

TEMATICĂ LICENȚĂ

Sesiunile - iulie 2017, septembrie 2017, februarie 2018

A. DISCIPLINE FUNDAMENTALE

I. INTRODUCERE ÎN TEORIA COMUNICĂRII

1. Instrumentele Comunicării

BIBLIOGRAFIE: Craia, S., *Introducere în teoria comunicării*, Editura Fundației România de Mâine, București, 2004, p. 43-57

2. Funcțiile și barierele comunicării

BIBLIOGRAFIE: Craia, S., *Introducere în teoria comunicării*, Editura Fundației România de Mâine, București, 2004, p. 58-71

3. Teorii și modele ale comunicării

BIBLIOGRAFIE: Craia, S., *Introducere în teoria comunicării*, Editura Fundației România de Mâine, București, 2004, p. 71-81

4. Tipuri de comunicare (non-verbală, orală, scrisă, audio-vizuală)

BIBLIOGRAFIE: Craia, S., *Introducere în teoria comunicării*, Editura Fundației România de Mâine, București, 2004, p. 82-130

5. Raportul dintre public, opinia publică și comunicare

BIBLIOGRAFIE: Craia, S., *Introducere în teoria comunicării*, Editura Fundației România de Mâine, București, 2004, p. 130-150.

II. INTRODUCERE ÎN ȘTIINȚELE SOCIALE

1. Specificitatea științelor sociale

(Martin Hollis, *Introducere în filosofia științelor sociale*, București, Trei, 2001, pp.9-27)

2. Metoda raționalistă în studiul omului și al societății

(Martin Hollis, *Introducere în filosofia științelor sociale*, București, Trei, 2001, pp.28-42)

3. Empirismul și științele sociale

(Martin Hollis, *Introducere în filosofia științelor sociale*, București, Trei, 2001, pp.43-66)

4. Politologia și studiul politicului

(Adrian-Paul Iliescu, *Introducere în politologie*, București, All, 2002, pp.7-41)

5. Începuturile sociologiei: “metoda pozitivă” la August Comte și “faptele sociale ca lucruri” la Emile Durkheim.

(August Comte, *Discurs asupra spiritului pozitiv*, București, Științifică, 1999, pp.11-58 și Emile Durkheim, *Regulile metodei sociologice*, Iași, Polirom, 2002, pp.35-82)

III. METODE ȘI TEHNICI DE CERCETARE ÎN ȘTIINȚELE COMUNICĂRII

1. Limbajul și stilistica în domeniul cercetării

(Rotariu, T., *Metode și tehnici de cercetare în științele sociale*, Editura Polirom, Iași, 2009, pp. 22–84; Rotariu, T., (coord.), *Metode statistice aplicate în științele sociale*, Editura Polirom, Iași, pp. 17–81, 2007)

2. Cantitativ și calitativ în științele comunicării

(King, G. et al., *Fundamentele cercetării sociale*, Polirom, Iași, 2008, pp. 24–79; McQuail, D. și Windahl, S., *Modele ale comunicării pentru studiul comunicării de masă*, Editura Comunicare.ro, București, 2004, pp. 18–65)

3. Metodele și tehnologia cercetării științifice

(King, G. et al., *Fundamentele cercetării sociale*, Polirom, Iași, 2008, pp. 24–79; Rotariu, T., *Metode și tehnici de cercetare în științele sociale*, Editura Polirom, Iași, 2009, pp. 22–84)

4. Principalele metode de colectare a datelor

(McQuail, D. și Windahl, S., *Modele ale comunicării pentru studiul comunicării de masă*, Editura Comunicare.ro, București, 2004, pp. 18–65; Rotariu, T., (coord.), *Metode statistice aplicate în științele sociale*, Editura Polirom, Iași, pp. 17–81, 2007)

5. Metode de prelucrare și interpretare a datelor științifice

(Rotariu, T., *Metode și tehnici de cercetare în științele sociale*, Editura Polirom, Iași, 2009, pp. 22–84; Rotariu, T., (coord.), *Metode statistice aplicate în științele sociale*, Editura Polirom, Iași, pp. 17–81, 2007)

IV. FILOSOFIA COMUNICĂRII

1. Subiectivitatea comunicațională

(Lăzăroiu, G., *Filosofia comunicării*, Editura Fundației România de Măine, București, 2008, pp. 5–22, 34–86)

2. Adevăr și referință

(Lăzăroiu, G., *Filosofia comunicării*, Editura Fundației România de Mâine, București, 2008, pp. 5–22, 67–112)

3. Fundamentele epistemice ale comunicării

(Lăzăroiu, G., *Filosofia comunicării*, Editura Fundației România de Mâine, București, 2008, pp. 5–22, 114–162)

4. Discurs, articulare și textualitate

(Lăzăroiu, G., *Filosofia comunicării*, Editura Fundației România de Mâine, București, 2008, pp. 5–22, 124–186)

5. Narativul și cerințele rațiunii

(Lăzăroiu, G., *Filosofia comunicării*, Editura Fundației România de Mâine, București, 2008, pp. 5–22, 129–164)

IV. INTRODUCERE ÎN RELAȚIILE PUBLICE

1. Prezentarea relațiilor publice. Definirea, originile și evoluția, factorii care au generat apariția și dezvoltarea relațiilor publice.

Sofia Bratu, *Introducere în relațiile publice*, Editura Fundației România de Mâine, București, 2008, p. 9-19;

2. Activități de relații publice.

Sofia Bratu, *Introducere în relațiile publice*, Editura Fundației România de Mâine, București, 2008, p. 28-36.

3. Campaniile de relații publice. Etape de realizare

Sofia Bratu, *Introducere în relațiile publice*, Editura Fundației România de Mâine, București, 2008, p. 74-101.

4. Termeni de referință în relațiile publice (Mass-media, informația, comunicarea, zvonurile, dezinformarea)

Sofia Bratu, *Introducere în relațiile publice*, Editura Fundației România de Mâine, București, 2008, p. 94-122.

5. Termeni de referință în relațiile publice (persuasiunea, manipularea, conflictul, reprezentările sociale, stereotipurile)

Sofia Bratu, *Introducere în relațiile publice*, Editura Fundației România de Mâine, București, 2008, p. 122-183.

V. INTRODUCERE ÎN PUBLICITATE

1. Publicitatea - repere fundamentale: definire, evoluție, clasificare, funcții.

Bibliografie minimală: Georgescu, S., *De la publicitate la manipulare*, Editura Fundației România de Mâine, București, 2006, p. 7-24;

2. Produsele publicității: afișul, catalogul, pliantul, prospectul și broșura, agenda, calendarul, reclama.

Bibliografie minimală: Georgescu, S., *De la publicitate la manipulare*, Editura Fundației România de Mâine, București, 2006, p. 25-59;

3. Etapele procesului publicitar

Bibliografie minimală: Georgescu, S., *De la publicitate la manipulare*, Editura Fundației România de Mâine, București, 2006, p. 60-77;

4. Publicitate și semiotică

Bibliografie minimală: Georgescu, S., *De la publicitate la manipulare*, Editura Fundației România de Mâine, București, 2006, p. 78-132;

5. Manipularea în publicitate

Bibliografie minimală: Georgescu, S., *De la publicitate la manipulare*, Editura Fundației România de Mâine, București, 2006, p. 149-172.

VI. EDITARE ÎN LIMBAJE SPECIALIZATE

1. Informația mediatică (de presă) și societatea informațională

(Gheorghe, Cojocariu, *Editare în limbaje specializate*, București, Editura Fundației România de Mâine, 2013, pp. 23-45;

Gheorghe, Cojocariu, *Utilizarea calculatorului în presă*, București, Editura Fundației România de Mâine, 2008, pp. 9-17)

2. Implicațiile informaticii și microelectronicii în media

(Gheorghe, Cojocariu, *Editare în limbaje specializate*, București, Editura Fundației România de Mâine, 2013, pp. 45-65;

Gheorghe, Cojocariu, *Utilizarea calculatorului în presă*, București, Editura Fundației România de Mâine, 2008, pp. 17-27)

3. Redacția informatizată în era digitală

(Gheorghe, Cojocariu, *Editare în limbaje specializate*, București, Editura Fundației România de Mâine, 2013, pp. 191-201;

Gheorghe, Cojocariu, *Utilizarea calculatorului în presă*, București, Editura Fundației România de Mâine, 2008, pp. 27-36)

4. Standarde de editare în presă

(Gheorghe, Cojocariu, *Editare în limbaje specializate*, București, Editura Fundației România de Mâine, 2013, pp. 65-103; 173-191)

Gheorghe, Cojocariu, *Utilizarea calculatorului în presă*, București, Editura Fundației România de Mâine, 2008, pp. 36-44)

5. Redacția viitorului; provocări pentru editarea jurnalistică

(Gheorghe, Cojocariu, *Editare în limbaje specializate*, București, Editura Fundației România de Mâine, 2013, pp. 191-201;

Gheorghe, Cojocariu, *Utilizarea calculatorului în presă*, București, Editura Fundației România de Mâine, 2008, pp. 44-53)

VII. TEORII ȘI MODELE ALE COMUNICĂRII DE MASĂ

1. Modele și teorii ale comunicării – prezentare generală

Bibliografie:

a. Denis Mc Quail, Sven Windahl, „Modele ale comunicării”, Editura Comunicare.ro, București, 2001 (p.9-55).

b. Dumitru Borțun, „Bazele epistemologice ale comunicării”, Editura Ars Docendi, 2002 (p.33-54).

2. Informația și comunicarea

Bibliografie:

a. Sultana Craia, „Introducere în teoria comunicării”, Editura Fundației România de Mâine, București, 2007 (31-42).

b. Dumitru Borțun, „Bazele epistemologice ale comunicării”, Editura Ars Docendi, 2002 (p.33-54).

3. Modelul matematic al comunicării (Shanon-Weaver)

Bibliografie:

a. Denis Mc Quail, Sven Windahl, „Modele ale comunicării”, Editura Comunicare.ro, București, 2001 (p.9-55).

b. Sultana Craia, „Introducere în teoria comunicării”, Editura Fundației România de Mâine, București, 2007 (p.73-82).

4. Modelul lingvistic al comunicării (R. Jakobson)

Bibliografie:

a. Denis Mc Quail, Sven Windahl, „Modele ale comunicării”, Editura Comunicare.ro, București, 2001 (p.9-55).

b. Dumitru Borțun, „Bazele epistemologice ale comunicării”, Editura Ars Docendi, 2002 (p.33-54).

5. Modelul efectului în comunicare (H. Lesswel)

Bibliografie:

- a. Denis Mc Quail, Sven Windahl, „Modele ale comunicării”, Editura Comunicare.ro, București, 2001 (p.9-55).
- b. Sultana Craia, „Introducere în teoria comunicării”, Editura Fundației România de Mâine, București, 2007 (p.73-82).

B. DISCIPLINE DE SPECIALITATE

I. TEHNICI DE REDACTARE

1. Criteriile de redactare a unui text jurnalistic

Ruxandra Coman, *Tehnici de redactare (în presa scrisă)*, București, Editura Fundației „România de Mâine”, 2009, pp. 9 - 22;

Yves Agnès, *Introducere în jurnalism*, Polirom, 2011, pp.107-126

2. Perspective teoretice privind distincția text/ discurs jurnalistic și modalitățile de organizare textuală

Ruxandra Coman, *Tehnici de redactare (în presa scrisă)*, București, Editura Fundației „România de Mâine”, 2009, pp. 22-25;

Andra Șerbănescu, *Cum se scrie un text*, Iași, Polirom, 2000, pp. 133-209

3. Redactarea componentelor textului, în funcție de specie/ gen jurnalistic: șapoul, elementele titrării, leadul, paragraful final.

Ruxandra Coman, *Tehnici de redactare (în presa scrisă)*, București, Editura Fundației „România de Mâine”, 2009, pp. 97-107, 111-113, 118-124, 143-164

Sorin Preda: *Tehnici de redactare în presa scrisă*, Iași, Polirom, 2006, pp. 20-72;

Cristian Florin Popescu, *Dicționar explicativ de jurnalism, relații publice și publicitate*, București, Tritonic, pp. 192-194

4. Tehnici de redactare în funcție de genurile și speciile jurnalistice

Ruxandra Coman, *Tehnici de redactare (în presa scrisă)*, București, Editura Fundației „România de Mâine”, 2009, pp. 97-143

David Randall, *Jurnalismul universal. Ghid practic pentru presa scrisă*, Iași, Polirom, 2007, pp. 55–69

Cristian Florin Popescu, *Manual de jurnalism. Redactarea textului jurnalistic. Genuri redacționale*, vol.I, București, Editura Tritonic, 2003, capitolul referitor la știre

Marin Stoian, *Genuri ziaristice. Note de curs*, București, Editura Fundației „România de Mâine”, 2007, pp. 7-42

Doina Ruști, *Presa culturală. Specii, tehnici compoziționale și de redactare*, București, Editura Fundației PRO, 2002, pp. 159-168

Luminița Roșca, *Reportajul*, în Mihai Coman (coord.), *Manual de jurnalism. Genurile jurnalistice*, Iași, Polirom, 2001, pp. 9–52.

Radu Ciobotea, *Reportajul. Tehnici de redactare*, București, Editura Cartier, 2012, pp. 41–76

5. Specificul stilului jurnalistic. Stil jurnalistic/ Limbaje de presă

Ruxandra Coman, *Tehnici de redactare (în presa scrisă)*, București, Editura Fundației „România de Mâine”, 2009, pp. 58-66

II. COMUNICARE INTERNĂ

1. Organizația modernă – organizație comunicantă

Bibliografie:

- a. Ovidiu Nicolescu, Ion Verboncu, „Fundamentele managementului organizației”, Editura Universitară, București, 2008 (p.63-127).
- b. Dumitru Iacob (coord.), „Relații publice. Eficiență prin comunicare”, Editura comunicare.ro, București, 2011 (231-259).

2. Comunicare organizațională

Bibliografie:

- a. Gheorghe Toma (coord.), „Tehnici de comunicare”, Editura Artprint, București, 1999 (p.21-85).
- b. Scot M. Cutlip (coord.), „Relații publice eficiente”, Editura Comunicare.ro, București, 2010 (p.244-273).
- c.

3. Relațiile publice interne și comunicarea cu angajații

Bibliografie:

- a. Scot M. Cutlip (coord.), „Relații publice eficiente”, Editura Comunicare.ro, București, 2010 (p.244-273).
- b. Diana Maria Cismaru, „Comunicarea internă în organizații”, Editura Tritonic, București, 2008 (p.57-152).

4. Cultura organizațională

Bibliografie:

- a. Scot M. Cutlip (coord.), „Relații publice eficiente”, Editura Comunicare.ro, București, 2010 (p.244-273).
- b. Ovidiu Nicolescu, Ion Verboncu, „Fundamentele managementului organizației”, Editura Universitară, București, 2008 (p.321-363).

5. Mijloace de comunicare interne

Bibliografie:

- a. Scot M. Cutlip (coord.), „Relații publice eficiente”, Editura Comunicare.ro, București, 2010 (p.244-273).
- b. Diana Maria Cismaru, „Comunicarea internă în organizații”, Editura Tritonic, București, 2008 (p.57-152).

III. CAMPANII DE RELAȚII PUBLICE

1. Campaniile de relații publice și alte activități de relații publice

Bibliografie:

- a. Bernard Dagenais, „Campania de relații publice”, Editura Polirom, Iași, 2003 (p.46-255).
- b. Sofia Bratu, „Introducere în relații publice”, Editura Fundației România de Mâine, București, 2008 (p.74-102).

2. Caracteristici ale campaniilor de relații publice

Bibliografie:

- a. Bernard Dagenais, „Campania de relații publice”, Editura Polirom, Iași, 2003 (p.46-255).
- b. Sofia Bratu, „Introducere în relații publice”, Editura Fundației România de Măine, București, 2008 (p.74-102).

3. Etape ale unei campanii de relații publice

Bibliografie:

- a. Bernard Dagenais, „Campania de relații publice”, Editura Polirom, Iași, 2003 (p.46-255, 310-334).
- b. Sofia Bratu, „Introducere în relații publice”, Editura Fundației România de Măine, București, 2008 (p.74-102).

4. Tipuri de campanii de relații publice

Bibliografie:

- a. Bernard Dagenais, „Campania de relații publice”, Editura Polirom, Iași, 2003 (p.46-255, 310-334).
- b. Sofia Bratu, „Introducere în relații publice”, Editura Fundației România de Măine, București, 2008 (p.74-102).

5. Efecte ale campaniilor de relații publice

Bibliografie:

- a. Bernard Dagenais, „Campania de relații publice”, Editura Polirom, Iași, 2003 (p.310-334).
- b. Sofia Bratu, „Introducere în relații publice”, Editura Fundației România de Măine, București, 2008 (p.74-102).

V. COMUNICARE INTERCULTURALĂ

1. Conceptul de *cultură* în literatura disciplinei *Comunicare interculturală*.

Bibliografie:

- a. Rodica Pascu, *Comunicare interculturală*, Sibiu, Editura Universității "Lucian Blaga", 2007, p. 3-10.
- b. Nicolae Râmbu, *Comunicare interculturală*, în vol. *Comunicare socială și relații publice*, Volumul VI, coord. Prof. dr. Petru Bejan, Editura Universității "Al. I. Cuza", Iași, 2010, p. 367-377.
- c. Sinteza cursului *Comunicare interculturală*, p. 6-13, al cărui print poate fi consultat la bibliotecă.

2. Forme ale limbajului nonverbal în comunicarea interculturală.

Bibliografie:

- a. Rodica Pascu, *Comunicare interculturală*, Sibiu, Editura Universității "Lucian Blaga", 2007, p. 29-48.

- b. Nicolae Râmbu, *Comunicare interculturală*, în vol. *Comunicare socială și relații publice*, Volumul VI, coord. Prof. dr. Petru Bejan, Editura Universității “Al. I. Cuza”, Iași, 2010, p. 398-400.
- c. Sinteza cursului *Comunicare interculturală*, p. 21-32.

3. Importanța spațiului și timpului în comunicarea interculturală.

Bibliografie:

- a. Rodica Pascu, *Comunicare interculturală*, Sibiu, Editura Universității "Lucian Blaga", 2007, p. 50-60.
- b. Nicolae Râmbu, *Comunicare interculturală*, în vol. *Comunicare socială și relații publice*, Volumul VI, coord. Prof. dr. Petru Bejan, Editura Universității “Al. I. Cuza”, Iași, 2010, p. 388-394.
- c. Sinteza cursului *Comunicare interculturală*, p. 32-39.

4. Dimensiunile diferențelor culturale în viziunea lui Geert Hofstede.

Bibliografie:

- a. Rodica Pascu, *Comunicare interculturală*, Sibiu, Editura Universității "Lucian Blaga", 2007, p. 65-71.
- b. Nicolae Râmbu, *Comunicare interculturală*, în vol. *Comunicare socială și relații publice*, Volumul VI, coord. Prof. dr. Petru Bejan, Editura Universității “Al. I. Cuza”, Iași, 2010, p. 371 și 411.
- c. Sinteza cursului *Comunicare interculturală*, p. 41-45.

5. „Patologia” comunicării interculturale. Factori perturbatori și conflicte.

Bibliografie:

- a. Nicolae Râmbu, *Comunicare interculturală*, în vol. *Comunicare socială și relații publice*, Volumul VI, coord. Prof. dr. Petru Bejan, Editura Universității “Al. I. Cuza”, Iași, 2010, p. 378-388 și 407-415.
- b. Rodica Pascu, *Comunicare interculturală*, Sibiu, Editura Universității "Lucian Blaga", 2007, p. 75-77.
- c. Sinteza cursului *Comunicare interculturală*, p. 45-55.

VI. TEORIA ȘI ANALIZA TEXTULUI

1. Enunț și context (Dominique Maingueneau, *Analiza textelor de comunicare*, Iași, Institutul European, 2007., pp.17-30).

2. Discurs, enunț, text (Dominique Maingueneau, *Analiza textelor de comunicare*, Iași, Institutul European, 2007, pp.59-68).

3. Coeziunea textului (Emanuel Vasiliu, *Introducere în teoria textului*, București, Editura Științifică, 1990, pp.29-36).

4. Coerența textului (Emanuel Vasiliu, *Introducere în teoria textului*, București, Editura Științifică, 1990, pp.67-76).

5. Textualitate și intenționalitate (Emanuel Vasiliu, *Introducere în teoria textului*, București, Editura Științifică, 1990, pp.139-141).

VII. SEMIOTICA COMUNICĂRII

1. Ce este semiotica?

Jean-Marie Klinkenberg, *Inițiere în semiotica generală*, Iași, Institutul European, 2004, pp.15-35.

2. Semiotică și comunicare

Jean-Marie Klinkenberg, *Inițiere în semiotica generală*, Iași, Institutul European, 2004, pp.37-69.

3. Modele semiotice ale semnificației

Jean-Marie Klinkenberg, *Inițiere în semiotica generală*, Iași, Institutul European, 2004, pp.80-87.

4. Sintagmă și paradigmă

Jean-Marie Klinkenberg, *Inițiere în semiotica generală*, Iași, Institutul European, 2004, pp.126-134.

5. Relațiile dintre semne și articulația

Jean-Marie Klinkenberg, *Inițiere în semiotica generală*, Iași, Institutul European, 2004, pp.135-147.

VIII. SOCIOLOGIA OPINIEI PUBLICE

1. Definirea conceptelor de opinie și opinie publică.

Bibliografie: Aurelian Bondrea, *Sociologia opiniei publice și a mass-media*, Ed. Fundatiei Romania de Maine, Bucuresti, 1997, pp. 15-20

2. Atitudini sociale și opinii,

Bibliografie: Aurelian Bondrea, *Sociologia opiniei publice și a mass-media*, Ed. Fundatiei Romania de Maine, Bucuresti, 1997, pp. 20-25

3. Conceptul de public și caracteristicile sale.

Bibliografie: Aurelian Bondrea, *Sociologia opiniei publice și a mass-media*, Ed. Fundatiei Romania de Maine, Bucuresti, 1997, pp. 29-35

4. Opinia publică. Natura, structura, trasaturi.

Bibliografie: Aurelian Bondrea, *Sociologia opiniei publice și a mass-media*, Ed. Fundatiei Romania de Maine, Bucuresti, 1997, pp. 35-64

5. Prejudecati, stereotipuri, rumori, zvonuri.

Bibliografie: Aurelian Bondrea, *Sociologia opiniei publice si a mass-media*, Ed. Fundatiei Romania de Maine, Bucuresti, 1997, pp. 64-71.