

## Fișă de autoevaluare

CRITERII	DESCRIPTORI	PUNCTAJE ACORDATE
I. ACTIVITATEA DE CERCETARE (70%)	1. Articole științifice publicate <i>in extenso</i> în reviste cotate <i>Web of Science</i> cu factor de impact	(60 puncte x factor de impact + 25) / număr autori = 0 puncte
	2. Articole științifice publicate <i>in extenso</i> în reviste indexate <i>Web of Science</i> fără factor de impact	20 puncte / număr de autori = 0 puncte
	3. Articole științifice publicate <i>in extenso</i> în reviste indexate BDI  1. Dan S. Stoica: Jean Blaise Grise et sa vision globale des sciences de l'homme, in Argumentum. Journal of the Seminar of Discursive Logic, Argumentation Theory and Rhetoric, Iași i, 2014, vol. 12, nr.2, pp. 55-68. 2. Dan S. Stoica: What is Jamie Oliver's big knife doing in Midsomer Magna? On manipulation, in Argumentum. Journal of the Seminar of Discursive Logic, Argumentation Theory and Rhetoric, Iasi, 2014, vol. 12, nr. 1, pp. 132-145. 3. Dan S. Stoica: Phrases in Time..., in Argumentum. Journal of the Seminar of Discursive Logic, Argumentation Theory and Rhetoric, Iasi, 2013, vol. 11, no. 1, pp. 39-53, indexare EBSCO și Copernicus 4. Dan S. Stoica: Cine sa-i mai înțelege?! , in Analele Științifice ale Universității "Alexandru Ioan Cuza" din Iași, Secțiunea Științe ale comunicării, tom VI, 2013, pp. 101-110. 5. Dan S. Stoica: Despre dificultatea construirii unui model global al comunicării, in Analele Științifice ale Universității "Alexandru Ioan Cuza" din Iași, secțiunea Științe ale Comunicării, tom 4/2011, pp. 7-29, 2013, ISSN (print): 2065-2917; ISSN (online): 2068-1143 ( <a href="http://www.journals.indexcopernicus.com/passport.php?id=5060">http://www.journals.indexcopernicus.com/passport.php?id=5060</a> ) 6. Dan S. Stoica: Wisdom and the Cultural Dimension of Appropriateness, in Argumentum. Journal of the Seminar of Discursive Logic, Argumentation Theory and Rhetoric, Iasi, 2012, vol. 10, no. 2, pp. 69-84.	6 x 15 puncte / 1 autor = 90 puncte
	4. Articole științifice publicate <i>in extenso</i> în volumele conferințelor	indexate ISI: 30 puncte / număr autori = 0 puncte
	1. Virtual civic identity, in "Resurse lingvistice si instrumente pentru prelucrarea limbii române" (ConsILR-2013 Editia a IX-a a Conferintei Consortiului de Informatizare pentru Limba Română Castelul Sturdza, Miclăușeni, jud. Iasi 16-17 mai 2013), Iași, Editura Universității "Alexandru Ioan Cuza", 2013, pp. 139-148 (autori: Daniela Gifu, Dan S. Stoica, Dan Cristea).	indexate în BDI: 15 puncte / număr autori = 0 puncte
	2. Relaying on language, in "Resurse lingvistice si instrumente pentru prelucrarea limbii române" (ConsILR-2013 ed. a IX-a a Conferinței Consortiului de Informatizare pentru Limba Română Castelul Sturdza, Miclăușeni, jud. Iasi 16-17 mai 2013), Iași, Editura Universității "Alexandru Ioan Cuza", 2013, pp. 71-78.	alte categorii: 5 puncte / număr autori  1. 5 puncte/3 = 1,66 puncte 2. 5 puncte / 1 autor = 5 puncte 3. 5 puncte/2 = 2,5 puncte 4. 5 puncte/2 = 2,5 puncte

	<p>3. Dan S. Stoica: <i>Despre publicitate</i>, in Comunicare și cultură: aplicații interdisciplinare (Adela Rogojinaru, coord.), București, Tritonic, 2006, pp. 344-353, ISBN 978-973-733-081-9 DOI: <a href="http://www.dstoica.ro/wp-content/uploads/2011/09/Despre-publicitate.pdf">http://www.dstoica.ro/wp-content/uploads/2011/09/Despre-publicitate.pdf</a></p> <p>4. Dan S. Stoica, Mihaela Berneagă: <i>NUMAI cine se aseamănă se-adună... Încercare de analiză psiho-semiotică a publicității</i>, in PR Trend: Teorie și practică în publicitate și relații publice (Delia-Cristina Balaban și Flaviu Călin Rus, coord.), București, Tritonic, 2007), pp. 215-221. ISBN 978-973-733-125-0 DOI: <a href="http://www.dstoica.ro/wp-content/uploads/2011/09/Numai-cine-se-aseamana.pdf">http://www.dstoica.ro/wp-content/uploads/2011/09/Numai-cine-se-aseamana.pdf</a></p> <p>5. Dan S. Stoica, Mihaela Berneagă: <i>În apărarea unui model: modelul Jakobson</i>, in Melentina Toma (coord.), Paradigma analizei de tip situațional în câmpul socio-umanului, Iași, Editura Universității “Alexandru Ioan Cuza”, 2009, pp. 191-198. ISBN : 978-973-703-464-9. DOI: <a href="http://www.dstoica.ro/wp-content/uploads/2011/09/%C3%8En-ap%C4%83rarea-unui-model-modelul-Jakobson.pdf">http://www.dstoica.ro/wp-content/uploads/2011/09/%C3%8En-ap%C4%83rarea-unui-model-modelul-Jakobson.pdf</a></p> <p>6. Dan S. Stoica: <i>Coherence in HRM, a matter of rhetoric</i>, în Universitatea Politehnica București, DPPD: Training and Professional Development in Human Resources Field. International conference „Directions and modern strategies for training and improvement in human resources field”, 1st edition, București, Editura Politehnica Press, 2009, vol. 2, pp. 289-299 (Romanian version on the CD of the conference). ISSN 2067-0869 DOI: <a href="http://www.dstoica.ro/wp-content/uploads/2011/09/Coherence-in-HRM-a-matter-of-rhetoric.pdf">http://www.dstoica.ro/wp-content/uploads/2011/09/Coherence-in-HRM-a-matter-of-rhetoric.pdf</a></p> <p>7. Dan S. Stoica: <i>I know only One Who knows everything</i>, in International Conference PHOENIX – PHE 2010: Is it Necessary a Phoenix Phenomena in Higher Education. Proceedings, Brașov, Editura Universității Transilvania, 2010, Vol. 1, pp. 191-196. ISSN 2068-9845</p> <p>8. Dan S. Stoica: <i>Despre adevărul pur și simplu</i>, în Delia Cristina Balaban și Ioan Hosu (coordonatori), PR Trend. Societate și comunicare, București, Tritonic, 2009, pp. 124-135. ISBN 978-973-733-386-5 DOI: <a href="http://www.dstoica.ro/wp-content/uploads/2011/09/Despre-adev%C4%83rul-pur-%C5%9Fi-simplu.pdf">http://www.dstoica.ro/wp-content/uploads/2011/09/Despre-adev%C4%83rul-pur-%C5%9Fi-simplu.pdf</a></p> <p>9. Dan S. Stoica, Mihaela Berneagă: <i>Industria de formare mentală și schema lui DeFleur</i>, în Delia Cristina Balaban și Flaviu Călin Rus (coord.), PR Trend III. Teorie și practică în științele comunicării, Cluj, Editura Accent, 2008, pp. 22-29. ISBN 978-973-8915-66-4 DOI: <a href="http://www.dstoica.ro/wp-content/uploads/2011/09/Industria-de-formare-mental%C4%83.pdf">http://www.dstoica.ro/wp-content/uploads/2011/09/Industria-de-formare-mental%C4%83.pdf</a></p>	<p>5. 5 puncte / 1 autor = 5 puncte</p> <p>6. 5 puncte / 1 autor = 5 puncte</p> <p>7. 5 puncte / 1 autor = 5 puncte</p> <p>8. 5 puncte/2 = 2,5 puncte</p> <p>9. 5 puncte / 1 autor = 5 puncte</p> <p>10. 5 puncte / 1 autor = 5 puncte</p> <p>11. 5 puncte / 1 autor = 5 puncte</p> <p>12. 5 puncte / 1 autor = 5 puncte</p> <p>13. 5 puncte / 1 autor = 5 puncte</p> <p>14. 5 puncte / 1 autor = 5 puncte</p> <p>15. 5 puncte / 1 autor = 5 puncte</p>
--	--	---

	<p>10. Dan S. Stoica: <i>About the pure and simple truth</i>, in Delia Cristina Balaban, Bogdan Hosu (ed.), PR Trend: Society and communication, Mittweida, Hochschulverlag Mittweida, 2009, pp. 103-112 (Mitteldeutsche Hochschul-Schriften, Reihe C, Band 5) ISBN 978-3-9812499-3-4 DOI: <a href="http://www.dstoica.ro/wp-content/uploads/2011/09/About-the-pure-and-simple-truth.pdf">http://www.dstoica.ro/wp-content/uploads/2011/09/About-the-pure-and-simple-truth.pdf</a></p> <p>11. Dan S. Stoica: Un possible modèle sémiotique global de la communication, in X<sup>o</sup> Colloque bilatéral franco-roumain, CIFSIC Université de Bucarest, 28 juin – 3 juillet 2003, Sep 2003, <a href="http://archivesic.ccsd.cnrs.fr/sic_00000597">http://archivesic.ccsd.cnrs.fr/sic_00000597</a></p> <p>12. Dan S. Stoica: Une école de la francophonie, in <i>Journées de la francophonie, 23-25 mars 1995. Actes du colloque</i>, textes réunis par Marina Mureșanu Ionescu et Georges Diener, Iași, Editura Universității “Alexandru Ioan Cuza”, 1996, pp. 109-112</p> <p>13. Dan S. Stoica: La plume de Descartes et la feuille de Saussure, in <i>Journées de la francophonie, II-ème édition, 20-22 mars 1996. Actes du colloque</i>, textes réunis par Marina Mureșanu Ionescu, Iași, Editura Universității “Alexandru Ioan Cuza”, 1997, pp. 182-186</p> <p>14. Dan S. Stoica: Cartezianismul lingvistic, in <i>Limbaje și comunicare</i>, Iași, Institutul European, 1995, pp. 195-200</p> <p>15. Dan S. Stoica: Pragmatica unui limbaj specializat: limbajul afacerilor, in <i>Limbaje și comunicare II</i>, Iași, Institutul European, 1997, pp. 292-299</p>	
	<p>5. Cărți științifice publicate (doar prima ediție)</p> <p>1. Dan S. Stoica: <i>Limbaj, discurs, comunicare. Eseuri la temă</i>, Ed. UAIC, 2015, 240 pag – sub tipar</p> <p>2. <i>Comunicare publică. Relații publice</i>, Iași, Editura Universității “Alexandru Ioan Cuza”, 2004, 220 p.</p> <p>3. <i>Curs de metode bibliografice de cercetare</i>, Iași, Editura Universității “Alexandru Ioan Cuza”, 2000, 108 p.</p> <p>4. <i>Logică și limbaj. Instanțieri în spațiul cultural francez</i>, Iași, Edit DAN, 2000; 170 p., 21cm. ISBN 973-99150-3-5</p>	<p>edituri academice internaționale: 100 puncte la 100 pagini / număr autori = 0 puncte</p> <p>alte edituri internaționale 70 puncte la 100 pagini / număr autori = 0 puncte</p> <p>edituri academice naționale 50 puncte la 100 pagini / număr autori:</p> <p>1. 50 puncte x 240 pagini / 100 pagini = 120 puncte</p> <p>2. 50 puncte x 220 pagini / 100 puncte = 110 puncte</p> <p>3. 50 puncte x 108 pagini / 100 pagini = 54 puncte</p> <p>alte edituri naționale 20 puncte la 100 pagini / număr autori:</p> <p>4. 20 puncte x 170 pagini / 100 pagini = 34 puncte</p>

	6. Cărți științifice traduse și publicate în edituri din străinătate	100 puncte la 100 pagini / număr autori = 0 puncte
	<p>7. Coordonarea și editarea de volume, traduceri și antologii</p> <p><i>Coordonare și editare:</i></p> <p>1. Constantin Sălăvăstru, Dan S. Stoica (eds), <i>Signum, lingua, oratio. In honorem professoris Mariae Carпов, Iași, Editura Universității "Alexandru Ioan Cuza", 2010, ISBN 973-87517-9-9, 569 p.</i></p> <p>2. Dan S. Stoica (ed.): „<i>Moldavie... tout ce que j'aime</i>". 99 de acuarele de George Matei Cantacuzino, album editat de Dan S. Stoica, Iași, Editura Printco, 2006. ISBN 973-87517-9-9, 115 p.</p> <p><i>Traduceri:</i></p> <p>3. Dan S. Stoica: <i>Eugeniu Coseriu, Logica limbajului și logica gramaticii</i>, în Omul și limbajul său: Studii de filosofie a limbajului, teorie a limbii și lingvistică generală. Antologie, argument, note, bibliografie și indici de Dorel Finaru, Iași, Ed. Universității „Alexandru Ioan Cuza”, 2009, pp. 255-281, ISBN 978-973-703-386-4.</p> <p>4. Constantin Sălăvăstru, <i>Identité et altérité: les avatars de la rhétorique contemporaine</i>. La version française a été réalisée par le professeur associé Dan Stoica (Université de Iassy, Roumanie) avec la collaboration de Guylaine Martel (Université de Laval, Québec); Neuchâtel, Université de Neuchâtel, CdRS, 1998; Travaux du Centre de Recherches Sémiologiques, nr. 66.</p> <p>5. Dan S. Stoica: <i>Arhitectura europeană</i> de Gilbert Luigi, traducere din limba franceză Editura Institutul European, Iași, 2000 (Collection ABC).</p> <p>6. Eugenio Coșeriu, <i>Modele logice și nivele de analiză lingvistică: logica limbajului și logica gramaticii</i>, translated from French by Dan Stoica, in <i>Limbaje și comunicare II</i>, Iași, Institutul European, 1997, pp. 36-65</p>	edituri academice internaționale: 60 puncte / număr autori = 0 puncte
		alte edituri internaționale: 40 puncte / număr autori = 0 puncte
		edituri academice naționale: 30 puncte / număr autori
		30 puncte / 2 autori = 15 puncte
		30 puncte / 1 autor = 30 puncte
		alte edituri naționale: 15 puncte / număr autori
		6 x 15 puncte / 1 autor = 60 puncte
	8. Articole publicate în dicționare și enciclopedii	edituri academice internaționale: 30 puncte / număr autori = 0 puncte
		alte edituri internaționale: 20 puncte / număr autori = 0 puncte
		edituri academice naționale: 15 puncte / număr autori = 0 puncte
		alte edituri naționale: 5 puncte / număr autori = 0 puncte
	9. Contracte de cercetare științifică în instituții academice (universități, institute ale Academiei Române, institute naționale de cercetare, institute de cercetare din străinătate, alte categorii de institute academice)	contracte internaționale – director: 100 puncte pentru fiecare 100.000 Euro = 0 puncte
		contracte internaționale –

	<p>1. Proiectul de cooperare științifică interuniversitară Méthodologie de l'apprentissage de la recherche universitaire. L'harmonisation des pratiques académiques,</p> <p>Coordonat de profesorii Mihaela Șt. Rădulescu (București), Bernard Darbord (Paris), Angela Solcan (Chișinău).</p> <p>Finanțat de Agenția Universitară a Francofoniei, în urma unei competiții internaționale din 2007 pentru proiecte (Projets de coopération scientifique inter-universitaire), în cadrul programului "Soutien et renforcement de l'excellence universitaire".</p> <p>Expert pe termen scurt: două capitole în două volume diferite:</p> <p>Fondamentaux de la recherche, în La méthodologie de la recherche scientifique : composante essentielle de la formation universitaire. Coord.: Mihaela Șt. Rădulescu, Bernard Darbord, Angela Solcan. București: Ars Docendi, 2010, ISBN 978-973-558-461-0, pp. 17-31.</p> <p>Le degré des revues scientifiques, in Méthodologie de l'apprentissage de la recherche universitaire aux éditions Editura Didactica si Pedagogica, R.A. de Roumanie (sous la direction de Mihaela Șt. RĂDULESCU, Bernard DARBORD et Angela SOLCAN, Bucarest 2010, 299 pages, format 16,5x23,5), pp. 139-148.</p> <p>2. UnivSocCom Universitatea Viitorului în Societatea Cunoașterii POSDRU/861I .2/5/64075</p> <p>Expert pe termen scurt: două texte pentru cursuri la distanță PR și practici adiacente Rolul Relațiilor Publice în comunicarea internă</p> <p>3. Programul Operațional Sectorial pentru Dezvoltarea Resurselor Umane 2007 – 2013 Axa prioritară 2 – „Corelarea învățării pe tot parcursul vieții cu piața muncii” Domeniul major de intervenție 2.1 – „Tranziția de la școală la viața activă” Proiect „Stagii de pregătire practică și activități de stimulare a inserției pe piața muncii pentru studenți și absolvenți” ID: 31367 Expert pe termen scurt – tutor al studenților care au urmat cursuri practice de biblioteconomie la BCU Iași.</p> <p>4. Grant intern, Universitatea din Craiova, nr. 33C/2014 Expert pe termen scurt. Un capitol în volumul Topical Communication Uncertainties, Ștefan Vlăduțescu, Florentin Smarandache, Daniela Gîfu, Alina Țenescu (Coord.), Craiova, Editura SITECH, 2014. Uncertainty in Communication, pp. 26-41.</p>	<p>membru:</p> <p>100 puncte pentru fiecare 100.000 Euro / numărul membrilor echipei de cercetare = 0 puncte</p>
		<p>contracte naționale – director:</p> <p>50 puncte pentru fiecare 500.000 lei = 0 puncte</p>
		<p>contracte naționale – membru:</p> <p>50 puncte pentru fiecare 500.000 lei / numărul membrilor echipei de cercetare = 0 puncte</p>
	10. Contracte de cercetare în mediul de afaceri și sectorul public	<p>organizații internaționale: 100 puncte pentru fiecare 100.000 Euro = 0 puncte</p> <p>firme multinaționale: 100 puncte pentru fiecare 100.000 Euro = 0 puncte</p> <p>firme naționale: 50 puncte pentru fiecare 500.000 Euro = 0 puncte</p>

		organizații administrative naționale: 40 puncte pentru fiecare 500.000 Euro = 0 puncte
		alte organizații publice de nivel național: 30 puncte pentru fiecare 500.000 Euro = 0 puncte
	11. Brevete	internaționale: 100 puncte / număr de autori = 0 puncte
		naționale: 30 puncte / număr autori = 0 puncte
	12. Citări și recenzii ale lucrărilor științifice? a. Recenzie la <i>Logică și limbaj</i> – Constantin Sălăvăstru: Dan Stoica, "Logică și limbaj - instanțieri în spațiul cultural francez", Iași, Editura Dan, 2000. In: Revista de filosofie, v. 48, 2001 mai-aug., no. 3-4, pp. 427-431	reviste de specialitate din străinătate: (10 + 20 x factor de impact) / număr autori, pentru fiecare citare = 0 puncte
	b. Recenzie la <i>Curs de metode bibliografice de cercetare</i> – Camelia Stumbea: Dan Stoica "Curs de metode bibliografice de cercetare". Iași, Editura Universității "Alexandru Ioan Cuza", 2000, 108 p. In: Biblos (Iasi), 2001, no. 11-12, pp. 63-64.	reviste de specialitate din țară: (5 + 10 x factor de impact) / număr autori, pentru fiecare citare = 0 puncte
	Lucrarea <i>Political Correctness and Wooden Language</i> , citată de 8 ori în: 1. International Letters of Social and Humanistic Sciences, 2014, (4 citări)	monografii academice din străinătate: 50 puncte / număr autori, pentru fiecare citare
	2. Journal of Sustainable Development Studies, 2014 (2 citări)	recenzii = 2 x 50 puncte / 1 autor = 100 puncte
	3. Communications in Applied Sciences, 2014 (2 citări)	citări:
	Cartea <i>Comunicare publică. Relații publice</i> citată de 5 ori în:	1. 50 puncte x 4 / 1 autor = 200 puncte
	4. International Letters of Social and Humanistic Sciences, 2014 (1 citare)	2. 50 puncte x 2 / 1 autor = 100 puncte
	5. Journal of Sustainable Development Studies, 2014 (1 citare)	3. 50 puncte x 2 / 1 autor = 100 puncte
	6. Scientific Journal of Humanistic Studies, 2013 (1 citare)	4. 50 puncte x 1 / 1 autor = 50 puncte
	7. Communications in Applied Sciences, 2014 (2 citări)	5. 50 puncte x 1 / 1 autor = 50 puncte
	<i>Cursul de metode bibliografice de cercetare</i> citat de 3 ori în:	6. 50 puncte x 1 / 1 autor = 50 puncte
	8. Mdy El-Jubouri - Scientific Papers, 2012 (1 citare)	7. 50 puncte x 2 / 1 autor = 100 puncte
	9. Studii de Biblioteconomie și Știința Informării, 2008 (1 citare)	8. 50 puncte x 1 / 1 autor = 50 puncte
	10. Studii de Biblioteconomie și Știința Informării, 2008 (1 citare)	11. 50 puncte x 1 / 1 autor = 50 puncte
		12. 50 puncte x 1 / 1 autor = 50 puncte

	<p>Lucrarea <i>Our Father, to All of Us, Proportionately</i>, citată de 2 ori în:</p> <p>11. metaphorik. de - Jäkel, Cognitive Theory of Metaphor Applied to Religious Textss, 02/2002, (2 citări)</p> <p>12. Linguistic Agency University of Duisburg (LAUD) – O. Jäkel, 1997</p> <p>Lucrarea <i>Corectitudinea politică și limba de lemn</i>, citată 1 dată în:</p> <p>13. International Letters of Social and Humanistic Sciences (International Letters of Social and Humanistic Sciences), 17 / 2014</p>	13. 50 puncte x 1 / 1 autor = 50 puncte
		<p>monografii academice din țară: 25 puncte / număr autori, pentru fiecare citare</p> <p>9. &amp; 10. 2 x 25 puncte / 1 autor = 50 puncte</p>
	<p>13. Lucrări susținute în calitate de invitat la manifestări științifice (conferințe, congrese, simpozioane, seminarii și ateliere de lucru)</p> <p><b>Conferințe ținute cu ocazia mobilităților ERASMUS:</b></p> <p>1. 2006 - Conferința Publicity and advertising, are they at war?, Universidad da Beira Interior, Covilha, Portugalia</p> <p>2. 2008 - La recherche en sciences humaines et sociales en Roumanie, Université de Toulouse, IUT de Tarbes</p> <p>3. 2009 - Conferința Adequacy in Communication, Universidade do Algarve, Faro, Portugalia</p> <p>4. 2010 - Conferința Truth in Journalism and in PR, Université Catholique de l'Ouest, Angers, Franța</p> <p>5. <i>Cartezianismul lingvistic</i>, 1993, Simpozionul „Limbe și comunicare”, Universitatea din Suceava</p> <p>6. <i>Pragmatica unui limbaj specializat: limbajul afacerilor</i>, 1995, Simpozionul „Limbe și comunicare”, Universitatea din Suceava</p> <p>7. <i>Une école de la francophonie</i>, Journées de la francophonie, 23-25 mars 1995, UAIC</p> <p>8. <i>La plume de Descartes et la feuille de Saussure</i>, Journées de la francophonie, II-ème édition, 20-22 mars 1996.</p> <p>9. <i>Un possible modèle sémiotique global de la communication</i>, 2003, Sesiunea de comunicări științifice româno-franceză pe tema științelor informării și comunicării (CIFSIC), București</p>	<p>străinătate: 25 puncte pentru fiecare activitate</p> <p>4 x 25 puncte = 100 puncte</p>
		<p>țară: 10 puncte pentru fiecare activitate</p> <p>4 x 10 puncte = 40 puncte</p>
	<p>14. Profesor/cercetător invitat la universități/institute de cercetare</p> <p>- Invitat pentru conferințe pe tema „Limbe și comunicare” la Universitatea din Saragoza, la Școala doctorală a Departamentului de Franceză (ian. 2000)</p>	<p>străinătate: 25 puncte pentru fiecare activitate</p> <p>1 x 25 puncte = 25 puncte</p>
		<p>țară: 10 puncte pentru fiecare activitate = 0 puncte</p>
	<p>15. Editor/Membru în Editorial Board &amp; Advisory Board</p> <p>1. Scientific editorial board of <i>Argumentum</i>, edited by the Academic Foundation Axis; membru</p> <p>2. Scientific Editorial Board of <i>Media Studies</i>,</p>	<p>reviste cotate Web of Science: editor, 30 puncte pentru fiecare revistă = 0 puncte; membru, 20 puncte pentru fiecare revistă = 0 puncte</p>
		<p>reviste internaționale și alte</p>

	<p>University Babeş-Bolyai, Cluj; membru</p> <p>3. Studies in Visual Arts and Communication, edited by The Academy of Arts "G. Enescu", Iaşi; membru</p> <p>4. BIBLOS, (versiunea online, <a href="http://www.bcu-iasi.ro/revista-biblos">http://www.bcu-iasi.ro/revista-biblos</a>); redactor-şef</p> <p>5. Studies in visual arts and communication. An International Journal, Academia de Artă „George Enescu”, Iaşi; membru.</p>	<p>reviste ale Universităţii: editor, 15 puncte pentru fiecare revistă; membru, 10 puncte pentru fiecare revistă</p> <p>4 x 10 puncte = 40 puncte</p> <p>1 x 15 puncte = 15 puncte</p>
	16. Premii internaţionale obţinute printr-un proces de selecţie	100 puncte / categorie / număr persoane = 0 puncte
	17. Premii ale Academiei Române	50 puncte / categorie / număr persoane = 0 puncte
	16. Alte premii naţionale ale instituţiilor culturale Profesor Bologna 2014	<p>20 puncte / categorie / număr persoane</p> <p>1 x 20 puncte = 20 puncte</p>
	<p>17. Participări la manifestări ştiinţifice</p> <p>1. Şcoala de vară EUROLAN'93, La première Ecole d'Été Euro-Roumaine sur le Traitement du Langage Naturel, 19-29 iulie 1993 – membru în Comitetul de organizare</p>	<p>internaţionale: preşedinte comitet organizare/consiliu ştiinţific, 25 puncte pentru fiecare activitate = 0 puncte; membru comitet organizare/consiliu ştiinţific, 15 puncte pentru fiecare activitate</p> <p>1 x 15 puncte = 15 puncte;</p> <p>moderator de panel, 15 puncte pentru fiecare activitate = 0 puncte; raportor pe secţiuni/paneluri, 10 puncte pentru fiecare activitate = 0 puncte</p> <p>naţionale: preşedinte comitet organizare/consiliu ştiinţific, 15 puncte pentru fiecare activitate = 0 puncte; membru comitet organizare/consiliu ştiinţific, 5 puncte pentru fiecare activitate = 0 puncte; moderator de panel, 5 puncte pentru fiecare activitate = 0 puncte; raportor pe secţiuni/paneluri, 2 puncte pentru fiecare activitate = 0 puncte</p>
II. ACTIVITATEA DIDACTICĂ (30%)	<p>2. Tratatate şi manuale universitare</p> <p>Dan S. Stoica: Curs de metode bibliografice de cercetare, Editura Universităţii "Alexandru Ioan Cuza", Iaşi, 2000, 108 p.</p>	<p>30 puncte la 100 pagini / număr de autori</p> <p>30 puncte x 108 pagini / 100 pagini = 32, 4 puncte</p>



	<p>2. Proiecte didactice (înființare/dotare laboratoare licență, master, săli workshop, biblioteci proprii facultăților, departamentelor, laboratoarelor și grupurilor de cercetare)</p> <p>Înființ area <i>Centrului de Studii in Comunicare</i>, 2014 (organizarea primului Colocviu “Arta discursului public. Discursul public al artei”), în cooperare cu Departamentul de Comunicare și Relații Publice de la Facultatea de Filosofie și Științe Social-Politice și cu Academia de Arte “George Enescu”.</p>	<p>40 puncte pentru fiecare activitate</p> <p>1 x 40 puncte = 40 puncte</p>
	<p>3. Materiale suport curs, seminar, lucrări practice și programe analitice detaliate</p> <p><b>Suporturi de curs</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. <i>De ce este nevoie de relații publice în economie?</i>, în volumul : Facultatea de Filosofie, <i>Comunicare Socială și Relații Publice</i>, Iași, Editura Universității “Alexandru Ioan Cuza”, 2008, pp. 363-389</li> <li>2. <i>Comunicare internă</i>, în volumul : Facultatea de Filosofie, <i>Comunicare Socială și Relații Publice</i>, Iași, Editura Universității “Alexandru Ioan Cuza” 2008, pp. 136-163</li> <li>3. PR și comunicarea internă (text pus online, pe serverele din proiectul UnivSocCom)</li> <li>4. PR și profesii adiacente (text pus online, pe serverele din proiectul UnivSocCom)</li> </ol> <p><b>Traduceri nepublicate ale unor texte necesare studenților</b> (textele sînt puse la dispoziția studenților pe forumurile yahoo)</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>5. Jürgen Habermas, <i>De l'éthique de la discussion</i></li> <li>6. Paul Grice, <i>Logic and Conversation</i></li> <li>7. Erwin Goffman, <i>Les rites d'interaction</i></li> <li>8. Dan Sperber, <i>How do we communicate?</i></li> <li>9. De Laurent Roussarie, <i>Despre distincția dintre sens și semnificație</i> (din: <i>Sémanticlopédie: dictionnaire de sémantique</i>)</li> </ol> <p><b>Programe analitice detaliate la cursurile:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Introducere în științele limbajului și ale comunicării</li> <li>- Comunicare publică. Relații Publice</li> <li>- Comunicare internă</li> <li>- Managementul informației</li> <li>- Afaceri publice</li> </ul> <p><b>Informații detaliate privind normele de editare a lucrărilor de licență și a disertațiilor</b> Sînt afișate și pe forumurile Yahoo, și în pagina mea (<a href="http://www.dstoica.ro">www.dstoica.ro</a>)</p> <p>Tutorat oferit studenților ERASMUS veniți (anual, cîte unul, cîte doi sau cîte 6) din 2007 la Jurnalism și unui grup de studenți din Estonia, venit la Departamentul de Comunicare de la Facultatea de Filosofie, în 2012 + materiale didactice oferite studenților ERASMUS veniți.</p>	<p><b>Suporturi de curs</b> 4 x 10 puncte = 40 puncte</p> <p><b>Traduceri</b> 5 x 10 puncte = 50 puncte</p> <p><b>Programe analitice</b> 5 x 10 puncte = 50 puncte</p> <p><b>Norme de editare licență e/disertații</b> 2 x 10 puncte = 20 puncte</p> <p><b>Materiale curs în limba engleză - ERASMUS</b> 1 x 10 puncte = 10 puncte</p>
	<p>4. Organizare de aplicații și practică de specialitate</p>	

	<p><b>2007-2008</b></p> <p>sept. 2007 - <i>Practică de relații publice</i> la Departamentul de Comunicare al Senatului României, în colaborare cu un fost student, Vlad Perju, care lucrează acolo (15 studenți i)</p> <p>feb. 2008 - <i>Practică de relații publice</i> la Departamentul de Comunicare al Senatului României, în colaborare cu un fost student, Vlad Perju, care lucrează acolo (15 studenți i)</p> <p>sept. 2008 - <i>Practică de relații publice</i> la Departamentul de Comunicare al Senatului României, în colaborare cu un fost student, Vlad Perju, care lucrează acolo (15 studenți i)</p> <p>feb. 2009 - <i>Practică de relații publice</i> la Departamentul de Comunicare al Senatului României, în colaborare cu un fost student, Vlad Perju, care lucrează acolo (15 studenți i)</p> <p>sept. 2009 - <i>Practică de relații publice</i> la Departamentul de Comunicare al Senatului României, în colaborare cu un fost student, Vlad Perju, care lucrează acolo (15 studenți i)</p> <p>feb. 2010 - <i>Practică de relații publice</i> la Departamentul de Comunicare al Senatului României, în colaborare cu un fost student, Vlad Perju, care lucrează acolo (15 studenți i)</p> <p>sept. 2010 - <i>Practică de relații publice</i> la Departamentul de Comunicare al Senatului României, în colaborare cu un fost student, Vlad Perju, care lucrează acolo (15 studenți i)</p> <p>feb. 2011 - <i>Practică de relații publice</i> la Departamentul de Comunicare al Senatului României, în colaborare cu un fost student, Vlad Perju, care lucrează acolo (15 studenți i)</p> <p>sept. 2011 - <i>Practică de relații publice</i> la Departamentul de Comunicare al Senatului României, în colaborare cu un fost student, Vlad Perju, care lucrează acolo (15 studenți i)</p> <p>feb. 2012 - <i>Practică de relații publice</i> la Departamentul de Comunicare al Senatului României, în colaborare cu un fost student, Vlad Perju, care lucrează acolo (15 studenți i)</p> <p>Studentii care s-au înscris în Centrul de Studii în Comunicare participă la cercetări practice, menite să le completeze formarea academică</p> <p>Am acordat tutorat unui număr de două persoane în cadrul proiectului Erasmus Mundus. Colege de profesie de la Chișinău, cu care am avut schimburi reciproc benefice.</p>	<p>5 x 233 licențe = 1165 puncte</p> <p>5 x 55 disertații = 275 puncte</p>
--	--	--

	<p><b>Licențe</b></p> <p>2001</p> <p>Agavriloaie Izabela: <i>Mecanisme de analiză a discursului electoral</i></p> <p>Ciumașu Diana: <i>Funcțiile limbajului în discursul publicitar</i></p> <p>Lăzescu Iuliana: <i>Semnificația interfeței cu utilizatorul în aplicațiile web</i></p> <p>Berneagă Mihaela: <i>Pragmatica unui discurs specializat: publicitatea</i></p> <p>Popa Mihai: <i>Rolul autorității în discursul public</i></p> <p>Sîrbu Maria-Gabriela: <i>Manipularea prin discurs politic</i></p> <p>Zaharia Oana-Alice: <i>Manipularea în Relațiile Publice</i></p> <p>2002</p> <p>Antonesei Andreea: Proiect de PR pentru BCU „Mihai Eminescu”</p> <p>Busuioc Camelia: Construcția și deconstrucția discursului publicitar</p> <p>Cujbă Daniela: Internetul ca mediu de PR</p> <p>Dimofte Alina: Metode de construire și analiză a discursului politic</p> <p>Iacob Elena-Monica: Libertatea presei în dreptul european. Cazul Belgiei</p> <p>Năstase Petrică: Comunicarea de criză</p> <p>Nuțu Oana: Pe marginea unui studiu despre gestică implicativă</p> <p>2003</p> <p>Ciobanu Constantin: PR în context de criză de imagine</p> <p>Cobuz Bogdan: Discursul de management al calității, componentă a PR-ului</p> <p>Mereu Mihai: Telefonul mobil ca mijloc de comunicare de masă</p> <p>Minea Alexandra: Activitatea de PR în postul privat de radio</p> <p>Popescu Lavinia: Manipularea în discursul de PR</p> <p>Rascarache Diana: Istoria și prezentul radioului public în România</p> <p>Roșu Alina: Strategii de comunicare în PR</p> <p>Teleoian Anca: Sofisme în discursul publicitar</p> <p>Ursache Elena: Comunicarea în activitatea promoțională</p> <p>2004</p> <p>Chilariu Simona: Sofisme în discurs</p> <p>Ciubotaru Ana: Discursul de marketing ca pluralitate de discursuri</p> <p>Cozma Măriuca: Promovarea unui produs, de la idee la realizare</p> <p>Diaconescu Ana-Maria: Strategii de imagine în biroul unui personaj politic</p> <p>Dumitra Octavia: Strategii de PR. Studiu de caz: campania „Tu faci viitorul”</p> <p>Ghiban Andreea: Comunicarea globală în cadrul unei companii</p> <p>Hațegan Andrei: Sloganul publicitar</p> <p>Miu Ioana: Relații Publice vs. Relații cu publicul</p>	
--	---	--

	<p>Morariu Alexandra: Pragmatica discursului publicitar</p> <p>Popovici Cristina: Discursul purtătorului de cuvânt</p> <p>Postolache Loredana: Imaginea publicitară și logo-ul</p> <p>Sardaru Alice: Comunicarea nonverbală în Relațiile Publice</p> <p>Stanciu Adriana: Campania de PR. Lansarea HVB la Oradea</p> <p>2005</p> <p>Călugăreanu Cristian: Evenimentul Zilei, al violenței și al sexualității. Studiu de caz</p> <p>Băluț Ancuța: Valori și utilizări ale acestora în diverse spații culturale</p> <p>Caragea Izabela: Publicitatea mascată și comparativă</p> <p>Chirvasă Mihaela: Cenzura politică în televiziunea publică italiană</p> <p>Gulei Alina: Imagine și cuvânt în publicitate</p> <p>Obreja Delia: Sloganul în campania electorală a lui Traian Băsescu</p> <p>Zancu Adina: Limbajul publicitar</p> <p>2006</p> <p>Arsene Ana-Maria: Discursul politic în situații de criză</p> <p>Benza Ancuța: relații cu publicul</p> <p>Brînză Natalia: Multiculturalism în discursul public: Teatrul evreiesc din Iași</p> <p>Condrea Daniela: Mediul intraorganizațional din perspectiva Relațiilor Publice</p> <p>Doboș Ioana: Text și imagine în publicitatea tipărită</p> <p>Pușcaș Ioana: Nevoia de autopromovare a mass-mediei</p> <p>Șerban Alexandra: Discursul de management al calității, fundament al unui discurs de Mk eficient</p> <p>Ungureanu Cristina: Limbajul nonverbal în Relațiile Publice</p> <p>Zota Cristina: Globalizare și interculturalism</p> <p>2007</p> <p>Barbacaru Lucian: Manipularea prin discursul de Relații Publice</p> <p>Beșleagă Mihaela: Comunicarea internă, mijloc de realizare a culturii organizaționale</p> <p>Cozmăciuc Petronela: Mass-media și sistemul de învățămînt</p> <p>Crăciun Elena: Argumentare discursivă și PR în domeniul politic</p> <p>Dandu Roxana: Funcția socială a Relațiilor Publice</p> <p>Diac Ioana: Campania de Relații Publice</p> <p>Fronea Daniela: Contractul de lectură. Studiu de caz pe Știrile PRO TV de la ora 17</p> <p>Hrișcă Marinela: Textul publicitar: caracteristici și redactare</p> <p>Ilașc Paula: Coerența discursului de PR în situații de criză</p> <p>Ioancea Oana-Cătălina: Relația dintre organizațiile economice și ONG-uri. Posibilă strategie de PR</p> <p>Lupan Cristina: Dinamica pieței europene: cheltuieli și investiții în publicitate</p> <p>Macsim Andreea: PR, advertising și mixul de marketing</p> <p>Merlușcă Roxana: Comunicarea prin modă</p> <p>Motoc Diana: Revistele pentru femei, vector al publicității</p> <p>Rusu Florentina: Relația dintre specialiștii de PR și jurnaliști</p>	
--	---	--

	<p>Săninoiu Olga: Publicitatea agresivă</p> <p>Stratulat Daniela: Tehnici persuasive utilizate în publicitate și PR</p> <p>Ștreblev Ludmila: Comunicarea nonverbală în spațiul public</p> <p>Ursu Irina: Manipularea în discursul politic și în cel religios</p> <p>Corban Gabriela: Manipularea prin discursul public</p> <p>2008</p> <p>Cîrneai Florentina: Competențe și abilități ale purtătorului de cuvânt</p> <p>Condurat Emanuela: Pragmatilistică în discursul religios</p> <p>Ivan Ioana: Coerența discursului de PR</p> <p>Mihăilă Alexandra: Nonverbal în participarea Irinei Schroetter la campania lui D. Oprea</p> <p>Munteanu Carmen: Nonverbalul în Senatul României</p> <p>Murariu Florin: Erodarea mesajului publicitar</p> <p>Mutu Mariana: Erotismul în publicitate</p> <p>Necula Monica: Manipularea prin discursul de PR. Imaginea oamenilor politici</p> <p>Popescu Maria-Gabriela: Inferențe în comunicare</p> <p>Stoica Iustina: De ce are nevoie specialistul în PR de cunoștințe de jurnalism și despre mass-media</p> <p>Tomulescu Adina: Manipularea prin discursul de management al calității</p> <p>Biberi Oana-Lavinia: Nonverbalul în comunicarea organizațională</p> <p>Bordeanu Anca: Pagina de web, instrument de PR</p> <p>Cobzaru Georgiana: Comunicarea internă în partidele politice</p> <p>Cucoară Andreea: Importanța nonverbalului în discursul femeii în politică</p> <p>Gehl Alina: „Separă-te de gunoiul tău!” – campanie de PR</p> <p>Idriceanu Laura: PR, o activitate bazată pe strategie</p> <p>Matei Nicoleta: Perspective asupra publicității, ca formă de comunicare publică</p> <p>Moraru Elena: Comunicarea cu presa. Comunicatul de presă</p> <p>Purice-Szel Maria: Manipularea prin publicitate</p> <p>Radu Oana-Simona: Femeia în publicitate</p> <p>Repciuc Claudia: Relațiile Publice și publicitatea</p> <p>Romila Anca: Relațiile dintre jurnalism și PR</p> <p>Rusu Elena: Manipulare prin discursul public. Aplicații pe discursul publicistic și cel publicitar</p> <p>Secară Raluca: Limbajul publicistic vs. limbajul publicității</p> <p>Stanciu Alexandra: Verbal, nonverbal și paraverbal în discursul public</p> <p>Zota Mihaela: Nonverbalul în comportamentul comunicațional al senatorilor</p> <p>2009</p> <p>Anița Alexandra: Relația dintre PR și jurnalism, ca practici în câmpul comunicării publice</p> <p>Câmpeanu Daniela: Relațiile dintre PR, presă și publicitate</p> <p>Chirieac Andra: Comunicarea verbală și nonverbală în spațiul public</p> <p>Ciocan Otilia: Gestionarea situațiilor de criză prin PR</p> <p>Ciumău Andreea: Publicitatea, ca activitate a</p>	
--	---	--

	<p>specialistului în PR</p> <p>Cojocaru Anca: Relația cu adevărul în mass-media și PR</p> <p>Dumitraș Virginia: Purtătorul de cuvânt, între informare și manipulare</p> <p>Ioniță Gabriela: Discursul purtătorului de cuvânt</p> <p>Mardare Andra: Jurnalismul cetățenesc, între democrație și amatorism</p> <p>Moian Cora: Strategia de PR, purtătoare de valori și constrângeri</p> <p>Paharnicu Alina: Strategii câștigătoare și strategii perdante în comunicarea de criză</p> <p>Prutianu Andreea: Vizibilitate și transparență în CSR</p> <p>Stratan Alexandru: Elementul iconic în discursul publicitar</p> <p>Șelari Oxana: Publicitatea din 3 perspective: a agenției de publicitate, a PR-ului, a mass-mediei</p> <p>Tudor Cristina: PR 2.0 în societatea contemporană</p> <p>Ureche Mihaela: Strategii de persuadare în discursul politic</p> <p>2010</p> <p>Barbacariu Ștefana: Fotoreportajul, o narațiune în imagini</p> <p>Bicu Vladilena: Adevărul în PR și în jurnalism</p> <p>Bucur Mihaela: Relația dintre PR și fotojurnaliști</p> <p>Cantoriu Alina: PR la nivelul comunității: imagini simbolice în arhitectura spațiului public</p> <p>Chelba Oana: Adevărul jurnalistic</p> <p>Coșuleanu Roxana: Problematika adevărului în spațiul public</p> <p>Dobrică Mădălina: Segmentarea publicului și adecvarea discursului public</p> <p>Enachi Alexandra: Comunicarea: din spațiul privat, în spațiul public</p> <p>Ionel Alina: Pragmalingvistica discursului politic</p> <p>Iosub Alina: PR și mass-media locală</p> <p>Manssour Souhad: Publicitatea în jurnalismul specializat</p> <p>Mialțu Angelica: Dinamica limbajului publicistic românesc</p> <p>Mihorianu Raluca: Mass-media și manipularea locală</p> <p>Moroșan Anamaria: Individul și televizorul. Educația cu televizorul</p> <p>Nechifor Andreea: PR în ONG-uri</p> <p>Nichita Anca: erotismul în publicitate</p> <p>Păun Andreea: Relația dintre structurile de PR și agențiile de publicitate</p> <p>Pintilie Ștefana: Segmentarea publicului de PR în viața politică</p> <p>Pînzariu Petronela: De ce are nevoie un PR-ist de cunoștințe de jurnalism și despre mass-media</p> <p>Pruteanu Alexandra: Etica în publicitate</p> <p>Răileanu Andreea: Chestiuni de morală în publicitate</p> <p>Samoilă Andra: Paraverbal și nonverbal în mesajul televizat</p> <p>Sava Elena: Despre brandurile orașului Iași</p> <p>Sava Alice: Impactul publicității asupra copiilor</p> <p>Șipurel Raluca: Imaginea nud în tabloide</p> <p>Tabacariu Oana: Comunicare internă și managementul resurselor umane</p> <p>Uglea Mihaela: Patologii ale construcției publicitare</p> <p>2011</p>	
--	--	--

	<p>Barnea Maria-Tereza: Discursul electoral, caz tipic de manipulare</p> <p>Bărbuță Cristina: Imaginea copilului, element de manipulare în publicitate</p> <p>Botezatu Ana-Cristina: Instituția purtătorului de cuvânt</p> <p>Chelaru Bogdan: Tehnici de manipulare în sistemele mass-media</p> <p>Federovici Andreea: Cum gestionează PR-istul campania de PR</p> <p>Grădișteanu Cristina: Narativitate și mesaj în eseul fotografic</p> <p>Iancu Raluca: Branduri de succes</p> <p>Irimia Elena: Purtătorul de cuvânt</p> <p>Lotru Cristina: Relația dintre jurnalism și PR. Perspectiva PR-istului</p> <p>Lungu Irina: Recursul la stereotipuri în creația publicitară</p> <p>Lungu raluca: PR-istul și masca sa</p> <p>Macovei Bianca: Pregătirea și desfășurarea unui eveniment de PR în forțele aeriene române</p> <p>Munteanu Mirela: Discurs public și formare mentală</p> <p>Munteanu Andrada: Elemente de branding. Revitalizarea unui brand</p> <p>Pancu Roxana: Casa ca semn</p> <p>Sarsour Laila: Depășirea blocajelor culturale prin comunicare</p> <p>Sevastre Anca: Diferența dintre răspuns și feedback</p> <p>Stoian Ioana: Noțiunea de „endorsement” aplicată în promovarea brandurilor</p> <p>Zavate Mihaela: Manipularea prin discursul publicitar</p> <p>Zurba Georgiana: Brandul de țară al statelor din Europa post-comunistă</p> <p>Boghean c.Maria: Recrutarea și selecția resurselor umane - o problemă de relații publice</p> <p>Neșțian E. Ramona-geta: Comunicarea internă în cadrul spitalului de urgență Vaslui</p> <p>Anghelache V. Mihaela: Comunicarea internă - factor determinant în creșterea performanțelor unei companii</p> <p>Postolache I. Ramona-Elena: Strategii manageriale și modalități de implementare a acestora</p> <p>Tanasă D. Elena-Roxana: Adecvarea discursului de PR la publicul țintă</p> <p>2012</p> <p>Andronic Georgina: Importanța culturii în perceperea mesajului publicitar</p> <p>Apăscăriței Elena: Discursul de PR pe componenta de management al calității</p> <p>Bantea Răzvan: Revigorarea brandurilor ex-comuniste</p> <p>Bârsan Ana: Comunicarea de criză</p> <p>Bordeianu Alina: Relații publice în mediul virtual</p> <p>Carța Liudmila: Comunicare verbală și nonverbală</p> <p>Costea Ionela: Exploatarea emoțiilor în creația publicitară</p> <p>Coșleț Alexandrina: Afaceri publice, parte componentă a Relațiilor Publice</p> <p>Crăescu Petronela: Stereotipuri în publicitate</p> <p>Ibănescu Oana: Paraverbal și nonverbal în retorica PR-istului</p> <p>Lazăr Teodora: Rolul PR-istului în comunicarea internă</p> <p>Luca Simona: Managementul Relațiilor Publice</p> <p>Lupu Cristina: Comunicarea senzorială în branding</p> <p>Mardari Gabriela: Relația dintre PR-iști și jurnaliști</p>	
--	---	--

	<p>Măciucă Roxana: Analiza miturilor în discursul publicitar</p> <p>Moisa Delia: Influențe ale mass-mediei asupra personalității adolescenților</p> <p>Păduraru Claudia: Promovarea unui brand educațional</p> <p>Stoleru Georgiana: Imagine, identitate și brand</p> <p>Tomac Simona: Analiza feedbackului</p> <p>2013</p> <p>Asiminii Georgiana: Relații publice globale. Campanii de PR intercultural</p> <p>Aștefanei Georgiana: Muzică și comunicare</p> <p>Baciu Mihaela: Tehnici și strategii în comunicarea de marketing</p> <p>Bejinariu Laura: Analiza discursului mediatic. Ironia ochilor din „3.14” din Dilema Veche</p> <p>Ciobanu Andrei: Comunicarea politicului cu media</p> <p>Ciobanu Mălina: Personaje din publicitate</p> <p>Clopotaru Cerasela: Receptarea discursului politic autohton</p> <p>Crețu Ana-Maria: Manipularea prin discursul presei scrise</p> <p>Dănilă Ștefania: Imaginea femeii în presa românească: de la comunism la democrație</p> <p>Dumitru Andreea: Jurnalistul, intermediar în comunicarea de imagine a omului politic</p> <p>Mertic Isaura: PR-ul unei națiuni</p> <p>Nagy Robert: determinarea tipurilor de forumiști online</p> <p>Parfeni Mihai: Cercetarea în domeniul comunicării și PR-ul</p> <p>Petraru Raluca: Credibilitatea în PR</p> <p>Puică Paula: Manipulare și retorică</p> <p>Rusu Andreea: Manipularea prin publicitate</p> <p>Scaletcaia Corina: Comunicarea interculturală</p> <p>Țigănescu Andreea: Comunicarea nonverbală. Gestică în interviul de televiziune</p> <p>Hîncul Andreea: Tehnici de manipulare discursivă</p> <p>Avramescu Arina: Comunicare și cultură</p> <p>Simion Cristina: Comunicarea internă și etica în organizație</p> <p>Rotaru Lucian: Tipologia manipulării în discursul prezidențial</p> <p>Airoaie C. Bogdan: Adecvarea canalelor de comunicare internă la nevoile organizației</p> <p>Ciomaga T. Olivia-Sabina: Rolul PR-istului în optimizarea comunicării interne</p> <p>Cojocariu D.I. Andreea-antoneta: Coordonarea dintre PR și structura de relații cu publicul</p> <p>Macovei D. Iona-Luminița: Rolul purtătorului de cuvânt în comunicarea de criză</p> <p>Mărțișcă G. Sergiu-Daniel: Istoria Relațiilor Publice și rolul lor în societate</p> <p>Șirbu S. Laura-Georgiana: Rolul comunicării interne în motivarea angajaților</p> <p>Trifina C.R. Diana-Cipriana: Rolul comunicării interne în dezvoltarea organizațională</p> <p>Artenie M. Ancuța-Ioana: Rolul comunicării interne în motivarea angajaților</p> <p>Hîncul M.L. Marilena-Andreea: Tehnici de manipulare a discursului în comunicarea internă</p> <p>2014</p> <p>Bartoș Oana: Ludicul în publicitate</p>	
--	---	--



	<p>Calance Nicoleta: Agenda mea, agenda ta, agenda lui  Duțu Petronela: Manipularea în Relații Publice  Iovu Oana: Comunicarea. Modele culturale  Jderu Laura: Afaceri publice sau efectul zborului de fluture  Maftai Corina: Refacerea imaginii în post-criză  Matincu Alexandra: Comunicarea internă în instituțiile cu regim special  Mina Andreea-Beatrice: Lumea prin ochii specialistului de PR  Moroșanu Simona: Discursul public și politețea  Nichita Victoria: Publicitatea în spațiul public  Onofrei Ana-Maria: Rolul rețelelor de socializare în promovarea online  Pletosu Alexandra: Partea întunecată a Internetului.  Ascunderea identității online  Popescu Iulia: Strategie și campanie de PR  Roșca Valentina: Campania de PR  Savca Marina: Publicitatea comparativă și lupta politică  Artenie Ancuța: Rolul comunicării interne în motivarea angajaților  Balan D. Ioana-Daniela: Memorie personală, memorie colectivă, coeziune a echipei  Ifrim D. Eliza-Maria: Motivarea angajaților din perspectivă comunicatională</p> <p>2009  Faur Roxana: Discursul de consiliere a managerilor pe probleme de resurse umane  Ioancea Oana-Cătălina: Cenzura culturală  Patrașcu Ana-Maria: Femeia de pe copertă</p> <p>2010  Benchea Iulia-Simona: Frica în campaniile de sănătate publică  Berneagă Ninel: Relații Publice la Primăria Iași  Iftimia Gabriela: Pagina de web, interfața dintre publicurile interne și cele externe  Matei Ana-Maria: Narațiune și simbol în publicitate  Olaru Nicoleta: Tablouri în decorarea interioarelor, o chestiune de PR  Titieni Mihaela: Campanie de PR de promovare turistică a județului Neamț  Topor Alexandru: PR și comunicare într-o criză de imagine  Vicovanu Daniel: Știrea de ultimă oră în mediul online</p> <p>2011  Ciumău Andreea: Plan strategic de comunicare la Radio Iași  Dobrotă Iuliana: PR și interculturalism  Doroftei Alexandra: Publicitatea subliminală  Hacman Lucia: Strategii în Constituția SUA  Mihalache Andreea: Retorica succesului: fotografiile de Pulitzer  Pohoăț Oana-Maria: Știri TV: informații de interes public și can-can  Stoian Florin: Despre mimică și gestică  Stratan Alexandru: Teoria și practica brandului  Vîrlan Georgeta: Comunicarea publicitară, caz specific de influențare prin discurs</p>	
--	---	--

	<p>2012</p> <p>Ababei Ana-Cristina: Relații publice prin Relații cu publicul</p> <p>Andronic Olimpia: Relația dintre PR, publicitate și științe</p> <p>Baban Laura: Limitele culturale ale publicității – Think globally, act locally</p> <p>Barbacariu Ștefana: Multiculturalitatea și efectele sale asupra comunicării interculturale</p> <p>Cantoriu Alina: Comunicarea internă în domeniul bancar</p> <p>Canțir Victoria: ONG-urile, stakeholderi strategici ai companiilor de Public Affairs</p> <p>Ciobanu Alexandra: Jurnalistul și publicul său în condițiile presei online</p> <p>Cornea Anca: Strategia din instituțiile publice privind comunicarea cu mass-media</p> <p>Diaconu Alexandra: Relațiile Publice în era <i>social media</i></p> <p>Iosub Iulia-Alina: Analiza speciilor jurnalistice din perspectiva funcțiilor limbajului</p> <p>Manssour Souhad: Manipularea în mass-media</p> <p>Marinciu Andreea: Emoția în campaniile publicitare</p> <p>Răileanu Andreea: Rolul publicității în construirea imaginii</p> <p>Ștefănescu Alexandra: Promovarea unui produs media prin rețelele sociale</p> <p>Titire Lăcrămioara: Promovarea universităților cu ajutorul paginilor web</p> <p>Tronaru Raluca: Sloganul politic între publicitate și propagandă</p> <p>Uglea Mihaela: „Emoția” în televiziune</p> <p>2013</p> <p>Avramescu Arina-Mădălina: Marcarea culturală a nonverbalului. India versus România</p> <p>Lungu Irina-Sandrina: Depășirea barierelor în comunicarea internă</p> <p>Axinte Georgiana-Andreea: Minciună și/sau neadevăr</p> <p>Bucur Mihaela: Instrumente de promovare a imaginii organizației. Studiu comparativ. Universitatea “Alexandru Ioan Cuza”, Universitatea București și Universitatea din Salamanca</p> <p>Codru Raluca: Teambuilding</p> <p>Nichita Anca: Brandingul de țară</p> <p>Nițu Mihaela: Analiza semiotică a afișelor cinematografice din secolul XVIII până în prezent</p> <p>2014</p> <p>Epifanov Delia: Jurnalism, PR, publicitate. Repoziționări în epoca marilor transformări</p> <p>Spiță Vera: Proiectul REPEMPOL din Republica Moldova</p> <p>Gamarț Tatiana: Evenimentul „Podul de flori”. Perspectiva istorico-politică</p> <p>Iliescu Sonia: Analiza unui eveniment de PR: Festivalul Studentul Francofon</p> <p>Samson Mihaela: Poziționări față de adevăr: PR vs. jurnalism</p> <p>Sarsour Laila: Depășirea blocajelor comunicării prin apel la mediul online</p> <p>Zurba Georgiana: Campanie de teasing în repoziționarea unui brand</p>	
--	--	--

	<p>Marosac Andreea: Publicurile specialistului în Afaceri Publice</p> <p>Parfeni Mihai: Comunicarea informală, motor al comunicării formale eficiente în organizație</p> <p>Coșleț Alexandrina: Influența social media asupra practicii de Relații Publice</p> <p>Vatră i. Oana-Alina: Influența spin-ului în afaceri publice - cazul particular Hobby Lobby vs. Administrația Obama</p> <p>2009</p> <p>Faur Roxana: Discursul de consiliere a managerilor pe probleme de resurse umane</p> <p>Ioancea Oana-Cătălina: Cenzura culturală</p> <p>Patrașcu Ana-Maria: Femeia de pe copertă</p> <p>2010</p> <p>Benchea Iulia-Simona: Frica în campaniile de sănătate publică</p> <p>Berneagă Ninel: Relații Publice la Primăria Iași</p> <p>Iftimia Gabriela: Pagina de web, interfața dintre publicurile interne și cele externe</p> <p>Matei Ana-Maria: Narațiune și simbol în publicitate</p> <p>Olaru Nicoleta: Tablouri în decorarea interioarelor, o chestiune de PR</p> <p>Titieni Mihaela: Campanie de PR de promovare turistică a județului Neamț</p> <p>Topor Alexandru: PR și comunicare într-o criză de imagine</p> <p>Vicovanu Daniel: Știrea de ultimă oră în mediul online</p> <p>2011</p> <p>Ciumău Andreea: Plan strategic de comunicare la Radio Iași</p> <p>Dobrotă Iuliana: PR și interculturalism</p> <p>Doroftei Alexandra: Publicitatea subliminală</p> <p>Hacman Lucia: Strategii în Constituția SUA</p> <p>Mihalache Andreea: Retorica succesului: fotografiile de Pulitzer</p> <p>Pohoată Oana-Maria: Știri TV: informații de interes public și can-can</p> <p>Stoian Florin: Despre mimică și gestică</p> <p>Stratan Alexandru: Teoria și practica brandului</p> <p>Vîrlan Georgeta: Comunicarea publicitară, caz specific de influențare prin discurs</p> <p>2012</p> <p>Ababei Ana-Cristina: Relații publice prin Relații cu publicul</p> <p>Andronic Olimpia: Relația dintre PR, publicitate și științe</p> <p>Baban Laura: Limitele culturale ale publicității – Think globally, act locally</p> <p>Barbacariu Ștefana: Multiculturalitatea și efectele sale asupra comunicării interculturale</p> <p>Cantoriu Alina: Comunicarea internă în domeniul bancar</p> <p>Canțîr Victoria: ONG-urile, stakeholderi strategici ai campaniilor de Public Affairs</p> <p>Ciobanu Alexandra: Jurnalistul și publicul său în condițiile presei online</p> <p>Cornea Anca: Strategia din instituțiile publice privind comunicarea cu mass-media</p> <p>Diaconu Alexandra: Relațiile Publice în era <i>social media</i></p>	
--	---	--

	<p>Iosub Iulia-Alina: Analiza speciilor jurnalistice din perspectiva funcțiilor limbajului</p> <p>Manssour Souhad: Manipularea în mass-media</p> <p>Marinciu Andreea: Emoția în campaniile publicitare</p> <p>Răileanu Andreea: Rolul publicității în construirea imaginii</p> <p>Ștefănescu Alexandra: Promovarea unui produs media prin rețelele sociale</p> <p>Titire Lăcrămioara: Promovarea universităților cu ajutorul paginilor web</p> <p>Tronaru Raluca: Sloganul politic între publicitate și propagandă</p> <p>Uglea Mihaela: „Emoția” în televiziune</p> <p>2013</p> <p>Avramescu Arina-Mădălina: Marcarea culturală a nonverbalului. India versus România</p> <p>Lungu Irina-Sandrina: Depășirea barierelor în comunicarea internă</p> <p>Axinte Georgiana-Andreea: Minciună și/sau neadevăr</p> <p>Bucur Mihaela: Instrumente de promovare a imaginii organizației. Studiu comparativ. Universitatea “Alexandru Ioan Cuza”, Universitatea București și Universitatea din Salamanca</p> <p>Codru Raluca: Teambuilding</p> <p>Nichita Anca: Brandingul de țară</p> <p>Nițu Mihaela: Analiza semiotică a afișelor cinematografice din secolul XVIII până în prezent</p> <p>2014</p> <p>Epifanov Delia: Jurnalism, PR, publicitate. Repoziționări în epoca marilor transformări</p> <p>Spiță Vera: Proiectul REPEMPOL din Republica Moldova</p> <p>Gamarț Tatiana: Evenimentul „Podul de flori”. Perspectiva istorico-politică</p> <p>Iliescu Sonia: Analiza unui eveniment de PR: Festivalul Studentul Francofon</p> <p>Samson Mihaela: Poziționări față de adevăr: PR vs. jurnalism</p> <p>Sarsour Laila: Depășirea blocajelor comunicării prin apel la mediul online</p> <p>Zurba Georgiana: Campania de teasing în repoziționarea unui brand</p> <p>Marosac Andreea: Publicurile specialistului în Afaceri Publice</p> <p>Parfeni Mihai: Comunicarea informală, motor al comunicării formale eficiente în organizație</p> <p>Coșleț Alexandrina: Influența social media asupra practicii de Relații Publice</p> <p>Vatră I. Oana-Alina: Influența spin-ului în afaceri publice - cazul particular Hobby Lobby vs. Administrația Obama</p>	
--	---	--

Total activitate de cercetare = 1832,16 puncte

Total activitate didactică = 1682,4 puncte

**Total general = 3514,56 puncte**

Data,  
05.01.2014

Candidat,  
conf. univ. dr. Dan Stoica