

**FSGC - LISTA TEMELOR PENTRU LUCRĂRILE DE FINALIZARE STUDII - PROMOTIA 2027**

Departamentul de Științe ale Comunicării			
Nume/Prenume Cadru Didactic	Nr. Temă	Titlu Temă	Nivel program
<b>BADER-JURJ SIMONA</b>	1	Relația purtător de cuvânt – jurnaliști	Licență
	2	Comunicarea cu presa în situații de criză	Licență
	3	Evenimente media	Licență
	4	Tehnici și strategii în organizarea unui eveniment	Licență
	5	Transformarea industriei de știri: tehnologia digitală și platformele sociale	Licență
	6	Analiza unui proiect de PR în cadrul unui eveniment social/turistic	Licență/Master
	7	Responsabilitatea socială ca parte a strategiei de imagine	Master
	8	Concepte noi de promovare în campaniile sociale	Master
	9	Strategia unei campanii sociale. Concept și instrumente	Master
	10	Strategii de comunicare în campaniile turistice	Master
<b>BARBU-BĂNEȘ-KLEITSCH ADELA-OANA</b>	1	Construcția mesajului publicitar în mediul digital: de la slogan la campanie integrată	Licență
	2	Strategii publicitare în contexte de criză: adaptare, etică și eficiență	Licență
	3	Publicitatea ca instrument de integrare socială: reprezentare și incluziune	Licență
	4	Rațional vs. emoțional în publicitate: strategii persuasive și impact asupra consumatorului	Licență
	5	Social media marketing: influenceri, UGC și strategii de targetare	Licență
	6	Storytelling digital și formate emergente: de la narațiune la short video marketing	Licență
	7	Storytelling și branding în comunicarea contemporană: de la narațiune la transmedia	Master
	8	Inteligența artificială în publicitate și social media: personalizare, creativitate și etică	Licență/Master
	9	Arhetipuri, identitate și reprezentare în comunicarea de brand: perspective culturale și filosofice	Licență/Master
	10	Memorie, nostalgie și identitate colectivă în branding și storytelling	Master
<b>BAYA ADINA</b>	1	Interviul jurnalistic: Tehnici și stiluri de realizare.	Licență
	2	„Fake news” în era digitală: identificare și combatere.	Licență
	3	Jurnalismul alternativ în mediul online din România: Genuri și teme predilecte.	Licență/Master
	4	Jurnalism radio și podcasting: puncte comune și deosebiri.	Licență
	5	Valori ale știrii și tehnici de redactare în presa locală.	Licență
	6	Reflectarea unei teme la ordinea zilei în presa online de informare și/sau de opinie (ex: războiul din Ucraina, migrația, criza climatică ș.a.)	Licență
	7	Influencerii de mediu și strategiile persuasive folosite în social media.	Master
	8	Cronica de film: de la presa tradițională la social media.	Licență
	9	Practici jurnalistice în era digitală.	Licență
	10	Strategii de redactare și persuasiune în articolele de opinie.	Licență/Master
<b>CIORTEA NEAMȚIU ȘTEFANA OANA</b>	1	Reportajul social	Licență
	2	Reportajul TV: Studiu de caz Digi24 și ProTV	Licență
	3	Vlogurile culinare	Licență
	4	Blogurile culinare	Licență
	5	Festivalurile comunităților în mass-media locală din Timișoara	Licență
	6	Radio Europa Liberă, redacția în limba română după 1989	Licență
	7	Fake news despre alimente și demontarea lor	Master
	8	Cronica de expoziție - formate în secolul 21	Master
	9	Pro și contra Open Journalism	Master
	10	Jurnalismul narativ în secolul 21	Master
<b>CONDRACHE GEORGE-ALEXANDRU</b>	1	Branding cultural în era digitală. Strategii pentru instituții și orașe (CRP)	Licență
	2	Rolul social media în promovarea patrimoniului cultural (Publicitate)	Licență
	3	Influenceri culturali și rolul lor în circulația ideilor artistice (CRP)	Licență
	4	Strategii de adaptare și susținabilitate ale revistelor culturale. Studiu de caz: Observator Cultural, Dilema Veche, Scena 9 (Jurnalism)	Licență
	5	Forme și funcții ale umorului și ironiei în presa românească. De la Academia Cațavencu la Times New Roman (Jurnalism)	Licență
	6	Strategii de promovare online a evenimentelor culturale. Studiu de caz: Timișoara (CRP)	Licență
	7	Festivalurile ca instrumente de branding cultural (CRP)	Licență
	8	Inteligența artificială și transformarea practicilor din industriile creative	Master
	9	Modele și strategii de promovare în sectorul librărilor	Master
	10	Transformarea digitală a pieței de carte: de la tipar la e-book și audiobook	Master

<b>CUCU CIPRIAN-IOAN</b>	1	Framingul în comunicarea guvernamentală de criză (MD/J)	Licență/Master
	2	De la mesaj oficial la reinterpretare online: circulația narațiunilor despre un eveniment public (MD / J)	Licență
	3	Comunicare strategică și ambiguitate (J)	Licență/Master
	4	Rolul rețelelor sociale în amplificarea sau corectarea mesajelor guvernamentale (MD)	Licență/Master
	5	Relația dintre comunicarea guvernamentală și încrederea publică (MD/J)	Licență/Master
	6	Presa ca intermediar între mesajul oficial și public: transmitere, verificare sau contestare? (J)	Licență/Master
	7	Narațiuni conspiraționiste și reacții la comunicarea oficială în mediul online (MD/J)	Licență
	8	Model de tip „life-cycle” pentru comunicarea guvernamentală (MD/J)	Licență/Master
	9	Comunicare de risc sau alarmism mediatic: reprezentarea pericolului în spațiul public (J)	Licență
	10	Rolul designului vizual în comunicarea digitală (MD / CRP / PUB)	Licență
<b>DRĂMNESCU BIANCA</b>	1	Psihologia culorilor în publicitate – cum influențează deciziile consumatorilor.	Licență
	2	Rolul factorilor psihologici în utilizarea impulsivă a platformelor de social media	Licență
	3	Impactul fenomenului FOMO (Fear of Missing Out) asupra comportamentului consumatorilor	Licență
	4	Eficiența strategiilor promoționale online și offline în stimularea vânzării	Licență
	5	Influența mesajelor creative asupra percepției consumatorilor în campaniile de guerrilla marketing	Licență
	6	Rolul social media în redefinirea comportamentului consumatorului contemporan	Licență
	7	Tehnici de copywriting utilizate în campaniile de marketing viral pe TikTok și Instagram	Master
	8	Impactul influencerilor virtuali creați cu inteligență artificială asupra comportamentului consumatorilor	Master
	9	Inteligența artificială și storytellingul digital: noi direcții în comunicarea de brand	Master
	10	Automatizarea mesajelor persuasive prin AI și reacțiile consumatorilor	Licență/Master
<b>FIERĂSCU SILVIA-IOANA</b>	1	Relații, rețele și forme de colaborare în societate - organizații, comunități, instituții, ecosisteme profesionale, culturale, educaționale sau civice.	Licență/Master
	2	Încredere, influență și putere în contexte sociale și organizaționale - influență formală sau informală, leadership, legitimitate, reputație, roluri-cheie.	Licență/Master
	3	Comunicare, interacțiune și circulația informației - online, offline, organizații, comunități, media, educație, administrație.	Licență/Master
	4	Date, decizie și utilizarea cunoașterii în practică - data literacy, decizii bazate pe date, bariere în utilizarea datelor, interpretarea informației.	Licență/Master
	5	Transformare digitală și impactul tehnologiei asupra vieții sociale și profesionale - educație, administrație, organizații, comunități, media, platforme digitale, AI.	Licență/Master
	6	Comunități, ecosisteme și procese de schimbare socială - dezvoltare locală, inovare, reziliență, participare, colaborare între actori.	Licență/Master
	7	Participare, implicare civică și relația dintre cetățeni și instituții - participare publică, co-creare, consultare, încredere instituțională, guvernanta colaborativă.	Licență/Master
	8	Vizibilitate, identitate și prezență publică în mediul digital - brand personal, influenceri, profesii, instituții, ONG-uri, experți, comunități online.	Licență/Master
	9	Inegalități de acces, conectare și participare - excluziune, acces la resurse, acces la informație, diferențe între grupuri.	Licență/Master
	10	Metode vizuale, digitale și analitice pentru înțelegerea fenomenelor sociale - cartografiere, vizualizare, analiză de rețea, analiza datelor digitale.	Licență/Master
<b>FILIMON-BENEA ANAMARIA</b>	1	Campanii creative în relații publice și publicitate.	Licență
	2	Particularități ale produsului de relații publice audio-video în era conținutului scurt (TikTok, Reels, Shorts).	Licență
	3	Rolul relațiilor publice în comunicarea de criză. Studii de caz din domeniul corporate.	Licență/Master
	4	Jurnalism online în era social media.	Licență
	5	Impactul inteligenței artificiale în domeniul relațiilor publice și al publicității.	Licență/Master
	6	Impactul tehnologiei digitale asupra profesiei de relaționist. Transformări și competențe noi. Campanii publicitare interactive în mediul digital. Analiza unor branduri din România și internațional.	Licență/Master
	7	Jurnalism online în era social media.	Licență
	8	Formate interactive în media digitală: tendințe și eficiență în crearea de engagement.	Licență
	9	Gestionarea imaginii organizaționale în situațiile de criză generate de social media. Studii de caz.	Licență/Master
	10	Podcastul ca instrument de relații publice și branding. Studiu asupra publicului și eficienței mesajului.	Licență/Master
<b>GABOR GEORGINA OANA</b>	1	Scrierea academica: impas sau solutie?	Licență/Master
	2	Teoriile comunicarii	Licență/Master
	3	Comunicarea interculturala: un punct de vedere	Licență/Master
	4	Retorica negocierii	Licență/Master
	5	Comunicarea in relatia parinte-copil	Licență/Master
	6	Comunicarea in familie	Licență/Master
	7	Retorica discursului public	Licență/Master
	8	Retorica sau comunicare?	Licență/Master
	9	Despre intelesul intelesului	Licență/Master
	10	Comunicare si polis: o abordare intergrativa	Licență/Master

<b>MALIȚA LAURA FLORINA</b>	1	Evoluția de la produs individual la meta-platămă digitală.	Licență
	2	Impactul „efectului de rețea” în succesul platformelor de tip Marketplace	Licență
	3	Integrarea IA generative în platforme digitale: exemple (chatbots, generare de conținut) și impact asupra experienței utilizatorului.	Licență/Master
	4	Personalizarea experienței de învățare prin interferența GenAI în platformele educaționale: Studiu de caz asupra impactului tutorilor virtuali și al evaluărilor automate.	Licență/Master
	5	Selfie-ul ca instrument de activism social: Reprezentarea minorităților și a diversității corporale pe rețelele vizuale.	Licență
	6	Filtre de realitate augmentată și distorsiunea identitară a selfie-urilor.	Licență
	7	Selfie-ul sintetizat: identitate vizuală între fotografie și imaginea generată de IA.	Licență/Master
	8	Realitatea augmentată în spațiul urban — Orașe ca medii de experiență mixtă: utilizarea AR în turism cultural, artă publică și navigare urbană.	Licență/Master
	9	Muzeul/turismul viitorului: Implementarea soluțiilor de realitate mixtă/IA pentru revitalizarea patrimoniului cultural.	Licență/Master
	10	De la asistent la co-cercetător: IA generativă în practica academică și mediatică.	Licență/Master
<b>MICLE MARIA</b>	1	Dialog inter-generațional în societatea digitală: de la mituri și tereotipuri, la un ecosistem colaborativ	Licență/Master
	2	Diaspora românească și comunitățile virtuale: identitate și implicare transnațională	Licență/Master
	3	Identitate culturală locală și spirit inovativ: premierele din Timișoara; pe urmele brandurilor locale	Licență/Master
	4	Alfabetizare media și informațională. Imunizare online contra informării eronate.	Licență
	5	Dezinformare publică și propagandă prin media în situații de criză	Licență
	6	Crizele organizaționale, între prejucții și oportunități	Licență
	7	Afișajul in-/out doors. Formate hibrid: migrarea afișului de la print la digital	Licență
	8	Păstarea memoriei culturale/științifice în spațiul digital	Master
	9	Depozite digitale instituționale ale universităților din România	Master
	10	Cenzura cărții de-a lungul timpului	Licență/Master
<b>ONEȚIU DANIEL-DARIUS</b>	1	Strategii de PR digital în era rețelelor sociale	Licență/Master
	2	Construirea imaginii organizaționale în mediul online	Licență/Master
	3	Etica în comunicarea online	Licență/Master
	4	Eficiența campaniilor integrate (online + offline)	Licență/Master
	5	Strategii de lansare a unui produs nou	Licență/Master
	6	Rolul promoțiilor în creșterea vânzărilor	Licență/Master
	7	Publicitatea outdoor în era digitală	Licență/Master
	8	Modele de business în agențiile de publicitate moderne	Licență/Master
	9	Freelancing vs agenții tradiționale: impact asupra industriei	Licență/Master
	10	Managementul reputației de brand în situații de criză	Licență/Master
<b>PETROVA TAMARA</b>	1	Dileme etice privind integrarea inteligenței artificiale în comunicarea mediatică: tenduri, riscuri și oportunități.	Licență
	2	Drepturile de autor privind conținuturile generate de inteligența artificială .	Licență/Master
	3	Drepturile personalității în comunicarea mediatică	Licență
	4	Plagiatul în contextul evoluției tehnologiilor digitale. Fenomenul Ghostwriting.	Licență/Master
	5	Protecția drepturilor de proprietate intelectuală privind conținuturile generate de utilizatori. Designul și raționamentul licențelor Creative Commons (CC).	Licență/Master
	6	Brandul - mijloc de stimulare a consumului ostentativ.	Licență
	7	Abuzul de drept în domeniul mărcilor comerciale: mercantilizarea și comodificarea simbolurilor culturale și a celor religioase.	Licență/Master
	8	Dezbateri actuale cu privire la gestionarea proprietății intelectuale în mediul online.	Master
	9	Utilizarea neautorizată a fotografiilor în mediul online. Studii de caz.	Licență/Master
	10	Pirateria digitală: copierea, distribuirea sau descărcarea ilegală de conținuturi protejate prin dreptul de autor.	Licență/Master
<b>PETROVICI IASMINA</b>	1	Designul personajelor în jocurile video	Licență/Master
	2	Designul narativ în jocurile video	Licență/Master
	3	Simboluri vizuale în jocurile video	Licență/Master
	4	Simboluri vizuale în designul web	Licență/Master
	5	Cromatică și compoziție în designul de logo	Licență/Master
	6	Comunicarea nonverbală în reclamele online	Licență/Master
	7	Muzica și designul audio în reclame	Licență/Master
	8	Tehnici de comunicare nonverbală în domeniul relațiilor publice	Licență/Master
	9	Rolul expresiilor faciale ca mod de comunicare nonverbală	Licență/Master
	10	Strategii de promovare a evenimentelor culturale	Licență/Master

<b>POPESCU-CREȚULESCU ANDREEA-ILEANA</b>	1	Impactul conținutului video scurt (TikTok, Reels) asupra procesului de comunicare în rândul tinerilor/ analiză pe baza teoriilor comunicării	Licență/Master
	2	Limbajul audiovizual în era mobilă: cum se adaptează mesajul video pentru consum rapid pe smartphone/ comparație între TV și social media	Licență/Master
	3	Rolul storytelling-ului vizual în comunicarea digitală pe dispozitive mobile/ studiu de caz pe branduri sau ONG-uri	Licență/Master
	4	Comunicarea pe mobil și transformarea relației emițător-receptor în social media/ analiză prin prisma teoriilor comunicării interactive	Licență/Master
	5	Influența algoritmilor asupra mesajului audiovizual și a percepției publicului/ TikTok, Instagram, YouTube (sau doar 2 din 3)	Licență/Master
	6	Tehnici de persuasiune în conținutul video digital: analiză din perspectiva teoriilor comunicării/ aplicat pe reclame sau influenceri (ca studii de caz)	Licență/Master
	7	Comunicarea vizuală în campaniile sociale pe mobil: eficiență și impact/ studiu ONG (educație, sănătate, mediu)	Licență/Master
	8	De la televiziune la mobil: evoluția limbajului audiovizual în mediul digital/ analiză comparativă	Licență/Master
	9	Comunicarea prin live video (Instagram, TikTok, YouTube): interactivitate și influență asupra publicului/ integrare teoriilor comunicării directe	Licență/Master
	10	Efectele consumului de conținut audiovizual pe mobil asupra atenției și receptării mesajului/ analiză comportamentală + teorii comunicare	Licență/Master
<b>RĂTĂ ALEXANDRU-CLAUDIU</b>	1	DISCURSUL RELIGIOS ȘI COMUNICAREA ELECTORALĂ. Persuasiune și branding politic la alegerile prezidențiale din 2024	Licență/Master
	2	COMUNICAREA ÎN SITUAȚII DE URGENȚĂ: MODELE ȘI BUNE PRACTICI ÎN GESTIONAREA CRIZELOR. O analiză comparativă – instituție vs. organizație neguvernamentală	Licență/Master
	3	COMUNICAREA POLITICĂ, DE LA MAINSTREAM LA SOCIAL MEDIA. Strategii de segmentare și variații ale discursului politic în comunicarea electorală românească	Licență/Master
	4	STRATEGII DE COMUNICARE ONLINE ÎN ORGANIZAȚIILE NON-PROFIT DIN DOMENIUL PROTECȚIEI COPILULUI DIN ROMÂNIA – „Salvați copiii” România și „S.O.S. Satele Copiilor” România	Licență/Master
	5	MEME-URILE CA FORMĂ DE COMUNICARE DIGITALĂ: de la umor la activism online	Licență/Master
	6	PODCASTUL CA INSTRUMENT STRATEGIC ÎN RELAȚIILE PUBLICE și consolidarea identității de brand	Licență/Master
	7	EVOLUȚIA EMOJI-URILOR CA FORMĂ DE COMUNICARE DIGITALĂ / LUXURY BRANDING ÎN ERA DIGITALĂ: studiul strategiilor de promovare ale Mercedes-Benz din Timișoara în mediul online	Licență/Master
	8	IMPACTUL JOCURILOR VIDEO ASUPRA CULTURII DIGITALE CONTEMPORANE	Licență/Master
	9	IMPACTUL REBRANDINGULUI MINIMALIST AL INDUSTRIEI AUTO ASUPRA PERCEPȚIEI CONSUMATORILOR	Licență/Master
	10	INFLUENȚA TEHNOLOGIEI DIGITALE ASUPRA PROFESIEI DE JURNALIST ÎN ROMÂNIA	Licență/Master
<b>ROTARU ILEANA-CRISTINA</b>	1	Efecte media asupra diferitelor categorii de public	Licență/Master
	2	Analiza de imagine/discurs a actorilor publici sau privați	Licență/Master
	3	Forme de manifestare a patologiilor comunicaționale în spațiul public	Licență/Master
	4	Dependența de social media. Starea de bine în mediul digital	Licență/Master
	5	Practici și comportamente în spațiul virtual în contextul dezvoltării IA gen	Licență/Master
	6	E-democrație și e-guvernare. Educație democratică participativă (on line) între acțiune și valori. Mișcări sociale contemporane	Licență/Master
	7	Imaginea publică a liderilor și instituțiilor politice	Licență/Master
	8	Campanii electorale – profilul de imagine și strategii de comunicare	Licență/Master
	9	Deconstrucția mesajului/conținutului media: retorici alternative, ideologii extremiste, roluri de gen și stereotipuri	Licență/Master
	10	Comunicarea în spațiul virtual: imersie, ubicuitate și re-mediere a noilor media în diferite domenii	Licență/Master
<b>SIMIONESCU CODRUȚA-DIANA</b>	1	Impactul noilor media asupra comunicării interne	Licență
	2	Comunicarea internă-abordare sistemică, culturală și critică	Licență
	3	Procese comunicaționale: decizionale, de socializare, schimbare organizațională, comunicare media	Licență
	4	Strategia de promovare în media digitală	Licență
	5	PR și inteligența artificială	Licență
	6	Comunicarea strategică a schimbărilor climatice	Licență
	7	Campanii sociale	Master
	8	Branding cultural pentru arte și industrii creative	Master
	9	Placebranding, placemaking, regenerare urbană	Master
	10	Branding și sustenabilitate	Master
<b>SÎRB CORINA</b>	1	Arhitectura informațională a paginilor web, MD	Licență
	2	Tehnici de comunicare & persuasiune în mediul online, Publicitate/CRP/MMRPCD	Licență
	3	Tehnici de argumentare și persuasiune în discurs public/campanii de comunicare online, MMRPCD	Licență
	4	Strategii de elaborare a elementelor de identitate vizuală și de brand (logo, afiș, ambalaj etc.), MD/Publicitate	Licență
	5	Tehnici de comunicare vizuală: stil, compoziție, layout, MD/Publicitate	Licență
	6	Algoritmi de căutare și promovare a conținutului digital, CPMD	Master
	7	Analiza materialelor de comunicare vizuală: relația dintre strategie și elemente de design, MD/Publicitate/CRP	Licență
	8	Designul de revistă/broșură/catalog de produse. CRP/Publicitate/MD/Jurnalism	Licență
	9	Elemente de UX & UI pentru pagini web/aplicații mobile, MD	Licență
	10	Content writing și copywriting pentru proiecte digitale, MD	Licență
<b>SUCIU IONUȚ</b>	1	Storytelling vizual în era platformelor digitale	Licență/Master
	2	Construcția jurnalului de știri de televiziune	Licență/Master
	3	Fake news vs fact-checking în televiziune	Licență/Master
	4	Infotainment vs. informare – analiza tendințelor de tabloidizare în jurnalele TV	Licență/Master
	5	Breaking news și presiunea vitezei – impactul asupra acurateței informației	Licență/Master
	6	Fotografia de stradă ca formă de document social	Licență/Master
	7	Fotografia de conflict și impactul emoțional	Licență/Master
	8	Tehnici de manipulare folosite în jurnalismul de televiziune	Licență/Master
	9	Documentarul ca instrument de schimbare socială	Licență/Master
	10	Documentarul de autor vs. cel jurnalistic	Licență/Master

<b>SZABO VASILE</b>	1	Informație, știre și fake news în presa actuală	Licență/Master
	2	Dificultăți întâmpinate de jurnaliști în documentare	Licență/Master
	3	Utilizarea tehnicii observației în colectarea informațiilor	Licență/Master
	4	Documentarea pe teren pentru jurnalul de știri în televiziune	Licență/Master
	5	Investigația în mass-media românească actuală	Licență/Master
	6	Imaginea victimelor în investigațiile jurnalistice	Licență/Master
	7	Informații corecte și informații false în Revoluția română din 1989	Licență/Master
	8	Modele grafice de succes în mass-media	Licență/Master
	9	Apariția brandurilor românești în istoria publicității	Licență/Master
	10	Conținut înșelător pe platformele digitale	Licență/Master
<b>UNGAR VLAD-MIHAI</b>	1	Documentarea jurnalistică în procesul de realizare a știrii	Licență/Master
	2	Sursele umane și rolul lor în verificarea informației	Licență/Master
	3	Jurnalul de știri - de la TV în online	Licență/Master
	4	Noi modele de funcționare a redacției în contextul evoluției tehnologice	Licență/Master
	5	Comunicarea de criză în instituțiile din România	Licență/Master
	6	Evoluția rolului purtătorului de cuvânt în cadrul instituțional din România	Licență/Master
	7	Modele și mecanisme de funcționare a biroului de presă în instituțiile din România	Licență/Master
	8	Noile abordări ale ofițerilor de relații publice în menținerea relației cu presa	Licență/Master
	9	Utilitatea platformelor de comunicare online în menținerea relației cu jurnaliștii	Licență/Master
	10	Relația dintre ofițerul de relații publice și jurnalist	Licență/Master
<b>VID IOANA LAURA</b>	1	Gestionarea crizelor de imagine în era social media. Studiu de caz	Licență
	2	CSR și percepția publică: între responsabilitate și strategie de imagine	Licență
	3	Comunicarea instituțiilor publice locale cu cetățenii în mediul online	Licență
	4	Rolul umorului în eficiența mesajului publicitar	Licență
	5	Publicitate și stereotipuri de gen	Licență
	6	Jurnalismul de date ca instrument de responsabilizare publică	Licență
	7	Rolul purtătorului de cuvânt în era transparenței digitale	Licență
	8	Comunicarea strategică în timp de criză. Lecții din pandemia COVID-19, războiul din Ucraina, războiul din Orientul mijlociu	Master
	9	Fenomenul influencer marketing: credibilitate și manipulare	Master
	10	Tehnici și strategii de comunicare în UE	Master