



PROBA SCRISĂ A EXAMENULUI DE LICENȚĂ
SESIUNEA FEBRUARIE 2025
SPECIALIZAREA COMUNICARE ȘI RELAȚII PUBLICE
TEME PENTRU DISCIPLINA: GESTIONAREA CRIZELOR DE IMAGINE

1. Analizați comunicarea de criză în cazul unei crize organizaționale, discutând: problema, escaladarea și greșelile făcute de organizație. Propuneți două mesaje și două activități pe care le considerați potrivite pentru a rezolva situația și menționați pentru fiecare dintre acestea stakeholderii și canalele de comunicare.
2. Comentați consecințele unei crize organizaționale, discutând o situație de criză reală din ultimii 8 ani, ținând cont de acoperirea media. Explicați modul în care intervenția mass-mediei a contribuit la escaladarea situației, referindu-vă la răspunsul la criză, palierul afectat și temele dominante. Propuneți un mesaj și o activitate direcționate către media pentru a rezolva situația.
3. Având în vedere o criză mediatică / în social media, comentați intervenția stakeholderilor crizei în boicotarea organizației, referindu-vă la răspunsul la criză dat de organizație. Propuneți două mesaje și două activități pe care le considerați potrivite pentru a rezolva situația și menționați pentru fiecare dintre acestea stakeholderii și canalele de comunicare.
4. Având în vedere principiile de comunicare de criză, comentați modul în care o organizație a gestionat o situație de criză organizațională din ultimii 8 ani. Explicați modul în care respectarea sau încălcarea acestor principii a influențat evoluția crizei. Elaborați două mesaje pe care le considerați potrivite pentru situația respectivă, menționând pentru fiecare dintre acestea stakeholderii și canalele de comunicare.
5. Analizați comunicarea de criză în cazul unei crize mediatice/ în social media, discutând: problema, escaladarea și greșelile făcute de organizație. Propuneți două mesaje și două activități pe care le considerați potrivite pentru a rezolva situația și menționați pentru fiecare dintre acestea stakeholderii și canalele de comunicare.
6. Comentați consecințele unei crize mediatice/ în social media, discutând o situație de criză reală din ultimii 8 ani, ținând cont de intervenția stakeholderilor. Explicați modul în care stakeholderii au contribuit la escaladarea situației, referindu-vă la răspunsul la criză, palierul afectat și temele dominante. Propuneți un mesaj și o activitate pentru a rezolva situația.
7. Având în vedere recomandările și principiile de comunicare de criză, comentați modul în care o organizație a gestionat o situație de criză mediatică/ în social media din ultimii 8 ani. Explicați modul în care respectarea sau încălcarea acestor principii a influențat evoluția crizei. Elaborați două mesaje pe care le considerați potrivite pentru situația respectivă, menționând pentru fiecare dintre acestea stakeholderii și canalele de comunicare.
8. Comentați bunele practici pentru comunicare de criză în social media, făcând referire la o situație de criză din ultimii 8 ani. Discutați modul în care organizația a încălcat aceste bune practici și consecințele asupra evoluției crizei în social media. Propuneți două mesaje și două activități pe care le considerați potrivite pentru a rezolva situația și menționați pentru fiecare dintre acestea stakeholderii și canalele de comunicare.



9. Comentați două strategii de răspuns la criză, discutând modul în care au fost folosite în situații de criză reale, din ultimii 8 ani. Analizați comunicarea cu stakeholderii în cadrul acestor strategii. Propuneți un mesaj și o activitate pentru fiecare dintre cele două strategii comentate.
10. Comentați abordarea de tip *stealing thunder* în gestionarea comunicării de criză, pornind de la o situație reală din ultimii 8 ani în care implementarea *stealing thunder* ar fi împiedicat escaladarea crizei. Discutați despre erodarea încrederii în organizație și afectarea relației cu stakeholderii. Propuneți un mesaj și o activitate pe care le considerați potrivite pentru a fi fost implementate prin *stealing thunder*, menționând stakeholderii și canalele de comunicare.

Bibliografie

- Coombs, W. T., & Laufer, D. (2018). Global crisis management—current research and future directions. *Journal of International Management*, 24(3), 199-203.
- Lee, S. Y. (2020). Stealing thunder as a crisis communication strategy in the digital age. *Business Horizons*, 63(6), 801-810.
- Lin, X., Spence, P. R., Sellnow, T. L., & Lachlan, K. A. (2016). Crisis communication, learning and responding: Best practices in social media. *Computers in human behavior*, 65, 601-605.