Tematică şi bibliografie

pentru proba scrisă a concursului organizat în vederea ocupării postului de **referent**

Tematica:

1. Învăţământul superior. Principii care guvernează sistemul naţional de învăţământ superior;
2. Structura organizatorică a instituţiilor de învăţământ superior;
3. Structurile, funcţiile de conducere din învăţământul superior şi atribuţiile acestora;
4. Finanţarea şi patrimoniul universităţilor;
5. Structura şi organizarea Universităţii Babeş-Bolyai;
6. Acţiunea planificată. Noţiuni generale ale acţiunii planificate. Criteriile necesare pentru realizarea unui bun proces al comunicării. Părţile principale ale acţiunii planificate, analiza şi sinteza, planificarea propriu-zisă, punerea în practică, controlul succesului
7. Comunicarea cu mediile de informare în masa. Apelul la serviciile de informare în masă pentru transmiterea de informaţii legate de sistem, avantajele şi dezavantajele informării prin mass-media;
8. Structura materialelor informative destinate mass-media. Principalele criterii pe care trebuie să le îndeplinească un material informativ pentru a avea valoarea unei ştiri, teme şi motive de realizare a materialelor informative destinate mass-media;
9. Norme standard de realizare a materialelor pentru presă. Conţinutul şi forma materialelor pentru mass-media. Exemple de materiale pentru mass-media;
10. Dezvoltarea identităţii. Numele şi stilul vizual. Tipuri de nume, criterii. Stilul vizual;
11. Sintaxa creativităţii publicitare. Principii şi exigenţe pentru orice reclamă. Gândirea laterală, principii;
12. Planificare şi creativitate în publicitate. Conceptul de poziţionare. Conceptul de brand;
13. Emoţiile. Clasificarea emoţiilor. Efectele emoţiilor asupra altor fenomene psihice. Apelul la emoţii în publicitate.

Bibliografia:

1. *Legea educației naționale nr.1* /2011, cu modificările și completările ulterioare;
2. *Carta Universității Babeș-Bolyai Cluj-Napoca*;
3. Balaban, Delia, *Comunicare publicitară*, Editura Accent, Cluj-Napoca, 2005;
4. Chelcea, Septimiu, *Psihosociologie aplicată*, Editura Polirom, Iași, 2016;
5. Olins, Wally, *Noul ghid de identitate Wolff Olins,,* Ediția a II-a revizuită, trad. postf. Liuțe Stefan: Editura Comunicare.ro, București,
6. Preda, Sorin, *Introducere în creativitatea publicitară*, Editura Polirom, Iași, 2011;
7. Rus, Flaviu Călin, *Relații Publice și Publicitate – metode și instrumente*, Editura Institutul European, Iași, 2004;
8. Rus, Flaviu, Călin, *Introducere in stiinta comunicarii si a relatiilor* publice, Editura Institutul European, Iași, 2002;