



**DECIZIA CONSILIULUI FACULTĂȚII DE COMUNICARE
ȘI RELAȚII PUBLICE
Nr. 592 din 13 decembrie 2022**

Cu privire la conținutul probei scrise a examenului de licență pentru specializările: Comunicare și Relații Publice, Publicitate, Comunicare și Media Emergente (cu predare în limba engleză), începând cu luna iulie a anului universitar 2022-2023.

Având în vedere:

- Legea educației naționale, Nr.1/2011,
- Ordinul ministrului educației naționale, nr.6125/2016, privind aprobarea Metodologiei-cadru de organizare și desfășurare a examenelor de licență/diplomă și disertație, actualizat prin Ordinul ministrului educației naționale, nr.5643/2017,
- Regulamentul privind activitatea profesională a studenților din SNSPA,
- Metodologia și regulamentul de organizare a examenelor de finalizare a studiilor în SNSPA,
- Decizia nr. 362 din 16 decembrie 2019,
- Decizia nr. 489 din 26 octombrie 2021,
- Atribuțiile Consiliului FCRP prevăzute în Legea Educației Naționale și în Carta SNSPA,
- Discuțiile din ședința Consiliului FCRP, din data de 13 decembrie 2022,

Consiliul Facultății de Comunicare și Relații Publice

DECIDE:

Art. 1. Pentru specializarea COMUNICARE ȘI RELAȚII PUBLICE, proba scrisă de cunoștințe fundamentale și de specialitate se susține din următoarele discipline:

- Relații publice;
- Istoria comunicării;
- Gestionarea crizelor de imagine.

Art. 2. Pentru specializarea PUBLICITATE, proba scrisă de cunoștințe fundamentale și de specialitate se susține din următoarele discipline:

- Relații publice;
- Istoria comunicării;
- Publicitate.

Art. 3. Pentru specializarea COMUNICARE ȘI MEDIA EMERGENTE (cu predare în limba engleză), proba scrisă de cunoștințe fundamentale și de specialitate se susține din următoarele discipline:

- Teoria comunicării/Communication Theory
- Mass media și societatea. Media emergente/ Mass media and society. Emerging media
- Comunicarea de criză/Crisis communication



Art. 4. Bibliografie:

Relații publice

- Iacob, D., Cismaru, D.M, Pricopie, R. (2011). *Relațiile publice - coeziune și eficiență prin comunicare*. București: Editura Comunicare.ro, capitolele 3 (Concepte, origini, structuri), 10 (Strategia și planul de relații publice) și 11 (Campania de relații publice)
- Cmeciu, C. (2013). *Tendențe actuale în campaniile de relații publice*. Iași: Polirom, capitolul 1 (Definiții și caracteristici ale campaniilor de relații publice), capitolul 2 (Tipologii ale campaniilor de relații publice)
- Broom, Glen, Sha Bey-Ling. (2013). *Cutlip and Center's Effective Public Relations* (11th edition). Edinburgh: Pearson Education Ltd., chapter 3 (Organizational Settings), chapter 12 (Step Two: Planning and Programming), chapter 14 (Step four: Evaluating the Program)

Istoria comunicării

- DeFleur, M. L., & DeFleur, M. H. (2022). *Mass Communication Theories. Explaining Origins, Processes and Effects* (2nd edition). New York: Routledge.
- Dobrescu, P., Bârgăoanu, A., Corbu, N. (2007). *Istoria comunicării*. București: Comunicare.ro.
- Griffin, E., Ledbetter, A., & Sparks, G. (2019). *A first look at communication theory*. (10th edition). McGraw-Hill Education.
- McQuail, D., & Deuze, M. (2020). *McQuail's Media & Mass Communication Theory* (7th edition). Sage.
- Rosenberry, J., & Vicker, L. A. (2022). *Applied mass communication theory: A guide for media practitioners* (3rd edition). Routledge.

Gestionarea crizelor de imagine

- Coombs, W. T., & Laufer, D. (2018). Global crisis management—current research and future directions. *Journal of International Management*, 24(3), 199-203.
- Lee, S. Y. (2020). Stealing thunder as a crisis communication strategy in the digital age. *Business Horizons*, 63(6), 801-810.
- Lin, X., Spence, P. R., Sellnow, T. L., & Lachlan, K. A. (2016). Crisis communication, learning and responding: Best practices in social media. *Computers in human behavior*, 65, 601-605.

Publicitate

- Balaban, Delia Cristina (2021). *Publicitatea. De la planificarea strategică la implementarea media*. Iași: Polirom, capitolele: 1, 4.2, 4.4, 5.2., 6.6.
- Belch, George E., Belch, Michael A. (2018). *Advertising and Promotion. An Integrated Marketing Communications Perspective*. New York: McGraw-Hill, capitolele: 3, 4, 6, 8, 9, 11, 12, 13, 15, 21.
- Chelcea, Septimiu (2016). *Psihosociologie aplicată: Publicitatea*. Iași: Polirom, capitolele: 5, 17, 19, 20, anexa D.
- Iliescu, Dragoș, Petre, Dan (2010). *Psihologia consumatorului*. București: comunicare.ro, capitolele: I.2, I.4, I.5, V.A.
- Preda, Sorin (2011). *Introducere în creativitatea publicitară*. Iași: Polirom, capitolele: 1.3, 1.6-1.10, 5.



Teoria comunicării/Communication Theory

- Baxter, L. A. (2004). Relationships as Dialogues. *Personal Relationships*, vol. 11, p. 1-22.
- Gerbner, G., Gross, L., Morgan, M., Signorielli (1986). *Living with televisions. The Dynamics of the Cultivation Process*. In Bryant, J. & Zillmann, D. (eds.), *Perspectives on Media Effects*, Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum, 17-40.
- Ting-Toomey, S. (2005). The Matrix of Face: An Updated Face-Negotiation Theory. In W. B. Gudykunst (ed.), *Theorizing about intercultural communication*. Thousand Oaks, CA: Sage, p. 71-92.
- West, R. L. & Turner, L. H. (2013). Muted Group Theory. In *Introducing Communication Theory: Analysis and Application*. McGraw Hill Education, p. 483-500.
- West, R. L. & Turner, L. H. (2013). Symbolic Interaction Theory. In *Introducing Communication Theory: Analysis and Application*. McGraw Hill Education, p. 76-91.

Mass media și societatea. Media emergente/ Mass media and society. Emerging media

- Alaphilippe, A., Gizikis, A., Hanot, C., & Bontcheva, K. (2019). Automated tackling of disinformation. Major challenges ahead. European Parliamentary Research Service. [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2019/624278/EPRS_STU\(2019\)624278_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2019/624278/EPRS_STU(2019)624278_EN.pdf)
- Ghosh, D., & Scott, B. (2018). Digital Deceit. The Technologies Behind Precision Propaganda on the Internet. New America. <https://d1y8sb8igg2f8e.cloudfront.net/documents/digital-deceit-final-v3.pdf>
- Wardle, C., & Derakhshan, H. (2017). Information disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policymaking. Council of Europe Report. <https://firstdraftnews.org/wp-content/uploads/2017/11/PREMS-162317-GBR-2018-Report-de%CC%81sinformation-1.pdf?x75440>.

Comunicarea de criză/Crisis communication

- Coombs, W. T., & Laufer, D. (2018). Global crisis management—current research and future directions. *Journal of International Management*, 24(3), 199-203.
- Lee, S. Y. (2020). Stealing thunder as a crisis communication strategy in the digital age. *Business Horizons*, 63(6), 801-810.
- Lin, X., Spence, P. R., Sellnow, T. L., & Lachlan, K. A. (2016). Crisis communication, learning and responding: Best practices in social media. *Computers in human behavior*, 65, 601-605.

Art. 5. Decanul FCRP, cei trei prodecani, directorii de departamente, profesorii titulari de disciplină, profesorii care îndrumă lucrări de absolvire, secretariatele ZI și ID/IFR vor duce la îndeplinire această decizie.

Prodecan,
Conf. univ. dr.
Valeriu Frunzaru

Prodecan,
Lector univ. dr.
Carmen Novac

Prodecan,
Conf. univ. dr.
Mălina Ciocea

Decan,
Prof. univ. dr. Alina Bârgăoanu

