

Masterat în Management și Comunicare în Afaceri

Perioada de înscriere: 7-12 septembrie a.c.

Perioada de susținere a eseului: 16-18 septembrie a.c. conform unei planificări care va fi anunțată pe 15 septembrie a.c. la avizierul facultății și pe site-ul www.comunicare.ro

PROBA DE CONCURS

Examenul la **Masteratul în Management și Comunicare în Afaceri** constă în redactarea și susținerea unui eseu. Eseul va aborda una din temele indicate mai jos (Teme pentru eseuri) și va respecta următoarele cerințe:

1. Structură generală:

MASTERAT <Management și Comunicare în Afaceri>

<Numele candidatei/ului>

<Titlul eseului>

Cuprins (lista secțiunilor sau părților):

<Secțiunea 1>

<Secțiunea 2>

<Secțiunea n>

<Secțiunea 1>

(conținut)

<Secțiunea n>

(conținut)

Bibliografie

2. Formatare: Times New Roman, mărimea 12, distanțarea (line spacing) 1,5.

3. Dimensiuni: minim 8 pagini, maxim 10 pagini (inclusiv bibliografia).

4. Aparatul critic și bibliografia: pentru realizarea acestui eseu se vor folosi minim 10 surse bibliografice (cărți, articole, site-uri etc.). Folosirea unei (unor) surse bibliografice în textul eseului va fi marcată prin note de subsol; sursele bibliografice care nu apar în astfel de note nu vor fi luate în considerare.

Eseul va fi predat în perioada de înscriere, în două exemplare, odată cu depunerea dosarului de înscriere. Dosarele de înscriere depuse fără eseu sau în altă perioadă decât cea anunțată nu vor fi acceptate. Eseul va fi susținut în fața comisiei de examen, în perioada precizată mai sus. Candidații vor respecta programarea anunțată la avizierul facultății și pe site-ul www.comunicare.ro.

Această modalitate de admitere permite evaluarea interesului candidaților pentru **Masteratul în Management și Comunicare în Afaceri** și pentru tema tratată în eseu, precum și a angajamentului în alocarea timpului necesar pentru cursuri și studiu individual.

TEME PENTRU ESEURI

1. Soluții manageriale pentru optimizarea afacerilor de tip start-up sau IMM. Studiu de caz (la alegerea candidatului)
2. Tehnici de negociere și comunicare în afaceri
3. Competitivitate și decizii manageriale în condiții de incertitudine economică. Studiu de caz (la alegerea candidatului)
4. Managementul performanței și motivarea angajaților în timp de recesiune. Studiu de caz (la alegerea candidatului)
5. Comunicarea corporată în situații de criză. Studiu de caz (la alegerea candidatului)

Eseul poate acoperi în întregime o temă, la un nivel mai general, sau un singur subiect din cadrul temei, dar la un nivel aprofundat. Exemplele și studiile de caz pot fi oferite pe baza experienței proprii sau, în cazul în care nu există experiență directă, pot fi comentate și analizate într-o manieră originală. În ambele situații, utilizarea surselor bibliografice este obligatorie.

BIBLIOGRAFIE ORIENTATIVĂ

- BACAL Robert, *Performance Management*, Mcgraw-Hill Education Europe, Berkshire, 2008.
- COLLINS Jim, *Excelența în afaceri*, Editura Curtea Veche, București, 2012.
- FOMBRUM Charles, VAN RIEL Cees B., *Essentials of Corporate Communication*, Taylor & Francis, New York, 2007.
- GRIGORE Ana Maria, *Antreprenoriat și management pentru afaceri mici și mijlocii*, Editura CH Beck, București, 2012.
- PRUTIANU Ștefan, *Tratat de comunicare și negociere în afaceri*, Editura Polirom, Iași, 2008.
- TROUT Jack, RIVKIN Steve, *Noua poziționare: cele mai noi informații despre strategia de business numărul unu din lume*, Editura Brandbuilders, București, 2008.

Resurse online:

www.businessmagazin.ro

www.capital.ro

Notă: Bibliografia are caracter orientativ. În redactarea eseului, candidații sunt încurajați să studieze și alte surse bibliografice (cărți, articole, site-uri).

Persoană de contact: Conf. univ. dr. Florina Pînzaru, florina.pinzaru@comunicare.ro
Drd. Alexandra Vițelar, alexandra.vitelar@comunicare.ro