|  |  |
| --- | --- |
| **Facultatea**  **Departamentul**  **Postul vacant**  **Poziţia în statul de funcţii** | **Sociologie și Comunicare**  **Științe Sociale și ale Comunicării**  **Asistent**  **42** |
| **Tematica prelegerii publice** | |
| 1. **Strategii de comunicare în branding și publicitate** 2. **Cercetarea în sprijinul elaborării strategiei promoționale** 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** 5. **Procesul de management al voluntarilor în centre de asistență socială și în unități speciale de educație** 6. **Analiza de discurs în evaluarea programelor de politici publice**   **Bibliografie minimală:**   * **DAN, M., (2001), *Politici sociale*, Cluj-Napoca, Editura Napoca Star** * **HACKLEY, C**., **(2005), *Advertising and Promotion: communicating brands*, Londra, Sage Publications** * **KAPFERER, J. N., (2008), *The New Strategic Brand Management: Creating and Sustaining Equity Long Term*, Londra și Philadelphia, Kogan Page** * **OLINS, W., (2006), *Despre brand*, București, comunicare.ro** * **RIGMAN, C. (coord.), (2009), *Instrumentar pentru managementul voluntarilor*, Cluj-Napoca, Centrul Naţional de Voluntariat Pro Vobis** * **ROCHESTER, C., PAINE**, **A. E. și HOWLETT, S., (2010), *Volunteering and Society in the 21st Century,* Basingstoke, Hampshire, Palgrave Macmillan** * **SCOLLON, R. (2010). *Analyzing public discourse: Discourse analysis in the making of public policy*, Londra, Routledge** * **TERLUTTER, R., DIEHL, S., OKAZAKI, S. (coord.), (2010) - *Advances in Advertising Research: Cutting Edge International Research* (Vol. 1), Gabler Verlag, Wiesbaden** | |
| **Desfăşurarea concursului** | |
| **Data şi ora** | **17.09.2015, ora 10:00** |
| **Locul** | **Corp T, Bulevardul Eroilor, Nr. 25, Sala T II 8** |