**Fundaţia Sapientia - Universitatea Sapientia din Cluj-Napoca**

**Facultatea de Ştiinţe Tehnice şi Umaniste Târgu-Mureş**

**Departamentul de Ştiinţe Sociale Aplicate**

**Tematică – postul de conferenţiar universitar, nr. 6. din Statul de funcţii**

1. Imaginea ca proces semiotic în discursul publicitar
2. Comunicarea verbală cu ajutorul imaginilor.Tipuri de imagini verbale (metafora, metonimia)
3. Imagine şi text. Conceptul de sistem de semn motivat, caligramul
4. Interpretarea vizuală ca formă de gândire
5. Reflexivitate în artele vizuale. Mitchell şi categoriile de metaimagini ca unelte de interpretare
6. Specificul diferitelor media. Diferenţe şi conexiuni dintre teatru şi film, film şi text, text şi imagine
7. Determinism technologic, mijloace de comunicare reci şi fierbinţi la Marshall McLuhan
8. Narativitatea ca formă de discurs şi importanţa schimbării în naraţiune. Tehnici de storytelling
9. Teorii transacţionale în comunicarea interpersonală
10. Stilul modern în tipografie. Aplicarea regulilor de design şi compoziţie
11. Analfabetism tipografic
12. Semiotica tipografiei

**Bibliografie**:

1. BARTHES, Roland (1984): A kép retorikája. Ford. Angyalosi Gergely. *Tanulmányok* 17. füzet. A Magyar Nyelv, Irodalom és Hungarológiai Kutatások Intézetének kiadványa, 63–74.
2. BUBIK Veronika (szerk.): *Vizualizáció a tudománykommunikációban*. Eötvös Loránd Tudományegyetem, 2013., http://elte.prompt.hu/sites/default/files/tananyagok/VizualizacioATudomanykommunikacioban/index.html
3. DOANE, Mary Ann (2012): Az indexikus és a médiumspecifikusság fogalma. Ford. Füzi Izabella. *Apertúra*, http://apertura.hu/2012/tavasz/doane-az-indexikus-es-a-mediumspecifikussag-fogalma
4. FOUCAULT, Michel (1993): Ez nem pipa. Ford. Mahler Zoltán. *Athenaeum*, 1993/4. füzet. 141–171.
5. HARGITAI Henrik (2005): Tipográfiai analfabetizmus. *Iskolakultúra*. http://epa.oszk.hu/00000/00011/00096/pdf/iskolakultura\_EPA00011\_2005\_09\_131-134.pdf
6. JAKOBSON, Roman (1998): Nyelvészet és poétika. Ford. Barczán Endre et al. Bókay–Vilcsek (szerk.): *A modern irodalomtudomány kialakulása*. Osiris, Budapest, 449–456.
7. KRESS, Gunther – VAN LEEUWEN, Theo (2006): *Reading Images: The Grammar of Visual Design*. Routledge, London – New York
8. LODGE, David (1998): A realista szöveg elemzése és értelmezése – Ernest Hemingway: Macska az esőben. Ford. Gyuris Norbert. In Bókay–Vilcsek (szerk.): *A modern irodalomtudomány kialakulása*. Osiris, Budapest, 624–635.
9. MCCANDLESS, David: *Az információ gyönyörű. Infografika*. Ford. Rozsnyói Pál. Typotex, Budapest, 2010. http://www.informationisbeautiful.net/
10. MCLUHAN, Marshall (2001): *A Gutenberg-galaxis*. Ford. Kristó Gyula–Tótfalusi István. http://epa.niif.hu/00400/00458/00405/pdf/Korunk\_EPA00458\_1971\_03\_378-385.pdf (részlet)
11. MITCHELL, W. J. T. (1994): Metapictures. In *Picture Theory. Essays on Verbal and Visual Representation*. The University of Chicago Press, Chicago–London, 35–82.
12. NEWSOM, Doug – CARRELL, Bob: *Redactarea materialelor de relaţii publice*. Trad. Dana Ligia Ilin. (Collegium, Relaţii Publice şi publicitate) Polirom, 2004.
13. STIBBE, Arran (szerk.): *The Handbook of Sustainability Literacy. Skills for a Changing World*. Green Books, 2009. http://www.sustainability-literacy.org
14. VIRÁGVÖLGYI Péter: *A tipográfia mestersége számítógéppel*. Osiris, Budapest, 2004.
15. WATZLAWICK, Paul et al. (1990): *Változás. A problémák keletkezésének és megoldásának elvei*. Ford. Pap Mária. Gondolat, Budapest\*
16. YADIN, Daniel L.: *Hatékony marketingkommunikáció*. Ford. Simon Péter. Geomédia Szakkönyvek, Budapest, 2000.