

UNIVERSITATEA DE VEST DIN TIMIȘOARA
Facultatea de Științe Politice, Filosofie și Științe ale Comunicării
secția COMUNICARE ȘI RELAȚII PUBLICE



anul universitar 2008-2009

SESIUNEA III

Data : 18 IUNIE 2009

EXAMEN RESTANȚĂ LA DISCIPLINA Relatii publice sectoriale

CRP II – restanță din anul I, semestrul 2

LISTĂ STUDENȚI

NR. CRT.	NUMELE ȘI PRENUMELE	
1.	Boța Sibinescu Anca	6
2.	Merfu V. Adina Gabriela	7
3.	Mitrache G. Lavinia Ancuța	6
4.	Olta Nemeș V. Claudia Mariana	8
5.	Savescu I.D. Sebastian	8
6.	Săcălăzan P. Georgeta	5
7.	Tămășilă I. Alexandra Maria	5
8.	Voicescu C. Cristina	6
9.	Vrancuț P. Ramona	7

SOLUȚII:
Comunicarea externă
(definiție, descriere, tipologia comunicării externe)

COMUNICAREA EXTERNĂ ≠ doar d.p.d.v. managerial!

Managerul:

- legătura dintre org./instit. și mediul extern;
- legătura dintre org./instit. și publicul specific;
- purtător principal de imagine ≠ singurul purtător de imagine;
- simbol al organizației; **(1p.)**

Comunicarea externă:

- a. *Comunicare externă operațională* (între membrii org./instit. cu interloc.din exterior);
- b. *Comunicare externă strategică* (construirea și extinderea rețelei de comunicare);
- c. *Comunicare externă de promovare* (publicitate, relații publice); **(1p.)**

a. Comunicarea externă operațională

- salariații întrețin relații profesionale cu persoane din mediul extern al organizației/instituției (clienți, furnizori, contractanți, autorități publice, concurenți);
 - vehicularea de imagine și mesaje din partea org./instit. + primirea aceluiași info. pt.int. org./instit.;
- schimburi vitale pentru activitatea pe termen lung; **(1p.)**

b. Comunicarea externă strategică

- are două forme: dezvoltarea relațiilor de comunicare cu mediul extern și previzionarea evoluției/schimbărilor ce pot apărea în exterior și care ar putea afecta activit. org./instit. → construirea de relații profitabile cu actori cheie externi (aut.loc., directori de org./instit., persoane influente);
- rețele de comunicare utile în situații de criză sau eveniment neașteptat;
- anumiți membri ai org./instit. captează info. strategice prin observarea mediului exterior și previzionarea evoluției acestuia;
- atenție sporită față de activitatea concurenței, evoluția suporturilor tehnice, noile norme și reglementări legislative, etc. **(1p.)**

c. Comunicarea externă de promovare

- se desfășoară unilateral;
 - org./instit. → mediul extern;
 - org./instit. oferă info. despre produsele sau serviciile pe care le oferă;
- ameliorarea imaginii de ansamblu, aducerea la cunoștință și promovarea valorilor org./instit.;

Principalele forme:

- publicitatea – mass-media sau materiale publicitare;
- promovarea vânzărilor;
- promovarea sponsorizărilor – finanțarea de activități culturale sau sportive;
- mecenat – ajutor financiar sau logistic acordat artiștilor, organizațiilor umanitare sau org. non-profit;
- articole care prezintă org./instit. în publicațiile de specialitate;
- standuri la târguri și forumuri;
- zile ale porților deschise;
- acțiuni de consiliere/ajutorare pentru instit./org. similare;

→ multitudine de forme de promovare a imaginii, valorilor, produselor sau serviciilor specifice;

- fiecare angajat = comunicator extern; **(1p.)**

SUBIECTUL 1: 1p. din oficiu + 5p. = 6 puncte

SUBIECTUL 2 = 2 puncte