

Colocviul internațional
Cartea-Obiect. Istorie culturală, strategii de marketing și tehnologii multimediale

În perioada 7-8 noiembrie 2014, Departamentul de Științe ale Comunicării din cadrul Facultății de Litere a Universității din București organizează colocviul internațional cu tema *Cartea-Obiect. Istorie culturală, strategii de marketing și tehnologii multimediale*.

Inedit prin formatul său, colocviul va reuni peste 100 de participanți, cadre didactice universitare, cercetători din diverse domenii ale științelor sociale și umaniste, dar și profesioniști din industria cărții, marketing și relații publice, care își vor prezenta contribuțiile în cadrul celor trei axe principale: *Istoria culturală a cărții, a lecturii și a practicilor, comportamentelor și sensibilităților adiacente; Relații publice și strategii de marketing în domeniul editorial și Biblioteci digitale și tehnologii contemporane construite în jurul cărții*.

Evenimentul îl are ca invitat special pe Dennis Wilcox, *Professor emeritus* la San Jose State University și *Doctor Honoris Causa* al Universității din București (2009), unul dintre cei mai cunoscuți profesori de relații publice din Statele Unite ale Americii și reputat comentator, în rândul profesioniștilor domeniului, al direcțiilor majore dezvoltate în marketingul de conținut. Conferința plenară susținută de Dennis Wilcox în dimineața zilei de 7 noiembrie 2014, intitulată *Public Relations & Content Marketing: Strategies for Selling Books in a Digital World*, va pleca de la constatarea că tacticile tradiționale de marketing și advertising nu mai au efect într-o eră dominată de Internet și *Social media*. Noi tehnici, precum *storytelling*-ul sau marketing-ul de conținut, sunt astăzi necesare pentru a transmite mesajul editorilor și al librarilor, prin platforme media complexe, către potențialii consumatori.

Așezat sub auspiciile sărbătoririi celor 150 de ani ai Universității din București și ai celor 20 de ani ai specializării de Comunicare și Relații Publice din Facultatea de Litere (primul for de învățământ superior cu acest profil din spațiul românesc), colocviul își propune să exploreze prin mijloace interdisciplinare statutul cărții, înțeleasă ca obiect material, mijloc de comunicare, instrument de difuzare a ideilor și a valorilor, suport purtător de sensuri transmise de text și imagine, operă de artă, suport al practicilor de lectură, realitate istorică supusă transformărilor (de la tăblițele de argilă la cartea electronică), bun de consum ș.a.

Artefact familiar și omniprezent în viața cotidiană, cartea este o marcă a condiției umane, a raportului nostru cu timpul, spațiul și alteritatea, dar și un produs manufacturat destinat comercializării și profitului, fapt care propune o altă arie de cercetare și abordări transfrontaliere.

Deschiderea festivă a colocviului internațional *Cartea-Obiect. Istorie culturală, strategii de marketing și tehnologii multimediale* va avea loc vineri, 7 noiembrie 2014, în Aula Bibliotecii Centrale Universitare *Carol I* (strada Boteanu, nr. 1), începând cu ora 9:30, iar lucrările în secțiuni paralele se vor desfășura în localul Facultății de Litere (strada Edgar Quinet, nr. 5-7), în zilele de 7 și 8 noiembrie.

Sponsorii evenimentului sunt: Dacia Renault Groupe România, McCann PR și Orange România; partenerii media: Observator cultural, Dilema Veche, Cultura, Bookaholic.ro, iar partenerii editoriali: ALL, Humanitas, Litera, Tritonic, RAO, precum și site-ul www.bookish.ro.