

**PROPUNERI TEME DISERTAȚIE  
MASTER ADMINISTRAREA AFACERILOR ÎN TURISM  
POLITICI ȘI STRATEGII DE MARKETING  
RELAȚII ECONOMICE INTERNAȚIONALE**

<b>ÎNDRUMĂTOR</b>	<b>DENUMIREA TEMEI</b>
<p>1. Prof.dr.Gabriel BRĂTUCU</p>	<p align="center"><b>PSMK</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Perfecționarea politicilor și strategiilor de marketing aplicate în marketingul serviciilor. Studiu de caz.....</li> <li>2. Utilitatea politicilor și strategiilor de marketing în marketingul instituțiilor publice/administrativ. Studiu de caz.....</li> <li>3. Politici și strategii de marketing aplicate în marketingul pentru mass-media. Studiu de caz.....</li> <li>4. Utilizarea politicilor și strategiilor de marketing în domeniul consultanței pentru IMM-uri. Studiu de caz.....</li> <li>5. Planul de marketing pentru lansarea unui post local de radio/televiziune</li> <li>6. Politici de marketing aplicate pe piața de retail din România. Studiu de caz.....</li> <li>7. Politici de marketing aplicate pe piața bunurilor industriale din România (marketingul B2B). Studiu de caz.....</li> <li>8. Elaborarea strategiei de promovare și comunicare pentru Universitatea Transilvania din Brașov.</li> <li>9. Cercetarea comportamentului consumatorului de produse electrocasnice. Studiu de caz.....</li> <li>10.Cercetarea comportamentului consumatorului de băuturi alcoolice. Studiu de caz.....</li> <li>11.Cercetarea comportamentului consumatorului de țigări. Studiu de caz.....</li> <li>12.Cercetarea comportamentului electoratului. Studiu de caz.....</li> <li>13.Cercetarea comportamentului consumatorului de mass-media. Studiu de caz.....</li> <li>14.Cercetarea comportamentului consumatorului de produse vegetariene. Studiu de caz.....</li> </ol>

	<p style="text-align: center;"><b>MSREI</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Politici și strategii de marketing aplicate pe piața auto din Germania/Marea Britanie/Italia/Franța.</li> <li>2. Politici și strategii de marketing aplicate pe piața agricolă UE. Studiu de caz.....</li> <li>3. Politici și strategii de marketing aplicate pe piața vitivinicolă din Franța/Italia/Germania/Spania/Portugalia.</li> <li>4. Analiză comparativă a strategiilor de marketing utilizate pe piața serviciilor educaționale din România/Marea Britanie, sau România/Germania, sau România/Danemarca, sau România/SUA.</li> <li>5. Politici și strategii de marketing aplicate pe piața turistică a țărilor membre UE. Studiu de caz.....</li> <li>6. Strategii de penetrare a pieței UE a confecțiilor. Studiu de caz.....</li> <li>7. Strategii de penetrare a pieței mondiale a mobilei. Studiu de caz.....</li> <li>8. Strategii de promovare a produselor de lux pe piața chineză/EUA/Arabia Saudită. Studiu de caz.....</li> </ol>
<p>2. Prof.dr. Ana ISPAS</p>	<p style="text-align: center;"><b>MSAT</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Examinarea interacțiunii consumatorilor în cadrul organizațiilor prestatoare de servicii turistice folosind Tehnica Incidentului Critic. Studiu de caz la nivelul unei firme din turism și industria ospitalității</li> <li>2. Atitudini/ Percepții/ Comportamente ale turiștilor privind economisirea resurselor naturale (energie, apă, colectarea selectivă a deșeurilor etc.) în cadrul unităților de cazare turistică. Studiu de caz ...</li> <li>3. Examinarea percepției managerilor de pensiuni/ hoteluri etc. cu privire la economisirea resurselor naturale (apă, energie electrică, gaz) în cadrul unităților de cazare turistică.</li> <li>4. Identificarea soluțiilor de economisire a resurselor naturale (apă, energie electrică, gaz) în cadrul unităților de cazare turistică. Studiu de caz la nivelul unei firme din turism și industria ospitalității</li> <li>5. Impactul atitudinii angajaților din industria ospitalității în formarea percepției clienților cu privire la calitatea serviciilor. Studiu de caz la nivelul unei firme din turism și industria ospitalității</li> <li>6. Examinarea legăturii dintre calitatea serviciilor și loialitatea clienților în cazul unei firme din turism și</li> </ol>

- industria ospitalității. Studiu de caz la nivelul unui hotel/ restaurant/ agenție de turism/ atracție turistică
7. Identificarea factorilor de succes în cazul unei afaceri mici din turism, din perspectiva antreprenorilor. Studiu exploratoriu la nivelul unui sector din industria ospitalității (hotelier, de alimentație, organizator de călătorii etc.) din România/ Brașov/ altă zonă
  8. Utilizarea tehnologiei informaționale în practica de marketing a firmelor din turism și industria ospitalității. Studiu exploratoriu la nivelul unui sector din industria ospitalității (hotelier, de alimentație, organizator de călătorii etc.) din România/ Brașov/ altă zonă
  9. Inovare și creativitate în politica de produs a unei firme din turism și industria ospitalității. Studiu de caz la nivelul unui hotel/ restaurant/ agenție de turism/ atracție turistică
  10. Planul de marketing pentru lansarea unui produs/serviciu turistic nou. Studiu de caz la nivelul unei firme din turism și industria ospitalității
  11. Preferințele/atitudinile românilor/brașovenilor față de turism, în general sau față de practicarea unei forme de turism, în particular (ex. Turismul rural, turismul sportiv, turismul de evenimente, turismul balnear, turismul de pelerinaj, turismul negru/roșu etc.). Studiu exploratoriu
  12. Examinarea competitivității unei destinații turistice din perspectiva/pe baza percepției stakeholderilor. Studiu de caz: destinația X (o țară, o regiune dintr-o țară, un oraș, o stațiune etc.)
  13. Evaluarea satisfacției vizitatorilor unei destinații/atracții turistice folosind Analiza Importanță-Performanță (AIP). Studiu de caz: destinația/atracția X (o țară, o regiune dintr-o țară, un oraș, o stațiune, un parc național, un parc de aventură, o grădină zoologică etc.)
  14. Examinarea performanței unei destinații turistice din punct de vedere al dezvoltării sustenabile. O comparație între percepția turiștilor naționali și a celor străini. Studiu de caz:
  15. Influența imaginii unei destinații turistice internaționale asupra loialității turiștilor din România. Studiu de caz: destinația X (o țară, o regiune dintr-o țară, o insulă, un oraș, o stațiune etc.)
  16. Identificarea celui mai potrivit suvenir pentru o destinație turistică. Studiu de caz: destinația X

	<p style="text-align: center;"><b>MSREI</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Examinarea competitivității unei destinații turistice din perspectiva/pe baza percepției stakeholderilor. Studiu de caz: destinația X (o țară, o regiune dintr-o țară, un oraș, o stațiune etc.)</li> <li>2. Evaluarea satisfacției vizitatorilor unei destinații/atracții turistice folosind Analiza Importanță-Performanță (AIP). Studiu de caz: destinația/atracția X (o țară, o regiune dintr-o țară, un oraș, o stațiune, un parc național, un parc de aventură, o grădină zoologică etc.)</li> <li>3. Examinarea performanței unei destinații turistice din punct de vedere al dezvoltării sustenabile. O comparație între percepția turiștilor naționali și a celor străini. Studiu de caz:</li> <li>4. Influența imaginii unei destinații turistice internaționale asupra loialității turiștilor din România. Studiu de caz: destinația X (o țară, o regiune dintr-o țară, o insulă, un oraș, o stațiune etc.)</li> <li>5. Identificarea celui mai potrivit suvenir pentru o destinație turistică. Studiu de caz: destinația X</li> </ol>
<p style="text-align: center;">3.Prof.dr. Gheorghe EPURAN</p>	<p style="text-align: center;"><b>MSAT+PSMK+MSREI</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Dezvoltarea produselor noi prin orientarea către piață, tehnologii și coordonare interfuncțională</li> <li>2. Promovarea produsului/serviciului ..... pe piața externă. Aplicație la firma.....</li> <li>3. Triada Business Intelligence – Market Intelligence – Competitive Intelligence : abordare conceptuală și operațională</li> <li>4. Dezvoltarea imaginii corporative prin programe și campanii de relații publice</li> <li>5. Publicitatea și creația publicitară : aplicație la firma....</li> <li>6. Comunicare de marketing și interacțiune prin mixul de social media la societatea....</li> <li>7. Strategii de promovare a produselor de lux. Aplicație la firma.....</li> <li>8. Strategii de marketing în contextul dezvoltării durabile. Aplicație la firma.....</li> <li>9. Modele de gestiune a portofoliului de produse al firmei.....</li> <li>10. Managementul relațiilor cu clienții în marile lanțuri de magazine</li> </ol>
<p style="text-align: center;">4. Prof.dr. Cristinel CONSTANTIN</p>	<p style="text-align: center;"><b>MSAT</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Modalități de îmbunătățire a strategiilor asociate mix-ului de marketing în cadrul întreprinderii de turism. STUDIU DE CAZ.....</li> <li>2. Modalități de îmbunătățire a politicii de promovare a</li> </ol>

- produselor turistice . ..... STUDIU DE CAZ.....
3. Perfecționarea politicilor și strategiilor de distribuție a produselor turistice ..... STUDIU DE CAZ.....
  4. Perfecționarea politicilor și strategiilor de prețuri pe piața produselor produselor turistice.... . STUDIU DE CAZ.....
  5. Perfecționarea politicilor și strategiilor de produs în cadrul firmelor de turism..... STUDIU DE CAZ.....
  6. Strategii de penetrare a pieței pe baza mix-ului produse-prețuri în cadrul firmelor cu activitate de turism..... STUDIU DE CAZ.....
  7. Perfecționarea strategiilor de piață utilizate de firmele din domeniul turismului..... STUDIU DE CAZ.....
  8. Perfecționarea relațiilor cu clienții în cadrul firmelor din domeniul turismului..... STUDIU DE CAZ.....
  9. Căi de creștere a satisfacției clienților în cadrul firmelor de turism. . . . . STUDIU DE CAZ.....
  10. Modalități de implementare a marketingului relațional în industria ospitalității. STUDIU DE CAZ.....
  11. Rolul sistemelor informatice de gestiune a relațiilor cu clienții în implementarea marketingului relațional.
  12. Căi de implementare a marketingului relațional în destinația turistică . . . .
  13. Căi de îmbunătățire a imaginii destinației turistice . . . . .

### **PSMK**

1. Căi de îmbunătățire a imaginii Universității Transilvania din Brașov în rândul studenților
2. Modalități de îmbunătățire a activității comerciale în cadrul Complexului Studențesc Colina Universității/Memorandumului.
3. Modalități de îmbunătățire a strategiilor asociate mix-ului de marketing în cadrul întreprinderii producătoare de bunuri. STUDIU DE CAZ.....
4. Modalități de îmbunătățire a strategiilor asociate mix-ului de marketing în cadrul întreprinderii prestatoare de servicii. STUDIU DE CAZ.....
5. Modalități de îmbunătățire a politicii de promovare a produselor (serviciilor) . ..... STUDIU DE CAZ.....
6. Perfecționarea politicilor și strategiilor de distribuție pe piața ..... STUDIU DE CAZ.....
7. Perfecționarea politicilor și strategiilor de prețuri pe piața produselor ..... . STUDIU DE CAZ.....
8. Strategii de penetrare a pieței pe baza mix-ului produse-

	<p>prețuri în cadrul firmelor ..... STUDIU DE CAZ.....</p> <p>9. Perfecționarea relațiilor cu clienții în cadrul firmelor din domeniul ..... STUDIU DE CAZ.....</p> <p>10. Căi de creștere a satisfacției clienților în cadrul firmelor . . . .... STUDIU DE CAZ.....</p> <p>11. Modalități de implementare a marketingului relațional în cadrul firmei. STUDIU DE CAZ.....</p> <p>12. Căi de dezvoltare a activității online desfășurate de organizația publică/non-profit/etc. STUDIU DE CAZ.....</p>
<p>5.Prof.dr. Liliana DUGULEANĂ</p>	<p style="text-align: center;"><b>PSMK</b></p> <p>1. „Analiza mediului de marketing al firmei &lt;.....&gt;. Studiu de caz la ... ”</p> <p>2. „Cercetări de marketing pentru studiul pieței &lt;produsului(lor) ... / serviciului(lor) ... / în domeniul ... / industria ...&gt; Studiu de caz la ... ”</p> <p>3. „Strategii și politici de marketing ale firmei ... . &lt;produsului(lor) ... / serviciului(lor) ... / în domeniul ... / industria ...&gt;. Studiu de caz la ... ”</p> <p>4. „Politici și strategii de promovare &lt;în domeniul ... / industria ...&gt;. Studiu de caz la ... ”</p> <p>5. „Proiectarea unui canal de distribuție pentru ... &lt;în domeniul ... / industria ...&gt;. Studiu de caz la ... ”</p> <p>6. „Analiza mixului promoțional al firmei &lt;.....&gt;. Studiu de caz la ... ”</p> <p>7. „Previziunea vânzărilor/ fluxului de turiști &lt;în domeniul ... / industria ...&gt;. Studiu de caz la ... ”</p> <p>8. „Analiza sezonității în &lt;vânzări/turism/...&gt;. Studiu de caz .... ”</p> <p>9. „Analiza comportamentului consumatorului de produse/servicii..... ”</p> <p>10. „Construirea unui model econometric pentru analiza factorilor de influență ai cererii de produse, servicii..... ”</p>
<p>6.Prof.dr. Monica SZELEȘ RĂILEANU</p>	<p style="text-align: center;"><b>MSREI</b></p> <p>1. Analiza comparativă a evoluției indicilor bursieri internaționali. Implicații pentru creșterea economică mondială</p> <p>2. Configurarea unui portofoliu de titluri financiare optim în perioade de recesiune economică</p> <p>3. Analiza evoluțiilor bursiere ale unei companii multinaționale pe mai multe piețe internaționale. Studiu de caz: Coca Cola/ Google/ Apple</p>

	<ol style="list-style-type: none"> <li>4. Gestionarea optimă a raportului risc-rentabilitate. Studiu de caz: Compania X listată la BVB</li> <li>5. Analiza evoluției sinuoase a companiei Facebook pe piața internațională de capital</li> <li>6. Analiza performanțelor financiare și bursiere ale sectorului petrolier/farmaceutic în România și pe plan internațional, în contextul crizei financiare</li> <li>7. Strategii de finanțare pe piața de capital a companiei Petrom/Rompetrol Rafinare Constanța</li> </ol>
<p>7. Conf.dr. Dana BOȘCOR</p>	<p style="text-align: center;"><b>MSREI</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Strategii de promovare a exportului românesc pe piața internațională. Studiu de caz....</li> <li>2. Strategii de marketing adoptate de producătorii..... pe piețele externe.</li> <li>3. Strategii folosite de firmele globale la baza piramidei. Studiu de caz.....</li> <li>4. Strategii de marketing globale.Studiu de caz....</li> <li>5. Selectarea și evaluarea piețelor externe pentru producătorii din domeniul.....</li> <li>6. Strategii de preț/promovare/distribuție adoptate de firme din domeniul... pe piețele externe. Studiu de caz...</li> <li>7. Strategii de marketing intercultural.</li> <li>8. Efectele Internetului asupra strategiilor de marketing adoptate de firme.</li> <li>9. Studiu comparativ asupra strategiilor de intrare adoptate de firmele străine pe piața românească. Studiu de caz.</li> <li>10. Evaluarea piețelor emergente. Oportunități și riscuri pentru derularea afacerilor pe aceste piețe. Studiu de caz.</li> <li>11. Outsourcing-ul la nivel internațional. Poziția României pe această piață.</li> <li>12. Strategii de export adoptate de firme din domeniul.....</li> </ol>
<p>8. Conf.dr. Nicolae MARINESCU</p>	<p style="text-align: center;"><b>MSREI</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Implicații ale politicii concurențiale din Uniunea Europeană asupra firmei X</li> <li>2. Implicații ale politicii energetice din Uniunea Europeană asupra firmei X</li> <li>3. Implicații ale politicii comerciale din Uniunea Europeană asupra firmei X</li> <li>4. Implicații ale politicii agricole din Uniunea Europeană asupra firmei X</li> <li>5. Implicații ale politicii industriale din Uniunea Europeană asupra firmei X</li> <li>6. Impactul adoptării monedei unice euro asupra firmei X</li> <li>7. Proiect de finanțare europeană în domeniul Y la firma X</li> </ol>

	<p>8. Impactul migrației forței de muncă din Europa de Est spre Vest asupra firmei X</p> <p>9. Implicații ale programului european ERASMUS asupra UNITBV</p> <p>10. Optimizarea promovării unei IMM românești din turism pe plan european</p>
<p>17. Conf.dr. Anca MADAR</p>	<p style="text-align: center;"><b>MSAT+MSREI+MSA</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Studiu comparativ privind calitatea serviciilor similare a două firme.</li> <li>2. Implementarea sistemului de management al calității - factor important al creșterii satisfacției clienților. Studiu de caz.</li> <li>3. Strategii de îmbunătățire a calității produselor /serviciilor firmei X.</li> <li>4. Implementarea sistemului de management al calității - factor important al strategiei de piață a firmei X.</li> <li>5. Elaborarea strategiei de calitate. Studiu de caz.</li> <li>6. Studiu comparativ privind implementarea strategiilor de calitate la două firme.</li> <li>7. Implementarea unui sistem de management al calității. Studiu de caz</li> <li>8. Analiza costurilor calității la firma X.</li> </ol>
<p>10. Conf.dr. Ioana CHIȚU</p>	<p style="text-align: center;"><b>MSAT</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Elaborarea strategiei de promovare. Studiu de caz SC .....</li> <li>2. Perfecționarea politicii de promovare a produselor turistice/servicii din industria ospitalității. Studiu de caz SC.....</li> <li>3. Instrumente de fidelizare a clienților. Studiu de caz SC....</li> <li>4. Strategia de marcă. Studiu de caz firma SC....</li> <li>5. Utilizarea internetului ca mediu promoțional în turism. Studiu de caz SC....</li> <li>6. Relațiile publice și rolul lor în crearea imaginii unei firme. Studiu de caz SC.....</li> <li>7. Elaborarea unei campanii de relațiile publice. Studiu de caz SC .....</li> </ol> <p style="text-align: center;"><b>PSMK</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Elaborarea strategiei de promovare. Studiu de caz SC .....</li> <li>2. Perfecționarea politicii de promovare. Studiu de caz SC .....</li> <li>3. Elaborarea strategiei de fidelizare a clienților. Studiu de caz SC .....</li> <li>4. Strategia de marcă. Studiu de caz SC .....</li> <li>5. Proiectarea unei campanii promoționale în vederea introducerii pe piață a unor noi produse. Studiu de caz SC .....</li> <li>6. Elaborarea unei campanii de relațiile publice. Studiu de caz SC .....</li> <li>7. Relațiile publice și rolul lor în crearea imaginii unei firme.</li> </ol>



	Studiu de caz SC .....
11.Conf.dr. Marius BĂLĂȘESCU	<p style="text-align: center;"><b>PSMK</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Analiza imaginii generale a firmelor din domeniul retailului.Studiu de caz...</li> <li>2. Metode de cercetare a utilizării magazinelor și a atitudinilor în procesul cumpărării . Studiu de caz...</li> <li>3. Analiza mediului de marketing specific firmelor de retail. Studiu de caz...</li> <li>4. Modalități de creare a designului de experiențe în comerț/turism/servicii. Studiu de caz...</li> <li>5. Strategii de piață ale firmelor inovatoare. Studiu de caz...</li> <li>6. Politica de comunicare a firmelor inovatoare. Studiu de caz...</li> <li>7. Produsele noi și implicațiile de marketing. Studiu de caz...</li> <li>8. Managementul categoriei de produs și implicațiile de marketing. Studiu de caz...</li> <li>9. Analiza segmentării pieței de produse inovative. Studiu de caz...</li> <li>10.Strategii de poziționare pe piața produselor inovative. Studiu de caz...</li> <li>11.Analiza serviciilor de asistență și suport informațional oferite clienților de produse inovative. Studiu de caz...</li> <li>12.Studierea comportamentului consumatorului de produse inovative. Studiu de caz...</li> </ol> <p style="text-align: center;"><b>MSREI</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Tehnologii moderne utilizate în logistica internațională</li> <li>2. Analiza sistemului informațional al firmelor internaționale de comerț cu amănuntul</li> <li>3. Logistica activităților de cumpărare în comerțul internațional</li> <li>4. Logistica operațiunilor de transport internațional</li> <li>5. Analiza nivelului de servire al companiilor multinaționale.</li> </ol>
12.Conf.dr. Alina TECĂU	<p style="text-align: center;"><b>MSAT+PSMK</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Analiza comparativă a activității de marketing a companiilor/magazinelor/....</li> <li>2. Analiza politicii și strategiei de marketing a .....</li> <li>3. Îmbunătățirea strategiei de imagine a companiei ....</li> <li>4. Studiu de impact a campaniei de promovare desfășurate de .....</li> <li>5. Tehnologi moderne utilizate în cercetarea de marketing din România. Studiu de caz...</li> <li>6. Cercetările în domeniul neuromarketingului realizate de către.....</li> </ol>

	<ol style="list-style-type: none"> <li>7. Aspecte referitoare la utilizarea neuromarketingului de către compania .....</li> <li>8. Analiza impactului acțiunilor de marketing experiențial în cazul ....</li> <li>9. Analiza impactului campaniei de promovare prin metode neconvenționale în cazul.....</li> <li>10. Analiza impactului campaniei de promovare prin tehnici de guerrilla marketing în cazul ....</li> <li>11. Analiza strategiei de promovare a evenimentului cultural/sportiv ....</li> <li>12. Cultura organizațională în cadrul .....</li> <li>13. Crearea imaginii de țară. Studiu de caz .....</li> <li>14. Aspecte privind activitatea de marketing desfășurată pentru promovarea zonei/localității .....</li> <li>15. Identificarea metodelor de creștere a satisfacției clienților în cadrul . . .</li> </ol>
<p>13. Conf.dr. Oana BĂRBULESCU</p>	<p style="text-align: center;"><b>MSREI</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Inițierea unei afaceri în sistem franciză. Studiu de caz: SC Y</li> <li>2. Identificarea clauzelor abuzive din contractele de leasing. Studiu de caz la nivelul firmei locatara Y.</li> <li>3. Examinarea contractelor de import export din perspectiva importatorului/exportatorului în comerțul cu... Studiu de caz la nivelul unei firme din domeniul X.</li> <li>4. Identificarea cauzelor care conduc la eșec la nivelul unei firme mici/mijlocii din perspectiva antreprenorilor. Studiu exploratoriu la nivelul unui sector de activitate din Brașov.</li> <li>5. Analiza tehnicilor de finanțare a exporturilor utilizate de firma Y.</li> <li>6. Implicații ale politicii bancare din România asupra firmelor exportatoare/importatoare. Studiu de caz: SC Y.</li> <li>7. Strategii de creștere practicate de societățile românești din domeniul.... pe piețele străine. Studiu de caz: SC Y.</li> <li>8. Strategii de creștere adoptate de producătorii germani din domeniul...pe piața românească. Studiu de caz: SC Y.</li> </ol>
<p>14. Conf.dr. Codruța BĂLTESCU</p>	<p style="text-align: center;"><b>MSAT</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Managementul și marketingul unui eveniment. Studiu de caz....</li> <li>2. Dezvoltarea sustenabilă a firmelor de turism (unități de cazare, unități de alimentație publică, agenții de turism, firme de transport turistic, ..). Studiu de caz...</li> <li>3. Rolul autenticității în turism. Studiu de caz ....</li> <li>4. Construcția loialității consumatorilor în dezvoltarea unei firme</li> </ol>

	<p>de turism. Studiu de caz...</p> <p>5. Evaluarea comunicării on-line a unei firme de turism. Studiu de caz...</p> <p>6. Îmbunătățirea competitivității firmelor de turism. Studiu de caz...</p> <p>7. Influențele turismului smart în evoluția firmelor/destinațiilor turistice. Studiu de caz.....</p> <p>8. Managementul și marketingul atracțiilor turistice. Studiu de caz...</p>
<p>15. Conf.dr. Andreea NEACȘU</p>	<p style="text-align: center;"><b>PSMK</b></p> <p>1. Designul și estetica produselor – factor important în diversificarea gamei de produse a firmei X.</p> <p>2. Analiză comparativă privind elementele de design și estetică a două produse similare pe piața X.</p> <p>3. Analiză comparativă privind strategiile de marketing utilizate de firma X și firma Y.</p> <p>4. Politici și strategii de marketing aplicate în marketingul ecologic/sportiv. Studiu de caz.</p> <p>5. Strategii de marketing utilizate pe o anumită piața. Studiu de caz.</p> <p style="text-align: center;"><b>MSAT+MSREI+MSA</b></p> <p>1. Analiză comparativă privind strategiile de marketing utilizate de firma X și firma Y.</p> <p>2. Strategii de marketing utilizate pe o anumită piața. Studiu de caz.</p> <p>3. Politici și strategii de marketing turistic. Studiu de caz.</p> <p>4. Implementarea unui standard de securitate alimentară în cadrul firmei X.</p> <p>5. Rolul securității alimentare în cadrul unităților de alimentație publică. Studiu de caz firma X.</p>
<p>1. Conf.dr. Adina CANDREA</p>	<p style="text-align: center;"><b>MSAT</b></p> <p>1. Segmentarea pieței turistice în cazul unui hotel/agenție de turism.</p> <p>2. Analiza imaginii de marcă în turism (lanțuri hoteliere, transportatori, touroperatori, restaurante).</p> <p>3. Diversificarea activităților de animație turistică (activități sociale, culturale, sportive) în cadrul unei unități hoteliere.</p> <p>4. Analiza mixului de marketing al unui hotel/restaurant/unități de agrement/agenții de turism.</p> <p>5. Program de organizare și comercializare a unui produs turistic cu temă în cadrul unei agenții de turism.</p> <p>6. Diversificarea ofertei de servicii turistice (cazare, alimentație, agrement, tratament) la nivelul unei societăți</p>

	<p>comerciale din domeniul turismului.</p> <p>7. Politica de prețuri și tarife la nivelul unei societăți comerciale din domeniul turismului.</p> <p>8. Distribuția serviciilor turistice în cadrul firmei ....</p> <p>9. Promovarea serviciilor turistice în cadrul firmei ....</p> <p>10. Utilizarea noilor tehnologii informaționale la nivelul unei societăți comerciale din domeniul turismului.</p> <p>11. Certificarea ecologica a serviciilor unei societăți comerciale din domeniul turismului.</p>
<p>16. Conf.dr. Elena UNTARU</p>	<p style="text-align: center;"><b>MSAT</b></p> <p>1. Diagnosticarea zonei de toleranță pentru serviciile oferite de o firmă din domeniul turismului. Studiu de caz: hotelul/ agenția de turism/ unitatea de alimentație publică.....</p> <p>2. O scală de măsurare pentru evaluarea componentei ecologice a calității serviciilor unui hotel/ unei agenții de turism/ unei unități de alimentație publică.</p> <p>3. Evaluarea așteptărilor consumatorilor față de componenta ecologică a calității serviciilor unui hotel/ unei agenții de turism/ unei unități de alimentație publică. Impactul variabilelor demografice.</p> <p>4. Evaluarea impactului factorilor demografici asupra satisfacției/ loialității/ intențiilor comportamentale în cadrul unei agenții de turism/ unei unități de cazare turistică/ unei unități de alimentație publică. Studiu de caz: agenția/ unitatea de cazare/ unitatea de alimentație publică.....</p> <p>5. Evaluarea impactului factorilor demografici asupra percepției consumatorilor despre calitatea serviciilor oferite de o unitate de alimentație publică/ o unitate de cazare turistică. Studiu de caz: Restaurantul/ unitatea de cazare...</p> <p>6. Evaluarea impactului factorilor psihologici (atitudini, normă socială, atașament, familiaritate etc.) asupra satisfacției și loialității consumatorilor față de o agenție de turism/ o unitate de cazare turistică/ o unitate de alimentație publică. Studiu de caz: agenția/ unitatea de cazare/ unitatea de alimentație publică.....</p> <p>7. Investigarea motivelor care stau la baza alegerii unei</p>

destinații turistice. Studiu de caz: destinația turistică.....

8. Influența determinantilor personali ai turistului asupra alegerii unei destinații turistice. Studiu de caz: segmentul consumatorilor/ destinația turistică...
9. Percepții ale managerilor de pensiuni/ hoteluri etc. despre consumul de resurse naturale (apă, energie, deșeuri) în cadrul unităților de cazare turistică. Studiu calitativ
10. Atitudini/ Percepții/ Comportamente ale turiștilor privind economisirea resurselor naturale (energie, apă, colectarea selectivă a deșeurilor etc.) în cadrul unităților de cazare turistică. Studiu calitativ
11. Atitudini/ Percepții/ Comportamente ale turiștilor privind economisirea resurselor naturale (energie, apă, colectarea selectivă a deșeurilor etc.) în cadrul unităților de cazare turistică. Influența variabilelor demografice
12. Influența variabilelor demografice ale turiștilor asupra comportamentului de economisire a resurselor naturale în cadrul unităților de cazare turistică

#### **PSMK**

1. Evaluarea calității în serviciile educaționale/ medicale/ de comerț/ bancare etc.: utilizarea Casei calității ca instrument de îmbunătățire a calității în cadrul societății....
2. Un studiu asupra implementării Casei calității în etapa design-ului de produs/ introducerii pe piață a unui nou produs. Studiu de caz: societatea...
3. Aplicarea modelului Casa Calității pentru îmbunătățirea calității serviciilor oferite de societatea...
4. Evaluarea satisfacției consumatorilor prin utilizarea Casei calității. Studiu de caz:....
5. Poziționarea serviciilor educaționale (medicale, hoteliere, de comerț, bancare, culturale etc.) pe piață. Studiu de caz:....
6. Identificarea dimensiunilor calității serviciilor educaționale (medicale, hoteliere, de comerț, bancare, culturale etc.) dintr-o perspectivă a consumatorilor. Studiu calitativ.
7. Diagnosticarea zonei de toleranță pentru serviciile educaționale (medicale, hoteliere, de comerț, bancare, culturale etc.). Studiu de caz:.....
8. O scală de măsurare pentru evaluarea componentei

	<p>ecologice a calității serviciilor de....Studiu de caz: firma..</p> <p>9. Evaluarea așteptărilor consumatorilor față de redresarea serviciilor în cadrul unei firme. Studiu de caz: societatea...</p>
<p>17. Conf.dr. Ruxandra ALBU</p>	<p style="text-align: center;"><b>MSAT</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Responsabilitatea socială a companiilor (CSR) și dezvoltare durabilă. Studiu de caz.....</li> <li>2. Managementul destinațiilor turistice. Studiu de caz:.....</li> <li>3. Dezvoltarea durabilă a regiunii.....Realizarea Agendei 21 pentru.....</li> <li>4. Relația turism – mediu înconjurător. Studiu de caz la.....</li> <li>5. Perspectivele dezvoltării formelor alternative de turism (turismul orientat spre comunitățile locale - CBT, turismul orientat spre natură - NBT, ecoturism, turismul „pentru ajutorul populației sărace” - PPT, etc.) în România.</li> <li>6. Managementul agenției de turism. Studiu de caz.....</li> <li>7. Managementul dezvoltării turistice durabile. Studiu de caz....</li> <li>8. Managementul hotelier. Studiu de caz.....</li> <li>9. Studiu comparativ privind managementul dezvoltării turistice durabile: regiunile X și Y.</li> <li>10. Managementul schimbării atitudinilor în turism. Studiu de caz....</li> <li>11. Evaluarea potențialului turistic. Studiu privind posibilitatea dezvoltării turistice a regiunii....</li> <li>12. Animație în turism. Studiu de caz.....</li> </ol>
<p>18.Conf.dr. Alexis DAJ</p>	<p style="text-align: center;"><b>MSAT</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Importanța marketingului digital în industria turismului. Studiu de caz - Agenția de turism X.....</li> <li>2. Utilizarea marketingul mobil și a serviciilor LBS (Location-Based Services) în domeniul turismului. Studiu de caz - Agenția de turism X.....</li> <li>1. Evoluția cadrului economic și legislativ privind activitatea de comercializare a pachetelor de servicii turistice în România. Alegerea între reglementare guvernamentală și auto-reglementare. Studiu de caz - Situația insolvenței agenției de turism X.....</li> </ol>
<p>19.Lect.dr. Simona BĂLĂȘESCU</p>	<p style="text-align: center;"><b>MSREI</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Metode moderne de gestionare și control al stocurilor de mărfuri în cadrul producătorilor din Uniunea Europeană.</li> <li>2. Metode de măsurare a nivelului de servire logistică în afacerile internaționale.</li> <li>3. Importanța economică a transportului la nivel internațional.</li> </ol>

	<p>4. Logistica operațiilor de transport rutier din România și din Uniunea Europeană.</p> <p>5. Analiza operațiilor logistice în comerțul internațional.</p> <p>6. Logistica produselor agricole la nivelul Uniunii Europene</p> <p>7. Influența noilor tehnologii asupra organizării activităților logistice.</p> <p>8. Managementul lanțului de aprovizionare- livrare la nivelul companiilor multinaționale.</p>
<p>20. Lect.dr. Ovidiu ȚIEREAN</p>	<p style="text-align: center;"><b>MSREI</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Modalități de îmbunătățire a imaginii companiei ... în rândul clienților</li> <li>2. Strategii și tehnici de promovare a produselor/serviciilor companiei ...</li> <li>3. Strategii de marketing aplicate de instituțiile publice. Studiu de caz ...</li> <li>4. Strategii de marketing aplicate de ONG-uri. Studiu de caz ...</li> <li>5. Strategii de produs aplicate în industria constructoare de mașini. Studiu de caz ...</li> <li>6. Strategii de prețuri utilizate de magazinele online. Studiu de caz ...</li> <li>7. Strategii de produs utilizate în cadrul evenimentului Black Friday. Studiu de caz ...</li> <li>8. Comportamentul consumatorului privind ...</li> </ol>
<p>21. Lect.dr. Raluca TODOR</p>	<p style="text-align: center;"><b>MSREI</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Analiza strategiei de marketing a companiei X./ Soluții privind optimizarea activității companiei.</li> <li>2. Analiza politicii de produs a firmei X.</li> <li>3. Analiza politicii de preț a firmei X</li> <li>4. Analiza politicii de distribuție a firmei X</li> <li>5. Analiza politicii de promovare a firmei X</li> <li>6. Analiza activității de branding a companiei X.</li> </ol>