

Facultatea	Sociologie și Comunicare
Departamentul	Științe Sociale și ale Comunicării
Postul vacant	Asistent
Poziția în statul de funcții	42

Tematica prelegerii publice

1. Delimitări conceptuale în definirea brandurilor și a procesului de branding
2. Aspecte privind publicitatea și advertisingul pe internet: problematica măsurării audiențelor în mediul online
3. Proiect de cercetare: evaluarea unui program de studiu și a situației profesionale a absolvenților Facultății de Sociologie și Comunicare prin intermediul unei anchete sociologice
4. Analiza agendei comunitare privind programele de politici publice în domeniul securității cetățenilor

Bibliografie minimală:

- DAN, M., 2001, *Politici sociale*, Cluj-Napoca, Editura Napoca Star
- HOLT, Douglas B., 2004, *How Brands Become Icons: The Principles of Cultural Branding*, Boston, Massachusetts, Harvard Business Press
- OLINS, Wally, 2006, *Despre brand*, București, comunicare.ro
- PASSOS DUFFY, Marcia, 2006, *Be Your Own Boss*, San Francisco, WetFeet, Inc.
- PLUMMER, Joseph *et alli*, 2007, *The Online Advertising Playbook. Proven Strategies and Tested Tactics from The Advertising Research Foundation*, John Wiley & Sons, Inc., Hoboken, New Jersey
- ZEFF, Robbin și ARONSON, Bradley, 1999, *Advertising on the Internet*, ed. a II-a, John Wiley & Sons, Inc.

Desfășurarea concursului

Data și ora	10.02.2015, ora 10:00
Locul	Corp T, Bulevardul Eroilor, Nr. 25, Sala T II 8