

Universitatea Transilvania din Brașov
Facultatea de Sociologie și Comunicare
Domeniul de studii: Științe ale comunicării
Programul de studii: Comunicare și relații publice

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 – Strategia de comunicare
--

Cerințe: Elaborați o strategie de comunicare, 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 sau identificarea publicurilor, cum se poate ajunge la ele prin intermediul diverselor canale media, cum este implicat fiecare public în soluționarea problemei;
- descrierea detaliată a materialelor, a tehnicilor sau a metodelor 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, Sydney.
- BLAKEMAN, R. (2018). *Integrated marketing communication : Creative strategy from idea to implementation*, Rowman & Littlefield, Lanham.
- CHELCEA, S. (2007). *Metodologia cercetării sociologice. Metode cantitative și calitative*, București, Editura Economică, București.
- CHELCEA, S. (2012). *Psihosociologia publicității ii: despre reclamele vizuale*, Ed. Polirom, Iași.
- CLARKE, A. (2020). *SEO 2020 : Learn search engine optimization with smart internet marketing strategies*, Simple Effectiveness Publishing.
- CMECIU, C. (2013). *Tendențe actuale în campaniile de relații publice*, Ed. Polirom, Iași.
- COMAN, Cl. (2010). *Sfera publică și imaginea politică*, Editura C.H. Beck, București.
- COMAN, Cr. (2004). *Relațiile publice și mass-media*, Editura Polirom, Iași.
- CUTLIPP, S. M., CENTER, A. H., BROOM, G. M. (2010). *Relații publice eficiente*, (ed. 9), comunicare.ro, București.
- DAGENAIS, B. (2002). *Profesia de relaționist*, Editura Polirom, Iași.
- DAVID, G. (2008). *Tehnici de relații publice. Comunicarea cu mass-media*, Editura Polirom, Iași.
- DRĂGAN, I. (2007). *Comunicarea : Paradigme și teorii*, vol. 1 și 2, Editura Rao, București.
- FERREOL, G., FLAGEUL, N. (2007). *Metode și tehnici de exprimare scrisă și orală*, Editura Polirom, Iași.
- GREGORY, A. (2009). *Planificarea și managementul campaniilor de relații publice*, Editura Polirom, Iași.

- IACOB, D., CISMARU, D. M. (2003). Relații publice: eficiență prin comunicare, Editura Comunicare.ro, București.
- LINDLOF, T. R., TAYLOR, B. C. (2002). Qualitative Communication Research Methods, Thousand Oaks, CA: Sage.
- NECHITA, F., (2020). Comunicarea de marketing a muzeelor în era digitală, Editura Presa Universitară Clujeană, Cluj-Napoca.
- 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, Iași.
- ROGOJINARU, A. (coord.) (2006). Relații publice și publicitate : tendințe și provocări, Editura Tritonic, București.
- RYAN, D. (2021). Understanding digital marketing : A complete guide to engaging customers and implementing successful digital campaigns, Kogan Page, London.
- SCÂRNECI, F. (2006). Îndrumar de cercetare calitativă în științele socio-umane, Editura Universității Transilvania din Brașov, Brașov.
- VAN LOOY, A. (2016). Social Media Management : Technologies and strategies for creating business value, Springer Cham, Heidelberg.
- WILCOX, D. L., CAMERON, G. T., AULT, Ph. H., AGEE, W. K. (2009). Relații publice. Strategii și tactici, Editura Curtea Veche, București
- YOUNG, A. (2014). Brand media strategy : integrated communications planning in the digital era, Palgrave MacMillan, New York.

Subiectul B – Plan de carieră

Cerințe: Elaborați, la alegere, un program de consiliere de carieră pentru un client real sau un plan de carieră, orientat către lumea reală a pieței muncii și a prestațiilor de comunicare profesională (relații publice, media digitală, publicitate, social media, comunicare de marketing), în vederea valorificării calificării universitare obținute de absolventul în Științele comunicării. Orientativ, proiectul poate dezvolta următoarele subiecte:

- Consilierea de carieră ca prestație profesională, relația consiliere-orientare;
- Modalități tradiționale de realizare a consilierii pentru carieră;
- Modalități moderne de realizare a consilierii pentru carieră; pregătirea pentru contactele cu piața muncii, consilierea carierei asistată de calculator etc.;
- Profesie, competență profesională versus job, ocupație, carieră;
- *The self-awareness* – achiziție și dezvoltare a cunoașterii de sine; exerciții de autocunoaștere și de planificare a viitorului personal;
- Accesul pe piața muncii și pe piața prestațiilor profesionale cu profesia de relaționist; 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, New Jersey.
- BARRET, J. (2006). *Career, Aptitude and Selection Tests: Match Your IQ Personality and Abilities to Your Ideal Career*, 2nd edition, Kogan Page Limited.
- BEALS, J. (2008). *Self Marketing Power. Branding Yourself as a Business of One*, Keynote Publishing, Nebraska.
- BLUMENTHAL, I., WILSON, J. (2008). *Managing Brand You: Seven Steps to Creating Your Most Successful Self*, American Management Association, New York.
- BUZEA, C. (2010). *Motivația. Teorii și practici*, Editura Institutul European, Iași.
- DAGENAIS, B. (2002). *Profesia de relaționist*, Editura Polirom, Iași.
- FARR, J. M., SHATKIN, L. (2009). *50 Best Jobs for Your Personality*, 2nd edition, JIST Publishing, Indiana.
- FIELD, S. (2006). *Career Opportunities in Advertising and Public Relations*, 4th edition, Ferguson Publisher, New York.
- KAPUTA, C. (2006). *U R a Brand! How Smart People Brand Themselves for Business Success*, Davies Black Publishing, Mountain View.
- LICHT, A. (2015). *Leave your mark: Land your dream job. Kill it in your career*. Rock social media, Grand Central Publishing, New York.

- MOGEL, L. (2008). Making It in Public Relations: An Insider's Guide to Career Opportunities, 2nd edition, Taylor & Francis e-Library.
- NORONHA, S. F. R. (1999). Careers in Communications, 3rd edition, VGM Career Horizons, Illinois.
- ONUȚ, G. (2008). Profesia de sociolog, Editura Universității Transilvania din Brașov, Brașov.
- 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, San Francisco, WetFeet, Inc.
- TAYLOR, A., PARISH, J. R. (2007). Career Opportunities in Television and Cable, Ferguson Publishing, New York.

Director departament
prof. dr. Gabriela Rățulea

Coordonator program studii CRP

prof. dr. Claudiu Coman