

UNIVERSITATEA POLITEHNICA TIMIȘOARA
 FACULTATEA DE ȘTIINȚE ALE COMUNICĂRII
 Domeniul de master: ȘTIINȚE ALE COMUNICĂRII
 Programul: **COMUNICARE ÎN AFACERI**
 Forma de învățământ: zi
 Durata studiilor: 2 ani

SESIUNEA IUNIE 2022

Nr. Crt.	ABSOLVENT	TITLUL LUCRĂRII DE DISERTAȚIE	CONDUCĂTOR ȘTIINȚIFIC
1	CIUCĂ G. George-Silviu	Persuasiunea și discursul mișcărilor sociale. Studiu de caz: Necesitatea incluziunii persoanelor LGBTQI+ pe piața muncii din România	Lect. dr. Cosmin BĂIAȘ
2	DRĂGAN M. D. Andreea-Teodora	Strategii de comunicare pentru promovarea tutunului. Studiu de caz: Instagram și companiile de tutun: Japan Tobacco International, British American Tobacco și Philip Morris	Lect. dr. Cosmin BĂIAȘ
3	INDRU P. Ariana	Strategii de persuasiune în marketingul digital. Studiu de caz: Analiza influenței mediei sociale asupra clienților Vitalprotein	Lect. dr. Cosmin BĂIAȘ
4	CALMUȚCHI Roberta-Andra	Studiu privind posibilitatea pentru deschiderea unui centru de noapte pentru oamenii străzii în Timișoara	Prof. univ. dr. Marian MOCAN
5	GHITA P. M. Daiana Raluca	Comunicarea online în mediul de afaceri- o soluție pe termen lung sau începutul altor probleme? Studiu de caz: Bosch Service Solutions România	Prof. univ. dr. Marian MOCAN
6	MUNTEA Bianca	Rolul și importanța comunicării în relația șef-angajat	Conf. univ. dr. Mariana CERNICOVA-BUCĂ
7	IANCUȚA Iasmina	Strategii de promovare a turismului rural. Studiu de caz: Valea Almajului"	Conf. univ. dr. Mariana CERNICOVA-BUCĂ
8	MARIN Cosmina Florina	"Promovare în mediul offline și online a unui obiectiv turistic: Cascada Bigăr - înainte și după schimbarea formei sale de relief	Conf. univ. dr. Mariana CERNICOVA-BUCĂ
9	COCEA Eugen	Comunicarea în noua eră a electromobilității	Conf. univ. dr. Mariana CERNICOVA-BUCĂ
10	IOJĂ Carmen	Online și off-line în promovarea unei afaceri locale. Studiu de caz: bistroul "Anime of the year".	Conf. univ. dr. Mariana CERNICOVA-BUCĂ
11	DUMITRĂȘCUȚĂ Denisia Bianca	Strategii de comunicare în dezvoltarea afacerilor de tip Multi Level Marketing	Conf. dr. Gabriel Mugurel Dragomir
12	INDRU George	Promovarea online și offline a unei firme de echipament sportiv. Studiul de caz: Compania Knockout Timișoara	Conf. dr. Gabriel Mugurel Dragomir

13	LUȚĂ Bianca	Specificul comunicării organizaționale în relația furnizor-client. Studiu de caz: comunicarea cu furnizorii în compania Continental Timișoara	Conf. dr. Gabriel Mugurel Dragomir
14	MARC Darius	Tehnici de comunicare și prezență online în cadrul companiei Fornetti România	Prof. dr.Vasile GHERHEȘ
15	PAVEL Gianina	Responsabilitatea socială corporativa in sectorul bancar din Romania. Studiu de caz: BRD România	Prof. dr.Vasile GHERHEȘ
16	CANCEL Alexandra	Strategii de promovare a magazinelor online. Studiu de caz Fashiondays.ro	Prof. dr.Vasile GHERHEȘ
17	FRAȚILĂ Alexandra-Maria	Importanța comunicării în procesul de motivare al angajaților	Prof. dr.Vasile GHERHEȘ
18	TRUȘCULESCU Laria Maria	Evoluția cuvintelor nou apărute in urma pandemiei in yearly earnings calls al primelor top 100 companii listate a bursei americane	Prof. dr.Vasile GHERHEȘ
19	FARKAȘ Mădălina	Comunicarea nonverbală în cadrul unui interviu	Conf. univ. dr. Lavinia SUCIU
20	BOBOC Raluca	Elemente persuasive în discursul liderilor politici în perioada pandemiei	Conf. univ. dr. Lavinia SUCIU
21	CRĂCIUN Romina	Vânzarea bazată pe cifre vs. vânzarea bazată pe emoții	Conf. univ. dr. Lavinia SUCIU
22	FÎRDEAN Vlad	Lider versus șef	Conf. dr. Lia Lucia EPURE
23	PUȘCAȘ Delia	Lider charismatic versus lider autocratic	Conf. dr. Lia Lucia EPURE
24	SCOICĂ Oana Maria	Semnificația, rolul și importanța leadership-ului în cadrul unei organizații	Conf. dr. Lia Lucia EPURE
25	APARASCHIVEI Oana Gabriela	Comunicarea managerială în motivarea angajaților	Conf. dr. Lia Lucia EPURE
26	BĂLAN Adela	Specificul promovării în mediul online. Studiu de caz: micro-influencerii din România	Lect. univ. dr. Adina PALEA
27	AVASILOAIE Andreea	Importanța comunicării pentru prevenirea conflictelor. Efectele bullyingului în școli	Lect. univ. dr. Adina PALEA
28	GONGEA Denisa	Employer branding sau despre importanța construirii unui brand de angajator în contextul lucrului de acasă	Lect. univ. dr. Adina PALEA