

Tematică și bibliografie licență 2026 COMUNICARE ȘI MEDIA EMERGENTE

I: ETICĂ

1. *Principalele valori morale;*
2. *Binele și răul;*
3. *Dreptatea și echitatea;*
4. *Datoria și obligația morală;*
5. *Sinceritatea și minciuna;*
6. *Viitorul valorilor morale.*

Bibliografie: Sârbu, Tănase – „etică: valori și virtuți morale”, Editura Societății Academice „Matei Teiu Botez”, Iași, 2005, pp. 141 – 174.

II. ETICĂ ȘI INTEGRITATE ACADEMICĂ

1. *Instrumente instituționale pentru promovarea eticii academice;*
2. *Cadrul normativ specific eticii instituționale;*
3. *Codurile și comisiile de etică: tipologii și roluri;*
4. *Principii ale eticii cercetării științifice;*
5. *Procesul de evaluare și avizare a proiectelor de cercetare;*
6. *Dezvoltarea unui climat etic incluziv;*
7. *Cum purtăm o discuție critică în mod civilizat? Eticheta universitară.*

Bibliografie; Socaciu, Emanuel et al (Compendiu) – „etică și integritate academică”,

Editura Universității din București, 2018, pp. 61-81

III COMUNICAREA DE CRIZĂ

1. *Comunicarea cu presa în timpul crizei;*
2. *Mass-media și crizele;*
3. *Tehnicile de comunicare cu presa în situații de criză (comunicatul de presă, conferința de presă, dosarul de presă, noile media);*
4. *Rolul specialiștilor în relații publice în comunicarea cu presa;*
5. *Reguli de relaționare cu jurnaliștii;*
6. *Modurile de raportare a presei la situațiile de criză;*
7. *Presa declanșează criza;*
8. *Presa se implică în prezentarea crizei și o menține actuală timp îndelungat;*
9. *Presa cooperează cu organizația în criză pentru a evita crearea de panică;*
10. *Presa ignoră sau minimizează criza*

Bibliografie: Coman, Cristina – „Comunicarea de criză - Tehnici și strategii”, Editura

Polirom, Iași, 2009, pp. 91 – 137.



IV. STORYTELLING ÎN MEDIA DIGITALE

Digital storytelling. Definiere, particularități și modele de narațiuni digitale

Bibliografie: Vasile, Diana, „De la teatru la jocurile video. Structuri narative digitale”, Editura Universitară, București, 2018, pp. 73-93, format electronic atașat

V: RELAȚII PUBLICE DIGITALE

1. *Modelul PESO 2.0 în Relații Publice Digitale.*

2. *Reputație Digitală, Shadow PR și gestionarea unei crize de PR online.*

Bibliografie: Suport de Curs „Relații Publice Digitale”, Cezar Sigmirean

VI. PUBLICITATE PE PLATFORME DIGITALE

1. *Evoluția advertising-ului digital (2015-2025).*

2. *Advertising-ul sub impactul AI*

3. *KPI-uri în succesul unei campanii de advertising.*

4. *Meta Ads și Google Ads - particularități, obiective și cum funcționează.*

Bibliografie: Suport de Curs „Publicitate pe Platforme Digitale”, Cezar Sigmirean

