



PROBA SCRISĂ A EXAMENULUI DE LICENȚĂ
SESIUNEA IUNIE-IULIE 2022
SPECIALIZAREA COMUNICARE ȘI RELAȚII PUBLICE/
SPECIALIZAREA PUBLICITATE
TEME PENTRU DISCIPLINA: RELAȚII PUBLICE

1. Avantaje și dezavantaje ale organizației privind constituirea departamentului intern de relații publice. Exemplificați aspectele prezentate.
2. Evidențiați avantaje și dezavantaje ale organizației privind apelul la o firmă externă de relații publice, și dați exemple pentru aspectele prezentate.
3. Elemente ale planului de relații publice. Schițați un plan de relații publice pe o temă la alegere (ex. promovarea turismului intern în România, promovarea unei anumite zone turistice, reducerea abandonului școlar, s.a.)
4. Tipuri de evenimente speciale, caracteristicile și scopurile acestora. Proiectați un eveniment special de promovare pentru o instituție educațională (școală, liceu, facultate, centru de instruire).
4. Proiectarea și planificarea evenimentelor. Realizați planul unui eveniment pentru o organizație la alegere, descriind în detaliu publicurile cărora se adresează și canalele de comunicare.
5. Prezența etapelor în planul unei campanii de relații publice și schițați primele cinci etape ale unei campanii de promovare pentru promovarea unei facultăți.
6. Reguli pentru realizarea analizei situației și formularea unor obiective de comunicare corecte pentru campaniile de relații publice. Exemplificați cele două etape în cazul unui ONG la alegere.
7. Prezența ultimelor trei etape din planul unei campanii de relații publice și exemplificați-le în cazul organizării unui eveniment cultural pentru liceul pe care l-ați absolvit.
8. Segmentarea și caracterizarea publicurilor și formularea axei de comunicare în campaniile de relații publice: reguli de realizare. Exemplificați cele două etape în cazul unui actor public la alegere.
9. Strategii și tactici în campaniile de relații publice. Comparați canalele de comunicare tradiționale cu canalele social media, utilizând exemple din campaniile de relații publice recente.
10. Evaluarea în campaniile de relații publice. Prezența modalități alternative de realizare ale evaluării pentru cazul ipotetic al unei campanii de promovare pentru un brand românesc.