

**PROPUNERI TEME LICENȚĂ
MARKETING [ZI și ID]
ECONOMIA COMERȚULUI, TURISMULUI ȘI SERVICIILOR [ZI și ID] și
AFACERI INTERNAȚIONALE [ZI și ID]**

ÎNDRUMĂTOR	DENUMIREA TEMEI
<p>1.Prof.dr. Gabriel BRĂTUCU</p>	<p align="center">MK</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Metode de cercetare a pieței utilizate în marketingul electoral. 2. Strategii de comunicare politică utilizate în marketingul electoral. 3. Strategii ale mix-ului de marketing aplicate pe piața electorală din România. 4. Politici și strategii de comunicare aplicate în marketingul cultural. 5. Politici și strategii de prețuri/tarife aplicate în marketingul educațional. 6. Metode de cercetare a pieței utilizate în marketingul educațional. 7. Politici și strategii de comunicare utilizate în marketingul educațional. 8. Politici și strategii de distribuție/comunicare aplicate în marketingul sportiv. 9. Strategii de comunicare aplicate în marketingul ecologic. 10. Politici și strategii de distribuție/comunicare aplicate în marketingul religios/eceziastic. 11. Politici și strategii de comunicare aplicate în marketingul securității rutiere. 12. Metode/strategii de cercetare a pieței/de comunicare aplicate în marketingul sanitar. 13. Strategii de comunicare utilizate în mediul online. 14. Strategii de distribuție folosite pe piața medicamentelor din România. 15. Strategii de comunicare utilizate pe piața seviciilor de consultanță din România

ECTS

2. Prof.dr. Ana
ISPAS

1. Investigarea obiceiurilor de consum cultural și preferințelor privind serviciile culturale în rândul turiștilor. Studiu de caz ...
2. Investigarea obiceiurilor de consum cultural și preferințelor privind serviciile culturale în rândul populației rezidente. Studiu de caz: județul ...
3. Evaluarea percepției turiștilor cu privire la oferta culturală/ de petrecere a timpului liber/ de agrement etc. Studiu de caz ...
4. Evaluarea percepției rezidenților cu privire la oferta culturală/ de petrecere a timpului liber/ de agrement etc. Studiu de caz ...
5. Evaluarea percepției turiștilor cu privire la utilizarea produselor locale de la fermierii mici și mijlocii în consumul turistic. Studiu de caz ...
6. Evaluarea percepției rezidenților cu privire la utilizarea produselor locale de la fermierii mici și mijlocii în consumul turistic. Studiu de caz ...
7. Investigarea atitudinii populației locale cu privire la dezvoltarea turismului. Studiu de caz: localitatea X
8. Amenajarea/reamenajarea unei stațiuni turistice montane/ balneare/ de litoral/ arii protejate/ saline/ peșteri). Studiu de caz....
9. Amenajarea/reamenajarea turistică a unui oraș/centrul istoric al orașului. Studiu de caz....
10. Amenajarea/reamenajarea turistică în arealele periurbane. Studiu de caz....
11. Inovare și creativitate în politica de produs a organizațiilor din turism. Studiu exploratoriu în rândul firmelor de turism din sectorul ... (ex. hoteluri/pensiuni/restaurante/agenții de turism etc.)
12. Utilizarea tehnologiei informaționale pentru distribuția și promovarea produselor/serviciilor turistice. Studiu exploratoriu în rândul firmelor de turism din sectorul ... (ex. hoteluri/pensiuni/restaurante/agenții de turism etc.)
13. Identificarea cauzelor fluctuației mari a personalului angajat în firmele de turism, din perspectiva angajatorilor. Studiu exploratoriu în rândul firmelor de turism din sectorul ... (ex. hoteluri/pensiuni/restaurante/agenții de turism etc.)
14. Identificarea cauzelor fluctuației mari a personalului angajat în firmele de turism, din perspectiva angajaților. Studiu exploratoriu în rândul firmelor de turism din

	<p>sectorul ... (ex. hoteluri/pensiuni/restaurante/agenții de turism etc.)</p> <p>15. Examinarea relației dintre comportamentul angajaților și satisfacția consumatorilor în cadrul unui restaurant/hotel/ a unei agenții de turism etc. Studiu de caz ...</p>
3.Prof.dr. Georghe EPURAN	<p style="text-align: center;">MK</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Strategii de marketing în mediul online 2. WebPR și managementul reputației în mediul online 3. Tehnici de comunicare în mediul online 4. Strategii și tehnici publicitare în mediul online 5. Analiza pieței locale/naționale a vinurilor 6. Cercetarea comportamentului consumatorului în mediul online
4. Prof.dr. Cristinel CONSTANTIN	<p style="text-align: center;">MK + ECTS+AI</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Analiza activității comerciale dn cadrul Complexului Studentesc Colina Universității/Memorandumului. 2. Strategii de piață utilizate de firmele din domeniul 3. Strategii de piață utilizate de firmele prestatoare de servicii de 4. Strategii și tehnici de promovare a produselor (serviciilor) 5. Politici și strategii de distribuție pe piața 6. Politici și strategii de prețuri pe piața produselor (serviciilor) 7. Politici și strategii de produs în cadrul firmelor din domeniul. 8. Strategii asociate mix-ului produse - prețuri în cadrul firmelor 9. Coordonate ale activității de relații cu clienții în cadrul firmelor din domeniul 10. Monitorizarea satisfacției clienților în cadrul firmelor . . 11. Analiza influențelor mediului de marketing asupra activității firmelor din domeniul 12. Strategii de implementare a sistemelor informatice în cadrul firmelor 13. Analiza portofoliului de produse oferite de magazinele on-line din România. 14. Strategii de comunicare între agenții economici care activează pe piața afacerilor. 15. Analiza tehnicilor de promovare la locul vânzării utilizate de marile magazine din Brașov. 16. Analiza prezenței produselor în rețeaua de

	<p>comercializare din Braşov.</p> <p>17. Politici și strategii de produs utilizate de agențiile de turism din Braşov.</p> <p>18. Analiza portofoliului de produse oferite on-line de agențiile de turism din România.</p> <p>19. Cordonate ale turismului cultural/medical/balnear/etc. din zona</p> <p>20. Analiza tehnicilor de promovare on-line utilizate de firmele din domeniul</p> <p>21. Analiza campaniilor de promovare desfășurate pe posturile de televiziune/radio locale/naționale în perioada</p> <p>22. Tendințe ale pieței produselor din România</p> <p>23. Strategii de marketing utilizate de firmele din domeniul pentru pătrunderea pe o piață străină.</p> <p>24. Utilizarea strategiilor competitive de piață (Matricea Ansoff) de către firmele din domeniul</p> <p>25. Analiza rețelei de comercializare cu ridicata a produselor din municipiul Braşov.</p> <p>26. Cordonate ale rețelei de comercializare cu amănuntul în principalele cartiere din municipiul Braşov.</p> <p>27. Analiza activităților de distribuție fizică desfășurate de firmele din domeniul</p> <p>28. Particularități ale promovării produselor prin târguri și expoziții. Analiza principalelor manifestări expoziționale locale.</p> <p>29. Cordonate ale pieței serviciilor educaționale universitare din România.</p>
<p>5. Conf. dr. Dana BOȘCOR</p>	<p style="text-align: center;">AI</p> <p>1. Negocierea, contractarea și derularea operațiunilor de export, import în domeniul</p> <p>2. Strategiile de export adoptate de firme din domeniul pe piața</p> <p>3. Strategii de import adoptate de firme din domeniul</p> <p>4. Strategii de marketing adoptate de firme din domeniul</p> <p>5. Strategii de intrare pe piață adoptate de firme din domeniul</p> <p>6. Analiza operațiunilor de import și lohn în domeniul produselor industriale. Studiu de caz</p> <p>7. Influența intrării societăților multinaționale asupra economiilor țărilor gazdă.</p> <p>8. Politici și strategii de preț adoptate de firme din domeniul</p> <p>9. Politici și strategii de distribuție internațională în</p>

	<p>domeniul...</p> <ol style="list-style-type: none"> 10. Influența elementelor macromediului internațional asupra activității firmelor internaționale. Studiu de caz.... 11. Analiza posibilităților de export ale firmelor românești pe piețele externe. Studiu de caz..... 12. Selectarea piețelor externe. Strategii de intrare pe piață a firmelor din domeniul.... 13. Strategii de marketing global. Studiu de caz..... 14. Promovarea la export a produselor din domeniul 15. Mixul de marketing adoptat de firme din domeniul..... 16. Bariere la exportul produselor românești pe piețele externe. 17. Ghid de export pentru firme din domeniul.... pe piețele externe.... 18. Studiu comparativ a strategiilor de export adoptate de firme din domeniul.....
<p>6. Conf.dr. Nicolae MARINESCU</p>	<p style="text-align: center;">AI</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Analiza investițiilor directe americane / germane / franceze / olandeze / austriece etc. în România 2. Analiza comparativă a investiției greenfield vs. achiziția unei firme locale 3. Analiza pătrunderii firmelor românești pe piața externă în domeniul Y 4. Tendințe în comerțul internațional în domeniul Y 5. Modalități de creștere a competitivității sectorului IT din România 6. Modalități de creștere a competitivității produselor românești la export 7. Realizarea unui ghid de export pentru IMM românești pe piața Z 8. Rolul internetului pentru internaționalizarea IMM din turism 9. Implicațiile politicii comerciale din Uniunea Europeană în domeniul Y 10. Lupta pe piața internațională în domeniul Y între SUA/UE/Japonia
<p>7. Conf.dr. Anca MADAR</p>	<p style="text-align: center;">MK+ECTS</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Analiză comparativă între calitatea produselor realizate din materiale naturale și cele realizate din materiale sintetice (textile, încălțăminte, mobilier). Studiu de caz 2. Analiza evoluției calității produselor /serviciilor pe piața X. 3. Influența calității produselor /serviciilor asupra protecției consumatorilor. Studiu de caz.

	<p>4. Influența calității produselor /serviciilor asupra poziției pe piață a firmelor. Studiu de caz.</p> <p>5. Calitatea produselor /serviciilor în relație cu sănătatea consumatorilor. Studiu de caz.</p> <p>6. Analiza calității produselor /serviciilor similare pe piața X.</p> <p>7. Caracteristicile de calitate ale produselor /serviciilor element de baza al campaniilor de promovare. Studiu de caz.</p> <p>8. Implicațiile calității produselor /serviciilor asupra satisfacției clienților. Studiu de caz.</p>
<p>8. Conf. dr. Ioana CHIȚU</p>	<p style="text-align: center;">ECTS</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Politica de promovare în marketingul serviciilor/serviciilor publice (educație, sănătate, cultură, administrație publică etc.). 2. Instrumente de fidelizare a clienților utilizate în domeniul serviciilor (bancare, turistice etc.). 3. Specificul promovării în domeniul turismului. 4. Instrumente promoționale utilizate în promovarea destinațiilor turistice. 5. Relațiile publice și rolul lor în promovarea firmelor din domeniul ospitalității (alimentație publică/transport etc.). 6. Importanța tehnicilor de promovare a vânzărilor în domeniul bancar/turistic/etc. 7. Rolul reclamei în promovarea produselor bancare/turistice/ etc. <p style="text-align: center;">MK</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Politica de promovare pe piața produselor/serviciilor bancare/turistice/etc. 2. Politica de promovare pe piața brașoveană a serviciilor culturale. 3. Politica de comunicare în marketingul serviciilor/serviciilor publice (educație, sănătate, administrație publică, cultură etc.). 4. Instrumente de fidelizare a clienților. Studiu de caz piața serviciilor bancare/turistice/ etc. 5. Instrumente promoționale utilizate în promovarea produselor bancare/destinațiilor turistice/ etc.. 6. Relațiile publice și rolul lor în promovarea firmelor din domeniul (bancar/alimentație publică/comerț/ etc.) 7. Importanța tehnicilor de promovare a vânzărilor în

	<p>domeniul (bancar/alimentație publică/comerț/ etc.)</p> <ol style="list-style-type: none"> 8. Rolul reclamei în promovarea produselor bancare/turistice/ etc. 9. Modalități de promovare pe internet utilizate de firmele din domeniul..... 10. Sistemul multilevel marketing pe piața românească. 11. Activitatea de merchandising. (studiu de caz SC....) 12. Tehnici promoționale utilizate de marile unități comerciale. 13. Tehnici de promovare utilizate de marile magazine in perioadele de sarbători 14. Tehnici de promovare a vânzărilor utilizate de marile magazine (hipermagazine/magazine tip discount/etc.). 15. Campanii sociale realizate de firmele din domeniul.....
<p>9. Conf. dr. Marius BĂLĂȘESCU</p>	<p style="text-align: center;">ECTS</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Distribuția în domeniul bunurilor de consum/industriale/agricole 2. Decizii privind amplasarea unităților comerciale în domeniul retailului 3. Decizii privind imaginea oferită de firmele din sectorul de retail 4. Decizii privind politica de produs a firmelor din domeniul comerțului detailist 5. Decizii privind asimilarea noilor produse de către firmele din industria de retail 6. Decizii cu privire la modalitățile de stabilire a prețurilor în industria de retail 7. Decizii cu privire la mixul promoțional al firmelor din domeniul comerțului detailist 8. Forța de vânzare în domeniul de retail/servicii de piață 9. Tehnici de merchandising în domeniul comerțului modern 10. /tradițional/specializat 11. Decizii cu privire la organizarea spațiului de vânzare și a vânzării în industria de retail 12. Construcția mărcilor private în sectorul comerțului românesc 13. Strategii de brand în industria bunurilor de consum 14. Analiza nivelului de servire în industria de retail 15. Analiza sistemelor de franciză din comerțul românesc. 16. Leasingul în comerțul românesc 17. Analiza elementelor de identitate și imagine în domeniul retailului/serviciilor de consum

- 18.Strategii de piață în comerțul modern versus comerțul tradițional
- 19.Planul de afaceri-instrument în crearea/dezvoltarea unei activități comerciale
- 20.Comerțul on line versus off line în domeniul bunurilor /serviciilor de piață. Evolutii și tendințe.
- 21.Influența subliminalului în luarea deciziilor de cumpărare în retail
- 22.Analiza problemelor de etică în vânzări în retailul românesc versus retailul străin.
- 23.Analiza elementelor de identitate și imagine în sectorul organizațiilor profit/ nonprofit.
- 24.Analiza nivelului de servire a clientului în domeniul comerțului tradițional.
- 25.Politici și strategii de produs în domeniul retailului turistic.
- 26.Tehnici moderne de promovare utilizate de către agențiile de turism.
- 27.Strategii de vânzare personală (comerț, turism, servicii).
- 28.Implicațiile social media în domeniul retailului românesc.
- 29.Influența noilor tehnologii asupra organizării comerțului de gros/de detail.
- 30.Evoluții și tendințe ale comerțului de tip Multi Level Marketing.
- 31.Cercetarea științifică în comerțul românesc.

MK

1. Analiza obiceiurilor de cumpărare și utilizare pe piața bunurilor/serviciilor de consum.
2. Notorietatea mărcilor/produselor/serviciilor pe piața bunurilor/serviciilor de consum.
3. Analiza activităților de marketing de creare, lansare și susținere a bunurilor/serviciilor pe piața bunurilor/serviciilor de consum /bunurilor și serviciilor de afaceri.
4. Segmentarea-condiție a unor strategii de marketing eficiente în domeniul bunurilor/serviciilor de consum.
5. Segmentarea piețelor industriale.
6. Poziționarea pe piața bunurilor/serviciilor de consum.
7. Analiza construcției de marcă în industria de retail.
8. Strategia brandurilor private (de magazin).
9. Politica de produs în domeniul bunurilor /serviciilor de piață /industriale.

	<p>10. Distribuția în domeniul bunurilor/serviciilor de piață /industriale.</p> <p>11. Politica de preț în domeniul bunurilor/serviciilor de piață /industriale.</p> <p>12. Politica de promovare în domeniul bunurilor/serviciilor de piață /industriale.</p> <p>13. Marketingul ambalajelor în industria bunurilor de consum.</p> <p>14. Strategii de marketing urban –conceptul de smart city.</p> <p>15. Marketingul campaniilor de imagine/campaniilor sociale.</p> <p>16. Marketingul promoțiilor în domeniul piețelor de retail.</p> <p>17. Strategii de marketing medical în sectorul public versus sectorul privat.</p> <p>18. Strategii de marketing educațional în domeniul preuniversitar/universitar.</p> <p>19. Analiza elementelor de identitate și imagine în sectorul organizațiilor nonprofit.</p> <p>20. Comunicarea prin elementele de identitate vizuală ale organizațiilor profit/nonprofit.</p> <p>21. Strategii de marketing în domeniul organizațiilor publice.</p> <p>22. Analiza mediului de marketing în domeniul industriei de retail.</p> <p>23. Implicațiile și efectele strategiilor de marketing asupra ciclului de viață al produselor/serviciilor de piață/bunurilor de afaceri.</p> <p>24. Influența subliminalului în luarea deciziilor de cumpărare.</p> <p>25. Strategii de marketing ale comerțului modern versus comerț tradițional.</p> <p>26. Marketingul spațiilor de vânzare.</p> <p>27. Strategii de piață în domeniul Multi Level Marketing.</p> <p>28. Politici și strategii în domeniul marketingului agricol/produselor agroalimentare.</p> <p>29. Strategii de marketing aplicate pe piața imobiliară</p>
	<p style="text-align: center;">MK</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Politici și strategii de marketing pe piața produselor farmaceutice/ lactate/ din carne/ de patiserie/ de panificație/.../ din Brașov/ România/... 2. Politici și strategii de marketing pe piața serviciilor medicale/ educaționale/ culturale/ bancare/ turistice/

10.Conf.dr. Alina
TECĂU

- de înfrumusețare/.../ din Brașov/ România/...
3. Strategii de promovare pe piața produselor farmaceutice/ lactate/ din carne/ de patiserie/ de panificație/.../ din Brașov/ România/ Transilvania/...
 4. Strategii de promovare pe piața serviciilor medicale/ educaționale/ culturale/ turistice/ de înfrumusețare/.../ din ...
 5. Tehnologii moderne utilizate în cercetarea de marketing din România
 6. Cercetări în domeniul neuromarketingului realizate în România
 7. Aspecte referitoare la utilizarea neuromarketingului în România
 8. Marketingul experiențial în România
 9. Utilizarea marketingului experiențial pe piața produselor/ serviciilor ...
 10. Analiza pieței produselor ecologice din România/ Brașov/...
 11. Politici și strategii de marketing pe piața produselor de lux din România/ Brașov/...
 12. Metode neconvenționale de publicitate utilizate pe piața produselor .../ din România/ Brașov/...
 13. Utilizarea tehnicilor de guerrilla marketing pe piața produselor .../ din România/ Brașov/...
 14. Politici și strategii de promovare a evenimentelor culturale din Brașov
 15. Organizarea și promovarea evenimentelor pe piața brașoveană
 16. Marketingul evenimentelor pe piața brașoveană
 17. Specificul activităților de marketing desfășurate de administrațiile publice/ organizațiile publice
 18. Politici și strategii de marketing utilizate în marketingul pentru mass-media
 19. Comportamentul consumatorului de produse .../ servicii...
 20. Strategii de marketing online. Studiu de caz.....
 21. Specificul comportamentului de cumpărare și consum al copiilor
 22. Specificul campaniilor de promovare adresate copiilor/ adolescenților/....
 23. Specificul strategiilor de marketing utilizate în cadrul sistemelor de tip MLM piața românească
 24. Sistemul MLM în domeniul pe piața românească/ brașoveană/ ...

	<p>25. Comerțul electronic în domeniul.....</p> <p>26. Cultura organizațională în cadrul firmelor de distribuție/ servicii/ turism din Brașov</p> <p>27. Tehnici de promovare utilizate pe piața produselor de bricolaj/ .../ din Brașov/ ...</p> <p>28. Specificul activităților de marketing desfășurate de ONG-urile din Brașov/</p> <p>29. Specificul activităților de promovare a evenimentelor culturale/ sportive/.../ din Brașov</p>
<p>11.Conf.dr. Oana BĂRBULESCU</p>	<p style="text-align: center;">AI</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Analiză comparativă a condițiilor de emitere a SGB (scrisorii de garanție bancară) impuse de băncile de pe piața românească. 2. Analiza condițiilor de deschidere a AD (acreditivului documentar) solicitate de bănci firmelor importatoare. 3. Examinarea condițiilor de finanțare prin leasing impuse de societățile de leasing importatorilor români. 4. Analiza alternativelor oferite de băncile din România în finanțarea activității exportatorilor români. 5. Constituirea unei societăți comerciale – prima etapă în demararea antreprenoriatului. 6. Identificarea oportunităților de finanțare existente pe piață, factor cheie pentru inițierea unei afaceri din domeniul X. 7. Rolul CA (Consiliului de Administrație) în funcționarea unei SA (Societăți pe acțiuni). 8. Negocierea contractelor internaționale în mediul on line. 9. Promovarea internațională a produselor din domeniul...în mediul on line. 10. Strategii de intrare pe piața românească adoptate de firmele străine din domeniul... 11. Strategii de intrare pe piețele străine adoptate de firmele românești din domeniul... 12. Mixul de marketing adoptat de firmele din domeniul... 13. Politici și strategii de produs /preț/distribuție/promovare adoptate de firmele românești din domeniul...pe piețele străine. 14. Politici și strategii de produs /preț/distribuție/promovare adoptate de firmele străine din domeniul...pe piețele românești.

	15. Elaborarea unui ghid ce cuprinde metode și tehnici de combatere a riscului valutar pentru firmele de comerț exterior.
12. Conf.dr. Codruța BĂLTESCU	<p style="text-align: center;">ECTS</p> <p>1.Dezvoltarea turismului (montan, balnear, litoral, de evenimente, urban, culinar, ecvestru, cultural, pentru tineret, medical, de aventură, viticol, rural,) într-o localitate, județ, regiune.</p> <p>2.Politica de produs a firmelor de turism (unități de cazare, unități de alimentație, agenții de turism, firme de transporturi turistice, ...).</p> <p>3.Evoluția comportamentului de consum turistic în contextul dezvoltării tehnologiilor informaționale.</p> <p>4.Comunicarea online în industria hotelieră.</p> <p>5.Dezvoltarea sustenabilă a firmelor de turism (unități de cazare, unități de alimentație, agenții de turism, firme de transporturi turistice,...).</p> <p>6.Îmbunătățirea competitivității agențiilor de turism tradiționale.</p> <p>7. Rolul agențiilor de turism incoming în dezvoltarea unei destinații turistice.</p> <p>8.Analiza review-urilor formulate online de către clienți – element al îmbunătățirii managementului firmelor de turism.</p>
13. Conf.dr. Andreea NEACȘU	<p style="text-align: center;">MK</p> <p>1. Analiză comparativă între produsele naturale și produsele modificate genetic (avantaje și riscuri). Studiu de caz.</p> <p>2. Politici și strategii de marketing utilizate pe piața produselor alimentare. Studiu de caz.</p> <p>3. Analiza evoluției protecției consumatorilor pe piața X.</p> <p>4. Studiu privind implementarea unui sistem de securitate alimentară. Studiu de caz.</p> <p>5. Rolul și implicațiile aditivilor alimentari pe piața produselor Y.</p> <p>6. Politici și strategii de marketing aplicate în marketingul ecologic/sportiv. Studiu de caz.</p> <p>7. Strategii de marketing utilizate pe piața X.</p> <p>8. Strategii ale mix-ului de marketing pe piața X.</p> <p>9. Strategii și tehnici de promovare a produselor /serviciilor utilizate pe piața X.</p> <p>10. Politici și strategii de distribuție pe piața X.</p> <p>11. Politici și strategii de prețuri pe piața X.</p> <p style="text-align: center;">ECTS</p>

1. Analiză comparativă între produsele naturale și produsele modificate genetic (avantaje și riscuri). Studiu de caz.
2. Politici și strategii de marketing utilizate pe piața produselor alimentare. Studiu de caz.
3. Analiza evoluției protecției consumatorilor pe piața X.
4. Studiu privind implementarea unui sistem de securitate alimentară. Studiu de caz.
5. Rolul și implicațiile aditivilor alimentari pe piața produselor X.
6. Strategii de marketing utilizate pe piața X.
7. Strategii ale mix-ului de marketing pe piața X.
8. Strategii și tehnici de promovare a produselor /serviciilor utilizate pe piața X.
9. Politici și strategii de distribuție pe piața X.
10. Politici și strategii de prețuri pe piața X.

AI

1. Politici și strategii de marketing utilizate pe piața transporturilor (studiu de caz: firma X).
2. Analiză comparativă privind strategiile de promovare practicate de către firma X și firma Y (studiu de caz: firma X și firma Y).
3. Politici/strategii de marketing utilizate pe piața asigurărilor (studiu de caz: firma X).
4. Rolul și implicațiile transporturilor internaționale pe piața X.
5. Analiză comparativă privind strategiile de atragere a clienților practicate de către firma X și firma Y pe piața asigurărilor.
6. Analiză comparativă a diferitelor tipuri de transport practicate pe piața X.
7. Strategii de transport practicate pe piața X.
8. Strategii de calitate practicate pe piața X.
9. Politici și strategii de marketing aplicate în marketingul ecologic/sportiv/cultural.
10. Analiza mix-ului de marketing în domeniul transporturilor.
11. Strategii de promovare utilizate pe piața transporturilor.
12. Strategii de promovare utilizate pe piața asigurărilor.
13. Strategii de Produs/Distribuție/Preț/Promovare pe piața X.
14. Strategii de optimizare a activităților de transport pe piața X.
15. Strategii de marketing aplicate pe piața culturală/sportivă/educatională/etc.

<p>14. Conf.dr. Bianca TESCAȘIU</p>	<p style="text-align: center;">AI</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Politica industrială a UE. Consecințele acestei politici pentru Romania 2. Politica transporturilor în UE. Rolul Romaniei in Rețele de Transport Transeuropene 3. Politica comercială în UE. Rolul comercial al Romaniei în Uniunea Europeana 4. Politica monetară în UE. Romania și moneda EURO 5. Politica bugetară în UE. Elemente specifice ale bugetului UE 6. Politica mediului în UE. Adaptarea politicii de mediu în dezvoltarea economică durabilă 7. Politica regională a UE. Implicațiile Politicii Regionale în rezolvarea decalajelor economice ale statelor membre UE. 8. Politica Agricolă Comună. Reforma PAC 9. Extinderea UE. Caracterizarea stadiului actual al extinderii UE. 10. Institutii europene. 11. Piața Unică europeană. Reprezentativitatea Pieței Unice în economia mondială. 12. Strategii de piață. Studiu al strategiilor de piață aplicate de firma X 13. Politici de marketing la nivelul firmelor din ... (un domeniu, un sector). Studiu la firma X 14. Strategii de Produs/Distribuție/Preț/Promovare ale firmei X. 15. Mixul de marketing la firma X 16. Elemente definitorii ale poziționării produsului X. 17. Organizarea activității de marketing la firma X. 18. Politici macroeconomice in context global. Studiu de caz 19. Globalizarea. Implicatii ale globalizarii 20. Integrarea internationala. Structuri de integrare la nivel mondial
<p>15. Conf.dr. Adina CANDREA</p>	<p style="text-align: center;">ECTS</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Locul turismului în economia unei țări. 2. Dezvoltarea turismului (cultural/rural/de aventură/sportiv/montan/litoral/balnear etc.) în destinația/județul/țara

	<ol style="list-style-type: none"> 3. Managementul ecoturismului în ariile protejate din 4. Minimizarea impactului activităților turistice asupra mediului înconjurător în destinația/zona/aria protejată... 5. Managementul turismului rural sau agroturismului în localitatea/județul 6. Perspectivele atragerii turistilor internaționali în România prin dezvoltarea turismului ... (cultural/rural/sportiv/montan/litoral/balnear etc.). 7. Managementul fluxurilor de vizitatori într-o arie protejată din România. 8. Interpretarea naturii și culturii în destinațiile turistice rurale/cu potențial ecoturistic. 9. Dezvoltarea durabilă a turismului în destinația 10. Perspectivele diversificării serviciilor turistice/formelor de turism în destinația/județul în vederea reducerii sezonității activității turistice. 11. Dezvoltarea și promovarea unor noi forme de turism (în România sau în anumite zone). 12. Rolul serviciilor de agrement în relansarea unei stațiuni montane/litorale/balneare din România. 13. Implicațiile turismului de evenimente în dezvoltarea destinației/județului 14. Valorificarea patrimoniului (etnografic, istoric, natural) al localității prin dezvoltarea turismului (montan, rural, cultural). 15. Amenajarea turistică a destinației/zonei
<p>16. Conf. dr. Elena UNTARU</p>	<p style="text-align: center;">ECTS+MK</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Calitatea serviciilor educaționale (medicale, hoteliere, de comerț, bancare, culturale etc.) și impactul său asupra satisfacției/ loialității/ intențiilor comportamentale ale consumatorilor. Studiu de caz: segmentul de consumatori.../ o analiză comparativă a serviciilor/ segmentelor de consumatori x și y. 2. Evaluarea calității serviciilor publice din municipiul Brașov dintr-o perspectivă a consumatorilor. 3. O evaluare a calității serviciilor de transport public din municipiul Brașov dintr-o perspectivă a consumatorilor. Studiu de caz: segmentul de consumatori... 4. O evaluare a calității personalului de contact în cadrul organizațiilor prestatoare de servicii din domeniul..... Studiu de caz: domeniul.../ segmentul/ o analiză

comparativă a două segmente de consumatori.

5. Calitatea îngrijirii pacienților în cadrul spitalelor de stat vs. private din România. Studiu comparativ (între două unități, între două segmente de consumatori)
6. Utilizarea hărții serviciului pentru dezvoltarea unor noi servicii/ îmbunătățirea calității serviciilor educaționale (medicale, hoteliere, de comerț, bancare, culturale etc.). Studiu de caz: ...
7. Evaluarea calității mediului fizic al unei organizații prestatoare de servicii din domeniul.... Studiu de caz: domeniul/ segmentul/ analiza comparativă a două segmente de consumatori.
8. Efectele mediului fizic al unei organizații prestatoare de servicii din domeniul... asupra satisfacției/ loialității/ intențiilor comportamentale ale consumatorilor. Studiu de caz: domeniul/ segmentul/ analiza comparativă a două segmente de consumatori.
9. Efectele mediului fizic al unei organizații prestatoare de servicii din domeniul... asupra satisfacției/ eficienței și productivității personalului de contact. Studiu de caz: domeniul.../ studiu comparativ.
10. Rolul condițiilor ambientale (muzică/ temperatură/ culoare/ zgomot/ miros etc.) în cadrul mediului fizic al unei firme prestatoare de servicii din domeniul.... Studiu de caz: domeniul/ segmentul/ analiza comparativă a două segmente de consumatori.
11. Impactul muzicii/ culorilor/ temperaturii/ mirosului/ zgomotului etc. asupra satisfacției/ loialității/ intențiilor comportamentale ale consumatorilor unei firme prestatoare de servicii din domeniul.... Studiu de caz: domeniul/ segmentul/ analiza comparativă a două segmente de consumatori.
12. Impactul muzicii/ culorilor/ temperaturii/ mirosului/ zgomotului etc. asupra experienței de consum în cadrul unei firme prestatoare de servicii din domeniul.... Studiu de caz: domeniul/ segmentul/ analiza comparativă a două segmente de consumatori.
13. Rolul atmosferei în cadrul unei firme prestatoare de servicii din domeniul...și evaluarea impactului său asupra satisfacției/ loialității/ intențiilor comportamentale ale consumatorilor. Studiu de caz: domeniul/ segmentul/ analiza comparativă a două segmente de consumatori.
14. Efectul atmosferei asupra percepției consumatorilor și

răspunsuri comportamentale ale acestora în cadrul magazinelor de tip... Studiu de caz: domeniul/segmentul/ analiza comparativă a două segmente de consumatori.

15.Impactul aglomerației asupra satisfacției și/ sau intenției de cumpărare și răspunsuri de apropiere/ evitare a consumatorilor în cadrul unei firme prestatoare de servicii. Studiu de caz: domeniul/segmentul/ analiza comparativă a două segmente de consumatori.

16.Impactul mediului fizic al unei firme prestatoare de servicii asupra consumatorilor și angajaților. Studiu de caz:... Studiu de caz: domeniul / segmentul/ analiza comparativă a două segmente de consumatori.

17.Efectele mediului fizic și al comportamentului angajaților asupra percepției consumatorilor despre calitatea serviciilor unei firme prestatoare de servicii din domeniul... Studiu de caz: domeniul / segmentul/ analiza comparativă a două segmente de consumatori.

18.Efectul mirosului/ muzicii/ culorilor/ temperaturii/ zgomotului asupra comportamentelor de apropiere și interacțiunilor sociale ale consumatorilor unei organizații prestatoare de servicii din domeniul... Studiu de caz... Studiu de caz: domeniul/ segmentul/ analiza comparativă a două segmente de consumatori.

19.Impactul design-ului unui site web al unui magazin online asupra satisfacției consumatorilor. Studiu de caz:.... Studiu de caz: domeniul/ segmentul/ analiza comparativă a două segmente de consumatori.

20.Investigarea efectului experienței consumatorilor asupra satisfacției, angajamentului și loialității acestora în cadrul unei organizații prestatoare de servicii din domeniul... Studiu de caz: domeniul/ segmentul/ analiza comparativă a două segmente de consumatori.

21.O examinare a relației dintre comportamentul angajaților și satisfacția consumatorilor în cadrul unei organizații prestatoare de servicii din domeniul... Studiu de caz: domeniul/ segmentul/ analiza comparativă a două segmente de consumatori.

22.Rolul participării consumatorilor în redresarea serviciilor unei organizații prestatoare de servicii din domeniul... Studiu de caz: domeniul/ segmentul/ analiza comparativă a două segmente de consumatori.

23.Un studiu asupra relației dintre redresarea serviciilor

	<p>unei organizații prestatoare de servicii din domeniul... și satisfacția/ loialitatea/ intențiile comportamentale ale consumatorilor. Studiu de caz: domeniul/ segmentul/ analiza comparativă a două segmente de consumatori.</p> <p>24.Redresarea serviciilor în cadrul unei organizații prestatoare de servicii din domeniul... Studiu de caz: segmentul/ analiza comparativă a două segmente de consumatori</p> <p>25.Evaluarea strategiilor de redresare a serviciilor din domeniul.... dintr-o perspectivă a consumatorilor. Studiu de caz: domeniul/ segmentul/ analiza comparativă a două segmente de consumatori.</p> <p>26.Efectul garanțiilor asupra evaluării serviciilor de către consumatori. Studiu de caz: domeniul.../ segmentul/ analiza comparativă a două segmente de consumatori</p> <p>27.Efectul garanțiilor asupra calității serviciilor, satisfacției și/ sau loialității consumatorilor. Studiu de caz: domeniul.../ segmentul/ analiza comparativă a două segmente de consumatori</p> <p>28.Evaluarea oportunității introducerii unor garanții pentru creșterea satisfacției și/ sau loialității consumatorilor. Studiu de caz: domeniul.../ segmentul/ analiza comparativă a două segmente de consumatori</p> <p>29.Efectul garanțiilor asupra riscului perceput de către consumatori în achiziționarea serviciilor. Studiu de caz: domeniul.../ segmentul/ analiza comparativă a două segmente de consumatori</p> <p>30.Evaluarea calității redresării serviciilor de... dintr-o perspectivă a consumatorilor. Studiu de caz: domeniul.../ segmentul/ analiza comparativă a două segmente de consumatori</p> <p>31.Analiza și previziunea evoluției serviciilor educaționale (medicale, hoteliere, de comerț, bancare, culturale etc.). Studiu de caz: țara (județul, zona).....</p> <p>32.Locul și rolul serviciilor educaționale (medicale, hoteliere, de comerț, bancare, culturale etc.) în dezvoltarea economico-socială a unei țări. Studiu de caz: țara (județul, zona).....</p>
<p>17.Conf.dr. Ruxandra ALBU</p>	<p style="text-align: center;">ECTS</p> <p>1. Tendințe în managementul resurselor umane practicat în cadrul firmelor din România.</p> <p>2. Cultura organizațională în cadrul firmelor din domeniul serviciilor (turism, educație, sănătate...).</p>

	<ol style="list-style-type: none"> 3. Sistemul motivațional în cadrul firmelor din domeniul serviciilor (turism, educație, sănătate...). 4. Rolul leadership-ului în performanța organizațională 5. Impactul leadershipului asupra performanței organizaționale în România 6. Cultura organizațională – element cheie pentru succesul unei afaceri 7. Motivarea resurselor umane 8. Resursele umane – importanța și rolul lor în succesul organizațiilor 9. Studiu comparativ privind managementul resurselor umane practicat de firmele X și Y. 10. Studiu privind posibilitatea dezvoltării turistice a regiunii.... 11. Managementul mediului în cadrul firmelor din domeniul serviciilor. 12. Responsabilitatea socială a companiilor (CSR). 13. Tendințe în evoluția managementului serviciilor (turismului, comerțului) la nivel național/regional. 14. Dezvoltarea ecoturismului. O analiză a regiunii 15. Studiu comparativ privind managementul dezvoltării turistice: regiunile X și Y. 16. Strategii de dezvoltare în cadrul firmelor din domeniul serviciilor.
<p>18. Conf.dr. Alexis DAJ</p>	<p style="text-align: center;">MK+ECTS+AI</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Tendințe în marketingul contemporan: Importanța rețelelor sociale și a IoT (Internet of Things). 2. Utilizarea comunicațiilor electronice în marketingul modern. Studiu de caz - Folosirea instrumentelor de marketing digital pe piața X. 3. Analiza pieței comunicațiilor electronice în Uniunea Europeană -Opțiuni strategice în contextul cadrului de reglementare al UE 1. Mediul concurențial internațional pe piața telecomunicațiilor - Studiu comparativ: piața comunicațiilor electronice din UE și din SUA
<p>19. Lect.dr. Simona BĂLĂȘESCU</p>	<p style="text-align: center;">AI</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Strategii de comunicare și negociere la nivelul companiilor multinaționale. 2. Negocierea în domeniul serviciilor de asigurări. 3. Strategii de marketing ale marilor companii de distribuție internațională.

4. Distribuția bunurilor de larg consum în țările Uniunii Europene.
5. Tehnici de negociere aplicate la nivelul firmelor de comerț care acționează pe piața Uniunii Europene.
6. Negocierea contractelor în domeniul transporturilor internaționale.
7. Stiluri de negociere în culturile înalt contextuale.
8. Stiluri de negociere în culturile slab contextuale.
9. Administrarea procesului de negociere la nivelul firmelor din domeniul bancar din România și din Uniunea Europeană.
10. Tehnici și tactici de manipulare în negocierea contractelor comerciale internaționale.

MK

1. Dezvoltarea serviciilor logistice la nivelul operatorilor de tip cash & carry.
2. Tendințe în dezvoltarea serviciilor logistice în cadrul firmelor de comerț cu ridicata.
3. Tendințe în dezvoltarea serviciilor logistice în cadrul firmelor de comerț cu amănuntul.
4. Inovatia în comerțul cu amănuntul.
5. Inovatia în domeniul transporturilor.
6. Inovatia în domeniul depozitării.
7. Managementul activităților de distribuție la nivelul producătorilor de mărfuri alimentare.
8. Strategii de servire logistică la nivelul producătorilor industriali.
9. Analiza sistemului logistic de distribuție pe piața produselor bio din România și din Uniunea Europeană.
10. Importanța mărcilor private în comerțul românesc.
11. Influența tehnicilor subminale de marketing asupra consumatorilor.
12. Modalități de optimizare a servirii logistice pe piața auto din România.
13. Evaluarea impactului proceselor și activităților de inovare asupra comercianților cu amănuntul și a consumatorilor din România prin metode și tehnici de marketing.
14. Marketingul marilor retailerilor/ Soluții de marketing pentru companiile de retail din România
15. Metode de optimizare a activităților în cadrul canalului de aprovizionare și vânzare la nivelul producătorilor

	<p>industriali.</p> <p style="text-align: center;">ECTS</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Strategii de creștere a competitivității firmelor prestatoare de servicii. 2. Analiza și evaluarea operațiunilor logistice la nivelul firmelor de turism/de comerț. 3. Strategii de optimizare a activităților canalului logistic în cazul distribuției bunurilor de consum/industriale. 4. Metode de obținere și utilizare a informațiilor în retail. 5. Strategii de piață ale micului comerciant independent. 6. Strategii de amplasare a magazinului. 7. Soluții de marketing pentru comerțul/turismul din România. 8. Influența inovației și tehnologiei asupra dezvoltării comerțului/ turismului din România. 9. Strategii de servire la nivelul firmelor prestatoare de servicii. 10.Strategii de amplasare a marilor magazine. 11.Analiza pieței europene a produselor organice. 12.Creșterea competitivității organizaționale și a satisfacției clienților printr-un management eficient al activităților logistice în turismul românesc. 13.Segmentarea piețelor de consum din România. 14.Sisteme și forme de comerț pe plan mondial și în România. 15.Influența noilor tehnologii asupra organizării comerțului de gros/de detail.
<p>20.Lect.dr. Raluca TODOR</p>	<p style="text-align: center;">AI</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Politici si strategii de marketing utilizate de firme in domeniu.... 2. Politici si strategii de marketing international utilizate de firme din domeniul... 3. Politici si strategii de produs utilizate de firme din domeniu... 4. Politici si strategii de pret utilizate de firme din domeniul.... 5. Politici si strategii de distributie utilizate de firme din domeniul... 6. Politici si strategii promotionale utilizate de firme din domeniul.... 7. Impactul investitiilor straine asupra dezvoltarii

	<p>domeniului ...</p> <p>8. Analiza fenomenului de dezinvestire si repercursiuni la nivel macroeconomic.</p> <p>9. Impactul crizei economice asupra investitiilor straine in tara X.</p> <p>10.Impactul crizelor economice asupra firmelor din domeniul.... Studiu de caz.....</p>
21.Lect.dr. Ovidiu Țierean	<p style="text-align: center;">AI</p> <p>1. Analiză comparativă privind strategiile de promovare practicate pe piața...</p> <p>2. Analiza comparativă a site-urilor companiilor din sectorul...</p> <p>3. Strategii de marketing aplicate de instituțiile publice</p> <p>4. Strategii de marketing aplicate de ONG-uri</p> <p>5. Strategii de produs aplicate în industria constructoare de mașini</p> <p>6. Tehnici promoționale aplicate pe internet</p> <p>7. Tehnici de promovare și comunicare prin social media ale companiilor din sectorul...</p> <p>8. Strategii de prețuri utilizate de magazinele online</p> <p>9. Strategii de produs utilizate în cadrul evenimentului Black Friday</p> <p>10. Plasarea de produse în cadrul show-urilor de televiziune</p>
22.Lect.dr. Titus SUCIU	<p style="text-align: center;">ECTS</p> <p>1. Amenajarea turistică a Masivului Ciucas. Plan de afaceri pentru.....</p> <p>2. Amenajarea turistică a Masivului Piatra Craiului. Plan de afaceri pentru.....</p> <p>3. Amenajarea turistică a Masivului Bihor. Plan de afaceri pentru.....</p> <p>4. Amenajarea turistică a localității Racoș. Present si perspective. Plan de afaceri pentru.....</p>
	<p style="text-align: center;">AI</p> <p>1.Utilizarea indicilor bursiei pentru investiția pe bursele de valori din România, Ungaria și Slovacia.</p> <p>2. Listarea Fondului Proprietatea pe Bursa de Valori din Londra. Etape, condiții, consecințe.</p>