

EXPERIENȚĂ PROFESIONALĂ

Aprilie 2014 – prezent

Asistent universitar doctor în Departamentul de Științe ale Comunicării și Relații Publice, Facultatea de Filosofie și Științe Social-Politice, Universitatea „Alexandru Ioan Cuza” din Iași.

Seminarii:

Arta dezbaterilor publice, Construcția mesajului publicitar
Introducere în publicitate, Retorică, Tehnici de redactare.

Curs:

Introducere în publicitate.

Octombrie 2010 - Martie 2014

Colaborator extern, asociat Departamentului de Științe ale Comunicării și Relații Publice, din cadrul aceleiași Facultăți (menționate mai sus).

Seminariile pe care le-am ținut în calitate de doctorand în perioada 2010-2013 sunt *Introducere în publicitate* și *Construcția mesajului publicitar*.

După obținerea titlului de doctor (septembrie 2013), am preluat și seminariile de *Arta dezbaterilor publice* și *Retorică*.

EDUCAȚIE ȘI FORMARE

2010 - 2013

Doctorand sub îndrumarea domnului profesor universitar doctor Constantin Sălăvăstru, în cadrul Școlii doctorale a Facultății de Filosofie și Științe Social-Politice, Universitatea „Alexandru Ioan Cuza” din Iași.

Titlul tezei: “Elemente de retorică vizuală în publicitate”.

Susținerea publică a avut loc pe 17 septembrie 2013, teza primind calificativul *summa cum laude*.

2011 - 2012

Școala doctorală a Universității Oxford, Said Business School.

Profesor îndrumător: Linda Scott

2008 - 2010

Programul de masterat „Relații publice și publicitate”, din cadrul Facultății de Filosofie și Științe Social-Politice, Universitatea „Alexandru Ioan Cuza” din Iași.

Teza de dizertație: „Dimensiunea experiențială a comunicării de brand”.

2005 - 2008

Programul de licență „Comunicare și Relații Publice”, din cadrul Facultății de Filosofie și Științe Social-Politice, Universitatea „Alexandru Ioan Cuza” din Iași.
Lucrarea de licență: „Inconștientul psihanalitic și receptarea mesajului publicitar”.

2001-2005

Liceul „Emil Racoviță” din Iași.

REALIZĂRI ACADEMICE

Stagiu de cercetare

În perioada noiembrie 2011 – aprilie 2012, am întreprins un stagiu de cercetare la Said Business School, școala de economie din cadrul Universității Oxford din Marea Britanie. Coordonatorul echipei de cercetare din care am făcut parte a fost Linda Scott, profesor de marketing la Said Business School și unul dintre cei mai cunoscuți autori în domeniul lucrării mele de doctorat (retorică vizuală în publicitate). Lucrarea pe care am scris-o în această perioadă se numește “Reading Grotesque Images: a Re-inquiry” și a fost publicată în revista coordonată de Linda Scott, *Advertising and Society Review* – numărul 13(3) din 2013.

Participări la conferințe internaționale

1. "Dealing with Social Causes in Marketing Terms: Just a Matter of Vocabulary?", în cadrul conferinței *Teritorii, granițe, comunități. Reconfigurări identitate într-o lume (dis)continuă*, organizate la București, în perioada 4-5 noiembrie 2016.

Lucrarea va apărea și în volumul conferinței (în martie 2017).

2. "Visual Arguments and Moral Deliberation for the Web 2.0 Age", în cadrul conferinței *Humanities and Social Sciences Today. Classical and Contemporary Issues*, organizate la Iași în perioada 7-10 mai 2015. Lucrarea a apărut și în volumul conferinței, *The Proceedings of the International Conference "Humanities and Social Sciences Today. Classical and Contemporary Issues"*, editat de Mihai-Dan Chițoiu și Ioan-Alexandru Tofan și publicat de ProUniversitaria, București, 2015.

3. "Defining the Context of Advertising Communication. Ethical Implications for Advertising Teachers", în cadrul conferinței *Communication, Context, Interdisciplinarity*, Târgu Mureș, 24-25 octombrie 2014. Lucrarea a apărut și în volumul conferinței *The Proceedings of the International Conference Communication, Context, Interdisciplinarity* volume

(3), disponibil la adresa:

<http://upm.ro/cc13/CCI-03/Com/Com%2003%2043.pdf>

4. "Can Web 2.0. Accomodate the Grand? Cognitive Linguistics-Based Reflections on the Media-Message Interaction in the Digital Era", lucrare prezentată în cadrul conferinței internaționale *Creativity, Entrepreneurship, Education and Spirituality in the Digital Era*, desfășurate la Suceava, în perioada 30 noiembrie -1 decembrie 2013.

5. "The Role of Hybrid Identities in the Process of Marketing Cultural Institutions", lucrare prezentată în cadrul conferinței *Marketing Identity. Design that Sells*, în Smolenice (Slovacia), în perioada 4-5 noiembrie 2013.

Carte publicată la editură din categoria A2

(2016) *Dimensiunea retorică a imaginii publicitare. Studiu introductiv*, Iași: Institutul European.

Articole științifice în reviste indexate B.D.I.

(2016) "Visual Modes of Ethotic Argumentation: An Exploratory Inquiry", publicat în *Symposion. Theoretical and Applied Inquiries in Philosophy and Social Sciences* 3(4): 375-389.

(2016) "The Acquaintance-Function of Visual Argumentative Devices: The Case of Visual Blends in Social Campaigns", publicat în *Argumentum. Journal of the Seminar of Discursive Logic, Argumentation Theory and Rhetoric*, 14(1):141-153.

(2015) "Visual Arguments and Moral Causes in Charity Advertising: Ethical Considerations", publicat în *Symposion. Theoretical and Applied Inquiries in Philosophy and Social Sciences* 2 (2): 167-185.

(2014) "Visual Rhetoric and Framing Strategies in Advertising Word-Based Product Categories", publicat în *Argumentum. Journal of the Seminar of Discursive Logic, Argumentation Theory and Rhetoric*, 12 (1), 146-162.

(2013) "Refashioning the Grand and the Small: Meaning and Value Transfer in Print Advertisements Based on Double-Scope Blending", publicat în *Argumentum. Journal of the Seminar of Discursive Logic, Argumentation Theory and Rhetoric* 11 (2), 71-92.

(2013) "When Blended Spaces Become Branded Spaces" publicat în *Argumentum. Journal of the Seminar of Discursive Logic, Argumentation Theory and Rhetoric* 11 (1), 72-89.

(2012) "Reading Grotesque Images: A Re-Inquiry", publicat în *Advertising and Society Review*, 13(3).

(2012) "When Images Hurt: A Closer Look at the Role of Negatively-Valenced Images in Advertising", publicat în *Argumentum. Journal of the Seminar of Discursive Logic, Argumentation Theory and Rhetoric* 10 (2), 153-164.

(2012) "A Fresh Look on the Diegetic Content of Advertisements and its Rhetorical Functions" publicat în *Argumentum. Journal of the Seminar of Discursive Logic, Argumentation Theory and Rhetoric* 10 (1), 168-181.

(2011) "Connecting Visual Discourse to Consumer Response: A Critical Examination of Mainstream Taxonomy", publicat în *Argumentum – Journal of the Seminar of Discursive Logic, Argumentation Theory and Rhetoric* 9 (2): 87-10

Capitole în volume colective

(2015) „Etica reprezentării vizuale a suferinței. Cazul campaniilor sociale”, în volumul colectiv *Constante și reconfigurări în problematica etică a comunicării*, coordonat de Daniela și Petru Dunca, București: ProUniversitaria, pp. 199-209.

(2015) „Reflecții asupra infrastructurii morale a publicității: ethos patriotic în reclamele românești”, în volumul colectiv *Etică și comunicare. Componente teoretice și implicații pragmatice*, coordonat de Daniela și Petru Dunca, București: ProUniversitaria, pp. 211-230.

LIMBI STRĂINE CUNOSCUTE

Limba engleză: excelent

Limba germană: bine

Limba franceză: satisfăcător

Limba spaniolă: satisfăcător

Limba japoneză: satisfăcător