

Lista de lucrări științifice

Brîndușa-Mariana AMĂLĂNCEI

A. LISTA CELOR 10 LUCRĂRI:

Cărți

1. *Tehnici de argumentare (note de curs)*, Editura Alma Mater, Bacău, 2011, ISBN: 978-606-527-140-1, 121 p.
2. *Analiza gesturilor. O propedeutică*, Editura Eikon, București, 2015, ISBN: 978-606-711-386-0, 237 p.
3. *Spectacolul dezbaterii publice*, Editura Eikon, București, 2015, ISBN: 978-606-711-386-3, 247 p.
4. *Manipulare și persuasiune (note de curs)*, Editura Alma Mater, Bacău, 2015, ISBN: 978-606-527-508-9, 86 p.

Articole

5. *Contextele de tip „enunț aparținând discursului repetat” și figurile „substanțialelor” în textul publicitar*, în *Discursul repetat* (Cristinel Munteanu editor), Colecția „Academica”, Iași, Institutul European, 09/2008, ISBN: 978-973-611-509-7, pp. 99-110;
6. *Argutie et publicité* în *The Scientific Journal of Humanistic Studies*, 7/year 4/October 2012, ARGONAUT Publishing House, ISSN: 2066-8880, pp. 208-214 (revistă indexată EBSCO), <http://connection.ebscohost.com/c/articles/83415777/argutie-et-publicit>;
7. *Figures et effets rhétoriques dans la publicité*, în *Interstudies. Paradigmes identitaires contemporains*, nr. 7/2010, Editura Alma Mater, Bacău, ISSN: 2065-3204, pp.57-65 (revistă indexată CEEOL, Index Copernicus, Fabula, KVK, EBSCO), <http://www.ceeol.com/aspx/issuedetails.aspx?issueid=c36d3e92-ac40-47bf-b7e8-e4bc0ae68f32&articleId=8b610691-04a5-4f05-9a4f-0035a8f34617>;
8. *Intertextualitatea în publicitate: „cult al artei” sau „plagiere a formelor”?*, în *The 35th Annual Congress of the American Romanian Academy of Arts and Sciences ARA “Science & Art in the Informatics Era”, Proceedings Supplement*, Presses Internationales Polytechnique, Montréal, Québec, 2011, ISBN: 978-1-935924-02-9, 978-606-554-300-3, pp. 203-206;
9. *Visual Identity in Advertising*, în *INTERSTUDIA. Cultural spaces. Identity within/beyond borders*, nr. 11(2)/2012, Editura Alma Mater, Bacău, ISSN: 2065-3204, pp. 125-131 (revistă indexată CEEOL, Index Copernicus, Fabula, KVK, EBSCO), <http://www.ceeol.com/aspx/issuedetails.aspx?issueid=19710122-7c21-4b6a-aea7-f4f5c6029e4c&articleId=f944f2fe-4bc0-4c08-8190-8dd027490768>;
10. *Gestures and Dialogic Communication*, în *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, volumul 143/2014, ISSN: 1877-0428, pp. 902-906 (revistă indexată Science Direct, SCOPUS, ISI Thomson), <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1877042814044528>.

B. Teza de doctorat

Retorica și pragmatica discursului publicitar, Editura Performantica, Iași, 2010, ISBN: 978-973-730-709-5, 411 p.

C. Brevete de invenție

-

D. Cărți, manuale, capitole în cărți

-

E. Articole publicate în reviste, jurnale de specialitate

1. *L'intertextualité dans la publicité*, în *Langue et Société. Discours et Pouvoir. Revue du Centre Interdisciplinaire d'étude des formes discursives contemporaines INTERSTUD*, nr. 4/2009, Editura Alma Mater, Bacău, ISSN: 2065-3204, pp. 74-81 (revistă indexată CEEOL, Index Copernicus, Fabula, KVK, EBSCO);
2. *Communication et relations publiques dans l'Union Européenne* (autori Brîndușa-Mariana Amălăncei, Victor Manole, Gheorghe Epuran), în *The Journal of the Faculty of Economics – Economic* (University of Oradea), volume 4(2009), pp. 542-546 (revistă indexată RePEc);
3. *Le ludique dans la communication publicitaire*, în *INTERSTUDIA. Communication et discours. Dimensions postmodernes*, nr. 10(2)/2011, Editura Alma Mater, Bacău, ISSN: 2065-3204, pp. 161-169 (revistă indexată CEEOL, Index Copernicus, Fabula, KVK, EBSCO);
4. *Communication publicitaire et globalisation*, în *The Scientific Journal of Humanistic Studies*, 6/year 4/March 2012, ARGONAUT Publishing House, ISSN: 2066-8880, pp. 188-192 (revistă indexată EBSCO);
5. *Persuasion et discours publicitaire*, în *The Scientific Journal of Humanistic Studies*, 8/year 5/March 2013, ARGONAUT Publishing House, ISSN: 2066-8880, pp. 202-207 (revistă indexată EBSCO);
6. *New Trends in Brand Strategies*, în *Procedia-Social and Behavioral Sciences. World Congress on Administrative and Political Sciences*, volumul 81/2013, ISSN: 1877-0428, pp. 275-279; revistă indexată Science Direct, SCOPUS, ISI Thomson;
7. *Loyalty – The Nucleus of Brand Capital. Case Study: Rom Chocolate Bar*, în *Studies and Scientific Researches. Economics Edition*, no.18/2013, ISSN: 2066 – 561X, 2344-1321 (online), pp. 274-281; revistă indexată RePEc (Ideas, EconPapers, Socionet), DOAJ, Index Copernicus, Ulrich`s Periodicals Directory, WorldCat, ECONIS (ZBW - German National Library of Economics), BASE (Bielefeld Academic Search Engine), NewJour Electronic Journals & Newsletters, Google Scholar;
8. *Legislative framework of broadcasting in Romania and in the European Union* (autori Diana Prihoancă, Brîndușa-Mariana Amălăncei), în *Studies and Scientific Researches. Economics Edition*, no. 19/2014, ISSN: 2066 – 561X, 2344-1321 (online), pp. 229-235; revistă indexată RePEc (Ideas, EconPapers, Socionet), DOAJ, Index Copernicus, Ulrich`s Periodicals Directory, WorldCat, ECONIS (ZBW - German National Library of Economics), BASE (Bielefeld Academic Search Engine), NewJour Electronic Journals & Newsletters, Google Scholar;
9. *The Contribution of Gestures to Personal Branding*, în *Studies and Scientific Researches. Economics Edition*, no. 21/2014, ISSN 2066 – 561X, 2344-1321 (online), pp. 89-95, revistă indexată RePEc (Ideas, EconPapers, Socionet), DOAJ, Index Copernicus, Ulrich`s Periodicals Directory, WorldCat, ECONIS (ZBW - German National Library of Economics), BASE (Bielefeld Academic Search Engine), NewJour Electronic Journals & Newsletters, Google Scholar;
10. *Gesture and Communicative Action in Politics*, în *Global Journal on Humanites & Social Sciences [Online]*, Volume 2, nr. 1, 2015, ISSN 2301-2714, pp. 179-185;

Awer Index;

11. *Eye Contact in Interpersonal Communication*, în *Global Journal on Humanites & Social Sciences [Online]*, Volume 2, nr. 1, 2015, ISSN 2301-2714, pp. 203-208; Awer Index;
12. *Image Strategies in Electoral Debates*, în *The Scientific Journal of Humanistic Studies*, 13/year 7/November 2015, ISSN: 2066-8880, pp. 89-93 (revistă indexată EBSCO);

F. Lucrări științifice publicate în volumele unor manifestări științifice

1. *Valențe integrative social și cultural ale discursului publicitar*, în *Spațiul lingvistic românesc din perspectiva integrării europene*, Editura Alfa, Iași, 2004, ISBN 973-8278-49-X, pp. 11-16;
2. *Construcția mesajului publicitar și impactul său asupra receptorului*, în *Strategii actuale în lingvistică, glotodidactică și știința literară. Materialele Conferinței Științifice Internaționale consacrate aniversării a 50-a de la fundarea Facultății de Limbi și Literaturi Străine (Bălți, 15-16 octombrie 2004)*, vol. I, Presa universitară bălțeană, Bălți, 2004, ISBN 9975-931-60-X, pp. 165-168;
3. *Mesajul publicitar din perspectivă socio-lingvistică*, în *Probleme actuale de lingvistică, glotodidactică și știință literară*, vol. III, CEP USM, Chișinău, 2004, ISBN 9975-70-535-9, pp. 370-372;
4. *Distorsiuni în perceperea discursului publicitar*, în *Comunicare interculturală*, vol. I, Sesiunea anuală de Comunicări Științifice a Facultății de Științe ale Comunicării, Universitatea „Petre Andrei” din Iași, 27 mai 2005, Editura „Junimea”, Iași, 2006, ISBN 973-37-1152-7, pp. 261-273;
5. *The Advertising Speech Between Argumentation and Sophism*, în XIth International Conference *Man in the Knowledge Based Organization - Conference Proceedings V*, November, 23-25, 2006, Land Forces Academy Publishing House Sibiu, 2006, ISBN 973-7809-51-3, pp. 310-317;
6. *Proximitatea, gestualitatea și mimica în comunicarea publicitară*, în *Semiotics Beyond Limits - Proceedings of the First ROASS Conference Bacău/Slănic-Moldova*, October, 2006, ALMA MATER Publishing House, Bacău, 2006, ISSN 18426409, pp. 571-579;
7. *Indicatorii argumentativi și tipologia argumentelor în textul publicitar*, în *ROSLIR* (Revista Română de Semio-Logică pe Internet), nr. 1/2006, Editura Universității „Ștefan cel Mare” Suceava, 2006, ISSN 1582-0521, pp. 7-18;
8. *Finalitatea comunicării publicitare: minciună, trădare, manipulare, seducție?*, în *ROSLIR* (Revista Română de Semio-Logică pe Internet), nr. 2/2006, Editura Universității „Ștefan cel Mare” Suceava, 2006, ISSN 1582-0521, pp. 7-18;
9. *Mărci ale identității textului publicitar din perspectiva structurării sale*, în *Identitatea culturală românească în contextul integrării europene*, Editura Alfa, Iași, 2006, ISBN (10) 973-8953-21-9; ISBN (13) 978-973-8953-21-5, pp. 27-36;
10. *Considerații asupra efectului artistic al argumentării publicitare*, în *Colocviul Internațional de Științe ale Limbajului „Eugen Coșeriu” – Chișinău, ediția 2005 / STRATEGII DISCURSIVE VIII* (Partea I), Centrul Editorial Poligrafic al USM, Chișinău, 2006, ISBN 978-9975-917-30-8 / 978-9975-917-31-5, pp.171-180;
11. *Apparitions de la féminité dans l'œuvre de Mircea Eliade*, în *Human Being in Contemporary Philosophical Conceptions - Proceedings of the 4th International Conference*, Volgograd, May 28-31, 2007, in 4 volumes, volume 3, ISBN 978-5-9669-0309-1, pp.602-606;
12. *Publicistic Style and Publicity*, în *The Knowledge Based Organization – The 12th International Conference – Psychology. Sociology. Philosophy Conference*

- Proceedings IX Sibiu, 11th-14th June 2007*, Land Forces Academy Publishing House, Sibiu, 2007, ISBN 978-973-7809-71-1; 978-973-7809-92-6, pp. 148-157;
13. *Sacré, profane, mythe dans l'œuvre de Mircea Eliade*, în *INTER LITERRAS ET TERRAS II – Conferința Internațională de Literatură Comparată, de Studii Interculturale, de Lingvistică Comparată și de Traductologie STUDII INTERCULTURALE / CROSS-CULTURAL STUDIES / ÉTUDES INTERCULTURELLES MIRCEA ELIADE*, Editura Universității Suceava, 2007, ISSN 1843 – 5823, pp. 46-56;
 14. *Horoscopul și motivele financiare în lumea contemporană – o analiză comparativă a discursului predicțiilor personale în Franța și România*, în *Individual and Specific Signs. Paradigms of Identity in Managing Social Representations: Proceedings of the International Conference – Bacău, October 2007 / University of Bacău, Faculty of Letters*, Editura „Alma Mater”, Bacău, 2008, ISBN 978-973-1833-62-0, pp. 494-501;
 15. *Le parler «people» et les valeurs économiques dans les tubes contemporains et dans la tradition du chant folklorique* (autori Gabriel Mardare, Brîndușa-Mariana Amălâncei), în *Individual and Specific Signs. Paradigms of Identity in Managing Social Representations: Proceedings of the International Conference – Bacău, October 2007 / University of Bacău, Faculty of Letters*, Editura „Alma Mater”, Bacău, 2008, ISBN 978-973-1833-62-0, pp. 204-213;
 16. *Forms of Advertising Argumentation*, în *The Knowledge Based Organization – The 14th International Conference – Behavioral and Social Sciences Conference Proceedings X, The 27th – 29th of November 2008 / „N. Bălcescu” Land Forces Academy Publishing House, Sibiu, 2008, ISSN 1843 – 6722, pp. 403-409;*
 17. *Taxonomies du discours publicitaire*, în *The Knowledge Based Organization – The 14th International Conference – Behavioral and Social Sciences Conference Proceedings X, The 27th – 29th of November 2008 / „N. Bălcescu” Land Forces Academy Publishing House, Sibiu, 2008, ISSN 1843 – 6722, pp. 78-85;*
 18. *Implicit și explicit în comunicarea publicitară*, în *Analele Universității „Ștefan cel Mare” Suceava – Seria Științe ale educației*, Tomul V, nr. 2, 2006-2008, Editura Universității din Suceava, 2008, ISSN: 1582-1129, pp. 295-304;
 19. *The Process of Creation in Advertising*, în *Studii și cercetări științifice*, Seria: Științe socio-umane, Nr. 13, 2009, Editura Alma Mater, Bacău, ISSN: 1224-9866, pp. 185-191;
 20. *Le discours répété en tant que manifestation de l'intertextualité dans la publicité*, în *Communication interculturelle et littérature*, nr. 2(14) aprilie-mai-iunie, Editura Europlus, Galați, 2011, ISSN: 1844-6965, pp. 119-128;
 21. *La communication par l'intermédiaire des blogs dans le domaine des relations publiques*, în *„Normă – sistem – uz: codimensionare actuală”, colocviul intern. (11; 2011; Chișinău)*. Colocviul Internațional de Științe ale Limbajului „Eugeniu Coșeriu” (Chișinău – Suceava – Cernăuți), Chișinău, 12-14 mai 2011, ediția a 11-a – Ch.: CEP USM, 2012, volumul 2, 2012, ISBN: 978-9975-71-218-7, pp. 402-408;
 22. *The “Contract” between Sender and Receiver in Advertising – a Globalizing Approach*, în *ARA 36th International Congress Learning without Frontiers LUM – School of Management Gioia del Colle (Ba) Proceedings*, Presses Internationales Polytechniques, Montréal, Québec, Canada, 2012, ISBN 978-2-553-01635-6, pp. 9-12.