

Facultatea de Jurnalism si Stiintele Comunicarii
Departament Antropologie culturala si Comunicare
Asistent poz 30

Structuri sociale ale comunicarii
Introducere in semiotica
Introducere în comunicarea interpersonală
PACT
Practica
Introducere în publicitate
Introducere in teoria comunicarii

BIBLIOGRAFIE

1. Structuri sociale ale comunicarii

Vlasceanu, Lazar (coord.), 2011, *Sociologie*, Editura Polirom, Iasi, (cap. 1, 8, 10, 17)
Giddens, Anthony, 2010, *Sociologie*, editia a Va, Editura All, Bucuresti, (cap. 6, 15, 16, 18)
Marinescu, Valentina, 2009, *Cercetarea în comunicare. Metode si tehnici*, Editura C. H. Beck, Bucuresti

2. Introducere in semiotica

Dragan, Ioan, 2007, *Comunicarea. Paradigme si teorii*, Editura Rao, Bucuresti (partea a IIIa – vol. 1)
Fiske, John, 2003, *Introducere în tiin ele comunic rii*, Editura Polirom, Iasi
Roven a-Frumu ani, Daniela, 1999, *Semiotic , societate, cultur* , Institutul European, Ia i

3. Introducere în comunicarea interpersonală

Chiru, Irena, 2003, *Comunicarea interpersonal* , Editura Tritonic, Bucure ti
O'Sullivan, Tim et. al., 2001, *Concepte fundamentale din stiintele comunicarii si studiile culturale*, Editura Polirom, Iasi

4. PACT

Radu, Raluca, Surugiu, Romina (coord.), 2009, *Institutii interne si internationale – Ghid pentru jurnalisti*, Editura Universit tii, Bucuresti

5. Introducere în publicitate

Popescu, Costin, *Introducere in publicitate*, Editura Universit ții din Bucuresti
Dragan, Ioan, 2007, *Comunicarea. Paradigme si teorii*, Editura Rao, Bucuresti (cap. de Publicitate)
Spiridon, Monica, 2013, *Popular Culture – Modele, repere si practici contemporane*, Editura Scrisul Românesc, Craiova (Capitolele 1 si 2)

6. Introducere in teoria comunicarii

Dragan, Ioan, 2007, *Comunicarea. Paradigme si teorii*, Editura Rao, Bucuresti
Petcu, Marian, 2002, *Sociologia Mass-media*, Editura Dacia, Cluj
Severin, Werner, Tankard, James, 2004, *Perspective asupra teoriilor comunicarii de masa*, Editura Polirom, Iasi (Cap. 1,12, 13, 14 si 15)

TEMATICA

1. Structuri sociale ale comunicarii

Importanta sociologiei si a cercetarii sociologice in societatea contemporana

2. Introducere in semiotica

Semne si sisteme de semne. Definitii si taxinomii
Semne si simboluri in societatea contemporana.
Semiotica modei

3. Introducere în comunicarea interpersonală

Importanta feed-back-ului in comunicarea interpersonala
Condițiile comunicarii interpersonale eficiente

4PACT

Importanta cunoasterii si intelegerii rolului institutiilor interne si internationale actuale, din perspectiva specialistului in comunicare

5.Introducere în publicitate

Publicitatea in societatea contemporana
Modele si teorii ale publicitatii
Componentele mesajului publicitar

6.Introducere in teoria comunicarii

Influenta mass media si teoriile efectelor

