

Nume profesor	Adresă de e-mail	Colectivul	Domenii/Teme posibile pentru lucrările de licență și/sau disertație
conf. dr. Barutcieff Silvia	silvia.barutcieff@litere.unibuc.ro	CRP	Domenii și teme: 1. Culturi, practici culturale, comunități (subculturi etnice, religioase, confesionale etc., norme culturale, relații interculturale, diferențe și neînțelegeri culturale, diversitate culturală). 2. Mobilitate, deplasare, migrație (o istorie culturală a călătoriei, practici asociate deplasării, artefacte și agenți ai mobilității, o istorie culturală a turismului). 3. Om și animal (istoria unei relații, contexte ale interacțiunii, reprezentări ale bestiarului în discursul artistic, literar, mediatic, animale reale/imaginare, antropomorfism/zoomorfism, hibridarea speciilor, sălbăcie, monstruozitate). 4. Comunicare estetică și vizuală (iconografie religioasă și laică, istoria graficii, relația dintre artă, societate și consum, promovarea contemporană a patrimoniului cultural, industrii creative). 5. Cultură și noile tehnologii (istoria tehnologiei, atitudini culturale față de inovație și tehnologie, tendințe contemporane privind tehnologia, interactivitate).
conf. dr. Bogdan Cristina Mădălina	cristina.bogdan@litere.unibuc.ro	CRP	Domenii: - Istoria mentalităților, antropologie culturală, antropologie urbană, studii de gen. Teme posibile: 1. Percepția timpului și a relațiilor de muncă în noul context epidemiologic, provocat de pandemia de coronavirus. 2. Boală și moarte în Europa secolului XXI (permanențe și mutații). 3. Identitate și alteritate, mască și chip, ocultat și ascuns. Celălalt - oaspete sau dușman? 4. Identitățile reale, imaginare și virtuale ale orașului. Locuri și non-locuri. Reconfigurări urbane în perioada pandemiei. 5. Construirea identității de gen în societatea actuală.
lect. dr. Bălănescu Olga	olga.balanescu@litere.unibuc.ro	CRP	Teme posibile: 1. Personajul garant feminin în publicitate 2. Identități masculine în publicitatea românească actuală/interbelică 3. Copilul – monedă de schimb în publicitate 4. Impactul publicității asupra consumatorului contemporan 5. Aproprierea arti în publicitate 6. Coordonate spațiale și temporale în publicitate 7. Tradiție vs.inovație în publicitate 8. Mit și publicitate în spațiul cultural actual 9. Expresivitatea discursului publicitar din perspectivă pragmatică 10. Promovarea produselor cu grad minim de implicare din partea consumatorilor (suc, bere, cosmetice, dulciuri, etc) 11. Promovarea produselor cu grad maxim de implicare din partea consumatorilor (mașini) 12. Tendințe în publicitatea autohtonă actuală. Mijloace pragmatice 13. Campanii sociale de responsabilizare civică 14. Branduri românești de succes 15. Studiu comparativ: promovarea autoturismului (oricărui alt produs ales de student) în spațiul publicitar românesc vs.american/anglofon/francofon 16. Arta persuadării în publicitatea politică 17. Tactici de campanie electorală 18. Tipuri de discurs publicitar în spațiul cultural românesc 19. Perspectivă evolutivă asupra publicității românești (de ales un anumit tip de produs) 20. Lungul drum al produsului spre brand 21. Influența camlaniilor sociale asupra individului 22. Situații conflictuale în media actuală 23. False news vs.fake news 24. Populismul mediatic 25. Rolul mediei în contextul epidemiologic actual

conf. dr. Crăciun Alexandra	alexandra.craciun@litere.unibuc.ro	CRP	Teme posibile: 1. Paradoxurile și patologiile identitare. Excesul de vizibilitate, dar și orbirea ce coabitează în etiologia narcisismului, tipologiile redundante sau tautologice, construcțiile para-logice sau deviante, schizofreniile și disonanțele ce de-listează identitatea din genul său proxim. 2. Paradigmele de construcție și deconstrucție în reprezentarea identității în cadrul proceselor de comunicare de tip post-/hipermodern. Economia aplicațiilor, universul figital, apariția unor concepte precum cel de post-umanism sau hiperrealitate, construcția identității de produs și de marcă, funcțiile simbolice sau operaționale ale unor identități alternative. 3. Reprezentarea și anamorfozele ei post-/hipermoderne. Hiperreprezentări, hiperfotografie, hipertext, branding conversational.
conf. dr. Constantin Cătălin	catalin.constantin@litere.unibuc.ro	CRP	Domenii: 1. Antropologie culturală 2. Antropologie vizuală 3. Urbanism și arhitectură 4. Editare de carte 5. Jurnalism cultural
asist. drd. Dumitru Dinu Bogdan	bogdan.dumitru@litere.unibuc.ro	CRP	Domenii: 1. Relații publice 2. Comunicare organizațională 3. Comunicare corporativă 4. Comunicare internă 5. Employee branding 6. Cultură organizațională 7. Popular culture
lect. dr. Istodor-Berceanu Eugen	eugen.istodor@litere.unibuc.ro	CRP	Teme poibile: 1. Umorul pe social media 2. Cunoasterea realității sociale în new media și mass media 3. Comunicare si interpretare in pandemia COVID 19 4. Grupurile de whatsapp si revolta publica 5. Instagram si idealul frumusetii feminine
conf. dr. Ofrim Alexandru	alexandru.ofrim@litere.unibuc.ro	CRP	Licență CRP Antropologie culturală Istoria mentalităților Studii culturale Disertație Master MCRP Antropologia comunicării Antropologia corpului Studii culturale Disertație Master CEP Perspective sistemice asupra culturii și comunicării Studii culturale
lect. dr. Osman Fernanda	fernanda.osman@litere.unibuc.ro	CRP	Domenii: 1. Istoria comunicării; 2. Comunicare nonverbală; 3. Strategii ale discursului narativ; narațiune și identitate; 4. Storytelling și noile platforme de comunicare; 5. Semiotică.

lect. dr. Toplean Adela	adela.toplean@litere.unibuc.ro	CRP	Domenii: Comunicare interpersonală: psihologia relațiilor interpersonale, modele teoretice ale comunicării interpersonale, aspecte filosofice și morale ale comunicării interpersonale Sociologia dinamicii interpersonale: modele de interacțiune socială și interpersonală.
Cadre didactice asociate			
Berechet Andreea	andreea.berechet@litere.unibuc.ro	CRP	Teme posibile (rolul rețelelor sociale cu următoarele declinări): 1) Rețelele sociale și mișcările de stradă din perioada pandemică 2) Rețelele sociale și old media- promovarea producțiilor tv în online dar și contaminarea inversă 3) Tema migrației și imigrației în perioada pre-pandemică și în prezent 4) Puterea teatrului social și valoarea lui de comunicator în prezent 5) Puterea podcastului și definirea acestui nou instrument. 6) Profilul feminin generat de campaniile comerciale derulate pe teritoriul românesc 7) Derapaje misogine în campaniile comerciale derulate pe teritoriul românesc 8) Vocile adiacente ale unei campanii, cu diferențele între macro influenceri și influenceri de nișă 9) Apelarea la elementul de magie, vrăjitorie în campanii recente/ Mistica, fantasticul o apariție recentă sau o remodelare 10) Principii ecologice rețetă de promovare pentru marile branduri