

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

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

	<p style="text-align: center;"><b>REI</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Politici și strategii de marketing aplicate pe piața auto din Germania/Marea Britanie/Italia/Franța.</li> <li>2. Politici și strategii de marketing aplicate pe piața agricolă UE. Studiu de caz.....</li> <li>3. Politici și strategii de marketing aplicate pe piața vitivinicolă din Franța/Italia/Germania/Spania/Portugalia.</li> <li>4. Analiză comparativă a strategiilor de marketing utilizate pe piața serviciilor educaționale din România/Marea Britanie, sau România/Germania, sau România/Danemarca, sau România/SUA.</li> <li>5. Politici și strategii de marketing aplicate pe piața turistică a țărilor membre UE. Studiu de caz.....</li> <li>6. Strategii de penetrare a pieței UE a confecțiilor. Studiu de caz.....</li> <li>7. Strategii de penetrare a pieței mondiale a mobilei. Studiu de caz.....</li> <li>8. Strategii de promovare a produselor de lux pe piața chineză/EUA/Arabia Saudită. Studiu de caz.....</li> </ol>
<p style="text-align: center;">2. Prof.dr. Ana ISPAS</p>	<p style="text-align: center;"><b>AAT</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Identificarea soluțiilor de economisire a resurselor naturale (apă, energie electrică, gaz) în cadrul unităților de cazare turistică. Studiu de caz la nivelul unei firme din turism și industria ospitalității</li> <li>2. Examinarea legăturii dintre calitatea serviciilor și loialitatea clienților în cazul unei firme din turism și industria ospitalității. Studiu de caz la nivelul unui hotel/restaurant/ agenție de turism/ atracție turistică</li> <li>3. Planul de marketing pentru lansarea unui produs/serviciu turistic nou. Studiu de caz la nivelul unei firme din turism și industria ospitalității</li> <li>4. Analiza/ identificarea factorilor push și pull în alegerea hotelului (în cazul turismului de petrecere a vacanței sau în cazul turismului de afaceri).</li> <li>5. Orice altă temă stabilită în colaborare cu studenții</li> </ol> <p style="text-align: center;"><b>REI</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Evaluarea satisfacției vizitatorilor unei destinații/atracții turistice folosind Analiza Importanță-Performanță (AIP). Studiu de caz: destinația/atracția X (o țară, o regiune dintr-o țară, un oraș, o stațiune, un parc național, un parc de aventură, o grădină zoologică etc.)</li> </ol>

	<ol style="list-style-type: none"> <li>2. Examinarea performanței unei destinații turistice din punct de vedere al dezvoltării sustenabile. O comparație între percepția turiștilor naționali și a celor străini. Studiu de caz...</li> <li>3. Influența imaginii unei destinații turistice internaționale asupra satisfacției și loialității turiștilor din România. Studiu de caz: destinația X (o țară, o regiune dintr-o țară, o insulă, un oraș, o stațiune etc.)</li> <li>4. Identificarea celui mai potrivit suvenir pentru o destinație turistică. Studiu de caz: destinația X</li> <li>5. Orice altă temă stabilită în colaborare cu studenții</li> </ol>
<p>3.Prof.dr. Gheorghe EPURAN</p>	<p style="text-align: center;"><b>AAT+PSMK+REI</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Strategii de comunicare în turism;</li> <li>2. Strategii de creștere organică în turism;</li> <li>3. Managementul comunicării în situații de criză;</li> <li>4. Managementul comunicării în administrația publică;</li> <li>5. Managementul comunicării în relațiile internaționale (aplicație la o firmă);</li> </ol>
<p>4. Prof.dr. Cristinel CONSTANTIN</p>	<p style="text-align: center;"><b>AAT</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Modalități de îmbunătățire a strategiilor asociate mix-ului de marketing în cadrul întreprinderii de turism. <b>STUDIUL DE CAZ.....</b></li> <li>2. Modalități de îmbunătățire a politicii de promovare a produselor turistice . ..... <b>STUDIUL DE CAZ.....</b></li> <li>3. Perfecționarea politicilor și strategiilor de distribuție a produselor turistice ..... <b>STUDIUL DE CAZ.....</b></li> <li>4. Perfecționarea politicilor și strategiilor de prețuri pe piața produselor turistice.... . <b>STUDIUL DE CAZ.....</b></li> <li>5. Perfecționarea politicilor și strategiilor de produs în cadrul firmelor de turism..... <b>STUDIUL DE CAZ.....</b></li> <li>6. Strategii de penetrare a pieței pe baza mix-ului produse-prețuri în cadrul firmelor cu activitate de turism..... <b>STUDIUL DE CAZ.....</b></li> <li>7. Perfecționarea strategiilor de piață utilizate de firmele din domeniul turismului..... <b>STUDIUL DE CAZ.....</b></li> <li>8. Perfecționarea relațiilor cu clienții în cadrul firmelor din domeniul turismului..... <b>STUDIUL DE CAZ.....</b></li> <li>9. Căi de creștere a satisfacției clienților în cadrul firmelor de turism. . . .... <b>STUDIUL DE CAZ.....</b></li> <li>10. Modalități de implementare a marketingului relațional în industria ospitalității. <b>STUDIUL DE CAZ.....</b></li> <li>11. Rolul sistemelor informatice de gestiune a relațiilor cu</li> </ol>

	<p>clienții în implementarea marketingului relațional.</p> <p>12. Căi de implementare a marketingului relațional în destinația turistică . . . .</p> <p>13. Căi de îmbunătățire a imaginii destinației turistice . . . . .</p> <p style="text-align: center;"><b>PSMK</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Căi de îmbunătățire a imaginii Universității Transilvania din Brașov în rândul studenților</li> <li>2. Modalități de îmbunătățire a activității comerciale în cadrul Complexului Studențesc Colina Universității/Memorandumului.</li> <li>3. Modalități de îmbunătățire a strategiilor asociate mix-ului de marketing în cadrul întreprinderii producătoare de bunuri. STUDIU DE CAZ.....</li> <li>4. Modalități de îmbunătățire a strategiilor asociate mix-ului de marketing în cadrul întreprinderii prestatoare de servicii. STUDIU DE CAZ.....</li> <li>5. Modalități de îmbunătățire a politicii de promovare a produselor (serviciilor) . ..... STUDIU DE CAZ.....</li> <li>6. Perfecționarea politicilor și strategiilor de distribuție pe piața ..... STUDIU DE CAZ.....</li> <li>7. Perfecționarea politicilor și strategiilor de prețuri pe piața produselor ..... . STUDIU DE CAZ.....</li> <li>8. Strategii de penetrare a pieței pe baza mix-ului produse-prețuri în cadrul firmelor ..... STUDIU DE CAZ.....</li> <li>9. Perfecționarea relațiilor cu clienții în cadrul firmelor din domeniul ..... STUDIU DE CAZ.....</li> <li>10. Căi de creștere a satisfacției clienților în cadrul firmelor . . . .... STUDIU DE CAZ.....</li> <li>11. Modalități de implementare a marketingului relațional în cadrul firmei. STUDIU DE CAZ.....</li> <li>12. Căi de dezvoltare a activității online desfășurate de organizația publică/non-profit/etc. STUDIU DE CAZ.....</li> </ol>
<p>5.Prof.dr. Bianca TESCAȘIU</p>	<p style="text-align: center;"><b>REI+PSMK</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Politici de marketing la nivelul firmelor din ... (un domeniu, un sector). Aplicație</li> <li>2. Strategii de produs/preț/distribuție/promovare pe piața/în industria ..... Aplicație</li> <li>3. Mixul de marketing specific în domeniul/industria ..... Aplicație</li> <li>4. Mediul de marketing european. Aplicație la societatea X.</li> </ol>

	<p>5. Aspecte conceptuale și operaționale privind comunicarea la firma ....</p> <p>6. Extinderea pe piețe străine</p> <p>7. Supraaglomerarea turistică în context internațional</p> <p>8. Impactul economic și social al digitalizării</p> <p>9. Globalizarea în cultură/educație/un anumit sector .....</p> <p>10. Strategii de marketing în educație/turism</p>
<p>6. Prof.dr. Dana BOȘCOR</p>	<p style="text-align: center;"><b>REI</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Strategii de promovare a exportului românesc pe piața internațională. Studiu de caz....</li> <li>2. Strategii de marketing adoptate de producătorii..... pe piețele externe.</li> <li>3. Strategii folosite de firmele globale la baza piramidei. Studiu de caz.....</li> <li>4. Strategii de marketing globale.Studiu de caz....</li> <li>5. Selectarea și evaluarea piețelor externe pentru producătorii din domeniul.....</li> <li>6. Strategii de preț/promovare/distribuție adoptate de firme din domeniul... pe piețele externe. Studiu de caz...</li> <li>7. Strategii de marketing intercultural.</li> <li>8. Efectele Internetului asupra strategiilor de marketing adoptate de firme.</li> <li>9. Studiu comparativ asupra strategiilor de intrare adoptate de firmele străine pe piața românească. Studiu de caz.</li> <li>10.Evaluarea piețelor emergente. Oportunități și riscuri pentru derularea afacerilor pe aceste piețe. Studiu de caz.</li> <li>11.Outsourcing-ul la nivel internațional. Poziția României pe această piață.</li> <li>12.Strategii de export adoptate de firme din domeniul.....</li> <li>13.Impactul tehnologiei asupra strategiilor de marketing adoptate de firme la nivel internațional. Studiu de caz.....</li> <li>14.Strategii de marketing de nișă folosite de firmele mici și mijlocii la nivel internațional. Studiu de caz.....</li> <li>15.Strategii de personalizare adoptate de firme la nivel internațional. Studiu de caz.....</li> <li>16.Externalizarea proceselor de afaceri. Procesul de reshoring. Studiu de caz.....</li> </ol>
<p>7. Prof.dr. Codruța Adina BĂLTESCU</p>	<p style="text-align: center;"><b>AAT</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Managementul și marketingul unui eveniment. Studiu de caz....</li> <li>2. Organizarea festivalurilor – instrument de promovare turistică. Studiu de caz...</li> </ol>

	<ol style="list-style-type: none"> <li>3. Calitatea prestațiilor hoteliere: principii de analiză și modalități de măsurare. Studiu de caz....</li> <li>4. Evaluarea performanței hoteliere. Studiu de caz ...</li> <li>5. Renovarea sustenabilă a unităților de cazare. Studiu de caz...</li> <li>6. Inovarea tehnologică în activitățile hoteliere. Studiu de caz...</li> </ol>
<p>8. Prof.dr. Nicoleta Andreea NEACȘU</p>	<p style="text-align: center;"><b>PSMK</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Designul și estetica produselor – factor important în diversificarea gamei de produse a firmei X.</li> <li>2. Analiză comparativă privind elementele de design și estetică a două produse similare pe piața X.</li> <li>3. Analiză comparativă privind strategiile de marketing utilizate de firma X și firma Y.</li> <li>4. Politici și strategii de marketing aplicate în marketingul ecologic/sportiv. Studiu de caz.</li> <li>5. Strategii de marketing utilizate pe o anumită piața. Studiu de caz.</li> </ol> <p style="text-align: center;"><b>AAT+REI+MSA</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Analiză comparativă privind strategiile de marketing utilizate de firma X și firma Y.</li> <li>2. Strategii de marketing utilizate pe o anumită piața. Studiu de caz.</li> <li>3. Politici și strategii de marketing turistic. Studiu de caz.</li> <li>4. Implementarea unui standard de securitate alimentară în cadrul firmei X.</li> <li>5. Rolul securității alimentare în cadrul unităților de alimentație publică. Studiu de caz firma X.</li> </ol>
<p>9. Prof.dr. Oana BĂRBULESCU</p>	<p style="text-align: center;"><b>REI</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Tehnologia Block chain, între necesitate și trend</li> <li>2. Impactul rețelelor sociale asupra dezvoltării unui brand</li> <li>3. Fenomenul știrilor false. Analiza canalelor de distribuție și metode de combatere pe platforma Facebook/ diferite canale</li> <li>4. Analiza realizată de un fond de investiții asupra unei companii aflată în stadiul embrionar</li> <li>5. Restructurarea unei companii în urma preluării de către un fond de investiții (managerială, organizatorică, financiară, comercială și informațională)</li> <li>6. Identificarea clauzelor abuzive din contractele de leasing. Studiu de caz la nivelul firmei locatare Y</li> </ol>

	<ol style="list-style-type: none"> <li>7. Identificarea cauzelor care conduc la eșec la nivelul unei firme mici/mijlocii din perspectiva antreprenorilor. Studiu exploratoriu la nivelul unui sector de activitate din Brașov.</li> <li>8. Implicații ale politicii bancare din România asupra firmelor exportatoare/importatoare. Studiu de caz: SC Y.</li> <li>9. Atragerea unui partener strategic ca strategiei de creștere a unei companii</li> <li>10. Efectele internetului asupra strategiilor de marketing adoptate de firmele din domeniul....</li> <li>11. Impactul tehnologiei asupra strategiilor de marketing adoptate de firme la nivel internațional. Studiu de caz: firma X</li> <li>12. Promovarea online ca mijloc de internaționalizarea a unei companii din domeniul x</li> </ol>
<p>10. Prof.dr. Elena Nicoleta UNTARU</p>	<p style="text-align: center;"><b>AAT</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Evaluarea satisfacției consumatorilor față de produsele/ serviciile oferite de o firmă prestatoare de servicii prin aplicarea modelului Kano. Evaluarea influenței variabilelor demografice.</li> <li>2. O aplicare a modelului Kano pentru identificarea unor atribute de calitate pentru produsele/ serviciile oferite de o firmă prestatoare de servicii</li> <li>3. Poziționarea/ re-poziționarea pe piață a firmelor prestatoare de servicii din domeniul turismului</li> <li>4. Diagnosticarea zonei de toleranță pentru serviciile oferite de o firmă din domeniul turismului</li> <li>5. O scală de măsurare pentru evaluarea componentei ecologice a calității serviciilor unui hotel/ unei agenții de turism/ unei unități de alimentație publică.</li> <li>6. Evaluarea așteptărilor consumatorilor față de componenta ecologică a calității serviciilor unui hotel/ unei agenții de turism/ unei unități de alimentație publică. Impactul variabilelor demografice.</li> <li>7. Evaluarea impactului factorilor demografici asupra satisfacției/ loialității/ intențiilor comportamentale în cadrul unei agenții de turism/ unei unități de cazare turistică/ unei unități de alimentație publică. Studiu de caz: agenția/ unitatea de cazare/ unitatea de alimentație publică.....</li> <li>8. Evaluarea impactului factorilor demografici asupra percepției consumatorilor despre calitatea serviciilor oferite de o unitate de alimentație publică/ o unitate de cazare turistică. Studiu de caz: Restaurantul/ unitatea de cazare...</li> </ol>

9. Evaluarea impactului factorilor psihologici (atitudini, normă socială, atașament, familiaritate etc.) asupra satisfacției și loialității consumatorilor față de o agenție de turism/ o unitate de cazare turistică/ o unitate de alimentație publică. Studiu de caz: agenția/ unitatea de cazare/ unitatea de alimentație publică.....
10. Percepții ale managerilor de pensiuni/ hoteluri etc. despre consumul de resurse naturale (apă, energie, deșeuri) în cadrul unităților de cazare turistică. Studiu calitativ
11. Atitudini/ Percepții/ Comportamente ale turiștilor privind economisirea resurselor naturale (energie, apă, colectarea selectivă a deșeurilor etc.) în cadrul unităților de cazare turistică. Studiu calitativ
12. Atitudini/ Percepții/ Comportamente ale turiștilor privind economisirea resurselor naturale (energie, apă, colectarea selectivă a deșeurilor etc.) în cadrul unităților de cazare turistică. Influența variabilelor demografice
13. Influența variabilelor demografice ale turiștilor asupra comportamentului de economisire a resurselor naturale în cadrul unităților de cazare turistică
14. Examinarea impactului postărilor influencerilor pe rețelele de socializare asupra răspunsurilor comportamentale ale consumatorilor în contextul serviciilor de turism. Influența variabilelor demografice

### **PSMK**

1. Evaluarea satisfacției consumatorilor față de produsele/ serviciile oferite de o firmă prestatoare de servicii. Aplicarea modelului Kano
2. Poziționarea/ re-poziționarea pe piață a firmelor prestatoare de servicii din domeniul....
3. Diagnosticarea zonei de toleranță pentru serviciile educaționale (medicale, hoteliere, de comerț, bancare, culturale etc.). Studiu de caz:.....
4. O scală de măsurare pentru evaluarea componentei ecologice a calității serviciilor de.... Studiu de caz: firma..
5. Investigarea impactului design-ului biofilic asupra răspunsurilor/ atitudinilor, comportamentelor, intențiilor comportamentale ale consumatorilor în cadrul serviciilor de.... Cercetare calitativă de marketing.
6. Investigarea impactului designului/ esteticii aplicațiilor mobile asupra satisfacției/ intențiilor comportamentale ale consumatorilor. Studiu de caz: firma....
7. Rolul aplicațiilor mobile în creșterea satisfacției și loialității



	<p>consumatorilor față de firmele din domeniul.....Studiu de caz: firma....</p> <p>8. Examinarea impactului postărilor influencerilor pe rețelele de socializare asupra răspunsurilor comportamentale ale consumatorilor în contextul serviciilor de....</p> <p>9. Examinarea rolului caselor de marcat de tip self-scan în creșterea satisfacției/ răspunsurilor comportamentale ale consumatorilor în contextul serviciilor de comerț. Studiu de caz: firma.....</p>
<p>11.Prof.dr. Nicolae Ion MARINESCU</p>	<p style="text-align: center;"><b>REI</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Impactul politicii concurențiale a Uniunii Europene. Studiu de caz: firma X</li> <li>2. Piața energiei regenerabile din România în contextul politicii energetice a Uniunii Europene. Studiu de caz: firma X</li> <li>3. Euroscepticismul față în față cu avansul integrării europene</li> <li>4. Bioeconomia - provocare pentru politica agricolă a Uniunii Europene. Studiu de caz: firma X</li> <li>5. Politica industrială în domeniul aeronautic în Uniunea Europeană. Studiu de caz: Airbus</li> <li>6. Green Deal - provocare pentru politica de mediu a Uniunii Europene. Studiu de caz: firma X</li> <li>7. Proiect de finanțare europeană în domeniul Y la firma X</li> <li>8. Programul european ERASMUS. Promovarea programului prin social media în cadrul SEAA</li> <li>9. Măsurarea performanței companiilor românești vs media europeană</li> <li>10. Îmbunătățirea promovării online a IMM românești din turism pe piața europeană</li> </ol>
<p>12.Prof.dr. Ioana Bianca CHIȚU</p>	<p style="text-align: center;"><b>AAT</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Elaborarea strategiei de promovare. Studiu de caz SC .....</li> <li>2. Perfecționarea politicii de promovare a produselor turistice/servicii din industria ospitalității. Studiu de caz SC.....</li> <li>3. Instrumente de fidelizare a clienților. Studiu de caz SC....</li> <li>4. Strategia de marcă. Studiu de caz firma SC....</li> <li>5. Utilizarea internetului ca mediu promoțional în turism. Studiu de caz SC....</li> <li>6. Relațiile publice și rolul lor în crearea imaginii unei firme. Studiu de caz SC.....</li> <li>7. Elaborarea unei campanii de relațiile publice. Studiu de caz SC .....</li> </ol> <p style="text-align: center;"><b>PSMK</b></p>

	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Elaborarea strategiei de promovare. Studiu de caz SC .....</li> <li>2. Perfecționarea politicii de promovare. Studiu de caz SC .....</li> <li>3. Elaborarea strategiei de fidelizare a clienților. Studiu de caz SC .....</li> <li>4. Strategia de marcă. Studiu de caz SC .....</li> <li>5. Proiectarea unei campanii promoționale în vederea introducerii pe piață a unor noi produse. Studiu de caz SC .....</li> <li>6. Elaborarea unei campanii de relațiile publice. Studiu de caz SC .....</li> <li>7. Relațiile publice și rolul lor în crearea imaginii unei firme. Studiu de caz SC .....</li> </ol>
<p>13.Prof.dr. Alina Simona TECĂU</p>	<p style="text-align: center;"><b>PSMK</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Marketing și inovare în contextul participării României la Expoziția Mondială 2025 din Osaka, Japonia</li> <li>2. Inteligența artificială și cercetarea calitativă de marketing</li> </ol>
<p>14.Prof.dr. Liliana DUGULEANĂ</p>	<p style="text-align: center;"><b>PSMK</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. „Analiza mediului de marketing al firmei &lt;.....&gt;. Studiu de caz la ... ”</li> <li>2. „Cercetări de marketing pentru studiul pieței &lt;produsului(lor) ... / serviciului(lor) ... / în domeniul ... / industria ...&gt; Studiu de caz la ... ”</li> <li>3. „Strategii și politici de marketing ale firmei ... . &lt;produsului(lor) ... / serviciului(lor) ... / în domeniul ... / industria ...&gt;. Studiu de caz la ... ”</li> <li>4. „Politici și strategii de promovare &lt;în domeniul ... / industria ...&gt;. Studiu de caz la ...”</li> <li>5. „Proiectarea unui canal de distribuție pentru ... &lt;în domeniul ... / industria ...&gt;. Studiu de caz la ... ”</li> <li>6. „Analiza mixului promoțional al firmei &lt;.....&gt;. Studiu de caz la ...”</li> <li>7. „Previziunea vânzărilor/ fluxului de turiști &lt;în domeniul ... / industria ...&gt;. Studiu de caz la ...”</li> <li>8. „Analiza sezonality în &lt;vânzări/turism/...&gt;. Studiu de caz ....”</li> <li>9. „Analiza comportamentului consumatorului de produse/servicii.....”</li> <li>10. „Construirea unui model econometric pentru analiza factorilor de influență ai cererii de produse, servicii.....”</li> </ol>

<p>15.Prof.dr. Monica SZELEȘ RĂILEANU</p>	<p style="text-align: center;"><b>REI</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Analiza comparativă a evoluției indicilor bursieri internaționali. Implicații pentru creșterea economică mondială</li> <li>2. Configurarea unui portofoliu de titluri financiare optim în perioade de recesiune economică</li> <li>3. Analiza evoluțiilor bursiere ale unei companii multinaționale pe mai multe piețe internaționale. Studiu de caz: Coca Cola/ Google/ Apple</li> <li>4. Gestionarea optimă a raportului risc-rentabilitate. Studiu de caz: Compania X listată la BVB</li> <li>5. Analiza evoluției sinuoase a companiei Facebook pe piața internațională de capital</li> <li>6. Analiza performanțelor financiare și bursiere ale sectorului petrolier/farmaceutic în România și pe plan internațional, în contextul crizei financiare</li> <li>7. Strategii de finanțare pe piața de capital a companiei Petrom/ Rompetrol Rafinare Constanța</li> </ol>
<p>16.Conf.dr. Marius BĂLĂȘESCU</p>	<p style="text-align: center;"><b>PSMK</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Strategii de marketing intern. Studiu de caz .....</li> <li>2. Marketingul inovației și economia circulară. Studiu de caz.....</li> <li>3. Marketingul digital la nivelul operatorilor de gross cash and carry. Studiu de caz....</li> <li>4. Digitalizarea în administrația publică- o abordare de marketing. Studiu de caz.....</li> <li>5. Rolul marketingului în elaborarea politicilor publice de dezvoltare durabilă a comunităților. Studiu de caz....</li> <li>6. Auditul de marketing. Studiu de caz.....</li> <li>7. Politici și strategii de comunicare și promovare ale firmelor inovatoare. Studiu de caz....</li> </ol>
<p>7. Conf.dr. Adina Nicoleta CANDREA</p>	<p style="text-align: center;"><b>AAT</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Utilizarea noilor tehnologii informaționale și de comunicare în cadrul unităților de cazare/de alimentație/a agențiilor de turism/unităților de agrement.</li> <li>2. Utilizarea noilor tehnologii informaționale și de comunicare la nivelul unor destinații turistice.</li> <li>3. Utilizarea noilor tehnologii informaționale și de comunicare în cadrul muzeelor.</li> <li>4. Analiza comparativă a tehnicilor de promovare online a destinațiilor de ecoturism.</li> <li>5. Certificarea ecologică a serviciilor unei societăți comerciale din domeniul turismului.</li> </ol>

	<ol style="list-style-type: none"> <li>6. Utilizarea rețelelor sociale pentru promovarea unor societăți comerciale din domeniul turismului/pentru promovarea unor destinații turistice.</li> <li>7. Oportunități de inovare în cadrul unui hotel/agenție de turism/restaurant/muzeu.</li> <li>8. Analiza diferențelor între imaginea percepută și imaginea proiectată a unei destinații turistice.</li> <li>9. Analiza tehnicilor de promovare online a unei destinații turistice.</li> <li>10. Studiu privind rolul blogurilor de călătorie în alegerea unei destinații turistice. Studiu de caz .....</li> <li>11. Studiu privind rolul rețelelor sociale în alegerea unei destinații turistice/oferte turistice. Studiu de caz .....</li> <li>12. Studiu privind rolul comunităților online de călătorie în alegerea unei destinații turistice. Studiu de caz .....</li> <li>13. Implicațiile turismului de evenimente în dezvoltarea destinațiilor .... (rurale/urbane/litorale/montane ... din (judetul/tara....).</li> <li>14. Utilizarea rețelelor sociale pentru promovarea unităților de cazare/de alimentare/a agențiilor de turism/unităților de agrement/unităților muzeale.</li> </ol>
<p>18. Conf.dr. Raluca Dania TODOR</p>	<p style="text-align: center;"><b>REI</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Analiza strategiei de marketing a companiei X./ Soluții privind optimizarea activității companiei.</li> <li>2. Analiza politicii de produs a firmei X.</li> <li>3. Analiza politicii de pret a firmei X</li> <li>4. Analiza politicii de distribuție a firmei X</li> <li>5. Analiza politicii de promovare a firmei X</li> <li>6. Analiza activității de branding a companiei X.</li> </ol>
<p>19. Conf.dr. Ruxandra Gabriela ALBU</p>	<p style="text-align: center;"><b>AAT</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Responsabilitatea socială a companiilor (CSR) și dezvoltare durabilă. Studiu de caz.....</li> <li>2. Managementul destinațiilor turistice. Studiu de caz:.....</li> <li>3. Dezvoltarea durabilă a regiunii.....Realizarea Agendei 21 pentru.....</li> <li>4. Relația turism – mediu înconjurător. Studiu de caz la.....</li> <li>5. Perspectivele dezvoltării formelor alternative de turism (turismul orientat spre comunitățile locale - CBT, turismul orientat spre natură - NBT, ecoturism, turismul „pentru ajutorul populației sărace” - PPT, etc.) în România.</li> <li>6. Managementul agenției de turism. Studiu de caz.....</li> <li>7. Managementul dezvoltării turistice durabile. Studiu de caz....</li> <li>8. Managementul hotelier. Studiu de caz.....</li> </ol>

	<p>9. Studiu comparativ privind managementul dezvoltării turistice durabile: regiunile X și Y.</p> <p>10. Managementul schimbării atitudinilor în turism. Studiu de caz....</p> <p>11. Evaluarea potențialului turistic. Studiu privind posibilitatea dezvoltării turistice a regiunii....</p> <p>12. Animație în turism. Studiu de caz.....</p>
--	--