



ȘCOALA NAȚIONALĂ DE STUDII POLITICE ȘI ADMINISTRATIVE
Facultatea de Comunicare și Relații Publice
Str. Povernei Nr. 6, București, România
Tel./Fax:(40)-01- 318 08 81; www.comunicare.ro e-mail: info@comunicare.ro

30.06.2016

EXAMEN DE LICENȚĂ – SESIUNEA IULIE 2016

SPECIALIZAREA PUBLICITATE

GRILĂ DE CORECTARE

Subiecte din disciplinele fundamentale (Relații publice și Istoria comunicării) și subiectul din disciplina de specialitate (Publicitate) – câte un subiect din fiecare disciplină:

1. Tipuri de evenimente speciale, caracteristicile și scopurile acestora. Proiectați un eveniment special de promovare pentru facultatea pe care ați absolvit-o, descriind publicurile cărora se adresează și canalele de comunicare.
 - Evenimentul special ca tactică de relații publice – 1 p.
 - Tipuri de evenimente și scopuri ale evenimentelor – 1,5 p.
 - Proiectarea unui eveniment special de promovare pentru FCRP – 3,5 p.
 - Publicuri și canale de comunicare – 2,5 p.
 - Stil și manieră de redactare – 0,5 p.
 - Din oficiu – 1 p.
2. În anii '40, Paul Lazarsfeld și colaboratorii săi au arătat că efectele campaniei electorale asupra alegătorilor sunt în principal de activare (a predispozițiilor latente), de consolidare (a opțiunilor inițiale) și de convertire. Argumentați în ce măsură campaniile electorale au aceste efecte în contextual românesc de astăzi. – 10 p.
 - Explicarea efectului de activare – 1,5 p.
 - Explicarea efectului de consolidare – 1,5 p.
 - Explicarea efectului de convertire – 1,5 p.
 - Argumentare privind contextul actual – 4 p.
 - Stil și manieră de redactare – 0,5 p.
 - Din oficiu – 1 p.



ȘCOALA NAȚIONALĂ DE STUDII POLITICE ȘI ADMINISTRATIVE
Facultatea de Comunicare și Relații Publice
Str. Povezei Nr. 6, București, România
Tel./Fax:(40)-01- 318 08 81; www.comunicare.ro e-mail: info@comunicare.ro

Subiect din disciplina de specialitate -- (Publicitate):

3. Definiți activitatea de planificare strategică în publicitate. Menționați rolurile specialistului în planificare strategică și produsul finit realizat de acesta. Pe baza unei campanii publicitare desfășurate recent în mediul digital, indicați publicul țintă al acesteia și poziționarea brandului comunicat.

- Definirea activității de planificare strategică în publicitate – 2 p.
- Menționarea rolurilor specialistului în planificare strategică și a produsului finit realizat de acesta – 3,5 p.
- Indicarea publicului țintă și a poziționării unui brand comunicat recent printr-o campanie publicitară – 3 p.
- Stil și manieră de redactare – 0,5 p.
- Din oficiu – 1 p.

Pentru promovarea examenului scris, nota minimă, calculată ca medie a notelor obținute la fiecare din cele 3 subiecte, este 5 (cinci). Punctul din oficiu este inclus în punctajul fiecărui subiect.

Președinte Comisie de licență
Prof. univ. dr. Nicoleta CORBU

