

UNIVERSITATEA DIN BUCUREȘTI
FACULTATEA DE LITERE
CATEDRA DE COMUNICARE ȘI RELAȚII PUBLICE

TEMATICA ȘI BIBLIOGRAFIA PENTRU PROBA SCRISĂ

Examenul de LICENȚĂ
Sesiunile iunie 2011 și februarie 2012

RELAȚII PUBLICE

- I. Sfera publică contemporană: opinia publică, public vs. privat; rolul mass-media, procese de persuasiune; propagandă, influențare, manipulare.

Bibliografie: (4) pp. 193-231; (6) pp.357-419; (8) pp.61-190; (10) pp. 67-118; (11) pp. 37-83.

- II. Programarea mediului de comunicare. Strategii de relații publice și de marketing relațional. Comunicarea electronică.

Bibliografie: (3) p. 209-259; 839-890, (9) pp. 51-115; (13) pp. 208-288.

- III. Evoluția comportamentului comunicațional în mediul corporativ-privat. Globalizare, capitalism și responsabilitate socială corporativă.

Bibliografie: (1) pp. 44-66; (3) pp. 1023-1078; (7) pp.170-267.

- IV. Relația societate civilă-stat, dezvoltarea celui de-al treilea sector, management și comunicare în organizațiile non-profit.

Bibliografie: (2) pp.116-170; (4) pp.45-99; (5) pp. 47-226; (12) integral.

Bibliografie:

1. Bauman, Zygmunt, *Comunitatea*, București, Antet, 2005.
2. Bryson, John M., *Planificarea strategică pentru organizațiile non-profit*, București, Ed. ARC, 2002.
3. Kotler, Philip & Keller, Kevin Lane, *Managementul marketingului*, București, Ed.Teora, 2008, cap.5, 18, 22.
4. Keane, John, *Societatea civilă*, Iași, Institutul European, 2003.
5. Kotler, Philip & Lee, Nancy, *Marketing în sectorul public*, București, Meteor Press, 2008, partea a II-a.
6. Larson, Charles, *Persuasiunea. Receptare și responsabilitate*, Iași, Ed. Polirom, 2003.

7. Morar, Vasile, *Etica în afaceri și politică*, Ed. Universității din București, 2006, cap. 6.
8. Muchielli, Alex, *Arta de a influența*, Iași, Ed. Polirom, 2002.
9. Oliver, Sandra, *Strategii de relații publice*, Iași, Ed. Polirom, 2009, cap. 2, 3, 4.
10. Pailliar, Isabelle, *Spațiul public și comunicarea*, Iași, Ed. Polirom, 2002.
11. Rogojinaru, Adela, *Relații Publice. Fundamente interdisciplinare*, București, Ed. Tritonic, 2005.
12. Vlăsceanu, Mihaela, *Sectorul nonprofit*, București, Ed. Paideia, 1996.
13. Wilcox, Dennis L, Cameron, Glen T, Ault, Phillip H. Agee, Warren K. *Relații publice. Strategii și tactici*, cap. 10, 11, 12.

TEORIA COMUNICĂRII

I. Comunicarea – repere teoretice: emițător, receptor, mesaj, codificare și cod, bruiaj, redundanță, detectare și corectare a erorilor, feedback, funcții și axiome ale comunicării.

Bibliografie: CRF p. 30-62, 116-131, 170-188, 202-212.

II. Comunicarea interpersonală: persoana și personalitatea, schema generală a comunicării interpersonale, autodezvăluirea, percepția și atracția interpersonală, prejudecățile interacțiunii, comunicarea afectivă, conflictele și gestionarea lor.

Bibliografie: CRF p. 85-94, FCI p. 7-33, 37-43, 49-65, 74-79, 100-104, 114-163.

III. Perspectiva dramaturgică asupra comunicării sociale: kinezica, proxemica, haptica, rolul tăcerii, actorul social în viziunea lui Erving Goffman.

Bibliografie: CRF p. 253-300, FCI 164-184, 281-290.

IV. Comunicarea mediatică: societatea ca obiectiv, „glonțul magic”, influență selectivă și influență indirectă.

Bibliografie: CSN p. 231-241, FBR p. 164-170, 173-228.

Sigle, Bibliografie:

CRF: Mihai Dinu, *Comunicarea – repere fundamentale*, Editura Orizonturi, 2007
 CSN: J.J.van Cuilenburg, O. Scholten, G. W. Noomen, *Știința comunicării*, Humanitas, 1998
 FCI: Mihai Dinu, *Fundamentele comunicării interpersonale*, All, 2004, 2008
 FBR: Melvin L. DeFleur, Sandra Ball-Rokeach, *Teorii ale comunicării de masă*, Polirom, 1999.