

UNIVERSITATEA ECOLOGICĂ DIN BUCUREȘTI

FACULTATEA DE ȘTIINȚELE COMUNICĂRII

Masterat – Comunicare și relații publice

TEME DE CERCETARE ȘTIINȚIFICĂ PROPUSE PENTRU LUCRĂRILE DE DISERTAȚIE

Conf. univ. dr. Constantin Hariuc

- Strategii de relații publice pentru promovarea organizațiilor
- Strategii de relații publice pentru promovarea produselor
- Metode și tehnici în strategiile de relații publice
- Suporturile strategiilor de relații publice
- Specificul comunicării în strategiile de relații publice
- Rolul purtătorului de cuvânt în organizația publică
- Obiectele media în relațiile publice și publicitate
- Posibilități de folosire a comunicării pentru creșterea eficienței managementului organizației
- Bariere în comunicarea managerială
- Comunicarea managerială ca avantaj strategic al organizației
- Etica în comunicarea managerială

Dreptul comunicării

- Drepturile cetățenilor și interesele autorităților în relațiile publice
- Transparența actului de justiție și accesul cetățenilor la informație
- Imaginea Parlamentului și Guvernului României în opinia public
- Deontologia relațiilor publice
- Relația jurnaliștilor cu autoritățile publice și mass-media
- Accesul la informația privind mediul

Prof. univ. dr. Teodor Repciuc

- Comunicarea cu presa în situații de criză
- Elaborarea planului de comunicare într-o situație de criză
- Considerații etice ale comunicării în situații de criză. Respectul legilor vs. responsabilitatea socială
- Mass media în situații de criză
- Gestionarea comunicării în situații de conflict
- Dimensiuni ale strategiilor de securitate
- Strategii și tactici de abordare a negocierii

– Regulile comunicării în negociere

Prof. univ. dr. Carmen Bulzan

– Perspective asupra culturii organizatorice

– Comunicarea pe verticală și comunicarea pe orizontală în cadrul organizației

– Managementul comunicării în structurile de tip ierarhic

– Comunicarea organizațională strategică – principii și procese

– Strategii de construire a imaginii unei organizații

Conf. univ. dr. Adela Fekete

– Procedeele retoricii aplicate în producțiile publicitare contemporane

– Raportul text/imagie și funcțiile acestora în mesajul publicitar

– Fenomenul comunicațional și publicitatea

– Figurile retorice la nivelul sintagmei din cadrul mesajului publicitar

– Psihologia manifestului publicitar

– Publicitatea un „război” de comunicare între visele consumatorilor și efectele sale educaționale

- Limbajul proverbelor în comunicarea interpersonală
- Unități și caracteristici ale comunicării interpersonale astăzi
- Elementul ludic în comunicarea interpersonală
- Rolul comunicării în triada: influență – putere – autoritate

Conf. univ. dr. Elena Banciu

- Comunicarea în campaniile electorale
- Promovarea personalităților politice
- Tehnici și metode specifice de marketing în campaniile electorale
- Marketingul instituțional
- Mesajul electoral
- Discurs politic și comunicare de masă
- Integrarea europeană și diversitatea culturală
- Globalizare și identitate culturală
- Dialogul și comunicarea între culturi
- Cultura ca interacțiune între modurile de gândire, mijloacele de comunicare și formele expresive

- Cunoașterea, cultura, comunicarea – noii factori ai schimbării și dezvoltării
- Comunicarea de criză și de risc în RP
 - Forme ale comunicării comerciale

Lector univ.dr. Nicoleta Dandu

- Jurnalul de televiziune – formă de construcție a realității
- Tehnici și metode de relații publice în radio și televiziune
- Tehnici și metode de publicitate și reclamă în radio și televiziune

Lector univ.dr. Margareta Fleșner

- Specificul comunicării de criza.
- Comunicarea in diverse situații de criza.
- Planificarea activităților de comunicare in situații de criza. Planul de comunicare de criza.
- Rolul comunicării in depășirea situațiilor de criza.
- Managementul comunicării in situații de criza.
- Activitatea si rolul purtătorului de cuvânt in situații de criza.