

FACULTATEA DE LITERE
DEPARTAMENTUL DE COMUNICARE, JURNALISM ȘI ȘTIINȚE ALE EDUCAȚIEI
PROGRAMUL DE STUDII DE LICENȚĂ: COMUNICARE ȘI RELAȚII PUBLICE , 2020-2021

LISTA TEMELOR DE LICENȚĂ

Lect. univ. dr. ILONA DUȚĂ

1. Publicitatea ca fenomen de mediere simbolică
2. Construcția publicitară și construcția socială a realității
3. Discursul obiectelor în aparatul publicitar
4. Intertextualitatea în discursul publicitar
5. Coduri kinezice și proxemice în discursul publicitar

Conf. univ. dr. ALEXANDRA IORGULESCU

1. Importanța relațiilor publice (comunicării) în campania umanitară.
2. Granițele eticii în domeniul relațiilor publice.
3. Rolul lobby-ului în cadrul relațiilor publice. Dezvoltarea sistemului de lobby în Uniunea Europeană.
4. Relațiile publice în sectorul activităților voluntare și O.N.G-urilor.
5. Importanța relațiilor publice (comunicării) în campania umanitară.
6. Consumatorul și loialitatea față de brand-uri.
7. Manipularea prin publicitate și mass-media.

Conf. univ. dr. MIHAELA MARCU

1. Considerații asupra tehnicilor de relații publice raportate la mass-media
2. Comunicarea organizațională între teorie și practică
3. Eficiență și eficacitate în derularea comunicării corporatiste
4. Comunicarea corporativă în sistemele de telefonie mobilă
5. Evoluția interviului ca gen jurnalistic
6. Comunicarea în situații de criză
7. Rolul sondajului de opinie în cercetarea sociologică
8. Cultură organizațională versus cultură națională

Lect. univ. dr. ELENA OPRAN

1. Comunicarea internă, eficiență și eficacitate organizațională
2. Materiale de relații publice raportate la mass-media: conferința de presă, comunicatul de presă, dosarul de presă
3. Specificul discursului publicitar ca material de relații publice
4. Relația între imagine și cuvânt în publicitate: studiu de caz analiza unor spoturi publicitare, pornind de la imagine la logo
5. Instanțele publicității: autor, produs, public țintă (studiul de caz: prezentarea unor materiale de publicitate, analizând autorii lor, produsul promovat și categoriile de publicuri către care se îndreaptă)
6. Principiile tehnoredactării textelor pentru relații publice: studiu de caz (analiza textelor pentru publicul extern al unei instituții: buletinul informativ, raportul anual, revista pentru publicul extern)

7. Publicitate societală: studiu de caz Campania guvernamentală Covid

Lector univ. dr. DANIELA OSIAC

1. Adaptarea sărbătorilor importate la specificul local
2. Perspective asupra antropologiei iubirii prin intermediul filmelor americane
3. Corelația Antropologiei Culturale cu Proleg-ul
4. Legende urbane
5. Influencer - O analiză antropologică
6. Antropologia gastronomică online
7. Reconfigurarea obiceiurilor cotidiene în vreme de pandemie

Conf. univ. dr. habil. ADRIAN OTOVESCU

1. Relații de comunicare în rândul emigranților români
2. Relații de comunicare în rândul studenților
3. Integrarea tinerilor absolvenți ai Universității din Craiova pe piața muncii
4. Relații de comunicare între angajator și angajați
5. Influența rețelelor sociale asupra comunicării interpersonale
6. Negocierea ca proces de comunicare în relațiile interpersonale
7. Strategii de comunicare în situații de criză organizațională

Prof. univ. dr. habil. CECILIA MIHAELA POPESCU

1. Tehnici și strategii discursive în campaniile de publicitate
2. Actele de limbaj în discursul publicitar. Studiu de caz.
3. Mentalitatea prin publicitate. Studiu de caz.
4. Atenuarea ilocuționară în discursul mediatic/politic românesc: forme și strategii discursive.
5. Exprimarea evidențialității citaționale în presa scrisă românească actuală
6. Semiotica culorilor în campaniile publicitare la produse alimentare. Strategii și efecte perlocuționare
7. Funcția persuasivă în discursul electoral românesc actuali: forme și strategii de actualizare
8. Comunicarea verbală versus comunicarea non-verbală: asemănări și deosebiri. Studiu de caz.

Prof. univ. dr. habil. GABRIELA RUSU-PĂȘĂRIN

1. Promovarea imaginii personale prin presă. Studiu de caz
2. Televiziunea – între relația comunicativă și „vedetizarea”
3. Persuasiune și manipulare - forța de impact a mesajului audiovizual
4. Alegerile locale în România anului 2020. Studiu de caz
5. Programele de divertisment în televiziune. Studiu de caz
6. Contractul de informare în comunicarea mediatică (de la știri la talk-show)
7. Publicitatea în programele de televiziune – între informare și divertisment
8. Manipularea prin presă. Studiu de caz
9. Jurnalistul de televiziune – imagine persuasivă în spațiul public. Studiu de caz
10. Vedeta de televiziune- între imagine dezirabilă și imagine indezirabilă. Studiu de caz

Lector univ. dr. habil. MĂDĂLINA STRECHIE

1. Comitiile Romei republicane
2. Magistraturile romane ordinare

3. Tipuri de numerale în inscripțiile latine
4. Augustus din literatura latină
5. Instituții atheniene și valoarea lor
6. Strategii de comunicare ale liderilor politici ai orientului antic
7. Eroismul și mentalitățile sale
8. Publicitate și propagandă în roma antică
9. Titus Livius, istoricul romei
10. Cicero, omul politic

Prof. univ. dr. CRISTIANA TEODORESCU

1. Proxemica în contextul pandemiei Covid
2. Gestică în contextul pandemiei Covid

Conf. univ. dr. MONICA TILEA

1. Impactul COVID19 asupra publicitatii
2. Campaniile de informare COVID19 - o analiza semiotica
3. Parodia in imaginile publicitare fixe
4. Publicitatea produselor alimentare bio
5. Functiile limbajului in imaginea publicitara fixa
6. Umorele si publicitatea

Conf. univ. dr. ALINA ȚENESCU

1. Publicitate si comunicare publicitara in social media
2. Comunicare publicitara si publicitate neconventionala
3. Comunicare publicitara si publicitatea bauturilor alcoolice
4. Comunicare publicitara si publicitatea bauturilor non-alcoolice
5. Comunicare publicitara, publicitate, produse si branduri de lux
6. Publicitate si comunicare publicitara interculturala
7. Comunicare publicitara si publicitatea parfumurilor si cosmeticelor

Prof. univ. dr. habil. ȘTEFAN VLĂDUȚESCU

1. Teoria minciunii la Paul Ekman. Studiu de caz „Lie to me”
2. Modelul linear al comunicării. Studiu de caz (H. D. Lasswell, C.E. Shannon-W. Weaver, D. K. Berlo)
3. Modelul interacțional al comunicării. Studiu de caz (Wilbur Schramm, Școala de la Palo Alto)
4. Modelul tranzacțional al comunicării. Studiu de caz (D. C. Barnlund, M.N. Campos)
5. Tradițiile comunicării după R. T. Craig. Studiu de caz
6. Cele patru operații ale persuasiunii. Studiu de caz
7. Formele principale ale minciunii. Studiu de caz
8. Presupoziție, implicatură și subînțeles în comunicarea verbală. Studiu de caz