

**TEMATICA ȘI BIBLIOGRAFIA EXAMENULUI DE LICENȚĂ**

**Iulie – septembrie 2021**

**Specializarea: Comunicare și relații publice**

**Proba: Teoria comunicării. Relații publice**

**1. Definiția comunicării. Elementele fundamentale ale procesului de comunicare. Funcțiile comunicării verbale și non-verbale. Axiomele comunicării.**

- a) Dinu, Mihai(2001). *Comunicarea*. București: Editura Algos.
- b) Dinu, Mihai(2004). *Fundamentele comunicării interpersonale*. București: Editura ALL.
- c) Marinescu, Valentina (2003). *Introducere în teoria comunicării. Principii, modele, aplicații*. București: Editura Tritonic.

**2.Elementele comunicării non-verbale: kinezica, proxemica, expresiile faciale, oculistica, haptica, cronemica.**

- a) Dinu, Mihai(2001). *Comunicarea*. București: Editura Algos.
- b) Dinu, Mihai (2004). *Fundamentele comunicării interpersonale*. București: Editura ALL.
- c) Marinescu, Valentina (2003). *Introducere în teoria comunicării. Principii, modele, aplicații*. București: Editura Tritonic.

**3. Comunicatul de presă.(Realizați un comunicat de presă din domeniul cultural/sportiv/politic/economic).**

- a) Coman,Cristina (2004). *Relațiile publice și mass-media*. Iași: Editura Polirom. (pp.104-112).
- b) Iorgulescu,Alexandra (2009). *Introducere în Relații publice*. Craiova: Editura Universitaria. (pp.79-98).

**4. Conferința de presă.**

- a) Coman,Cristina (2004). *Relațiile publice si mass-media*. Iași: Editura Polirom. (pp. 151-169).
- b) Iorgulescu,Alexandra (2009). *Introducere în Relații publice*. Craiova: Editura Universitaria. (pp. 115-121).

**5. Comunicare organizațională, cultură organizațională – prezentarea conceptelor. Manifestările culturii organizaționale.**

- a) Marcu, Mihaela (2009). *Comunicare și structuri organizaționale*. Craiova: Editura Universitaria. (pp.11-13; pp. 37-40; pp. 47-71).

**6.** Etape necesare în realizarea campaniei de relații publice (enumerarea etapelor, detalierea uneia dintre aceste etape).

a) Dagenais, Bernard (2003). *Campania de relații publice*. Iași: Editura Polirom. (pp. 61-64; pp. 69-100; pp. 101-159).

**7.** Tranzacții comunicaționale. Bariere comunicaționale. Legile persuasiunii și tehnici de manipulare.

Exemple de exerciții/aplicații:

- identificați barierele comunicaționale din conversația dată;  
- identificați tipurile de tranzacții, tehnicile de manipulare/legile persuasiunii din conversația dată/dialogul dat).

a) Țenescu, Alina (2009). *Comunicare, sens, discurs*. Craiova: Editura Universitaria.

**8.** Modele de comunicare publicitară. Analiza socio-stilurilor.

Exemple de exerciții/aplicații:

- analiză de reclamă/print publicitar – identificați modelul/modelele de comunicare publicitară din reclamă și argumentați/precizați care sunt elementele ce ne permit încadrarea reclamei în modelul de comunicare respectiv/modelele respective;

- identificați stilurile de viață în care se încadrează principalele categorii de public-țintă al reclamei;

- identificați principalele categorii de socio-stiluri pornind de la studiul de piață/sondajul dat.

a) Jouve, Michèle (2005). *Comunicarea. Publicitate și relații publice*. Iași: Editura Polirom.

**9.** Atributele comunicării audiovizuale. Emitentul și destinatarul actului radiofonic. Mesajul radiofonic. Competența comunicativă și competența auditorială. Grila de programe – instrument cadru al comunicării.

a) a) Rusu-Păsărin, Gabriela (2008). *Comunicarea audio-vizuală. Ediție revăzută și adăugită*. Craiova: Editura Universitaria.

b) b) Bignell, Jonathan, & Orlebar, Jeremy (2009). *Manual practic de televiziune*. Traducere de Carmen Catană. Iași: Editura Polirom.

c) Coman, M., et alii (1990). *Manual de Jurnalism*. Iași: Editura Polirom.

**10.** Componentele comunicării politice. Comunicarea prezidențială. Comunicarea guvernamentală. Comunicarea electorală.

a) Beciu, Camelia (2002). *Comunicarea politică*. București: Comunicare.ro.

b) Gerstlé, Jacques (2002). *Comunicarea politică*. Iași: Institutul European.

c) McNair, Brian (2007). *Introducere în comunicarea politică*. Traducere de Claudiu Vereș.

Iași: Editura Polirom.

**11.** Conținutul și limitele libertății de exprimare și ale libertății de informare. (Exercițiu aplicativ: interpretarea Art. 30 din Constituția României, în vigoare).

a) Constituția României (Art. 30 - Libertatea de exprimare; Art. 31 - Dreptul la informație; Art. 57 - Exercițarea drepturilor și a libertăților; Art. 53 - Restrângerea exercițiului unor drepturi sau al unor libertăți; Art. 20 - Tratatul internațional privind drepturile omului).

b) Normele Consiliului European privind libertatea de expresie și libertatea de informare, din 17 martie 2003, [pewww.coe.ro/documente/Monitor%20Inf\(2003\)%203%20roumain.pdf](http://pewww.coe.ro/documente/Monitor%20Inf(2003)%203%20roumain.pdf)

**12.** Conținutul principiilor deontologice de comunicare și ordinea de prioritate în aplicarea lor (principiul adevărului, respectul persoanei, interesul public, loialitatea față de public).

- a) Christians, C., Fackler, M., Rotzoll, K.B., & McKee, K. B. (2001). *Etica mass-media*. Iași: Editura Polirom.
- b) Codul deontologic al jurnaliștilor, <http://www.organizatiimedia.ro/index.php?p=3>
- c) Decizia nr. 220 din 24 februarie 2011 privind *Codul de reglementare a conținutului audiovizual*, pe [www.cna.ro](http://www.cna.ro), art. 49-58.

Decan,  
Conf. univ.dr. Anamaria Magdalena PREDA

Director Departament,  
Prof. univ.dr. Claudiu BUNĂIAȘU