

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

ÎNDRUMĂTOR	DENUMIREA TEMEI
<p>1.Prof.dr. Gabriel BRĂTUCU</p>	<p style="text-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. Analiza criteriilor de selecție utilizate de tineri în alegerea serviciilor de alimentație în timpul studiilor universitare/ participării la festivaluri/ petrecerii vacanței
2. Studiu privind identificarea profilului consumatorului român de produse turistice (în general sau pe segmente de vârstă: tinerii, seniorii etc.)
3. Studiu privind tehnicile de promovare a produselor turistice (exotice, culturale, de aventură, de tratament, citybreaks etc.) oferite de o agenție de turism.
4. Studiu cu privire la potențialul și valorificarea resurselor turistice ale unei destinații.
5. Studiu cu privire la perspectivele de valorificare a potențialului gastronomic în turism.
6. Dezvoltarea și promovarea turismului (ex. de afaceri, rural, religios și de pelerinaje, cultural – circuite tematice, gastronomic, sportiv, de sănătate, de croazieră, de tineret, în parcuri și/ sau rezervații etc.) în/din România.
7. Diversificarea/Analiza ofertei de servicii turistice (cazare, alimentație, agrement, transport și/sau tratament) la nivel național/regional/județean/ la nivelul unei localități/ stațiuni turistice din România.
8. Diversificarea/Analiza formelor de turism (cultural, rural, ecoturism, turism de aventură, vânătoare, pescuit etc.) în zona/ stațiunea.....
9. Valorificarea prin ecoturism a unei arii protejate din România. Studiu de caz...
10. Studiu cu privire la perspectivele de dezvoltare durabilă a turismului în zona/județul...
11. Studiu cu privire la serviciile de agrement și rolul lor în relansarea turistică a unei zone/ localități/ stațiuni ...
12. Investigarea atitudinii populației locale cu privire la dezvoltarea turismului. Studiu de caz: localitatea X
13. Amenajarea/ reamenajarea unei stațiuni turistice montane/ balneare/ de litoral/ arii protejate/ saline/ peșteri). Studiu de caz...
14. Amenajarea/ reamenajarea turistică a unui oraș/centrul istoric al orașului. Studiu de caz....
15. Amenajarea/ reamenajarea turistică în arealele periurbane. Studiu de caz...
16. Orice altă temă stabilită în colaborare cu studenții

<p>3.Prof.dr. Georghe EPURAN</p>	<p style="text-align: center;">MK</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Instrumente și tehnici de comunicare în mediul online; 2. Elemente de marketing strategic și operațional în domeniul..... (la alegere); 3. Strategii și tehnici de comunicare în domeniul..... (la alegere); 4. Organizarea și desfășurarea uni campanii de relații publice în domeniul..... (la alegere); 5. Tehnici de relații publice în domeniul/pe piața (la alegere);
<p>4. Prof.dr. Cristinel CONSTANTIN</p>	<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 turism din Brașov.

	<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 Brașov.</p> <p>26. Cordonate ale rețelei de comercializare cu amănuntul în principalele cartiere din municipiul Brașov.</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.Prof.dr. Anca MADAR</p>	<p style="text-align: center;">MK+ECTS</p> <p>1. Influența calității produselor/serviciilor asupra sănătății consumatorilor pe piața X.</p> <p>2. Analiza calității produselor /serviciilor similare, pe piața X.</p> <p>3. Caracteristicile de calitate ale produselor /serviciilor element de baza al campaniilor de promovare, pe piața X.</p> <p>4. Implicațiile calității produselor/serviciilor asupra satisfacției clienților pe piața X.</p> <p>5. Calitatea produselor, element de dezvoltare sustenabilă a firmelor de pe piața X.</p> <p>6. Influența calității produselor /serviciilor asupra poziției pe piață a firmelor, pe piața X.</p>

<p>6. Prof.dr. Bianca TESCAȘIU</p>	<p style="text-align: center;">AI</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Politici de marketing la nivelul firmelor din ... (un domeniu, un sector) 2. Strategii de produs/preț/distribuție/promovare pe piața/în industria 3. Mixul de marketing specific în domeniul/industria 4. Mediul de marketing european. Aplicație într-un domeniu/pe o piață. 5. Aspecte conceptuale și operaționale privind comunicarea într-un sector/o industrie 6. Extinderea pe piețe străine 7. Supraaglomerarea turistică în context internațional 8. Impactul economic și social al digitalizării într-o țară/industrie 9. Globalizarea în cultură/educație/un anumit sector 10.Strategii de marketing în educație/turism 11.Politici comunitare. 12.Extinderea UE/Caracterizarea stadiului actual al extinderii UE/Extinderea negativă a Uniunii Europene 13.Probleme globale/europene – mediu, energie, nivel de dezvoltare
<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 operațiunilor 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 domeniul... 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.....

	<p>12. Selectarea piețelor externe. Strategii de intrare pe piață a firmelor din domeniul....</p> <p>13. Strategii de marketing global. Studiu de caz.....</p> <p>14. Promovarea la export a produselor din domeniul</p> <p>15. Mixul de marketing adoptat de firme din domeniul.....</p> <p>16. Bariere la exportul produselor românești pe piețele externe.</p> <p>17. Ghid de export pentru firme din domeniul.... pe piețele externe....</p> <p>18. Studiu comparativ a strategiilor de export adoptate de firme din domeniul.....</p>
<p>8.Prof.dr. Codruța BĂLTESCU</p>	<p style="text-align: center;">ECTS</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Analiza pieței serviciilor de cazare într-o localitate/județ/regiune. 2. Analiza activităților de alimentație publică într-o localitate/județ/regiune. 3. Rolul tehnologiei în dezvoltarea activităților de cazare. 4. Rolul tehnologiei în dezvoltarea activităților de alimentație publică. 5. Impactul recunoașterii internaționale asupra dezvoltării activităților de alimentație publică. 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 unităților de cazare. 9. Analiza efectelor pandemiei COVID-19 asupra activității unităților de alimentație publică. 10. Extinderea distribuției online în turism. 11. Evaluarea ofertelor agențiilor de turism naționale pentru sejururi în România. 12. Evaluarea ofertelor agențiilor de turism internaționale pentru sejururi în România. 13. Dezvoltarea turismului montan, cultural, gastronomic, de evenimente etc. într-o localitate/județ/regiune. 14. Analiza practicilor de dezvoltare sustenabilă în cadrul firmelor de turism
<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.

ECTS

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

	<p>clienților practicate de către firma X și firma Y pe piața asigurărilor.</p> <ol style="list-style-type: none"> 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. Influența modelului Silicon Valley în antreprenoriatul românesc 2. Dependența de tehnologie, între rațional și irațional 3. Digitalizarea ca metoda de expansiune a afacerilor la nivel internațional 4. Transformarea digitală la nivelul firmelor din turism 5. Influența dopaminei asupra comportamentului de cumpărare al consumatorilor de produse de lux 6. Constituirea unei societăți comerciale – prima etapă în demararea antreprenoriatului 7. Identificarea oportunităților de finanțare existente pe piață, factor cheie pentru inițierea unei afaceri din domeniul X 8. Analiză comparativă a condițiilor de emisie a SGB (scrisorii de garanție bancară) impuse de băncile de pe piața românească 9. Analiza condițiilor de deschidere a AD (acreditivului documentar) solicitate de bănci firmelor importatoare 10. Examinarea condițiilor de finanțare prin leasing impuse de societățile de leasing importatorilor români 11. Analiza alternativelor oferite de băncile din România în finanțarea activității exportatorilor români 12. Rolul influencerilor în promovarea online a produselor cosmetice/ vestimentare 13. Influența etichetelor asupra deciziei de cumpărare a

	<p>produselor alimentare</p> <p>14. Influența prețului asupra deciziei de cumpărare a produselor de lux</p> <p>15. Perspective de extindere pe o piață străină a unui producător de bere artizanală</p> <p>16. Strategii de produs/preț în domeniul IT</p> <p>17. Impactul expansiunii producătorilor de electronice/auto asupra dezvoltării pieței la nivel global</p> <p>18. Mixul de marketing adoptat de firmele din domeniul vinului/etc</p> <p>19. Politici de marketing la nivelul firmelor din domeniul vinului /modei/ cosmeticelor/auto/alimentar/etc. la nivel internațional</p> <p>20. Politici de produs /preț/distribuție/promovare adoptate de firmele românești din domeniul...pe piețele străine</p> <p>21. Politici de produs /preț/distribuție/promovare adoptate de firmele străine din domeniul...pe piețele românești</p> <p>22. Strategii de produs /preț/distribuție/promovare adoptate de firmele românești din domeniul...pe piețele străine</p> <p>23. Strategii de produs /preț/distribuție/promovare adoptate de firmele străine din domeniul...pe piețele românești</p> <p>24. Strategii de intrare pe piața românească adoptate de firmele străine din domeniul...</p> <p>25. Strategii de intrare pe piețele străine adoptate de firmele românești din domeniul...</p> <p>26. Negocierea contractelor internaționale în mediul on line</p> <p>27. Elaborarea unui ghid ce cuprinde metode și tehnici de combatere a riscului valutar pentru firmele de comerț exterior</p>
<p>11. Prof.dr. Elena UNTARU</p>	<p style="text-align: center;">ECTS+MK</p> <p>1. Investigarea impactului designului/ esteticii aplicațiilor mobile asupra satisfacției/ intențiilor comportamentale ale consumatorilor. Studiu de caz: serviciile de.....</p> <p>2. Rolul aplicațiilor mobile în creșterea satisfacției și loialității consumatorilor față de firmele din domeniul.....</p> <p>3. Examinarea impactului postărilor influencerilor pe rețelele de socializare asupra răspunsurilor comportamentale ale consumatorilor în contextul serviciilor de....</p> <p>4. Examinarea rolului caselor de marcat de tip self-scan în creșterea satisfacției/ răspunsurilor comportamentale ale consumatorilor în contextul serviciilor de comerț.</p>

5. Diagnosticarea zonei de toleranță pentru serviciile ... (educaționale medicale, hoteliere, de comerț, bancare, culturale etc.). Studiu de caz:.....
6. O examinare a componentei ecologice a calității serviciilor pentru unitățile de alimentație publică/ unitățile de cazare turistică etc. Importanța dimensiunii tangibile a calității.
7. Impactul design-ului biofilic asupra răspunsurilor/ atitudinilor, comportamentelor, intențiilor comportamentale ale consumatorilor în cadrul serviciilor de...Cercetare cantitativă de marketing.
8. Evaluarea calității serviciilor oferite de Universitatea Transilvania din Brașov dintr-o perspectivă a studenților
9. 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.
- 10.Evaluarea calității serviciilor medicale (educaționale, hoteliere, de comerț, bancare, culturale etc.) din municipiul Brașov dintr-o perspectivă a consumatorilor.
- 11.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.
- 12.Calitatea îngrijirii pacienților în cadrul spitalelor de stat vs. private din România. Studiu comparativ (între două unități, între două segmente de consumatori)
- 13.Utilizarea hărții serviciului pentru dezvoltarea unor noi servicii/ îmbunătățirea calității serviciilor educaționale (medicale, hoteliere, de comerț, bancare, culturale etc.). Studiu de caz: ...
- 14.Evaluarea calității mediului fizic al unei organizații prestatoare de servicii din domeniul... Studiu de caz: domeniul/ segmentul/ analiza comparativă a două segmente de consumatori.
- 15.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.
- 16.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.

17.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.

18.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.

19.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.

20.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.

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.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.

23.Efectul garanțiilor asupra calității serviciilor, satisfacției și/ sau loialității consumatorilor. Studiu de caz: domeniul.../ segmentul/ analiza comparativă a două segmente de consumatori

24.Analiza și previziunea evoluției serviciilor educaționale (medicale, hoteliere, de comerț, bancare, culturale etc.). Studiu de caz: țara (județul, zona).....

25.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).....
12. Prof. dr. Nicolae MARINESCU	<p style="text-align: center;">AI</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Impactul companiilor transnaționale asupra mediului – pozitiv sau negativ? 2. Impactul companiilor transnaționale asupra forței de muncă – pozitiv sau negativ? 3. Impactul facilităților oferite investițiilor străine directe pe plan internațional 4. Companiile românești vs. filialele companiilor transnaționale: analiză comparativă 5. Comerțul internațional cu America Latină – oportunități pentru România 6. Programele de ajutor internațional – succes sau eșec? 7. Risipa alimentară – provocare pentru politica agricolă a Uniunii Europene 8. Ce nu funcționează bine în Uniunea Europeană – provocări și răspunsuri 9. Impactul euroscepticismului asupra Uniunii Europene 10. Lupta pe piața internațională în domeniul studiourilor producătoare de film
13. Prof. dr. Ioana CHIȚU	<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 brașoveana a serviciilor culturale. 3. Politica de comunicare în marketingul

	<p>serviciilor/serviciilor publice (educație, sănătate, administrație publică, cultură etc.).</p> <ol style="list-style-type: none"> 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 promovarea firmelor din domeniul (bancar/alimentație publică/comerț/ etc.) 7. Importanța tehnicilor de promovare a vânzărilor în domeniul (bancar/alimentație publică/comerț/ etc.) 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 în perioadele de sărbători 14. Tehnici de promovare a vânzărilor utilizate de marile magazine (hipermagazine/magazine tip discount/etc.). 15. Campanii sociale realizate de firmele din domeniul.....
<p>14.Prof.dr. Alina TECĂU</p>	<p style="text-align: center;">MK+ECTS+AI</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Efecte ale crizelor economico sociale asupra comportamentului de cumpărare și consum pe piața... 2. Efecte ale crizelor economico sociale asupra asupra activității de marketing pe piața 3. Inteligența artificială în marketingul produselor 4. VR/AR și marketingul produselor 5. Marketingul educațional și reducerea inegalităților sociale 6. Imaginea sistemului de învățământ din România 7. Politici și strategii de marketing pe piața produselor farmaceutice/ lactate/ din carne/ de patiserie/ de panificație/.../ din Brașov/ România/... 8. Politici și strategii de marketing pe piața serviciilor medicale/ educaționale/ culturale/ bancare/ turistice/ de înfrumusețare/.../ din Brașov/ România/... 9. Strategii de promovare pe piața produselor farmaceutice/ lactate/ din carne/ de patiserie/ de panificație/.../ din Brașov/ România/ Transilvania/...

10. Strategii de promovare pe piața serviciilor medicale/ educaționale/ culturale/ turistice/ de înfrumusețare/.../ din ...
11. Promovarea sănătății în România
12. Strategii de inovare în cercetarea de marketing din România
13. Neuromarketingul în România
14. Marketingul experiențial în România
15. Marketing experiențial și promovarea României în cadrul expozițiilor mondiale
16. Marketing și inovare în contextul participării României la Expoziția Mondială din 2025
17. Marketingul urban și conceptul smart city în
18. Marketing urban și dezvoltare durabilă în
19. Utilizarea marketingului experiențial pe piața produselor/ serviciilor ..
20. Analiza pieței produselor ecologice din România/ Brașov/...
21. Politici și strategii de marketing pe piața produselor de lux din România...
22. Metode neconvenționale de publicitate utilizate pe piața produselor .../ din România/ Brașov/...
23. Utilizarea tehnicilor de guerrilla marketing pe piața produselor .../ din România/ Brașov/...
24. Politici și strategii de promovare a evenimentelor culturale din Brașov
25. Organizarea și promovarea evenimentelor pe piața brașoveană
26. Marketingul evenimentelor pe piața brașoveană
27. Public speakingul și impactul asupra marketingului evenimentelor din
28. Specificul activităților de marketing desfășurate de administrațiile publice/ organizațiile publice
29. Politici și strategii de marketing utilizate în marketingul pentru mass-media
30. Analiza tehnicilor de promovare on-line utilizate de firmele din domeniul ...
31. Strategii de marketing online pe piața produselor
32. Designul în marketingul digital
33. Cercetarea comportamentului consumatorului în mediul online din domeniul...
34. Specificul comportamentului de cumpărare și consum al copiilor

	<p>35. Specificul campaniilor de promovare adresate copiilor/adolescenților/....</p> <p>36. Specificul strategiilor de marketing utilizate în cadrul sistemelor de tip MLM piața</p> <p>37. Sistemul MLM în domeniul pe piața românească/brașoveană/ ...</p> <p>38. Specificul activităților de marketing desfășurate de ONG-urile din Brașov/</p> <p>39. Comunicarea în marketingul electoral</p> <p>40. Specificul activităților de promovare a evenimentelor culturale/ sportive/.../ din Brașov/ România/...</p> <p>41. Marketing și responsabilitate socială pe piața</p> <p>42. Big data și etica de marketing</p>
<p>15.Prof.dr. Monica RĂILEANU SZELEȘ</p>	<p style="text-align: center;">AI</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Aspecte comparative ale intervențiilor FMI și Banca Mondială în Europa/ Asia/ America de Sud 2. Intervenția FMI/ Băncii Mondiale în contextul războiului Rusia-Ucraina și/ sau a crizei pandemice 3. Inițiative și programe ale instituțiilor internaționale în contextul crizei Covid-19 4. Provocări, condiții și obstacole ale României în drumul spre Uniunea Monetară Europeană 5. Dimensiunea și implicațiile crizei datoriei externe în spațiul UE 6. Politica prețurilor de transfer și activitatea companiilor multinaționale în Europa 7. Presiuni și influențe asupra cursului de schimb Euro/Ron în timpul crizelor Covid-19 și a războiului Rusia-Ucraina 8. Criza monedei Euro și perspectivele Uniunii Monetare Europene 9. Dinamica burselor internaționale în timpul crizei Covid-19 și a războiului Rusia-Ucraina 10. Aspecte comparative privind finanțarea prin titluri de stat și obligațiuni 11. Strategii de speculație și acoperire a riscului la Bursa de Valori București 12. Modelarea econometrică a impactului intervențiilor Fondului Monetar Internațional asupra economiilor beneficiare.

16.Conf.dr. Marius
BĂLĂȘESCU

ECTS

1. Analiza distribuției în domeniul bunurilor de consum/industriale/agricole
2. Analiza imaginii oferite de către firmele din sectorul de retail
3. Politica de produs a firmelor din domeniul comerțului detailist
4. Decizii cu privire la modalitățile de stabilire a prețurilor în domeniul comerțului cu amanuntul
5. Mixul promoțional al firmelor din domeniul comerțului detailist
6. Forța de vânzare în domeniul de retail/servicii de piață
7. Strategii și tehnici de merchandising în domeniul comerțului modern /tradițional/specializat
8. Decizii cu privire la organizarea spațiului de vânzare și al vânzării în industria de retail
9. Construcția mărcilor de magazin
- 10.Strategii de brand în industria bunurilor de consum
- 11.Analiza sistemelor de franciză din industria de retail
- 12.Analiza elementelor de identitate și imagine în domeniul retailului/serviciilor de consum
- 13.Strategii de piață în comerțul modern versus comerțul tradițional
- 14.Planul de afaceri-instrument în crearea/dezvoltarea unei activități comerciale
- 15.Comerțul on line versus off line în domeniul bunurilor /serviciilor de piață. Evoluții și tendințe.
- 16.Influența subliminalului în luarea deciziilor de cumpărare în retail
- 17.Responsabilitatea socială a firmelor de retail
- 18.Tehnici moderne de promovare utilizate de către agențiile de turism.
- 19.Strategii de vânzare personală (comerț, turism, servicii).
- 20.Strategii de social media în domeniul retailului.
- 21.Influența noilor tehnologii și supraorganizării comerțului de gros/de detail.
- 22.Evoluții și tendințe ale comerțului de tip Multi Level Marketing.
- 23.Avatarul de client în retail
- 24.Evoluții și tendințe în domeniul urbanismului comercial

MK

1. Analiza obiceiurilor de cumpărare și utilizare în industria de retail
2. Notorietatea 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. Strategii de segmentare a pieței în domeniul.....
5. Poziționarea pe piața bunurilor/serviciilor de consum/piețele industriale
6. Analiza construcției de brand în industria de retail.
7. Strategia brandurilor de magazin.
8. Politica de produs în domeniul bunurilor /serviciilor de piață /industriale.
9. Distribuția în domeniul bunurilor/serviciilor de piață /industriale.
10. Politica de preț în domeniul bunurilor/serviciilor de piață /industriale.
11. Politica de promovare în domeniul bunurilor/serviciilor de piață /industriale.
12. Marketingul ambalajelor în industria bunurilor de consum.
13. Strategii de marketing urban
14. Comunicare și promovare în domeniul industriei de retail.
15. Strategii de marketing medical în sectorul public versus sectorul privat.
16. Strategii de marketing educațional în domeniul preuniversitar/universitar.
17. Analiza elementelor de identitate și imagine în sectorul organizațiilor nonprofit.
18. Comunicarea printr-elementele de identitate vizuală ale organizațiilor profit/nonprofit.
19. Analiza mediului de marketing în domeniul industriei de retail.
20. Politici și strategii de marketing ale comerțului modern versus comerț tradițional.
21. Marketingul spațiilor de vânzare în domeniul
22. Strategii de piață în domeniul Multi Level Marketing.
23. Politici și strategii în domeniul marketingului agricol/produselor agroalimentare.
24. Marketing imobiliar în domeniul ...
25. Content marketing și copywriting –condiție a

	<p>succesului unei campanii de marketing</p> <p>26.Crearea brandului personal (personal branding) –o abordare de marketing</p> <p>27.Strategii de social media pentru afacerile mici</p> <p>28.Social media marketing-promovareaorganicaperetelele de socializare</p> <p>29.Retentia clientilor-strategii de marketing folosite de firmele mici</p> <p>30.Rolul influentelor cultural asupra practicilor de marketing</p>
<p>17. Conf.dr. Lavinia DOVLEAC</p>	<p style="text-align: center;">MK+ECTS</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Strategii de inovare în activitatea de marketing din industria turistică. 2. Utilizarea marketingului viral în promovarea imaginii firmelor din domeniul 3. Utilizarea marketingului viral în promovarea ofertei firmelor din domeniul 4. Tehnici inovative de marketing pentru creșterea satisfacției clienților în servicii. 5. Analiza strategiilor de marketing utilizate de agențiile de turism în mediul online.
<p>18.Conf.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 domeniului ... 8. Analiza fenomenului de dezinvestire si repercursiuni la nivel macroeconomic. 9. Impactul crizei economice asupra investitiilor straine in tara X. 10.Impactul crizelor economice asupra firmelor din domeniul.... Studiu de caz.....

<p>19.Conf.dr. Ruxandra ALBU</p>	<p style="text-align: center;">ECTS</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Tendințe în managementul resurselor umane practicat în cadrul firmelor din România. 2. Cultura organizațională în cadrul firmelor din domeniul serviciilor (turism, educație, sănătate...). 3. Sistemul motivațional în cadul firmelor din domeniul serviciilor (turism, educație, sănătate...). 4. Rolul leadership-ului în performanța organizațională 5. Impactul leadershipului asupra performanței organizaționale în România 6. Cultura organizationala – element cheie pentru succesul unei afaceri 7. Motivarea resurselor umane 8. Resursele umane – importanța si rolul lor în succesul organizațiilor 9. Studiu comparativ privind managementul resurselor umane practicat de firmele X si 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 si Y. 16. Strategii de dezvoltare în cadrul firmelor din domeniul serviciilor.
<p>20.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.

AI

1. Strategii de comunicare și negociere la nivelul companiilor multinaționale.
2. Negocierea în domeniul serviciilor de asigurări.
3. Strategii de marketing ale marilor concerne 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.

21. Lect.dr. Simona
BĂLĂȘESCU

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

	<p>consumatorilor din România prin metode și tehnici de marketing.</p> <p>14. Marketingul marilor retailerilor/ Soluții de marketing pentru companiile de retail din România</p> <p>15. Metode de optimizare a activităților în cadrul canalului de aprovizionare și vânzare la nivelul producătorilor industriali.</p> <p>16. Branding și comunicare în retail/ servicii/ industrii creative</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>22. Lect. dr. Ioana Mădălina PURCARU</p>	<p style="text-align: center;">MK + ECTS</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Politici și strategii de produs pe piața produselor/ serviciilor 2. Politici și strategii de prețuri pe piața produselor/ serviciilor 3. Politici și strategii de distribuție pe piața produselor/

	<p>serviciilor</p> <ol style="list-style-type: none"> 4. Politici și strategii de promovare pe piața produselor/ serviciilor 5. Tehnici de promovare a produselor/ serviciilor 6. Mixul de marketing adoptat de firme din domeniul 7. Instrumente de fidelizare a clienților. Studiu de caz pe piața produselor/ serviciilor..... 8. Modalități de promovare pe internet utilizate de firmele din domeniul 9. Sistemul multilevel marketing pe piața produselor/ serviciilor 10. Rolul rețelelor de socializare în promovarea produselor/ serviciilor 11. Tehnici inovative de marketing pentru atragerea clienților în industria 12. Strategii de piață utilizate de firmele din domeniul 13. 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/ serviciilor 16. Promovarea produselor/ serviciilor prin intermediul marketingului direct pe piața 17. Tehnici promoționale utilizate de marile centre comerciale. 18. Analiza tehnicilor de promovare online utilizate de firmele din domeniul
<p>23. Lect.dr. Cristina ȚURCANU</p>	<p style="text-align: center;">MK</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Politici și strategii de marketing pe piața serviciilor educaționale/ culturale/ turistice/.../ din Brașov/ România/... 2. Politici și strategii de marketing pe piața produselor 3. Monitorizarea satisfacției clienților în cadrul firmelor din domeniul 4. Politici și strategii de produs în cadrul firmelor din

	<p>domeniul</p> <ol style="list-style-type: none"> 5. Politici și strategii de prețuri pe piața produselor/ serviciilor 6. Strategii și tehnici de promovare a produselor/ serviciilor 7. Politici și strategii de distribuție pe piața 8. Analiza influențelor mediului de marketing asupra activității firmelor din domeniul 9. Specificul activităților de marketing desfășurate de instituțiile de învățământ/ organizațiile publice 10. Strategii de marketing educațional în domeniul preuniversitar/ universitar 11. Politici și strategii de promovare a evenimentelor culturale din 12. Strategii de marketing în mediul online pe piața 13. Analiza tehnicilor de promovare online utilizate de firmele din domeniul 14. Analiza comportamentului consumatorului de produse / servicii 15. Tehnici inovative de marketing pentru creșterea satisfacției clienților în domeniul
--	---