

## **TEMATICĂ LICENȚĂ**

**Sesiunile - iulie 2018, septembrie 2018, februarie 2019**

### **A. DISCIPLINE FUNDAMENTALE**

#### **I. INTRODUCERE ÎN TEORIA COMUNICĂRII**

##### **1. Instrumentele Comunicării**

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

##### **2. Funcțiile și barierele comunicării**

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

##### **3. Teorii și modele ale comunicării**

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

##### **5. Raportul dintre public , opinia publică și comunicare**

*BIBLIOGRAFIE:* Craia, S., *Introducere în teoria comunicării*, Editura Fundației România de Măine, 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. Definierea, 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 Măine, 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.