

**TEMATICA PENTRU EXAMENUL DE LICENȚĂ**  
**ANUL UNIVERSITAR 2019-2020**  
**COMUNICARE ȘI RELAȚII PUBLICE**

**I. TEME**

1. Principii, modele și scheme comunicaționale clasice și moderne.
2. Tipurile de comunicare verbală, nonverbală și paraverbală și condiționarea reciprocă a acestora.
3. Comunicarea politică și de campanie electorală.
4. Comunicarea persuasivă, propaganda și manipularea: structuri, modele și strategii.
5. „Interacționismul simbolic” și dezvoltarea Sinelui în comunicarea interpersonală.
6. Comunicarea publicitară de tip print și audio-vizuală.
7. Valori și principii în relațiile publice.
8. Opinia publică; publicul intern și publicul extern; rolul și importanța mass-media în procesul de relații publice.
9. Strategii și tactici de relații publice:
  - a) scrise (comunicatul de presă, buletinul informativ, publicații ale organizației, broșuri, manuale, rapoarteanuale);
  - b) orale (discuții față în față, audiocomunicatul de presă);
  - c) vizuale (televiziunea, videocomunicatul de presă, fotografia, filmul, benzile desenate, panourile publicitare *indoor* și *outdoor*).
10. Campania de relații publice – structură și tipologie. Tehnici de cercetare (analiza de conținut, interviurile, focus-grupurile, cercetarea online, chestionarul, sondajul). Planificarea campaniei: etapele, importanța și funcționalitatea acestora.

**II. BIBLIOGRAFIE**

1. Balaban, Delia-Cristina; Iancu, Ioana; Meza, Radu (coord.), *PR, publicitate și new media*, Tritonic, București, Balaban, Delia-Cristina; Rus, Flaviu Călin (coord.), *PR Trend. Teorie și practică în publicitate și relații publice*, Tritonic, București, 2007.
2. Bălănescu, Olga, *Tehnici discursive publicistice și publicitare*, Ariadna, București, 2003.
3. Botezat, Elena; Dobrescu, Em.; Tomescu, Mirela, *Dicționar de comunicare, negociere și mediere*, Editura C. H. Beck, București, 2007.
4. Bougnoux, D., *Introducere în științele comunicării*, Polirom, Iași, 2000.
5. Bonnage, C.; Thomas, Ch., *Don Juan sau Pavlov? Eseu despre comunicarea publicitară*, Editura Trei, București, 1999.
6. Boutaud, J.-J., *Comunicare, semiotică și semne publicitare. Teorii, modele și aplicații*, Tritonic, București, 2004.
7. Cathelat, B., *Publicitate și societate*, trad. rom., Editura Trei, București, 2005.
8. Chelcea, S., *Psihosociologia publicității: despre reclamele vizuale*, Polirom, Iași, 2012.
9. Chelcea, S.; Ivan, Loredana; Chelcea, Adina, *Comunicarea nonverbală: gesturile și postura – cuvintele nu sunt de ajuns*, Comunicare.ro, București, 2005.
10. Coman, Cristina, *Comunicarea de criză. Tehnici și strategii*, Polirom, Iași, 2009. Coman, Cristina, *Relațiile publice. Principii și strategii*, Polirom, Iași, 2001.
11. Curtin, Patricia, A.; Gaither, T., Kenn, *Relații publice internaționale. Negocierea culturii, a identității și a puterii*, Editura Curtea Veche Publishing, București, 2008.
12. Corjan, I. C., *Mass-media și publicitate*, Editura Universității Suceava, 2004.
13. Dagenais, Bernard, *Profesia de relaționist*, Polirom, Iași, 2002.
14. Dagenais, Bernard, *Campania de relații publice*, Polirom, Iași, 2003.
15. David, George, *Tehnici de relații publice: comunicarea cu mass-media*, Polirom, Iași, 2008.

16. Davis, Anthony, *Tot ce ar trebui să știi despre PR*, Editura Publica, București, 2008.
17. Dinu, M., *Comunicarea – repere fundamentale*, Editura Orizonturi, București, 2007.
18. Dâncu, V. S., *Comunicarea simbolică. Arhitectura discursului publicitar*, Dacia, Cluj-Napoca, 1999. Drăgan, I., *Comunicarea – paradigme și teorii* (vol. I-II), RAO, București, 2007.
19. Fiske, J., *Introducere în științele comunicării*, Polirom, Iași, 2003.
20. Gass, Robert; Scinter, John, *Manual de persuasiune*, Polirom, Iași, 2009.
21. Gregory, Anne (coord.), *Planificarea și managementul campaniilor de relații publice*, Polirom, Iași, 2009.
22. Gregory, Anne (coord.), *Relațiile publice în practică*, Editura ALL Beck, București, 2005.
23. Jouve, Michèle, *Comunicarea. Publicitate și relații publice*, trad. rom., Polirom, Iași, 2002.
24. Kapferer, Jean Noel, *Căile persuasiunii*, Editura INI, București, 1998.
25. Labarthète, Arnauld du Moulin de, *Manipularea în relațiile publice*, Editura Antet, București, 2001. Larson, Charles U., *Persuasiunea. Receptare și responsabilitate*, Polirom, Iași, 2003.
26. Lohisse, J., *Comunicarea – de la transmiterea mecanică la interacțiune*, Polirom, Iași, 2002.
27. Marinescu, Valentina, *Introducere în teoria comunicării: principii, modele, aplicații*, Tritonic, București, 2003. McQuail, D., *Comunicarea*, Institutul European, Iași, 1999.
28. Miege, B., *Gîndireacomunicațională*, Cartea Românească, București, 1998. Mucchielli, Alex, *Arta de a influența*, Polirom, Iași, 2002.
29. Newsom, Doug; VanSlyke Turk, Judy; Kruckeberg, Dean, *Totul despre relațiile publice*, Polirom, Iași, 2003.
30. Oliver, Sandra, *Strategii de relații publice*, Polirom, Iași, 2009.
31. Rogojinaru, Angela (coord.), *Comunicare, relații publice și globalizare*, Tritonic, București, 2007.
32. Șerb, Stancu et alii, *Relația cu publicul*, Cartea Românească, București, 1995.
33. Teodorescu, Gh.; Bejan, P., *Relații publice și publicitate*, Ed. Fundației AXIS, Iași, 2003.
34. Tran, V.; Stănciugelu, Irina, *Teoria comunicării*, Comunicare.ro, București, 2003.
35. Țăruș, Adriana, *Peace PR.. Relațiile publice în procesele de menținere și obținere a păcii*, Tritonic, București,
36. Vegheș Ruff, I.; Grigore, B., *Relațiile publice și publicitatea online*, Polirom, Iași, 2003.
37. Wilcox, Dennis; Cameron, Glen, T.; Ault, Phillip, H.; Agee, Warren, K.; *Relații publice. Strategii și tactici*, Editura Curtea Veche Publishing, București, 2009.
38. Zaiț, Adriana, *Relații publice*, ediția a II-a, revizuită, Editura Sedcom Libris, Iași, 2004. Zanc, I., *Informație și comunicare*, Dacia, Cluj-Napoca, 2005.

## MODELE DE SUBIECTE COMUNICARE ȘI RELAȚII PUBLICE

### A) Introducere în științele comunicării (2 h)

**Subiectul nr. 1** – Prezentați și detaliați cu exemple *cele trei tipuri de comunicare* (4 puncte)

**Subiectul nr. 2** – Descrieți modelul “interogativ” al comunicării dezvoltat de H. D. Lasswell și limitele sale. Propuneți o *situație de comunicare* ipotetică bazată pe acest model (5 puncte).

#### **Barem subiectul 1:**

2 p. – relevanța exemplurilor și pertinenta comentariului;

1 p. – limbaj de specialitate, conexiuni interdisciplinare, abilități analitice și de sinteză;

1 p. – acuratețea exprimării, succesiunea logică a ideilor, coerența discursului.

#### **Barem subiectul 2:**

2 p. – relevanța configurării ipotetice și pertinenta comentariului;

1 p. – configurarea corectă și detaliată a schemelor comunicaționale;

1 p. – limbaj de specialitate, conexiuni interdisciplinare, abilități analitice și de sinteză;

1 p. – acuratețea exprimării, succesiunea logică a ideilor, coerența discursului.

(Se acordă 1 punct din oficiu).

### B) Introducere în relații publice (2 h)

**Subiectul nr. 1** – Identificați și descrieți unghiurile de abordare a relațiilor publice (5 puncte)

**Subiectul nr. 2** – Concepeți o campanie de relații publice pentru promovarea turismului românesc pe plan internațional (4 puncte).

#### **Barem subiectul 1**

5 p. – Identificarea corectă și descrierea fiecărui tip de relații publice.

#### **Barem subiectul 2**

4 p. – Identificarea corectă și descrierea pașilor campaniei de relații publice. (Se acordă 1 punct din oficiu).

#### **Barem general:**

- Veridicitatea informațiilor.
- Modul de exprimare și structurare a informațiilor.
- Corectitudinea exprimării în limba română.
- Calitatea expunerii și a argumentării.
- Utilizarea surselor bibliografice.
- Repere istorice, exemple concrete.