

**UNIVERSITATEA DIN CRAIOVA  
FACULTATEA DE LITERE  
DEPARTAMENTUL DE ȘTIINȚE ALE EDUCAȚIEI ȘI ALE COMUNICĂRII**

**TEME DE LICENȚĂ  
COMUNICARE ȘI RELAȚII PUBLICE  
2025 - 2026**

**Prof. univ. habil. dr. Ștefan Vlăduțescu**

1. Operațiunile discursive ale persuasiunii. Studiu de caz
2. Principalele forme ale minciunii. Studiu de caz (“Lie to me”)
3. Modelul interacțional al comunicării. Studiu de caz (Wilbur Schramm, Școala de la Palo Alto)
4. Subînțeles, implicatură și presuposiție în comunicarea verbală. Studiu de caz
5. Specificul minciunii în concepția lui Paul Ekman. Studiu de caz (“The Invention of Lying”)

**Prof. univ. dr. Mihaela Cecilia Popescu**

1. Tehnici și strategii discursive în campaniile de publicitate
2. Actele de limbaj în discursul publicitar românesc actual. 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 actual: forme și strategii de actualizare
8. Comunicarea verbală versus comunicarea non-verbală: asemănări și deosebiri. Studiu de caz.

**Prof. univ. dr. Adrian Otovescu**

1. Rețelele sociale și transformarea comunicării publice în rândul tinerilor
2. Discursul public despre inteligența artificială: percepții, temeri și reprezentări sociale
3. Comunicarea instituțională și încrederea socială: relația dintre administrație și cetățeni
4. Influența liderilor de opinie online asupra comportamentului de consum al tinerilor
5. Comunicarea crizei și solidaritatea socială: studiu de caz în contextul pandemiei COVID-19
6. Imaginea minorităților în mass-media: între stereotip și reprezentare socială

**Prof. univ. dr. habil. Gabriela Păsărin**

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. Programele de divertisment în televiziune. Studiu de caz
5. Contractul de informare în comunicarea mediatică (de la știri la talk-show)
6. Publicitatea în programele de televiziune – între informare și divertisment
7. Manipularea prin presă. Studiu de caz
8. Jurnalistul de televiziune – imagine persuasivă în spațiul public. Studiu de caz
9. Vedeta de televiziune- între imagine dezirabilă și imagine indezirabilă. Studiu de caz

**Conf. univ. dr. Alexandra Iorgulescu**

1. Importanța mass-mediei în societatea contemporană
2. Eficiența relațiilor publice în sectorul activităților de voluntariat și al O.N.G.-urilor. Campanii umanitare.
3. Consumatorul și loialitatea față de brand-uri.
4. Consecințele crizei mediatică asupra imaginii unei organizații.
5. Tehnici de comunicare și persuasiune în domeniul publicității.
6. Tendințe actuale în PR și publicitate.
7. Reclama – parte componentă a relațiilor publice.
8. Campania de relații publice – între teorie și practică.
9. Tehnici de elaborare a mesajului publicitar.

**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. Aspecte ale funcțiilor îndeplinite de relațiile 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. Relațiile publice și psihologia
10. Actualitatea metodelor de cercetare în domeniul științelor comunicării

**Conf. univ. dr. Alina Țenescu**

1. Publicitate, brand, strategii de marketing

2. Comunicarea în social media
3. Comunicare, publicitate, social media
4. Publicitatea parfumului
5. Publicitatea accesoriilor vestimentare
6. Comunicarea, publicitate și stereotipuri culturale
7. Publicitatea automobilelor
8. Publicitatea în industria cosmeticelor

**Lect. univ. dr. Elena Opran**

1. Schimbarea organizațională și managementul informației
2. Leadership și comunicarea în organizații (definiția conceptului de leadership, abilitățile unui lider, stilul de conducere, climatul organizațional, avantaje și dezavantaje ale comunicării manageriale, rețelele de comunicare)
3. Particularități ale discursului publicitar ca material de relații publice
4. Comunicarea organizațională internă și sistemul circulației în unități de învățământ academic
5. Instrumente de comunicare organizațională internă (instrumente de comunicare, de tipul software, aplicații și rolul lor)
6. Textele de relații publice – acte de comunicare persuasivă (textele de relații publice, definiția persuasiunii, aplicarea persuasiunii în materialele de relații publice)
7. Beneficiile programelor de comunicare internă în spațiul organizațional

**Lect. univ. dr. Dana Naidin**

1. Magie, vrăjitorie și religie populară: perspective antropologice
2. Cultura rețelelor de socializare – o analiză antropologică
3. Caracteristici ale societății contemporane
4. Obiceiuri și tradiții în societatea de azi
5. Repoziționarea valorilor morale și sociale în societatea de azi
6. Antropologia gastronomică contemporană
7. Evoluții și schimbări comportamentale din perspectivă antropologică