

Catalog pentru susținerea examenului de disertație

Relații publice și publicitate I.F.

Nr. crt.	Nr. crt.	Nume, inițială și prenume	Titlul lucrării	-	-	Notă lucrare disertație	Semnătura
Conducător lucrare: Conf. univ. dr. Chiriac Horia-Costin							
1	1	310640106001SM240037	DISCURSUL DIN MEDIUL ACADEMIC VERSUS DISCURSUL DIN MEDIUL CORPORATIST: O ANALIZĂ COMPARATIVĂ			7,75	

Conducător lucrare: Prof. dr. Condurache Daniel

2	1	310640106001SM240044	INFLUENȚA REȚELOR SOCIALE ASUPRA CONSUMULUI DE ȘTIRI. ADAPTAREA PRESEI LA NOILE COMPORTAMENTE ALE PUBLICULUI			8,25	
3	2	310640106001SM240011	REPREZENTARI ALE MASCULINITĂȚII ÎN SOCIAL MEDIA ȘI IMPACTUL ACESTORA ASUPRA PERCEPȚIEI IDENTITĂȚII ȘI VALORILOR SOCIALE ALE TINERILOR			8,50	

Conducător lucrare: Lect. dr. Grancea Ioana Adina

4	1	310640106001SM240014	ILUZIA CREATIVITĂȚII: EFECTELE UTILIZĂRII INTELIGENȚEI ARTIFICIALE ASUPRA PRACTICIENILOR DIN INDUSTRIILE CREATIVE			9,75	
5	2	310640106001SM240004	INFLUENCERI ÎN DOMENIUL SĂNĂTĂȚII ANIMALELOR: CONȚINUTUL DIGITAL CREAT DE MEDICII VETERINARI ROMÂNI			9,75	
6	3	310640106001SM240024	LA PRIMA VEDERE: INFLUENȚA AMBALAJULUI ASUPRA PERCEPȚIEI CONSUMATORULUI			9,25	

7	4	310640106001SM221022	LIMITELE MARKETINGULUI CULTURAL: PUTEM SCHIMBA SCENARIUL PENTRU TEATRUL ROMÂNESC?			8,75	
---	---	----------------------	--	--	--	------	--

Conducător lucrare: Conf. dr. Grădinaru Camelia

8	1	310640106001SM240026	DE LA VIZIBILITATE LA CONVERSIE. ROLUL PREZENȚEI ACTIVE A BRANDURILOR ÎN SOCIAL MEDIA ASUPRA PUBLICURILOR INTERNE			9,25	
9	2	310640106001SM240002	AMBALAJUL CA INSTRUMENT DE COMUNICARE STRATEGICĂ: REPREZENTĂRI VIZUALE ȘI VERBALE ALE SĂNĂTĂȚII ÎN BRANDINGUL PRODUSELOR ALIMENTARE			9,75	
10	3	310640106001SM240015	PODCASTINGUL - FORMATOR DE OPINIE ÎN SFERA POLITICĂ			9,50	
11	4	310640106001SM240018	CONVERSAȚII DIGITALE: CHATGPT CA REFUGIU VIRTUAL ÎN MOMENTE DE VULNERABILITATE EMOTIONALĂ			8,50	
12	5	310640106001SM240007	PERCEPȚII ASUPRA POLARIZĂRII AFECTIVE ÎN SOCIAL MEDIA: ROLUL CONECTIVITĂȚII ȘI AL PERSONALIZĂRII			10	
13	6	310640106001SM240016	PERCEPȚIA UTILIZATORILOR INSTAGRAM ASUPRA FENOMENULUI KIDFLUENCING			9,50	
14	7	310640106001SM240027	TRANSPARENȚA ÎN JURNALISMUL ONLINE SPONSORIZAT: PERCEPȚIA UTILIZATORILOR FACEBOOK			8,25	
15	8	310640106001SM240040	FEMEIA ÎN POLITICĂ: O ANALIZĂ ASUPRA BRANDINGULUI PERSONAL			8,75	
16	9	310640106001SM240025	ȘOCUL VIZUAL ÎN PUBLICITATEA SOCIALĂ ROMÂNEASCĂ			8,25	

Conducător lucrare: Conf. dr. Grădinaru Ioan-Alexandru

17	1	310640106001SM240001	MARKETING EXPERIENTIAL ÎN ORGANIZAREA DE FESTIVALURI: LOIALITATE, EMOTIE ȘI STORYTELLING			8,50	
18	2	310640106001SM240032	EVENIMENTE DE PROTEST ȘI ESTETICA REZISTENȚEI: CUM COMUNICĂ VIZUAL ȘI SIMBOLIC MIȘCĂRILE SOCIALE			7,75	
19	3	310640106001SM240042	ELABORAREA UNUI PLAN STRATEGIC DE PR ȘI PUBLICITATE PENTRU LANSAREA UNUI NOU FESTIVAL URBAN			7,75	
20	4	310640106001SM240036	LIMBAJUL DIFERENȚIERII: COPYWRITINGULUI CA INSTRUMENT DE POZIȚIONARE ÎN PIAȚĂ			7,75	
21	5	310640106001SM230033	TENDINȚE ACTUALE ÎN ORGANIZAREA EVENIMENTELOR PERSONALE: NUNTA			8,75	
22	6	310640106001SM240013	ORGANIZAREA DE EVENIMENTE MULTISENZORIALE ÎN DOMENIUL AGRICOL			9,50	

Conducător lucrare: Conf. dr. Obadă Daniel-Rareș

23	1	310640106001SM240006	MĂSURAREA EFICIENȚEI MATERIALELOR VIZUALE DE PR PRIN INTERMEDIUL DISPOZITIVELOR EYE-TRACKING			10	
24	2	310640106001SM221005	ROLUL INSTRUMENTELOR DE INTELIGENȚĂ ARTIFICIALĂ ÎN EVALUAREA INDICATORILOR CHEIE DE PERFORMANȚĂ (KPIs) ÎN CAMPANIILE DE PR			10	
25	3	310640106001SM240030	EFFECTUL NOTORIETĂȚII, AUTENTICITĂȚII ȘI A IMAGINII DE BRAND ASUPRA INTENȚIEI DE CUMPĂRARE A CONSUMATORILOR DE LEGUME BIO DIN ROMÂNIA			9,00	

Conducător lucrare: Conf. dr. Stan Gerard Leonid

26	1	310640106001SM240028	BRANDINGUL DIGITAL CA STORYTELLING: CUM SPUN BRANDURILE POVEȘTI RELEVANTE ÎN SOCIAL MEDIA			8,75	
27	2	310640106001SM240003	EFFECTUL NOSTALGIEI: UTILIZAREA ELEMENTELOR RETRO ÎN COMUNICAREA DE BRAND			10	
28	3	310640106001SM240019	IMPACTUL UMORULUI DIN RECLAME ASUPRA MEMORABILITĂȚII BRANDULUI			8,75	

Conducător lucrare: Lect. dr. Țuțui Viorel

29	1	310640106001SM240005	O ANALIZĂ ETICĂ A UTILIZĂRII TEORIILOR CONSPIRAȚIEI ÎN CAMPANIA PREZIDENȚIALĂ DIN ROMÂNIA ÎN ANUL 2024			10	
30	2	310640106001SM240012	ETICA ÎN ERA SHARENTING-ULUI: EXPUNEREA COPILULUI ÎN MEDIUL ONLINE DE CĂTRE INFLUENCERI			9,75	
31	3	310640106001SM240021	CONSECINȚELE NEETICE ALE PROMOVĂRII MASCULINITĂȚII TOXICE PE TIKTOK			9,50	

Președinte: Conf. dr. Stan Gerard Leonid

Secretar: Lect. dr. Rusu Tudorel-Constantin.....

Membri comisie:

Prof. dr. Fărte Gheorghe-Ilie

Conf. dr. Obadă Daniel-Rareș.....

Conf. dr. Grădinaru Camelia.....