

Universitatea Politehnica Timișoara
Facultatea de Științe ale Comunicării
Domeniul de licență: Științe ale comunicării
Specializarea: Comunicare și relații publice,
(cu frecvență și la distanță)

Programa examenului de licență 2017-2018

Proba de evaluare a cunoștințelor fundamentale și de specialitate

1. Fundamentele relațiilor publice

1. Competențe necesare exercitării profesiei de specialist în relații publice.
2. Contextul apariției relațiilor publice în România post-decembristă.
3. Asociații de relații publice din România.
4. Ce este un plan de relații publice?
5. Ce trebuie să indice obiectivele unui plan de relații publice?
6. Tipuri de factori și metode de cercetare utilizate în etapa de cercetare pentru elaborarea unui plan de relații publice.
7. Mijloace de evaluare a activității de relații publice.
8. Ce reprezintă relațiile publice cu comunitatea?
9. Care este rolul relațiilor cu comunitatea?
10. Instrumente utilizate de o organizație pentru a-și promova imaginea de bun cetățean al comunității.

Bibliografie

1. Cutlip. S.M., *Relații publice eficiente*, Editura comunicare.ro, București, 2010 (317-332; 372-387).
2. Palea, Adina, *Identitatea profesională a specialiștilor în relații publice*, Tritonic, București, 2013 (72-78; 83-95; 121-130).
3. Ritt, Adriana, *Comunicarea organizațională externă: relațiile publice*, Editura Mirton, Timișoara, 2003 (capitolele 2, 3, 5).

2. Managementul relațiilor publice

1. Motivul organizării unui eveniment.
2. Ce poate face un eveniment pentru o organizație?
3. Principalele etape în organizarea unui eveniment.
4. Avantaje și dezavantaje ale organizării unui eveniment de fund raising.
5. Etapele organizării unei conferințe.
6. Ce este o situație de criza și tipurile de criza?
7. Etapele managementului crizei.
8. Grupuri cheie pentru o organizație confruntată cu o situație de criză.
9. Celula de criza și purtătorul de cuvânt, elemente cheie ale situației de criza.
10. Principiile comunicării în situația de criza (cf. prof. Ron Smith, Buffalo State University).

Bibliografie

1. Coman, Cristina, *Relațiile publice. Principii și strategii*, Editura Polirom, Iași, 2001 (118-123; 126-139).
2. Cutlip. S.M., *Relații publice eficiente*, Editura comunicare.ro, București, 2010 (352-358).
3. Ritt, Adriana, *Comunicarea organizațională externă: relațiile publice*, Editura Mirton, Timișoara, 2003 (capitolele 4, 6).
4. Schafer-Mehdi, S., *Organizarea evenimentelor*, Editura All, București, 2008 (31-31; 41-48; 140-154).

3. Comunicare internă

1. Ce este comunicarea internă?
2. Clasificarea comunicării organizaționale.
3. Scopul comunicării organizaționale formale.
4. Principalele bariere comunicaționale.
5. Ce este un audit al comunicării și care este rolul său?
6. Ce se poate studia printr-un audit al comunicării?
7. Factorii care influențează motivarea (Katz și Kahn).
8. Factori care influențează distorsionarea și/sau filtrarea mesajelor în comunicarea organizațională.
9. Ce sunt informațiile; caracteristicile unei informații utile.
10. Care sunt rolurile și abilitățile manageriale?

Bibliografie

1. Cismaru, Diana-Maria, *Comunicarea internă în organizații*, Editura Tritonic, București, 2008 (27-57; 113-132).
2. Mucchielli. A., *Comunicarea în instituții și organizații*, Editura Polirom, Iași, 2008 (29-42; 99-100; 103).
3. Ritt, Adriana, *Introducere în comunicare*, Editura Mirton, Timișoara, 2004 (capitolul 7).

4. Comunicare în contexte sociale

1. Comunicarea interpersonală, de grup, organizațională, de masă.
2. Comunicare formală, informală, mediată sau directă.
3. Competența comunicațională (Recunoașterea și adaptarea la context).
4. Politețea lingvistică.
5. Regulile atribuirii (diferențierea între observație și evaluare, neutralitatea stilului, interpretarea intenției de comunicare).
6. Dezambiguizarea mesajului.
7. Rezistența la manipulare.
8. Comunicarea în context multicultural.
9. Comunicarea în spațiul virtual (Internet): blog, rețele sociale.
10. Neticheta (reguli de comportament în mediul electronic).

Bibliografie

1. Miede, Bernard, *Societatea cucerită de comunicare*, Polirom, Iași, 2000 (66-100).
2. Rosenberg, Marshall, *Comunicarea non-violentă*, Lena Francisc Publishing, 2005 (33-95).
3. Șerbănescu. Andra, *Cum gândesc și cum vorbesc ceilalți*, Polirom, Iași, 2007 (15-106).

5. Redactarea materialelor de relații publice

1. Adaptarea scrierii la tipul de comunicare specific organizației (publică, privată, non-guvernamentală, de afaceri / comunicare internă, comunicare externă).
2. Standardele în comunicare (manualul de identitate, conformarea la cerințe).
3. Comunicatul de presă – cerințe formale și cerințe de conținut.
4. Advertorialul (editorialul „pro domo”).
5. Biografia și portretul în uzul RP.
6. Materiale de prezentare scurte (pliantul, broșura, flyerul).
7. Sumarul buletinului informativ intern.
8. Cultura organizațională susținută prin comunicare.
9. Particularitățile comunicării electronice (cerințe de stil în e-mail, buletin electronic).
10. Pregătirea prezentărilor publice (discursul și materialele vizuale ajutătoare – power-point, grafice, desene, fotografii).

Bibliografie

1. Aronson, Merry, Spetner, Don, Ames, Carol, *Ghidul redactării în relații publice. Era digitală*, Editura AMSTA Publishing, București, 2008 (17 – 60; 75-92; 221-238).
2. Newsom, Doug, Carrell, Bob, *Redactarea materialelor de relații publice*, Editura Polirom,

București, 2004 (19 -32; 109-282; 399 – 435).

3. Superceanu, Rodica & ali, *Genuri profesionale în administrația publică. Ghid de redactare*, Editura Politehnica, Timișoara, 2006 (10 – 26).

6. Introducere în mass-media

1. Caracteristicile comunicării de masă.
2. Dubla finanțare a presei(dimensiunea economică a sistemului mass-media).
3. Tipologia instituțiilor de presă (cu exemplificare din spațiul românesc al media: tipar, radio, TV, portaluri informative online).
4. Caracteristicile produselor media.
5. Funcțiile mass media (de informare, de interpretare, de legătură, de culturalizare/educare, de divertisment).
6. Modele de apreciere a rolului presei în societate (autoritarist, comunist, liberal, de serviciu public).
7. Teorii privind efectele comunicării de masă (efecte puternice, limitate, slabe).
8. Genurile profesionale (genuri informative vs. genuri de opinie, îndeosebi știrea pentru prima categorie, editorialul pentru a doua).
9. Valoarea de știre („newsworthiness”).
10. Stilul publicistic și trăsăturile sale (scriitura de presă: concizie, claritate, atribuire, neutralitate, argumentare, actualizarea informației).

Bibliografie

Coman, Mihai, *Introducere în sistemul mass media*, Polirom, 2007 (ediția a III-a), (15-74; 109-262).

7. Comunicare cu presa

1. Valorile jurnaliștilor vs. valorile specialistului în RP.
2. Biroul de presă (organizare, funcționalitate).
3. Alegerea canalelor de comunicare (avantaje/dezavantaje pentru conferința de presă, transmitere de comunicate, „știre a la carte”).
4. Comunicatul de presă (tipologie, comunicatul de presă informativ vs. comunicatul persuasiv)
5. Dosarul de presă (tipologie, întocmire, utilitate, difuzare).
6. Organizarea de evenimente pentru presă (conferința de presă, briefingul, vizita/voiajul cu jurnaliști).
7. Organizarea interviului.
8. Pregătirea discursului public (punctajul).
9. Evaluarea succesului comunicării cu presa (monitorizarea, fișierele).
10. Generarea de presă controlată (revistele, ziarele, newsletterele realizare de biroul/departamentul de presă).

Bibliografie

1. Coman, Cristina, *Relațiile publice și mass-media* (ediție revăzută și adăugită), Polirom, 2004 (9 – 228).
2. David, George, *Tehnici de relații publice. Comunicarea cu mass-media*, Polirom, 2008 (37-104; 201-225).

8. Etica și deontologia comunicării

1. Etica (etica aplicată, etica personală, etica profesională, probleme specifice ale eticii în funcție de domeniul de activitate, îndeosebi probleme ale RP, publicității și jurnalismului, etica în afaceri).
2. Deontologia.
3. Cele 5 moduri de judecată etică:
 - a) calea de mijloc aristotelică

- b) imperativul categoric al lui Kant
 - c) utilitarismul lui J.S. Mill
 - d) Vălul ignoranței la Rawls
 - e) Viziunea iudeo-creștină despre oameni ca scopuri
4. „Cutia lui Potter” ca model de elaborare și explicare a judecății etice (relația dintre situație, context, valori, realități, judecată etică).
 5. Valori, comportamente, judecăți (valorile personale/valorile organizaționale).
 6. Documente de reglementare a regulilor dintr-o instituție (manual, regulament, ghid, cod, cartă).
 7. Utilitatea și limitele codurilor etice din instituție (reglementare pozitivă vs. reglementare negativă).
 8. Codurile deontologice în profesia de relaționist (codul de la Atena).
 9. Dreptul de autor (reglementări, modalități de realizare, creative commons, problema plagiatului).
 10. Responsabilitatea socială a firmei (CSR).

Bibliografie

1. Cutlip. S.M., *Relații publice eficiente*, Editura comunicare.ro, București, 2010 (132 - 160).
2. Radu Raluca-Nicoleta, *Deontologia comunicării publice*, Editura Polirom, București (42 – 74; 209 – 213)
3. Stănciugelu, Irina, *Măștile comunicării. De la etică la manipulare și înapoi*, Editura Tritonic, București, 2009 (211 – 264).

9. Metode de cercetare în relațiile publice

1. Observația.
2. Diferențe între Anchetă și Interviu .
3. Interviul individual.
4. Interviul de grup și interviul de grup structurat – focus grup.
5. Chestionarul.
6. Publicurile importante: angajații, femeile și minoritățile.
7. Publicurile interne și externe.

Bibliografie

1. Iluț, P., *Abordarea calitativă a sociumanului*, Editura Polirom, Iași, 1997 (74 -98).
2. Miftode, V., *Metodologia sociologică. Metode și tehnici de cercetare sociologică*, Editura Porto-Franco, Galați, 1997 (247-291).
3. Newsom, D., Van Slyke Turke, J., Kruckeberg, D., *Totul despre relațiile publice*, Editura Polirom, Iași, 2003 (156-168).

10. Campanii de relații publice

1. Strategia – Captarea atenției publicului-țintă.
2. Strategia – Stimularea unei atitudini pozitive.
3. Strategia – Provocarea unui comportament anume.
4. Strategia – Perspectiva comunicării interne.
5. Strategia – push and pull, directă sau indirectă, intensivă sau extensivă, efectul imediat sau al frecvenței).
6. Tehnicile de relații publice – Tehnicile. Comunicarea de masă – Relațiile publice.
7. Tehnicile de relații publice – Tehnicile. Comunicarea de masă – Relațiile cu presa.
8. Tehnicile de relații publice – Tehnicile. Comunicarea de masă – Afacerile publice/Activitatea de lobby și propaganda.
9. Tehnicile de relații publice – Tehnicile. Comunicarea de masă – Publicitatea.
10. Tehnicile de relații publice – Tehnicile. Comunicarea de masă – Comunicarea directă și Sponsorizarea.
11. Tehnicile de relații publice – Tehnicile. Comunicarea personalizată – De la persoană la persoană.
12. Tehnicile de relații publice – Tehnicile. Comunicarea personalizată – Reuniunile în grupuri de mici dimensiuni și cele de amploare.

Bibliografie

1. Dagenais, Bernard, *Campania de relații publice*, Editura Polirom, Iași, 2003 (237-256; 256-275).
2. Newsom, D., VanSlyke Turk, J., Kruckeberg, D., *Totul despre relațiile publice*, Editura Polirom, Iași, 2003 (571-599).

11. Noțiuni generale de sociologie și opinie publică

1. Opinia publică.
2. Modelul pâlnia cauzalității în formarea opiniei publice.
3. Modelul Foote-Harte în formarea opiniei publice.
4. Modele ale relațiilor dintre opinia publică și politică (componentele sistemului politic; modelul regulii majorității; modelul consistenței sau al congruenței; modelul satisfacerii).
5. Strategia de manipulare „Piciorul în ușă” .
6. Strategia de manipulare „Ușa în față” .
7. Strategia de manipulare „Mingea la joasă înălțime”.

Bibliografie

1. Chelcea, Septimiu, *Opinia publică. Strategii de persuasiune și manipulare*, Editura Economică, București, 2006 (67-85; 225-262).

Decan,
Prof. dr. Daniel DEJICA-CARTIȘ

Președinte Board,
Conf.dr. Mariana Cernicova-Bucă