ph., Managementul Marketingului, Editura Teora, 2005.
- (8) Kotler, Ph., Principiile marketingului, Editura Teora, 2004.
- (9) Mincă D.G., Marcu, M.G., Sănătatea publică și management sanitar, Editura Universitară „Carol Davila”, București, 2005.
- (10) Pentescu, A., Marketingul serviciilor de sănătate. Satisfacția pacienților, Editura Universității „Lucian Blaga” din Sibiu, 2014.



## UNIVERSITATEA DE MEDICINĂ ȘI FARMACIE „CAROL DAVILA“ DIN BUCUREȘTI



Str. Dionisie Lupu 37, sector 2, București, 020021, România, www.umfcd.ro, email: rectorat@umfcd.ro

- (11) Popa F., Purcărea T.V, Purcărea V.L, Rațiu, M.P., Marketingul serviciilor de îngrijire a sănătății, Editura Universitară „Carol Davila”, București, 2007.
- (12) Purcărea V.L. (coordonator), Dispozitive și echipamente medicale, Editura Universitară „Carol Davila”, București, 2018.
- (13) Purcărea V.L. (coordonator), Marketingul îngrijirilor de sănătate. Curs universitar, Editura Universitară „Carol Davila” București, 2017.
- (14) Purcărea V.L., Hostiuc-Ioachim M. F., Impactul mesajului publicitar asupra pacientului în comunicarea de marketing, Editura Universitară „Carol Davila”, București, 2020.
- (15) Purcărea V.L., Managementul sistemului informațional spitalicesc, Editura Universitară „Carol Davila”, București, 2007.
- (16) Purcărea, V.L., Vîrgolici, H.M., Gheorghe, I.R. (coordonatori), Aparatură Medicală. Manual universitar, Editura Universitară „Carol Davila”, București, 2018.
- (17) Radu, A.V., Marketing online în serviciile de sănătate, Editura Universitară „Carol Davila”, București, 2018.
- (18) Radu, A.V., Tehnologii WEB și instrumente de marketing online în serviciile de sănătate, Editura Universitară „Carol Davila”, București, 2018.
- (19) Rădulescu, V., Marketingul serviciilor de sănătate, Editura Uranus, 2009.
- (20) Țucmeanu E.R., Purcărea V.L., Managementul marketingului modern în serviciile de sănătate, Editura Universitară „Carol Davila”, București, 2022.

**Cu mulțumiri,**

Șef Disciplină,

Șef lucrări Dr. Ec. Radu Andra-Victoria