

**PROPUNERI DE SUBIECTE PENTRU LUCRĂRI DE LICENȚĂ**

**COORDONATOR: Conf. univ. dr. SOFIA BRATU**

**DISCIPLINA: INTRODUCERE IN TEORIA COMUNICARII**

1. Comunicarea instituțională. Studiu de caz.
2. Rolul televiziunii în comunicarea socială. Analiză comparativă.
3. Raportul dintre comunicarea nonverbală și cultură. Studiu de caz.
4. Comunicarea prin intermediul discursului publicitar. Analiză de conținut.
5. Comunicarea în campaniile electorale. Analiză comparativă.
6. Comunicarea nonverbală în televiziune. Analiză de conținut
7. Comunicarea nonverbală pe scena publică. Studiu de caz.
8. Comunicarea interpersonală și regulile conversației. Studiu de caz.
9. Elemente nonverbale în discursul public. Studiu de caz.
10. Manipularea prin discursul public. Studiu de caz.
11. Identificarea elementelor propagandistice și manipulatorii în comunicarea publică. Studiu de caz.
12. Efectele comunicării mediatică. Studiu de caz.
13. Funcția de informare în comunicarea mediatică. Studiu de caz
14. Funcția de divertisment în comunicarea mediatică. Studiu de caz
15. Funcția de culturalizare în comunicarea mediatică. Studiu de caz

**DISCIPLINA: PUBLICITATE SI TEHNICI DE MANIPULARE**

1. Construirea semnificației în publicitate. Studiu de caz
2. Comunicarea și argumentarea publicitară. Studiu de caz
3. Comunicarea nonverbală în reclame. Studiu de caz
4. Stereotipuri în publicitate. Studiu de caz
5. Analiza simbolurilor din imaginile publicitare. Studiu de caz
6. Analiza semiotică a reclamelor. Studiu de caz
7. Importanța logo-ului în comunicarea publicitară. Studiu de caz
8. Imaginea femeii în publicitate. Studiu de caz
9. Actorii imaginilor publicitare. Studiu de caz
10. Mituri și simboluri în reclamele pentru produsele de lux. Studiu de caz
11. De la simbolul în științele umane la simbolul în publicitate. Studiu de caz
12. Fața nevăzută a publicității: informare sau manipulare ? Studiu de caz
13. Publicitatea o nouă formă de comunicare. Studiu de caz
14. Exploatarea mitului în creația publicitară. Studiu de caz
15. Discursul publicitar: elemente constitutive și strategii. Studiu de caz
16. Comunicarea prin intermediul elementelor publicitare: marcă, slogan, logo. Studiu de caz
17. Brandingul de națiune. Studiu de caz
18. De la imagine la cultul personalității. Studiu de caz

19. Gramatica imaginii publicitare: De la semnele lingvistice la semnele publicitare.
20. Ludicul în publicitate. Studiu de caz
21. Miza socială a publicității. Studiu de caz
22. Construirea realității prin intermediul publicității. Studiu de caz
23. De la stereotipurile frumuseții la frumusețea din reclame. Studiu de caz
24. Campaniile publicitare o nouă formă de comunicare publică. Studiu de caz
25. Analiza campaniilor publicitare. Studiu de caz

### **DISCIPLINA: INTRODUCERE IN RELATII PUBLICE**

1. Etapele organizării unei campanii de relații publice: de la planificare la evaluare. Studiu de caz
2. Campaniile de relații publice și rezolvarea situațiilor de criză. Studiu de caz
3. Activitățile de relații publice și rolul lor în actuala societate. Studiu de caz
4. Crearea și promovarea imaginii unei instituții/organizații. Studiu de caz
5. Negocierea în relațiile publice. Studiu de caz
6. Rolul branding-ului în crearea imaginii de țară. Studiu de caz
7. Memoria socială și construirea imaginii unei instituții. Studiu de caz
8. Conferința de presă în cazul situațiilor conflictuale. Studiu de caz
9. Analiza imaginii unei instituții publice. Studiu de caz
10. Tehnici de creare și gestionare a imaginii publice. Studiu de caz

**COORDONATOR: Conf. univ. dr. GEORGE LĂZĂROIU**

### **DISCIPLINA: INTRODUCERE ÎN SISTEMUL MASS-MEDIA**

1. Rețeaua ecranică – instrument de comunicare și de informare
2. Jurnalismul participativ – tendință ce influențează știrile din fluxul principal în ciclul narațiunilor mediatice de ultimă oră
3. Infrastructura media globală și impactul său asupra societăților și culturilor
4. Adecvarea logicii noilor media la cea a societății postindustriale
5. Comunicarea de masă ca producător instituționalizat și difuzor generalizat de bunuri simbolice prin stocarea și transmiterea de informații

### **DISCIPLINA: FILOSOFIA COMUNICĂRII**

1. Abordări filosofice ale dezvoltării noilor media și interpretări asupra transformării jurnalismului actual
2. Epistemologia știrilor și implicațiile internetului pentru societatea informațională
3. Rolul mass-media în dezvoltarea ritualurilor comunicaționale
4. Spațiile comunicaționale create de media digitale

**COORDONATOR: Conf. univ. dr. SILVIU ȘERBAN**

**DISCIPLINA: INTRODUCERE ÎN ȘTIINȚELE SOCIALE**

1. Adevăr și metodă în științele sociale
2. Mass-media și viața politică
3. Mass-media, spațiul public și opinia publică
4. Jurnalismul și practica științifică
5. Mass-media și analiza culturală

**DISCIPLINA: TEORIA ȘI ANALIZA TEXTULUI**

1. Dimensiunea pragmatică a textului jurnalistic
2. Intertextualitatea în mass-media
3. Medium și discurs
4. Polifonie și text mediatic
5. Coerența și coeziunea textului

**COORDONATOR: Conf. univ. dr. ANCUȚA PLĂEȘU<sup>1</sup>**

**DISCIPLINA: SOCIOLOGIA OPINIEI PUBLICE**

1. Evoluții ale fenomenelor de opinie publică în societatea contemporană.
2. Mobilizarea opiniei publice prin mass-media.
3. Influențarea opiniei publice prin comunicarea persuasivă.
4. Credibilitatea sursei și schimbarea atitudinală ca efect al comunicării.
5. “Noi” și “ceialți”: atribuirea în dinamica opiniei publice.
6. Stereotipuri și prejudecăți în formarea, exprimarea și schimbarea opiniei publice.
7. Rolul normelor sociale în exprimarea și măsurarea opiniei publice.
8. Conformitatea de grup în diferite categorii de grupuri sociale.
9. Investigarea prin metode cantitative și calitative, a diverselor aspecte ale vieții sociale din România contemporană (ex.: stil de viață, calitatea vieții, consum cultural, relații între generații, valori, participare civică și politică etc.).
10. Efectele publicării sondajelor de opinie asupra opiniei publice.

**DISCIPLINA: COMUNICARE POLITICĂ**

1. Grile culturale în interpretarea mesajelor politice.
2. Rolul comunicării interpersonale în comunicarea electorală.
3. Medii ale socializării politice a tinerilor din România.
4. Cultura politică și participarea publică.

---

<sup>1</sup> Temele propuse sunt orientative iar studenții sunt încurajați să abordeze teme noi, care corespund intereselor lor personale, cu consultarea cadrului didactic coordonator.

5. Rolul sondajelor de opinie în comunicarea politică.
6. Canale neconvenționale în comunicarea politică.
7. Evoluții ale strategiilor de comunicare politică în România.
8. Participarea politică a femeilor în România.
9. Rolul comunicării non-verbale în transmiterea mesajelor politice.
10. Analiza conținuturilor comunicării politice.
11. Rolul liderilor de opinie în comunicarea politică.

**COORDONATOR: LECTOR UNIV. DR. ALEXANDRU LUCINESCU**

### **DISCIPLINA: RELATII PUBLICE IN CONTEXT INTERNATIONAL**

1. Aspecte controversate in definirea relatiilor publice.
2. Specificul relatiilor publice internationale
3. Efectele procesului de globalizare asupra relatiilor publice internationale
4. Campaniile de constientizare si informare publica in relatii publice internationale
5. Institutia purtatorului de cuvint in relatii publice internationale
6. Abilitatiile practicianului de relatii publice internationale
7. Publicul in relatii publice internationale.
8. Conceptul de imagine organizațională și instituțională pe plan internațional
9. Tehnici și instrumente ale creării și cultivării unei imagini internaționale
10. Managementul situațiilor de criză de comunicare în mediul internațional

**COORDONATOR: Lector univ. dr. NELA MIRCICĂ**

### **DISCIPLINA: RETORICĂ ȘI COMUNICARE**

1. Strategii de abordare a conflictelor în organizații;
2. Optimizarea comunicării în organizații;
3. Specificul retoricii in dialogurile lui Platon;
4. Specificul retoricii aristotelice;
5. Persuasiune și manipulare în discursul politic - studiu de caz
6. Raționalitatea comunicativă la R. Nozick și K. Popper
7. Comunicarea în asistența socială

**COORDONATOR: Lector univ. dr. ILIE PINTEA**

**DISCIPLINA: COMUNICARE INTERCULTURALĂ**

1. Percepții, sensuri și realitate în comunicarea interculturală
2. Elementele socio-culturale ale comunicării interculturale
3. Caracteristici și funcții ale limbajului nonverbal în comunicarea interculturală
4. Percepția, reprezentarea și utilizarea spațiului în comunicarea interculturală
5. Timpul din perspectivă interculturală
6. Etnocentrismul și comunicarea interculturală
7. Prejudecăți și stereotipuri în comunicarea interculturală
8. Șocul cultural și adaptarea interculturală
9. Managementul conflictelor interculturale și adaptarea interculturală
10. Șocul cultural și adaptarea interculturală

**DISCIPLINA: COMUNICARE SIMBOLICĂ**

1. Rolul simbolului în comunicarea publică.
2. Heraldica – construcție simbolică deliberată.
3. Simbolistica religioasă – arhetip al simbologiei.
4. Simbolurile naționale.
5. Rolul *logo*-ului în comunicarea simbolică.
6. Analiza simbolurilor utilizate într-un clip publicitar.
7. Reconstrucția simbolică a realității în publicitate.
8. Arhetipurile și publicitatea.
9. Retorică și persuasiune în discursul publicitar.
10. Tipuri de argumentare în discursul publicitar

**COORDONATOR: Lect.univ.dr. Raluca Ciochină**

**DISCIPLINA: IDENTITATE NAȚIONALĂ ȘI EUROPEANĂ**

1. Discursuri sociale ale identității românești
2. Multiculturalism în Uniunea Europeană
3. Politici de segregare a grupurilor minoritare
4. Rromii, discursul de reprezentare socială
5. Strategii de comunicare a românismului în diaspora