



Universitatea „Alexandru Ioan Cuza” din Iași
Facultatea de Filosofie și Științe Social-Politice

Departamentul de Științe Politice,
Relații Internaționale și Studii Europene

Fundamente ale Comunicării în Relațiile Internaționale

CURS (tematică & bibliografie)

Specializarea RISE, anul I

Lect.dr. Corina Barbaros

corina.barbaros@uaic.ro

Obiectivele cursului:

1. Familiarizarea studenților cu modelele clasice și moderne de comunicare publică;
2. Formarea deprinderilor necesare analizei instrumentelor și tehnicilor de comunicare publică;

Repere metodologice:

Metode de predare: prelegerea, demonstrația, problematizarea, exercițiul


Materiale: înregistrări video, materiale grafice

Forme de evaluare: evaluare pe parcurs (activități de seminar)- 50%; examen final – 50% (oral)

Bibliografie minimală curs:

- Corina Barbaros, 2014, *Comunicarea politică. Construirea spectacolului politic, a opiniei publice și a agendei publice*, Adenium: Iași
- Manuel Castels, 2009, *Power Communication*, NY: Oxford University Press Inc.
- Edward Bernays, 2003, *Cristalizarea opiniei publice*, București: Comunicare.ro
- Lynda Lee Kaid, 2009, *Handbook of Political Communication Research*, New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, Inc.
- Denis McQuail, Sven Windahl, 2010, *Modele ale comunicării pentru studiul comunicării de masă*, București: Comunicare.ro
- Strömbäck, J., & Kioussis, S. (Eds.) (2011). *Political Public Relations. Principles and Applications*. New York: Routledge.
- Gabriel Tarde, 2007, *Opinia și mulțimea*, București: Comunicare.ro

Conținutul cursului:

	<h3>I. Teorii ale argumentării</h3>	<ul style="list-style-type: none">• Performanță și contra-performanță comunicățională• Strategii și tehnici de argumentare
	<h3>II. Modele ale comunicării și studiul comunicării de masă</h3>	<ul style="list-style-type: none">• Bazele discursive ale legitimității acțiunii și puterii politice• Efectele mass media asupra culturii și societății• Opinia publică și agenda publică
	<h3>III. Diplomație culturală și relații publice internaționale</h3>	<ul style="list-style-type: none">• Construirea și consolidarea imaginii/reputației• Fluxul internațional al informațiilor• Dialogul intercultural• Instituțiile/organizațiile cu rol în diplomația culturală



Universitatea „Alexandru Ioan Cuza” din Iași
Facultatea de Filosofie și Științe Social-Politice
Departamentul de Științe Politice,
Relații Internaționale și Studii Europene

Fundamente ale Comunicării în Relații Internaționale și Studii Europene

SEMINAR (tematică & bibliografie)

Specializarea RISE, anul I

Lect.dr. Corina Barbaros

[\(corina.barbaros@uaic.ro\)](mailto:corina.barbaros@uaic.ro)

Obiectivele seminarului:

1. Realizarea sarcinilor profesionale în mod eficient și responsabil cu respectarea deontologiei specifice domeniului
2. Realizarea unor activități în echipă exersând abilități de comunicare interpersonală pentru îndeplinirea obiectivelor propuse
3. Utilizarea eficientă a surselor informaționale și a resurselor de comunicare și formare profesională

Indicatorii de evaluare:

- a) Prezența la seminar (minimum 8 prezențe)
- b) Documentarea și prezentarea unei teme de seminar (8 puncte)
- c) Prezență activă la seminarii (2 puncte)

Tematica și bibliografia seminarului:

1. Noțiuni generale de vorbire în public și construire a discursului (2h)
 - Quintilian, 1974, *Arta oratorică*, București: Editura Minerva (vol 2, p.50-80)
 - Dale Carnegie, 2008, *Cum să vorbim în public*, București: Curtea Veche (p. 118-149)

2. Tipologia argumentelor : fapte, exemple, autoritate (2h)
 - Constantin Sălăvăstru, 2003, *Teoria și practica argumentării*, Iași: Polirom (p.157-173)
 - Aplicații : discursuri publice și materiale de comunicare
3. Erorile de argumentare. Categoriile de sofisme (2h)
 - Constantin Sălăvăstru, 2003, *Teoria și practica argumentării*, Iași: Polirom (p. 327-366)
 - Aplicații: discursuri publice și materiale de comunicare
4. Modele de comunicare centrate pe audiență (4h)
 - Denis McQuail, Sven Windahl, 2010, *Modele ale comunicării pentru studiul comunicării de masă*, București: Comunicare.ro (p. 107-129)
 - James Watson, 2008, *Media Communication. An Introduction to Theory and Process*, NY: Palgrave Macmillan (p. 40-62)
5. Teoriile difuzării și efectele comunicării de masă (4h)
 - Denis McQuail, Sven Windahl, 2010, *Modele ale comunicării pentru studiul comunicării de masă*, București: Comunicare.ro (p. 53-105)
 - Maxwell McCombs , Lance Holbert , Spiro Kiouisis , Wayne Wanta, 2012, *The News and Public Opinion*, Oxford: Polity Press (p.83-115)
6. Noile media și societatea în rețea (2h)
 - Manuel Castels, 2009, *Power Communication*, NY: Oxford University Press Inc.(p.54-137)
 - Karen Mossberger, Caroline J. Tolbert, Ramona Mc Neal, 2008, *Digital Citizenship*, Cambridge: MIT Press (p.1-21)
7. Construirea agendei publice (2h)
 - Erving Goffman, 2007, *Viața cotidiană ca spectacol*, București: Comunicare.ro (p.65-80)
 - Maxwell McCombs, 2014, *Setting the Agenda: Mass Media and Public Opinion*, 2nd Edition, Oxford: Polity Press (Chapters 5, 8)
8. Relațiile publice internaționale. Forma și conținutul materialelor din campaniile de relații publice globale
 - Patricia Curtin, Kenn Gaither, 2008, *Relațiile publice internaționale. Negocierea culturii, a identității și a puterii*, București: Ed. Curtea Veche (p.105-141)

- Analize aplicative

9. Brandingul de țară. Instrumente și strategii de comunicare (4h)

- Keith Dinnie, *Nation Branding*
http://www.culturaldiplomacy.org/academy/pdf/research/books/nation_branding/Nation_Branding_-_Concepts,_Issues,_Practice_-_Keith_Dinnie.pdf
- Alina Dolea, Adriana Țăruș. 2009. *Branding România. Cum (ne) promovăm imaginea de țară*, București: Ed. Curtea Veche
- Analize aplicative