

TEME PENTRU LUCRĂRI DE LICENȚĂ

Conf. univ. dr. Elena Banciu.....	2
Prof. univ. dr. Odette Arhip.....	4
Prof. univ. dr. Teodor Repciuc	5
Conf. univ. dr. Adela FEKETE (Prof. univ. dr. Odette Arhip, conf. univ. dr. Merima Petrovici, Lect. univ. dr. Cornel Dărvășan).....	6
Conf.univ.dr. Merima Petrovici.....	8
Lector univ. dr. Ana Birtalan	9
Lect. univ. dr. Iulia Anghel.....	10

Conf. univ. dr. Elena Banciu

1. Considerații etice ale comunicării în situații de criză.
2. Respectul legilor față de responsabilitatea socială.
3. Deontologia relațiilor publice.
4. Codul deontologic al comunicatorilor profesioniști.
5. Doctrină etică cu impact major în conturarea eticii profesionale și deontologiei.
6. Deontologia comunicării.
7. Perspective asupra culturii organizatorice.
8. Comunicarea pe verticală și comunicarea pe orizontală în cadrul organizației.
9. Managementul comunicării în structurile de tip ierarhic.
10. Comunicarea organizațională strategică – principii și procese.
11. Strategii de construire a imaginii unei organizații.
12. Comunicarea în campaniile electorale.
13. Promovarea personalităților politice.
14. Posibilități de dezvoltare a competențelor specialiștilor din relațiile publice
15. Structura comunicării în grupurile mici
16. Particularități ale relațiilor publice pe Internet
17. Comunicarea internă în organizații
18. Relația purtător de cuvânt jurnalist în procesul relațiilor publice
19. Promovarea evenimentelor prin intermediul presei scrise
20. Implicațiile utilizării tehnologiilor Web în managementul organizațiilor
21. Caracterul persuasiv al comunicării
22. Rolul comunicării în promovarea produselor de larg consum
23. Abilitățile necesare pentru a reuși în profesia de relaționist
24. Evoluția relațiilor publice on-line

25. Relațiile publice în campaniile de comunicare promoțională
26. Campania de relații publice pentru lansarea unui produs/serviciu
27. Rolul relațiilor publice în construirea unui brand
28. Relațiile publice în afaceri
29. Mixul comunicării de marketing în promovarea societăților comerciale
30. Rolul mass-media în socializare
31. Tipuri de finalități ale proceselor comunicaționale
32. Aspecte teoretico-metodologice privind analiza de conținut a comunicării prin mass-media
33. Rolul comunicării în situații de criză
34. Specificul comunicării în relațiile publice
35. Posibilități de gestionare a comunicării organizațiilor
36. Competențe comunicaționale ale specialiștilor din relațiile publice
37. Campania de comunicare în spațiul public

Prof. univ. dr. Odette Arhip

1. Aspecte actuale ale publicității
2. Aspecte arhetipale în publicitate
3. Natura culturală a genului în publicitate (aspecte ale masculinității/feminității)
4. Limbajul publicitar
5. Aspecte ale brandingului de țară
6. Campanie de imagine – studiu de caz
7. Sloganul publicitar
8. Despre simbol și funcțiile acestuia în publicitate
9. Relațiile publice în contextul proceselor de influență socială – aplicații sectoriale (învățământ, sănătate, cultură)
10. Rebranding – studiu de caz
11. Persuasiunea în publicitate
12. Raportul dintre relațiile publice și presă
13. Publicitatea – valențe lingvistice
14. Rolul specialiștilor RP într-un context de criză
15. Aspecte ale dezinformării – studiu de caz

Prof. univ. dr. Teodor Repciuc

1. Planificarea securității și apărării în România
2. Strategii actuale de securitate națională
3. Sistemul securității naționale din România
4. Politica de securitate și apărare comună a Uniunii Europene
5. Specificul gestionării comunicării de criză în caz de dezastre
6. Gestionarea comunicării într-o situație de criză provocată de un dezastru nuclear
7. Cerințe ale managementului comunicării într-o situație de criză provocată de inundații
8. Cerințe ale elaborării unui plan de comunicare în caz de cutremur
9. Principalele resurse de informare publică în domeniul securității
10. Războiul cibernetic – amenințare majoră la adresa securității

Conf. univ. dr. Adela FEKETE (Prof. univ. dr. Odette Arhip, conf. univ. dr. Merima Petrovici, Lect. univ. dr. Cornel Dărvășan)

1. Arta ca drum către un spațiu de lucru creativ
2. Avantaje și dezavantaje în folosirea publicității în mixul de comunicare online
3. Comunicarea brand-ului personal și / sau a brand-ului de țară
4. Creativitatea în publicitate și în PR
5. Cultura ca factor de creativitate și inovare
6. De ce și în ce mod publicitatea implică supunerea indivizilor
7. Elemente de psihologie publicitară
8. Elementul ludic în comunicarea interpersonală
8. Elementul ludic în mesajul publicitar
9. Fenomenul comunicațional și publicitatea
10. Figurile retorice la nivelul sintagmei din cadrul mesajului publicitar
11. Funcția poetică și aspectul estetic al mesajului publicitar
12. Limbajul nonverbal în codul bunelor maniere
13. Limbajul nonverbal în spoturile publicitare
14. Limbajul proverbelor în comunicarea interpersonală
15. Metamorfozele publicității
16. Moduri de comunicare persuasivă ce vizează crearea de curente de opinie publică
17. Procedeele retoricii aplicate în producțiile publicitare contemporane
18. Psihologia manifestului publicitar
19. Publicitatea produsului tradițional ca patrimoniul național imaterial
20. Publicitatea un „război” de comunicare între visele consumatorilor și efectele sale educaționale
21. Raportul text/imagie și funcțiile acestora în mesajul publicitar

22.Reușitele și dilemele comunicării interpersonale

23.Rolul comunicării în triada: influență – putere – autoritate

24.Semiotica și simbolistica mesajului publicitar

25.Universaliile comunicării nonverbale

Conf.univ.dr. Merima Petrovici

1. Sens și semnificație în comunicarea publicitară
2. Analiza imaginii publicitare. Studii de caz 3.Semiotica și comunicare publicitară
3. Campania de publicitate. Modalități de control a eficienței acesteia.
4. Strategii de creație utilizate în publicitate.
5. Limbajul publicității. Construcția mesajului publicitar 7.Imaginea în publicitate. Studii de caz
6. Agenția de publicitate: structură, funcții, importanță
7. Brandingul: strategia construirii identității și a imaginii

Lector univ. dr. Ana Birtalan

1. Effective techniques of improving students' vocabulary knowledge
2. A pragmatic view of the structure of conversation
3. The meaning of the word "heart" in idioms and their use in contexts
4. Investigating workplace discourse
5. Discourse and social change

Lect. univ. dr. Iulia Anghel

1. Managementul comunicării în situații de criză
2. Campanii de relații publice. Studii de caz din industria FMCG
3. Campanii de PR. Studii de caz ONG
4. Comunicare și antreprenoriat: Strategii de construcție a imaginii brandului
5. Antreprenoriat social și inovare prin comunicare.
6. Campanii de relații publice. Rolul mixului de marketing
7. Comunicare corporativă. Studii de caz.
8. Managementul comunicării în organizațiile publice din România.
9. Etică și comunicare organizațională. Studii de caz.
10. Gestionarea comunicării în situații de criză și managementul riscului. Aplicații.
11. Marketing și comunicare. Principii și practică.
12. Tehnici de comunicare în marketingului integrat.