

Universitatea Transilvania din Braşov
Facultatea de Sociologie şi Comunicare
Programul de studii: Media digitală

EXAMENUL DE LICENŢĂ IULIE 2026
PROBA I - EVALUAREA CUNOŞTIŢELOR FUNDAMENTALE ŞI DE SPECIALITATE

Evaluare scrisă, test grilă.

Tematică şi bibliografie

Fundamente ale comunicării – Anul I

1. Clarificări conceptuale ale termenului de comunicare
2. Niveluri ale comunicării
3. Elementele procesului de comunicare
4. Tehnici de comunicare. Comunicarea verbală – orală şi scrisă

Bibliografie

Suport curs *Fundamente ale comunicării*. (2023). În Briciu, V.A., titular curs. Cod curs FC01. Fundamente ale comunicării. Universitatea Transilvania din Braşov (platforma e-learning).

Noica C. (1987), „Comunicare şi cuminecare” în Cuvânt împreună despre rostirea românească. Editura Eminescu, Bucureşti, p. 227-231

Dance, F. (1970), The “Concept” of Communication, *Journal of Communication*, 20(2), pp. 201–210, <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1970.tb00877.x>

Graur, E. (2001), *Tehnici de comunicare*, Editura Mediamira, Cluj-Napoca, pp. 4-97

Chiru, I. (2003), *Comunicarea interpersonală*, Editura Tritonic, Bucureşti, pp. 5-12, 31-73, 85-94

Introducere în publicitate – Anul I

1. Considerente introductive în publicitate
 - 1.1. Definiții
 - 1.2. Elemente istorice
 - 1.3. Procesul activității de publicitate
2. Funcțiile și obiectivele publicității
 - 2.1. Funcții
 - 2.2. Obiective
 - 2.3. Rolul publicității în activitatea de marketing
3. Tipuri de publicitate
4. Agenția de publicitate
 - 4.1. Tipuri de agenții de publicitate
 - 4.2. Tipuri de servicii din agențiile de publicitate
 - 4.3. Departamente din agențiile de publicitate
5. Planificarea în publicitate
 - 5.1. Delimitări conceptuale
 - 5.2. Etape ale procesului de planificare strategică

Bibliografie

- Suport curs *Introducere în Publicitate* (2023). În Coman, A. titular curs. Cod curs IP
Introducere în Publicitate. Universitatea Transilvania din Brașov (platforma e-learning).
- Balaban, D. C., (2005), *Comunicarea publicitară*, Cluj-Napoca, Editura Accent, pp.30-45, 57-64, 181-183
- Balaban, D. C., (2009), *Publicitatea: de la planificarea strategică la implementarea media*. Iasi, Editura Polirom, pp.9-22, 23-48, 69-104.
- Balaban, D., Abrudan, M. (2008). *Tendințe în PR și publicitate*. București, Editura Tritonic, pp.9-78.
- Nicola, M., Petre, D., (2001), *Publicitate și reclama*, București, Editura comunicare.ro, pp. 2-21, 31-38.
- Russel, Th., Lane, R., (2002), *Manual de publicitate*, București, Editura Teora., pp.82-115, 153-188.

Social Media – Anul II

1. Ce este social media? – definiții, condiții de dezvoltare, clasificare
2. Noțiuni centrale în studiul social media: sociabilitate, capital social, legături, relații și rețele sociale
3. Teorii ale rețelelor sociale, teorii media și implicațiile lor în studiul social media
4. Identitate și comunități virtuale în social media
5. Crearea de conținut, urmărirea acestuia și audiența în social media

Bibliografie

Suport curs *Social Media*. (2024). În Briciu, G.A., titular de curs. Cod curs SM03. Social Media. Universitatea Transilvania din Brașov (platforma e-learning).

Barabasi, A.-L. (2017). *Linked-Noua știință a rețelelor*, Brumar, pp. 35-86.

Christakis, N. și Fowler, J. (2015). *Connected*, Curtea veche, pp. 11-70.

Branding digital – Anul II

1. Brandul: definire, rol, semnificații, avantajele unui brand puternic
2. Capitalul de brand
3. Notorietatea brandului
4. Poziționarea
5. Personalitatea brandului
6. Asocierile brandului
7. Alegerea elementelor brandului și proiectarea identității
8. Portofoliile de branduri
9. Extinderea brandului

Bibliografie

Aaker, D. (2005). *Managementul capitalului unui brand: cum să valorificăm numele unui brand*, Brandbuilders, pp. 8-10, 20-28, 146.

Moiescu, O. (2012). *Marketingul mărcii*, Eikon, pp. 9-14, 21-26, 37-43, 45-53, 121-128, 89-105.

Kotler, P. și Keller, K. L. (2012). *Managementul marketingului*, Teora, pp. 402-407, 414-416, 443-446, 453-463.

Director Departament,
prof. dr. Gabriela Rățulea

Coordonator program studii,
prof. dr. Florin Nechita