

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/ecclesiastic. 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 serviciilor de consultanță din România

ECTS+MK

2. Prof.dr. Ana
ISPAS

1. Identificarea și amenajarea unui traseu turistic cu zone de liniște (silent routes) în județul Brașov.
2. Amenajarea/ dezvoltarea integrată a turismului durabil de-a lungul râului Olt. Studiu de caz: județul Brașov.
3. Dezvoltarea infrastructurii de marcare și informare turistică pe Ruta Fortificațiilor din județul Brașov.
4. Identificarea nevoilor de infrastructură, marcare și informare turistică pentru crearea unei rute gastronomice în județul Brașov.
5. Investigarea obiceiurilor de consum cultural și preferințelor privind serviciile culturale în rândul turiștilor. Studiu de caz ...
6. Investigarea obiceiurilor de consum cultural și preferințelor privind serviciile culturale în rândul populației rezidente. Studiu de caz: județul ...
7. Evaluarea percepției turiștilor cu privire la oferta culturală/ de petrecere a timpului liber/ de agrement etc. Studiu de caz ...
8. Evaluarea percepției rezidenților cu privire la oferta culturală/ de petrecere a timpului liber/ de agrement etc. Studiu de caz ...
9. Evaluarea percepției turiștilor cu privire la utilizarea produselor locale de la fermierii mici și mijlocii în consumul turistic. Studiu de caz ...
10. Evaluarea percepției rezidenților cu privire la utilizarea produselor locale de la fermierii mici și mijlocii în consumul turistic. Studiu de caz ...
11. Investigarea atitudinii populației locale cu privire la dezvoltarea turismului. Studiu de caz: localitatea X
12. Amenajarea/ reamenajarea unei stațiuni turistice montane/ balneare/ de litoral/ arii protejate/ saline/ peșteri). Studiu de caz....
13. Amenajarea/ reamenajarea turistică a unui oraș/centrul istoric al orașului. Studiu de caz....
14. Amenajarea/ reamenajarea turistică în arealele periurbane. Studiu de caz....
15. 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.)
16. Examinarea relației dintre comportamentul angajaților și satisfacția consumatorilor. Studiu exploratoriu la nivelul unui sector din industria ospitalității (hotelier,

	de alimentație, organizator de călătorii etc.) din România/ Brașov/ altă zonă.
3.Prof.dr. Georghie 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 comercializare din Brașov. 17. Politici și strategii de produs utilizate de agențiile de

	<p>turism din Braşov.</p> <ol style="list-style-type: none"> 18. Analiza portofoliului de produse oferite on-line de agențiile de turism din România. 19. Cordonate ale turismului cultural/medical/balnear/etc. din zona 20. Analiza tehnicilor de promovare on-line utilizate de firmele din domeniul 21. Analiza campaniilor de promovare desfășurate pe posturile de televiziune/radio locale/naționale în perioada 22. Tendințe ale pieței produselor din România 23. Strategii de marketing utilizate de firmele din domeniul pentru pătrunderea pe o piață străină. 24. Utilizarea strategiilor competitive de piață (Matricea Ansoff) de către firmele din domeniul 25. Analiza rețelei de comercializare cu ridicata a produselor din municipiul Braşov. 26. Cordonate ale rețelei de comercializare cu amănuntul în principalele cartiere din municipiul Braşov. 27. Analiza activităților de distribuție fizică desfășurate de firmele din domeniul 28. Particularități ale promovării produselor prin târguri și expoziții. Analiza principalelor manifestări expoziționale locale. 29. Cordonate ale pieței serviciilor educaționale universitare din România.
<p>5.Prof.dr. Anca MADAR</p>	<p style="text-align: center;">MK+ECTS</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Influența calității produselor/serviciilor asupra sănătății consumatorilor pe piața X. 2. Analiza calității produselor /serviciilor similare, pe piața X. 3. Caracteristicile de calitate ale produselor /serviciilor element de baza al campaniilor de promovare, pe piața X. 4. Implicațiile calității produselor/serviciilor asupra satisfacției clienților pe piața X. 5. Calitatea produselor, element de dezvoltare sustenabilă a firmelor de pe piața X. 6. Influența calității produselor /serviciilor asupra poziției pe piață a firmelor, pe piața X.

<p>6. Prof.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. Implicații ale globalizării Integrarea internațională. Structuri de integrare la nivel mondial
<p>7. Prof.dr. Dana BOȘCOR</p>	<p style="text-align: center;">AI</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Negocierea, contractarea și derularea operațiilor de export, import în domeniul..... 2. Strategiile de export adoptate de firme din domeniul.... pe piața..... 3. Strategii de import adoptate de firme din domeniul.... 4. Strategii de marketing adoptate de firme din domeniul.... 5. Strategii de intrare pe piață adoptate de firme din

	<p>domeniul...</p> <ol style="list-style-type: none"> 6. Analiza operațiunilor de import și lohn în domeniul produselor industriale. Studiu de caz.... 7. Influența intrării societăților multinaționale asupra economiilor țărilor gazdă. 8. Politici și strategii de preț adoptate de firme din domeniul... 9. Politici și strategii de distribuție internațională în domeniul... 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>8.Prof.dr. Codruța BĂLTESCU</p>	<p style="text-align: center;">ECTS</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Analiza activităților de cazare într-o localitate/județ/regiune. 2. Analiza activităților de alimentație publică într-o localitate/județ/regiune. 3. Impactul distribuției electronice asupra vânzării serviciilor din industria ospitalității. 4. Impactul recunoașterii internaționale asupra dezvoltării activităților de alimentație publică. 5. Alimentația tradițională versus alimentația rapidă în dezvoltarea unei destinații turistice. 6. Strategii de produs aplicate în activitatea unităților de cazare turistică. 7. Strategii de produs aplicate în activitatea unităților de alimentație publică. 8. Analiza efectelor pandemiei COVID-19 asupra activității firmelor din industria ospitalității. 9. Rolul agențiilor de turism incoming în dezvoltarea unei destinații turistice.

	<p>10.Extinderea distribuției online în turism.</p> <p>11.Evaluarea ofertelor agențiilor de turism naționale pentru sejururi în România.</p> <p>12.Evaluarea ofertelor agențiilor de turism internaționale pentru sejururi în România.</p> <p>13.Dezvoltarea turismului montan, cultural, de evenimente etc. într-o localitate/județ/regiune.</p> <p>14.Analiza practicilor de dezvoltare sustenabilă în cadrul firmelor de turism.</p>
<p>9. Prof.dr. Andreea NEACȘU</p>	<p style="text-align: center;">MK</p> <ol style="list-style-type: none"> 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 Y. 6. Politici și strategii de marketing aplicate în marketingul ecologic/sportiv. Studiu de caz. 7. Strategii de marketing utilizate pe piața X. 8. Strategii ale mix-ului de marketing pe piața X. 9. Strategii și tehnici de promovare a produselor /serviciilor utilizate pe piața X. 10. Politici și strategii de distribuție pe piața X. 11. Politici și strategii de prețuri pe piața X. <p style="text-align: center;">ECTS</p> <ol style="list-style-type: none"> 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.

	<p>10. Politici și strategii de prețuri pe piața X.</p> <p style="text-align: center;">AI</p> <ol style="list-style-type: none"> 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>10. Prof.dr. Oana BĂRBULESCU</p>	<p style="text-align: center;">AI</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Analiză comparativă a condițiilor de emisie 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

	<p>domeniul X.</p> <ol style="list-style-type: none"> 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.
<p>11.Prof.dr. Elena UNTARU</p>	<p style="text-align: center;">ECTS+MK</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Diagnosticarea zonei de toleranță pentru serviciile ... (educaționale medicale, hoteliere, de comerț, bancare, culturale etc.). Studiu de caz:..... 2. O examinare a componentei ecologice a calității serviciilor pentru unitățile de alimentație publică/ unitățile de cazare turistică etc. Importanța dimensiunii tangibile a calității. 3. Impactul design-ului biofilic asupra răspunsurilor/atitudinilor, comportamentelor, intențiilor comportamentale ale consumatorilor în cadrul serviciilor de....Cercetare cantitativă de marketing. 4. Evaluarea calității serviciilor oferite de Universitatea Transilvania din Brașov dintr-o perspectivă a studenților în contextul actualei pandemii de COVID-19. 5. 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.
6. Evaluarea calității serviciilor medicale (educaționale, hoteliere, de comerț, bancare, culturale etc.) din municipiul Brașov dintr-o perspectivă a consumatorilor.
 7. 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.
 8. Calitatea îngrijirii pacienților în cadrul spitalelor de stat vs. private din România. Studiu comparativ (între două unități, între două segmente de consumatori)
 9. Utilizarea hărții serviciului pentru dezvoltarea unor noi servicii/ îmbunătățirea calității serviciilor educaționale (medicale, hoteliere, de comerț, bancare, culturale etc.). Studiu de caz: ...
 10. Evaluarea calității mediului fizic al unei organizații prestatoare de servicii din domeniul.... Studiu de caz: domeniul/ segmentul/ analiza comparativă a două segmente de consumatori.
 11. 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.
 12. 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.
 13. 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.
 14. Rolul atmosferei/ muzicii/ culorilor/ temperaturii/ mirosului/ zgomotului/ aglomerației etc. 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.

15. 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.
16. Impactul design-ului unui site web al unui magazin online asupra satisfacției/ loialității consumatorilor. Studiu de caz:.... Studiu de caz: domeniul/ segmentul/ analiza comparativă a două segmente de consumatori.
17. 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.
18. Un studiu asupra relației dintre redresarea serviciilor 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.
19. Efectul garanțiilor asupra evaluării serviciilor de către consumatori. Studiu de caz: domeniul.../ segmentul/ analiza comparativă a două segmente de consumatori
20. Efectul garanțiilor asupra calității serviciilor, satisfacției și/ sau loialității consumatorilor. Studiu de caz: domeniul.../ segmentul/ analiza comparativă a două segmente de consumatori
21. Evaluarea oportunității introducerii unor garanții pentru creșterea satisfacției și/ sau loialității consumatorilor. Studiu de caz: domeniul.../ segmentul/ analiza comparativă a două segmente de consumatori
22. Analiza și previziunea evoluției serviciilor educaționale (medicale, hoteliere, de comerț, bancare, culturale etc.). Studiu de caz: țara (județul, zona).....
23. 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>24. Evaluarea impactului implementării unor măsuri de protecție împotriva răspândirii virusului COVID-19 asupra calității serviciilor/ satisfacției/ intențiilor comportamentale ale consumatorilor în contextul serviciilor de....(se poate alege între servicii de comerț, turism, alimentație publică, fitness, înfrumusețare etc.)</p> <p>25. Evaluarea impactului implementării unor măsuri de protecție împotriva răspândirii virusului COVID-19 asupra atitudinilor/ încrederii/ siguranței consumatorilor în contextul serviciilor de....(se poate alege între servicii de comerț, turism, alimentație publică, fitness, înfrumusețare etc.).</p>
<p>12. Conf.dr. Nicolae MARINESCU</p>	<p style="text-align: center;">AI</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Impactul companiilor transnaționale asupra mediului / asupra forței de muncă – pozitiv sau negativ? 2. Comparație privind facilitățile oferite investițiilor străine pe plan internațional 3. Performanța la export a firmelor românești vs. cea a filialelor companiilor transnaționale 4. Expansiunea economică a Coreei la nivel internațional prin export și investiții directe – oportunități pentru România 5. Fair Trade / Politica de ajutor internațional – realizări și neajunsuri 6. Modalități de creștere a performanței la export vs. păstrarea mediului natural 7. Politica agricolă a Uniunii Europene în context internațional 8. Ce nu funcționează bine în Uniunea Europeană – provocări și răspunsuri 9. Diversitatea culturală în Uniunea Europeană – avantaje și dezavantaje în mediul de afaceri european 10. Lupta pe piața internațională în domeniul studiourilor producătoare de filme
<p>13. 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.

	<p>5. Relațiile publice și rolul lor promovarea firmelor din domeniul ospitalității (alimentație publică/transport etc.)</p> <p>6. Importanța tehnicilor de promovare a vânzărilor în domeniul bancar/turistic/etc.</p> <p>7. Rolul reclamei în promovarea produselor bancare/turistice/ etc.</p> <p style="text-align: center;">MK</p> <p>1. Politica de promovare pe piața produselor/serviciilor bancare/turistice/etc.</p> <p>2. Politica de promovare pe piața brașoveana a serviciilor culturale.</p> <p>3. Politica de comunicare in marketingul serviciilor/serviciilor publice (educație, sănătate, administrație publică, cultură etc.).</p> <p>4. Instrumente de fidelizare a clienților. Studiu de caz piața serviciilor bancare/turistice/ etc.</p> <p>5. Instrumente promoționale utilizate in promovarea produselor bancare/destinațiilor turistice/ etc..</p> <p>6. Relațiile publice și rolul lor promovarea firmelor din domeniul (bancar/alimentație publică/comerț/ etc.)</p> <p>7. Importanța tehnicilor de promovare a vânzărilor în domeniul (bancar/alimentație publică/comerț/ etc.)</p> <p>8. Rolul reclamei în promovarea produselor bancare/turistice/ etc.</p> <p>9. Modalități de promovare pe internet utilizate de firmele din domeniul.....</p> <p>10. Sistemul multilevel marketing pe piața românească.</p> <p>11. Activitatea de merchandising. (studiu de caz SC....)</p> <p>12. Tehnici promoționale utilizate de marile unități comerciale.</p> <p>13. Tehnici de promovare utilizate de marile magazine in perioadele de sarbători</p> <p>14. Tehnici de promovare a vânzărilor utilizate de marile magazine (hipermagazine/magazine tip discount/etc.).</p> <p>15. Campanii sociale realizate de firmele din domeniul.....</p>
	<p style="text-align: center;">ECTS</p> <p>1. Distribuția în domeniul bunurilor de consum/industriale/agricole</p> <p>2. Decizii privind amplasarea unităților comerciale în domeniul retailului</p> <p>3. Decizii privind imaginea oferită de firmele din sectorul de retail</p>

14.Conf.dr. Marius
BĂLĂȘESCU

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 spatiului de vanzare si a vanzarii in 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.
- 10.Distribuția în domeniul bunurilor/serviciilor de piață /industriale.
- 11.Politica de preț în domeniul bunurilor/serviciilor de piață /industriale.
- 12.Politica de promovare în domeniul bunurilor/serviciilor de piață /industriale.
- 13.Marketingul ambalajelor în industria bunurilor de consum.
- 14.Strategii de marketing urban –conceptul de smart city.
- 15.Marketingul campaniilor de imagine/campaniilor sociale.
- 16.Marketingul promoțiilor în domeniul piețelor de retail.
- 17.Strategii de marketing medical în sectorul public versus sectorul privat.
- 18.Strategii de marketing educațional în domeniul preuniversitar/universitar.
- 19.Analiza elementelor de identitate și imagine în sectorul organizațiilor nonprofit.
- 20.Comunicarea prin elementele de identitate vizuală ale organizațiilor profit/nonprofit.
- 21.Strategii de marketing în domeniul organizațiilor publice.

	<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>15. Conf.dr. Alina TECĂU</p>	<p style="text-align: center;">MK</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Impactul pandemiei COVID-19 asupra comportamentului de cumpărare și consum pe piața... 2. Impactul pandemiei COVID-19 asupra activității de marketing pe piața 3. Analiza campaniilor de promovare desfășurate pe posturile de televiziune/radio locale/naționale în perioada pandemiei COVID-19 4. Analiza activității de marketing a firmelor de pe piața ... în perioada de debut a pandemiei COVID-19 5. Politici și strategii de marketing pe piața produselor farmaceutice/ lactate/ din carne/ de patiserie/ de panificație/.../ din Brașov/ România/... 6. Politici și strategii de marketing pe piața serviciilor medicale/ educaționale/ culturale/ bancare/ turistice/ de înfrumusețare/.../ din Brașov/ România/... 7. Strategii de promovare pe piața produselor farmaceutice/ lactate/ din carne/ de patiserie/ de panificație/.../ din Brașov/ România/ Transilvania/... 8. Strategii de promovare pe piața serviciilor medicale/ educaționale/ culturale/ turistice/ de înfrumusețare/.../ din ... 9. Tehnologii moderne utilizate în cercetarea de marketing din România 11 6. Cercetări în domeniul neuromarketingului realizate în România 10. Aspecte referitoare la utilizarea neuromarketingului în

România

11. Marketingul experiențial în România 9. Utilizarea marketingului experiențial pe piața produselor/ serviciilor ...
12. Analiza pieței produselor ecologice din România/ Brașov/...
13. Politici și strategii de marketing pe piața produselor de lux din România/ Brașov/...
14. Metode neconvenționale de publicitate utilizate pe piața produselor .../ din România/ Brașov/...
15. Utilizarea tehnicilor de guerrilla marketing pe piața produselor .../ din România/ Brașov/...
16. Politici și strategii de promovare a evenimentelor culturale din Brașov
17. Organizarea și promovarea evenimentelor pe piața brașoveană
18. Marketingul evenimentelor pe piața brașoveană
19. Public speakingul și impactul asupra marketingului evenimentelor din
20. Specificul activităților de marketing desfășurate de administrațiile publice/ organizațiile publice
21. Politici și strategii de marketing utilizate în marketingul pentru mass-media
22. Analiza tehnicilor de promovare on-line utilizate de firmele din domeniul .. .
23. Comportamentul consumatorului de produse .../ servicii...
24. Strategii de marketing online. Studiu de caz.....
25. Designul în marketingul digital
26. Strategii de marketing în mediul online pe piața
27. Cercetarea comportamentului consumatorului în mediul online din domeniul...
28. Comerțul electronic în domeniul.....
29. Specificul comportamentului de cumpărare și consum al copiilor
30. Specificul campaniilor de promovare adresate copiilor/ adolescenților/....
31. Specificul strategiilor de marketing utilizate în cadrul sistemelor de tip MLM piața românească
32. Sistemul MLM în domeniul pe piața românească/ brașoveană/ ...
33. Cultura organizațională în cadrul firmelor de distribuție/ servicii/ turism din Brașov
34. Tehnici de promovare utilizate pe piața produselor de

	<p>bricolaj/ .../ din Braşov/ ...</p> <p>35.Specificul activităţilor de marketing desfăşurate de ONG-urile din Braşov/</p> <p>36.Comunicarea în marketingul electoral</p> <p>37.Specificul activităţilor de promovare a evenimentelor culturale/ sportive/.../ din Braşov/ România/...</p>
<p>16. Conf.dr. Lavinia DOVLEAC</p>	<p style="text-align: center;">MK+ECTS</p> <p>1. Strategii de inovare în activitatea de marketing din industria turistică.</p> <p>2. Utilizarea marketingului viral în promovarea imaginii firmelor din domeniul</p> <p>3. Utilizarea marketingului viral în promovarea ofertei firmelor din domeniul</p> <p>4. Tehnici inovative de marketing pentru creşterea satisfacţiei clienţilor în servicii.</p> <p>5. Analiza strategiilor de marketing utilizate de agenţiile de turism în mediul online.</p>
<p>17.Conf.dr. Raluca TODOR</p>	<p style="text-align: center;">AI</p> <p>1. Politici si strategii de marketing utilizate de firme in domeniu....</p> <p>2. Politici si strategii de marketing international utilizate de firme din domeniul...</p> <p>3. Politici si strategii de produs utilizate de firme din domeniu...</p> <p>4. Politici si strategii de pret utilizate de firme din domeniul....</p> <p>5. Politici si strategii de distributie utilizate de firme din domeniul...</p> <p>6. Politici si strategii promotionale utilizate de firme din domeniul....</p> <p>7. Impactul investitiilor straine asupra dezvoltarii 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>
<p>18.Conf.dr. Ruxandra ALBU</p>	<p style="text-align: center;">ECTS</p> <p>1. Tendinţe în managementul resurselor umane practicat în cadrul firmelor din România.</p> <p>2. Cultura organizaţională în cadrul firmelor din domeniul</p>

	<p>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>19. Conf.dr. Titus SUCIU</p>	<p style="text-align: center;">ECTS</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Plan de afaceri privind amenajarea teritoriului în Munții Bucegi. 2. Plan de afaceri privind amenajarea teritoriului în Munții Baiului. 3. Plan de afaceri privind amenajarea teritoriului în Masivul Postăvarul.
<p>20. 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 industriali.

	<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 inovatiei 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>21.Lect.dr. Ovidiu Țierean</p>	<p style="text-align: center;">AI</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Fake news: definiție, clasificări. Analiza canalelor de distribuție a știrilor false 2. Smart cities. Cum pot orașele inteligente să îmbunătățească nivelul de trai al locuitorilor lor? 3. Pierderea capitalului uman în România. Cum influențează mediul de rezidență și educația capitalul uman în România? 4. Adio globalizare – decalajul intergenerațional și analiza inegalității în interiorul statelor și între state. 5. Războiul resurselor – cum va determina încălzirea globală conflicte intra și inter statale. 6. Turismul la negru sau de ce Tecuci are de 50 de ori mai mulți turiști ca Vama Veche? 7. Mașina scumpă îl face agresiv pe șofer sau șoferii

	<p>agresivi aleg anumite mașini? Analiza pieței de automobile de statut. Are BMW o problemă de imagine în România?</p> <p>8. Analiza indicatorilor nivelului de trai în România. Orașele magnet versus orașele vulnerabile</p> <p>9. Analiza pieței imobiliare în orașele magnet din România.</p> <p>10. Nevoia de capital uman în România. Comportamentul românilor vis-a-vis de migranți.</p> <p>11. 5G vs. măștile cu cip. Analiza teoriilor conspirației vehiculate în media românească</p> <p>12. Big talk sau rușinea și frica de a vorbi. Cum îmbunătățim competențele soft ale capitalului uman?</p> <p>13. Tehnologia a devenit o ”persoană care vorbește”. Cum va influența acest lucru comportamentul oamenilor?</p> <p>14. Online dating sau cum ne lăsăm viitorul relațiilor pe mâna tehnologiei. Analiza aplicațiilor de dating.</p> <p>15. Analiza pieței de produse bio, eco și organice. Sănătate sau marketing?</p> <p>16. Succesul reality-show-urilor pe piața media din România. Analiza rating-urilor din ultimii 5 ani. Avatarul fiecărui reality-show.</p> <p>17. Goana după corporatiști: analiza pieței de servicii de sănătate privată.</p> <p>18. Cinema sau home-cinema? Analiza pieței de tv-on-demand</p> <p>19. Internet sau platformă: analiza pieței de jocuri video</p> <p>20. Campaniile electorale: comunicarea jucătorilor politici cu electoratul</p>
<p>22. Lect. dr. Ioana Mădălina PURCARU</p>	<p style="text-align: center;">MK + ECTS</p> <p>1. Politici și strategii de produs pe piața produselor/ serviciilor</p> <p>2. Politici și strategii de prețuri pe piața produselor/ serviciilor</p> <p>3. Politici și strategii de distribuție pe piața produselor/ serviciilor</p> <p>4. Politici și strategii de promovare pe piața produselor/ serviciilor</p> <p>5. Tehnici de promovare a produselor/ serviciilor</p> <p>6. Mixul de marketing adoptat de firme din domeniul</p> <p>7. Instrumente de fidelizare a clienților. Studiu de caz pe piața produselor/ serviciilor.....</p>

	<ol style="list-style-type: none">8. Modalități de promovare pe internet utilizate de firmele din domeniul9. Sistemul multilevel marketing pe piața produselor/ serviciilor10. Rolul rețelelor de socializare în promovarea produselor/ serviciilor11. Tehnici inovative de marketing pentru atragerea clienților în industria12. Strategii de piață utilizate de firmele din domeniul13. Politici și strategii de produs utilizate de agențiile de turism din Brașov/ România.14. Instrumente promoționale utilizate în promovarea destinațiilor turistice.15. Importanța reclamei în promovarea produselor/ serviciilor16. Promovarea produselor/ serviciilor prin intermediul marketingului direct pe piața17. Tehnici promoționale utilizate de marile centre comerciale.18. Analiza tehnicilor de promovare online utilizate de firmele din domeniul
--	---