

# UNIVERSITATEA POLITEHNICA TIMIȘOARA

## Facultatea de Științe ale Comunicării

Specializarea: **Comunicare și relații publice** (cu frecvență și la distanță)

Anul universitar: **2019-2020**

### EXAMEN LICENȚĂ (proba 1, proba scrisă)

#### Precizări:

1. Ținând cont de necesitatea de a organiza examenul de licență online, prin intermediul Campusului virtual, subiectele examenului scris au fost re-formulate, pornind de la programa postată anterior pe pagina web a FSC.
2. Se păstrează bibliografia, tematica și cerința ca pentru fiecare arie curriculară studentul să fie extrase câte 2 subiecte. La evaluarea examenului scris se va ține cont de:
  - corectitudine (gramatică, stil)
  - prezentarea corectă a fundamentului teoretic
  - motivarea alegerilor făcute
  - materialul/materialele realizat(e)

#### ARIA CURRICULARĂ A

1. Concepeți un plan de relații publice pentru dezvoltarea Platformei AntiCovidTM.
  - A. Evidențiați etapele unui plan de relații publice
  - B. Menționați următoarele:
    - Factorii externi pe care intenționați să îi folosiți pentru documentare;
    - Sursele interne pe care le veți consulta;
    - Două obiective pe care doriți să le includeți în plan;
    - Ce indici veți urmări pentru verificarea eficienței planului de relații publice.
2. Lucrați pentru o companie petroliera. O conductă transportoare se fisurează și mii de tone de petrol sunt deversate în ocean. În calitate de director al Departamentului de relații publice ce măsuri luați și cum le comunicați fiecărei categorii de public?
  - Identificați categoriile de public pentru care trebuie să pregătiți mesaje și menționați canalele prin care le veți transmite.
  - Ce strategie veți aborda pentru gestionarea crizei de imagine? (vezi modelele lui Coombs și lui Benoit).
3. Sunteți responsabili de comunicarea internă într-o companie automotivă din România. În urma fuziunii cu o nouă firmă din domeniu, directorul a fost schimbat. El vă solicită un audit de comunicare internă pentru a cunoaște realitatea din interiorul companiei pe care o va conduce.
  - A. menționați ce pași veți urma pentru a realiza auditul de comunicare internă.
  - B. formulați 10 întrebări pe care le veți adresa angajaților pentru a identifica măsurile pe care trebuie să le luați în vederea îmbunătățirii comunicării interne.

#### Bibliografie (Aria curriculară A)

1. Cismaru, Diana-Maria, *Comunicarea internă în organizații*, Editura Tritonic, București, 2008.
2. Cutlip, S.M., *Relații publice eficiente*, Editura comunicare.ro, București, 2010.
3. Mucchielli, A., *Comunicarea în instituții și organizații*, Editura Polirom, Iași, 2008.

4. Oancea, Dana, *The Golden Book of Romanian Public Relations*, Fundația Forum for international relations, 2017.
5. Palea, Adina, *Identitatea profesională a specialiștilor în relații publice*, Tritonic, București, 2013.
6. Ritt, Adriana, *Comunicarea organizațională externă: relațiile publice*, Editura Mirton, Timișoara, 2003.
7. Schafer-Mehdi, S., *Organizarea evenimentelor*, Editura All, București, 2008.

## ARIA CURRICULARĂ B

Exemple de subiecte pentru aria curriculară B:

### Subiectul 1

Imaginați-vă că sunteți purtătorul de cuvânt al (complexului Iulius Mall). Doriți să informați presa cu privire la (reluare activității complexului la întreaga capacitate). Motivați alegerea canalului de comunicare (trimitere comunicat, organizare conferință de presă, vizită sau voiaj de presă) și realizați materialele de presă corespunzătoare. Completați din imaginație informațiile lipsă.

Notă: exemplele din paranteză vor fi altele la examen

### Subiectul 2

În perioada stării de urgență, cauzată de posibila extindere a pandemiei, presa a jucat un rol important în informarea publicului și transmiterea mesajelor oficiale. Toate posturile de televiziune, fie publice, fie private, au difuzat în timp real informații privind situația îmbolnăvirilor, anunțurile autorităților și regulile de comportare obligatorii pentru populație. Ce funcții a îndeplinit presa, în această perioadă? Argumentați.

sau

Imaginați-vă situația: lucrați pentru un lanț de magazine România și ați aflat că măștile pe care le comercializați nu respectă standardele de calitate ca să fie eficiente în lupta contra transmiterii bolilor contagioase (COVID 19). Cum procedați și de ce? (relația dintre situație, context, valori, realități, judecată etică).

sau

Realizați proiectul și textele cuprinse într-un **pliant** care să explice (reprogramarea festivalului de muzică Plai 2020 pentru 2021)

### Bibliografie (Aria curriculară B)

1. Aronson, Merry, Spetner, Don, Ames, Carol, *Ghidul redactării în relații publice. Era digitală*, Editura AMSTA Publishing, București, 2008 (17 – 60; 75-92; 221-238).
2. Coman, Cristina, *Relațiile publice și mass-media* (ediție revăzută și adăugită), Polirom, 2004 (9 – 228).
3. Coman, Mihai, *Introducere în sistemul mass media*, Polirom, 2007 (ediția a III-a), (15-74; 109-262).
4. Cutlip. S.M., *Relații publice eficiente*, Editura comunicare.ro, București, 2010 (132 - 160).
5. David, George, *Tehnici de relații publice. Comunicarea cu mass-media*, Polirom, 2008 (37-104;201-225).
6. Newsom, Doug, Carrell, Bob, *Redactarea materialelor de relații publice*, Editura Polirom, București, 2004 (19 -32; 109-282; 399 – 435).
7. Radu Raluca-Nicoleta, *Deontologia comunicării publice*, Editura Polirom, București (42–74; 209– 213)
8. Stănciugelu, Irina, *Măștile comunicării. De la etică la manipulare și înapoi*, Editura Tritonic, București, 2009 (211 – 264).
9. Superceanu, Rodica & ali, *Genuri profesionale în administrația publică. Ghid de redactare*, Editura Politehnica, Timișoara, 2006 (10 – 26).

## ARIA CURRICULARĂ C

1. Pe 1-2 pagini realizați un miniproiect de campanie de relații publice în care veți prezenta următoarele elemente: scurtă descriere a situației; problema care trebuie rezolvată; publicul țintă; obiectivele campaniei (minim două); axa campaniei; strategia sau strategiile folosite, precum și tehnicile aferente; sloganul campaniei.  
Posibile teme de campanie: asemănătoare cu cele de la examenul semestrial
2. Pentru Campania de RP de la punctul 1 realizați un instrument de cercetare pentru măsurarea efectelor campaniei de RP (interviu de grup, sau chestionar).
3. Definiți un principiu de manipulare și descrieți minim două situații sociale de aplicare a lui.

### Bibliografie (Aria curriculară C)

1. Chelcea, Septimiu. 2006. *Opinia publică. Strategii de persuasiune și manipulare*. București : Editura Economică.
2. Chelcea, S. 2004. *Metodologia cercetării sociologice. Metode cantitative și calitative*, București: Editura Economică.
3. Dagenais, B., 2003. *Campania de relații publice*. Iași: Editura Polirom.
4. Marconi, J. 2007. *Ghid practic de relații publice*. Iași: Editura Polirom.
5. Marinescu, V. 2009. *Cercetarea în comunicare. Metode și tehnici*. București: Editura C.H. Beck.
6. Moscovici, S. și Buschini, F. 2007. *Metodologia științelor socioumane*. Iași: Editura Polirom.
7. Newsom, D., VanSlyke Turk, J., Kruckeberg, D. 2003. *Totul despre relațiile publice*. Iași: Editura Polirom.
8. Silverman, D. 2004. *Interpretarea datelor calitative. Metode de analiză a comunicării, textului și comunicării*. Iași: Editura Polirom.

### Comisie de licență CRP ZI și CRP ID

**Președinte:** Conf. dr. Mariana Cernicova-Bucă

**Membri:** Conf. dr. Gabriel-Mugurel Dragomir  
Lect. dr. Adina-Ramona Palea

Timișoara, mai 2020