

Masterat în Comunicare și Relații Publice

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

Perioada de susținere a eseuului: 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 Comunicare și Relații Publice** constă în redactarea și susținerea unui eseu. Eseul va trata una din temele indicate mai jos (Teme pentru eseuri) și va respecta următoarele cerințe:

1. Structură generală:

MASTERAT <Comunicare și Relații Publice>

<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 vor fi ignorate.

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 Comunicare și Relații Publice** și pentru tema tratată în eseu, precum și a angajamentului în alocarea timpului necesar pentru cursuri și studiu individual.

TEME PENTRU ESEURI

1. Modele și teorii fundamentale în studiul mass-media (evoluția modelelor în studiul comunicării de masă, fluxul comunicării în doi pași și difuzarea informației, efectele mass media în spațiul public, funcțiile și disfuncțiile mass-media, selecția informației în mass media, spirala tăcerii și comunicarea publică).

2. Comunicarea de masă în spațiul public actual (rolul mass-media în spațiul public, etica în comunicarea de masă, mass-media și influențarea opiniei publice, funcțiile sociale ale media tradiționale și/sau ale noilor media, dezvoltarea social media în societatea informațională).

3. Relațiile publice ca domeniu de activitate (diferențe față de alte domenii, scopurile relațiilor publice, structuri de relații publice, istoria relațiilor publice, modele de relații publice, ipostaze ale experților în relații publice, în organizații).

4. Strategia și planul de relații publice (etape ale procesului de relații publice, metode de cercetare și evaluare în relațiile publice, elementele planului de relații publice, canale și mesaje în aplicarea planului, relațiile publice prin canalele social media).

5. Managementul crizelor (tipuri de crize și specificul comunicării de criză, planificarea în situația de criză, principii de management al crizelor, strategii de comunicare în situații de criză, rolul social media în generarea și amplificarea crizelor).

Eseul poate acoperi în întregime o temă, la un nivel mai general, sau un singur subiect din cadrul temei (dintre cele indicate în paranteză), dar la un nivel aprofundat. Exemplele și studiile de caz pot fi oferite pe baza experienței proprii sau pe baza consultării surselor academice. În ambele cazuri, la relatările pe baza surselor bibliografice se adaugă comentariile, analiza și interpretarea personală a candidatului. În ambele situații, redactarea cu caractere românești, utilizarea surselor bibliografice și citarea lor adecvată sunt obligatorii.

BIBLIOGRAFIE ORIENTATIVĂ

- CMECIU Camelia, *Tendințe actuale în campaniile de relații publice*, Editura Polirom, Iași, 2013.
- CHICIUDEAN Ion, DAVID George, *Managementul comunicării în situație de criză*, Editura Comunicare.ro, București, 2011.
- CUTLIP Scott, CENTER Allen, BROOM Glen, *Relații publice eficiente*, Editura Comunicare.ro, București, 2010.
- IACOB Dumitru, CISMARU Diana-Maria, PRICOPIE Remus, *Relațiile publice-coeziune și eficiență prin comunicare*, Editura Comunicare.ro, București, 2011.
- LIBAERT Thierry, *Planul de comunicare – cum să-ți definești și să-ți organizezi strategia de comunicare*, Editura Polirom, Iași, 2009.
- McQUAIL Denis, WINDAHL Scott, *Modele ale comunicării pentru studiul comunicării de masă*, Editura Comunicare.ro, București, 2010.

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. Diana Cismaru, diana.cismaru@comunicare.ro