

Tematică și bibliografie lect. 25

post didactic vacant aprobat pentru a fi scos la concurs pe perioadă NEDETERMINATĂ
în semestrul II al anului universitar 2019-2020

Fundamente ale științelor sociale

1. Statul ca formă instituționalizată a puterii politice
2. Puterea. Autoritatea și legitimitatea

bibliografie:

Bochenski, J. M., 2006, Ce este autoritatea, Ed. Humanitas, (ed. II), București
Clastres, Pierre, 1995, Societatea contra statului, Ed. Ararat, București
Lapierre, Jean-William, 1997, Viața fără stat?, Institutul European, Iași
Pîrvulescu, Cristian, 2002, Politici și instituții politice, Ed. Trei

Noile Media și Comunicarea Politică/New Media and (New) Political Communication

1. Political Propaganda. Populism and Illiberalism
2. The Digital Party. Death of the Party Cadre

bibliografie:

Gerbaudo, Paolo, The Digital Party: Political Organisation and Online Democracy, 2019, Pluto Press; 1 edition
Fareed Zakaria, "The Rise of Illiberal Democracy", Foreign Affairs, Vol. 76, No. 6 (Nov. - Dec., 1997), pp. 22-43
Takis S. Pappas, 2019, Populism and Liberal Democracy. A Comparative and Theoretical Analysis. Oxford University Press,

Introducere în teoria comunicării

1. Particularități ale comunicării nonverbale
2. Comunicarea socială

bibliografie:

Chelcea, Septimiu et al, Comunicarea nonverbală: gesturile și postura, Comunicare.ro, București, 2005, cap. 2. „Semne, semnale, coduri și canale în comunicare nonverbală”, p. 41-95.
Baylon, Ch și X. Mignot,, 2000, Comunicarea, Editura Universității „Al.I.Cuza” Iași, Cap. VIII/I, p.. 291-301.

Principii ale comunicării eficiente

1. Definierea persuasiunii. Strategii de persuasiune
2. Persiune și manipulare. Perspective etice asupra persuasiunii și manipulării

bibliografie:

Larson, Charles, 2003, Persuasiunea. Receptare și responsabilitate ed. Polirom
Mucchelli, Alex, 2002, Arta de a influența ed. Polirom

Planificare strategică în publicitate

1. Targetarea. Definierea unor grupuri țintă pentru anumite produse și găsirea unui nume pentru aceste grupuri țintă.
2. Definierea adevărilor umane (insight) din spatele gândirii strategice

bibliografie:

Popescu, Costin, 2018, Comunicare publicitară : retrospective, Editura Universitatii din Bucuresti;
Kotler, Philip, 1997, Managementul Marketingului, Bucuresti, Teora

Relații publice sectoriale

1. PR sectorial: introducere și exemple
2. Perspectivă de ansamblu asupra sectoarelor de activitate: sectorul public, sectorul privat, sectorul neguvernamental. Comunicarea strategică pentru fiecare sector de activitate: caracteristici, diferențe, exemple de campanii și abordări

Lattimore, D., Baskin, O., Heiman, S., Toth, E., 2009, Public Relations. The Profession and the Practice, 3rd ed., New York: McGraw Hill;

Oancea, D. (ed.), 2017, The Golden Book of Romanian Public Relations, București: Fundația Forum for internationalcommunication,