



MINISTERUL EDUCAȚIEI ȘI CERCETĂRII

UNIVERSITATEA „TITU MAIORESCU” DIN BUCUREȘTI

Calea Văcărești, nr. 187, sector 4, București, cod 040051

tel.: 021 316 16 46, fax: 021 311 22 97, e-mail: rectorat@univ.utm.ro, www.utm.ro



Facultatea de Științele Educației, Comunicare și Relații Internaționale
Specializarea: Comunicare și relații publice

TEMATICA
PROBEI SCRISE LA EXAMENUL DE LICENȚĂ SESIUNEA IULIE 2026

A. Introducere în Științele Comunicării

- I. Comunicarea – definiții; elementele procesului de comunicare; tipuri de comunicare; bariere de comunicare.
- II. Teorii și modele ale comunicării.
- III. Comunicare verbală și comunicare nonverbală.
- IV. Comunicarea – proces de influențare socială.
- V. Semiotică și reprezentare. Proprietățile structurale ale semnului, trăsăturile generale ale limbajului

Bibliografie

1. Ivan, Sorin, *Introducere în Științele Comunicării*, Suport de curs, Facultatea de Științele Comunicării și Relații Internaționale, 2019
2. Drăgan, Ioan, *Comunicarea – paradigme și teorii* (vol. I, II), Rao Books, București, 2008
3. Tran, Vasile, Stănciugelu, Irina, *Teoria comunicării*, Editura comunicare.ro, București, 2003, pp. 11-115.
4. Cabin, Philippe, Dortier, Jean-François (coord.), *Comunicarea*, Polirom, Iași, 2010
5. Cuilenburg, J.J., Scholten, O., Noomen, G.W., *Știința comunicării*, Humanitas, București, 1998
6. Dinu, Mihai, *Comunicarea. Repere fundamentale*, Orizonturi, București, 2007
7. Fiske, John, *Introducere în științele comunicării*, Polirom, Iași, 2003
8. McQuail, Denis, *Comunicarea*, Editura Institutul European, Iași, 1999
9. McQuail, Denis, Windhal, Sven, *Modele ale comunicării pentru studiul comunicării de masă*, Comunicare.ro, București, 2004
10. Mucchielli, Alex, *Arta de a comunica*, Polirom, Iași, 2005
11. Stan, Sonia Cristina, *Introducere în semiotică*, Suport de curs, Facultatea de Științele Comunicării și Relații Internaționale, 2018
12. Stan, Sonia Cristina, *Comunicare verbală și nonverbală*, Suport de curs, Facultatea de Științele Comunicării și Relații Internaționale, 2018



MINISTERUL EDUCAȚIEI ȘI CERCETĂRII

UNIVERSITATEA „TITU MAIORESCU” DIN BUCUREȘTI

Calea Văcărești, nr. 187, sector 4, București, cod 040051

tel.: 021 316 16 46, fax: 021 311 22 97, e-mail: rectorat@univ.utm.ro, www.utm.ro



13. Frumușani, Daniela Roventă, *Semiotică, Societate, Cultură*, Institutul European, 1999

B. Relații publice

I. Relațiile publice – definire, tipuri, activități.

Bibliografie:

1. David, George. (2019). *Introducere în relații publice*. Suport de curs, UTM – FSCRI, p. 25-28.
2. Coman, Cristina. (2001). *Relațiile publice – principii și strategii*. Iași: Polirom, p. 13-42.
3. Newsom, Doug; VanSlyke Turk, Judy; Kruckeberg, Dean. (2010). *Totul despre relațiile publice*. Editia a II-a. Iași: Polirom, capitolele *Originea și evoluția relațiilor publice; Tendințe în relațiile publice*;
4. Cutlipp, Scott M; Center, Allen H. (1982). *Effective public relations*, 5-th revised edition. Englewood Cliffs: Prentice Hall, p. 25-68.

II. Comunicarea cu mass-media: importanță, caracteristici, tehnici de comunicare.

Bibliografie:

1. David, George. (2019). *Comunicarea cu mass-media*. Suport de curs, UTM-FSCRI, p. 5-11.
2. Coman, Cristina. (2000). *Relațiile publice și mass-media*. Iași: Polirom, p. 30-37.
3. David, George; Mircea, Dan. (2015). *Partea plină a paharului. O introducere în tehnicile și campaniile de relații publice*. Iași: Lumen, p. 23-28.
4. Wilcox, Dennis; Reber, Bryan H. (2014). *Public relations: writing and media techniques*, 7th edition. Pearson. Secțiunea *Writing for the mass media*.

III. Managementul comunicării cu mass-media în situații de criză

Bibliografie:

1. David, George. (2015). *Managementul comunicării în situații de criză*. Suport de curs, UTM – FSCRI, p. 67-74.
2. Coman, Cristina. (2009). *Comunicarea de criză – tehnici și strategii*. Iași: Polirom, p. 91-134.
3. Chiciudean, Ion; David, George. (2011). *Managementul comunicării în situații de criză*. București: comunicare.ro, p. 158-180.
4. Coombs, W. Timothy. *Ongoing crisis communication, second edition*. Thousand Oaks: Sage, p. 80-86, 131-132, 156-157, 170-171.

IV. Comunicarea internă – multiplicator de forță al organizației

Bibliografie:



MINISTERUL EDUCAȚIEI ȘI CERCETĂRII

UNIVERSITATEA „TITU MAIORESCU” DIN BUCUREȘTI

Calea Văcărești, nr. 187, sector 4, București, cod 040051

tel.: 021 316 16 46, fax: 021 311 22 97, e-mail: rectorat@univ.utm.ro, www.utm.ro



1. David, George. (2019). *Introducere în relații publice*. Suport de curs, UTM – FSCRI, p. 56-62.
2. Chiciudean, Ion; David, George. (2011). *Managementul comunicării în situații de criză*. București: comunicare.ro, p. 142-149.
3. Cismaru, Diana-Maria. (2008). *Comunicarea internă în organizații*. București: Tritonic. Capitolul *Comunicarea internă strategică*.
4. Cismaru, Diana-Maria. (2002). *Organizația inteligentă*. București: comunicare.ro, pp. 99-116.
5. Smith, Lyn. (2005). *Effective internal communication*. London: Kogan Page, p. 7-28.

V. Tehnici scrise de relații publice: modalități de utilizare a acestora în relația cu mass-media.

Bibliografie:

1. David, George. (2019). *Comunicarea cu mass-media*. Suport de curs, UTM-FSCRI, p. 8, 36-48.
2. Coman, Cristina. (2000). *Relațiile publice și mass-media*. Iași: Polirom, p. 84-119.
3. David, George; Mircea, Dan. (2015). *Partea plină a paharului. O introducere în tehnicile și campaniile de relații publice*. Iași: Lumen, p. 60-70.
4. Newsom, Doug; Haynes, Jim. (2016). *Public relations writing: strategies & structures*, 11th edition. Cengage Learning, p. 179-190.

VI. Campanii de Relații Publice: repere istorice; rol în promovarea agendei pro-business

Bibliografie:

1. Cernat, Maria. (2019). *Campanii de relații publice*. Suport de curs, UTM – FSCRI.
2. Ewen, Stuart. (1996). *PR! A Social History of Spin*. Basic Books.
3. Miller, David; Dinan, William. (2008). *A Century of Spin: How Public Relations Became the Cutting Edge of Corporate Power*. Pluto Press.

C. Introducere în publicitate

- I. Publicitatea: perspectivă istorică. Caracteristici ale abordărilor publicitare în diferite etape istorice.
- II. Publicitatea în rețelele sociale – microtargetare prin metode psihografice, controversa Cambridge Analytica.

Bibliografie:



1. Cernat, Maria. (2019). *Introducere în publicitate*. Suport de curs, UTM – FSCRI.
2. Tungate, Mark. (2007). *Adland – A Global History of Advertising*. London: Kogan Page.
3. Olins, Wally. (2007). *Despre Brand*. București: comunicare.ro.

D. Introducere în jurnalism

- I. Valorile informative ale unui text jurnalistic.
- II. Reguli și principii fundamentale de redactare a unui text jurnalistic.

Bibliografie:

1. Stan, Sonia Cristina (2016). *Redactarea materialelor de relații publice*. București: Pro Universitaria.
2. Coman, Mihai (coordonator). (2001). *Manual de jurnalism. Tehnici fundamentale de redactare*, Vol. I, ediția a II-a revăzută. Iași: Polirom, pag. 31-66.