

Universitatea Transilvania din Braşov
Facultatea de Sociologie și Comunicare
Domeniul de studii: Științe ale comunicării
Programul de studii: Media digitală

EXAMENUL DE LICENȚĂ 2024

PROBA I - EVALUAREA CUNOȘTIINȚELOR FUNDAMENTALE ȘI DE SPECIALITATE

Proba I a examenului de licență constă în elaborarea și susținerea orală a unui proiect, prin rezolvarea unuia dintre cele două subiecte de mai jos, la alegere.

Rezolvarea scrisă a subiectului Probei I se depune în același timp cu teza de licență, conform calendarului stabilit.

Subiectul A – Strategie de comunicare digitală

Cerințe: Elaborați o strategie de comunicare (digitală), ca formă a unei prestații profesionale, urmărind rezolvarea unei probleme reale din mediul organizațional sau comunitar. Orientativ, proiectul va cuprinde:

- analiza situației actuale, identificarea problemei, explicarea naturii problemei de rezolvat, stabilirea obiectivelor, contextul, scopurile strategiei de comunicare;
- definirea și identificarea publicurilor, cum se poate ajunge la ele prin intermediul diverselor canale media digitale, cum este implicat fiecare public în soluționarea problemei;
- descrierea detaliată a tacticilor (metode și activități) folosite în programul de comunicare; planificarea modului de soluționare a problemei/situației existente (mesaje cheie, personalizarea comunicării în funcție de public, mixul de comunicare, canale, calendar de implementare, diagramă Gantt sau *timeline*, buget);

- prezentarea sistemului de evaluare propus, rezultate preconizate, eficiența programului de comunicare, confirmarea sau infirmarea obiectivelor SMART, propuneri cercetări post-testare asupra publicurilor.

Bibliografie recomandată:

- BAINES, P., Fill, C., & ROSENGREN, S. (2017). *Marketing*. Oxford University Press.
- BELCH, G. E., BELCH, M. A., KERR, G., POWELL, I., WALLER, D. (2020). *Advertising: An integrated marketing communication perspective*, McGraw Hill.
- BLAKEMAN, R. (2018). *Integrated marketing communication : Creative strategy from idea to implementation*, Rowman & Littlefield.
- BERGER, J. (2017). *Influență invizibilă. Forțele ascunse care modelează comportamentul*. Publica
- BERGER, J. (2023). *Cuvinte magice. Ce să spui ca să obții ce vrei*. Publica
- CARNEGIE, D. (2019). *Cum să-ți (re)lansezi cariera*. Litera
- CHELCEA, S. (2007). *Metodologia cercetării sociologice. Metode cantitative și calitative*, București, Editura Economică.
- CLARKE, A. (2020). *SEO 2020 : Learn search engine optimization with smart internet marketing strategies*, Simple Effectiveness Publishing.
- CMENCIU, C. (2013). *Tendențe actuale în campaniile de relații publice*, Ed. Polirom.
- COMAN, C. (2010). *Sfera publică și imaginea politică*, Editura C.H. Beck.
- COMAN, C. (2004). *Relațiile publice și mass-media*, Editura Polirom..
- CUTLIPP, S. M., CENTER, A. H., BROOM, G. M. (2010). *Relații publice eficiente*, (ed. 9), comunicare.ro.
- DAGENAIS, B. (2002). *Profesia de relaționist*, Editura Polirom.
- DAVID, G. (2008). *Tehnici de relații publice. Comunicarea cu mass-media*, Editura Polirom.
- DHAWAN, E. (2022). *Limbajul corporal digital. Cum să câștigi încredere și să creezi conexiuni indiferent de distanță*, Publica.
- DRĂGAN, I. (2007). *Comunicarea : Paradigme și teorii*, vol. 1 și 2, Editura Rao..
- FERREOL, G., FLAGEUL, N. (2007). *Metode și tehnici de exprimare scrisă și orală*, Editura Polirom.

- GREGORY, A. (2009). Planificarea și managementul campaniilor de relații publice, Editura Polirom.
- GREGORY, A., & WILLIS, P. (2022). Strategic public relations leadership. Taylor & Francis.
- IACOB, D., CISMARU, D. M. (2003). Relații publice: eficiență prin comunicare, Editura Comunicare.ro.
- LINDLOF, T. R., TAYLOR, B. C. (2002). Qualitative Communication Research Methods, Sage.
- NECHITA, F., (2020). Comunicarea de marketing a muzeelor în era digitală, Editura Presa Universitară Clujeană.
- NECHITA, F., BRICIU, A. (2013). Mijloace de promovare. Note de curs. Aplicații. Studii de caz, Editura Universității Transilvania din Brașov, Brașov.
- OLIVER, S. (2009). Strategii de relații publice, Polirom.
- POMPPER, D., PLACE, K. R., & WEAVER, C. K. (Eds.). (2022). *The Routledge Companion to Public Relations*. Taylor & Francis.
- ROGOJINARU, A. (coord.) (2006). Relații publice și publicitate : tendințe și provocări, Editura Tritonic.
- RYAN, D. (2021). Understanding digital marketing : A complete guide to engaging customers and implementing successful digital campaigns, Kogan Page.
- SCÂRNECI, F. (2006). Îndrumar de cercetare calitativă în științele socio-umane, Editura Universității Transilvania din Brașov.
- TENCH, R. & WADDINGTON, S. (eds.), 2021, Exploring Public Relations and Management Communication, 5th Edition, Harlow: Pearson Education;
- VAN LOOY, A. (2016). Social Media Management : Technologies and strategies for creating business value, Springer Cham.
- WILCOX, D. L., CAMERON, G. T., AULT, Ph. H., AGEE, W. K. (2009). Relații publice. Strategii și tactici, Editura Curtea Veche.
- WILCOX, D. L., CAMERON, G.T. & REBER, B.H. (2015). *Public Relations: Strategies and Tactics*, 11th Edition, Pearson Education
- YOUNG, A. (2014). Brand media strategy : integrated communications planning in the digital era, Palgrave MacMillan.

Subiectul B – Plan de carieră

Cerințe: Elaborați un plan de carieră, orientat către lumea reală a pieței muncii și a prestațiilor de comunicare profesională (media digitală, social media, comunicare de marketing, relații publice, publicitate), în vederea valorificării calificării universitare obținute de absolventul în Media digitală. Orientativ, proiectul poate dezvolta următoarele subiecte:

- Profesie, competență profesională versus job, ocupație, carieră;
- Accesul pe piața muncii și pe piața prestațiilor profesionale în domeniul comunicării în mediul digital; joburi și cariere salariale;
- Prestații profesionale pe cont propriu;
- *In charge with yourself* – proiectul personal de carieră;
- Branding personal și tehnici de promovare în carieră.

Bibliografie recomandată:

- ARRUDA, W., DIXSON, K. (2007). *Career Distinction: Stand out by Building Your Brand*, John Wiley and Sons, Inc., Hoboken.
- ARRUDA, W., DIB, D. (2013). *Ditch. Dare. Do!: 66 Ways to Become Influential, Indispensable, and Incredibly Happy at Work*. Reach Personal Branding.
- ARRUDA, W.,(2019). *Digital You: Real Personal Branding in the Virtual Age*. Association for Talent Development.
- BARRET, J. (2006). *Career, Aptitude and Selection Tests: Match Your IQ Personality and Abilities to Your Ideal Career*, 2nd edition, Kogan Page Limited.
- BARETT, J. (2018) *Teste pentru carieră, aptitudini și selecție*. Meteor Press.
- BEALS, J. (2008). *Self Marketing Power. Branding Yourself as a Business of One*, Keynote Publishing.
- BLUMENTHAL, I., WILSON, J. (2008). *Managing Brand You: Seven Steps to Creating Your Most Successfull Self*, American Management Association.
- BUZEA, C. (2010). *Motivația. Teorii și practici*, Editura Institutul European..
- FARR, J. M., SHATKIN, L. (2009). *50 Best Jobs fot Your Personality*, 2nd edition, JIST Publishing.

- KAPUTA, C. (2006). U R a Brand! How Smart People Brand Themselves for Business Success, Davies Black Publishing.
- KELLER, J. (2019). Pregătit pentru succes. Curtea Veche Publishing.
- LICHT, A. (2015). Leave your mark : Land your dream job. Kill it in your career. Rock social media, Grand Central Publishing.
- NORONHA, S. F. R. (1999). Careers in Communications, 3rd edition, VGM Career Horizons.
- PRICE, S., FELDMAN, B. (2017). The road to recognition : The A-to-Z guide to personal branding for accelerating your professional success in the age of digital media, Ideapress Publishing.
- PASSOS DUFFY, M. (2006). Be Your Own Boss, WetFeet, Inc.
- SALOME, J.(2021) Ghid de supraviețuire în universul profesional. Cum să facem față situațiilor stresante. Curtea Veche Publishing.
- SCHAWBEL, D. (2015). Manual de branding personal. Reguli noi pentru o cariera de succes. Editura Amaltea.
- TAYLOR, A., PARISH, J. R. (2007). Career Opportunities in Television and Cable, Ferguson Publishing.
- VAYNERCHUK, G. (2018). Cum să dai lovitura. Află cum își construiesc marii antreprenori afacerile și influența și cum o poți face chiar tu. Publica.

Director departament
prof. dr. Gabriela Rățulea

Coordonator program studii
Conf. dr. Florin Nechita