

Departamentul de Antropologie culturală și Comunicare

**POSTURI SCOASE LA CONCURS**

**SEMESTRUL II**

**AN UNIVERSITAR 2015-2016**

**Lector 25**

Atelier in publicitate

Introducere in publicitate

Managementul agentiei de publicitate

Practica

Publicitate online

Introducere în teoria comunicării

Introducere în comunicarea interpersonală

I. **Atelier în publicitate**

Clasificarea titlurilor în publicitate

Tipurile de nume (procesul de "naming in publicitate")

- a) Drewniany, Bonnie L. și Jewler, A. Jerome, *Strategia creativ în publicitate*, Iași: Polirom, 2009; pp. 177-207 („Cuvinte pe hârtie: conectarea la inima și mintea consumatorilor”).
- b) Rivkin, Steve și Sutherland, Fraser, *Cum se creează un nume de brand*, București: Ed. Brandbuilders, 2009; pp. 39-76 (Partea 1, “Numele”)

II. **Introducere în publicitate**

Transformarea propunerii unice de vânzare

Clasificarea tipurilor de publicitate

- a) Trout, Jack și Rivkin, Steve (2006). *Diferențiaz-te sau mori*. București: Brandbuilders pp. 11-27 (Reinventarea propunerii unice de vânzare)

b) Popescu, Costin (2005). *Introducere în publicitate*. Bucure ti: Editura Universit ii din Bucure ti (Tipuri de publicitate pp.79-95)

III. **Managementul agentiei de publicitate**

Structura agentiei de publicitate

Definirea si explicarea capitalului de brand.

a) Petre, Dan i Nicola, Mihaela *Introducere în publicitate*, Bucure ti: Ed. Comunicare.ro, 2004, („Agentia de publicitate”); pp. 67-86

b) Aaker, David , *Managementul capitalului unui brand*, Bucure ti: Ed. Brandbuilders, 2005: pp. 15-57; ( “Ce înseamn capitalul unui brand?”);

**IV. Practica**

**V. Publicitate online**

Publicitatea si new media

Integrarea interactivității

1. Lister, M., Dovey, J., Giddings, S., Grant, I., & Kieran, K. (2009): *New Media – A Critical Introduction*, (1-43), Routledge, London
2. Spurgeon, C. (2008): *Advertising and New Media*, Routledge, New York
3. Veghes, I., & Grigore, B. (2003): *Relațiile publice și publicitatea online*, Polirom, Iași

4. Google Partners (2016): Adwords Fundamentals exam refresher guide - se poate downloada de aici:<https://support.google.com/partners/answer/6187720?hl=en>

5. IAB (2015): 2015 Advertising Creative Guidelines for Display & Mobile - Updated for HTML5 - se poate downloada de aici:

<http://www.iab.com/guidelines/iab-display-advertising-guidelines/>

**VI. Introducere în teoria comunicării**

Proxemica și tipologia gesturilor

Comunicare i influență . Teoriile persuasiunii

Chelcea, Septimiu Ivan, Loredana, Adina Chelcea, Adina *Comunicarea nonverbal : gesturile și postura*, București, Comunicare.ro, București, 2005, p. 41-51; 129-137.

Severin Werner, Tankard, James, *Perspective asupra teoriilor comunicării de masă* , Polirom, Iași, 2004,p.170-201

## **VII. Introducere în comunicarea interpersonală**

1. Așertivitatea și emoția (aprehensiunea) în comunicarea interpersonală.
2. Relațiile interpersonale. Putere și conflict.

### Bibliografie

Chelcea, Septimiu și Alexandru Zoderu, 2008, „**Emoțiile – o construcție socială**” in Septimiu Chelcea (ed.), *Psihosociologie. Teorii, cercetări, aplicații*, Iași: Polirom, pp. 355-376.

Dinu, Mihai, 2008, *Fundamentele comunicării interpersonale*, București: Ed. ALL.

Floyd, Kory, 2009, *Interpersonal Communication. The Whole Story*, New York: McGraw-Hill (trad. rom. Miruna Andriescu, 2013, *Comunicarea interpersonală*, Iași: Polirom).