

**TEMATICA ȘI BIBLIOGRAFIA DE CONCURS
PENTRU POSTUL DE LECTOR – POZIȚIA 27**

1. RELAȚII PUBLICE SECTORIALE – ORGANIZAȚII NON-PROFIT

- a. **Societatea civilă**
- b. **Tipologia, rolul și funcțiile organizațiilor non-profit**
- c. **Planificarea campaniilor sociale**

Bryson, John M., *Planificarea strategică pentru organizații publice și non-profit*, trad. Diana Stanciu, București, Ed. ARC, 2002

Keane, John, *Societatea civilă. Imagini vechi, viziuni noi*, trad. Areta Voroniuc, Iași, Ed. Institutul European, 2003

Kotler, Philip; Andreasen, Alan R., *Strategic Marketing for Non-Profit Organisations*, Prentice Hall Inc., 1996

Kotler, Philip; Nancy, Lee, *Marketing în sectorul public*, trad. Dan Criste, Ed. Meteor Press, 2008

Vlăsceanu, Mihaela, *Sectorul nonprofit*, București, Ed. Paideia, 1996

Vlăsceanu, Mihaela, *Economie socială și antreprenoriat. O analiză a sectorului nonprofit*, Iași, Ed. Polirom, 2010

Wilcox, Dennis L.; Cameron, Glen T.; Ault, Phillip H.; Agee, Warren K., *Relații Publice. Strategii și Tactici*, trad. coord. Ion Vaciu, Roxana Onea, București, Ed. Curtea Veche, 2009

2. EVALUAREA CAMPANIILOR DE RELAȚII PUBLICE

- a. **De ce evaluăm: rolul strategic al evaluării**
- b. **Ce evaluăm: outputs, outtakes, outcomes**
- c. **Cum evaluăm: instrumente**
- d. **Evaluare în PRul online**

Grunig, Larissa A.; Grunig, James E.; Dozier, David M., *Excellent Public Relations and Effective Organizations: a study of communication management in three countries*, Routledge, 2009

Lindenmann, Walter K., *Guidelines for measuring the effectiveness of PR programs and activities*, The Institute for Public Relations, 2002 (1997), http://www.instituteforpr.org/wp-content/uploads/2002_MeasuringPrograms.pdf

Watson, Tom; Noble, Paul, *Evaluating Public Relations: A Guide to Planning, Research and Measurement (PR in Practice)*, 3rd edition, Kogan Page Ltd., 2014 (2007, 2005)

Wilcox, Dennis L.; Cameron, Glen T.; Ault, Phillip H.; Agee, Warren K., *Relații Publice. Strategii și Tactici*, trad. coord. Ion Vaciu, Roxana Onea, București, Ed. Curtea Veche, 2009

3. INTRODUCERE ÎN PSIHOLOGIA CONSUMATORULUI (atelier opțional)

- a. Elemente de branding**
- b. Tipare de consum**
- c. Factori de influență**
- d. Instrumente de cercetare**

Bohler, Sebastian, *150 de experimente pentru a înțelege manipularea mediatică*, trad. Dana-Maria Cimpoi, Iași, Ed. Polirom, 2009

Dagenais, Bernard, *Campania de relații publice*, trad. Romina Surugiu, George Surugiu, Iași, Ed. Polirom, 2003

Guéguen, Nicolas, *Psihologia consumatorului - factorii care ne influențează comportamentul de consum*, trad. Marius Roman, Iași, Ed. Polirom, 2006

Kennedy, Dan S., *The ultimate marketing plan (3rd edition)*, Adams Media, Avon Massachusetts, 2006 (2000, 1991)

Kotler, Philip; Armstrong, Gary; Saunders, John; Wong, Veronica, *Principiile marketingului*, trad. Dan Criste, Cosmin Crișan, București, Ed. Teora, 2001

Kotler, Philip; Keller, Kevin Lane, *Managementul marketingului*, ed. a V-a, trad. de Cosmin Crișan, Smaranda Nistor, București, Ed. Teora, 2008

Mucchielli, Alex, *Arta de a comunica. Metode, forme și psihologia situațiilor de comunicare*, trad. Giuliano Sfichi, Gina Puica, Marius Roman, Iași, Ed. Polirom, 2005

Olins, Wally, *Manual de Branding*, trad. Ovidiu Miron, București, Ed. Vellant, 2009

Ries, Al; Ries, Laura, *Căderea advertisingului și ascensiunea PR-ului*, trad. Liana Tomescu, București, Ed. Brandbuilders, 2005

4. PR ONLINE (atelier opțional)

- a. Strategie și proces în PR online**
- b. Platforme online și de social media**
- c. Instrumente new media**
- d. Redactarea textelor pentru PRul online**

Bădău, Horea Mihai, *Tehnici de comunicare în social media*, Iași, Ed. Polirom, 2011

Ries, Al; Ries, Laura, *Cele 11 legi imuabile ale internet brandingului*, trad. Liana Tomescu, București, Ed. Brandbuilders, 2006

Wilcox, Dennis L.; Cameron, Glen T.; Ault, Phillip H.; Agee, Warren K., *Relații Publice. Strategii și Tactici*, trad. coord. Ion Vaciu, Roxana Onea, București, Ed. Curtea Veche, 2009