

## Lista de lucrări a cadrelor didactice în domeniul de studii universitare de licență

Numele și prenumele: Szócs Attila

A. Teza de doctorat.

B. Cărți (manuale, monografii, tratate, îndrumare etc.) publicate în străinătate.

C. Cărți (manuale, monografii, tratate, îndrumare etc.) publicate în țară, la edituri recunoscute CNCSIS.

D. Cărți (manuale, monografii, tratate, îndrumare etc.) publicate pe plan local.

E. Cărți (manuale, monografii, tratate, îndrumare etc.) publicate pe web.

F. Lucrări științifice publicate în reviste cotate ISI sau indexate în baze de date internaționale.

G. Lucrări științifice publicate în reviste din străinătate.

1. *Purtătorii de imagine în afara sferei instituțiilor* (2004), Budapest Management Review, XXXV. Ediție Specială, pp. 58, ISSN 0133-0179
2. *Economia comunicațiilor* (2004 – 2005), The Hungarian Journal of Marketing and Management, 38-39, 2004/6-2005/1, pp. 76, HU ISSN 1219-03-49
3. *Fundamentul științific a marketingului* (2006), The Hungarian Journal of Marketing and Management. XL. 5-6. pp. 10, HU ISSN 1219-03-49
4. *Marca: Ipostazele înțeleșului* (2007), Jel-Kép, 2, pp. 14, HU ISSN 0209-584X, Budapesta.

H. Lucrări științifice publicate în reviste din țară, recunoscute CNCSIS.

1. Scurta critică a rolului lui Milton Friedman în filosofia științelor (2006): Közgazdász Fórum. 5-2. pp. 13.
2. Marca (2009), Közgazdász Fórum 2, Vol.85, pp. 31-47. ISSN 1582-1986

I. Lucrări științifice publicate în volumele conferințelor.

1. *The Multidimensionality of the Brand Concept* (2004), International Conference on Marketing, November 5th-6th, Cluj Napoca, Romania, pp. 617, ISBN 973-656-851-2
2. *Consumer and Global Marketing Management: Benefits and Protection* (2005), The Impact of European Integration on the National Economy – Marketing, 28-29 October, Cluj-Napoca, Romania, pp. 334, ISBN 973 751 83 6

3. *Controversies Related To The Main Marketing Concepts, Need For Refreshment* (2005), 5th International Conference of PhD Students, 14-20 August, University of Miskolc, Hungary, pp. 387, ISBN 963 661 673 6
4. *The Social Dimension of the Power of the Brand* (2007): 6th International Conference of PhD Students, August 12-18, pp. 691, ISBN 978-963-661-778-3.
5. *Using Elasticity and Concentration for Cartel Categorization* (2008): International Innovation Conference for Cooperation and Development (InCoDe), October 16-18. Pécs, Ungaria. Coautori: Makó Zoltán și Burián Hunor, pp. 76, ISBN 978-963642248-6
6. *Categorization of cartels based on market factors using fuzzy information matrix* (2008): International Conference on Marketing: Marketing – from information to decision, 30-31 October, Cluj Napoca, Romania. Coautori: Makó Zoltán și Burián Hunor, pp. 399, ISBN 978-606-504-054-0.
7. Berács J. – Szócs A. (2009): *Brands as Leading Indicators of performance*. International Conference on Marketing – Marketing form Information to Decision 2nd Edition, 30-31 October, Cluj-Napoca, Romania.
8. Szócs Attila- Burián Hunor- Makó Zoltán: *Categorization of cartels based on market factors using fuzzy information matrix*, *Conferinta Politici economice - politici rurale: Provocarea de a fi membru al Uniunii Europene pe Ținutul Secuiesc*, pp. 106-122. ISBN: 978.973.1970.24.0

J. Invenții.

K. Contracte de cercetare.

L. Premii, distincții.

M. Alte realizări semnificative.