

Conf. univ. dr. Monica FRUNZĂ
Universitatea „Alexandru Ioan Cuza” din Iași
Facultatea de Litere
Departamentul de Limbi și literaturi străine
Catedra de Limba și literatura franceză

Monica FRUNZĂ
m2005frunza@yahoo.com
<https://scholar.google.ro/citations?user=i1k114kAAAAJ&hl=en>

Monica Frunză este conferențiar la Facultatea de Litere (Catedra de Franceză) a Universității „Alexandru Ioan Cuza” din Iași. Preocupată de analiza discursului publicitar, a scris o carte (*De l'argumentation à la persuasion dans le discours publicitaire français*) și a publicat mai multe studii și articole despre acesta în reviste de specialitate și în volume colective. A colaborat la mai multe granturi de cercetare având ca obiect formarea traducătorilor și interpreților de înalt nivel și a coordonat un program de Stagii profesionale pentru studenții masterului de Traduceri și Terminologie.

Listă de lucrări

Volume

Monica Frunză : *De l'argumentation à la persuasion dans le discours publicitaire français*, Casa editorială Demiurg, Iași, 2007, 182 p. (ISBN 978-973-152-003-2).

Colaborare la volumul *Pragmatica pronumelui*, coordonator, Luminița Hoarță Cărașu, Editura Tehnică Științifică și Didactică Cermi, Iași, 2005, pp 197-209 (ISBN 973-667-113-5).

Cursuri universitare

Monica Frunză : *Introduction à la terminologie*, Editura Tehnică Științifică și Didactică Cermi, Iași, 2007, 121 p. (ISBN 978-973-667-278-1).

Publicații în reviste CNCSIS

Monica Frunză : « Une lecture poétique de Nerval », in *Analele Științifice* ale Universității « Al. I. Cuza », Secțiunea Literatură, tomul XLIII-XLIV, 1997-1998, editura Universității Iași, 2001, pp. 23-41 (ISSN 1453-0783).

Monica Frunză : « Quelques orientations argumentatives dans le discours publicitaire français », in *Analele Științifice ale Universității « Al. I. Cuza »*, Secțiunea Lingvistică, tomul XLVI-XLVII, 2000-2001, editura Universității Iași, 2001, pp. 29-39 (ISSN 1221-8448).

Monica Frunză : Alfred Jeanrenaud, *Langue française contemporaine. Morphologie et syntaxe* in *Analele Științifice ale Universității « Al. I. Cuza »*, Iași, Secțiunea Limbi Străine, editura Universității, Iași, tom I, 1998, pp. 156-157 (ISSN 1453-0791).

Monica Frunză : Paula Gherasim, *Grammaire conceptuelle du français* in *Analele Științifice ale Universității « Al. I. Cuza »*, Secțiunea Lingvistică, tomul XLVI-XLVII, editura Universității, Iași, 2000-2001, pp. 200-201 (ISSN 1221-8448).

Monica Frunză : *Actes des Journées de la Francophonie*, martie 1997, ediția a III-a, editura Universității Iași, in *Analele Științifice ale Universității « Al. I. Cuza »*, Iași, Secțiunea Limbi Străine, editura Universității Iași, tom II, 1999, pp. 190-193 (ISSN 1453-0791).

Monica Frunză : « Le discours répété – matrice pour le discours publicitaire français » in *Analele Universității « Babeș Bolyai » Studia Universitatis Babeș-Bolyai*, seria Philologia, nr 4, 2007, anul LII, PUC, Cluj, pp. 178-191 (ISSN 1220-0484).

Monica Frunză : « Le fonctionnement des lieux communs dans la communication publicitaire » in *Analele Științifice ale Universității « Al. I. Cuza »*, Secțiunea Limbi și Literaturi Străine, tomul X, editura Universității, Iași, 2007, pp. 27-43 (ISSN 1453-0791).

Monica Frunză : « Informer / capter dans la communication publicitaire » in *Analele Universității « Ștefan cel Mare »*, Suceava, seria Filologie, A, Lingvistică, tomul XIII, nr. 2, 2007, pp. 75-87 (ISSN 1584-2878).

Monica Frunză : « Une nouvelle religion : le corps parfait. L’imaginaire social du corps à travers le discours publicitaire » in *Analele Universității « Ștefan cel Mare »*, Suceava, seria Filologie, A, Lingvistică, tomul XIII, nr. 1, 2007, pp. 63-72 (ISSN 1584-2878).

Monica Frunză : « Le rôle de l’anglais dans la communication publicitaire française » in *Analele Științifice ale Universității « Al. I. Cuza »*, Secțiunea III e, Lingvistică, tomul LIII, editura Universității, Iași, 2007, pp. 327-335 (ISSN 1221-8448).

Monica Frunză : « Le fonctionnement des déictiques pronominaux dans le discours publicitaire français » in *Analele Științifice ale Universității « Al. I. Cuza »*, Secțiunea III e, Lingvistică, tomul LIII, editura Universității, Iași, 2007, pp. 151-160 (ISSN 1221-8448).

Monica Frunză : « Rhétorique argumentative, énonciation et persuasion dans le discours publicitaire français » in *Annales Universitatis Apulensis*, Series Philologica, Alba Iulia, 8/tom 3, 2007, pp. 99 – 106, (ISSN 1582-5523).

Publicații în volumele unor conferințe naționale și internaționale apărute la edituri acreditate CNCISIS

Monica Frunză : « Le multimédia et l'enseignement du futur », in *Actes des Journées de la Francophonie*, martie 1997, ediția a III-a, editura Universității Iași, pp. 383-384 (ISSN 1841-1835).

Monica Frunză : « Créer un outil informatique en correspondance commerciale », in *Actes des Journées de la Francophonie*, martie 1998, ediția a IV-a, editura Universității Iași, pp. 239-243 (ISSN 1841-1835).

Monica Frunză : « Enseigner efficacement le français des affaires », in *Actes des Journées de la Francophonie*, martie 1999, ediția a V-a, editura Universității Iași, pp. 261-265 (ISSN 1841-1835).

Monica Frunză : « La terminologie économique française - support pour une recherche doctorale » in *Actes des Journées de la Francophonie*, martie 2000, ediția a VI-a, editura Universității Iași, pp. 170-173 (ISSN 1841-1835).

Monica Frunză : « Stratégies énonciatives dans le discours publicitaire français » in *Actes des Journées de la Francophonie*, 2005, ediția a X-a, editura Universității Iași, pp. 345-356 (ISSN 1841-1835).

Monica Frunză : « Le rôle des lieux communs dans l'argumentation et persuasion publicitaires » in *Direcții în cercetarea filologică românească*, Casa editorială Demiurg, 2006, pp. 61-76 (ISBN (10) 973-7603-48-6, ISBN (13) 978-973-7603-48-7).

Monica Frunză : « Le discours répété – matrice pour le discours publicitaire français » in *Arta comunicării în contextul diversității culturale și lingvistice*, Casa editorială Demiurg, 2007, pp. 59-70 (ISBN 973-7603-88-3).

Monica Frunză : « Une nouvelle religion : le corps parfait. L'imaginaire social du corps à travers le discours publicitaire » in *Rezultate și perspective actuale ale lingvisticii românești și străine*, (lucrările Sesiunii de comunicări din cadrul Zilelor Universității « Al. I. Cuza », 27-28 octombrie, 2006), editura Universității « Al. I. Cuza », Iași, 2007, pp. 141-148 (ISBN 973-703-233-1).

Monica Frunză : « Le rôle des lieux communs dans l'argumentation et persuasion publicitaires » in *Espace(s) francophone(s)*, Actes de la journée d'études du 29 mars 2006, Université « Al. I. Cuza », Iași, Casa editorială Demiurg, 2007, pp 201-214 (ISBN 973-7603-82-6).

Monica Frunză : « L'implicite dans la communication publicitaire » in *Arta comunicării în contextul diversității culturale și lingvistice*, Casa editorială Demiurg, Iași, 2007, pp.71-75 (ISBN 973-7603-88-3).

Monica Frunză : « Nouvelles stratégies de captation dans le discours publicitaire français » in *Comunicarea : ipoteze și ipostaze*, editura Universității « Al. I. Cuza », Iași, 2008, pp. 111-118 (ISBN 978-973-703-319-2).

Monica Frunză : « Rhétorique classique / argumentation publicitaire » in *Hereditas Antiqua*, editura Universității « Al. I. Cuza », Iași, 2009, pp. 173-189 (ISBN 978-973-703-459-5).

Monica Frunză : « Le stéréotype *jeunesse* dans le discours publicitaire français » in *Mélanges francophones*, no 5 (volume IV), Galati University Press, Galati, 2010, pp. 42-50 (ISSN 1843-8539)

Monica Frunză : « Traduire le vin : difficultés terminologiques » in *Analele Universitatii « Dunarea de Jos »* Galați, Editura Europlus, 2010, Fascicula XXIV, an III, no 2 (4), pp. 478-483.

Monica Frunză : « L'implicite comme stratégie persuasive dans la communication publicitaire française » in *Journées scientifiques internationales : Créativité et Expressivité du/en français*, nr 3, Editions universitaires « Lucian Blaga », Sibiu, 2012, pp. 34-41, (ISSN 2068-2506)

Monica Frunză : « Méta-discours et auto-réflexion dans l'œuvre de Nerval » in *Diversité linguistique et dialogue interculturel dans le processus de la communication*, coordonator de volum: Gina Nimigean & Ludmila Braniste, Editura Vasiliana'98, Iași, Garamont Studio, Chișinău, 2013, pp. 203-215, ISBN 978-973-116-328-4

Monica Frunză : « Le *diktat* de l'émetteur dans la communication publicitaire », in volumul Colocviului științific internațional *Constructions identitaires. Réverbérations du modèle culturel français en contexte européen et universel* vol. 3, Linguistique et Didactique, coordonatori de volum: Gina Nimigean & Ludmila Braniste, editori științifici: Iolanda Sterpu & Mariana-Diana Câșlaru; coordonator de serie [în 3 vol.]: Ludmila Braniste, Editura Presa universitară bălțeană, Bălți, ISBN principal: ISBN 978-9975-50-111-8; ISBN vol. 3: ISBN 978-9975-50-131-6 & Editura Vasiliana'98, Iași, ISBN principal: 978-973-116-329-1; ISBN vol. 3: 978-973-116-365-9, 2014, pp. 191-206.

Monica Frunză : "Etre ou paraître naturel? Le stéréotype du naturel dans le discours publicitaire français", in volumul "Relatia identitate-alteritate si Stereotipurile socio-culturale", pp.21-29, Performantica, Iasi, 2015, ISBN-978-606-685-278-4