

Licență

1. Rolul măsurării și evaluării performanței comunicării digitale în construirea prezenței online a organizațiilor
2. Măsurarea impactului campaniilor de comunicare digitală: indicatori, metode și limite în relațiile publice
3. Utilizarea instrumentelor de media listening în evaluarea eficienței comunicării digitale a organizațiilor
4. Social media listening ca instrument de măsurare a impactului campaniilor de comunicare și relații publice
5. Planificarea campaniilor de comunicare digitală din perspectiva măsurării și evaluării performanței în PR
6. Sisteme integrate de măsurare a comunicării online: arhitectură, indicatori și aplicații în relațiile publice
7. Măsurarea ca instrument de planificare strategică a comunicării organizaționale în mediul digital
8. Monitorizarea și evaluarea impactului comunicării digitale asupra vizibilității și reputației organizațiilor
9. Analiza prezenței online a organizațiilor prin indicatori de măsurare a performanței comunicării
10. Integrarea proceselor de comunicare și evaluare în strategiile de relații publice din mediul online

Masterat

1. Social media listening ca instrument strategic de măsurare și evaluare a performanței comunicării organizaționale
2. Rolul social media listening în evaluarea impactului campaniilor de comunicare digitală asupra reputației organizațiilor
3. Integrarea social media listening în procesele de planificare și evaluare a campaniilor de relații publice
4. Măsurarea percepțiilor și atitudinilor publicului prin social media listening: implicații pentru strategiile de comunicare
5. Social media listening și analiza sentimentului: limite metodologice și relevanță pentru evaluarea comunicării
6. Utilizarea datelor generate de social media listening în managementul reputației și al crizelor de comunicare
7. Indicatori și modele de evaluare a performanței comunicării digitalizate bazați pe social media listening
8. Social media listening ca suport decizional în planificarea strategică a comunicării organizaționale
9. Compararea instrumentelor de social media listening în evaluarea impactului comunicării și relațiilor publice
10. De la date la insight-uri: rolul social media listening în optimizarea strategiilor de comunicare digitală