

Nicolae Sfetcu

facebook

pentru afaceri și utilizatori

MultiMedia Publishing

Facebook pentru afaceri și utilizatori

Nicolae Sfetcu

Publicat de Nicolae Sfetcu

Copyright 2016 Nicolae Sfetcu

Ediția a doua

PREVIZUALIZARE CARTE

Ce este Facebook?

Facebook este, de departe, cea mai cunoscută rețea socială, care permite utilizatorilor înregistrați să își creeze profiluri proprii, să încarce și să partajeze cu prietenii fotografii și clipuri video, să trimită mesaje și să păstreze legătura cu prietenii, familia și colegii, oricât de departe ar fi de aceștia.

Facebook a început în Statele Unite, ca o modalitate pentru studenți să se cunoască mai bine între ei și să rămână în contact atunci când sunt plecați din campus, și a evoluat de atunci pentru a deveni un nou mod de a fi.

Facebook nu mai este, într-adevăr, un site web. Este un alt Internet, dar unul comercial. Utilizând cele mai moderne tehnologii de comunicații, Facebook a schimbat radical felul în care ne conectăm între noi. Facebook este omniprezent. Nu poți merge cinci minute fără a nu fi întâmpinat de marca și însemnele Facebook, atât în media tradițională cât și online. Facebook crează dependență. A țesut o urzeală între viețile noastre care nu mai poate fi destrămată fără implicații majore pentru fiecare din noi. Facebook este magnetic prin angajamentul social pe care îl implică. Facebook operează un sistem de conectare la scară globală fără precedent.

Utilizatorii creează un cont gratuit, care acționează ca un profil pentru fiecare din ei, în care aceștia partajează atât de multe sau puține informații personale câte dorește fiecare. Profilele sunt de obicei create folosind un nume real, deși unii utilizatori aleg să folosească un pseudonim sau poreclă, iar profilele sunt adesea însoțite de o fotografie.

Totul începe cu o simplă înregistrare pe baza unor informații de bază, care îți permite apoi să publici ce dorești și să intri în contact cu oameni online. Regăsești prieteni vechi, îți faci alții noi, găsești oameni sau grupuri de oameni cu interese comune, sau partajezi pozele și clipurile tale de viață cu un prieten din cealaltă parte a lumii - ești atât de limitat pe cât dorești să fii.

Conectarea la Facebook

Crearea unui cont

Înainte de înregistrare

- Facebook este un site gratuit și nu va solicita plată pentru utilizarea site-ului. Dar, după ce v-ați înregistrat, aveți posibilitatea să faceți cumpărături pe facebook, de ex. jocuri, aplicații, etc. În plus, dacă alegeți să utilizați Facebook de pe telefonul mobil, țineți cont de faptul că veți fi responsabil pentru orice taxe asociate cu utilizarea internetului și/sau a mesajelor text stabilite de operatorul de telefonie mobilă.
- Pentru a face un cont pe Facebook și a folosi site-ul, vârsta minimă este de 13 ani.
- Nu sunt permise conturi folosite în comun de mai multe persoane. În plus, aveți voie să vă înscrieți doar pentru un cont de Facebook pentru fiecare adresă de e-mail.
Întrucât fiecare cont aparține unei singure persoane, Facebook impune tuturor să folosească numele real pe contul folosit. În acest fel, veți ști de fiecare dată cu cine intrați în contact.
- Facebook permite utilizatorilor să trimită invitații de înscriere pe site la persoanele pe care le cunosc, prin introducerea unei adrese de e-mail sau prin oferirea accesului la contactele lor. Din această cauză, este posibil să primiți o astfel de invitație prin e-mail de la un membru Facebook care vă are în lista lui de contacte.
Dacă sunteți deja înregistrat pe Facebook, este posibil ca prietenul respectiv să fi folosit o adresă de e-mail care nu este conectată la contul dvs. de Facebook. Dacă doriți, puteți adăuga această adresă de e-mail la contul dvs. de Facebook existent pentru a vă asigura că nu veți mai primi invitații Facebook trimise la această adresă de e-mail pe viitor.
Dacă nu aveți un cont de Facebook și doriți să creați unul, puteți utiliza e-mail-ul primit pentru a începe procesul de înregistrare.
Dacă nu doriți să mai primiți invitații de la prieteni, puteți folosi link-ul de dezabonare din partea de jos a mesajului primit.

Crearea unui cont nou

Înregistrarea

Dacă nu aveți un cont de Facebook, puteți să vă înscrieți pentru unul în câțiva pași:

.....

Profil și cronologie

Perete

Peretele este zona originală a profilului utilizatorului, înlocuită acum cu zona de cronologie, unde, din decembrie 2011, este afișat conținutul utilizatorului. Aceasta a permis postarea de mesaje, de multe ori note scurte sau temporale, pentru ca utilizatorii să vadă ora și data la care a fost scris mesajul. Peretele unui utilizator este vizibil pentru oricine are dreptul să vadă profilul său complet, iar postările de pe peretele prietenilor apar în fluxul de știri al utilizatorului.

În iulie 2007, Facebook a permis utilizatorilor să încarce *fișiere* atașate la perete, acesta fiind până atunci limitat la doar text. În mai 2008, aplicația Wall-to-Wall pentru fiecare profil a fost limitată la doar 40 de posturi. Facebook mai târziu a permis utilizatorilor să insereze *cod HTML* în boxe atașate la perete prin aplicații, cum ar fi Static FBML care a permis specialiștilor în marketing să urmărească utilizarea de către fani a paginilor lor cu Google Analytics.

Conceptul de *etichetare* în actualizările de stare, o încercare de a imita Twitter, a început pe 4 septembrie 2009. Acest lucru a însemnat punerea numelui de utilizator, a unui brand, eveniment, sau grup, într-o postare, în așa fel încât să se lege de peretele din pagina de Facebook care a fost etichetată, și să facă postul să apară și în fluxurile de știri pentru acea pagină, precum și în cele ale prietenilor selectați. Acest lucru a fost realizat prima dată cu ajutorul simbolului "@" urmat de numele persoanei. Mai târziu, a putut fi folosit un ID numeric pentru persoană. La începutul anului 2011, a fost adăugată etichetarea în comentarii.

În plus față de postările altor utilizatori, peretele afișa și alte evenimente care au avut loc pe profilul utilizatorului. Aceasta includea schimbarea informațiilor, schimbarea pozei de profil, și când se conecta cu utilizatori noi, printre altele.

Peretele a fost înlocuit cu profilul cronologic, care a fost introdus în decembrie 2011.

Profilul și cronologia

În 2007, Facebook a lansat Paginile Facebook (numite de unii utilizatori și "Pagini pentru fani"), pentru a permite "utilizatorilor să interacționeze și să se conecteze cu întreprinderi și organizații în același mod în care interacționează cu alte profile de utilizator pe Facebook". Pe 6 noiembrie 2007 au fost lansate mai mult de 100.000 de pagini pe Facebook.

.....

Administrarea contului

Setările contului

Linkul pentru [setări](#) poate fi găsit făcând clic pe săgeata din dreapta sus și apoi pe *Setări*. Poți configura numele și adresa de email, securitatea contului, confidențialitatea, și eventualele metode de plată.

Parola

Parola trebuie să conțină minimum 6 caractere. Este recomandabil să conțină atât litere mari cât și mici, numere, și caractere speciale.

Adresa de email

Pentru a schimba adresa de email la care primești notificările de la Facebook

1. Mergi în secțiunea *Setări > General*
2. Mergi la *Adresă de e-mail* și apeși pe linkul *Editează* din dreapta
3. Apasă linkul *Adaugă altă adresă de e-mail sau alt număr de telefon*.
4. Introdu noua adresă de email și apasă *Salvează modificările*.
5. Confirmă parola contului.
6. Salvează modificarea

Vei primi un mesaj pe noua adresă de email, pentru confirmare. În cazul în care ai în cont mai multe adrese de email, vei primi mesajele pe adresa care este considerată ca fiind *E-mail de contact principal*.

Adresa de email de la Facebook, @facebook.com

Această adresă de email este opțională, și va avea în dreapta @ numele tău de utilizator Facebook. Toate mesajele transmise la @facebook.com sunt direcționate către adresa ta de email principală.

Pentru a activa sau dezactiva această adresă de email, mergi la *Setări > General > Adresă de e-mail > Editează*, și bifează sau dezactivează căsuța cu opțiunea *Folosește adresa de e-mail Facebook*.

Setarea limbii

Pentru a schimba limba pentru Facebook corespunzătoare contului tău, mergi la *Setări > General > Limbă > Editează*, și selectează limba dorită.

.....

Funcții Facebook

Pe 20 iulie 2008 Facebook a introdus "Facebook Beta", un redesign semnificativ de interfață de utilizator. Mini-Feed și peretele au fost consolidate, profilele au fost separate în secțiuni tabulate, și s-a făcut un efort pentru a crea un aspect "curat". După ce a dat inițial utilizatorilor posibilitatea de a alege pentru a comuta, Facebook a început migrarea tuturor utilizatorilor la noua versiune începând cu luna septembrie 2008. Pe 11 decembrie 2008 s-a anunțat că Facebook a testat posibilitatea unui proces de înscriere mai simplu.

Evenimente

Evenimente Facebook sunt o modalitate a membrilor de a aduce la cunoștință prietenilor despre evenimentele viitoare din comunitatea lor și de a organiza adunări sociale. Evenimente necesită un nume de eveniment, detalii, locația, ora de începere, tipul de confidențialitate, și o lista de prieteni invitați. Evenimentele pot fi publice sau private. Evenimente private nu pot fi găsite în căutări și pot fi accesate numai pe bază de invitație invitație. Cei care nu au fost invitați nu pot vizualiza descrierea unui eveniment privat, de perete, sau fotografii. De asemenea, ei nu vor vedea nicio postare din fluxul de știri despre eveniment. La constituirea unui eveniment utilizatorul poate alege să permită prietenilor să încarce fotografii sau clipuri video. Rețineți că, spre deosebire de evenimentele din lumea reală, toate evenimentele sunt tratate ca entități separate.

În februarie 2011, Facebook a început să folosească microformatul hCalendar pentru a marca evenimente, și microformatul hCard pentru locațiile evenimentelor, permițând extragerea de detalii din calendarele proprii ale utilizatorilor sau aplicații de mapare. Terțe părți facilitează exportarea de evenimente din paginile Facebook pentru un format iCalendar.

Piața

În mai 2007, Facebook a introdus Facebook Marketplace pentru a permite utilizatorilor să posteze anunțuri gratuite de mica publicitate în următoarele categorii: vânzări, imobiliare, locuri de muncă, etc. Anunțurile pot fi postate în oricare format disponibil sau dorit. Anunțurile sunt disponibile pentru toți utilizatorii Facebook și sunt în prezent gratuite. În 2009, Facebook a transferat dreptul de proprietate asupra Marketplace către Oodle.

Locuri

Facebook a anunțat Places pe 18 august 2010, o funcție care permite utilizatorilor autentificați, folosind un dispozitiv mobil, să prietenilor lor unde se găsesc în acel moment.

.....

Pagini Facebook



Paginile Facebook ajută firmele, organizațiile și brandurile să se facă cunoscute și să se conecteze cu oamenii. Dați like la o pagină când sunteți interesat în a obține actualizări despre activitatea lor.

Ce este o pagină Facebook?

Paginile sunt destinate firmelor, brandurilor și organizațiilor pentru a-și dezvolta imaginea, proiectele, produsele și serviciile. Ca și la profiluri, puteți personaliza paginile prin publicarea de postări, găzduirea de evenimente, adăugarea de aplicații, etc. Persoanele care dau like la pagină și prietenii lor primesc actualizările prin fluxul lor de știri.

Puteți crea și gestiona o pagină din contul personal.

Dacă doriți să creați o pagină pentru a reprezenta o afacere, brand, organizație sau celebritate, trebuie să fiți un reprezentant oficial al acestei entități.

Diferența dintre pagini și profiluri personale

Profilurile personale sunt pentru uz non-comercial și reprezintă persoane individuale. Puteți urmări profiluri pentru a vedea actualizările publice ale persoanelor care vă interesează, chiar dacă nu sunteți prieten cu acestea.

.....

Publicarea și partajarea

Fotografii

Aprecieri și comentarii pe fotografii

Ștergerea unui comentariu (când ai acest drept): mergi în dreapta comentariului cu mouse-ul. Va apare o cruce (x) și textul *Șterge*. Clic pe *Șterge*. Confirmă pe fereastra care apare apăsând pe *Șterge*.

Ștergerea sau editarea propriului comentariu: mergi în dreapta comentariului cu mouse-ul. Va apare semnul de editare cu opțiunile *Editează* și *Șterge*. Clic pe opțiunea dorită. Pentru ștergere, va trebui să confirmi. Pentru editare apeși pe *Editează*. După modificare apasă tasta *Enter* pentru a accepta modificarea, sau *Esc* pentru a renunța. Versiunea anterioară modificării este accesibilă celorlalți utilizatori.

Limitări: Facebook poate limita vizibilitatea unor fotografii și clipuri video cu conținut grafic, de exemplu în cazul unui conținut pentru adulți.

Fotografii de înaltă rezoluție

Facebook afișează întotdeauna cea mai bună rezoluție a fotografiilor.

Încărcarea de fotografii de înaltă rezoluție: Pentru aceasta, se bifează căsuța "Înaltă calitate" atunci când se crează un album nou.

Vizualizare fotografii în modul ecran complet: Pentru browserele Chrome și Firefox fotografiile pot fi vizualizate pe tot ecranul, astfel:

1. Clic pe poză pentru a o mări
2. Puneți mouse-ul deasupra pozei și clic *Opțiuni*
3. Selectați *Vezi pe tot ecranul*.

sau clic pe săgeata dublă din dreapta sus a fotografiei și apoi clic pe *Allow* pentru a permite vizualizarea pe tot ecranul.

Din acest mod de vizualizare se poate ieși prin clic pe tasta *Escape (ESC)*.

Afișarea fotografiilor în cea mai bună calitate posibilă: facebook redimensionează și formatează fotografiile încărcate. Pentru a maximiza calitatea acestora:

.....

Fluxul de știri (Noutăți)

Pe 6 septembrie 2006 fost anunțat fluxul de știri, care apare pe pagina de start pentru fiecare utilizator și evidențiază informații, inclusiv schimbări de profil, evenimente viitoare, și zilele de naștere ale prietenilor utilizatorului. Acest lucru a permis autorilor de spam și altor utilizatori să manipuleze aceste caracteristici prin crearea de evenimente nelegitime, sau postarea de nașteri false, pentru a atrage atenția asupra profilului sau cauzelor lor. Inițial, fluxul de știri a provocat nemulțumire în rândul utilizatorilor de Facebook. Unii s-au plâns că e prea aglomerat și plin de informații nedorite, alții s-au îngrijorat de faptul că a devenit prea ușor pentru alții să le urmărească activitățile individuale (cum ar fi modificări de relații, evenimente, și conversații cu alți utilizatori).

În răspuns, Zuckerberg a cerut scuze pentru eșecul site-ului în a include caracteristicile corespunzătoare de confidențialitate personalizabile. De atunci, utilizatorii au posibilitatea de a controla ce tipuri de informații sunt partajate în mod automat cu prietenii. Utilizatorii au acum posibilitatea de a preveni categorii prestabilite de prieteni pe Facebook să le vadă actualizările pentru anumite tipuri de activități, inclusiv schimbări de profil, posturi de perete, și prietenii noi adăugați.

Pe 23 februarie 2010, Facebook a obținut un brevet privind anumite aspecte ale fluxului său de știri. Brevetul se referă fluxuri de știri în care linkurile sunt furnizate astfel încât un utilizator poate participa la aceeași activitate cu un alt utilizator. Brevetul poate încuraja Facebook să acționeze în justiție site-urile care încalcă brevetul său, inclusiv posibilitatea pentru site-uri precum Twitter.

Una dintre cele mai populare aplicații de pe Facebook este aplicația Photos, unde utilizatorii pot încărca albume și fotografii. Facebook permite utilizatorilor să încarce un număr nelimitat de fotografii, în comparație cu alte servicii de hosting de imagini, cum ar fi Photobucket și Flickr, care limitează numărul de fotografii pe care un utilizator poate să le încarce. În primii ani, utilizatorii Facebook erau limitați la 60 de fotografii pe album. Din luna mai 2009, această limită a fost majorat la 200 de fotografii pe album.

Setările de confidențialitate pot fi setate pentru albume individuale, limitând grupurile de utilizatori care pot vedea un album. De exemplu, intimitatea unui album poate fi setată astfel încât doar prietenii utilizatorului pot vedea albumul, în timp ce intimitatea unui alt album poate fi setată astfel încât toți utilizatorii Facebook îl pot vedea. O altă caracteristică a aplicației Photos este abilitatea de a "eticheta" utilizatorii într-o fotografie. De exemplu, dacă o fotografie conține prieteni al unui utilizator, atunci utilizatorul poate eticheta prietenii în fotografie. Această aplicație trimite o notificare la prietenii care au fost etichetați, și le oferă un link pentru a vedea fotografia.

.....

Mesaje și chat

Trimiterea unui mesaj

Trimiterea de mesaje: Pentru a trimite un mesaj:

1. Clic pe linkul pentru mesaje din meniul orizontal sus dreapta.
2. Clic pe linkul *Trimite un mesaj nou*. Va apare fereastra pentru mesaje.
3. Începeți să introduceți un nume în câmpul *Către*. Se vor derula nume de prieteni și persoane pe care le cunoașteți.
4. Selectați persoana sau persoanele la care doriți să transmiteți mesajul.
5. Opțional: puteți încărca o imagine ca atașament, sau puteți include un sticker sau emoticon, folosind linkul specific din dreapta jos a ferestrei pentru mesaje (*Adaugă fotografii*, respectiv *Alege un sticker sau un emoticon*)
6. Tastați mesajul și apăsați tasta Enter.

Puteți, de asemenea, trimite un mesaj unei persoane ajungând pe profilul acesteia și făcând clic pe linkul *Mesaj* din partea de sus a profilului său.

Mesajul transmis ajunge în directorul *Inbox* pentru mesaje al destinatarului. Dacă destinatarul este online i se va deschide automat fereastra de mesaje cu mesajul transmis. Dacă nu este online, mesajul rămâne în *Inbox*-ul destinatarului și acesta va primi o notificare, în secțiunea de notificări și, în funcție de setările destinatarului, prin email.

Mesajele transmise **nu pot fi anulate** sau șterse din *Inbox*-ul destinatarului.

Cum știți dacă un prieten a văzut mesajul pe care l-ați trimis? Când destinatarul vede mesajul cel mai recent mesaj al dvs., acesta va fi marcat ca vizualizat. În acest fel, știți întotdeauna cine a văzut mesajul, și cine nu.

Cum adăugați pe cineva la o discuție? Pentru a adăuga o persoană la o conversație de grup:

1. Faceți clic pe linkul pentru mesaje din meniul orizontal sus dreapta
2. Deschideți conversația deja existentă
3. Din meniul *Opțiuni* din dreapta sus a ferestrei pentru mesaj, faceți clic pe *Adaugă prieteni la discuție*
4. Tastați numele persoanelor pe care doriți să le adăugați
5. Faceți clic pe *Gata*.

Oricine este adăugat va vedea toate mesajele anterioare din conversație.

.....

Facebook mobil

Integrarea smartphone

Multe smartphone-uri oferă acces la serviciile Facebook, fie prin intermediul browserelor lor web sau prin alte aplicații. Site-ul Facebook compatibil iPhone a fost lansat în august 2007, și în iulie 2008, peste 1,5 milioane de oameni foloseau în mod regulat această facilitate, în momentul în care a fost lansată o aplicație gratuită pentru iOS numită "Facebook pentru iPhone". Versiunea 2.0 a acestei aplicații a fost lansat în septembrie 2008 și a prezentat servicii îmbunătățite, cum ar fi posibilitatea de a răspunde la cereri de prietenie și notificările. Versiunea 3.0 a fost lansat în august 2009 și a adăugat caracteristici cum ar fi evenimente și încărcarea video cu un iPhone 3GS.

Microsoft a dezvoltat o aplicație pentru Facebook pe platforma lor Windows Phone 7, disponibilă în Windows Phone Marketplace. Utilizatorii pot fixa elemente, cum ar fi Mesaje, Evenimente, News Feed, și fotografii direct pe ecranul de start al telefonului. De asemenea, include notificări pentru evenimente, cereri de prietenie, etichete, etc. Platforma Windows Mobile include caracteristici cum ar fi mesagerie, încărcarea de imagini și fișiere video direct din aparat, gestionează informații de profil, integrare de contact care permite utilizatorilor să apeleze pe cineva din lista de prieteni dacă care are numărul de telefon al persoanei în informațiile de profil. De asemenea, este posibil să se adauge o caracteristică de chat pentru Windows Mobile prin intermediul software terț, cum ar fi FIM, disponibil în Windows Mobile Marketplace. Nokia oferă, de asemenea, o aplicație Facebook în Ovi Store pentru Nokia S60 precum N97, cu cele mai multe din funcționalitățile site-ului complet.

Sistemul de operare Android 2.0 de la Google include în mod automat o aplicație oficială de Facebook. Primul dispozitiv care a utilizat această aplicație a fost Motorola Droid. Aplicația are opțiuni pentru a sincroniza prietenii de pe Facebook cu contactele, adaugă imagini de profil și actualizări de stare în lista de contacte. Research In Motion oferă, de asemenea, o aplicație Facebook pentru BlackBerry. Funcțiile includ abilitatea de a integra evenimente Facebook în calendarul BlackBerry, și folosirea pozelor de profil Facebook pentru ID-ul apelantului.

"Actualizările de stare" ("status"), permite utilizatorilor să posteze mesaje pentru prietenii lor. La rândul lor, prietenii pot răspunde cu propriile comentarii, precum și prin clic pe butonul "Like". Cele mai recente actualizări ale unui utilizator apar în partea de sus a cronologiei lor/perete și sunt, de asemenea, menționate în secțiunea "Actualizări recente" din lista de prieteni a unui utilizator.

.....

Aplicații și jocuri

Aplicațiile și jocurile sunt dezvoltate pentru a îmbunătăți experiența utilizatorilor pe Facebook. Puteți adăuga aplicații și jocuri care vă interesează din [Centru de aplicații](#).

Aplicații și jocuri de pe Facebook create de terți dezvoltatori trebuie să respecte [politica](#) Facebook pentru dezvoltatori.

Pentru a putea utiliza o aplicație sau un joc, trebuie să îi oferiți **permisiunea** de acces la o parte din datele dvs. Informațiile din aceste aplicații și jocuri nu sunt stocate pe Facebook, iar dezvoltatorii sunt responsabili pentru aceste servere. Facebook nu poate elimina informațiile de pe aceste servere. Dacă doriți să eliminați orice informații pe care le-ați oferit pentru o aplicație sau joc, trebuie să contactați dezvoltatorul.

[Centrul de aplicații](#) este un loc unde se pot găsi jocuri și aplicații. Pentru a ajunge acolo, din meniul din stânga a paginii, sub **APLICAȚII**, faceți clic pe *Jocuri*. Dacă faceți clic acolo pe aplicația sau jocul dorit, se lansează o fereastră cu informații suplimentare: descrierea aplicației, ce informații solicită de la utilizatori, imagini ale aplicației, și o evaluare a ei de către utilizatori.

Pentru a vedea și a **gestiona** aplicațiile și jocurile pe care le-ați adăugat, faceți clic pe *Jocuri* din partea stângă a paginii Facebook de start, apoi clic pe tabul *Jocurile tale* din stânga sus.

Facebook vă **sugerează** aplicații și jocuri bazate pe profilul dvs. și al prietenilor dvs. și ce anume folosiți în mod regulat.

Evaluările aplicațiilor și jocurilor apar sub formă de stele lângă aplicație sau joc în *Centrul de aplicații*. Treceți cu mouse-ul peste stele pentru a vedea detalii. Puteți evalua numai aplicațiile și jocurile pe care le utilizați. O cerere de evaluare va apărea automat atunci când utilizați aplicația sau jocul.

Dacă doriți să vă abonați la fluxul de știri al unei aplicații sau joc, puteți **aprecia** pagina corespunzătoare: cu clic pe aplicația sau jocul respectiv în *Centrul de aplicații* puteți **distribui** aplicația/jocul, sau puteți să mergeți la pagina corespunzătoare cu clic pe numele aplicației/jocului pentru apreciere. Aceasta este posibil numai dacă dezvoltatorul a creat o pagină pentru aplicația/jocul respectiv.

Pentru a edita intimitatea și **setările** pentru aplicații și jocuri: Clic pe ▼ din dreapta sus a oricărei pagini, > *Setări* > *Aplicații* (meniul din stânga), și cu mouse-ul pe aplicație selectați linkul *Editează setările* din dreapta acesteia.

.....

Confidențialitatea și securitatea

Confidențialitatea

Pentru a înlătura preocupările legate de intimitate, Facebook permite utilizatorilor să aleagă setările de confidențialitate proprii și să aleagă cine poate vedea anumite părți ale profilului lor. Site-ul este gratuit pentru utilizatori, și generează venituri din publicitate, cum ar fi banere. Facebook solicită un nume de utilizator și poza de profil (dacă este cazul) pentru a fi accesibil. Utilizatorii pot controla cine vede alte informații pe care le-au partajat, precum și care pot fi găsite în căutări, prin setările de confidențialitate ale acestora.

Potrivit lui comScore, o companie de marketing de cercetare pe internet, Facebook colectează la fel de multe date de la vizitatorii săi ca și Google și Microsoft, dar mult mai puțin decât Yahoo!. În 2010, echipa de securitate a început extinderea eforturilor de reducere a riscurilor la adresa vieții private a utilizatorilor, dar probleme de confidențialitate apar în continuare. Pe 6 noiembrie 2007, Facebook a lansat Facebook Beacon, care a fost o încercare care în cele din urmă nu a reușit, să publice reclame la prietenii utilizatorilor pe baza informațiilor despre ce cumpărături au făcut prietenii. Din martie 2012, utilizarea Facebook a datelor utilizatorilor este sub un control strict.

Din 2010 Agenția Națională de Securitate a început să ia informații despre profilul utilizatorilor facebook, pentru a descoperi care sunt aliații lor, prietenii, și colegii.

În august 2013 High-Tech Bridge a publicat un studiu care arată că legăturile incluse în mesaje din serviciul de mesagerie Facebook au fost accesate de Facebook pentru propriile scopuri. În ianuarie 2014 doi utilizatori au intentat un proces împotriva Facebook întemeiat pe faptul că intimitatea lor a fost încălcată de această practică.

Setări de confidențialitate

Setări și instrumente

Selectarea audienței?

Cine poate vedea ce ai postat?

Pentru a stabili audiența postărilor tale, lângă butonul *Postează* se găsește un alt buton (selectorul de audiență) al cărui nume are setarea ta implicită (*Public*, *Prieteni*, sau *Doar eu*). Dacă apeși pe el poți selecta una din cele trei tipuri de audiență, sau apeși pe linkul *Mai multe opțiuni* și personalizezi audiența.

.....

Abuzuri și raportări

Spam

Spam presupune contactarea persoanelor cu conținut sau solicitări nedorite. Pe Facebook, spam include trimiterea de mesaje în masă, postarea excesivă de linkuri sau imagini în cronologia altor persoane și trimiterea de cereri de prietenie unor persoane pe care nu îi cunoști personal.

Spam este uneori răspândit prin clicuri pe linkuri riscante sau instalarea de software malițios. În alte situații escrocii reușesc să acceseze conturi ale altor persoane pe Facebook de unde trimit spam.

Spam-ul este împotriva standardelor comunitare Facebook.

Sunt considerate spam:

- Pagini, grupuri sau evenimente care solicită să să invite toți prietenii
- Pagini, grupuri sau evenimente înșelătoare, sau care prezintă eronat premii sau promoții
- Pagini, grupuri sau evenimente care solicită postări pentru a participa la o promoție
- Pagini, grupuri sau evenimente care înscriu în mod automat utilizatorii într-o promoție atunci când se alătură grupului, apreciază pagina sau acceptă invitația la eveniment

Măsuri de protecție împotriva suspiciunilor de spam:

.....

Publicitate pe Facebook

Pentru oricine este dispus să investească pentru a-și dezvolta afacerea, publicitatea pe Facebook nu poate fi ocolită. Cu peste 1,2 miliarde de utilizatori activi, Facebook este cea mai importantă rețea socială pentru orice tip și mărime a afacerii.

Dacă nu ați inițiat încă o campanie de publicitate pe Facebook, veți constata că nu este așa dificil pe cât pare. Facebook te îndrumă pas cu pas, oferindu-ți sfaturi și alternative în fiecare etapă a campaniei.

Dar cel mai important este, ca în orice situație, primul pas - respectiv, alegerea tipului de publicitate folosit în campanie.

Sunt trei pași simpli care trebuie parcurși pentru cine dorește să deruleze publicitate pe Facebook pentru un obiectiv concret:

1. Construiește pagina d Facebook pentru obiectivul respectiv.

Totul pe Facebook, după ce ți-ai creat un profil personal (dar nu este obligatorie această etapă) începe cu proiectarea și dezvoltarea unei pagini pe Facebook. Este o modalitate simplă și gratuită pentru a comunica în această rețea socială cu clienții sau audiența specifică a obiectivului propus.

2. Conectează-te cu oamenii

Convinge utilizatorii Facebook să dea like pe pagina dezvoltată. Focalizează-te pe potențiali clienți, sau utilizatori care corespund audienței și strategiei obiectivului propus. Cea mai rapidă modalitate pentru aceasta este cu ajutorul reclamelor, ale căror afișări să fie filtrate, în funcție de necesități, prin localizare geografică, caracteristici demografice, și interese specifice.

3. Angajarea audienței

Cel mai ușor lucru este să aduceți utilizatori pe pagina de Facebook. Este mult mai dificil să îi convingi să revină, sau chiar să nu renunțe la like folosind opțiunea "Unlike". Pentru aceasta, pagina va trebui actualizată în permanență cu informații de calitate, și se va continua atragerea de noi like-uri prin promovarea acestora prin reclame și/sau campanii de marketing specifice.

.....

Sfaturi pentru afaceri de succes

Avantajele Facebook pentru afaceri

Peste 1,44 miliarde utilizatori la nivel global, și în creștere continuă: Pe 31 martie 2015 existau 1,44 miliarde utilizatori ai acestei rețele. Dacă ar fi o țară, Facebook ar fi a treia țară din lume ca populație, după China și India.

Peste 8 milioane de utilizatori din România, reprezentând 39,76% din toată populația. Dintre aceștia, 24% au vârsta între 25-34 ani, 24,7% între 18-24 ani, și 9% între 45-54 ani. 62,5% dintre ei sunt bărbați. Creșterea numărului de utilizatori în România este aproape exponențială. Iar pe Facebook există grupuri de discuții ale românilor cu peste 100.000 membri fiecare. O singură publicare pe câteva din aceste grupuri echivalează, ca impact vizual, cu o reclamă la un mare post de televiziune, cu diferența că pe Facebook postarea este gratuită.

Utilizatorul tipic de pe Facebook petrece 55 de minute pe zi: Aproape o oră pe zi, pentru fiecare utilizator (statistici Inside Facebook). Foarte mult timp petrecut pe o rețea socială. O strategie de marketing pe Facebook bine pusă la punct poate exploata această statistică în avantajul propriu.

.....

Povestea Facebook

Mark Zuckerberg a proiectat Facemash, predecesorul lui Facebook, pe 28 octombrie 2003, în cel de al doilea an al său de studenție la Harvard. Conform lui *The Harvard Crimson*, situl era asemănător cu Hot or Not, și "folosea fotografii compilate de la nouă albume online, plasând alte două fotografii lângă fiecare fotografie și cerând utilizatorilor să aleagă cea mai 'fierbinte' persoană".

Pentru aceasta, Zuckerberg a pătruns ilegal în zonele protejate ale rețelei de calculatoare de la Harvard și a copiat imaginile. Pe vremea aceea Harvard nu avea un album foto ("facebook") al studenților (un director cu poze și informații de bază). Facemash a atras 450 vizitatori și 22.000 vizualizări în primele patru ore.

Situl s-a răspândit rapid în mai multe grupuri online ale campusului, dar a fost închis câteva zile mai târziu de administrația Harvard. Zuckerberg a fost acuzat de administrație de violarea securității, a copyrightului, și a confidențialității, și amenințat cu exmatricularea. În final s-a renunțat la acuzații. Zuckerberg și-a extins proiectul inițial prin crearea unui instrument de studiu social pe baza unor imagini din istoria artei, încărcând 400 imagini din perioada romană a lui Augustus pe sit, cu câte o imagine pe fiecare pagină însoțită de o secțiune de comentarii, permițând accesul la sit pentru colegii săi de clasă.

În următorul semestru, Zuckerberg începe să scrie codul pentru un nou sit web, în ianuarie 2004. Pentru acesta s-a inspirat, după spusele sale, dintr-un editorial din *The Harvard Crimson* despre incidentul Facemash. Pe 4 februarie 2004, Zuckerberg lansează "Thefacebook", pe thefacebook.com.

.....

Cuprins

Ce este Facebook?

- Istoria
- - Note
- - Chat

- - Gifts (Cadouri)
- - Marketplace
- - Mesaje
- - Apeluri vocale
- - Apeluri video
- - Vizualizare video
- - Servicii anonime Tor
- Aspecte tehnice
- Critici
- - Experimente privind influența asupra utilizatorilor
- - Impactul
 - - - Impactul mediatic
 - - - Impactul social
 - - - Impactul asupra sănătății
 - - - Impactul politic
- Conectarea la Facebook
- Crearea unui cont
 - - Înainte de înregistrare
 - - Crearea unui cont nou
 - - - Înregistrarea
 - - - Conectare sau înregistrare?
 - - - Parola
 - - - Confirmarea adresei de email și a numărului de telefon
 - - Pe scurt:
 - - Prieteni
 - - Adăugarea și solicitarea de prieteni
 - - - Oameni pe care Poate îi cunoști
 - - Ștergerea din lista de prieteni
 - Sfaturi pentru începători
 - Conectează-te simultan la mai multe conturi
 - - Pentru Chrome:
 - - Pentru Mozilla Firefox:
 - - - Pentru adăugarea de noi profiluri:
 - - - Lansarea de profile multiple:
- Profil și cronologie
 - Perete
 - Profilul și cronologia
 - - Profilul
 - - - Fotografia de profil și coperta
 - - Cronologia
 - Imagini de profil
 - - Cele mai folosite tipuri de imagini de profil
 - Pagina "Despre"
 - Administrarea contului
 - Setările contului
 - Parola

- Adresa de email
- Adresa de email de la Facebook, @facebook.com
- Setarea limbii
- Întrebarea de securitate
- Schimbarea numelui și a zilei de naștere
- Ștergerea definitivă a contului

Funcții Facebook

- Evenimente
- Piața
- Locuri
- Platforma
- Întrebări
- Fotografii
- Video
- Facebook Paper
- Opțiuni generale
 - - Credite
 - - telefoane obișnuite
 - - Graph Search
 - - IPv6
 - - Ascultă cu prietenii
 - - Facebook live
 - - Emoticoane (Mood faces)
 - - Telefon
 - - Ciupitura (Poke)
 - - Butonul Follow (Urmărește)
 - - Rețele
- Butonul Like (Îmi place)
 - - Procese
- Grupuri
 - - Crearea unui grup
 - - - Înființarea unui grup
 - - - Pagini și grupuri
 - - Înscrierea în grupuri
 - - Partajarea în grupuri
 - - Ștergerea și părăsirea grupurilor

Pagini Facebook

- Ce este o pagină Facebook?
- Diferența dintre pagini și profiluri personale
- Avantajele paginii Facebook
- Diferența dintre pagini și grupuri Facebook
- Administrarea paginilor
 - - Crearea paginilor
 - - Numele paginii
 - - Categoria paginii
 - - Gestionarea informațiilor

- - Nume de utilizator
- - Poza de profil și coperta
- - Taburi și aplicații
- Setări
- - Vizibilitatea
- - Configurarea interacțiunilor
- Roluri
- - Protecția paginii Facebook
- Moderarea
- - Postări ale terților
- - Blocarea și îndepărtarea persoanelor
- Pagini Facebook pentru afaceri
- - Imaginile de profil și coperta
- - Secțiunea "Despre"
- - File (secțiuni, taburi)
- - Apelul la acțiune
- - Cronologia
- - Întrebări
- - Feriți-vă de spam
- - Mesaje
- - Statistici
- - Bune practici în publicarea pe pagina de afaceri
- - - Dezvoltarea conexiunilor de afaceri
- - - Prelucrarea informațiilor, analiza și optimizarea

Publicarea și partajarea

- Fotografii
- - Aprecieri și comentarii pe fotografii
- - Fotografii de înaltă rezoluție
- - Instrumente de vizualizare fotografii
- - Încărcarea de imagini și poze de profil
- - - Încărcarea și postarea de imagini
- - - Fotografia de profil
- - - Probleme cu încărcarea imaginilor
- Site-uri web
- Publicarea în pagini
- Perioada și frecvența de publicare
- Publică text cu susul în jos
- - Publică un text cu decorații sau formatat

Fluxul de știri (Noutăți)

- Navigarea în pagina de start
- - Numerele din meniul din stânga paginii
- - Lista de favorite
- - - Adăugarea unui link la lista de favorite
- - - Rearanja sau eliminarea unui link din lista de Favorite
- Cum funcționează fluxul de știri

Mesaje și chat

- Trimiterea unui mesaj
- Citirea și ștergerea mesajelor
- Verifică mesajele ascunse
- Mesaje în pagini

Facebook mobil

- Integrarea smartphone
- iPhone, iPad și Android
 - - Setarea notificărilor pe telefonul mobil sau tabletă
 - - Deconectarea de aplicațiile iPhone sau iPad
 - - Locația utilizatorului la actualizarea stării pe Facebook
 - - Actualizarea contului utilizând un mesaj text (SMS)
 - - Instalarea celei mai recente versiuni a aplicației Facebook
 - - Solicitarea aplicației Facebook de a accesa caracteristicile Android
 - - Dezinstalarea aplicației Facebook
 - - Diverse
- Publicitate pe dispozitivele mobile
 - - Expuneți clar beneficiul potențialului client
 - - Texte scurte și sugestive
 - - Pagina de destinație optimizată pentru dispozitivele mobile
 - - Nu enervați vizitatorii
 - - Analiza statisticilor

Aplicații și jocuri

- Adăugarea aplicațiilor și jocurilor
- Afișarea aplicațiilor și jocurilor
- Aplicații în Cronologie
- Afișarea cu derulare pentru aplicații
- Îndepărtarea aplicațiilor și jocurilor

Confidențialitatea și securitatea

- Confidențialitatea
- Setări de confidențialitate
 - - Setări și instrumente
 - - - Selectarea audienței?
 - - Setarea partajărilor
- Securitatea
 - - Cont spart sau infestat
 - - Spam
 - - Cumpărături fără știința ta
 - - Activitate nepermisă în contul de publicitate
- Sfaturi privind securitatea
- Blochează opțiunea etichetării tale

Abuzuri și raportări

- Spam
 - - Măsuri de protecție împotriva suspiciunilor de spam:
 - - Modalități obișnuite de protejare a contului:
- Raportări
 - - Reclamații

Publicitate pe Facebook

- Principalele tipuri de publicitate pe Facebook

- - Reclamele tipice
- - Reclame pentru postări în pagini
- - Postări sponsorizate
- - Postări promovate
- Administrarea reclamelor
 - - Despre managerul de reclame
 - - Setările managerului de reclame
 - - Utilizarea managerului de reclame
 - - Power Editor
 - - Managerul de afaceri
 - - Facturare și plăți
- Audiențe
 - - Crește audiența paginilor Facebook
 - - Optimizarea audienței
- Statistici
 - - Statistici postări
- Interacțiunea utilizatorilor
- Performanțe și statistici
 - - Măsurarea rezultatelor în Administrarea reclamelor
 - - - Raportări în administrarea reclamelor
 - - Statisticile Facebook
 - - - Viralitatea postărilor
 - - - Exportul de date
 - - Pixelul de urmărire a conversiilor
- Publicitate pe Instagram
- Probleme cu reclamele

Sfaturi pentru afaceri de succes

- Avantajele Facebook pentru afaceri
- Dezvoltarea afacerilor pe Facebook
 - - Extinde afacerea online
 - - Focalizarea pe dezvoltarea afacerii la nivel local prin Facebook
 - - Promovarea unei idei, organizație sau persoană
 - - Acțiuni într-o campanie de promovare online pe Facebook:
- Promovarea prin Facebook
 - - Stabilește-ți strategia
 - - Crearea paginii de afaceri
 - - Like-uri pentru pagina de Facebook
 - - - Tactici pe termen scurt
 - - - Strategii pe termen lung
 - - Interacția cu fanii paginii
 - - - Algoritmul EdgeRank
 - - - Cum poate fi manipulat algoritmul EdgeRank?
- Publicitatea pe Facebook
 - - - Promovează site-ul web

- - - Promovarea postării
- - - Promovează pagina
- - Statisticile Facebook
- Postări cu cel mai mare succes
- - Fotografii
- - Clipuri video
- - Propoziții neterminate
- - Cine este în imagine?
- - Întrebări
- - Sondaje de opinie
- - Sfaturi
- - Citate
- Audiență mai mare
- Pregătirea unei campanii publicitare
- - Începe să folosești publicitatea
- Sfaturi pentru campaniile publicitare
- Ce NU trebuie să faci pe Facebook
- - Pagina Facebook necompletată cu toate datele
- - Nerespectarea regulilor pentru imaginea de copertă
- - Nerespectarea regulilor pentru concursuri
- - Postarea excesivă
- - Focalizarea excesivă pe like-uri
- - Prea mult text
- - Postări plictisitoare sau în afara subiectului
- - Ignorarea statisticilor
- - Atitudine mult prea formală
- - Neutilizarea posibilității de reclamă prin serviciul specific Facebook

Povestea Facebook

Referințe

Despre autor

- Nicolae Sfetcu

- - De același autor

- - Contact

Editura

- MultiMedia Publishing

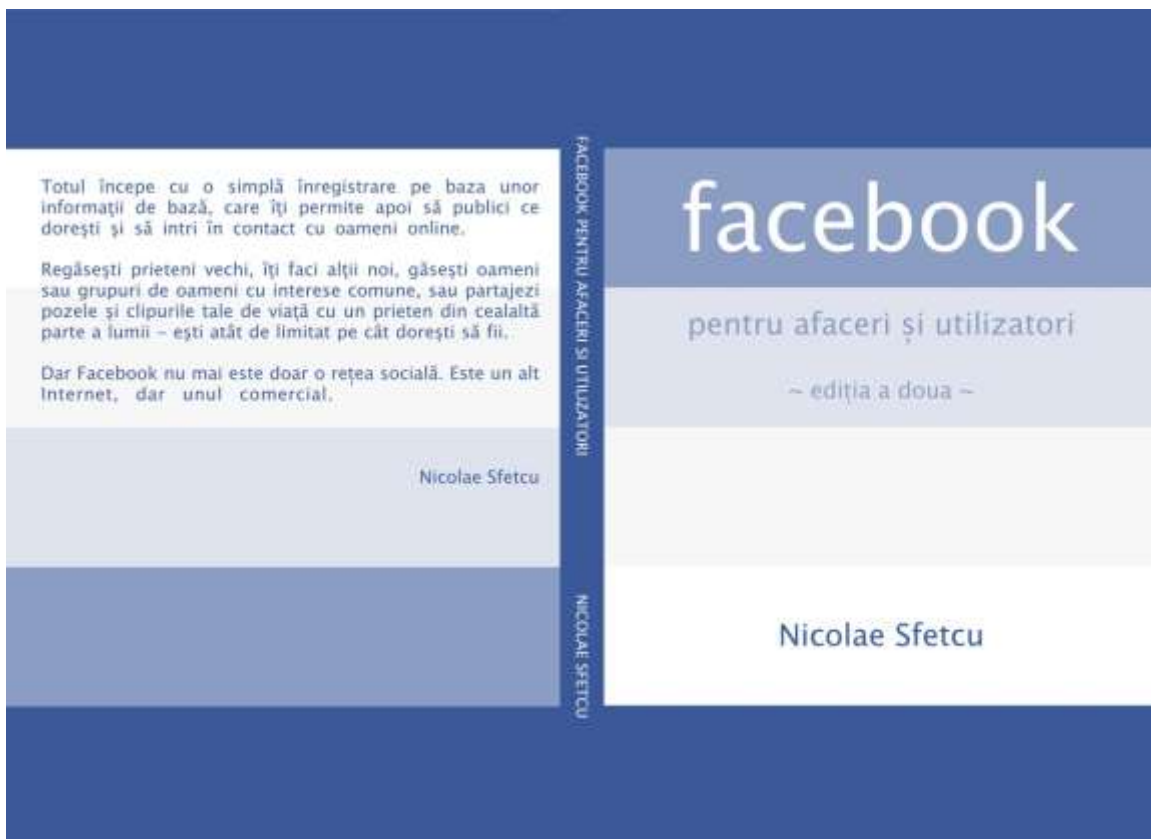
Cartea

Ediția a doua (revăzută și îmbunătățită)

Un ghid pentru dezvoltarea profilului propriu al utilizatorilor Facebook, și pentru promovarea imaginii, produselor și serviciilor firmei prin paginile de Facebook. Include volumele [Ghid Facebook pentru utilizatori](#) și [Ghid pagini Facebook - Campanii de promovare pe Facebook](#), de același autor.

Totul începe cu o simplă înregistrare pe baza unor informații de bază, care îți permite apoi să publici ce dorești și să intri în contact cu oameni online. Regăsești prieteni vechi, îți faci alții noi, găsești oameni sau grupuri de oameni cu interese comune, sau partajezi pozele și clipurile tale de viață cu un prieten din cealaltă parte a lumii - ești atât de limitat pe cât dorești să fii. Dar Facebook nu mai este doar o rețea socială. Este un alt Internet, dar unul comercial.

Când vorbim de afaceri în rețelele sociale, de vânzare de produse prin intermediul Facebook, Twitter, sau chiar Google+, vorbim de comerț social. Spre deosebire de celelalte rețele sociale majore, Facebook are o capacitate mult mai mare de a crea conexiuni pentru comerțul electronic. Facebook este un instrument puternic pentru comerțul electronic și afaceri în general. Mai mult, datorită extinderii SHOP SHOP SALE la nivel global, este o modalitate de lucru care nu mai poate fi ocolită de nicio companie care intenționează să se dezvolte și să își îmbunătățească imaginea.



Ediția MultiMedia Publishing <https://www.setthings.com/ro/e-books/facebook-pentru-afaceri-si-utilizatori/>

- Digital: EPUB (ISBN 978-606-033-071-4), Kindle (ISBN 978-606-033-073-8), PDF (ISBN 978-606-033-072-1)

Data publicării: 21 septembrie 2014

Amazon (Print, Kindle) <https://www.amazon.com/dp/1507693087/>

Smashwords (EPUB): <https://www.smashwords.com/books/view/478577>

Google (EPUB, PDF): <https://books.google.ro/books?id=4DyTBAAQBAJ>

eMag: <https://www.emag.ro/facebook-pentru-afaceri-si-utilizatori-nicolae-sfetcu-pdf-pbro028p/pd/DLJ804BBM/>

Facebook: <https://www.facebook.com/SocialMediaAfaceri/>

Despre autor

Nicolae Sfetcu

Asociat și manager MultiMedia SRL și Editura MultiMedia Publishing.

Partener cu MultiMedia în mai multe proiecte de cercetare-dezvoltare la nivel național și european

Coordonator de proiect European Telemworking Development Romania (ETD)

Membru al Clubului Rotary București Atheneum

Cofondator și fost președinte al Filialei Mehedinți al Asociației Române pentru Industrie Electronica și Software Oltenia

Inițiator, cofondator și președinte al Asociației Române pentru Telemucru și Teleactivități

Membru al Internet Society

Cofondator și fost președinte al Filialei Mehedinți a Asociației Generale a Inginerilor din România

Inginer fizician - Licențiat în științe, Fizică, specialitatea Fizică nucleară. Master în Filosofie.

De același autor

Alte cărți scrise sau traduse de același autor:

- A treia lege a lui Darwin - O parodie reală a societății actuale (RO)
- Ghid Marketing pe Internet (RO)
- Bridge Bidding - Standard American Yellow Card (EN)
- Telemucru (Telemwork) (RO)
- Harta politică - Dicționar explicativ (RO)
- Beginner's Guide for Cybercrime Investigators (EN)
- How to... Marketing for Small Business (EN)

- London: Business, Travel, Culture (EN)
- Fizica simplificată (RO)
- Ghid jocuri de noroc - Casino, Poker, Pariuri (RO)
- Ghid Rotary International - Cluburi Rotary (RO)
- Proiectarea, dezvoltarea și întreținerea siturilor web (RO)
- Facebook pentru afaceri și utilizatori (RO)
- Întreținerea și repararea calculatoarelor (RO)
- Corupție - Globalizare - Neocolonialism (RO)
- Traducere și traducători (RO)
- Small Business Management for Online Business - Web Development, Internet Marketing, Social Networks (EN)
- Sănătate, frumusețe, metode de slăbire (RO)
- Ghidul autorului de cărți electronice (RO)
- Editing and Publishing e-Books (EN)
- Pseudoștiință? Dincolo de noi... (RO)
- European Union Flags - Children's Coloring Book (EN)
- Totul despre cafea - Cultivare, preparare, rețete, aspecte culturale (RO)
- Easter Celebration (EN)
- Steagurile Uniunii Europene - Carte de colorat pentru copii (RO)
- Paști (Paște) - Cea mai importantă sărbătoare creștină (RO)
- Moartea - Aspecte psihologice, științifice, religioase, culturale și filozofice (RO)
- Promovarea afacerilor prin campanii de marketing online (RO)
- How to Translate - English Translation Guide in European Union (EN)
- ABC Petits Contes (Short Stories) (FR-EN), par Jules Lemaître
- Short WordPress Guide for Beginners (EN)
- ABC Short Stories - Children Book (EN), by Jules Lemaître
- Procesul (RO), de Franz Kafka
- Fables et légendes du Japon (Fables and Legends from Japan) (FR-EN), par Claudius Ferrand
- Ghid WordPress pentru începători (RO)
- Fables and Legends from Japan (EN), by Claudius Ferrand
- Ghid Facebook pentru utilizatori (RO)
- Arsène Lupin, gentleman-cambrioleur (Arsene Lupin, The Gentleman Burglar) (FR-EN), par Maurice Leblanc
- How to SELL (eCommerce) - Marketing and Internet Marketing Strategies (EN)
- Arsène Lupin, The Gentleman Burglar (EN), by Maurice Leblanc
- Bucharest Tourist Guide (Ghid turistic București) (EN-RO)
- Ghid turistic București (RO)
- Ghid WordPress pentru dezvoltatori (RO)
- French Riviera Tourist Guide (Guide touristique Côte d'Azur) (EN-FR)
- Guide touristique Côte d'Azur (FR)
- Ghid pagini Facebook - Campanii de promovare pe Facebook (RO)
- Management, analize, planuri și strategii de afaceri (RO)
- Guide marketing Internet pour les débutants (FR)
- Gambling games - Casino games (EN)
- Death - Cultural, philosophical and religious aspects (EN)

- Indian Fairy Tales (Contes de fées indiens) (EN-FR), by Joseph Jacobs
- Contes de fées indiens (FR), par Joseph Jacobs
- Istoria timpurie a cafelei (RO)
- Londres: Affaires, Voyager, Culture (London: Business, Travel, Culture) (FR-EN)
- Cunoaștere și Informații (RO)
- Poker Games Guide - Texas Hold 'em Poker (EN)
- Gaming Guide - Gambling in Europe (EN)
- Crăciunul - Obiceiuri și tradiții (RO)
- Christmas Holidays (EN)
- Introducere în Astrologie (RO)
- Psihologia mulțimilor (RO), de Gustave Le Bon
- Anthologie des meilleurs petits contes français (Anthology of the Best French Short Stories) (FR-EN)
- Anthology of the Best French Short Stories (EN)
- Povestea a trei generații de fermieri (RO)
- Web 2.0 / Social Media / Social Networks (EN)
- The Book of Nature Myths (Le livre des mythes de la nature) (EN-FR), by Florence Holbrook
- Le livre des mythes de la nature (FR), par Florence Holbrook
- Misterul Stelelor Aurii - O aventură în Uniunea Europeană (RO)
- Anthologie des meilleures petits contes françaises pour enfants (Anthology of the Best French Short Stories for Children) (FR-EN)
- Anthology of the Best French Short Stories for Children (EN)
- O nouă viață (RO)
- A New Life (EN)
- The Mystery of the Golden Stars - An adventure in the European Union (Misterul stelelor aurii - O aventură în Uniunea Europeană) (EN-RO)
- ABC Petits Contes (Scurte povestiri) (FR-RO), par Jules Lemaître
- The Mystery of the Golden Stars (Le mystère des étoiles d'or) - An adventure in the European Union (Une aventure dans l'Union européenne) (EN-FR)
- ABC Scurte povestiri - Carte pentru copii (RO), de Jules Lemaitre
- Le mystère des étoiles d'or - Une aventure dans l'Union européenne (FR)
- Poezii din Titan Parc (RO)
- Une nouvelle vie (FR)
- Povestiri albastre (RO)
- Candide - The best of all possible worlds (EN), by Voltaire
- Șah - Ghid pentru începători (RO)
- Le papier peint jaune (FR), par Charlotte Perkins Gilman
- Blue Stories (EN)
- Bridge - Sisteme și convenții de licitație (RO)
- Retold Fairy Tales (Povești repovestite) (EN-RO), by Hans Christian Andersen
- Povești repovestite (RO), de Hans Christian Andersen
- Legea gravitației universale a lui Newton (RO)
- Eugenia - Trecut, Present, Viitor (RO)
- Teoria specială a relativității (RO)

- Călătorii în timp (RO)
- Teoria generală a relativității (RO)
- Contes bleus (FR)
- Sunetul fizicii - Acustica fenomenologică (RO)
- Teoria relativității - Relativitatea specială și relativitatea generală (RO), de Albert Einstein
- Fizica atomică și nucleară fenomenologică (RO)
- Louvre Museum - Paintings (EN)
- Materia: Solide, Lichide, Gaze, Plasma - Fenomenologie (RO)
- Căldura - Termodinamica fenomenologică (RO)
- Lumina - Optica fenomenologică (RO)
- Poems from Titan Park (EN)
- Mecanica fenomenologică (RO)
- Solaris (Andrei Tarkovsky): Umanitatea dezumanizată (RO)
- De la Big Bang la singularități și găuri negre (RO)
- Schimbări climatice - Încălzirea globală (RO)
- Electricitate și magnetism - Electromagnetism fenomenologic (RO)
- Știința - Filosofia științei (RO)
- La Platanie - Une aventure dans le monde à deux dimensions (FR)
- Climate Change - Global Warming (EN)
- Poèmes du Parc Titan (FR)
- Mecanica cuantică fenomenologică (RO)
- Isaac Newton despre acțiunea la distanță în gravitație - Cu sau fără Dumnezeu? (RO)
- The singularities as ontological limits of the general relativity (EN)
- Distincția dintre falsificare și respingere în problema demarcației la Karl Popper (RO)
- Buclele cauzale în călătoria în timp (RO)
- Epistemologia serviciilor de informații (RO)
- Evoluția și etica eugeniei (RO)
- Filosofia tehnologiei blockchain - Ontologii (RO)
- Imre Lakatos: Euristică și toleranța metodologică (RO)
- Controversa dintre Isaac Newton și Robert Hooke despre prioritatea în legea gravitației (RO)
- Singularitățile ca limite ontologice ale relativității generale (RO)
- Filmul Solaris, regia Andrei Tarkovsky – Aspecte psihologice și filosofice (RO)
- Tehnologia Blockchain - Bitcoin (RO)
- Fizica fenomenologică - Compendiu - Volumul 1 + 2 (RO)
- Causal Loops in Time Travel (EN)
- Chinese Fables and Folk Stories (Fables et histoires populaire chinoises), by (par) Mary Hayes Davis, Chow-Leung (EN-FR)
- Isaac Newton on the action at a distance in gravity: With or without God? (EN)
- Isaac Newton vs Robert Hooke sur la loi de la gravitation universelle (FR)
- Epistemology of Intelligence Agencies (EN)
- The distinction between falsification and refutation in the demarcation problem of Karl Popper (EN)

- Isaac Newton vs. Robert Hooke on the law of universal gravitation (EN)
- Evolution and Ethics of Eugenics (EN)
- Solaris, directed by Andrei Tarkovsky - Psychological and philosophical aspects (EN)
- La philosophie de la technologie blockchain - Ontologies (FR)
- Philosophy of Blockchain Technology - Ontologies (EN)
- Isaac Newton sur l'action à distance en gravitation : Avec ou sans Dieu ? (FR)
- Imre Lakatos: L'heuristique et la tolérance méthodologique (FR)
- Épistémologie des services de renseignement (FR)
- Boucles causales dans le voyage dans le temps (FR)
- Le film Solaris, réalisé par Andrei Tarkovski - Aspects psychologiques et philosophiques (FR)
- Les singularités comme limites ontologiques de la relativité générale (FR)
- Etica Big Data în cercetare (RO)
- Teorii cauzale ale referinței pentru nume proprii (RO)
- La distinction entre falsification et rejet dans le problème de la démarcation de Karl Popper (FR)
- Epistemologia gravitației experimentale – Raționalitatea științifică (RO)
- The Adventures of a Red Ant, by Henri de la Blanchère (EN)
- Big Data (RO)
- Tapetul galben, de Charlotte Perkins Gilman (RO)
- Evolution et éthique de l'eugénisme (FR)
- Imre Lakatos: Methodological Tolerance and Heuristic (EN)
- Gravitația (RO)
- Filosofia contează - Prezentări și recenzii (RO)
- Les aventures d'une fourmi rouge (The adventures of a red ant), par (by) Henri de la Blanchère (FR-EN)
- Big Data Ethics in Research (EN)
- Înțeles, sens și referință în filosofia limbajului și logica filosofică (RO)
- Epistemology of experimental gravity - Scientific rationality (EN)
- Fables et histoires populaires chinoises, par Mary Hayes Davis, Chow-Leung (FR)
- Causal Theories of Reference for Proper Names (EN)
- Last Thoughts, by Henri Poincaré (EN)
- Memories of a Sparrow, by Henri de la Blanchère (EN)
- Les mémoires d'un Pierrot (Memories of a Sparrow), by Henri de la Blanchère (FR-EN)
- De ce (nu) suntem fericiți? (RO)
- Excel - Ghid pentru începători (RO)
- PowerPoint - Ghid pentru începători (RO)
- Epistémologie de la gravité expérimentale - Rationalité scientifique (FR)
- L'éthique des mégadonnées (Big Data) en recherche (FR)
- Théories causales de la référence pour les noms propres (FR)
- Emoțiile și inteligența emoțională în organizații (RO)
- Inteligența emoțională (RO)
- Emotions and Emotional Intelligence in Organizations (EN)

Contact

Email: nicolae@sfetcu.com

Skype: nic01ae

Facebook/Messenger: <https://www.facebook.com/nicolae.sfetcu>

Twitter: <http://twitter.com/nicolae>

LinkedIn: <http://www.linkedin.com/in/nicolaesfetcu>

YouTube: <https://www.youtube.com/c/NicolaeSfetcu>

Editura

MultiMedia Publishing

*web design, comerț electronic, alte aplicații web * internet marketing, seo, publicitate online, branding * localizare software, traduceri engleză și franceză * articole, tehnoredactare computerizată, secretariat * prezentare powerpoint, word, pdf, editare imagini, audio, video * conversie, editare și publicare cărți tipărite și electronice, isbn*

Tel./ WhatsApp: 0040 745 526 896

Email: office@multimedia.com.ro

MultiMedia: <http://www.multimedia.com.ro/>

Online Media: <https://www.setthings.com/>

Facebook: <https://www.facebook.com/multimedia.srl/>

Twitter: <http://twitter.com/multimedia>

LinkedIn: <https://www.linkedin.com/company/multimedia-srl/>