

FACULTATEA DE LITERE

DEPARTAMENTUL DE ȘTIINȚE ALE EDUCAȚIEI ȘI ALE COMUNICĂRII

**PROGRAMUL DE STUDII DE LICENȚĂ: COMUNICARE ȘI RELAȚII PUBLICE,
2023-2024**

CONF. UNIV. DR. ALEXANDRA IORGULESCU

1. Rolul publicitatii in societatea contemporana.
2. Eficienta relatiilor publice in sectorul activitatilor de voluntariat si al ONG-urilor. Campanii umanitare.
3. Consumatorul și loialitatea față de brand-uri.
4. Consecintele crizei mediatice asupra imaginii unei organizatii.
5. Tehnici de comunicare si persuasiune in domeniul publicitatii.
6. Tendinte actuale in PR si publicitate.
7. Strategii de manipulare prin mass-media.
8. Reclama-parte componenta a relatiilor publice.
9. Campania de relatii publice- intre teorie si practica.

LECT. UNIV. DR. GEORGIANA LEOTESCU

1. Elemente de comunicare vizuală în publicitate
2. Publicitatea și strategia de marketing prin intermediul influencerilor – influencer marketing
3. Copywriting și branding – construirea identității de marcă prin conținut
4. Redactarea de texte pentru mediul online – social media și blogging
5. Impactul utilizării inteligenței artificiale în procesul de redactare – etică și transparență
6. Aspecte ale comunicării în campaniile de responsabilitate socială corporativă
7. Evoluția organizării de evenimente – rolul social media în promovare
8. Noile tehnologii de comunicare și informare – rețelele sociale, podcastul, blogul
9. Strategii de comunicare în gestionarea situațiilor de criză
10. Comunicarea în afaceri. Studiu de caz

CONF. UNIV. DR. MIHAELA MARCU

1. Criza organizațională: cauze, efecte, soluționări
2. Arhetipuri mitice și publicitate
3. Interviu, o performanță jurnalistică
4. Culturi organizaționale din mediul academic
5. Managementul relațiilor publice
6. Produsul de relații publice: constituire și promovare
7. Varietatea tehnicilor de relații publice

8. Aspecte mitice reflectate în publicitate
9. Comunicarea managerială: concept, obiective, tehnici de îmbunătățire
10. Culturi organizaționale *versus* culturi naționale
11. Rolul chestionarului în ansamblul metodelor de cercetare sociologică
12. Cantitativ *versus* calitativ în cercetarea de tip sociologic
13. Tehnici de relații publice raportate la mass-media
14. Campanii de relații publice de schimbare atitudinală

LECT. UNIV. DR. DANIELA NAIDIN

1. Teoria vestigiilor în prezent
2. O perspectivă antropologică asupra obiceiurilor sociale moderne
3. Telefonul – o istorie antropologică
4. Adolescentul de azi sub lupa antropologiei psihologice
5. Rolul balconului în viața cotidiană
6. Superstiția ca mod de viață
7. O perspectivă antropologică asupra ocupației de „influencer”

LECT. UNIV. DR. ELENA OPRAN

1. Specificitatea tehnicilor de relații publice scrise: comunicatul de presă, periodicele, broșurile, reclama de corporație
2. Construcția publicitară și identitatea ei (studiul de caz: prezentarea unor materiale de publicitate, analizând autorii lor, produsul promovată și categoriile de publicitate către care se îndreaptă)
3. Rolul autorului de texte din domeniul comunicării și al relațiilor publice: (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)
4. Mesaj, autor, public țintă în comunicarea internă (mesajul, claritatea mesajului, organizarea și transmiterea de mesaje)
5. Stil și conținut în redactarea materialelor de relații publice
6. Comunicate de presă în situații de criză, o analiză de conținut (descrierea comunicatului de presă, modul de redactare, studiu de caz despre comunicate de presă date în situații de criză politică, umanitară, mondială etc.)

PROF. UNIV. DR. HABIL. CECILIA MIHAELA POPESCU

1. Tehnicisstrategii discursive încampaniile de publicitate
2. Actele de limbajîndiscursulpublicitarromânesc actual. Studiu de caz.
3. Mentalitateaprinpublicitate. Studiu de caz.
4. Atenuareailocuționarăîndiscursul mediatic/politic românesc: formeșistrategii discursive.
5. Exprimareaevidențialitățîicitationaleîn presa scrisăromâneascăactuală
6. Semioticaculorilorîncampaniilepublicitare la produsealimentare. Strategiîșiefecteperlocuționare
7. Funcțiapersuasivăîndiscursul electoral românesc actual: formeșistrategii de actualizare
8. Comunicareaverbală versus comunicarea non-verbală: asemănărișideosebiri. Studiu de caz.

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

1. Imaginea personală între realitate și "legenda". Studiu de caz: Gheorghe Hagi.
2. Crearea imaginii personale în spațiul public. Studiu de caz: David Beckham.
3. Tema: "Imaginea prin presă între realitate și realitatea mediatică. Studiu de caz: Prințesa Diana".
4. Promovarea imaginii personale prin presă: biografie vs. declarații personale. Studiu de caz
5. Persuasiuneșimanipulare - forța de impact a mesajuluiaudiovizual
6. Programele de divertisment în televiziune. Studiu de caz
7. Contractul de informare în comunicarea mediatică (de la știri la talk-show)
8. Publicitatea în programele de televiziune – între informare și divertisment
9. Manipularea prin presă. Studiu de caz
10. Jurnalistul de televiziune – imagine persuasivă în spațiul public. Studiu de caz

CONF. UNIV. DR. ALINA ȚENESCU

1. Publicitateaînindustriamedicalășifarmaceutică
2. Accesoriile - publicitateșicomunicarepublicitară
3. Publicitateaparfumului
4. Comunicarea non-verbalăînpublicitate
5. Publicitate, brand, marketing
6. Publicitateavestimentațieșibranduri de lux
7. Publicitateșicomunicarepublicitară in social media
8. Publicitatea artefactelor - podoabeșiaccesoriiinvestimentare
9. Comunicareaîn social media

PROF. UNIV. DR. HABIL. ȘTEFAN VLĂDUȚESCU

1. Articulațiile comunicaționale și psihologice ale contractului de comunicare. Studiu de caz
2. Comunicarea strategică în concepția lui C. R. Berger. Studiu de caz
3. Concepția lui R. T. Craig despre teoria comunicării. Studiu de caz
4. Există comunicare subliminală? Studiu de caz
5. Modelul comunicării elaborat de Claude Elwood Shannon & Warren Weaver. Studiu de caz –
luată de
6. Modelul tranzacțional al comunicării. Studiu de caz
7. Teoria minciunii la Judee K. Burgoon. Studiu de caz
8. Tipuri și forme de comunicare organizațională. studiu de caz