

FACULTATEA DE LITERE

DEPARTAMENTUL DE ȘTIINȚE ALE EDUCAȚIEI ȘI COMUNICĂRII

PROGRAMUL DE STUDII DE LICENȚĂ: COMUNICARE ȘI RELAȚII PUBLICE , 2022-2023

LECT. UNIV. DR. ILONA DUȚĂ

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

CONF. UNIV. DR. ALEXANDRA IORGULESCU

1. Rolul lobby-ului în cadrul relațiilor publice. Dezvoltarea sistemului de lobby în Uniunea Europeană.
2. Impactul relațiilor publice pentru sectorul activităților de voluntariat și al O.N.G-urilor
3. Consumatorul și loialitatea față de brand-uri.
4. Efectele publicității asupra tinerei generații.
5. Comunicare și persuasiune în domeniul publicității.
6. Consecințele crizei mediatice asupra imaginii unei organizații.
7. Manipularea prin publicitate și mass-media.
8. Brandul – componentă esențială a strategiei de marketing.

LECT. UNIV. DR. GEORGIANA LEOTESCU

1. Etape în redactarea textului (publicistic, publicitar, politic)
2. Comunicatul de presă – structură și etape în redactare
3. Analiza discursului politic
4. Tipuri și canale de comunicare în organizarea evenimentelor
5. Persuasiunea în publicitate
6. Tehnici de creație în publicitate – reclama tipărită
7. Tehnici de creație în publicitate – reclama video
8. Tehnici de creație în publicitate – reclama audio

CONF. UNIV. DR. MIHAELA MARCU

1. Aspecte ale civilizațiilor antice reflectate în publicitate
2. Ancheta sociologică și rolul ei în cercetarea de tip cantitativ
3. Unitate și varietate la nivel organizațional
4. Diversitatea tehnicilor de relații publice
5. Interviu între dialog și performanță jurnalistică
6. Culturi naționale, culturi organizaționale
7. Comunicarea corporatistă și rolul ei în viața organizațiilor
8. Tehnicile de relații publice și mass-media
9. Aspecte ale funcțiilor relațiilor publice – produsul de RP

LECT. UNIV. DR. ELENA OPRAN

1. Comunicarea internă eficientă între angajați de diferite generații (studiul de caz: percepții diferite asupra comunicării în funcție de vârsta angajaților. Aici pot fi structurate trei sau mai multe studii de caz)
2. Tehnici de relații publice raportate la mass-media: conferința de presă, comunicatul de presă, dosarul de presă
3. Specificitatea discursului publicitar (studiu de caz comparativ între discursul publicitar și alt tip de discurs, cum ar fi cel electoral, de pildă)
4. Componentele construcției publicitare: 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)
5. Relațiile publice și autorul de texte: studiu de caz (analiza textelor pentru publicul extern al unei instituții: buletinul informativ, raportul anual, revista pentru publicul extern; analiza textelor pentru publicul intern al unei organizații)
6. Comunicare în activitatea de relații publice (mesajul, claritatea mesajului, organizarea și transmiterea de mesaje)

CONF. UNIV. DR. HABIL. ADRIAN OTOVESCU

1. Integrarea tinerilor absolvenți ai Universității din Craiova pe piața muncii
2. Birocrația: abordări clasice și perspective contemporane
3. Relații de comunicare în rândul studenților
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 citationale 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 actual: forme și strategii de actualizare
8. Comunicarea verbală versus comunicarea non-verbală: asemănări și deosebiri. Studiu de caz.

PROF. UNIV. DR. HABIL. GABRIELA NEDELICU-PĂȘĂRIN

1. Imaginea personală – rigori de construcție în promovarea în spațiul public. Studiu de caz
2. Emisiunile de divertisment – formate și impact mediatic. Studiu de caz
3. Persuasiune și manipulare - forța de impact a mesajului audiovizual
4. Programele de divertisment în televiziune. Studiu de caz
5. Prezentator și moderator în programele audio-vizuale. Studiu comparativ
6. Publicitatea în programele de televiziune – între informare și divertisment
7. Manipularea prin presă. Studiu de caz
8. Crearea și promovarea reputației prin mass-media. Studiu de caz
9. Vedeta de televiziune- între imagine dezirabilă și imagine indezirabilă. Studiu de caz

10. Emisiunile informative – evoluție în audiovizualul românesc

PROF. UNIV. DR. HABIL. MĂDĂLINA STRECHIE

1. Comitiile Romei republicane
2. Publicitate și propagandă în Roma antică
3. Cultul personalității în orientul antic
4. Sallustius și politica Romei
5. Războaiele punico
6. Plinius maior și enciclopedia sa
7. Funcții politice în inscripțiile latine
8. Titulatura imperială

CONF. UNIV. DR. ALINA ȚENESCU

1. Publicitatea articolelor vestimentare
2. Publicitate, brand, strategii de marketing
3. Publicitatea neconventională.
4. Publicitatea în industria automobilelor

PROF. UNIV. DR. HABIL. ȘTEFAN VLĂDUȚESCU

1. Caracteristicile comunicării nonverbale. Studiu de caz
2. Importanța paradigmatică a Axiomele școlii de la Palo Alto. Studiu de caz
3. Locul și rolul elementelor de kinezică, oculetică și proxemică în comunicarea interpersonală. Studiu de caz
4. Specificul comunicării verbale. Studiu de caz
5. Tipuri și forme de minciună. Studiu de caz
6. Tipuri și forme de seducție. Studiu de caz
7. Trăsăturile comunicaționale ale vocii umane. Studiu de caz
8. Aspecte comunicaționale relevate de presă privitoare la interceptarea dicuțiilor (telefoanelor) unor manageri instituționali europeni. Studiu de caz