



Economie-Inovație-Comunicare-Universitară

10th INTERNATIONAL SYMPOSIUM WORKSHOP
NANO - A FUTURE VISION



E I C U

Economy-Innovation-Communication-University

YEAR 8

NUMBER 12

JUNE 2017

**MINISTRY OF NATIONAL EDUCATION
ROMANIA**

**TECHNICAL UNIVERSITY OF CLUJ NAPOCA
NORTHERN UNIVERSITY CENTER OF BAIAMARE
FACULTY OF SCIENCES, DEPARTMENT OF ECONOMICS
ROMANIA**



Grafiela Dana BOCA
ECONOMY –INNOVATION-COMMUNICATION-UNIVERSITIES
E.I.C.U. Baia Mare



Graphic and Web page EICU - <http://eicu.ubm.ro>
Claudiu FARCAS
Technical University of Cluj Napoca,
Northern University Center of Baia Mare



**ECONOMY- INNOVATION- COMMUNICATION- UNIVERSITIES
E.I.C.U.**

HONOR COMMITTEE

- Eugen PAY, PhD.h.c.** North University Baia Mare, Romanian National Academy
- Peter DIETZ, PhD.h.c.** Technical University Clausthal, German National Academy
- Abdulkadir VAROGLU**, Baskent University, Turkey
- Burhanettin UYSAL**, Karabuk University, Turkey
- Costel NISTOR**, "Dunărea de Jos" University Galati, Romania
- Dilek VOLKAN**, MKV Consulting, Ankara, Turkey
- Elmo de ANGELIS**, University, Italy
- Emine KILAVUZ**, Bozok Univeristy, Turkey
- Erinc BOGE**, Baskent University, Turkey
- György KOCZISZKY**, Miskolc University, Hungary
- Gražina STARTIENE**, Kaunas University of Technology, Lithuania
- Helena CZAKOWSKA**, Kujawy and Pomorze University in Bydgoszcz, Poland
- İlyas ÇAPOĞLU**, Erzinkan University, Turkey
- Inci VARINLI**, Bozok University, Turkey
- Mihály DOBRŐKA**, Miskolc University, Hungary
- Mustafa KARA**, Abant İzzet Baysal University, Turkey
- Mustafa KOYUNCU**, Çanakkale Mart University, Tourism Faculty, Turkey
- Mustafa SOLAK**, Afyon Kocatepe University, Turkey
- Mustafa GULER**, Afyon Kocatepe University, Turkey
- Mehmet Emin İNAL**, Alanya Business Faculty, Turkey
- Sait AŞGIN**, Karabuk University, Turkey
- Vesna DŽIMBEG-MALČIČ**, University of Zagreb, Croatia
- Vladimir MUKA**, "Aleksander Moisiu" University, FASTIP, Albania
- Ufuk DURNA**, Akdeniz University, Alanya Business Faculty, Turkey



**ECONOMY- INNOVATION- COMMUNICATION- UNIVERSITIES
E.I.C.U.**

SCIENTIFIC COMMITTEE

- Ada ALIAJ**, “Aleksander Moisiu” University, Albania
Ahmet AKTURK, Alanya Business Faculty, Turkey
Anna BAGINSKA, The State Higher School of Computer Science and Business Administration in Lomza, Poland
Anna GRABSKA, The State Higher School of Computer Science and Business Administration in Lomza, Poland
Arzdar KIRACI, Baskent University, Turkey
Arzu YAKAR, Afyon Kocatepe University, Turkey
Arzum İŞITAN, Pamukkale University, Turkey
Ayhan EROL, Afyon Kocatepe University, Turkey
Azeta TARTARAJ, “Aleksander Moisiu” University, Albania
Besmira LACKU, FASTIP, Albania
Blerim KOLA, “Aleksander Moisiu” University, Albania
Domenico CONSOLI, “Carlo Bo” University, Urbino, Italy
Dorian KRISTIQUI, “Aleksander Mosiu” University, FASTIP Faculty, Albania
Elma MEMA, “Aleksander Moisiu” University, Albania
Erjon DUKA, FASTIP, “Aleksander Moisiu” University, Albania
Ermira KOLA, “Aleksander Moisiu” University, Albania
Ersida TELITI, “Aleksander Moisiu” University, Albania
Ervin MYFTARAJ “Aleksander Moisiu” University, Albania
Ezgi GÜREL, Afyon Kocatepe University, Turkey
Fadime OKAY, Afyon Kocatepe University, Turkey
Gökhan DEMIRTAS, Afyon Kocatepe University, Turkey
Gratiela Dana BOCA, North Center University Baia Mare, Romania
Gunnur PESMEN, Afyon Kocatepe University, Turkey
Gyula VARGA, Miskolc University, Hungary
Hamza ERDOĞDU, Afyon Kocatepe University, Turkey

Hasan GOKKAYA, Karabuk University, Turkey
Ibrahim, G. YUMUSAK, Istanbul University, Turkey
Igor TARANOV, Kujawy and Pomorze University in Bydgoszcz, Poland
Ihsan Cemil DEMIR, Afyon Kocatepe University, Turkey
Ioannis VLAHOS, TEI of Crete, Greece
Judit RONCZ, Miskolc University, Hungary
Juliana GODENI, “Aleksander Moisiu” University, Albania
Kerim OZKAN, Afyon Kocatepe University Turkey
Lindita MUKAJ, “Aleksander Moisiu” University, FASTIP Faculty, Albania
Mahmut MASCA, Afyon Kocatepe University, Turkey
Malgorzata URBANIK, Tischner European University, Poland,
Mariann SOMOSI, Miskolc University, Hungary
Marsela KAJANA, “Aleksander Moisiu” University, FASTIP, Albania
Marsida VISHKURTI, “Aleksander Moisiu” University, FASTIP, Albania
Mehmet FINDIK, Afyon Kocatepe University, Turkey
Meltem BALABAN, Pamukkale University, Turkey
Mentor ISUFAJ, “Aleksander Moisiu” University, FASTIP, Albania
Mustafa BOYUKATA, Bozok University Turkey
Nicoleta MISU BARBUTA, Universitatea “Dunărea de Jos” Galati,
Romania
Nilda HOCAÖGLU, Afyon Kocatepe University, Turkey
Nilufer VARAN, Pamukkale University, Turkey
Ömer AVCI, Afyon Kocatepe University, Turkey
Ömer SOYKASAP, Afyon Kocatepe University, Turkey
Orhan ÇINAR, Erzinkan University, Turkey
Oya ONALAN, Karabuk University, Turkey
Razvan STEFANESCU, Universitatea “Dunărea de Jos” Galati, Romania
Sanem Yamak ATES, Karabuk University, Turkey
Selin SEVER, Afyon Kocatepe University, Turkey
Sinan SARAÇLI, Afyon Kocatepe University, Turkey
Srevet MUTLU, Baskent University, Turkey
Ursula WEIGMANN, SRH University of Heidelberg, Germany
Valeria BONDAREVA, Samara State Academy of Social Sciences and
Humanities, Russia

Vasile MAZILESCU, Universitatea “Dunărea de Jos” Galati, Romania

Vilmante KUMPIKAITE , Technical Kaunas University, Lithuania

Vladimir GAZDA, Technical University Kosice, Slovakia

Zeha YAKAR, Pamukkale University, Turkey



**ECONOMY- INNOVATION- COMMUNICATION- UNIVERSITIES
E.I.C.U.**

10th INTERNATIONAL SYMPOSIUM WORKSHOP

NANO – A FUTURE VISION

1	BIRTOC Daniela Elena	Universitatea Tehnică din Cluj-Napoca, Centrul Universitar Nord din Baia Mare, România
2	CIOZA Adela	Centrul Universitar Nord din Baia Mare, România
3	MOCIRAN Ștefan Tiberiu	Colegiul Tehnic "George Barițiu" Baia Mare, România
4	ZHUKA KURTI Kamela	"Aleksander Moisiu" University Durres FASTIP Durres, Albania
5	GULIN Denisa PUYA KADAR Emese COSTE Diana	Centrul Universitar Nord din Baia Mare, România
6	DAUTAJ Lusenda	"Aleksander Moisiu" University Durres FASTIP Durres, Albania
7	FĂT Paul	Centrul Universitar Nord din Baia Mare, România
8	DODA Glen	"Aleksander Moisiu" University Durres FASTIP Durres, Albania
9	PÎRLOG Păunița	"George Barițiu" Technical College Baia Mare, România
10	HYSA Tina PANO Teodor SEITAJ Xhulio DERVISHA Klaudia	"Aleksander Moisiu" University Durres FASTIP Durres Albania
11	HORDOBAN Maricica	Universitatea Tehnică din Cluj-Napoca, Centrul Universitar Nord din Baia Mare, România
12	BABICI VASCUL Gabriela	Universitatea Tehnică din Cluj-Napoca, Centrul Universitar Nord din Baia Mare, România
13	FILIP Crina	Colegiul Național "Gheorghe Șincai" Baia Mare, România

14	GIURGIU Gabriela	Universitatea Tehnică din Cluj-Napoca, Centrul Universitar Nord din Baia Mare, România
15	GROȘAN Denisa	Universitatea Tehnică din Cluj-Napoca, Centrul Universitar Nord din Baia Mare, România
16	LUPȘA Carmen	Centrul Universitar Nord din Baia Mare, România
17	POTRA POP Oana	Centrul Universitar Nord din Baia Mare, România
18	TONTEA Helga	Universitatea Tehnică din Cluj-Napoca, Centrul Universitar Nord din Baia Mare, România
19	ALMAȘI Amalia MERCAȘ Gh. Alexandru PUICAR Bogdan-Daniel TELEPTEAN Ionuț	Universitatea Tehnică din Cluj-Napoca, Centrul Universitar Nord din Baia Mare, România
20	SABĂU Iudita	Universitatea Tehnică din Cluj-Napoca, Centrul Universitar Nord din Baia Mare, România
21	BABICIU Ioana Larisa CIURTE Alin Geanin HORINCAR Diana Maria	Universitatea Tehnică din Cluj-Napoca Centrul Universitar Nord din Baia Mare, România
22	ȘTEFLEA Adrian	Universitatea Tehnică din Cluj-Napoca, Centrul Universitar Nord din Baia Mare, România
23	MUREȘAN Andrei MUREȘAN (TITA) Diana NECHITA (POP) Cristina	Universitatea Tehnică din Cluj-Napoca, Centrul Universitar Nord din Baia Mare, România



**ECONOMY- INNOVATION- COMMUNICATION- UNIVERSITIES
E.I.C.U.**

10th INTERNATIONAL SYMPOSIUM WORKSHOP

NANO - A FUTURE VISION

1	BIRTOC Daniela Elena	The concept of emotional intelligence management of organizations
2	CIOZA Adela	Analiza calității canalelor de distribuție
3	MOCIRAN Ștefan Tiberiu	Motivarea studiului științific, fundamentul pentru pregătirea viitorilor specialiști
4	ZHUKA KURTI Kamela	”OLJVA” - New Product Development
5	GULIN Denisa PUYA KADAR Emese COSTE Diana	SMART NANO packaging
6	DAUTAJ Lusenda	Bio –technology . Green products “Farma Lu”
7	FĂȚ Paul	Nano- Enterprise - A future vision
8	DODA Glen	SMART Entrepreneur
9	PÎRLOG Păunița	Nanotechnology for Future
10	HYSA Tina PANO Teodor SEITAJ Xhulio DERVISHA Klaudia	Sustainable tourism vs Resposable tourism
11	HORDOBAN Maricica	NANO technology and Quality Standardization
12	BABICI VASCUL Gabriela	Generația ECO-Energia solară
13	FILIP Crina	Comunitatea Apple în România

14	GIURGIU Gabriela	Analiza serviciilor bancare
15	GROȘAN Denisa	Comportamentul consumatorului la VIVO! Baia Mare
16	LUPȘA Carmen	Implementarea metodei KANBAN
17	POTRA POP Oana	Analiza ciclului de viață al produsului – element esențial al politicii de produs a firmei
18	TONTEA Helga	Spirala calității pentru produse
19	ALMAȘI Amalia MERCAȘ Gh. Alexandru PUICAR Bogdan-Daniel TELEPTEAN Ionuț	Quality Analysis of banking services
20	SABĂU Iudita	Identificarea gradului de satisfacție al clienților în domeniul turismului
21	BABICIU Ioana Larisa CIURTE Alin Geanin HORINCAR Diana Maria	Timpul liber
22	ȘTEFLEA Adrian	Percepția cetățenilor față de activitatea Poliției Române
23	MUREȘAN Andrei MUREȘAN (TITA) Diana NECHITA (POP) Cristina	Analiza datelor privind calitatea serviciilor medicale

THE CONCEPT OF EMOTIONAL INTELLIGENCE MANAGEMENT OF ORGANIZATIONS

BIRTOC Daniela Elena

Technical University of Cluj-Napoca
Northern University Center of Baia Mare
Faculty of Sciences
Romania

Abstract: *Can teach personal skills? Can teach emotional skills? Certainly managers, team members, team leaders can learn how to better understand themselves and those around them and how to identify emotions. They can learn how to use their emotions and not be led by emotions. Successful leaders have more wit than analytical. They have what is called emotional intelligence (EI). Emotional intelligence is the ability to encourage people to make them work together and motivate them to do their best to achieve a particular purpose. Therefore several studies have classified emotional intelligence as the most important basic skill that determines the success of a company. Emotional intelligence is a different kind of cleverness. It is the power to act under pressure, confidence to build fruitful, the courage to make decisions and vision to create the future. Emotional intelligence is about leadership and creativity and is a skill that can be learned. This work want to bring added value to the information so far known effort consisting largely combination and arrangement in a more comprehensive form and explained the views and research of renowned experts in the field.*

Keywords: *leadership, management, educatiom, training*

Reference

Bîrzea, C. – *Arta și știința educației*, Editura Tehnică, București, 1994;
Cristea, S – *Managementul organizației școlare*, Editura Didactică și Pedagogică, București, 1996;
Cucoș, C. – *Pedagogie*, Editura Polirom, Iași, 1999;
Stanciu, M. – *Reforma conținuturilor învățământului românesc*, Editura Polirom, Iași, 1999;
Stan, C. – *Educația. Sistemul științelor despre educație*, Editura Presa Universitară clujeană, Cluj – Napoca, 2001;
Joița, E. – *Management educațional*, Editura Polirom, Iași, 2000;
Mihuleac, E. – *Bazele managementului*, Editura Tempus, București, 1994;
www.21stcenturyskills.org
<https://www.scribd.com/doc/95909119/Leadership-Si-Management-Educational>

ANALIZA CALITĂȚII CANALELOR DE DISTRIBUȚIE

CIOZA Adela

Universitatea Tehnică din Cluj-Napoca
Centrul Universitar Nord din Baia Mare
Facultatea de Științe
România

Abstract: După o perioadă de turbulențe în cadrul companiei, timp în care au raportat vânzări în scădere, au trecut pe pierderi, s-a închis un magazin Metro Punct și sute de unități La Doi Pași. De aceea Metro Cash & Carry România se reinventează prin remodelarea unităților cash&carry și se implementează un nou concept de magazin de proximitate. Metro Cash&Carry România, primul retailer modern care a intrat în România, în urmă cu 19 ani, încearcă să își revină financiar dintr-o perioadă tulbură prin remodelarea unor magazine astfel încât să fie adaptate la nevoile actuale ale consumatorilor. Schimbările vizează atât unitățile Metro Cash & Carry cât și magazinele de proximitate La Doi Pași, pe care retailer-ul le operează într-un sistem de franciză. Metro Cash&Carry România a investit foarte mult în ultimii aproximativ 20 de ani, continuând să se dezvolte, dar vor investi atât cât este nevoie pentru a fi adaptați la piața actuală și la cerințele consumatorilor. Este timpul pentru excelență în business, pentru inovație și pionierat, Metro se întoarce către piața din România. Pe parcursul a aproape 20 de ani, piața din România s-a aglomerat în ce privește numărul de operatori străini, care au dezvoltat 12 rețele moderne de comerț ce reunesc circa 1.600 de magazine cu afaceri de peste 8 miliarde de euro anual.

Cuvinte cheie: servicii, management, canale de distribuție, consumator

Bibliografie

http://www.seniorerp.ro/resurse_utile/practicile-din-domeniul-scm/
http://www.seniorerp.ro/resurse_utile/care-sunt-procesele-dintr-un-scm/
<https://www.metro.ro/descopera-metro/principii-de-buna-practica>
<https://www.metro.ro/descopera-metro/povestea-metro-in-romania>
<https://www.metro.ro/servicii-speciale/intra-in-franciza-ladoipasi-cel-mai-aproape-de-tine>

MOTIVAREA STUDIULUI ȘTIINȚIFIC, FUNDAMENTUL PENTRU PREGĂTIREA VIITORILOR SPECIALIȘTI

MOCIRAN Ștefan Tiberiu

Colegiul Tehnic „George Barițiu” Baia Mare
România

Abstract: *Influența profesorilor ingineri asupra tinerei generații cuprinse în învățământul preuniversitar presupune o interacțiune complexă cu elevii din care nu trebuie să lipsească recunoașterea emoțiilor, detectarea impactului acestora asupra comportamentului, inducerea unui nou set de emoții adecvat scopului de dobândire a cunoștințelor, deprinderilor, atitudinilor. Contactul elevilor cu noile tehnologii ocazionat de proiectul Erasmus+, „Universal Nanotechnology Skills Creation and Motivation Development”, oferă profesorilor posibilitatea desfășurării unei educații nonformale și informale de cea mai bună calitate. În materialul redactat sunt cuprinse câteva informații tehnice de actualitate care pot deschide orizonturi noi și genera curiozitatea elevilor, determinându-i ca pe lângă competențele pe care trebuie să le dobândească în conformitate cu programele școlare, să caute informații noi din diverse domenii inclusiv nanotehnologia. Este realizată și o scurtă descriere a unei metode de investigare, de urmărire comportamentală a elevilor în conformitate cu taxonomia lui Krathwohl.*

Cuvinte cheie: *Educație, Nanotehnologie, Nanotuburi, Nanotranzistoare, Nanomotoare, Nanoboți, Taxonomia lui Krathwohl*

Bibliografie:

Anderson, L.W., Krathwohl, D.R., Airasian, P.W., Cruikshank, K.A., Mayer, R.E., Pintrich, P.R., Raths, J., Wittrock, M.C. (2001). *A Taxonomy for Learning, Teaching, and Assessing: A revision of Bloom's Taxonomy of Educational Objectives*. New York: Pearson, Allyn & Bacon

<https://www.energies-renouvelables-afrique.com/tag/ouarzazate/>

<https://www.peworld.com/article/3085502/components-processors>

<https://www.ucdavis.edu/news/worlds-first-1000-processor-chip>

<http://www.nanoscience.com/applications/education/overview/cnt-technology>

<https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC3293427/>

<http://www.worldscientific.com/worldscibooks/10.1142/9018>

<http://insights.globalspec.com/article/5827/a-closer-look-at-nano-machines>

<http://electronics360.globalspec.com/article/9185/>

<http://whatis.techtarget.com/definition/nanotransistor>

<https://www.techopedia.com/definition/8494/nanobot>

"OLJVA" NEW PRODUCT DEVELOPMENT

ZHUKA KURTI Kamela

"Aleksander Moisiu" University Durres

FASTIP Durres

Albania

Abstract: *This paper is a model proposal for a project for a new product development. The task was to generate ideas and develop a new product concept which could be successfully marketed and able to generate profits. The aim of the work is to present and establish the different activities which has undertaken in order to develop an innovative new product. Following the market plan steps it is possible to generate the ide, the concept that has been chosen to be developed further. The work also gives an overview of the market analysis in order to fully understand the market. Therefore, the focus has been on the analysis of the market and the environment taking in consideration the external and internal enviroenment. The execution plan in order to be successfully for the new product concept, it is presented too. The paper,it is focused also on marketing communications tools and selection of distribution channel strategy and pricing/costs strategy for product concept description. Going green is one of the latest environmental paradigm shifts that are impacting both the public and private sectors all over the world.*

Keywords: *life cycle product, product, green product, costs, market*

References

Intensive Distribution: Definition, Strategy & Examples". Inevitable Steps. June 26, 2015. Retrieved February 3, 2016

<http://www.isustainableearth.com/green-products/what-is-a-green-product>25 October 1997.

<http://www.isustainableearth.com/green-products/the-benefits-of-green-cleaning-products>

SMART NANO PACKAGING

GULIN Denisa

PUYA KADAR Emese

COSTE Diana

Technical University of Cluj-Napoca
Northern University Center of Baia Mare
Faculty of Sciences
Romania

Abstract: *In 21st Century a new concept it is known on market Nanotechnology. The new concept can influence the future products, and involved a new generation of products on a market in a continuous change. The Facebook generation, the new customer changes his needs and utilities. The new nano generation are the biggest provocation for manufactures and small entrepreneurs. An important vision for nanotechnology following the Nano standards are oriented on food packaging taking in consideration the new qualities characteristics. A smart vision can be the new food packaging with nano-sensor for traceability and monitoring the condition of food during transport and storage.*

Keywords: *nanotechnology, quality, package, standards*

References

Derek Lam (2010), Packaging Applications Using Nanotechnology, San Jose, State University 2/10/10 , Pdf Retrieved 12 August 2017

izabeth H. Bradley, Mary L. Fennell, Sarah Wood Pallas, Peter Berman, Stephen M. Shortell, and Leslie Curry (2010) Health Services Research and Global Health, Health Research and Educational Trust

<http://www.epresa.md/wp-content/uploads/2012/05/10-604x330.jpg>

<http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1475-6773.2011.01349.x/abstract>

<https://www.slideshare.net/teixeiravasco/opportunities-and-challenges-in-nanotechnologybased-food-packaging-industry> (Opportunities and Challenges in Nanotechnology-based Food Packaging Industry, V Teixeira)

<http://fmtmagazine.in/nano-packaging-extended-arm-nanotechnology/>

<http://docplayer.net/48132592-Nanotechnology-applications-for-food-and-food-packaging-nanotechnologies-in-food-packaging-what-is-nanotechnology.html>

<https://www.linkedin.com/pulse/nanotechnology-redefining-beverage-packaging-industry-food-marketing>

<http://docplayer.net/30907572-Nanotechnology-applications-for-food-packaging.html>

<https://docslide.us/documents/evolution-of-packaging.html>

<http://voitlab.com/courses/thermodynamics/index.php?title=Tuan's>

<https://www.linkedin.com/pulse/nanotechnology-redefining-beverage-packaging-industry-food-marketing>

<http://www.epresa.md/wp-content/uploads/2012/05/10-604x330.jpg>

<https://storify.com/anurimamondal/nano-packaging-an-extended-arm-of-nanotechnologyin>

<http://fmtmagazine.in/nano-packaging-extended-arm-nanotechnology>

<http://www.fnbnews.com/Top-News/advances-smart-packaging-in-food-safety-management-38457>

<https://storify.com/anurimamondal/nano-packaging-an-extended-arm-of-nanotechnologyin>

<http://fmtmagazine.in/nano-packaging-extended-arm-nanotechnology/>

<https://www.slideshare.net/teixeiravasco/opportunities-and-challenges-in-nanotechnologybased-food-packaging-industry>

<https://www.linkedin.com/pulse/emerging-issues-food-processing-technology-trend-vivekanand>

BIO-TECHNOLOGY. GREEN PRODUCTS

“Farma Lu”

DAUTAJ Lusenda

“Aleksander Moisiu” University Durres

FASTIP Durres

Albania

Abstract: *Modern biotechnology offers innovative products and technologies for a global market in constant change. To reduce our environmental footprint, to use less and cleaner energy, and to have safer, cleaner and more efficient industrial processes, a new bio-technology concept emerged. Currently, there are biotechnological health care products and vaccines available to patients, many for previously untreatable diseases. Millions of farmers around the world also use agricultural biotechnology to increase yields to prevent damage from insects and pests and reduce the impact of agriculture on the environment. The future consists of testing and refining technologies to produce biofuels and chemicals that would help reduce greenhouse gas emissions. Organic product selection often involves compromises between multiple environmental effects.*

Keywords: *green products, bio technology, quality, entrepreneurship*

References:

Philip Kotlet, Marketing strategies 2010

<https://www.thebalance.com/what-is-biotechnology-375612>

<https://www.bio.org/what-biotechnology>

<http://www.isustainableearth.com/green-products/what-is-a-green-product>

NANO-ENTERPRISE - A FUTURE VISION

FĂT Paul

Technical University of Cluj-Napoca
Northern University Center of Baia Mare
Faculty of Sciences
Romania

Abstract: *Nanotechnology being a science of the future and a new technology in the developing world has a strong impact on society as it can improve people's daily lives and the economy because by creating new products, and on their sale, new jobs are created. On the one hand, I think that nanotechnology will not have a high demand on the Romanian market, especially Baia Mare, because the population of the country and of this region is not properly informed about the importance and benefits of this new technology. There is a great deal of people, including among young people, who have not even heard about this new technology, being poorly promoted. As a conclusion to all of the above, nanotechnology is an innovative idea with many advantages and could have an important contribution to the life of every person who would use this technology, but limits such as poor promotion or high price hinder the purchase of nano products.*

Keywords: *nanotechnology, change management, green products, quality*

References

<http://nanotechninnove.blogspot.ro/>

<http://www.groupin.pk/blog/nanotechnology-a-daily-need-in-the-future/>

http://www.nanopro.biz/index.php?option=com_content&view=article&id=53&Itemid=16

SMART ENTREPRENEUR

DODA Glen

“Aleksander Moisiu” University Durres

FASTIP Durres

Albania

Abstract: *Entrepreneurship aims to find cost-effective solutions to problems that may arise. Those who call themselves entrepreneurs follow a certain lifestyle that revolves around new business. A young entrepreneur is often motivated to earn more money and engage in more. The road to success - Entrepreneurship development offers those interested examples of successful entrepreneurs from us, but also a brief presentation of European programs or networks that support entrepreneurship. Entrepreneurship creates new businesses, opens new markets and brings new skills. Entrepreneurship is a competence that can be learned. You do not have to be born with this ability to be a successful entrepreneur, but you can become a successful entrepreneur by learning and engaging skills. As Europe needs as many entrepreneurs as possible to create new jobs, it is necessary to support this kind of education in all the countries of the European Union. There is much to be said about the qualities of an entrepreneur; it is important to note that regardless of the situation, even if the entrepreneur does not have experience in this sphere, he has much to learn and work to achieve his proposed goals, and over time the results will be delayed to appear.*

Keywords: *entrepreneur, small business, new product, qualities*

References

<https://www.entrepreneur.com/article/299316>

<https://www.google.ro/search?q=entrepreneurship+ideas&oq=entreprenorship+&aqs=chrome.5.69i57j0l5.6535j0j8&sourceid=chrome&ie=UTF-8>

<https://smallbiztrends.com/2016/09/business-ideas-for-creative-entrepreneurs.html>

NANOTECHNOLOGY FOR FUTURE

PÎRLOG Păunița

”George Barițiu” Technical College Baia Mare
România

Abstract: *The 21st century It is also called manufacturing technology. It is a multidisciplinary field that combines the great scientific achievements in physics, chemistry, biology, mathematics and materials science in the construction of atoms and nanoscale molecules of materials with artificial intelligence. Nanotechnology is a collective term for technological developments at nanoscale. The nanometric structures are not only very small, reaching even to the atomic scale, but they possess some totally unique and unexpected properties, compared to the same substance taken at the macroscopic level. The term “nanotechnology” has been evolved around couple of years. Nanotechnology is actually the technology of building electronic circuits and devices of size smaller than 100 nanometers. It is shortened to word “Nanotech”. Almost every industry is using that advanced technology as they produce a large quantity of products at a very cheap price. It has opened a new dimension for companies and entrepreneurs. It is impacting businesses and keeps on introducing new, cheap and improved products and processes. Nanotechnology gives a full chance to companies to innovate and enter new market.*

Keywords: *nanotechnology, evolution, future, management change*

References

<http://nanotechinnove.blogspot.ro/>

<http://www.groupin.pk/blog/nanotechnology-a-daily-need-in-the-future/>

http://www.nanopro.biz/index.php?option=com_content&view=article&id=53&Itemid=16

SUSTAINABLE TOURISM VS RESPOSEBLE TOURISM

HYSA Tina
PANO Teodor
SEITAJ Xhulio
DERVISHA Klaudia

“Aleksander Moisiu” University Durrës

FASTIP Durrës

Albania

***Abstract:** The pillars of responsible tourism are the same as those of sustainable tourism- environmental integrity, social justice and economic development. The major difference between responsible tourism and sustainable tourism is that in responsible tourism, individuals, organizations and businesses are asked to take responsibility for their actions and the impact of their actions. Instead, responsible tourism is considered as a behavior. This type of sustainable tourism is an approach to tourism, both for the tourist, the business itself, but also for the locals regardless of destination or tourist partner. The idea of the work is "EASE" RESORT, it will be the newest resort in Durrës. Located in an unspoilt beach near the city, it will attract the attention of the citizens of Durrës, but not only. Being in front of the sea and near the hills, it has the potential to become one of the most beautiful tourist spots in all of Albania. It is very important to do research by using tools to identify what customers want or need. The questionnaire used as the research method will provide the necessary data by analyzing the results and the necessary solutions.*

***Keywords:** sustainable tourism, responsible tourism, survey, target*

References:

https://en.wikipedia.org/wiki/Sustainable_tourism

Thuot, Lea; Vaugeois, Nicole; Maher, Patrick (2010). "Fostering innovation in sustainable tourism". *Journal of Rural and Community Development*. **5**: 76–89. doi:10.25316/ir-138. ISSN 1712-827

Høyer, K.G. (2000). "Sustainable tourism or sustainable mobility? The Norwegian case". *Journal of Sustainable tourism*. **8** (2): 147–160

NANOTECHNOLOGY AND QUALITY STANDARDS

HORDOBAN Maricica

Technical University of Cluj-Napoca
Northern University Center of Baia Mare
Faculty of Sciences
Romania

Abstract: *Nanotechnology as a technology of the future has the ability to turn many elements into deferred areas such as industry, industrial processes, and last but not least products that they produce. Last generation nanomaterials are used in hundreds of products, from cosmetics, clothing, industrial applications and biomedical products. The benefits of nanotechnology are enormous for society, but research efforts are under way to support how to achieve and control and inform consumers about the threats and risks at work, the health and handling of nanomaterials. There is, however, a concern in informing and raising awareness among consumers and manufacturers about the harmonization with international standards specific to this nanotechnology field. Companies have an obligation to implement these measures to prevent and protect both staff and consumers.*

Keywords: *standards, nanomaterials, quality, risk*

References

- Azmi Haji Idris (2014) Nanotechnology Standards Development, National Workshop on Nanosafety and Regulatory Aspect of Nanotechnology, 29 –30 October 2014, D.V. Bihola ,H N Amin ,V D Shah,(2015), Application of Nano Material to Enhance Acoustic Properties, International Journal of Engineering Science and Futuristic Technology IJESFT 12 (2015) 001-009, Volume 1 Issue 12, December 2015
<http://docplayer.net/51034499-Nanotechnology-standards-development.html>
<http://nanopinion.archiv.zsi.at/en/about-nano/what-it-about.html>
<http://www.downtoearth.org.in/news/nanotechs-mega-hazard-34108>
<http://www.petrosains.com.my/pusat2008/nanotech1.html#nanotechnology>
<https://www.elsevier.com/connect/uncovering-health-and-environmental-risks-of-nanomaterials>
https://www.researchgate.net/publication/235751079_Canadian_Standards_Association_CSA_Z12885-12_Nanotechnologies_Exposure_Control_Program_for_Engineered_Nanomaterials_in_Occupational_Settings
Li et al. (2003) Ultrafine particulate pollutants induce oxidative stress and mitochondrial damage, Environmental Health Perspectives 111(4): 455-460.
V D Shah,(2016), Adverse Health Implications Of Nanotechnology Textile Applications .Available from:

https://www.researchgate.net/publication/289916299_Adverse_Health_Implications_Of_Nanotechnology_Textile_Applications [accessed Aug 15, 2017]
<http://docplayer.net/51034499-Nanotechnology-standards-development.html>
<https://www.noexperiencenecessarybook.com/8DL10/observatorynano-report-wp6-regulationstandards-pdf.html>
<https://www.noexperiencenecessarybook.com/WzKda/nanotechnology-for-food-applications-current-status-and-consumer-safety-concerns.html>
<https://hrtoday.me/2013/07/17/hr-standards-for-south-africa-creating-an-integrated-approach-to-governance-risk-and-compliance-dr-michael-robbins/>

GENERATIA ECO- ENERGIA VERDE

BABICI VASCUL Gabriela

Universitatea Tehnică din Cluj-Napoca
Centrul Universitar Nord din Baia Mare
Facultatea de Științe
România

Abstract: *În contextul acestei lucrări, motivația alegerii acestui subiect a fost conștientizarea omenirii de faptul că pentru asigurarea unei bunăstări în societate, trebuie să avem un comportament decent și adecvat chiar ponderat așa putea spune, în privința consumului de resurse și energie atât noi cât și copiii noștri printr-o educație corect făcută, iar mai apoi generațiile următoare să perpetueze și să implementeze aceleași politici, strategii pentru viitor asigurând prin acestea un pol al educației în spiritul dezvoltării durabile a tot ceea ce ne înconjoară. Trebuie să schimbăm mentalitatea, sau mai bine zis să ne schimbăm mentalitatea prin crearea, chiar generarea unor medii cât mai sănătoase, sigure, trainice pentru un management cât mai rafinat al calității vieții. Astfel promovând folosirea energiei verzi, implementăm sau mai bine zis se induce ideea de a crea un mediu normal, cu o viață cotidiană firească, coerentă bazată pe o strânsă colaborare între om și natură. Natura ne oferă înfinit mai mult decât poate omenirea să profite pe mai multe segmente dar probabil nu știm să le manageriem într-un mod clar, lizibil fără a trăi acele momente de "criză" pe plan mondial, care de fapt creează o sincopă majoră în bunul mers al vieții alterând și alte domenii colaterale generând neajunsuri. În acest sens tratarea acestui subiect vizează folosirea tuturor formelor de energie alternativă, promovarea măsurilor de eficiență energetică iar pe de altă parte este imperios necesară luarea unor măsuri stricte (prin legi, standarde, normative etc.), pentru ca impactul negativ asupra mediului să fie cât mai mic, ulterior dacă este cu putință redus chiar spre zero pentru o cât mai bună conservare a mediului la nivel global.*

Cuvinte cheie: *eco-tehnologii, nanotehnologie, energie solara*

Bibliografie

- Boca, G.D.(2012), Imbunătățirea calității în afaceri, Editura Risoprint, Cluj Napoca
Boca, G.D.(2012), Bazele managementului calității în afaceri, Editura Risoprint, Cluj Napoca
Drăgulănescu, N. (2003), Managementul calității serviciilor, Ed.AGIR.București
Iocică, M. (2000), Economia serviciilor, Editura Uranus, București

Ionescu, C. (2003) - Politici de management de mediu curs

Plumb, I., Zamfir, A., (2009), Managing Renewable Energy: The Romanian Practice, Review of International Comparative Management, March 2009

Rojanschi, V., Bran, F. (2004) - Evaluarea impactului ecologic și auditul de mediu, Ed. ASE, București

Rusu B.- Managementul calității totale în firmele mici și mijlocii, Editura Economica, București, 2001

***Consiliul Concurenței, Aviz referitor la Schema de sprijin privind sistemul cotelor obligatorii de energie electrică combinat cu tranzacționarea certificatelor verzi, accesat în 08.04.2016

***Valorificarea resurselor regenerabile de energie pentru producerea energiei verzi accesat în 08.04.2016

***www.anpm.ro (Ghidul Instrumentelor Structurale, document publicat pe

***www.infoeuropa.ro)

***(www.green-report.ro - Alex Bara) accesat în 18.02.2016

***(www.mmediu.ro - Ministerul Mediului și Gospodăririi Apelor, Oportunități de finanțare 2006) accesat în 08.03.2016

***(www.responsabilitatesociala.ro - Mihai Toti) accesat în 18.02.2016

***Administrația fondului de mediu – www.afm.ro accesat în 08.03.2016

***Camera de Comerț și Industrie – Ghid parteneriat public privat, București 2006) accesat în 08.03.2017

***Catedra de Hidraulică și Masini Hidraulice, an IV, Specializarea “Ingineria mediului” accesat în 08.03.2016

***Creșterea eficienței energetice și a securității furnizării, în contextul combaterii schimbărilor climatice accesat în 08.04.2017

***<http://ro.wikipedia.org/> accesat în 08.03.2017

***<http://solarcenter.ro/blog/energia-solara-cea-mai-ieftina-energie-verde/#sthash.ExSljzpZ.dpuf> accesat în 14.05.2017

*** <http://solarcenter.ro/blog/grafice-care-releva-cresterea-productiei-de-energie-regenerabila/#sthash.OCO3DIRX.dpuf> accesat 14.05.2017

*** <http://solarcenter.ro/blog/grafice-care-releva-cresterea-productiei-de-energie-regenerabila/>

*** <http://www.graiul.ro/2016/01/26/baia-sprie-producator-de-energie-electrica/>

*** <http://www.informatia-zilei.ro/mm/locale/primaria-baia-sprie-la-un-pas-de-a-si-produce-curentul-electric>

*** <http://www.graiul.ro/2016/01/26/baia-sprie-producator-de-energie-electrica/>

888 <https://ecoprofit.ro/gazon-eolian-acoperis-nanotehnologie-vant-curent-electric/>

*** <http://ecoprofit.ro/all-you-need-is-sun-soare-singura-sursa-energie-solara/>

COMUNITATEA APPEL IN ROMANIA

FILIP Crina

Colegiul Național „Gheorghe Șincai” Baia Mare
România

Abstract: *Societatea modernă a devenit dependentă de brand-uri. Atunci când vine vorba de marca preferată ne place să spunem oricui ne ascultă cât de bună este și de ce ne place atât de mult. Brand-urile exercită în viețile noastre o influență mai mare decât mulți și-ar putea închipui, sau poate ar fi dispuși să recunoască. Brand-urile sunt sfere de influență, iar cele mai atractive dintre acestea înving categoric în competițiile de pe piață. ele fiind întotdeauna preferate competitorilor. Prețurile acestora sunt mai ridicate, iar dacă aceste mărci sunt suficient de puternice, cumpărătorii lor nu doar folosesc produsele ci și “propovăduiesc” lumii despre ele. Aceste branduri vând mai mult și câștigă mai mult decât competitorii lor. Iar oare nu acesta este obiectivul absolut al oricărei afaceri? Acțiunea lor nu se rezumă doar la a influența în mod decisiv decizia de cumpărare, ci ele devin un stil de viață pentru consumatori care uneori ajung chiar să se identifice cu brand-ul respectiv.*

Cuvinte cheie: *informație, mesaj, calculator, brand, inovare*

Bibliografie

- Atkin, Douglas, *The Culting of Brands – When Customers Become True Believers*, Editura Portfolio, New York, 2004
- Boca, G.D. *Îmbunătățirea calității în afaceri*, Editura Risoprint, Cluj Napoca, 2012, ISBN 978-973-53-0907-7
- Boca, G.D. *Bazele managementului calității în afaceri*, Editura Risoprint, Cluj Napoca, 2012, ISBN 978-973-53-0906-0
- Cercelescu, Monica, Stoica, George, *Mărci românești de succes*, Catalog editat de Săptămâna Financiară, București, 2006
- Kahney, Leander, *The Cult of Mac*, Editura No Starch Press, San Francisco, 2006
- Lindstrom, Martin, *Brand Sense*, Editura Free Press, New York, 2005
- Linzmayr, Owen W., *Apple Confidential 2.0*, Editura No Starch Press, San Francisco, 2004
- Maxim, Emil, Gherasim, Toader, *Marketing*, Editura Economica, București, 2000
- Vaciu, Ion, Onea, Roxana, *Cine cumpără Apple în România?* www.comunic.ro,
- Vorzsak, Almos (coordonator), *Marketingul serviciilor*, Editura Presa Universitară Clujeană, Cluj Napoca, 2004

Vorszak A, Paina, N.D., Pop, M.D., Pop, C.M., Szego, I, *Marketing în terțiar*, Alma Mater, Cluj-Napoca, 2005

Wipperfurth, Alex, Grant, John, *How cults seduce and what marketing can learn from them*, www.plan-b.biz

Legea 84/1998 privind mărcile și indicațiile geografice

*** www.apple.com/usergroups

*** www.macworld.com

*** www.wsj.com

*** [http://en.wikipedia.org/wiki/Apple_Inc.](http://en.wikipedia.org/wiki/Apple_Inc)

*** [http://fr.wikipedia.org/wiki/Apple,_Inc.](http://fr.wikipedia.org/wiki/Apple,_Inc)

*** http://ro.wikipedia.org/wiki/Dacia_%28automobil%29

*** [http://ro.wikipedia.org/wiki/FC_Steaua_București](http://ro.wikipedia.org/wiki/FC_Steaua_Bucuresti)

ANALIZA CALITATII SERVICIILOR BANCARE

GIURGIU Gabriela

Universitatea Tehnică din Cluj-Napoca
Centrul Universitar Nord din Baia Mare
Facultatea de Științe
România

Abstract: *Lumea afacerilor devine din ce în ce mai competitivă, iar profitabilitatea celor implicați în viața economică depinde din ce în ce mai mult de eficiența operațională a activităților specifice desfășurate. Pentru a-și asigura funcționarea în condiții optime, aceștia sunt nevoiți să cunoască, să aplice și să respecte condițiile și cerințele economiei de piață utilizând cât mai eficient produsele și serviciile oferite de către instituțiile bancare. Această lucrare a fost elaborată pentru a pune în evidență, produsele și serviciile prin intermediul cărora este posibilă integrarea eficientă și operativă a activităților financiar-bancare în cadrul economiei. În ultimii ani asistăm la o adevărată revoluție în domeniul financiar bancar, datorită dezvoltării rapide a informaticii și telecomunicațiilor, în ceea ce privește sistemul de transfer al valorii de la cei ce dețin fonduri către cei ce au nevoie de fonduri prin trecerea de la instrumentele de plată pe suport hârtie la instrumentele pe suport electronic și de la operațiunile la ghișeu la transferul electronic de fonduri la distanță. Toate aceste transformări conduc la realizarea dezideratului mediului de afaceri ca tranzacțiile financiar-bancare să se realizeze simultan cu cele economice iar transferurile de fonduri să se facă în timp real adică odată cu primirea instrucțiunilor necesare de către bancă.*

Cuvinte cheie: *mediu de afaceri, consumator, calitate*

Bibliografie

<http://www.vreaucredit.ro/sucursale/sucursala-patria-bank-baia-mare-6852/>
<http://www.conso.ro/patria-bank>
<http://www.zf.ro/banci-si-asigurari/fuziunea-dintre-banca-comerciala-carpatina-si-patria-bank-devine-efectiva-cu-data-de-1-mai-2017-16252529>

COMPORTAMENTUL CONSUMATORULUI LA VIVO! BAIA MARE

GROȘAN Denisa

Universitatea Tehnică din Cluj-Napoca
Centrul Universitar Nord din Baia Mare
Facultatea de Științe
România

Abstract: Managementul eficient al activității de marketing în firme presupune disponibilitatea și utilizarea informațiilor și a datelor despre: cerere, clienți, concurenți, intermediari și alți factori care acționează la nivelul pieței, precum și despre propria organizație. Fluxul bogat și continuu de date, purtătoare de informații, absolut necesare deciziilor de marketing sunt de neconceput în conducerea activităților într-o organizație precum și rezolvarea problemelor. Consumatorii iau multe decizii de cumpărare în fiecare zi. Majoritatea firmelor de succes studiază foarte detaliat aceste decizii de cumpărare ale consumatorului pentru a vedea ce cumpără, cum și cât, când și de ce cumpără. Cele mai multe firme pe piață sunt hotărâte să edifice legături mai strânse și mai de durată cu clienții lor. Această abordare este denumită ca fiind managementul relațiilor cu clienții și reprezintă procesul de gestionare a unor informații detaliate despre clienții individuali și de exploatare atentă a tuturor punctelor de contact cu clientul în scopul maximizării fidelității.

Cuvinte cheie: consumator, fidelitate, calitate, management

Bibliografie

Cornel Somesan *Bazele cercetării de marketing* Editura Dacia Cluj Napoca 2002 Colecția Universitaria Seria Economica
Kotler și Armstrong *Principiile marketingului editia a III-a* Editura Teora USA 2004 traducere de Smaranda Nistor și Cosmin Crisan
Liliana Zima *Bazele marketingului* Editura Risoprint Cluj Napoca 2005
Philip Kotler și Kevin Lane Keller *Managementul marketingului –Ediția a V-a* Editura Teora USA 2008 traducere de Cosmin Crisan și Smaranda Nistor
<http://www.transilvaniabusiness.ro/vivo-in-romania/>
<https://www.immofinanz.com>
<https://www.google.ro/maps/place/VIVO!+Baia+Mare/>
<https://vivo-shopping.com/ro/baia-mare>

IMPLEMENTAREA METODEI KANBAN

LUPȘA Carmen

Universitatea Tehnică din Cluj-Napoca
Centrul Universitar Nord din Baia Mare
Facultatea de Științe
România

Abstract: *In sistemul de producție tradițional, produsele sunt trimise spre producție la niveluri determinate de planificări de multe ori inexacte. Aceste niveluri depășesc frecvent cererea, având ca rezultat obținerea unor cantități inutile de stocuri finite. In centrul strategiei Lean Manufacturing stă producția Pull in care produsul este tras pe parcursul procesului de producție în ritmul impus de cererea clientului. În acest tip de producție produsele finite se realizează printr-o serie de stocuri tampon tactice, care conferă control asupra stocului de producție neterminată. În cadrul acestei lucrări am realizat un studiu de caz folosind o metodă inovativă de optimizare a producției, și anume metoda kanban. Metoda Kanban reprezintă un sistem continuu de alimentare cu componente a posturilor de lucru astfel încât muncitorii să aibe ceea ce le trebuie, unde trebuie și când trebuie. Kanban este considerat ca un element central al Lean manufacturing și probabil este cel mai utilizat sistem de cerere. O cerință a funcționării Kanban-ului este ca oamenii să lucreze în echipă. În acest caz, se poate discuta despre operativitatea și productivitatea angajaților. Studiul de caz s-a efectuat în cadrul companiei care se evidențiază pe piața de specialitate din întreaga lume, prin calitatea produselor oferite, politica și codul de etică promovat, dar și prin parteneriate sustenabile și de succes.*

Cuvinte cheie: KANBAN, productie, calitate, produse

Bibliografie

- Boca G.D. (2015), The Gemba Walk – A Tool For Management and Leadership, *Ovidius University Annals, Series Economics Sciences*, 2015, vol. XV Issue 1/2015, p. 450-455,
- Boca G.D, C.Radulescu, R. Toader, C.Toader, (2015), A Cross Cultural Model for Flexible Motivation in Management, *Annals of "Dunarea de Jos" University of Galati* , Fascicle I. Economics and Applied Informatics, pp.11-18
- James P. Womack, Daniel T. Jones (2003), *Lean Thinking: Banish Waste and Create Wealth in Your Corporation*”, USA, Productivity Press; 2nd Edition (01.06.2003)

Masaaki, I. (1997), Gemba Kaizen: A Common sense, Low-cost approach to management, McGraw Hill Professional, Mar 22, 1997 - Business & Economics, p. 384, ISBN-13:9780071368162

Rashid M., Hossain L., Patrick J.D.,(2002), Enterprise Resource Planning global opportunities and challenges, Idea Group Pub (04.03.2002)

Soulard, N. (2001), La methode Kanban dans l'industrie automobile actuelle, Conservatoire National des Arts et Metiers Center Regional Associe de Versailles, Paris, Retrieved on 24.01.2016,

Taiichi Ohno – Sistemul de productie Toyota, o alternativă la producția de serie, Editura Finmedia, 2005

Vișan A., Ionescu N., Managementul calității – pentru uzul studenților, București, UBP

***<http://brodzinski.com/2012/08/radar-charts-kanban-maturity.html>

***http://germanbraun.blogspot.ro/2013_12_01_archive.html

***<http://paulklipp.com/images/KanbanMaturityChart.pdf>

*** https://bib.irb.hr/datoteka/305511.Paper_Bajic_Celent_Jozic

*** <http://www.capital.ro/sistemul-kanban.html>

CICLUL DE VIAȚĂ AL PRODUSULUI – ELEMENT ESEȚIAL AL POLITICII DE PRODUS

POTRA POP Oana

Universitatea Tehnică din Cluj-Napoca
Centrul Universitar Nord din Baia Mare
Facultatea de Științe
România

Abstract: Lansarea de produse noi care să cunoască succes pe piață constituie o permanentă provocare pentru managementul afacerilor în firmele inovatoare moderne. În consecință, ca formă a creativității umane inovarea înseamnă, înainte de toate, schimbare. Ultima jumătate a secolului a fost marcată, în studiul inovării, de două tendințe doar aparent contradictorii: intensificarea abordărilor dintr-o perspectivă specializată (tehnică, economică dar și psihologică, sociologică și, mai nou, managerială și de marketing), pe de o parte, și accentuarea demersurilor interdisciplinare în domeniu, vizând managementul interfețelor specifice care se instituie, de natură să confere sinergia ansamblului de activități inovatoare la nivelul întreprinderii, pe de altă parte. Prezenta lucrare își propune să analizeze o serie de aspecte ale lansării pe piață a produselor noi, problemă privită atât din perspectiva procesului inovator cât și ca parte a ciclului de viață comercial al produsului.

Cuvinte cheie: inovare, creație, strategie, lansare produs

Bibliografie

- Adăscăliței, Virgil, Bălan, Carmen, Boboc, Ștefan, Balaure, Virgil (coord.) – „Marketing”, Ed. Uranus, București, 2000, pag 264
- Anghel, Laurențiu-Dan – “Business to business marketing” (<http://www.ase.ro/biblioteca>)
- Kotler, Philip – „Managementul marketingului”, Ediția a IV-a, Editura Teora, București, 2005, pag 534
- Sică Stanciu – “Bazele generale ale marketingului” (www.central.ucv.ro) pag 24

CARACTERUL SISTEMIC AL CALITĂȚII

TONTEA Helga

Universitatea Tehnică din Cluj-Napoca
Centrul Universitar Nord din Baia Mare
Facultatea de Științe
România

Abstract: *Neadaptarea la cerințele pieței conduce la eliminarea rapidă a organizațiilor neperformante, acesta fiind de fapt mecanismul concurențial prin care piața determină progresul general. Creșterea concurenței, respectiv îngustarea pieței, a condus, pe plan general la așteptări din partea clienților din ce în ce mai stringente privind calitatea produselor. Pentru a fi competitivi și pentru a menține o bună performanță economică, organizațiile / furnizorii trebuie să utilizeze sisteme cât mai eficiente pentru a realiza produse și servicii la un înalt standard de calitate. Preocuparea pentru calitate a condus pe plan internațional la dezvoltarea de standarde și de ghiduri pentru sistemele calității care completează condițiile relevante referitoare la produse și servicii incluse în specificațiile tehnice. Pe plan european au fost elaborate standardele din familia ISO 9000 destinate să asigure un nucleu generic de reglementare referitoare la sistemele calității aplicabile unor sectoare industriale sau economice diverse. Noua eră Eco-verde, a impus noi orientări pe piața mondială paralel cu criza economică care afectează ambele segmente-producător-consumator.*

Cuvinte cheie: *calitate sistemică, calitate, evoluție, tehnologie*

Bibliografie

- Juran, J.M. - *Suprematia prin calitate*, Teora, 2007
Noye, D. - *Ghid practic pentru controlul calitatii*, Editura Tehnica, Bucuresti, 2000
Negrușă, A.- *Tranziția și managementul japonez*, Arad, Concordia, 2003
Oprean, C-tin; Kifor, C. - *Managementul calității*, Sibiu : Editura Universității "Lucian Blaga", 2002
Rotaru, G., Sava, N.- *Controlul și asigurarea calității produselor alimentare*, Universitatea Dunărea de Jos, Galați, 2007
https://www.rational-online.com/en_gb/products/selfcookingcenter_10/model_overview_12/compareproduct_9.php
www.juran.com

QUALITY ANALYSIS OF BANKING SERVICES

ALMAȘI Amalia
MERCAȘ Gheorghe-Alexandru
PUICAR Bogdan-Daniel
TELEPTEAN Ionuț-Gheorghe

Technical University of Cluj-Napoca
Northern University Center of Baia Mare
Faculty of Sciences
Romania

***ABSTRACT:** The Bank is the institution that mobilizes the available money, finances and credits individuals and legal entities, organizes and carries out the payments and payments in the framework of the national economy and in relations with the other states in order to obtain profit. The banking system in Romania is structured on two levels, namely a banking center and financial institutions, which by law have been granted the status of banks. The key point in the relationship between the bank and the client is the satisfaction of the clients' wishes and a good communication with them. Developing a customer-bank relationship involves a number of experiences that will shape their future behavior towards the bank. A pleasant experience will positively influence the degree of loyalty to the bank as well as the tendency to buy again and recommend the bank unit to other potential clients, which will benefit both the clients and the banking institution and will keep the balance in it branch of the economy. The research activity, after finishing, will give me a perspective on a practical situation. However, it will also indicate how to address banks' marketing problems in terms of customer satisfaction. In addition, it will serve as a reference source for similar research in the future.*

Keywords: survey, target, services, consumer satisfaction

References

Boca Grațiela, Curs Analiză Statistică, Baia Mare 2017;
<http://www.creeaza.com/afaceri/economie/finante-banci/Analiza-SWOT-a-Bancii-Comercia476.php> ;
http://www.efin.ro/analiza_swot_2381/analiza_swot_exemplu.html ;
<https://conspecte.com/Management/analiza-swot-a-unei-societati.html>
<https://www.scribd.com/document/98314313/51914803-Cercetarea-Gradului-de-Satisfactie-Al-Clientilor> .

IDENTIFICARE A GRADULUI DE SATISFACȚIE AL CLIENȚILOR ÎN DOMENIUL TURISMULUI

SABĂU Iudita

Universitatea Tehnică din Cluj-Napoca
Centrul Universitar Nord din Baia Mare
Facultatea de Științe
România

Abstract: *Studiul calității unei firme se poate realiza prin determinarea gradului de satisfacție a clienților care au apelat la serviciile firmei respective. Determinarea gradului de satisfacție ca indicator al calității serviciilor oferite de Agenția de turism Mara International Tour s-a realizat prin utilizarea unor instrumente clasice respectiv a fișei de înregistrare (chestionar) fișa de identificare a gradului de satisfacție a clienților și de determinare a factorilor calitativi ai serviciilor prestate de agenție și interpretarea datelor statistice prin intermediul histogramelor. Eșantionul a fost aleator format din 90 de persoane selecționate din orașul Baia Mare, care au răspuns la întrebările chestionarului formulat pentru serviciile oferite de agenția Mara International. Chestionarul a fost alcătuit din 4 părți astfel încât să se poată realiza o radiografie a activității agenției și să se obțină toate informațiile necesare studiului propus*

Cuvinte cheie: *calitate, servicii turistice, esantion, chestionar*

Referințe

Boca, G.D.(2012), *Îmbunătățirea calității în afaceri*, Editura Risoprint, Cluj Napoca
Boca, G.D.(2012), *Bazele managementului calității în afaceri*, Editura Risoprint, Cluj Napoca

TIMPUL LIBER

BABICIU Ioana Larisa

CIURTE Alin Geanin

HORINCAR Diana Maria

Universitatea Tehnică din Cluj-Napoca
Centrul Universitar Nord din Baia Mare
Facultatea de Științe
România

Abstract: *Timpul liber este hobby-ul de bază al tuturor persoanelor care cunosc prea bine noțiunea înfiorătoare de "serviciu". Muzica, filmele, piesele de teatru, pescuitul, nopțile petrecute în cluburi sau plimbările sunt doar câteva activități care ne delectează în orele pe care le petrecem în afara serviciului sau a școlii, un "loc de muncă" pentru cei mici. Multe persoane preferă locurile zgomotoase și aglomerate, pentru că acestea dau senzația de "petrecerea anului", de acel moment pe care nu-l trăiești în fiecare zi și asta te face să te simți special. Odihna activă este un timp esențial pentru păstrarea sănătății fizice și psihice. Tinerii au nevoie de timp liber pe care să-l petreacă alături de prieteni sau familie, relaxându-se, schimbând idei, discutând, distrându-se în mod creativ. Dar, în același timp, trebuie să învețe cum să-și găsească activități sănătoase, legale și educative pentru timpul lor liber*

Cuvinte cheie: *timp liber, hobby, teatru, muzica, film, sport, lectura, concedii, vacante, esantion, chestionar.*

Referințe

http://nou2.ise.ro/wp-content/uploads/2012/08/Studiu.ISE_.Timpul_elevilor.pdf
<http://www.businessmagazin.ro/cover-story/timpul-liber-la-romani-1052760>
<http://www.wearehr.ro/viata-dupa-munca-timpul-liber-romani/2/>
<https://sites.google.com/site/consilieriefamilie/articole/moduridepetrecereatimpululiberladolescentilor>

PERCEPȚIA CETATENILOR FAȚA DE ACTIVITATEA POLIȚIEI ROMÂNE

ȘTEFLEA Adrian

Universitatea Tehnică din Cluj-Napoca
Centrul Universitar Nord din Baia Mare
Facultatea de Științe
România

Abstract: *Primele atestări privind Poliția Română datează din vremea lui Neagoe Basarab sau a lui Mihai Viteazu (crearea instituției agiei), continuă cu domnia lui Mihai Sutzu (organizarea pazei Capitalei, emiterea primelor acte de identitate și reglementarea portului armelor) iar din 1806, organele de pază și ordine din Capitală primesc denumirea generică de POLIȚIE. În 1821, Tudor Vladimirescu acorda scutiri de taxe și impozite celor însărcinați să mențină ordinea publică și să apere proprietatea cetățenilor, iar în 1831, prin Regulamentele organice, atribuțiile poliției sunt extinse. În timpul Revoluției de la 1848 are loc reorganizarea poliției, prin apariția instituției șefului poliției Capitalei căruia i se subordonează Guardia municipală. În esență, responsabilitatea socială a Poliției Române reprezintă angajamentul continuu pe care polițiștii și-l asumă față de societate, de a avea o conduită etică și de a proteja interesele cetățenilor în condiții de echilibru între drepturile acestora și interesele autorităților publice. În exercitarea atribuțiilor de serviciu polițistul beneficiază de protecție specială, în condițiile legii.*

Cuvinte cheie: *eșantion, chestionar, securitate, protecție, cetățean.*

Bibliografie

<https://www.politiaromana.ro>

https://www.politiaromana.ro/files/pages_files/Breviarul_principalelor_masuri_politienesti.pdf/ro/informatii-generale/scurt-istoric

Legea nr. 218/2002 privind organizarea și funcționarea Poliției Române, republicată, cu modificările și completările ulterioare;

Legea nr. 360/2002 privind Statutul polițistului, cu modificările și completările ulterioare;

Legea nr. 17/1996 din 2 aprilie 1996 privind regimul armelor de foc și al munițiilor;

H.G. nr. 991/2005 pentru aprobarea Codului de etică și deontologie al polițistului;

ANALIZA CALITATII SERVICIILOR MEDICALE

MUREȘAN ANDREI

MUREȘAN (TITA) Diana

NECHITA (POP) Cristina

Universitatea Tehnică din Cluj-Napoca
Centrul Universitar Nord din Baia Mare
Facultatea de Litere
România

Abstract: *În sistemul de sănătate apar în mod continuu factori perturbatori externi și interni care induc un impact negativ. Aceste influențe sunt generate de mai multe cauze: tehnologii medicale neperformante, servicii de sănătate neperformante sau ineficiente; variațiile mari ale performanței practicii medicale și ale rezultatelor acesteia în diversele spitale, accesul inegal la serviciile de sănătate; insatisfacția pacienților față de serviciile primite și creșterea timpului de așteptare pentru primirea serviciilor de sănătate. Calitatea serviciilor medicale constituie o prioritate pentru furnizorii de servicii de sănătate, manageri și pacienți. Preocupați în mod constant de calitatea și evoluția relației cu pacienții care beneficiază de serviciile unității medicale, am conceput acest chestionar în scopul de a aduna informații care să ne permită o evaluare cât mai obiectivă a gradului de satisfacție a pacienților noștri.*

Cuvinte cheie : *gradul de satisfacție, comunicare, calitate, esanțion*

Referinte:

Țițu, M., Oprean, C., Tomuță, I., Cercetarea experimentală și prelucrarea datelor. Studii de caz, Editura Universității „Lucian Blaga” din Sibiu, Sibiu, 2007.

Vlădescu, C. Managementul serviciilor de sănătate. Editura Expert, București, 2000

Vlădescu, C & co, Sănătatea publică și management sanitar, Editura Cartea Universitară, București 2004

<http://www.pneumo-iasi.ro/legislatie/06-cisssc.pdf>

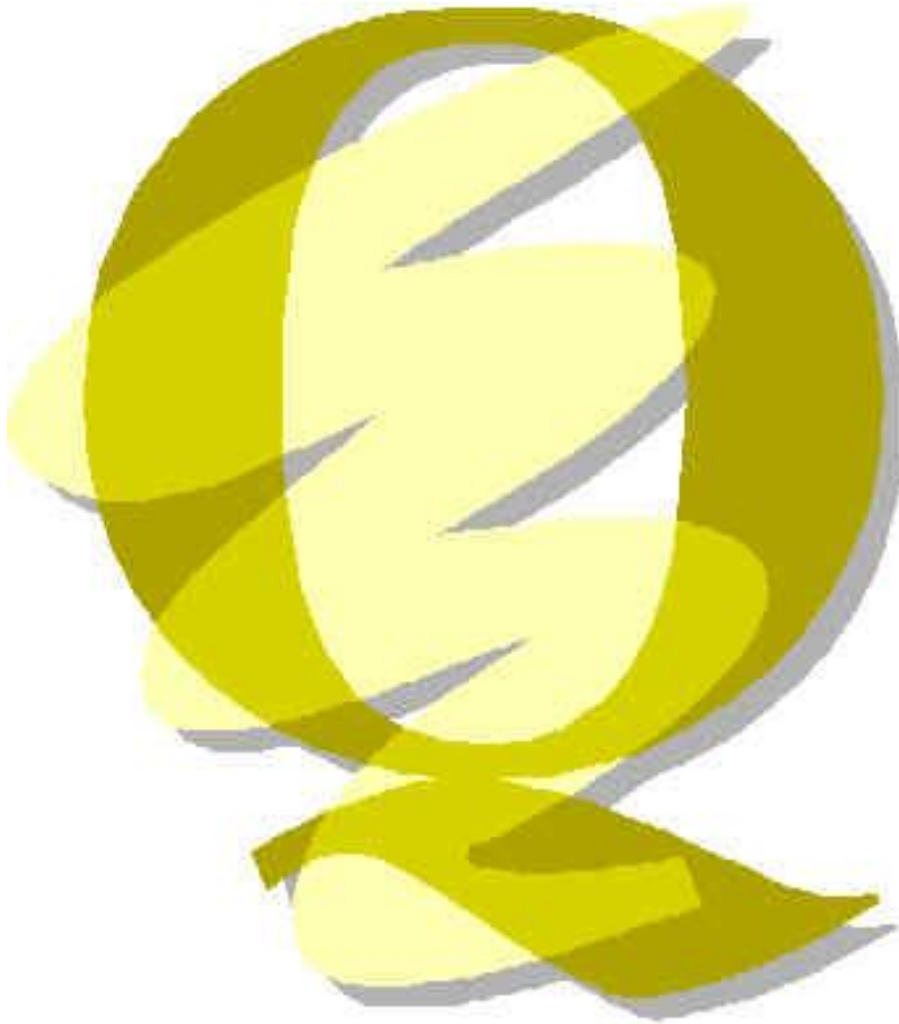
**MINISTRY OF NATIONAL EDUCATION
ROMANIA**

TECHNICAL UNIVERSITY OF CLUJ NAPOCA

NORTHERN UNIVERSITY CENTER OF BAI A MARE

FACULTY OF SCIENCES

DEPARTMENT OF ECONOMICS



QUALITY - ACCESS TO SUCCESS

ISSN 2067-5216