

Economie-Inovație-Comunicare-Universitară

11th INTERNATIONAL SYMPOSIUM WORKSHOP

NANO - KNOWLEDGE INNOVATION



E I C U

Economy-Innovation-Communication-University

YEAR 9

NUMBER 13

JUNE 2018

**MINISTRY OF NATIONAL EDUCATION
ROMANIA**

**TECHNICAL UNIVERSITY OF CLUJ NAPOCA
NORTHERN UNIVERSITY CENTER OF BAI A MARE
FACULTY OF SCIENCES, DEPARTMENT OF ECONOMICS
ROMANIA**



Graț iela 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

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
Eugen PAY, PhD.h.c. North University Baia Mare, Romanian National Academy
Gražina STARTIENE, Kaunas University of Technology, Lithuania
György KOCZISZKY, Miskolc University, Hungary
Helena CZAKOWSKA, Kujawy and Pomorze University in Bydgoszcz, Poland
İlyas ÇAPOĞLU, Erzinkan University, Turkey
Inci VARINLI, Bozok University, Turkey
Kozeta SEVRANI, Tirana University, Albania
Mehmet Emin İNAL, Alanya Business Faculty, Turkey
Mihály DOBRŐKA, Miskolc University, Hungary
Mustafa GULER, Afyon Kocatepe University, Turkey
Mustafa KARA, Abant İzzet Baysal University, Turkey
Mustafa KOYUNCU, Çanakkale Mart University, Tourism Faculty, Turkey
Mustafa SOLAK, Afyon Kocatepe University, Turkey
Peter DIETZ, PhD.h.c. Technical University Clausthal, German National Academy
Sait AŞGIN, Karabuk University, Turkey
Ufuk DURNA, Akdeniz University, Alanya Business Faculty, Turkey
Vesna DŽIMBEG-MALČIČ, University of Zagreb, Croatia
Vladimir MUKA, "Aleksander Moisiu" University, FASTIP, Albania



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, Pamukkale University, Turkey
Arzum ISITAN, 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 Kilic, Afyon Kocatepe 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
Serdar ÖGEL, 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.**

11th INTERNATIONAL SYMPOSIUM WORKSHOP

NANO – KNOWLEDGE INNOVATION

1	PÎRLOG Păunița	“ George Barițiu ” Technical College Baia Mare, România
2	TAFCIU Rovenă DYRMISHI Dona PUJO Albion KULLA Majk	”Aleksander Moisiu” University FASTIP Durres Albania
3	HORDOBAN Maricica GULIN Denisa	Universitatea Tehnică din Cluj-Napoca, Centrul Universitar Nord din Baia Mare România
4	HAZISLLARI Rei MEMA Denis RAPI Kelvin RUSHANI Gersian KURTI Enxhi	”Aleksander Moisiu” University FASTIP Durres Albania
5	COSTE BREBAN Diana	Universitatea Tehnică din Cluj-Napoca, Centrul Universitar Nord din Baia Mare România
6	SKEJA Edlira MUZHAQI Ledia CANI Endri PALLUCI Olger	” Aleksander Moisiu” University FASTIP Durres Albania
7	PUYA KADAR Emese	Universitatea Tehnică din Cluj-Napoca, Centrul Universitar Nord din Baia Mare România
8	FILIP Crina	Colegiul Național “Gheorghe Șincai ” Baia Mare, România
9	FEIMI Tea UKAJ Klea KROSI Anxhela ISAKU Esmeralda	”Aleksander Moisiu” University FASTIP Durres Albania

10	DADA Anisa KRISTO Ariela DAUTAJ Jolaida LUSHA Rexhina	"Aleksander Moisiu" University FASTIP Durrës Albania
11	BUXBAUM Claudiu Radu	Colegiul Tehnic „George Barițiu” , Baia Mare România
12	CRISAN Ioana Florentina CIMPAN Stefania GELELETU Tudor	Universitatea Tehnică din Cluj-Napoca, Centrul Universitar Nord din Baia Mare România
13	BEUCA Ileana COVACIU Anda SIMONEAC Mihaela	Universitatea Tehnică din Cluj-Napoca, Centrul Universitar Nord din Baia Mare România
14	DANCIU Ramona ROATIȘ Florina Cristina VELE Andreea Simona ZOICAȘ Raluca Mihaela	Universitatea Tehnică din Cluj-Napoca, Centrul Universitar Nord din Baia Mare România
15	SABADIȘ Marinela Ionela DUNCA Diana Ioana ȘTEF Daniela	Universitatea Tehnică din Cluj-Napoca, Centrul Universitar Nord din Baia Mare România
16	POP Adriana Petruța TURUCKO Laura	Universitatea Tehnică din Cluj-Napoca, Centrul Universitar Nord din Baia Mare România
17	ALMAȘI Amalia MERCĂȘ Gheorghe-Alexandru PUICAR Bogdan-Daniel TELEPTEAN Ionuț-Gheorghe	Universitatea Tehnică din Cluj-Napoca, Centrul Universitar Nord din Baia Mare România
18	ROMAN Ioana	Universitatea Tehnică din Cluj-Napoca, Centrul Universitar Nord din Baia Mare România
19	DUNCA DOBRICAN Codruta	Universitatea Tehnică din Cluj-Napoca, Centrul Universitar Nord din Baia Mare România
20	DANCIU Daniel	Universitatea Tehnică din Cluj-Napoca, Centrul Universitar Nord din Baia Mare România
21	VERDEȘ Lăcrimioara	Liceul Teoretic „Emil Racoviță” Baia Mare România



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

11th INTERNATIONAL SYMPOSIUM WORKSHOP

NANO – KNOWLEDGE INNOVATION

1	PÎRLOG Păunița	NANO - divide innovation and Knowledge Management
2	TAFCIU Rovena DYRMISHI Dona PUJO Albion KULLA Majk	SOREN trains
3	HORDOBAN Maricica GULIN Denisa	NANO packaging
4	HAZISLLARI Rei MEMA Denis RAPI Kelvin RUSHANI Gersian KURTI Enxhi	GREEN- boom electric cars
5	COSTE BREBAN Diana	Big company and educator culture program
6	SKEJA Edlira MUZHAQI Ledia CANI Endri PALLUCI Olger	SOPTIC glasses
7	PUYA KADAR Emese	Analiza si modelarea ZEN -antreprenorului
8	FILIP Crina	Future of Nanotechnology
9	FEIMI Tea UKAJ Klea KROSI Anxhela ISAKU Esmeralda	CHAM-K.A.T.E

10	DADA Anisa KRISTO Ariela DAUTAJ Jolaida LUSHA Rexhina	Business time I-BANKING
11	BUXBAUM Claudiu Radu	Biosenzori integrați în microcipuri electronice prin nanotehnologii
12	CRISAN Ioana Florentina CIMPAN Stefania GELELETU Tudor	Importanța sportului în viața de zi cu zi
13	BEUCA Ileana COVACIU Anda SIMONEAC Mihaela	Importanța mediului în care lucrezi
14	DANCIU Ramona ROATIȘ Florina Cristina VELE Andreea Simona ZOICAȘ Raluca Mihaela	Concediul în viața oamenilor
15	SABADIȘ Marinela Ionela DUNCA Diana Ioana ȘTEF Daniela	Preferințele oamenilor din Maramureș între timpul liber și internet
16	POP Adriana Petruța TURUCKO Laura	Impactul FACEBOOK
17	ALMAȘI Amalia MERCAȘ Gheorghe-Alexandru PUICAR Bogdan-Daniel TELEPTEAN Ionuț-Gheorghe	Gradul de satisfacție față de serviciile acordate de către o bancă
18	ROMAN Ioana	SMART city – A new vision for Baia Sprie
19	DUNCA DOBRICAN Codruta	Îmbunătățirea continuă a calității pe baza reclamațiilor și defectelor
20	DANCIU Daniel	Analiza activității și prognoza pe piața auto Românească
21	VERDEȘ Lăcrimioara	Aplicații ale nanotehnologiilor în creația vestimentară

NANO - DIVIDE INNOVATION AND KNOWLEDGE MANAGEMET

PARLOG Paunita

“ George Barițiu ” Technical College Baia Mare
România

Abstract: *Innovation is an activity or process which may lead to previously unknown designs pertaining either to the physical world (e.g. designs of buildings and infrastructure), the conceptual world (e.g. conceptual frameworks, mathematics, logic, theory, software), the institutional world (social and legal institutions, procedures and organisation) or combinations of these, which—when implemented—expand the set of relevant feasible options for action, either physical or cognitive [3]. As innovation has become central to economic success, policy makers and researchers are increasingly interested in understanding what factors enhance innovation. successful innovation systems have the potential to reduce unemployment and thereby poverty. The consideration of ethical and societal aspects in the research and innovation process can lead to an increased quality of research, more successful products and therefore an increased competitiveness. Some people predict that nano-technology will be at the centre of the next significant innovation wave with its ‘revolutionary’ potential in terms of its impact on industrial production*

Keywords: *innovation, management change, nanotechnology, knowledge management*

Bibliografie

van den Hoven J, Nielsen L, Roure F, et al. (2013) Options for strengthening responsible research and innovation. European Commission Report. https://ec.europa.eu/research/swafs/pdf/pub_public_engagement/options-for-strengthening_en.pdf. Accessed 10 Feb 2018
<https://link.springer.com/article/10.1007/s11569-016-0265-2>

David Coles, Davis M, Engelhard M, et al. (2014) Innovation for society—how innovation is driven towards societal desirability through innovation policies. A report for PROGRESS. <http://www.progressproject.eu/project-deliverables> (Deliverable D3.2). Accessed 10 Feb 2018.

Johnson B, Edquist C, Lundvall B-A (2003) Economic development and the national system of innovation approach. First Globelics Conf. [http://vbn.aau.dk/en/publications/economic-development-and-the-national-system-of-innovation-approach\(39d91bco-9c2e-11db-8ed6-000ea68e967b\)/export.html](http://vbn.aau.dk/en/publications/economic-development-and-the-national-system-of-innovation-approach(39d91bco-9c2e-11db-8ed6-000ea68e967b)/export.html). Accessed 10 Feb 2018

SOREN TRAINS

TAFCIU Rovená

DYRMISHI Dona

PUJO Albion

KULLA Majk

"Aleksander Moisiu" University

FASTIP Durres

Albania

Abstract: *People value their time and we value them we have created Soren the train of the future . It will have mega high speed which is going to make travelling way much faster , comfortable , safe and easy .Spread in all over the world long distances will not exist anymore . It will be helpful for people who like to travel and business people who need to travel often in long distances .This way we bring people closer, promote culture and make traveling easy. We choose to develop this project because it represents the technology of the future, brings a new innovation and urges research and development. Since the future is focused in technology and it will be more developed this project will come to life quiet soon.We are thinking of a train that will be accessible from all society. Moreover it will be a environment friendly train by using materials which will lower the level of the pollution of the atmosphere. Not only we ate trying to build a better future for ourselves but also for the environment.*

Key Words: *innovation, new technology, speed, promotion , culture*

References

- Anderson, Jeff (2013). *The Lean Change Method: Managing Agile Organizational Transformation Using Kanban, Kotter, and Lean Startup Thinking*. CreateSpace Independent Publishing Platform.
- Levin, Ginger (2012). "Embrace and Exploit Change as a Program Manager: Guidelines for Success". Project Management Institute. Retrieved Mai 10, 2018.
- Skelsey, Dan (2 2013). "Why Do People In Business Resist Change?". Project Laneway. Retrieved 8 February 2018.
- Marshak, Robert J. (2005). "Contemporary Challenges to the Philosophy and Practice of Organization Development". In Bradford, David L.; Burke, W. Warner. *Reinventing Organization Development: New Approaches to Change in Organizations*. pp. 19–42. ISBN 978-0-7879-8159-4.

NANO PACKAGING

GULIN Denisa

HORDOBAN Maricica

Universitatea Tehnică din Cluj Napoca
Centrul Universitar Nord din Baia Mare
România

Abstract: *Our country had to adopt was also the one that refers to the establishment of the eco-label award procedure. The goal of the eco-label is to promote environmentally friendly products that can not affect the environment throughout the life cycle so that environmental resources can last for as long as possible. The eco-label is a voluntary action, promoting organic products contributes to the effective use of resources protecting the environment by providing consumers with correct, accurate product information. An organic label may refer to one or more criteria, up to three, which protect the environment. The Ecolabel is granted to certain product groups including: dishwashers, refrigerators, detergents for dishes, laundry detergents, household paints and varnishes, indoor paints, lakes, washing machines, textiles, footwear etc*

Keywords: *packaging, standards, consumer, protection*

References

<https://biblioteca.regielive.ro/referate/merceologie/ambalaje-ecologice-ecologie-industria-alimentara-93770.html>
<https://www.scribd.com/document/228253542/Proiect-Protectia-Consumatorului-ambalaje-ecologice>
<https://www.google.ro/search?q=caracterul+ecologic+al+ambalajului+european+drinks&sa=X&ved=oahUKEwj1v67jiofcAhWP6aQKHfiUD9IQ1QIIqwEoBw&biw=1361&bih=660>

GREEN-BOOM ELECTRIC CARS

HAZISLLARI Rei

MEMA Denis

RAPI Kelvin

RUSHANI Gersian

KURTI Enxhi

“Aleksander Moisiu” University
Durrës
Albania

Abstract: *Electric cars seem to be a simple solution to an otherwise difficult question: how can we make car mobility more sustainable? Electric cars are critically important to the future of the automobile industry and to the environment. However, the form the electric car will ultimately take and its acceptance by the public are still uncertain. Consumption of decreasing oil supplies, concerns over air and noise pollution, and pollution caused by abandoned cars and the complications of recycling gasoline-powered cars are all driving forces that seem to be pushing toward the success of the electric car.*

Keywords: *enviroment, battery, car, electricity.*

References

<http://easyengineering.ro/tehnologiile-viitorului-nanotehnologia/>
<https://www.caranddriver.com/best-hybrid-electric-cars>
<https://www.parkers.co.uk/best-cars/hybrid-cars/>

BIG COMPANY AND EDUCATOR CULTURE PROGRAM

COSTE BREBAN Diana

Universitatea Tehnică din Cluj Napoca
Centrul Universitar Nord din Baia Mare
România

Abstract: *Această analiza identifică eventualele oportunități de îmbunătățire, sau de schimbare a sistemului de management al calității. Analiza statistică pe baza chestionarelor aplicate pe un eșantion de 200 de clienți aleși aleatoriu din Baia Mare au arătat gradul de satisfacție dar și o analiză a noului program "Fabricat în România". Acesta nu este doar un slogan oportunist agățat de un nou trend care se bucură de succes în ultima vreme ci este proiecția unei viziuni, este fundația pe care s-a proiectat campania Kaufland reușind un tronson, care s-a străduit să fie cât mai ușor practicabil și care s-a întretăiat până acum cu drumurile altor companii, aducând aportul la ceea ce specialiștii numesc economia pe orizontală.*

Cuvinte cheie: *fabricat in Romania, trend, calitate, standarde*

Bibliografie

Constantinescu, D., Managementul calității, Editura Printech, București, 2002
Drăgulănescu, N., Managementul calității serviciilor, Editura Agir, București, 2003
Froman, B., Manualul calității, Editura Tehnică, București
Hinescu, A. (coord), Managementul calității, Editura Risoprint, Cluj-Napoca, 2004
Juran, J.M. , Planificarea calității, Editura Teora, București, 2000
Olaru, M., ș.a., Tehnici și instrumente utilizate în managementul calității, Editura Economică, București, 2000.
http://www.economica.net/planurile-kaufland-pentru-anul-acesta-vor-sa-depaseasca-sase-magazine-noi-pana-la-finele-anului-si-finalizeaza-remodelarea-unitatilor-vechi_136915.htm accesat în 25 mai 2018
Colecția de Standarde Internaționale ISO 9000-9004 ;
https://despre.kaufland.ro/responsabilitate/protectia-mediului/protectia-mediului-in-magazine.html#reciclare_ulei accesa în 25 mai 2018
<https://www.romania-insider.com/kaufland-brand-romanian-products/>

SOPTIC GLASSES

SKEJA Eldira
MUZHAQI Ledia
CANI Endri
PALLUCI Olger

“Aleksander Moisiu” University
FASTIP Durrës
Albania

Abstract. *These glasses are made of special lenses, which thanks to the ultimate technology offer to the peoples with vision problems, a chance to protect their eyes from UV light, while they hold optic and sun glasses, both in one. Except the 100% UV protection, quality, reliability and durability of the product, they also are modern and conservative. These glasses come with a big variety of styles and models, thanks to the changing frames or lenses. They will be available online and on every optic store within the next two years.*

Key words : *glasses, optic, UV protection, survey analysis*

References

<https://www.zennioptical.com/blog/history-eyeglasses/>
<https://www.cbs.nl/en-gb/news/2013/38/more-than-6-in-10-people-wear-glasses-or-contact-lenses>
www.google.com
<http://nanovista.es/en/content/5-nano-optical>

ANALIZA SI MODELAREA ZEN - ANTREPRENORULUI

PUYA KADAR Emese

Universitatea Tehnică din Cluj Napoca
Centrul Universitar Nord din Baia Mare
România

*Pentru antreprenorul din tine, sacru și etern
Spirit, căutând expresie continuă, explorare și creștere.
Lăsați-o să curgă transformându-vă inspirațiile în manifestări.
Namaste!*

Abstract: *Lucrarea dorește să stabilească orientarea antreprenorilor și să identifice barierele pentru o viitoare specializare inteligentă de pe piață. Sondajul a fost aplicat pe 208 de respondenți din orașul Baia Mare, județul Maramureș, România, o zonă minerală cu potențial mare în turism, sub patrimoniul UNESCO, în continuă dezvoltare și adaptare la noile tendințe ale pieței.. Sondajul a fost structurat în șase părți pentru a stabili și a identifica profilul antreprenorilor, pentru a defini noua re-evoluție a nevoilor și aptitudinilor pentru un nou tip de antreprenor = un antreprenor zen, un început al unei noi organizații inteligente. Barierele identificate de către autori pot fi grupate în patru grupuri, luând în considerare barierele personale (vârsta, genul, statutul social etc.) nevoile personale și organizaționale de formare sau specializare în domenii noi, nevoile de inovare și nu în cele din urmă organizatorice cultura pentru cultura managementului. Datorită noii orientări a economiei, noua generație de clienți cu o cultură diferită are nevoie de o viziune nouă asupra întregii piețe, de aceea se consideră că o cercetare despre nevoile și viziunea tinerilor antreprenori sau manageri asupra afacerilor existente de pe piață poate fi utilă în identificarea mai devreme a unei nișă potențiale privind reorientarea și re-designul afacerii poate oferi câteva modele sau soluții în gestionarea schimbării în propria afacere.*

Cuvinte cheie: *antreprenor, manager, chestionar, management change*

BIBLIOGRAFIE

- Boca, Mukaj, (2015) A new ZEN- entrepreneur for smart organization, EINCO 2015, Universitatea Oradea, pp.345-378
John J. Murphy, 2013 Zentrepreneur Get Out of the Way and Lead:, Create a Culture of Innovation and Fearlessness, 220 West Parkway, Unit 12, Pompton Plains, NJ 07444
***<http://sisc.ro/antreprenoriatul-in-romania/>
*** Legii 346/2004 cu modificările ulterioare
*** OUG 44/2008 cu modificările ulterioare
***<http://antreprenori-responsabili.ro/resurse/studiu-keysfin-romania-este-amenintata-de-un-pericolul-economic-care-ar-putea-declansa-o-bomba-sociala/>

***http://cursdeguvernare.ro/wp-content/uploads/2016/05/EY_Barometrul-antreprenoriatului-romanesc_2016_sinteza.pdf

***http://cursdeguvernare.ro/wp-content/uploads/2016/05/EY_Barometrul-antreprenoriatului-romanesc_2016_sinteza.pdf

***[http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/Study_ESO_Barometer_2013_Feb_2014/\\$FILE/Antreprenorii%20vor%20vor%20besc_Barometrul%20antreprenoriatului%20romanesc%202013.pdf](http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/Study_ESO_Barometer_2013_Feb_2014/$FILE/Antreprenorii%20vor%20vor%20besc_Barometrul%20antreprenoriatului%20romanesc%202013.pdf)

***<http://www.fsde.ro/wp-content/uploads/2014/03/Dezvoltarea-ecosistemului-antreprenorial-rom%C3%A2nesc.pdf>

***<https://sanatate.bzi.ro/e-la-moda-sa-fii-zen-tu-stii-ce-inseamna-22521>

***<https://www.businessdays.ro/Blog/2017-anul-antreprenoriatului-in-Romania>

***<https://www.investclub.ro/romania-tara-cu-trei-viteze-pericolul-economic-care-ar-putea-declansa-o-bomba-sociala/>

FUTURE OF NANOTECHNOLOGY

FILIP Crina

Colegiul Național "Gheorghe Șincai "
Baia Mare
România

Abstract: *Nanoparticles have the potential to revolutionise the construction industry, but we need to tread carefully until the potential hazards of these "wonder materials" are fully understood. Good things come in small packages, or so they say. But there's small, and then there's nano – things so tiny that they are almost impossible to imagine. Nanotechnology is already a reality in many areas of our lives – from the food we eat to the cosmetics we rub into our skin – and, while development is slower, medicine is no exception.*

Cuvinte cheie: *nano, materials, package management change*

References

<https://www.theguardian.com/what-is-nano/foundations-of-a-sustainable-future>
<https://www.theguardian.com/what-is-nano/small-science-big-future>
<https://www.theguardian.com/what-is-nano/small-science-big-future>

CHAM- K.A.T.E

FEIMI Tea

UKAJ Klea

KROSI Anxhela

ISAKU Esmeralda

“Aleksander Moisiu” University

FASTIP Durres

Albania

Abstract: *Nowdays physical appearance has taken over our everyday life. Every person wants to look good , be trendy and follow the latest fashion trends for it makes us feel better and boosts our self-esteem. A very important part of appearance is our hair. According to a poll by beauty retailer Fabriah.com, we spend 10 days per year on our hairs. ¹But sometimes we just don't seem to have them on point ,especially when it comes to that perfect color shade that gets lighter when the sun comes up and never looks smooth and shiny in cold weather. That's why we have chosen to present you Cham-K.A.T.E, a hair dye that when its hit by warm or cold temperature, changes its own pigment to adjust its color.*

Keywords: *quality charactersitics, thermochromic, color, temperature, Ola-Plex*

References

<https://www.allure.com/story/pravana-vivids-mood-color-changing-heat-activated>

<https://pmbasics101.com/best-project-manager-team/> \t "_blank

<http://www.dailymail.co.uk/femail/article-2250701/How-time-really-spend-doing-hair-ladies-Answer-Ten-days-year.html> \t "_blank

¹ <http://www.dailymail.co.uk/femail/article-2250701/How-time-really-spend-doing-hair-ladies-Answer-Ten-days-year.html> \t "_blank

BUSINESS TIME I-BANKING

DADA Anisa

KRISTO Ariela

DAUTAJ Jolaida

LUSHA Rexhina

“Aleksander Moisiu” University

FASTIP Durres

Albania

Abstract; *Nowdays using bank sevice has become necessary not only for individuals but for business and companys too. Transactions , utility bill payments , currency exchange, account checking ,etc are some of the most used services that the bank offers to his clients .Can you imagin thousands of clients going everyday to the bank to revieve their services . There will be hundreds of customers waiting in line just to check their accounts . That means alot more work which means longer hour of working which means more informations to be proceed , which leads to slow and hard work. Employee will get tired and their performance will decrease. And that would make the bank look bad in front of their customers. So to avoid this the bank has to think of a way on how to reduce the number of clients in branches and still make them happy whith the service they provide. And which is the better solution? Technology . Today banks are trying to offer their sevice through technology. Many bank have created their own applications or internet banking to help and provide the basic bank sevice to their clients . Today if you want you can go and make all your bank activities only by clicking one button. You can make transaction in and out of your country , you can pay your utility bills , you can check your account and your loans anytime anywhere. It is so easy now not only for the normal clients but also for the business. Using internet banking saves time and makes the conection with the bank more easy .*

Keywords: *internet banking, motivation, marketing, communication*

References

file:///C:/Users/Acer/Downloads/IJCISS2Oct3511%20(1).pdf

https://www.mindtools.com/pages/article/newLDR_74.htm

BIOSENZORI INTEGRAȚI ÎN MICROCHIPURI ELECTRONICE PRIN NANOTEHNOLOGII

BUXBAUM Claudiu Radu

Colegiul Tehnic „George Barițiu”

Baia Mare

România

Abstract: *Articolul își propune să prezinte o direcție de dezvoltare de actualitate a biosenzorilor, aceea de integrare a acestora în structuri ale microcipurilor electronice, aceste structuri îndeplinind simultan rolul de senzori precum și rolul specific circuitelor electronice de prelucrare a semnalelor electrice. Intrusii binevoitori. "Nanotehnologie" este un termen colectiv pentru dezvoltările tehnologice la scara nanometrică. În sens larg, nanotehnologia reprezintă orice tehnologie al cărei rezultat finit e de ordin nanometric: particule fine, sinteza chimică, microlitografie avansată etc. Într-un sens restrâns, nanotehnologia Nanotehnologiile ar putea genera energie alternativă, ne-ar putea prelungi viața și ar putea îmbunătăți multe tehnologii deja existente. Și acestea își fac deja apariția.*

Cuvinte cheie: biosenzori, biocip, MOSFET, DG-MOSFET, nanotehnologii

Bibliografie

Stamatin, I. (2008) - *Nanomateriale, aplicații în biosenzori, surse de energie, medicină, biologie. Elemente de nanotehnologie*, curs

Livi, P., Rigante S., Chen Y., Ionescu A., Hierlemann A - *A Hybrid FinFET-based Biosensor with Integrated Readout Capability* -, Proc. EuroSensors XXVI, September 9-12, 2012, Kraków, Poland

*** - *Tiny Portable Sensor Analyzes Biomarkers in Sweat* – Nano, the magazine for small science, 5 decembrie 2017

Xsensio.com

<http://www.cs.cmu.edu/~mihaiib/articole/nano/nano->

[html](http://www.descopera.ro/stiinta/5189803-nanotehnologia-ingerii-microscopici-ai-viitorului)[http://www.descopera.ro/stiinta/5189803-nanotehnologia-ingerii-](http://www.descopera.ro/stiinta/5189803-nanotehnologia-ingerii-microscopici-ai-viitorului)

[microscopici-ai-viitorului](http://nanopinion.archiv.zsi.at/ro/about-nano/ce-sunt-nanotehnologiile.html)
<http://nanopinion.archiv.zsi.at/ro/about-nano/ce-sunt-nanotehnologiile.html>

IMPORTANȚA SPORTULUI ÎN VIAȚA DE ZI CU ZI

CRISAN Ioana Florentina

CIMPAN Stefania

GELELETU Tudor

Universitatea Tehnică din Cluj Napoca
Centrul Universitar Nord din Baia Mare
România

Abstract: Pentru a realiza aceasta lucrare am analizat, in primul rand beneficiul sportului asupra sanatatii omului, iar in al doilea rand promovarea activitatilor fizice pentru o viata sanatoasa. Intr-o societate de consum in care timpul este tot mai redus si in care necesitatea de viteza este tot mai mare, populatia Romaniei tinde spre obezitate intr-un ritm accelerat, aceasta datorandu-se unui program alimentar haotic, unui program de munca prelungit sau accentuat si unui regim alimentar bazat pe fast-food si pe semipreparate consumate in exces. Un alt beneficiu major cand vorbim despre sport este cel al imunitatii. Exerciitiile fizice intaresc imunitatea in mod constant si accentuat. De ce intodeauna imaginea unui sportiv este cea a unui om sanatos, adica a unui om care nu raceste atat de usor, sau care daca raceste ii trece mai rapid. O persoana sportiva care efectueaza miscari fizice constant va reduce semnificativ riscul de boli psihice, si va imbunatati memoria. Acest aport de oxigen care este adus creierului va preveni o serie de patologii cerebrale si va asigura o foarte buna functionare a encefalului. Activitatea fizica ne face sa ne mentinem sanatosi si inteligenti pe masura ce inaintam in varsta.

Cuvinte cheie: sănătate, sport, imunitate, inteligență, chestionar, eșantion

Bibliografie:

<https://www.smark.ro/articol/33912/copiii-si-sportul-in-romania>

<https://www.scribd.com>

IMPORTANTA MEDIULUI IN CARE LUCREZI

BEUCA Ileana

COVACIU Anda

SIMONEAC Mihaela

Universitatea Tehnică din Cluj Napoca
Centrul Universitar Nord din Baia Mare
România

Abstract: *Ne petrecem o foarte mare parte din zi la locul de muncă, indiferent care ar fi jobul nostru, motiv pentru care recunoștința, în toate formele sale, este o calitate de care se poate bucura orice persoană. Un business, oricât de mic, cu 3-4 angajați, aflat poate la început, trebuie să înceapă cu dreptul. Oamenii pot lucra de oriunde, dar nu pot da randamentul maxim oricum. Au nevoie de un spațiu potrivit desfășurării activității și toate detaliile sunt importante. De la dimensiunea spațiului, iluminarea lui, modalitățile de aerisire, temperatura și până la mobilier, culoarea sau forma lui. Angajatorii ar trebui să fie încurajați să facă încă de la începutul activității companiei lor investiții într-un astfel de spațiu, sub consilierea și ajutorul oferit de firme de specialitate. Tinerii care sunt în căutarea unui loc de muncă aleg joburile care le oferă siguranță, mediu plăcut și posibilitate de avansare, iar pachetul salarial vine abia după aceste trei aspecte potrivit unui studiu realizat de pe un eșantion de 1.405 tineri specialiști, absolvenți cu studii superioare și candidați cu studii în curs de finalizare din Cluj, Iași, Oradea, Brașov, Sibiu, Târgu-Mureș, cu vârste cuprinse între 18 și 35 de ani.*

Cuvinte cheie: *mediu, personal, comunicare, reorientare*

Bibliografie

<http://www.zf.ro/proprietati/ce-vor-tinerii-de-la-un-loc-de-munca-meniu-de-lucru-placut-siguranta-si-posibilitatea-de-avansare-15607534>
<http://legislatiamuncii.manager.ro/a/12111/protectia-muncii-cerinte-privind-mediul-de-munca.html>
<http://humaninvest.ro/blog/o-abordare-proactiva-pentru-imbunatatirea-mediului-de-lucru/>

CONCEDIUL ÎN VIAȚA OAMENILOR

DANCIU Ramona Carmen

ROATIȘ Florina Cristina

VELE Andreea Simona

ZOICAȘ Raluca Mihaela

Universitatea Tehnică din Cluj Napoca
Centrul Universitar Nord din Baia Mare
România

Abstract: *Completând acest chestionar ne puteți ajuta să identificăm mai ușor care sunt preferințele oamenilor privind destinațiile turistice, activitățile pe care preferă să le desfășoare, dar și dorințele în ceea ce privește cazarea. Concediul constituie una din formele timpului liber, a cărui necesitate și însemnătate deosebită rezultă din conținutul dispozițiilor legale care îl reglementează, cât și din practica raporturilor sociale de muncă. Influența sa pozitivă asupra sănătății salariaților, posibilitățile recreative pe care le oferă, rolul său de factor în creșterea randamentului muncii, avantajele care decurg din plata indemnizației cuvenite pe timpul efectuării lui – prin urmare funcțiile sale economice și sociale – pun în lumină importanța concediului de odihnă. El este un drept garantat tuturor salariaților și nu este de conceput renunțarea sau limitările acestuia. Dacă intervin astfel de situații, un asemenea act va fi lovit de nulitate în temeiul art. 38 din Codul muncii.*

Cuvinte cheie : concediu, destinație turistică, activități culturale, sport

Bibliografie

<http://www.comunicatedeafaceri.ro/agricultura/importanta-concediului-pentru-relaxare> <https://www.copilul.ro/pentru-mama/vacante-concedii/5-motive-pentru-care-ai-nevoie-de-o-vacanta-a15594.html>
http://www.sfatulmedicului.ro/Stresul-si-sindromul-de-oboseala-cronica/cat-este-de-importanta-vacanta-pentru-reducerea-stresului_11605
<http://didactino.ro/concediul-odihna-anual-alte-concedii-salariatilor/>
<http://www.stiucum.com/marketing/cercetarea-de-marketing/Conceperea-chestionarului63629.php>

PREFERINȚELE OAMENILOR DIN MARAMUREȘ ÎNTRE TIMPUL LIBER ȘI INTERNET

SABADIȘ Marinela Ionela

DUNCA Diana Ioana

ȘTEF Daniela

Universitatea Tehnică din Cluj Napoca
Centrul Universitar Nord din Baia Mare
România

Abstract: Pentru a realiza această lucrare am analizat modul în care oamenii zilelor noastre își gestionează timpul liber. Foarte mulți dintre ei nu mai au suficient timp liber aceasta devenind "un lux". Toată lumea dorește ca această perioadă dedicată realizării unor activități care să îi detensioneze, să îi scoată din stresul de toate zilele, să fie cât mai mare, să încadreze cât mai multe ore, minute și secunde pentru a-și putea satisface micile plăceri ale vieții. Mulți aleg să își piardă nopțile în locuri zgomotoase în loc să aleagă să se perfecționeze sau să se bucure de frumusețile naturii. Chiar dacă există foarte multe moduri de a ne relaxa, toată lumea pare să fie de acord într-o anumită privință prin faptul că timpul e prea scurt și trebuie exploatat la maximum. O mare problemă în ceea ce privește timpul liber o constituie lipsa banilor. Cei mai mulți oameni preferă internetul și informarea prin intermediul blogurilor. Românii sunt în general stresați de problemele pe care le au la serviciu. Ei nu se pot relaxa în timpul liber gândindu-se des la activitatea profesională sau la problemele cotidiene. Românii au în medie aproximativ patru ore de timp liber într-o zi lucrătoare și aproximativ 9 ore într-o zi de weekend.

Cuvinte cheie: timp liber, internet, educație, informație, educație

Referințe

www.google.ro

<http://www.ziare.com/weekend/teatre/ce-faci-in-timpul-liber-650699>

idea.ro/revista/?q=ro/node/40&articol=236

www.raspunsultau.ro/stire/timpul-liber-la-romani.-preferinte-asteptari-consum/9

www.evz.ro/oamenii-care-salveaza-vietii-in-timpul-liber-1075489.html

IMPACTUL FACEBOOK

POP Adriana Petruța

TURUCKO Laura

Universitatea Tehnică din Cluj Napoca
Centrul Universitar Nord din Baia Mare
România

Abstract: Facebook a fost creat în 2004 la Harvard de către Mark Zuckerberg. El a fost creat pentru a oferi oamenilor șansa de a se cunoaște într-un mod online, mult mai rapid și mai ingenios, unde îți poți trimite poze în timp real, unde poți vorbi și te poți auzi la fel de repede. Cu timpul, Facebook a devansat Hi5, rețea care la momentul respectiv era pe locul 1 în topul rețelelor de socializare. În prezent, Facebook este cea mai mare rețea de socializare, zilnic, peste 1.23 miliarde de persoane folosesc rețeaua de socializare Facebook, iar dintre aceștia 1.15 miliarde o accesează de pe terminalele mobile. Vorbim despre o rată extrem de mare de acces de pe terminalele mobile, adică peste 90%, iar asta ne spune cât de mult folosește întreaga lume rețeaua de socializare Facebook de pe mobil. În 2016 Facebook a încasat 27.6 miliarde de dolari din vânzarea de reclame pentru companiile dispuse să le cumpere, 8.8 miliarde dintre ei fiind generați doar în T4 2016. Pentru anul 2017, cei de la Facebook se așteaptă atât la creșterea numărului de utilizatori, cât și la încasările generate de către reclame, așa că Facebook va deveni prima platformă cu 2 miliarde de utilizatori activi lunar.

Cuvinte cheie: Facebook, impact, chestionar, esanțion, cultură, mass-media

Referințe

<http://ro.blastingnews.com/divertisment/2015/03/impactul-facebook-ului-asupra-omenirii-00293137.html>

<https://www.strategicmanagementinsight.com/swot-analyses/facebook-swot-analysis.html>

http://www.doctor.info.ro/facebook_dependenta_secolului_xxi.html#ixzz4zQ1z369k

<http://www.observatorulph.ro/lifestyle/36843-ce-spune-despre-tine-numarul-de-prieteni-pe-care-ii-ai-pe-facebook#ixzz4zQ3QHlgc>

<https://www.strategicmanagementinsight.com/swot-analyses/facebook-swot-analysis.html>

GRADUL DE SATISFACȚIE FAȚĂ DE SERVICIILE BANCARE

ALMAȘI Amalia

MERCAȘ Gheorghe-Alexandru

PUICAR Bogdan-Daniel

TELEPTEAN Ionuț-Gheorghe

Universitatea Tehnică din Cluj Napoca
Centrul Universitar Nord din Baia Mare
România

Abstract: Banca este institutia care mobilizeaza mijloacele banesti disponibile, finanteaza si crediteaza persoanele fizice si juridice, organizeaza si efectueaza deconturile si platile în cadrul economiei nationale si în relatiile cu celelalte state, cu scopul de a obtine profit. Sistemul bancar din Romania este structurat pe doua nivele, respectiv o bancacentrala si institutiile financiare, carora prin lege li s-a acordat statutul de banci. Mediul în schimbare în care opereaza bancile genereaza noi oportunitati de afaceri, dar presupune totodata si riscuri mai complexe si mai diverse, care sunt o provocare pentru abordarile traditionale ale managementului bancar, pe care banca trebuie sa le gestioneze cat mai adecvat pentru a putea supravietui concurentei si pentru a sustine cresterea economica indusa de sectorul privat. Intensificarea fireasca a competitiei a determinat nevoi din ce în ce mai crescute ale institutiilor bancare de a-si cunoaste indeaproape clientii si potentialii clienti, de a le intelege mentalitatea, limbajul si atitudinea fata de diverse produse si servicii bancare, fundamentandu-si oferta si politica de comunicare pe insight-uri si informatii desprinse din realitatea cotidiana a targetului lor. Într-un mediu din ce în ce mai concurential si luptand pentru clienti din ce în ce mai educati si mai greu de satisfacut, deciziile încep sa nu se mai ia empiric, intuitiv sau prin transfer. Punctul cheie în relatia dintre banca si clientela îl reprezinta satisfacerea dorintelor clientilor si o buna comunicare cu acestia. Dezvoltarea unei relatii între client si banca, implica un numar de experiente ce le va modela comportamentul viitor fata de banca. O experinta placuta va influenta pozitiv gradul de loialitate fata de banca, precum si tendinta de a cumpara din nou si de a recomanda unitatea bancara altor potentiali clienti, ceea ce va aduce beneficii atât pentru clienti cat si pentru institutia bancara si va pastra echilibrul în aceasta ramura a economiei.

Cuvinte cheie: eșantion, chestionar, persoană fizică, persoană juridică.

Referințe

Boca Gratiela, 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> .

SMART CITY – O VIZIUNE PENTRU BAIA SPRIE

ROMAN Irina

Universitatea Tehnică din Cluj Napoca
Centrul Universitar Nord din Baia Mare
România

Abstract: *Criteriile de calitate ale serviciilor sunt grupate în cinci arii de evaluare: utilizare, conținut, management, producție și beneficii. Calitatea utilizării serviciului include accesibilitatea serviciului, ușurința și flexibilitatea utilizării sale, precum și conținutul informației rezultate și structura serviciului. Calitatea conținutului include nivelul conținutului informațional și al interacțiunii. Calitatea managementului include planificarea strategică a serviciului, precum și organizarea și monitorizarea realizării serviciului. Calitatea realizării este evaluată din mai multe perspective: dezvoltarea serviciului, orientarea pe utilizator, producerea conținutului, întreținerea, monitorizarea și dezvoltarea conținutului, securitatea și funcționalitatea serviciului. Beneficiile includ avantajele aduse utilizatorului și organizației. Sunt definite 40 de criterii de calitate și fiecare criteriu cuprinde între două și șapte caracteristici. Fabricat în România este noul concept aplicat în magazinele românești.*

Cuvinte cheie : *SMART city, viziune, management, chestionar, re-design*

Bibliografie

- Boca G. (2009) *Bazele managementului calității*, Editura Universității de Nord Baia Mare;
- Moldoveanu G., Dobrin C. (2006) *Managementul calității în sectorul public*, ASE;
- Luță, I. L., *Metode moderne de comunicare în instituțiile publice*, în *Revista de Administrație și Management Public*, http://www.ramp.ase.ro/_data/files/articole/1_o8.pdf;
- Dobrin, C., Popa, I., *Considerații privind criteriul "LEADERSHIP" din cadrul modelului EFQM de gestionare a calității*, *Revista de Administrație și Management Public*, Public
- Matei, L. (2005) *Noul management public: răspunsuri instituționale la provocările societății și ale mediului politic*, Conferința – Tendințe în dezvoltarea spațiului administrativ european, București;
- <http://referat-referate.blogspot.ro/2015/01/tendinte-moderne-in-managementul.html>;
- <http://ro.wikipedia.org/wiki/Calitate> ;

<http://conspecte.com/Managementul-calitatii/calitatea-produselor-si-serviciilor-ineconomia-contemporana.html> ;
<http://www.referatele.com/referate/diverse/online7/Calitatea-serviciilor---calitatea-si-evolutia-sistemului-asigurarii-calitatii-serviciilor-referatele.php> ;
<http://www.baiasprie.ro/>
<http://www.zmbm.ro/cont/documente/orasul-baia-sprie-312.html>
*** Legea administrației publice locale nr. 215/2001
<http://www.gazetademaramures.ro/strategia-de-dezvoltare-durabila-a-orasului-baia-sprie-2014-2020-14839>
<http://www.baiasprie.ro/anunturi/anunt10.pdf>
http://www.ramp.ase.ro/_data/files/articole/1_12.pdf;

IMBUNATATIREA CONTINUA A CALITATII PE BAZA RECLAMATIILOR SI DEFECTELOR

DUNCA DOBRICAN Codruta

Universitatea Tehnică din Cluj Napoca
Centrul Universitar Nord din Baia Mare
România

Abstract: *Divizia extruziuni este o parte din cadrul procesului tehnologic pe parcursul căruia pot să apară o serie de defecțiuni datorate factorului uman, mediului sau dificultății procesului. O analiză a defecțiunilor și reclamațiilor ca și indicatori ai calității pe o perioadă de șapte ani respectiv din 2007-2017 au scos în evidență următoarele rezultate Performanțele procesului de tratare a reclamațiilor pot deveni maxime atunci când se apelează la încurajarea clienților să comunice orice sugestie sau nemulțumire legată de produsul achiziționat, inclusiv chestionarele de satisfacție a clientului. Prin stabilirea și cultivarea unor relații durabile cu clienții - se asigură, fidelizarea și transformarea lor în surse de profit pe toată durata vieții ciclului de producție și produsului. Crearea și întărirea relațiilor cu cumpărătorii, păstrarea clienților respectivi, reprezintă cea mai bună armă de apărare pentru organizațiile actuale în lupta concurențială, într-un mediu plin de riscuri.*

Cuvinte cheie: calitate, defecte, reclamații, îmbunătățire continuă, standarde

Bibliografie

- Boca, G. (2013). *Bazele Managementului*, Editura Risoprint, Cluj Napoca.
- Boca, G (2013). *Îmbunătățirea Managementului Calității în afaceri*, Editura Risporint, Cluj Napoca.
- Juran, J.M. (1973), *Calitatea produselor*, Tratat practic de planificare, proiectare, realizare și control, Editura Tehnică București
- UAC Europe Dumbravița (2016), Manualul Calității QM-01.
- <http://www.zf.ro/zf-24/berd-acorda-25-mil-euro-universal-alloy-corporation-europe-din-maramures-15660561>, accesat la 25.01.2018.
- <https://2mnews.ro/exclusiv-investitie-de-pestre-250-de-milioane-de-euro-si-pestre-2-000-de-locuri-de-munca-in-maramures/>, accesat la data de 19.02.2018.
- http://www.bursa.ro/berd-finantare-de-25-milioane-euro-pentru-universal-alloy-corporation-europe-din-maramures-306529&s=print&sr=articol&id_articol=306529.html, accesat la data de 19.02.2018.
- <http://www.gazetademaramures.ro/din-toamna-acestui-an-scoala-profesionala-dumbravita-isi-deschide-portile-19368>, accesat la 30.05.2018
- <http://www.emaramures.ro/advertorial-universal-alloy-corporation-visul-american-trait-de-dumbravita/>, accesat la 25.01.2018.

<http://www.gazetademaramures.ro/scoala-profesionala-dumbravita-o-sansa-pentru-un-viitor-mai-bun-18905>, accesat la 30.05.2018

<http://www.zf.ro/zf-24/berd-acorda-25-mil-euro-universal-alloy-corporation-europe-din-maramures-15660561>, accesat la 25.01.2018.

http://www.referat.ro/cursuri/Tratarea_reclamatiiilor_clientilor_342d4.html, accesat la 15.06.2018.

<http://www.asociatianemus.ro/despre-noi/universal-alloy-corporation-o-companie-care-se-tine-de-cuvant>, accesat la 25.01.2018.

<https://felder-gruppe.ro/calitate/cultura-calității-crestere-si-performanta-in-cadrul-organizatiei-tale/>, accesat la 10.06.2018.

<https://felder-gruppe.ro/calitate/cultura-calității-crestere-si-performanta-in-cadrul-organizatiei-tale/>, accesat la 10.06.2018.

ANALIZA ACTIVITATII SI PROGNOZA PE PIATA AUTO ROMANEASCA

DANCIU Daniel

Universitatea Tehnică din Cluj Napoca
Centrul Universitar Nord din Baia Mare
România

Abstract: *Cu o istorie de peste 80 de ani în industria auto, România este unul dintre cele mai importante centre din Europa Centrală și de Est. Iar anul trecut 2017 piața a atins pragul de 20 de miliarde de euro. Prognozele noastre vizează pentru 2017 o cifră de afaceri a industriei auto de 23,5 miliarde de euro, din care aproape 6 miliarde revin autoturismelor, iar 17,5 miliarde componentelor auto. Creșterea din 2017 are ca surse mărirea ponderii Duster în producția Dacia, punerile în funcțiune de capacități noi și intensificarea producției în majoritatea capacităților existente în sectorul de componente. Dacia reprezintă nu doar o parte a succesului Renault din ultimii ani, ci și cheia cu ajutorul căreia Renault Group și Alianța Renault Nissan Mitsubishi pot astăzi să reclame poziția de lider global al industriei auto. Autovehiculele Dacia, care au însumat 655.235 unități vândute la nivel global, reprezintă doar o parte din povestea Logan, deoarece acestora li se adaugă alte 645.737 autovehicule din această familie care poartă sigla Renault pe capotă.*

Cuvinte cheie: piața auto, prognoză, clienți, calitate, sustenabilitate

Bibliografie

<https://www.robot.ro>
<https://ro.wikipedia.org/wiki/Volkswagen>
<https://www.volkswagen.ro>
<http://www.vw.com>
<https://www.volkswagenag.com/>
<https://www.porscheromania.ro>
<http://www.apia.ro>
<http://www.zf.ro/auto/surpriza-pe-piata-auto-cea-mai-inmatriculata-masina-din-romania-in-primul-trimestru-al-lui-2018-dacia-a-fost-detronata-din-fruntea-clasamentului-17120688>
[https://ro.wikipedia.org/wiki/Scandalul Volkswagen](https://ro.wikipedia.org/wiki/Scandalul_Volkswagen)
<https://www.profit.ro/povesti-cu-profit/auto-transporturi/exclusiv-afacerile-dacia-si-ale-familiei-logan-la-nivel-global-in-2017-1-3-milioane-de-masini-circa-35-din-vanzarile-renault-178960>
https://www.profit.ro/povesti-cu-profit/auto-transporturi/exclusiv-afacerile-dacia-si-ale-familiei-logan-la-nivel-global-in-2017-1-3-milioane-de-masini-circa-35-din-vanzarile-renault-17896006?utm_source=Profit&utm_medium=Click%2BCitest

APLICAȚII ALE NANOTEHNOLOGIILOR ÎN CREAȚIA VESTIMENTARĂ

VERDEȘ Lăcrimioara

Liceul Teoretic „Emil Racoviță”

Baia Mare

România

Abstract; *Provocările competitive la nivel mondial, au condus la dezvoltarea de materiale textile avansate, textile funcționale și cu valoare adăugată mare, astfel încât, industria textilă este unul dintre cei mai mari beneficiari ai realizărilor din domeniul nanotehnologiilor. La fel cum regele Midas transforma în aur tot ce atinge, omul tehnologic pare că și-ar dori și el să transforme orice produs de care se apropie într-unul „inteligent”. Progresul tehnologic este uimitor: după casa digitală, unde toate electrocasnicele "dialoghează" între ele, tehnologia intră adânc și în șifonier, astfel că moda viitorului ar putea deveni aceea a îmbrăcămintei care oferă purtătorului servicii multifuncționale. La început de mileniu III valorile consumatorilor s-au schimbat. De multe ori, în locul celor mai fine materiale, oamenii preferă frumusețea prin inginerie, design inovativ și caracter inteligent al produselor. În industria confecțiilor textile a apărut noul concept de îmbrăcămintă inteligentă numită și E-textiles (electronic textiles) care presupune utilizarea unor materiale care prezintă un comportament dinamic, modificându-și proprietățile sub acțiunea unor factori externi. Atât natura stimulului cât și a efectului pentru aceste materiale sunt extrem de diverse. Astfel, factorii externi includ câmpuri magnetice sau electrice, variații ale regimului termic, acțiuni mecanice, etc, iar efectele noilor materiale pot fi schimbarea culorii, generarea și transferul căldurii, utilizând curentul electric, folosirea ca senzori, sensibili la modificările de temperatură din mediu sau din corpul uman, memorarea formelor și revenirea la forma anterioară, în general sub acțiunea căldurii. Realizarea îmbrăcămintei inteligente presupune colaborarea specialiștilor din diverse domenii: medicină, industria textilă, informatică, fizică, chimie, biologie, etc., astfel ca reușita combinării datelor tehnice cu cerințele estetice și de confort să fie asigurată.*

Cuvinte cheie: E-textile, nanotehnologie, design, fashion

Bibliografie

Visileanu E., “Inovare de performanță prin textile inteligente”

Brad, R., „E-textile: îmbrăcămintea computerizată de la cercetare la producție”

Revista română de textile-pielărie, nr.1/2001

Brad, R., „Îmbrăcămintă inteligentă”- Revista română de textile-pielărie, nr.1/2001

www.descoperă.ro

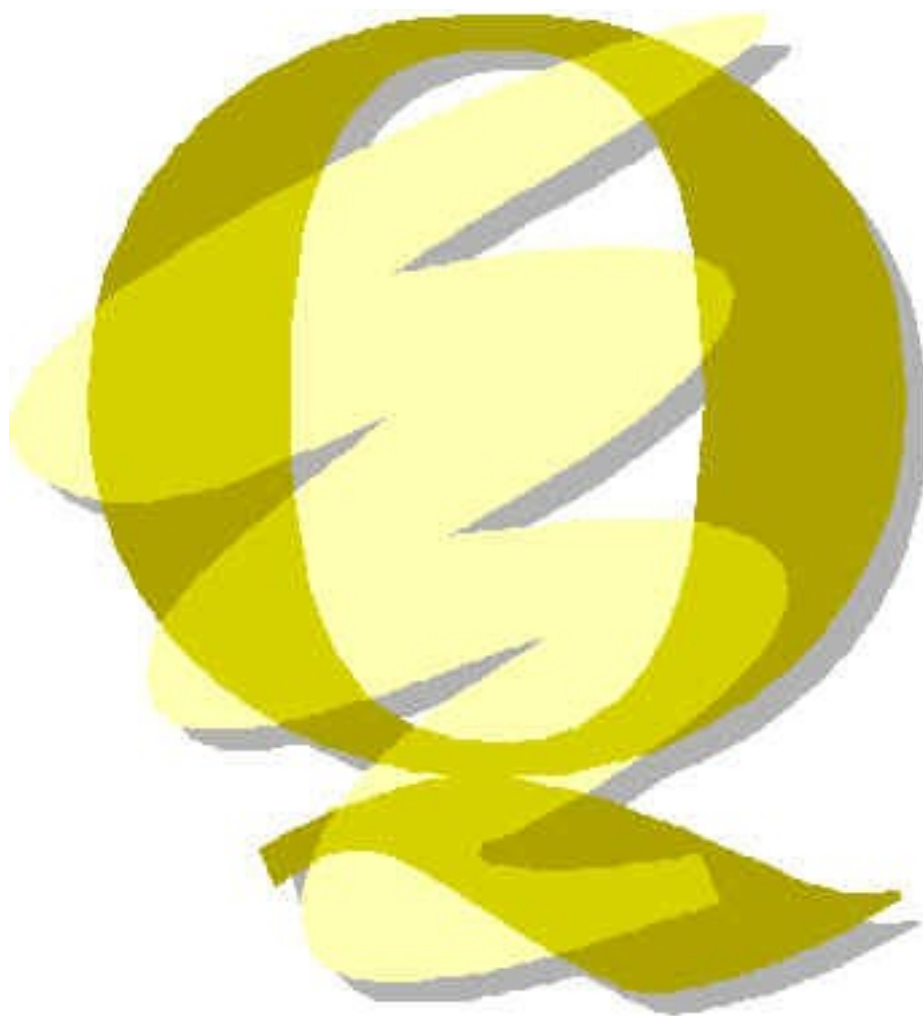
**MINISTRY OF NATIONAL EDUCATION
ROMANIA**

TECHNICAL UNIVERSITY OF CLUJ NAPOCA

NORTHERN UNIVERSITY CENTER OF BAIA MARE

FACULTY OF SCIENCES

DEPARTMENT OF ECONOMICS



QUALITY - ACCESS TO SUCCESS

ISSN 2067-5216