

**Programarea examenelor
20-26.02.2017
Master Relatii Publice IFR**

AN I	DATA	ORA	SALA
Forme si teorii ale comunicării	21.02	16	V/2
Relații publice. Instrumente și tehnici	21.02	17	V/2
Discursuri direcționate și tehnici de prezentare (vezi detalii mai jos)	24.02	16	IV/1
Metode de cercetare in publicitate si relatii publice	Detalii mai jos		
Lobbying	Vezi email primit in 25.01.2017 – termen limita trimitere lucrare – 20.02.2017 pe culic@fspac.ro		

AN II	DATA	ORA	SALA
Comunicare, persuasiune, manipulare	Detalii mai jos		
Strategii de PR organizational	Detalii mai jos		
PR politic	21.02	18	V/2
Marketingul comunicarii	25.02	10.30	T3
Practica PR	Adeverinta si raport de practica in forma printata la Departament IDFR sau scanate pe email (cadar@fspac.ro) pana in 23.02.2017		

Pentru cursul de **Discursuri directionate si tehnici de prezentarea** trebuie sa gasiti o situatie de criza, sa o descrieti si analizati, apoi sa construiti un discurs de raspuns la acea situatie. Construiti acest raspuns considerand ca sunteti oamenii de comunicare ai organizatiei sau persoanei implicate in situatia de criza.

Tema trebuie prezentata in data de **24.02.2017, ora 16, sala IV/1.**

Tema aceasta (continut si prezentare) reprezinta singura forma de evaluare pentru aceasta materie.

Metode de cercetare in publicitate si relatii publice (an I)

- proiect individual

- tema proiect: la alegere

- 8 - 10 pagini (aprox. 40% teoritice - 60% practica) + anexe (chestionar, ghid de interviu, tabele, grafice etc.)

- structura proiect:

- partea teoretica: - definire concepte, legatura intre conceptele cheie (dictionare, tratate etc)

- partea practica: - de folosit metode de cercetare cu instrumentele de cercetare aferente (analiza: plan campanie- slogan, obiectiv campanie, grup tinta, tip mesaj, canale media etc.)
- ca si instrumente de cercetare se pot folosi chestionarul si ghidul de interviu (de anexat exemplu de chestionar si ghid de interviu)
- se poate face o analiza de continut a unui canal mass-media
- termen predare proiect: 26 februarie 2017
- modalitate predare proiect: online pe hosu@fspac.ro

Strategii de PR organizational

Examenul constă în scrierea unui referat (3-5 pagini) în care să evidențiați problemele de PR cu care s-a confruntat sau se confruntă o anumită organizație cunoscută la nivel global (indiferent de tipul acesteia).

Alegerea organizației rămâne la latitudinea fiecărui student, însă trebuie identificate cel puțin trei mari probleme de PR.

Punctajul se va acorda după cum urmează:

1. identificarea și detalierea celor trei mari probleme de PR: 3 puncte
 2. identificarea soluțiilor pe care organizația respectivă le-a pus în practică: 3 puncte
 3. critica (pozitivă sau negativă a) soluțiilor de la punctul 2 și găsirea unei soluții originale (diferite așadar de cele puse efectiv în practică) pentru cel puțin una din cele trei probleme: 3 puncte
- 1 punct din oficiu.

Deadline-ul pentru trimiterea lucrării prin e-mail, la adresa stoica@fspac.ro: 26 februarie 2017, ora 20:00.

Comunicare, persuasiune, manipulare

Puteti opta liber între variantele A și B de mai jos.

Varianta A. Sub genericul *Forme de PR inedit/ nesistematic în lumea științei* sau, dacă vreți, *Forme de branding personal inedit/ nesistematic în lumea științei* sau *Brand personal autentic vs „Vedetă”*, vă propun să descrieți și să promovați o personalitate proeminentă a științei și a culturii universale. Am dat o listă orientativă, cu mențiunea că puteți alege orice altă personalitate doriți, din afara acestei liste, inevitabil restrânse: Isaac Newton, Leibniz, Leonardo da Vinci, Erwin Schrodinger, Louis de Broglie, Carl Sagan, Werner Heisenberg, Einstein, Niels Bohr, Solomon Marcus, Richard Dawkins, Michio Kaku, Stephen Hawking, Neagu Djuvara, Bartolomeu Anania, Părintele Arsenie, Nicolae Titulescu, Mihai Eminescu, Franz Kafka, Thomas Mann, Papa Ioan Paul al II-lea etc.

Simplu spus, este vorba de oameni care prin inteligența, devotamentul și efortul lor, au schimbat lumea sau, în orice caz, modul în care vedem lumea. Sunt oameni care au **trudit**, în sensul cel mai bun al cuvântului și, prin truda lor, au marcat și încă marchează mersul societății. Cam acesta este și aspectul pe care aș dori să accentuați în lucrările voastre. Să arătați, în măsura putinței voastre, contribuția celui ales, eventuale comentarii ale altora și impactul pe care munca sa științifică l-a avut asupra mersului lumii.

Mai sugerez că ar fi bine de subliniat măsura în care astfel de personalități, (branduri autentice) sunt tot mai ignorate de opinia publică în favoarea unor false personalități, cu „picioare de lut”, promovate strict conjunctural și nejustificat. Accept, evident, și eseuri comparative. Pot da ca exemplu orientativ: „Octavian Goga vs C. V. Tudor”.

După cum vedeți, sugestiile mele merg mai mult înspre lumea științelor exacte, cu precizarea imediată că fiecare dintre acești oameni este și un *filozof* (în sens etimologic) care a ținut să pună pe hârtie gândurile sale despre lume și viață în scrieri foarte accesibile. Aceste scrieri de popularizare le-am numit eu „forme de PR inedit/nesistematic” pentru că asta cred că sunt, chiar dacă cei în cauză nu și-au propus să-și facă imagini, cum se spune. În plus, despre cei mai mulți, s-a și scris foarte mult.

În altă ordine de idei, am socotit că este ceva mai mic volumul de muncă pentru voi dacă abordați astfel de personalități. Dar, dacă doriți să prezentați un mare filozof sau istoric sau politolog sau psiholog sau inventator, eu nu am nimic împotriva. Sunt, evident, și în aceste domenii, personalități excepționale, care au marcat istoria lumii.

Varianta B: un eseu pe tema „Persuasiune, influență și manipulare în societatea actuală”.

Este, evident, o temă foarte generoasă, care vă permite o sumedenie de opțiuni individuale. Pe mine mă interesează să văd, din lucrările voastre, că operați o delimitare între aceste noțiuni.

Subliniez: eu vă propun o temă largă, urmând ca voi să îmi propuneți o lucrare focalizată pe un subiect mai restrâns și intitulată cum doriți (să nu uităm că titlul e un element de creativitate). Pentru a vă lămurii, încerc să vă ofer, **sub formă de sugestie**, câteva titluri pe care le pot eu imagina: *Minciuna/ bârfa/ zvonul în comunicarea interpersonală, Minciuna/ bârfa/ zvonul în comunicarea politică sau publică, Publicitatea, sub amenințarea permanentă a manipulării, Comunicarea politică sub amenințarea permanentă a manipulării, Impostura/ lipsa de profesionalism ca temei al manipulării, Manipularea – derivat al puterii sau al neputinței, Persuasiunea la hotarul dintre influență și manipulare, Comunicarea autentică – un ideal intangibil?* etc. Cred că este o listă orientativă suficient de sugestivă. Puteți alege dintre titlurile sugerate de mine sau puteți veni cu propriul titlu.

Alte precizări:

1. Condiții: -

-pentru nota maximă, toate lucrările trebuie să aibă **aparat critic** format din trimiteri bibliografice și bibliografie. Veți avea minimum șapte surse bibliografice Prin surse bibliografice înțelegem, *nota bene!*, texte preluate **exclusiv** din publicații tipărite

sau din baze de date supuse unui control științific (EBSCO, ProQuest, Scopus, Cambridge etc.). **Se mai pot utiliza ca surse**, site-uri ale unor instituții și site-uri sau bloguri personale ale unor personalități cu autoritate în domeniu. Indic numărul **minim** de surse, cu sugestia consecutivă că voi aprecia un efort mai mare din partea voastră. Nici nu trebuie însă să transformați lucrarea într-o compilație, îngrămădind pe 15 pagini mai mult de cca 25-30 de referințe;

Lucrările vor fi predate în formă tipărită pana in data de 23.02.2017, la Departamentul IFR.

3. Dimensiuni: 7-10 pagini;

4. Format: caractere de 12, „Times New Roman”, spațiere de 1,5 linii, toate marginile de 2,5 cm. Bibliografia, pagina de titlu și eventualele anexe nu contează la numărul de pagini.

5. Originalitatea: în general, mizez pe buna credință și pe onestitatea studenților. Experiența de până acum mă obligă însă să vă reamintesc faptul că orice formă de plagiat duce la pierderea examenului, dincolo de faptul că îl descalifică pe cel care se arată incapabil să construiască un text cu propriile cuvinte. Mă simt dator să vă avertizez că sunt șanse infime (a se înțelege că nu este nici cea mai mică șansă) să am în față un plagiat și să nu îl constat ca atare.

În altă ordine de idei, originalitatea nu presupune neapărat perspective cu totul inedite privind subiectul. Puteți veni cu nuanțe originale, cu amendamente la perspective existente, puteți discuta opinii exprimate anterior, puteți aduce o argumentație proprie chiar dacă ipoteza nu este cu totul originală.

6. Disponibilitatea la efort: nu este neapărat hotărâtor un număr mare de pagini scrise și un număr mare de surse utilizate. Este evident însă că va trebui să fac diferența între cei care asumă un efort suplimentar și cei care urmează legea efortului minim.

7. Criteriile de evaluare: Sunt **trei aspecte importante** pe care le voi urmări atunci când vă voi evalua lucrările: **întâi**, modul în care v-ați documentat, receptând, **cu discernământ**, (e un pleonasm, de fapt, pentru că receptarea presupune, imediat, discernământ) ideile vehiculate în studiile pe care le-ați parcurs; **apoi**, modul în care ați prelucrat acele idei, întemeindu-vă propriul punct de vedere; **în sfârșit**, construcția efectivă a textului (în conformitate cu cele discutate la curs), coerența, elocvența și, de ce nu?, eleganța exprimării.