

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

Proba de evaluare a cunoștințelor fundamentale și de specialitate

I. ARIA CURRICULARĂ A – DISCIPLINE: Introducere în relațiile publice; Managementul relațiilor publice; Comunicare internă

II. ARIA CURRICULARĂ B – DISCIPLINE: Introducere în sistemul mass-media; Redactarea materialelor de relații publice; Comunicare cu presa; Relații publice sectoriale

III. ARIA CURRICULARĂ C – DISCIPLINE: Sociologia opiniei publice; Metode de cercetare în științele sociale; Campanii de relații publice

I. ARIA CURRICULARĂ A – DISCIPLINE:

1. Introducere în relațiile publice
2. Managementul relațiilor publice
3. Comunicare internă

1) Disciplina – Introducere în relațiile 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. Planul de relații publice (ce este, cum este utilizat)
5. Obiectivele unui plan de relații publice (elemente obligatorii)
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. Relațiile publice cu comunitatea
9. Rolul relațiilor cu comunitatea
10. Instrumente utilizate de o organizație pentru a-și promova imaginea de bun cetățean al comunității.

Bibliografie

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

2) Disciplina – Managementul relațiilor publice

1. Motivul organizării unui eveniment.
2. Evenimentul în strategia de comunicare/promovare a unei organizații
3. Principalele etape în organizarea unui eveniment.
4. Etapele organizării unei conferințe.
5. Managementul riscului.

6. Situația de criză: definiție, tipologie
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 criză.

Bibliografie

1. Coman, C. (2001). *Relațiile publice. Principii și strategii*. Iași: Polirom, Iași. (pp. 118-123; 126-139).
2. Cutlip, M. S. (2010). *Relații publice eficiente*. București: Comunicare.ro. (pp. 352-358).
3. Chiciudean, I., George, D. (2011). *Managementul comunicării în situații de criză*. București: Comunicare.ro. (pp. 72-84).
4. Schafer-Mehdi, S. (2008). *Organizarea evenimentelor*. București: All. (pp. 31-32; 41-48; 140-154).

3) Disciplina – Comunicare internă

1. Comunicarea internă (definiție, componente)
2. Clasificarea comunicării organizaționale.
3. Principalele instrumente de comunicare internă.
4. Tipuri de culturi organizaționale.
5. Elemente componente ale culturii organizaționale.
6. Tipuri de rețele de comunicare.
7. Tipuri de lideri și stiluri de conducere.
8. Auditul comunicării (definiție, rol)
9. Aplicații ale auditului comunicării (ce se poate studia utilizând auditul)
10. Strategii de gestionare a conflictelor.

Bibliografie

1. Cismaru, D.M. (2008). *Comunicarea internă în organizații*. București: Tritonic (pp. 27-57; 113-132).
2. Mucchielli, A. (2008). *Comunicarea în instituții și organizații*. Iași: Polirom (pp. 29-42; 99-100; 103).
3. Oancea, D. (2017) *The Golden Book of Romanian Public Relations*, Fundația Forum for international relations (pp. 24-48; 172-194).

II. ARIA CURRICULARĂ B – DISCIPLINE:

1. Introducere în sistemul mass media
2. Redactarea materialelor de relații publice
3. Comunicare cu presa
4. Relații publice sectoriale

1) Disciplina - Introducere în sistemul 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. Presa și societatea: 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. Principiile competenței mediatică (Media literacy)

Bibliografie

1. Coman, M. (2016). *Introducere în sistemul mass media*. Iași: Polirom. (ediția a IV-a)
2. Dominick, J. R. (2009). *Ipostaze ale comunicării de masă. Media în era digitală*. București: Comunicare.ro
3. Ciurel, D. (2020). *Cultura media. Perspective retorice*. București: Tritonic.

2) Disciplina – Redactarea materialelor de relații publice

1. Responsabilitatea autorului de texte în relațiile publice
2. Cultura organizațională susținută prin comunicare
3. Identitatea instituțională: manualul de identitate, standarde de verificare
4. Materiale RP în slujba comunicării interne
5. Textele persuasive: scrisoarea de opinie, dreptul la rectificare/replică, advertorialul
6. Biografia și portretul în uzul RP
7. Realizarea de media controlate de mici dimensiuni: Broșuri, pliante, afișe
8. Sumarul buletinului informativ intern.
9. Social media în slujba RP
10. Pregătirea prezentărilor publice (discursul și materialele vizuale ajutătoare – power-point, grafice, desene, fotografii).

Bibliografie

1. Aronson, M., Spetner, D., Ames, C. (2008). *Ghidul redactării în relații publice. Era digitală*. București: AMSTA Publishing (pp. 17 – 60; 75-92; 221-238).
2. Newsom, D., Carrell, B. (2011). *Redactarea materialelor de relații publice*. Iași: Polirom.

3) Disciplina – Comunicare cu presa

1. Strategia de comunicare cu presa: modelul PESO (paid, earned, shared, owned)
2. Valorile jurnaliștilor vs. valorile specialistului în RP.
3. Biroul de presă (organizare, funcționalitate).
4. Alegerea canalelor de comunicare (avantaje/dezavantaje pentru conferința de presă, transmitere de comunicate, „știre a la carte”).
5. Comunicatul de presă (tipologie, comunicatul de presă informativ vs. comunicatul persuasiv, cerințe de conținut + cerințe pentru formă)
6. Dosarul de presă (tipologie, întocmire, utilitate, difuzare).
7. Organizarea de evenimente pentru presă (conferința de presă, briefingul, vizita/voiajul cu jurnaliști).
8. Evaluarea succesului comunicării cu presa (monitorizarea, fișierele).
9. Generarea de presă controlată (revistele, ziarele, newsletterele realizate de biroul/departamentul de presă).
10. Parteneriatul media

Bibliografie

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

4) Disciplina - Relații publice sectoriale

1. Relații publice pentru instituțiile autorităților publice: informare publică și consultare
2. City/place branding
3. Relații publice în sectorul economic: comunicarea de marketing și B2B
4. Branding și comunicare de brand
5. Relații publice în sectorul economic: responsabilitate socială și de mediu, raportul de CSR
6. Cultura corporatistă, branding de angajator
7. Relații publice în sectorul neguvernamental: campania de advocacy
8. Relații publice în sectorul neguvernamental: atragerea de membri, voluntariatul
9. Campanii conflictuale în relații publice
10. Relații publice internaționale

Bibliografie

1. Wicox, D., Cameron, G., Ault, Ph., Agee, W. (2009). *Relații publice. Strategii și tactici*. București: Curtea Veche.
2. Curtin, P. A., Gaither, K. (2008). *Relații publice internaționale*. București: Curtea Veche.

III. ARIA CURRICULARĂ C - DISCIPLINE

1. Sociologia opiniei publice
2. Metode de cercetare în științele sociale
3. Campanii de relații publice

1) Disciplina - 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 „Picioarul în ușă”.
6. Strategia de manipulare „Ușa în față”.
7. Strategia de manipulare „Mingea la joasă înălțime”.

Bibliografie

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

2) Disciplina - Metode de cercetare în științele sociale

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

Bibliografie

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

3) Disciplina – 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.
13. Realizarea unui miniproiect de campanie de relații publice pe o temă dată, cu accent pe următoarele componente: scurtă descriere a situației ; problema care trebuie rezolvată ; publicul țintă ; obiectivele campaniei (minim două) ; axa campaniei ; strategia sau strategiile folosite, precum și tehnicile aferente ; sloganul campaniei.

Bibliografie

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

Decan,

Prof. univ. dr. Daniel DEJICA-CARTIȘ

Președinte Board CRP,

Conf.univ. dr. Mariana Cernicova-Bucă