

Tematică examen de licență
Proba scrisă
Sesiunea iulie 2026 – februarie 2027
Specializarea Jurnalism

Nr. crt.	Numele disciplinei	Teme și bibliografie
1	Jurnalism prin media sociale	▪ Fenomenul dezinformării digitale. Strategii, modalități și instrumente de fact checking; ▪ Știri, viralizare, polarizare și amplificarea emoțiilor la evenimente de impact; ▪ Social media, proteste și mișcări civice Ireton, Cherilyn & Posetti, Julie (Eds), 2021. <i>Jurnalism, ‘fake news’ & dezinformare: manual pentru educația media și învățământul jurnalistic</i>, ISBN:978-92-3-000134-6. (pp. 8-14, 23-27, 48-55, 63-69, 78-84) https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000376919 Ghid online pentru combaterea dezinformării (misinformation, disinformation, malinformation), https://princetonlibrary.org/guides/misinformation-disinformation-malinformation-a-guide/ Sălcudean, Minodora, Mureșan, Raluca “The Emotional Impact of Traditional and New Media/ in Social Events/El impacto emocional de los medios tradicionales y los nuevos medios en acontecimientos sociales”, în revista <i>Comunicar</i>, nr.50, v. XXV.2017, ISSN: 1134.3478, eISSN: 1988.3293, pp.108-118, https://doi.org/10.3916/C50-2017-10 Sălcudean, M. (2025). Protestele fermierilor în mass-media mainstream din România: teme, narațiuni și încadrări predominante. <i>Revista Transilvania</i>, https://revistatransilvania.ro/protestele-fermierilor-in-mass-media-mainstream-din-romania-teme-naratiuni-si-incadrari-predominante/

2	Dreptul comunicării	▪ Libertatea de exprimare Mureșan, Raluca, <i>Elemente de dreptul comunicării</i>, Editura Astra Museum, Sibiu, 2014, pp. 39-129. Radu, Raluca (coord.), <i>Deontologia comunicării publice</i>, Ed. Polirom, Iași, 2015, pp. 75-111
3	Etică și deontologie în comunicare publică	▪ Încălcarea vieții private ▪ Etica în relațiile cu sursele. Respectarea principiului confidențialității Mureșan, Raluca, <i>Etică și deontologie în comunicarea publică</i>, Ed. Universității „Lucian Blaga” din Sibiu, 2011, pp. 78-110. Radu, Raluca (coord.), <i>Deontologia comunicării publice</i>, Ed. Polirom, Iași, 2015, pp. 135-160
4	Tehnici de redactare	▪ Modalități de redactare a textului de presă Agnes, Yves, <i>Introducere în jurnalism</i>, Iași, Polirom, 2011, pp. 53-67; pp. 107-127.
5	Genurile presei în jurnalismul de informare	▪ Varietatea genurilor jurnalistice de informare David, Anca-Elena, <i>Genuri Jurnalistice</i>, Editura ULBS, 2007, pp. 13-34. Hilliard, Robert, <i>Redactarea materialelor pentru televiziune, radio și noile media</i>, Iași, Polirom, pp.263-294. Agnes, Yves, <i>Introducere în jurnalism</i>, Iași, Polirom, 2011, pp. 255-271.
6	Tehnici de documentare	▪ Recunoaște și verifică știrea adevărată de știrea falsă fabricate Oprea, Bogdan, <i>Fake news și dezinformare online: recunoaște și verifică</i>, Iași, Polirom, 2022, pp. 91-113; pp. 223-271.

7	Introducere în științele comunicării	▪ Definiții, elemente, principii și funcții ale comunicării ▪ Modele și teorii ale comunicării: modele liniare, circulare, modelul multifuncțional, . modele specifice comunicării de masă, alte modele. Modele alternative la procesul de comunicare ▪ Formele comunicării: tipologie, comunicarea verbală și nonverbală Crețu, Ioana-Narcisa, <i>Introducere în științele comunicării. Note de curs</i>, Editura Universității „Lucian Blaga” din Sibiu, 2009, pp. 9-22,.25-60, 63-98 Crețu Ioana-Narcisa, Characteristics of Online Communication. Advantages and Limitations, Saeculum, 2 (52), 2021, 39-45, DOI: 10.2478/saec-2021-0016, https://reference-global.com/2/v2/download/pdf/10.2478/saec-2021-0016 Fiske, John, <i>Introducere în științele comunicării</i>, Iași, Polirom, 2003, pp. 15-59. McQuail, Denis, Sven Windahl, <i>Modele ale comunicării. Pentru studiul comunicării de masă</i>, București: Comunicare.ro, 2004, pp. 19-53.
8	Introducere în sistemul mass-media	▪ Definirea și caracteristicile comunicării de masă. Funcțiile mass-media ▪ Rolul presei în societate. Tipologia structurilor instituționale ▪ Efectele comunicării de masă. Teoriile efectelor puternice, limitate și slabe Coman, Mihai, <i>Introducere în sistemul mass-media</i>, Iași, Polirom, 2007, pp. 15-43, 109-183. Crețu Ioana-Narcisa, Mass-Media Communication in Romania, 2017, in: International conference KNOWLEDGE-BASED ORGANIZATION, DOI: 10.1515/kbo-2017-0126, https://www.researchgate.net/publication/318732322_Mass-Media_Communication_in_Romania Van Cuilenburg, J.J., O. Scholten, G.W. Noomen, <i>Știința comunicării</i>, București, Humanitas, 2004, pp.213-255.
9	Stilistica presei	▪ Stilurile limbii literare. Funcțiile limbajului jurnalistic. Particularitățile textului jurnalistic ▪ Structuri lexico-semantice în limbajul jurnalistic. Probleme și erori în stilul jurnalistic

		▪ Abordarea crossmedială Crețu, Ioana, <i>Stilistica presei/Stilmerkmale der Presse</i>, Editura Universității “Lucian Blaga” din Sibiu, 2004, pp.7-49. Crețu, Ioana, <i>Structurile limbajului jurnalistic</i>, Editura Universității “Lucian Blaga” din Sibiu, 2010, pp.47-90. Crețu, Ioana, Mihail Guzun, Ljubov Vasylyk (ed.), <i>Crossmedia. Un ghid pentru studenții specializărilor de jurnalism</i>, Schiller Publishing House, Bonn/Germania, Sibiu/România, 2015, pp. 27-36. Roșca, Luminița, <i>Producția textului jurnalistic</i>, Polirom, 2004, pp.49-97, 141-223.
10	Genurile presei în jurnalismul de opinie	▪ Analiza, comentariu, editorial <i>Dicționar enciclopedic de comunicare și termeni asociați</i>, DEC, coordonator Marian Petcu, Editura C. H. Beck., București, 2014, p. 17-18; 95; 179-181. Dragoș Bako, <i>Editorialul. Strategii de interacțiune cu literatura</i>, Editura Ideea Europeană, 2019. Emil Hurezeanu, <i>Pe trecerea timpului. Jurnalism politic românesc 1996-2015</i>, Editura Curtea Veche, București, 2015.
11	Introducere în publicitate	▪ Strategia în publicitate (Planificarea strategiei campaniilor publicitare, Reclamele amuzante, Reclamele de 15 secunde, Publicitatea de sezon, Reclamele - serial) ▪ Mediul online în strategiile de publicitate (Definirea publicității online, Evoluția publicității în mediul digital, Caracteristicile publicității pe Internet, Impactul asupra consumatorului) Max Sutherland, Alice K. Sylvester, <i>De la publicitate la consumator</i>, Collegium Polirom, Iași, 2008, pp. 195-271 și pp. 289-309
12	Conceperea și elaborarea ziarului	▪ Tipuri de paginare ▪ Ziarul, elemente de design ▪ Rolul fotografiei în pagina de ziar

		▪ Munca pe manuscrise. Etape Brielmaier, Peter, și Eberhard Wolf. 1999. <i>Ghid de tehnoredactare. Punerea în pagină a ziarelor și revistelor</i>. Traducere de Viaceslav Odobescu. POLIROM, p. 36-48. Bardan, Alexandra. 2012. <i>Introducere în designul de presă</i>. Tritonic, p. 80-88. Frost, Chris.2009. „Designul în presa scrisă”. În Richard Keeble (coord.), <i>Presa scrisă: o introducere critică</i>. POLIROM, p. 232-237. Cernat, Mihai. 2003. <i>Conceperea și elaborarea ziarului</i>. Editura Fundației România de Măine, p. 148-156.
13	Jurnalism de investigație	▪ Definiții și particularități ale jurnalismului de investigație ▪ Tipuri de interviu în jurnalismul de investigație Grosu, Cristian și Liviu Avram. 2004. <i>Jurnalismul de investigație. Ghid practic</i>. POLIROM, p. 17- 28, respectiv, p. 94-113.
14	Istoria presei. Publicistica în secolele XIX și XX	▪ Jurnalismul interbelic – Reportajele lui Brunea-Fox (tematică și stil) Barna, Maria. 2015. <i>Reportaj și literatură. Disocieri și interferențe în literatura română</i>.Alba Iulia, Ed.ALTIP, p.157-190. Ciobotea, R. 2006. <i>Reportajul interbelic românesc. Senzaționalism, aventură și extremism politic</i>, Tritonic, p.119-123. Ciocan, I. T. (2021). (Re) prezentări ale sistemului medical în presă. <i>SAECULUM</i>, 52(2), 84-92. https://revistasaeculum1943.wordpress.com/wp-content/uploads/2021/12/09_ioana-tatiana-ciocan_reprezentari-ale-sistemului-medical-in-presa.pdf Daniel-Brunea,Lisette (2020). <i>Postfață</i> în Brunea-Fox,F., <i>Reportajele mele. 1927-1938</i>. Polirom, p.367-370.