



## TEMATICA CONCURSULUI

Pentru ocuparea postului de asistent pe perioadă nedeterminată

Poziția 7

1. Conceptul de sănătate. Dimensiunile sănătății. Factori de influență ai sănătății
2. Stilul de viață. Elementele stilului de viață. Componentele stilului de viață. Nevoile de sănătate
3. Sistemul de sănătate. Particularități ale sistemului de sănătate. Condiții esențiale ale unui sistem de sănătate performant. Clasificarea sistemelor de sănătate
4. Sistemul de sănătate din România
5. Conceptul de marketing. Definiții. Concepte cheie ale marketingului. Funcțiile marketingului
6. Concepte operaționale de marketing. Segmentare. Targetare. Poziționare
7. Planificarea strategică de marketing. Planul strategic. Rolul marketingului în planificarea strategică
8. Marketingul îngrijirilor de sănătate. Conceptualizare și evoluție
9. Particularitățile marketingului îngrijirilor de sănătate
10. Mix-ul de marketing în îngrijire de sănătate. Principii etice în marketingul îngrijirilor de sănătate
11. Cercetarea de marketing. Importanța cercetării de marketing. Etape în procesul de cercetare de marketing
12. Aspecte ale cercetării de marketing în îngrijirile de sănătate. Moduri de a valorifica analiza predictivă în marketingul medical
13. Politica de produs în organizațiile de îngrijiri de sănătate
14. Politica de preț în organizațiile de îngrijiri de sănătate
15. Politica de distribuție în organizațiile de îngrijiri de sănătate
16. Politica de promovare în organizațiile de îngrijiri de sănătate
17. Politica de personal în organizațiile de îngrijiri de sănătate



18. Marketingul online în îngrijirile de sănătate. Impactul internetului asupra marketingului. Conceptul de marketing online în serviciile de sănătate
19. Comparație între conceptul de marketing online și marketing tradițional în serviciile de sănătate
20. Comportamentul consumatorului de servicii de sănătate în mediul online
21. Comportamentul consumatorului român de servicii de sănătate în mediul online
22. Instrumente de marketing online utilizate în serviciile de sănătate
23. Marketingul social în îngrijirile de sănătate. Definiții și generalități. Concept și particularități. Evoluția marketingului social în sănătatea publică
24. Particularitățile marketingului social în sănătatea publică. Mix-ul de marketing social
25. Campaniile de marketing social în îngrijirile de sănătate. Aplicabilitatea marketingului social în îngrijirile de sănătate
26. Marketingul experiențial și comunicarea interpersonală în medii electronice în îngrijirile de sănătate. Conceptul de marketing experiențial. Comunicarea interpersonală în îngrijirile de sănătate (WOM)
27. Neuromarketingul în îngrijirile de sănătate. Apariția și evoluția neuromarketingului. Tehnici de neuroimagică folosite în neuromarketing
28. Importanța neuromarketingului în îngrijirile de sănătate din România
29. Campanii de neuromarketing. Principii etice în neuromarketing
30. Digitalizarea în sănătate. Digitalizare și digitizare. Transformare digitală în sănătate. Particularitățile mediului digital. Componentele mediului digital. Etica în digitalizare pentru pacient
31. Mix-ul de marketing strategic digital centrat pe pacient
32. Instrumente de marketing strategic digital
33. Comunicarea digitală centrată pe pacient
34. Valoarea pentru pacient – preocupare strategică a organizațiilor de sănătate
35. Echipamente pentru explorări funcționale
36. Echipamente de radiologie și imagistică
37. Echipamente de chirurgie
38. Echipamente de dermatologie
39. Echipamente pentru oftalmologie
40. Echipamente de ORL
41. Echipamente pentru analize medicale



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



Str. Dionisie Lupu 37, sector 2, București, 020021, România, [www.umfed.ro](http://www.umfed.ro), email: [rectorat@umfed.ro](mailto:rectorat@umfed.ro)

- 42.Echipamente speciale în medicină
- 43.Echipamente folosite în cardiologie
- 44.Echipamente folosite în gastroenterologie
- 45.Echipamente folosite în anestezie și terapie intensivă
- 46.Echipamente folosite în ortopedie
- 47.Echipamente folosite în obstetrică-ginecologie
- 48.Echipamente folosite în urologie

**Cu mulțumiri,**  
Șef Disciplină,  
Șef lucrări Dr. Ec. Radu Andra-Victoria



## BIBLIOGRAFIA CONCURSULUI

Pentru ocuparea postului de asistent pe perioadă nedeterminată

### Poziția 7

- (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.



- (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. (coordonator), Marketingul îngrijirilor de sănătate. Curs universitar, Editura Universitară „Carol Davila” București, 2023.
- (15) Purcărea V.L., Hostiuc-Ioachim M. F., Impactul mesajului publicitar asupra pacientului în comunicarea de marketing, Editura Universitară „Carol Davila”, București, 2020.
- (16) Purcărea V.L., Radu A.V. (coordonator), Marketing strategic digital în sănătate, Editura Universitară „Carol Davila” București, 2023.
- (17) Purcărea V.L., Managementul sistemului informațional spitalicesc, Editura Universitară „Carol Davila”, București, 2007.
- (18) Purcărea, V.L., Vîrgolici, H.M., Gheorghe, I.R. (coordonatori), Aparatură Medicală. Manual universitar, Editura Universitară „Carol Davila”, București, 2018.
- (19) Radu, A.V., Marketing online în serviciile de sănătate, Editura Universitară „Carol Davila”, București, 2018.
- (20) Radu, A.V., Tehnologii WEB și instrumente de marketing online în serviciile de sănătate, Editura Universitară „Carol Davila”, București, 2018.
- (21) Rădulescu, V., Marketingul serviciilor de sănătate, Editura Uranus, 2009.
- (22) Țucmeanu E.R., Purcărea V.L., Managementul marketingului modern în serviciile de sănătate, Editura Universitară „Carol Davila”, București, 2022.

**Cu mulțumiri,**

Sef Disciplină.

Șef lucrări Dr. Ec. **Radu Andra-Victoria**