

TEMATICA ȘI BIBLIOGRAFIA pentru

Concursul organizat în vederea ocupării Postului nr. 20, Lector universitar,
din Statul de funcțiuni al Departamentului de Filologie cu disciplinele:

- Editare de texte în limbaje specializate
- Tehnici de redactare
- Introducere în publicitate
- Elaborarea unui produs de relații publice cu ajutorul calculatorului
- Elaborarea unui produs de relații publice cu ajutorul mijloacelor audio-video
- Creație în publicitate

I. Editare de texte în limbaje specializate

- 1) Lexicul limbajului jurnalistic/media și genurile jurnalistic
- 2) Sintaxa limbajului jurnalistic / publicistic
- 3) textul jurnalistic - compoziție
- 4) Limbajul jurnalistic și genurile presei

Bibliografie:

- Coman, C., *Relațiile publice: tehnici de comunicare cu presa*, Ed. All, București, 1999
- Coman C., *Relații publice - principii și strategii*, Ed. Polirom, Iași, 2001.
- Dagenais, B., *Campania de relații publice*, trad. Romina Surugiu, George Surugiu, Ed. Polirom, Iași, 2003.
- Kendall, R., *Public Relations Campaign Strategies: Planning for Implementation*, New York, Harper Collins Publishers, 1992 (ediția a II-a, 1996).
- Newsom, D., Scott, A., Turk, VanSlike J., *This Is PR*, Belmont, Wadworth Publ. Comp., 1993.
- Wilcox, Dennis L, Ault, Philip H, Agee, Warren K, *Public Relations Strategy and Tactics*, NY, Harper Collins Inc., 1992.

II. Tehnici de redactare:

- 1) Principiile redactării de materiale pentru relațiile publice
- 2) Tehnici de redactare
- 3) Metode și tehnici de exprimare, genuri jurnalistic
- 4) Tehnici și strategii mediatice în televiziune și radio
- 5) Copywriting – tehnici de redactare a textelor publicitare

Bibliografie:

- Aronson, M., Spetner, D., Ames, C., *Ghidul redactării în relații publice*, trad. Dorina Oprea, Ed. Amsta Publishing, București, 2008.
- Bignell, J., Orlebar, J., *Manual practic de televiziune*, trad. Carmen Catană, Ed. Polirom, Iași, 2009.
- Brănescu, G., *Dă-mi banii tăi - Metodă de copywriting*, Ed. Tritonic, București, 2011.
- Brody, E.W., Lattimore, D. L., *Public Relations Writing*, Ed. Praeger, New York, 1990.
- Caples, J., *Metode de publicitate testate*, trad. Oana Alexandra Petre, Ed. Publica, București, 2008.
- Coman, C., *Relațiile publice și mass-media*, Ed. Polirom, Iași, 2004.
- Coman, M., *Introducere în sistemul mass-media*, Ed. Polirom, Iași, 1999.
- Coman, M., *Manual de jurnalism – tehnici fundamentale de redactare*, vol. I-II, Ed. Polirom, Iași, 2000.

David, G., *Tehnici de relații publice – comunicarea cu mass-media*, Ed. Polirom, Iași, 2008.

Gettins, D., *Cum să scrii reclame de succes*, trad. Sorin Tofan, Ed. Publica, București, 2009.

Green, A., *Comunicarea eficientă în relațiile publice. Crearea mesajelor și relațiile sociale*, trad. Iulia Iordache, Ed. Polirom, Iași, 2009;

Hilliard, R. L., *Redactarea materialelor pentru televiziune, radio și noile media*, trad. Miruna Andriescu, Ed. Polirom, Iași, 2012.

Hopkins, C. C., *Scientific Advertising*, NTC, Lincolnwood, Illinois, USA, 1923, reedit. 1998.

Kover, A.J., *Copywriters' implicit theories of communication: an exploration*, în *Journal of Consumer Research*, 21 (4), 596–911, 1995.

Mallender, A., *Cum să scrii pentru multimedia. Tehnici de scriere interactivă. Rezumatul. Derularea. Scenariul*, trad. Oana Drăgănescu, Ed. Polirom, Iași, 2008.

Maslen, A., *100 idei geniale de copywriting*, trad. Maria Cristea, Ed. Adevărul Holding, Buc., 2011.

Newsom, D., Carrell, B., *Redactarea materialelor de relații publice*, trad. Dana Ligia Ilin, Ed. Polirom, 2004.

Ogilvy, D., *Ogilvy on Advertising*, Prion Books Ltd, Italy, 1999.

Ogilvy, D., *Confesiunile unui om de publicitate*, Monica Mitarcă, Ed. Humanitas, Buc., 2009.

Roșca, L., *Producția textului jurnalistic*, Ed. Polirom, Iași, 2004.

Sandu, G., *Manual de fotojurnalism*, Ed. Tritonic, București, 2004.

Sullivan, L., *Whipple, Încearcă asta. Un ghid pentru a crea reclame de excepție*, trad. Liliana Tomescu, Brandbuilders Grup, București, 2004.

Treadwell, D., Treadwell, J., *Student Workbook for Public relations Writing – Principles in Practice*, Sage Publications, London, 2005,

III. Introducere în publicitate:

- 1) Aspecte din istoria publicității
- 2) Publicitatea ca proces de comunicare
- 3) Strategia și planificarea în publicitate
- 4) Creația în publicitate
- 5) Media în publicitate
- 6) Marketingul direct

Bibliografie:

Barbu, Petre, *Primul an de publicitate (o istorie a advertising-ului românesc)*, Ed. Tandem Media, București, 2013.

Boier, R., *Marketing și comportamentul consumatorului*, Graphix, Iași 1994.

Bondrea, A., Gâfdeac I., *Management și marketing pentru tehnologii moderne*, Ed. Fundației „România de mâine”, București, 2000.

Brune, F., *Fericirea ca obligație. Psihologia și sociologia publicității*, trad. Corina Iftimie, Ed. Trei, București, 2003.

Covey, S., *Eficiența în 7 trepte. Un abecedar al înțelepciunii*, Ed. All, București, 1998.

Drăgan, J. C., Demetrescu M. C., *Noul marketing la începutul mileniului III*, Ed. Europa Nova, București, 1998.

Haskins, J., Kendrick, A., *Succesful Advertising Research Methods*, NTC Business Book, Lincolnwood, 1993.

Kotler, Ph., *Principiile marketingului*, trad. Smaranda Nistor, Cosmin Crișan, Ed. Teora, București, 1999.

Le Men, Y., Bruzeau, M., *Marketing direct*, trad. B. Scarpet, Ed. Teora, București, 2000.

Nicola M., Petre D., *Publicitate, SNSPA– Facultatea de Comunicare și Relații Publice „David Ogilvy”*, București, 2001.

Ogilvy, D., *Ogilvy on Advertising*, Prion Books Ltd., Italy, 1999.

Petcu, M., *O istorie ilustrată a publicității românești.*, Ed. Tritonic, București, 2002.

Petre, D., Nicola, M., *Introducere în publicitate*, Ed. Comunicare.ro., București, 2004.

Pincas, St., Loiseau, M., *A History of Advertising*, Taschen, Köln, 2008

Tungate, M., *Adland: istoria universală a publicității*, trad. Iulia Serafim, Ed. Humanitas, București, 2012.

IV. Elaborarea unui produs de relații publice cu ajutorul calculatorului

- 1) Publicații utilizate frecvent în relațiile publice, realizate pe calculator
- 2) Elemente de bază în conceperea și realizarea unei publicații de relații publice pe calculator
- 3) Norme de editare și tehnoredactare în elaborarea unei publicații pe calculator: alegerea fonturilor, alinierea, fundalurile, designul grafic etc
- 4) Elaborarea comunicatului de presă

V. Elaborarea unui produs relații publice cu ajutorul mijloacelor audio-video

- 1) Elementele de bază ale gramaticii de film și de televiziune. Tehnicile de televiziune: încadraturile, unghiurile de filmare, mișcările camerei de luat vederi și tehnicile de editare
- 2) Apariția și evoluția filmului: perioada de pionierat, filmul mut, epoca de aur, era de tranziție, epoca de argint și epoca modernă a acestuia
- 3) Elaborarea unui comunicat audio și a unui interviu radiofonic
- 4) Televiziunea proactivă. Elaborarea unui video-comunicat și a unui interviu pentru televiziune
- 5) Proiectul și pregătirile necesare pentru elaborarea unui reportaj Tv.
- 6) Analiza științifică, pe baza "gramaticii" de televiziune, a unei emisiuni Tv.

Bibliografie:

- Bernays, Edward R., *Cristalizarea opiniei publice*, trad. Florin Paraschiv, cuvânt înainte de Florin Dumitrescu, studiu introductiv de Remus Pricopie, Ed. Comunicare.ro, București, 2003.
- Brielmaier, P., Wolf, E., *Ghid de tehnoredactare. Punerea în pagină a ziarelor și revistelor*, trad. Viaceslav Odobescu, Ed. Polirom, Iași, 1999.
- Bucheru, I., *Fenomenul televiziune*, Ed. Fundației România de mâine, București, 1997.
- Chiciudean, I., Ţoneș, V., *Gestionarea crizelor de imagine*, Ed. Comunicare.ro, București, 2002.
- Coman, M. (coord.), *Manual de jurnalism. Tehnici fundamentale de redactare*, Ed. Polirom, Iași, 1997.
- Coman, M. (coord.), *Manual de Jurnalism*, Ed. Polirom, Iași 1990.
- Coman, C., *Relațiile publice. Principii și strategii*, Ed. Polirom, Iași, 2001.
- Cutlip, Scott M., Center, Aleen H., Broom, Glen M., *Relații publice eficiente*, ediție îngrijită de Lucian Pricop, postfață de Remus Pricopie, ediția a IX-a, București, Ed. Comunicare.ro, 2010.
- Dagenais, B., *Profesia de relaționist*, trad. Anca-Magdalena Frumușani, Ed. Polirom, Iași 2002.
- Dabu, V., *Dreptul comunicării sociale*, Ed. Comunicare.ro, București, 2001.
- David, G., *Tehnici de relații publice. Comunicarea cu mass-media*, Ed. Polirom, Iași, 2008.
- Dobrescu, P., Bârgăuanu, A., Corbu, N., *Istoria comunicării*, Ed. Comunicare.ro, București, 2007.
- Halic, B.-Al., Chiciudean, I., *Analiza imaginii organizațiilor*, Ed. Comunicare.ro, București, 2004.
- Iacob, D., Cismaru, D.-M., Pricopie, R., *Relațiile publice. Coeziune și eficiență prin comunicare*, Ed. Comunicare.ro, București, 2011.
- Newsom, D., Haynes, J., *Redactarea materialelor de relații publice*, trad. Dana Ligia Ilin, Ed. Polirom, Iași, 2011.
- Nistor, E., *Introducere în filosofia comunicării și a relațiilor publice, cu focalizare pe aspectele de criză*, Ed. Universității "Petru Maior", 2011.
- Norbest, B., *Radioul local, ghid practic pentru jurnaliști*, Ed. Polirom, Iași, 1998.
- Ollins, Wally, *Noul ghid de identitate vizuală. Cum se creează și se susține schimbarea prin managementul identității*, Ed. Comunicare.ro, București, 2004.
- Pricopie, R., *Relațiile publice. Evoluție și perspective*, Ed. Tritonic, București, 2004,
- Rogojinaru, A., *Relațiile publice. Fundamente interdisciplinare*, Ed. Tritonic, București, 2005.
- Stavre, I., *Comunicare audiovizuală. Aspecte ale europenizării societății românești*, Ed. Tritonic, București, 2011.
- Tudor, D., *Manipularea opiniei publice în conflicte armate*, Ed. Dacia 2001.

VI. Creație în publicitate

- 1) De la brief la produsul finit. Ipostaza „omului de creație” în publicitate
- 2) Specificitatea discursului publicitar. Titlul, textul lingvistic
- 3) Imaginea publicitară/ Logotipul. Sloganul
- 4) Elemente ale creației publicitare de calitate. Instrumente folosite în creație. Tehnici de creație
- 5) Conținuturi publicitare. Dimensiunea socială/ Dimensiunea psihică/ Dimensiunea etologică/ Dimensiunea mitică

Bibliografie:

- Adam, J.-M.; Bonhomme, M., *Argumentarea publicitară. Retorica elogiului și a persuasiunii*, Ed. Institutul European, Iași, 2005.
- Benoît, H., *Logoul*, Editura Comunicare.ro, București, 2002.
- Bonnage, C., Thomas, C., *Don Juan sau Pavlov ? Eseu despre comunicarea publicitară*, Ed. Trei, Iași, 1999.
- Boutaud, J. J., *Comunicare, semiotică și semne publicitare*, Editura Tritonic, București, 2003.
- Fidler, Roger, *Mediamorphosis. Să înțelegem noile media (1997; 2004)*, trad. Izabella Badiu, Ide&Design Ed. Cluj-Napoca.
- Jefkins, F., *Cum să stăpânești reclama la perfecție*, Rentrop & Straton, București, 2000.
- Joly, M., *Introducere în analiza imaginii*, Editura All, București, 1998.
- Kapferer, Jean-Noël (1980; 2002), *Căile persuasiunii: modul de influențare a comportamentelor prin mass media și publicitate*, traducere de Lucian Radu, cuvânt înainte de Septimiu Chelcea, Editura Comunicare.ro, București
- Larson, Charles U. (2001; 2003), *Persuasiunea. Receptare și responsabilitate*, trad. Odette Arhip, Iași, Ed. Polirom, Iași
- Moldoveanu, M., Miron, D., *Psihologia reclamei*, Editura Libra, București, 1995.
- Rovența-Frumușani, Daniela(2005), *Analiza discursului. Ipoteze și ipostaze*, Editura Tritonic, București
- Ogilvy, David, *On advertising*, Crown Publishers, New York, 1983 – trad.rom.2001.
- Popescu, Costin, *Publicitatea: o estetică a persuasiunii*, București, Ed. Universității din București, 2005

Târgu-Mureș,

04.12.2015

DECAN,
Prof.univ.dr. Iulian BOLDEA



DIRECTOR DEPARTAMENT,
Conf. univ. dr. Luminița CHIOREAN