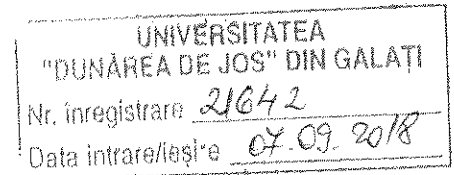


Universitatea „Dunărea de Jos” din Galați
Facultatea de Economie și administrarea Afacerilor
Titlu proiect: Modelarea empirică și dezvoltarea experimentală a
instrumentelor asociate tehnologiilor emergente din domeniul
rețelelor sociale online ” (cod proiect PN-III-P1-1.2-PCCDI-2017-
0800)
Nr. contract finanțare: 86PCCDI/2018

Nr. înregistrare



**Universitatea „Dunărea de Jos” din Galați organizează concurs
pentru ocuparea următoarelor posturi temporare vacante**

1. Denumirea posturilor: Asistent cercetare economist în marketing /cod COR 263121- 2posturi

2. Durata: determinată, de la data de 15/10/2018 până la data de 15/09/2022

3. Norma de lucru 8 ore/zi (normă întreagă)

4. Cerințele postului:

Studii: superioare

Experiență/vechime: 0 ani

Competențe: cunoștințe privind aplicabilitatea tehnologiilor emergente din domeniul inteligenței artificiale în domeniul marketingului

Cunoașterea unei limbi străine: **Engleză**

Cunoștințe solide de limba română, probate cu CERTIFICAT DE COMPETENȚĂ LINGVISTICĂ (valabilitatea acestuia este de 2 ani de la data emiterii), pentru persoanele care nu au cetățenie română.

5. Descrierea postului:

Activități în domeniul inteligenței artificiale aplicate în marketing, în cadrul contractului de cercetare științifică cod PN-III-P1-1.2-PCCDI-2017-0800, contract nr. 86PCCDI/2018, cu titlul: „ Modelarea empirică și dezvoltarea experimentală a instrumentelor asociate tehnologiilor emergente din domeniul rețelelor sociale online” – *FutureWeb*.

6. Conținutul dosarului de candidatură:

Conform art. 6 al Regulamentului-cadru candidații vor prezenta un dosar de concurs care va conține următoarele documente:

- cererea de înscriere la concurs adresată conducătorului autorității sau instituției publice organizatoare;
- copia actului de identitate sau orice alt document care atestă identitatea, potrivit legii, după caz;
- copiile documentelor care să ateste nivelul studiilor și ale altor acte care atestă efectuarea unor specializări, precum și copiile documentelor care atestă îndeplinirea condițiilor specifice ale postului solicitate de autoritatea sau instituția publică;
- carnetul de muncă sau, după caz, adeverințele care atestă vechimea în muncă, în meserie și/sau în specialitatea studiilor, în copie;
- cazierul judiciar sau o declarație pe propria răspundere că nu are antecedente penale care să-l facă incompatibil cu funcția pentru care candidează;
- adeverință medicală care să ateste starea de sănătate corespunzătoare eliberată cu cel mult 6 luni anterior derulării concursului de către medicul de familie al candidatului sau de către unitățile sanitare abilitate;
- curriculum vitae și listă de lucrări
- diplomă de doctor în domeniile: Marketing/ Management/Economie/Calculatoare/Tehnologia Informației/ Automatică

Adeverința care atestă starea de sănătate conține, în clar, numărul, data, numele emitentului și calitatea acestuia, în formatul standard stabilit de Ministerul Sănătății.

În cazul în care candidatul depune o declarație pe proprie răspundere că nu are antecedente penale, în cazul în care este declarat admis la selecția dosarelor, acesta are obligația de a completa dosarul de concurs cu originalul cazierului judiciar, cel mai târziu până la data desfășurării primei probe a concursului.

Pentru a ocupa un post contractual vacant sau temporar vacant candidații trebuie să îndeplinească următoarele condiții generale, conform art. 3 al Regulamentului-cadru aprobat prin Hotărârea Guvernului nr. 286 din 23 martie 2011, modificat prin HG 1027 din 24 noiembrie 2014:

- a) are cetățenia română, cetățenie a altor state membre ale Uniunii Europene sau a statelor aparținând Spațiului Economic European și domiciliul în România;
- b) cunoaște limba română, scris și vorbit;
- c) are vârsta minimă reglementată de prevederile legale;
- d) are capacitate deplină de exercițiu;
- e) are o stare de sănătate corespunzătoare postului pentru care candidează, atestată pe baza adeverinței medicale eliberate de medicul de familie sau de unitățile sanitare abilitate;
- f) îndeplinește condițiile de studii și, după caz, de vechime sau alte condiții specifice potrivit cerințelor postului scos la concurs;
- g) nu a fost condamnată definitiv pentru săvârșirea unei infracțiuni contra umanității, contra statului ori contra autorității, de serviciu sau în legătură cu serviciul, care împiedică înfăptuirea justiției, de fals ori a unor fapte de corupție sau a unei infracțiuni săvârșite cu intenție, care ar face-o incompatibilă cu exercitarea funcției, cu excepția situației în care a intervenit reabilitarea.

7. Probe de concurs:

- a) probă scrisă**/probă practică
- b) interviu

8. Calendarul concursului:

14/09/2018	Publicarea anunțului
28/09/2018	Depunerea dosarelor de concurs ale candidaților
1/10/2018	Susținerea probei scrise
1/10/2018	Afișarea rezultatelor la proba scrisă
2/10/2018	Depunerea contestațiilor la proba scrisă
3/10/2018	Afișarea rezultatelor soluționării contestațiilor
4/10/2018	Susținerea interviului
4/10/2018	Afișarea rezultatelor privind interviul
5/10/2018	Depunerea contestațiilor la interviu
8/10/2018	Afișarea rezultatelor soluționării contestațiilor
9/10/2018	Afișarea rezultatelor finale

9. Depunerea dosarului de concurs

Facultate/Departament/Serviciu	Registratura Universității Dunărea de Jos din Galați
Adresa	Str. Domnească, nr. 47, Galați

10. Desfășurarea concursului:

Facultate/Departament/Serviciu	Facultatea de Economie și Administrarea Afacerilor
Adresa	Str. N. Bălcescu, nr. 59-61, Galați

Persoana de contact pentru informații suplimentare:

Prof. univ. dr. Alexandru Căpățînă, tel. 0723636396, e-mail: alexandru.capatana@ugal.ro

Director proiect

Prof. univ. dr. Adrian Micu

ANEXA**TEMATICĂ ȘI BIBLIOGRAFIE CONCURS****Tematica**

- Impactul social media asupra brandurilor
- Instrumente destinate proceselor de predictive analytics cu aplicabilitate în social media
- Algoritmi de deep learning cu aplicabilitate în Social Media Marketing
- Aplicații în marketingul online bazate pe rețele neurale
- Utilizarea algoritmilor de machine learning pentru analiza imaginii de brand în social media
- Utilizarea algoritmilor de machine learning pentru analiza sentimentelor în social media
- Utilizarea algoritmilor de machine learning pentru analiza audienței în social media

Bibliografie

Sterne, J. (2017). Artificial intelligence for marketing: practical applications. John Wiley & Sons.

Katsov, I. (2017). Introduction to Algorithmic Marketing: Artificial Intelligence for Marketing Operations

Evans, D. (2010). Social media marketing: the next generation of business engagement. John Wiley & Sons.

Felix, R., Rauschnabel, P. A., & Hinsch, C. (2017). Elements of strategic social media marketing: A holistic framework. *Journal of Business Research*, 70, 118-126.

Zeng, D., Chen, H., Lusch, R., & Li, S. H. (2010). Social media analytics and intelligence. *IEEE Intelligent Systems*, 25(6), 13-16.

Hennig-Thurau, T., Hofacker, C. F., & Bloching, B. (2013). Marketing the pinball way: understanding how social media change the generation of value for consumers and companies. *Journal of Interactive Marketing*, 27(4), 237-241.

**Director proiect,
Prof. univ. dr. Adrian Micu**

