

PROBA I: Evaluarea cunoștințelor
Sala: E.I.1

Comunicare și relații publice I.F. și I.D. - 1

Nr. crt.	Număr matricol	Titlul lucrării	PROBA I: Evaluarea cunoștințelor
LUNI, 6 IULIE			

Conducător lucrare: Prof. dr. Fânte Gheorghe-Ilie

1	310640601RSL230106	COMUNICAREA PE TIK TOK CA MIJLOC DE CREȘTERE A NOTORIEȚĂȚII CANDIDAȚILOR ÎN CAMPANIILE ELECTORALE	ADMIS
2	310640601RSL230056	INFLUENȚA COMUNICĂRII NONVERBALE ASUPRA PERCEPȚIEI ALEGĂTORILOR DESPRE COMPETENȚA CANDIDAȚILOR ANGAJAȚI ÎN DEZBATERI PREZIDENȚIALE TELEVIZATE	ADMIS
3	310640601RSL230114	CAMPANIILE DE PROMOVARE A EVENIMENTELOR CULTURALE	ADMIS
4	310640601RSL230038	COMUNICARE POLITICĂ PRIN INTERMEDIUL VIDEOCLIPURILOR DE SCURTĂ DURATĂ	ADMIS
5	310640601RSL230024	IMPACTUL MICRO-INFLUENCERILOR ASUPRA ÎNCREDERII CONSUMATORILOR ÎN INDUSTRIA OSPITALITĂȚII	ADMIS

Conducător lucrare: Asist. dr. Gherguț-Babii Alexandra-Niculina

1	310640601RSL211208	INTELIGENȚA EMOȚIONALĂ ȘI ROLUL ACESTEIA ÎN RELAȚIILE INTERPERSONALE	ADMIS
2	310640602RSL181031	ROLUL STRATEGIILOR DE RELAȚII PUBLICE ÎN CONTEXTUL FENOMENULUI FAKE NEWS	ADMIS
3	310640601RSL230047	IMPACTUL REȚELELOR DE SOCIALIZARE ASUPRA STIMEI DE SINE A TINERILOR	ADMIS
4	310640601RSL221041	MODELAREA IDENTITĂȚII PESSONALE PE TERENUL REȚELELOR DE SOCIALIZARE	ADMIS
5	310640601RSL230042	TEHNICI DE PERSUASIUNE ÎN NEGOCIERE: INFLUENȚA TIPURILOR DE NEGOCIERE ASUPRA REZULTATULUI FINAL	ADMIS
6	310640601RSL230112	IMPACTUL REȚELELOR DE SOCIALIZARE ASUPRA RELAȚIILOR INTERPERSONALE ÎN RÂNDUL TINERILOR	ADMIS
7	310640601RSL230039	INFLUENȚA INTELIGENȚEI EMOȚIONALE ASUPRA RELAȚIILOR INTERPERSONALE LA LOCUL DE MUNCĂ	ADMIS
8	310640601RSL230111	AUTODEZVĂLUIREA ÎN CONTEXTUL RELAȚIILOR DE CUPLU	ADMIS

Conducător lucrare: Lect. dr. Grancea Ioana Adina

1	310640601RSL230053	UTILIZAREA UNOR NUME CELEBRE ÎN PROMOVAREA BRANDURILOR DE LUX DIN INDUSTRIA FASHION	ADMIS
2	310640601RSL221007	PERFECȚIUNEA DIN VITRINA SOCIAL MEDIA: COSTURILE POSTĂRIILOR PERFECTE ASUPRA CONSUMATORILOR DE CONȚINUT	ADMIS
12:45 - 13:45 PAUZĂ			
3	310640601RSL230104	PROCESUL DE CONSTRUIRE A IDENTITĂȚII DE BRAND: ÎNTRE PERSPECTIVELE TEORETICE ȘI REALITĂȚILE INDUSTRIEI	ADMIS
4	310640601RSL230065	CONSTRUIREA UNEI LUMI A BRANDULUI PRIN POVEȘTI	ADMIS
5	310640601RSL230048	DESIGNUL GRAFIC ÎN PUBLICITATEA ROMÂNEASCĂ. O ANALIZĂ DIACRONICĂ	ADMIS
6	310640601RSL230037	STRATEGII DE CONSTRUIRE A IMAGINII UNUI ARTIST DIN INDUSTRIA MUZICALĂ	ADMIS
7	310640601RSL230033	FESTIVALUL CA BRAND: MARKETINGUL PRIN INFLUENCERI ÎN PROMOVAREA EVENIMENTELOR MUZICALE DIN ROMÂNIA	ADMIS
8	310640601RSL230129	PE SCENA VIOLENȚEI CINEMATOGRAFICE: ANALIZĂ CENTRATĂ PE REPREZENTAREA IMAGINILOR VIOLENTE DIN FILME ȘI POZIȚIA SPECTATORULUI ÎN FAȚA ACESTEIA	ADMIS
9	310640601RSL230027	TREND SAU NEVOIE? ROLUL F.O.M.O. ÎN ALEGERILE IMPULSIVE DE CUMPĂRARE	ADMIS
10	310640601RSL230085	DIN COLO DE SCHAULUST: CONTRIBUȚIA CONȚINUTULUI PUBLICITAR LA MODELAREA AȘTEPTĂRIILOR ÎN CUPLU	ADMIS
11	310640601RSL230073	INSTRUMENTALIZAREA F.O.M.O ÎN INDUSTRIA TURISMULUI	ADMIS

MARȚI, 7 IULIE

Conducător lucrare: Conf. dr. Grădinaru Camelia

1	310640601RSL230101	INSTAGRAM CA INSTRUMENT DE VALIDARE SOCIALĂ	ADMIS
2	310640601RSL230052	BRAND LOVE: COMUNICAREA PRIN MEME-URI ȘI UMOR ÎN SOCIAL-MEDIA	ADMIS
3	310640601RSL230021	EMOȚIA TRANSMISĂ DE INFLUENCERI PRIN INTERMEDIUL COMUNICĂRII DIGITALE: STRATEGIE SAU AUTENTICITATE?	ADMIS
4	310640601RSL230009	ACTIVISMUL DIGITAL ÎN DOMENIUL SĂNĂTĂȚII: CAMPANIA #FĂRĂDIABET	ADMIS
5	310640601RSL230008	COMUNICAREA DIGITALĂ ÎN SECTORUL BANCAR: ROLUL UMORULUI ÎN CONSTRUIREA IMAGINII DE BRAND	ADMIS
6	310640601RSL230006	RISCURILE GAMIFICĂRII IUBIRII PE PLATFORMA TINDER	ADMIS
7	310640601RSL230093	IMPACTUL CANCEL CULTURE ASUPRA INFLUENCERILOR DIN SOCIAL MEDIA	ADMIS
8	310640601RSL230004	GAMIFICAREA ÎN PR-UL DIGITAL: UN STUDIU COMPARATIV AL APLICAȚIILOR BRANDURILOR LIDL ȘI KAUF LAND	ADMIS

9	310640601RSL230002	NANO- ȘI MICRO- INFLUENCERII CA INTERMEDIARI STRATEGICI ÎNTRE BRANDURI ȘI GENERAȚIA Z: O PERSPECTIVĂ DIN INTERIOR ASUPRA COLABORĂRIILOR DIN INDUSTRIA MODEI PE PLATFORMA INSTAGRAM	ADMIS
10	310640601RSL230034	SPECTACOL ELECTORAL. POLITAINMENT-UL ȘI RECONFIGURAREA SCENEI POLITICE ONLINE	ADMIS

Conducător lucrare: Conf. dr. Obadă Daniel-Rareș

1	310640601RSL230067	ROLUL SPECIALISTULUI ÎN RELAȚII PUBLICE ÎN DEZVOLTAREA CULTURII ORGANIZAȚIONALE	ADMIS
2	310640601RSL230071	EFECTELE NEGATIVE ALE UTILIZĂRII WHATSAPP ÎN COMUNICAREA INTERNĂ A ORGANIZAȚIILOR	ADMIS
3	310640601RSL230076	INSTAGRAMABILITATEA ÎN SECTORUL HORECA: OPORTUNITĂȚI ȘI PROVOCĂRI ÎN CAMPANIILE DE COMUNICARE INTEGRATĂ DE MARKETING	ADMIS
4	310640601RSL171101	STRATEGII DE COMUNICARE DIGITALĂ UTILIZATE ÎN PROMOVAREA DEALERILOR DE MAȘINI RULATE PE TIKTOK	ADMIS
12:45 - 13:45 PAUZĂ			

Conducător lucrare: Lect. dr. Țuțui Viorel

1	310640601RSL230030	ETICA REPREZENTĂRII RASIALE ÎN PUBLICITATEA BRANDURILOR SPORTIVE INTERNAȚIONALE	ADMIS
2	310640601RSL230083	PARIUL INFLUENCERILOR ȘI ETICA PROMOVĂRII JOCURILOR DE NOROC ÎN ROMÂNIA	ADMIS
3	310640601RSL230099	ETICA ÎN PUBLICITATEA AUDIOVIZUALĂ ADRESATĂ COPIILOR. PROTEJAREA AUDIENȚEI VULNERABILE	ADMIS
4	310640601RSL230090	O PERSPECTIVĂ ETICĂ ASUPRA ARTIȘTILOR MUZICALI CONTROVERSAȚI ÎN LUMEA PUBLICITĂȚII	ADMIS
5	310640601RSL230029	STEREOTIPURILE DE GEN ÎN EMISIUNILE DE SHOWBIZ DIN ROMÂNIA DIN PERSPECTIVA ETICII MASS-MEDIA	ADMIS
6	310640601RSL230014	INSTRUMENTALIZAREA TRAUMELOR COLECTIVE ÎN PUBLICITATE: IMPLICAȚII ETICE	ADMIS
7	310640601RSL230003	OFENSIVA DIGITALĂ A PROPAGANDEI CONSPIRAȚIONISTE. CAZUL CAMPANIEI PREZIDENȚIALE DIN ROMÂNIA	ADMIS
8	310640601RSL230117	PUBLICITATEA ÎNȘELĂTOARE ADRESATĂ MINORILOR: REGLEMENTARE JURIDICĂ ȘI MECANISMELE DE PROTECȚIE	ADMIS
9	310640601RSL230122	O ANALIZĂ ETICĂ A UTILIZĂRII IDOLILOR K-POP ÎN PUBLICITATE	ADMIS
10	310640601RSL230049	PROTECȚIA JURIDICĂ A VIEȚII PRIVATE ÎN ERA REȚELELOR SOCIALE	ADMIS
11	310640601RSL230121	ASPECTE ETICE ALE UTILIZĂRII CELEBRITĂȚILOR ÎN PUBLICITATE	ADMIS

Președinte: Conf. dr. Obadă Daniel-Rareș.....

Secretar: Asist. dr. Gherguț-Babii Alexandra-Niculina.....

Membri comisie:

Lect. dr. Grancea Ioana Adina.....

Lect. dr. Țuțui Viorel.....

Conf. dr. Grădinaru Camelia.....

Universitatea "Alexandru Ioan Cuza" din
Iași
Facultatea de Filosofie și Științe Social -
Politice
Forma de învățământ: cu frecvență

Examen de licență
Sesiunea Iulie 2026

06-07.07.2026

PROBA I: Evaluarea cunoștințelor
Sala: E.I.2

Comunicare și relații publice I.F. și I.D. - 2

Luni, 6 iulie			PROBA I: Evaluarea cunoștințelor
Nr. crt.	Nr. Matricol	Titlul lucrării	
Conducător lucrare: Conf. dr. Bejan Ștefania			
1	31060606SL080148	JURNALISMUL DE INVESTIGAȚIE, GEN DE SUCCES ÎN PRESA SCRISĂ CONTEMPORANĂ	ADMIS
2	310640601RSL191099	FENOMENUL PODCAST-URILOR	ADMIS
3	31060606SL120443	PROMOVAREA EVENIMENTELOR PRIN INTERMEDIUL PRESEI SCRISE	ADMIS
Conducător lucrare: Conf. univ. dr. Chiriac Horia-Costin			
1	31060606SL080505	INDICI AI DISIMULĂRII ÎN RELAȚIILE INTERPERSONALE	ADMIS
2	31060606SL070212	PUBLICITATEA-DE LA FORME DE PREZENTARE LA FORME DE INFLUENȚĂ ALE PIEȚEI BERII ÎN ROMÂNIA. STUDIU DE CAZ COMPARATIV: CAMPANIILE BERGENBIER, CARAIMAN, STELLA ARTOIS, CORONA.	ADMIS
3	310640601RSL230091	ANALIZA SEMIOTICĂ A CODURILOR VESTIMENTARE ÎN REVISTELE DE MODĂ	ADMIS
4	310640601RSL191080	CEAUȘESCU ÎNTRE IPOCRIZIE ȘI DISPERARE: O ANALIZĂ RETORICĂ	ADMIS
5	310640601RSL230035	O ANALIZĂ COMPARATIVĂ A DISCURSURILOR POLITICE CONTEMPORANE DIN STATELE UNITE ALE AMERICII ȘI ROMÂNIA	ADMIS
6	310640601RSL230046	MODELAREA CULTURALĂ A RECLAMELOR LA BRÂNZETURI	ADMIS
7	310640601RSL230019	O ANALIZĂ SEMIOTICĂ A UTILIZĂRII PERSONAJELOR ANIMATE ÎN RECLAMELE PENTRU COPII	ADMIS
8	310640601RSL230108	STRATEGII DE PERSUASIUNE ÎN DISCURSURILE PREZIDENȚIALE CONTEMPORANE DIN STATELE UNITE ALE AMERICII	ADMIS
9	310640601RSL191121	SPECIFICITATEA DISCURSURILOR POLITICE DIN KREMLINUL POSTBELIC	ADMIS
10	310640601RSL230055	STRATEGII DE PERSUASIUNE ÎN RECLAMELE LA MEDICAMENTE DIN ROMÂNIA, ÎN PERIOADA 2015-2025	ADMIS

11	310640601RSL201053	CONSTRUCȚIA PERSUASIUNII ÎN DISCURSUL MOTIVAȚIONAL POLITICO-MILITAR	ADMIS
12	310640601RSL230070	SEMIOTICA UMORULUI ÎN PUBLICITATEA ROMÂNEASCĂ: IMPORTANȚA CODURILOR CULTURALE	ADMIS

12:45 - 13:45 PAUZĂ

Conducător lucrare: Conf. dr. Grădinaru Ioan-Alexandru

1	310640601RSL230079	STRATEGII EFICIENTE DE REZOLVARE A CONFLICTELOR PRIN COMUNICARE	ADMIS
2	310640601RSL230078	INFLUENȚA ALGORITMULUI TIKTOK ASUPRA COMPORTAMENTULUI DE CONSUM AL TINERILOR DIN ROMÂNIA	ADMIS
3	310640601RSL171044	INFLUENȚA CULTURII ASUPRA REPREZENTĂRIILOR BĂRBATULUI ȘI FEMEII ÎN CINEMATOGRAFIA CONTEMPORANĂ ROMÂNĂ ȘI TURCĂ: STUDIU COMPARATIV	ADMIS
4	310640601RSL230109	ARHITECTURA IDENTITĂȚII DIGITALE: MANAGEMENTUL IMPRESIEI ȘI NEVOIA DE VALIDARE PE PLATFORMELE DE DATING	ADMIS
5	310640601RSL230061	CUM INFLUENȚEAZĂ PERCEPȚIA MATERIALELE PUBLICITARE DIN INDUSTRIA CINEMATOGRAFICĂ	ADMIS
6	310640601RSL230126	ANALIZA MECANISMELOR DE LUARE A DECIZIILOR ÎN NEGOCIERE	ADMIS
7	310640601RSL230105	ROLUL STRATEGIC AL DESIGNULUI GRAFIC ÎN CONSTRUIREA MESAJULUI VIZUAL DE BRAND ÎN INDUSTRIILE LUXURY ȘI FAST FASHION	ADMIS
8	310640601RSL230088	ROLUL COMUNICĂRII INTERPERSONALE ÎN MOTIVAREA ANGAJAȚILOR DIN CADRUL ORGANIZAȚIILOR	ADMIS
9	310640601RSL230062	ROLUL FACTORILOR CULTURALI ÎN PROCESUL DE NEGOCIERE	ADMIS

Tuesday, 7 July

Conducător lucrare: Conf. dr. Stan Gerard Leonid

1	310640601RSL230064	ANXIETATE ȘI PUBLICITATE. CUM INFLUENȚEAZĂ MESAJELE CARE INDUC TEAMA, DECIZIILE CONSUMATORILOR?	ADMIS
2	310640601RSL230086	POVESTEA DE BRAND, MEMORIA EPISODICĂ ȘI GENERAREA LOIALITĂȚII	ADMIS
3	310640601RSL230025	PUBLICITATEA JOCURILOR DE NOROC: DEPENDENȚĂ SAU PROMOVARE?	ADMIS
4	310640601RSL230082	BRANDING EMOTIONAL: TEHNICI DE STIMULARE A LOIALITĂȚII CONSUMATORILOR	ADMIS
5	310640601RSL230077	SPORTIVII CA BRAND AMBASADORI: UTILIZAREA JUCĂTORILOR DE FOTBAL ÎN PUBLICITATE	ADMIS
6	310640601RSL221108	STRATEGII DE PERSUASIUNE ÎN PUBLICITATEA PE INSTAGRAM	ADMIS
7	310640601RSL230022	GLUMĂ, IRONIE ȘI SARCASM: UMORUL CA INSTRUMENT PUBLICITAR	ADMIS
8	310640601RSL230097	DE LA RIDICOL LA VIRAL: STUDIU ASUPRA CAMPANIILOR PUBLICITARE PARODICE	ADMIS
9	310640601RSL230103	HIPERMASCULINITATEA ÎN PUBLICITATEA CONTEMPORANĂ: STRATEGII, STEREOTIPURI ȘI IMPACT SOCIAL	ADMIS

10	310640601RSL221080	PUBLICITATEA ÎN JOCURI VIDEO	ADMIS
----	--------------------	------------------------------	-------

Conducător lucrare: Asist. dr. Poleac Gabriela

1	310640601RSL230080	BRANDURILE COPILĂRIEI - CUM SE TRANSFORMĂ ÎN ALEGERI CONSTANTE LA MATURITATE	ADMIS
2	310640601RSL230059	INTEGRAREA ELEMENTELOR DE GAMIFICATION ÎN CAMPANIILE DE INFLUENCER MARKETING	ADMIS
3	310640601RSL230127	NOSTALGIA CA STRATEGIE PUBLICITARĂ: CUM CONSTRUIESC BRANDURILE ROMÂNEȘTI MESAJELE EMOȚIONALE ÎN CAMPANIILE DIN PERIOADA 2020-2024	ADMIS
4	310640601RSL230010	RELAȚIILE BRANDURILOR CU INFLUENCERII VIRTUALI	ADMIS
5	310640601RSL230016	CITY BRANDING ÎNTRE EST ȘI VEST: DIFERENȚE CULTURALE ȘI DE STRATEGIE ÎN PROMOVAREA IAȘULUI ȘI COIMBREI	ADMIS

12:45 - 13:45 PAUZĂ

6	310640601RSL230023	CAMPANIILE CU INFLUENCERI ȘI DECIZIA DE A VIZITA RESTAURANTE: O ANALIZĂ CALITATIVĂ ÎN RÂNDUL TINERILOR CU VÂRSTA CUPRINSĂ ÎNTRE 18-25 ANI	ADMIS
7	310640601RSL230072	ELEMENTE CARE INFLUENȚEAZĂ PERCEPȚIA CONSUMATORULUI ASUPRA BRANDULUI: EXPERIENȚE DIGITALE PERSONALIZATE	ADMIS
8	310640601RSL230036	DE LA JOACĂ LA SCROLL: O ANALIZĂ A IMPLICAȚIILOR PSIHOSOCIALE ALE DIGITALIZĂRII TIMPULUI LIBER LA COPII	ADMIS
9	310640601RSL230007	IMPACTUL MESAJELOR EMOȚIONALE ÎN CAMPANIILE ONG-URILOR: STUDIU DE CAZ - „SALVAȚI COPIII IAȘI”	ADMIS
10	310640601RSL230012	MUZICA ȘI EMOȚIILE ÎN CAMPANIILE PUBLICITARE DE PE TIKTOK: O EXPLORARE CALITATIVĂ A EFECTELOR ASUPRA PUBLICULUI	ADMIS
11	310640601RSL230054	UTILIZAREA BIASURILOR COGNITIVE ÎN CONSTRUCȚIA MESAJULUI PUBLICITAR ȘI IMPACTUL ACESTORA ASUPRA COMPORTAMENTULUI CONSUMATORULUI	ADMIS

Conducător lucrare: Lect. dr. Rusu Tudorel-Constantin

1	310640601RSL230050	ÎNTRE PERSUASIUNE ȘI MANIPULARE. ANALIZA PATHOS-ULUI ÎN DISCURSUL POLITIC CONTEMPORAN	ADMIS
2	310640601RSL230102	A FI SAU A NU FI PE VAL: IMPACTUL TRENDURILOR DE PE TIKTOK ASUPRA COMPORTAMENTULUI MEMBRILOR DIN GENERAȚIA Z	ADMIS
3	310640601RSL230026	RETORICA UNUI RĂZBOI. ETHOS, PATHOS ȘI LOGOS ÎN DISCURSURILE PREȘEDINȚILOR PUTIN ȘI ZELENSKI	ADMIS
4	310640601RSL230043	ÎNTRE GOANA DUPĂ APRECIERI ȘI BANALIZAREA UNUI COMPORTAMENT NOCIV. VIOLENȚA ÎN SOCIAL MEDIA	ADMIS
5	310640601RSL230074	EVOLUȚIA NORMELOR SOCIALE ÎN SOCIAL MEDIA: CANCEL CULTURE	ADMIS
6	310640601RSL230005	IMPACTUL SHARENTING-ULUI ASUPRA IDENTITĂȚII DIGITALE A COPIILOR	ADMIS
7	310640601RSL230060	MEDIUL ESTE MESAJUL? MOJO ȘI CREDIBILITATEA MESAJELOR MASS-MEDIA	ADMIS
8	310640601RSL230125	FOMO ȘI REELS: CUM AFECTEAZĂ CONSUMUL DE MICROCONȚINUT PERCEPȚIA REALITĂȚII	ADMIS

9	310640601RSL230098	FACEBOOK ȘI INSTAGRAM CA „ARHIVE EMOȚIONALE”: ROLUL AMINTIRILOR DIGITALE ÎN CONSTRUCȚIA IDENTITĂȚII PERSONALE	ADMIS
10	310640601RSL230118	CONSOLIDAREA RELAȚIEI BRAND-UTILIZATOR CA EFECT AL GAMIFICĂRII ÎN SOCIAL MEDIA	ADMIS
11	310640601RSL230075	FOTOGRAFIA CA LIMBAJ DIGITAL ÎN SOCIAL MEDIA: ÎNTRE AUTONOMIE ȘI ENGAGEMENT	ADMIS
12	310640601RSL230054	CINE CONDUCE? REPREZENTAREA GENULUI ÎN ELABORAREA PRODUSELOR DE PR ȘI PUBLICITATE DIN DOMENIUL AUTO	ADMIS
13	310640601RSL230066	SPAȚIUL INVIZIBIL AL CONVERSAȚIILOR. DARK WEB-UL CA MEDIU ALTERNATIV DE SOCIALIZARE ȘI EXPRIMARE	ADMIS

Președinte:

Conf. dr. Grădinaru Ioan-Alexandru.....

Secretar:

Asist. dr. Poleac Gabriela.....

Membri comisie:

Conf. dr. Chiriac Horia-Costin.....

Conf. dr. Bejan Ștefania.....

Conf. dr. Stan Gerard Leonid.....