

Potentiale teme & metode

Lucrari licenta/dizertatii

I. Teme axate pe social media listening și analiza media

1. Evoluția interesului public pentru inteligența artificială în România (ultimii ani): O analiză cu NewsVibe și Google Trends

Metodă: Social media listening + analiza căutărilor online (Google Trends)

2. Impactul campaniilor de conștientizare pe social media privind teme relevante rândul tinerilor

Metodă: Analiză media și social media cu instrumente de monitorizare (ex: NewsVibe, BrandMentions, Brand24)

3. Crize de imagine în mediul online: studiu de caz asupra reacțiilor publice la scandaluri politice recente din România. Studiu de caz pentru campanii electorale

Metodă: Social media listening + analiză de sentiment și impact (lideri, partide, campanii)

4. Participarea cetățenilor la dezbaterile publice despre schimbările climatice: tendințe și influențări în social media

Metodă: Social media listening + analiza rețelelor de influență (network analysis sau cluster analysis)

5. Analiza percepțiilor despre dinamica societății civile în România, reflectată în presa online și pe social media (branduri, campanii). Evaluare instituții precum instituții publice, partide, ONG-uri, sindicate, biserica etc

Metodă: Analiză media cu instrumente de monitorizare + Google Trends

—

II. Teme cu accent pe cercetare sociologică (cu sondaj de opinie sau alta metoda de analiza cantitativa)

6. Modele de consum media. Nivelul de încredere al publicului în sursele media online în funcție de vârstă, educație și frecvența consumului media

Metodă: Sondaj de opinie + analiză statistică

7. Percepțiile tinerilor față de activismul online: implicare simbolică sau participare reală?

Diferențe între participare online și participare offline

Metodă: Sondaj de opinie online + codificare tematică a motivațiilor

8. Eficiența campaniilor de informare publică în mediul digital: participarea la vot, vaccinare, campanii CSR

Metode: Sondaj + triangulare cu date de social media listening

9. Consumul de știri în România: influența algoritmilor asupra diversității surselor. Impact al valorilor diferite asupra consumului diferit

Metodă: Sondaj + analiză de conținut a feedurilor generate algoritmic (ex. prin conturi test)

10. Interesul față de participarea la alegeri și informarea online (de ex, în rândul românilor din țară vs diaspora)

Metodă: Sondaj de opinie distribuit în comunități online + Google Trends pe țări de reședință

III. Teme aplicate în studii de piață și comunicare strategică

11. Brandurile preferate de tineri pe TikTok: o analiză a strategiilor de engagement. Pot fi analizate și alte canale social media

Metodă: Social media monitoring + analiza engagementului și tipologiilor de conținut

12. Analiza sentimentului public față de inițiativele de CSR ale marilor companii în România

Metodă: Social media listening + analiză cantitativă a mențiunilor media

13. Comparatii consum media si preferinte in tari diferite. Identificare voci relevante in media pt tari diferite. Voci media, influenceri, teme de impact

Metodă: Analiză media și date social media

14. Impactul influențatorilor digitali asupra deciziilor de cumpărare: cazul campaniilor de Black Friday. Top influenceri relevanți pt diverse evenimente

Metodă: Sondaj online + analiză a prezenței influencerilor în social media

15. Imaginea organizațiilor sindicale, civice sau publice în social media: între reprezentare publică și participare internă

Metodă: Analiză media + mini-sondaj în rândul membrilor organizației. Comparatii