

Tematică de examen de licență
Specializarea Comunicare și relații publice
2026

Relații publice

- ***Managementul reputației***

Bibliografie:

Szeles Péter – Szűcs Tamás – Varga Zsolt (2014). *Hírnévmenedzsment* (Managementul reputației). Budapest: Révai Digitális Kiadó, pp. 319–353.

Székely Kinga Katalin (2017). *Közkapcsolatok* (Relații publice). Sfântu Gheorghe: T3 Könyvkiadó, pp. 8–15. (<http://tananyag.wordpress.com/>)

Nyárádi Gáborné, Szeles Péter (2005). *Public Relations I. + II.* Budapest: Perfect Gazdasági Tanácsadó, Oktató és Kiadó Részvénytársaság, pp. 209–294.

- ***Activitatea PR internă și externă a organizațiilor***

Bibliografie:

Nyárádi Gáborné, Szeles Péter (2005). *Public Relations I. + II.* Budapest: Perfect Gazdasági Tanácsadó, Oktató és Kiadó Részvénytársaság, pp. 317–398 (I.), 11–60, 101–180 (II.)

Székely Kinga Katalin (2017). *Közkapcsolatok* (Relații publice). Sfântu Gheorghe: T3 Könyvkiadó, pp. 18–55. (<http://tananyag.wordpress.com/>)

Newsom, Doug et alii (2010). *Totul despre relațiile publice*. Iași: Polirom, pp. 414–433.

- ***Comunicarea de criză***

Bibliografie:

Coman, Cristina (2009). *Comunicarea de criză: tehnici și strategii*. Iași: Polirom, pp. 91–135, 181–201.

Anthonissen, Peter Frans (ed.) (2009). *Kríziskommunikáció: a válságkezelés és reputációmenedzsment PR-stratégiái* (Comunicare de criză: strategii PR de gestionare a crizelor și managementul reputației). Budapest: HVG, pp. 33–53.

Nyárádi Gáborné, Szeles Péter (2005). *Public Relations I. + II.* Budapest: Perfect Gazdasági Tanácsadó, Oktató és Kiadó Részvénytársaság, pp. 275–326.

Publicitate

- ***Campanii publicitare***

Bibliografie:

Fazekas Ildikó, Harsányi Dávid (2011). *Marketingkommunikáció érthetően* (Comunicare de marketing pe înțelesul tuturor). Budapest: Közgazdaságtani Akadémia, pp. 311–337.

Horváth Dóra, Bauer András (2013). *Marketingkommunikáció: stratégia, új média, fogyasztói részvétel* (Comunicare de marketing: strategie, noile media, participarea consumatorilor). Budapest: Akadémiai Kiadó, pp. 84–104.

- ***Instrumente ATL și BTL***

Bibliografie:

Fazekas Ildikó, Harsányi Dávid (2011). *Marketingkommunikáció érthetően* (Comunicare de marketing pe înțelesul tuturor). Budapest: Közgazdaságtani Akadémia, pp. 85–263.

Horváth Dóra, Bauer András (2013). *Marketingkommunikáció: stratégia, új média, fogyasztói részvétel* (Comunicare de marketing: strategie, noile media, participarea consumatorilor). Budapest: Akadémiai Kiadó, pp. 185–203, 211–264.

- **Mesaje publicitare**

Bibliografie:

Sas István (2012). *Reklám és pszichológia a webkorszakban: upgrade 3.0* (Publicitate și psihologie în era web: upgrade 3.0). Budapest: Kommunikációs Akadémia, pp. 175–193, 264–297.

Móricz Éva (2004). *Kreatív tervezés a reklámban* (Planificare creativă în publicitate). Budapest: Budapesti Közgazdaságtudományi Egyetem, pp. 23–52.

Sas István (2007). *Reklám és pszichológia* (Publicitate și psihologie). Budapest: Kommunikációs Akadémia Könyvtár, pp. 239–262.

Semiotică

- **Conceptul de simbol**

În ce diferă conceptul tradițional de simbol față de interpretările semioticii moderne?

Ce rol joacă simbolurile în comunicarea socială? Ce este simbolizarea?

Care sunt cele mai importante sisteme simbolice?

Bibliografie:

Hubbes László-Attila, Tamás Dénes: *Szemiotika: Jeltudomány és jelképtan* (Semiotică: Știința semnelor și simbolismul) (2021). Sfântu Gheorghe: T3.

- **Dimensiunile semiozei**

În ce diferă cele două modele fundamentale de structură a semnului din semiotica modernă și de ce este important acest lucru?

Cele trei dimensiuni ale semiozei: care sunt acestea și ce aspecte ale comunicării reprezintă?

Care sunt cele mai importante tipuri de semne conform celor trei dimensiuni ale semiozei?

Bibliografie:

Hubbes László-Attila, Tamás Dénes: *Szemiotika: Jeltudomány és jelképtan* (Semiotică: Știința semnelor și simbolismul) (2021). Sfântu Gheorghe: T3.