

- **Administrator patrimoniu III S** – 2 posturi - 8h/ zi (perioadă determinată de 12 luni) în cadrul Departamentul de comunicare, promovare și relații publice

## Bibliografia

- Apostu, D.C., 2011, Social Media pentru Învățământul Superior, UEFISCDI, Ediție online, <http://old.uefiscdi.ro/Upload/666f3b1d-a364-4bbe-9902-0bbf516324df.pdf>.
- Balaban, D.C., (2009), Publicitatea - de la planificarea strategică la implementarea media, Editura Polirom, Iași;
- Bădău, M.H.,(2011), Tehnici de comunicare în social media, Editura Polirom, Iași.
- Burcea, C., Hârțescu, I., (2014), Manual de utilizare a social media în administrația publică, Asociația „Asistență și Programe pentru Dezvoltare Durabilă–Agenda 21 Proiect:„Transparență și calitate în administrația publică prin social media”–Proiect finanțat prin granturile SEE 2009-2014, în cadrul Fondului ONG în România, Componenta I–IMPLICARE,[http://www.anfp.gov.ro/R/Doc/2014/Proiecte/Social%20Media/Manual%20Social%20media\\_final.pdf](http://www.anfp.gov.ro/R/Doc/2014/Proiecte/Social%20Media/Manual%20Social%20media_final.pdf).
- Cruceru, G., (2019), Comunicarea dintre instituțiile publice și mediul de afaceri. Bune practici în antreprenariat, Proiect: “PROmotorii Firmei Tale (PROFIT) – pentru regiunea Centru”- POCU/82/3/7/104254, <http://profit.spiruharet.ro/wp-content/uploads/2019/07/Comunicarea-dintre-instituțiile-publice-si-mediul-de-afaceri.pdf>.
- Graur, E., (2001), Tehnici de comunicare, Editura MEDIAMIRA, Cluj-Napoca, <http://itee.elth.pub.ro/~mm/tcp/exemple/Bibliografie/Tehnici-de-comunicare%20-%20MANUAL.pdf>.
- King, L., (2002), Secretele comunicării, Editura Amaltea, București.
- Marin, C., (1998), Comunicare instituțională, Studiu, Chișinău, <http://dspace.usm.md:8080/xmlui/bitstream/handle/123456789/1646/Comunicare%20institutionala.pdf?sequence=1&isAllowed=y>.
- Petrescu, D., (2002), Creativitate și investigare în publicitate, Editura Carpatina, București.
- Prutianu, S., (2008) Manual de comunicare și negociere în afaceri. Comunicarea, Ed. Polirom, Iași.
- Rogojinaru, A. (2009), Comunicare și cultura organizațională, Editura Tritonic, București.
- \*\*\*Anuarul Statistic al României, Comisia Națională de Statistică, București, 1990-2019.
- \*\*\*Asociația Orașelor din România, (2011), Ghid de elaborare a unei strategii de comunicare, București, Proiect „Dezvoltarea capacității de acțiune a Asociației Orașelor din România prin îmbunătățirea eficacității organizaționale proprii și a membrilor”, Fondul Social European, Programul Operațional Dezvoltarea Capacității Administrative, 2009- 2011, <https://www.aor.ro/documente/ProiectulIntarirea/Ghid%20de%20elaborare%20a%20unei%20strategii%20de%20comunicare.pdf>.
- \*\*\*Dicționarul Explicativ al Limbii Române, 1998, Editia a II-a, Univers Enciclopedic, București.
- \*\*\*Lege nr. 544 din 12 octombrie 2001 privind liberul acces la informațiile de interes public, <http://legislatie.just.ro/Public/DetaliiDocument/31413>.
- \*\*\*Legea Educației Naționale nr. 1/05.01.2011, cu modificările și completările ulterioare.
- \*\*\*Regulament nr. 679 din 27 aprilie 2016 privind protecția persoanelor fizice în ceea ce privește prelucrarea datelor cu caracter personal și privind libera circulație a acestor date și de abrogare a Directivei 95/46/CE (Regulamentul general privind protecția datelor), <https://www.dataprotection.ro/servlet/ViewDocument?id=1262>.
- \*\*\*Universitatea „Dunărea de Jos” din Galați, Carta Universității, <https://www.ugal.ro/informatii/documente-publice/carta-universitatii>,
- \*\*\*Universitatea „Dunărea de Jos” din Galați, Regulamente (Regulament intern, Regulament comunicare rezultate științifice), <https://www.ugal.ro/informatii/informatii-publice/regulamente>.

## Tematică

- Creativitate și planificare în publicitatea instituțională;
- Strategia de publicitate instituțională în social media;
- Rolul imaginii în comunicare;
- Comunicarea de brand – strategii neconvenționale;
- Rolul rețelelor social – media în promovarea instituțională;
- Analiza și evaluarea site-ului [www.ugal.ro](http://www.ugal.ro) și a conturilor instituționale pe rețelele sociale.
- Rolul și importanța comunicării în instituțiile publice;
- Editare grafică, editare foto-video.