

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 Petrișor CONSTANTIN</p>	<p style="text-align: center;">MK+ECTS</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. Bianca TESCAȘIU</p>	<p style="text-align: center;">AI</p> <p>1. Politici de marketing la nivelul firmelor din ... (un domeniu, un sector)</p> <p>2. Strategii de produs/preț/distribuție/promovare pe piața/în industria</p> <p>3. Mixul de marketing specific în domeniul/industria</p> <p>4. Mediul de marketing european. Aplicație într-un domeniu/pe o piață.</p> <p>5. Aspecte conceptuale și operaționale privind comunicarea într-un sector/o industrie</p> <p>6. Extinderea pe piețe străine</p> <p>7. Supraaglomerarea turistică în context internațional</p> <p>8. Impactul economic și social al digitalizării într-o țară/industrie</p> <p>9. Globalizarea în cultură/educație/un anumit sector</p> <p>10. Strategii de marketing în educație/turism</p> <p>11. Politici comunitare.</p> <p>12. Extinderea UE/Caracterizarea stadiului actual al</p>

	<p>extinderii UE/Extinderea negativă a Uniunii Europene</p> <p>13.Probleme globale/europene – mediu, energie, nivel de dezvoltare</p>
<p>6.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..... 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>7.Prof.dr. Codruța Adina BĂLTESCU</p>	<p style="text-align: center;">ECTS</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Analiza serviciilor de cazare budget într-o localitate/județ. 2. Analiza serviciilor de cazare de lux într-o localitate/județ. 3. Influențele serviciilor de cazare de tip P2P asupra pieței hoteliere într-o localitate/județ. 4. Aplicarea principiilor de dezvoltare sustenabilă în activitățile de cazare.

	<ol style="list-style-type: none"> 5. Rolul platformelor de rezervări în dezvoltarea pieței hoteliere într-o localitate/județ. 6. Rolul tehnologiei în dezvoltarea activităților de cazare. 7. Alcătuirea listei-meniu – premisa succesului unităților de alimentație publică. 8. Promovarea autenticității gastronomice locale de către unitățile de alimentație publică într-o localitate/județ. 9. Impactul tradițiilor gastronomice asupra dezvoltării turistice a unei localități/județ. 10. Rolul tehnologiei în dezvoltarea activităților de alimentație publică. 11. Instrumente de consiliere a turiștilor utilizate de agențiile de turism. 12. Rolul social-media în influențarea deciziilor de călătorie. 13. Impactul agențiilor de turism online în activitățile de intermediere din turism. 14. Rolul ghizilor de turism în dezvoltarea destinațiilor turistice. 15. Rolul co-creării în activitățile de intermediere din turism. 16. Rolul tehnologiei în dezvoltarea proceselor de intermediere în turism.
<p>8. Prof.dr.Nicoleta 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.
10. Politici și strategii de prețuri pe piața X.

AI

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

AI

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 emiterie 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 produselor alimentare
14. Influența prețului asupra deciziei de cumpărare a produselor de lux
15. Perspective de extindere pe o piață străină a unui producător de bere artizanală
16. Strategii de produs/preț în domeniul IT
17. Impactul expansiunii producătorilor de electronice/auto asupra dezvoltării pieței la nivel global
18. Mixul de marketing adoptat de firmele din domeniul vinului/etc
19. Politici de marketing la nivelul firmelor din domeniul vinului /modei/ cosmeticelor/auto/alimentar/etc. la nivel internațional
20. Politici de produs /preț/distribuție/promovare adoptate de firmele românești din domeniul...pe piețele străine
21. Politici de produs /preț/distribuție/promovare adoptate de firmele străine din domeniul...pe piețele românești
22. Strategii de produs /preț/distribuție/promovare adoptate

9.Prof.dr. Oana
BĂRBULESCU

	<p>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>10.Prof.dr. Elena Nicoleta UNTARU</p>	<p style="text-align: center;">ECTS+MK</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Investigarea impactului designului/ esteticii aplicațiilor mobile asupra satisfacției/ intențiilor comportamentale ale consumatorilor. Studiu de caz: serviciile de..... 2. Rolul aplicațiilor mobile în creșterea satisfacției și loialității consumatorilor față de firmele din domeniul..... 3. Examinarea impactului postărilor influencerilor pe rețelele de socializare asupra răspunsurilor comportamentale ale consumatorilor în contextul serviciilor de.... 4. Examinarea rolului caselor de marcat de tip self-scan in creșterea satisfacției/ raspunsurilor comportamentale ale consumatorilor in contextul serviciilor de comerț. 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

	<p>din domeniul... Studiu de caz: domeniul / segmentul/ analiza comparativă a două segmente de consumatori.</p> <p>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.</p> <p>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.</p> <p>22.Analiza și previziunea evoluției serviciilor educaționale (sau medicale, hoteliere, de comerț, bancare, culturale etc.). Studiu de caz: țara (județul, zona).....</p> <p>23.Locul și rolul serviciilor educaționale (sau medicale, hoteliere, de comerț, bancare, culturale etc.) în dezvoltarea economico-socială a unei țări. Studiu de caz: țara (județul, zona).....</p>
<p>11. Prof. dr. Nicolae Ion MARINESCU</p>	<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. Efectele comportamentului investițional asupra rezultatelor companiilor 8. Problematika prețurilor de transfer în relația dintre companiile transnaționale și autoritățile naționale 9. Impactul euroscepticismului asupra Uniunii Europene 10. Lupta pe piața internațională între SUA și UE în domeniul X

12. Prof. dr. Ioana
Bianca CHIȚU

ECTS

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.

MK

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 serviciilor/serviciilor publice (educație, sănătate, administrație publică, cultură etc.).
4. Instrumente de fidelizare a clienților. Studiu de caz piața serviciilor bancare/turistice/ etc.
5. Instrumente promoționale utilizate în promovarea produselor bancare/destinațiilor turistice/ etc..
6. Relațiile publice și rolul lor în promovarea firmelor din domeniul (bancar/alimentație publică/comerț/ etc.)
7. Importanța tehnicilor de promovare a vânzărilor în 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

	<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>13.Prof.dr. Alina Simona 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
35. Specificul campaniilor de promovare adresate copiilor/ adolescenților/....
36. Specificul strategiilor de marketing utilizate în cadrul sistemelor de tip MLM piața
37. Sistemul MLM în domeniul pe piața românească/ brașoveană/ ...
38. Specificul activităților de marketing desfășurate de ONG-urile din Brașov/
39. Comunicarea în marketingul electoral
40. Specificul activităților de promovare a evenimentelor culturale/ sportive/.../ din Brașov/ România/...
41. Marketing și responsabilitate socială pe piața
42. Big data și etica de marketing

<p>14. Prof.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>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 in 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 econometrica a impactului intervențiilor Fondului Monetar Internațional asupra economiilor beneficiare.

<p>16.Conf.dr. Marius BĂLĂȘESCU</p>	<p style="text-align: center;">ECTS</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Mixul de marketing al prestatorilor de servicii imobiliare. 2. Strategii de segmentare a pieței comercianților cu amănuntul. 3. Strategii de creare a brandului de țară. 4. Conceperea designului de experiențe în industria / domeniul 5. Managementul și marketingul forței de vânzare în comerț/ turism/ servicii. 6. Modalități de creștere a notorietății firmelor de comerț prin utilizarea mediului online. 7. Marketing design în industria ambalajelor bunurilor alimentare. 8. Analiza serviciilor de asistență și suport informațional oferite consumatorilor de produse tehnologizate. <p style="text-align: center;">MK</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Marketingul digital în domeniul financiar bancar/ asigurări. 2. Politici și strategii de marketing în administrația publică. 3. AI (Artificial Intelligence) și marketingul experiențelor în industria/ domeniul comerț/ turism/ servicii. 4. Poziționarea firmelor din comerțul cu amănuntul. 5. Strategii de marketing interactiv aplicate de către firmele de comerț cu amănuntul. 6. Strategii de marketing digital pentru afacerile mici din comerțul cu amănuntul. 7. Responsabilitatea socială a firmelor de comerț. 8. Marketingul evenimentelor offline vs online. 9. Marketingul de influență și social media.
<p>17.Conf.dr. Adina Nicoleta CANDREA</p>	<p style="text-align: center;">ECTS</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Perspectivele dezvoltării turismului cultural/rural/de aventură/sportiv/montan/litoral/balnear în județul/țara.... 2. Utilizarea tehnicilor de interpretare pentru valorificarea resurselor turistice dintr-o destinație. 3. Utilizarea tehnicilor de interpretare pentru valorificarea patrimoniului cultural dintr-un muzeu. 4. Dezoltarea ecoturismului în ariile naturale protejate. 5. Solutii de minimizare a impactului activităților turistice

	<p>asupra mediului înconjurător în destinațiile turistice....</p> <ol style="list-style-type: none"> 6. Managementul fluxurilor de vizitatori în ariile naturale protejate. 7. Interpretarea naturii și culturii în destinațiile turistice rurale/de ecoturism. 8. Dezvoltarea durabilă a turismului în destinația 9. Perspectivele diversificării serviciilor turistice/formelor de turism în destinațiile/județul/tara în vederea reducerii sezonality activității turistice. 10. Amenajarea/Reamenajarea turistică a destinațiilor turistice (rurale/urbane/litorale/montane ... din județul/tara....). 11. Tehnici de promovare utilizate de unitățile de cazare/unitățile de alimentație/agențiile de turism/unitățile de agrement/unitățile muzeale. 12. Tehnici de fidelizare a clienților utilizate de unitățile de cazare/unitățile de alimentație/agențiile de turism. 13. Strategii de marketing utilizate de unitățile de cazare/unitățile de alimentație/agențiile de turism/unitățile de agrement/ unitățile muzeale. 14. Analiza inițiativelor pentru dezvoltare durabilă în cadrul firmelor de turism.
<p>18.Conf.dr. Raluca Dania 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 style="text-align: center;">19.Conf.dr. Ruxandra Gabriela 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 style="text-align: center;">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.

21. Lect.dr. Simona
BĂLĂȘESCU

AI

1. Strategii de comunicare și negociere la nivelul companiilor multinaționale.
2. Strategii de marketing ale marilor conține de distribuție internațională.
3. Tehnici de negociere aplicate la nivelul firmelor de comerț care acționează pe piața Uniunii Europene.
4. Negocierea contractelor în domeniul transporturilor internaționale.
5. 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.
6. Tehnici și tactici de manipulare în negocierea contractelor comerciale internaționale.

MK

1. Fidelizarea clienților- instrument al politicii de marketing în domeniul comerț/turism/servicii.
2. Marketingul spațiului de vânzare în domeniul comerțului cu amănuntul specializat .
3. Mixul de marketing al platformelor online.
4. Logistica inversă în industria ambalajelor.
5. Marketingul centrelor comerciale de tip mall.
6. Rolul noilor tehnologii și ale marketingului inovării la nivelul firmelor de comerț.
7. Marketingul comerțului mobil.

ECTS

1. Strategii și tehnici de merchandising în domeniul comerțului cu mărfuri alimentare/ nealimentare.
2. Strategii de gamă sortimentală în comerțul cu amănuntul de tip hipermarket/ supermarket / specializat.
3. Strategii de promovare în mediul online a produselor de lux.
4. Analiza serviciilor publice vs serviciilor private de sănătate – o abordare de marketing.
5. Conceptul de Smart City și dezvoltarea sustenabilă.
6. Retenția clienților – strategii de marketing folosite de firmele mici de comerț/ turism/ servicii.

MK + ECTS

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/ serviciilor
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

22.Lect.dr. Ioana
Mădălina
PURCARU

<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 domeniul 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 15. Tehnici inovative de marketing pentru creșterea satisfacției clienților în domeniul
<p>24. Asist.dr. Ioana Simona IVASCIUC</p>	<p style="text-align: center;">ECTS+MK</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Strategii de marketing în industria turistică în era digitală. Studiu de caz asupra destinațiilor turistice urbane. 2. Studiu cu privire la platformele de social media utilizate în industria turistică și rolul lor în promovarea și comercializarea destinațiilor turistice. 3. Strategii de fidelizare a clienților în industria turismului: studiu asupra strategiilor de fidelizare în unitățile de cazare/ alimentație/ agenții de turism 4. Sustenabilitatea în turism: analiză a politicilor și

	<p>inițiativelor guvernamentale pentru promovarea turismului responsabil și a eco-turismului.</p> <ol style="list-style-type: none"> 5. Planificarea și dezvoltarea infrastructurii turistice într-o destinație turistică: studiu de caz asupra unei regiuni sau a unui oraș. 6. Planificarea și gestionarea resurselor naturale în scopul dezvoltării durabile a turismului: cazul unei arii protejate. 7. Studiu cu privire la rolul comunităților locale în promovarea și gestionarea turismului rural și ecoturismului. 8. Studiu cu privire la educația și conștientizarea ecoturistilor. 9. Rolul comunicării interne în îmbunătățirea eficienței organizațiilor în industria turismului. 10. Analiza tehnicilor de promovare utilizate în industria evenimentelor.
<p>25. Asist.dr. Eliza NICHIFOR</p>	<p style="text-align: center;">MK + AI</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Inovații în domeniul marketingului digital: impactul punctelor de interacțiune digitale și a campaniilor online bazate pe date. 2. Cultura <i>mobile-first</i>, viitorul designului global. 3. Analiza de sentiment în rândul utilizatorilor activi pe piața serviciilor/produselor... 4. Percepții asupra formatelor de conținut interactive și imersive în marketing în rândul consumatorilor. Un studiu experimental. 5. Optimizarea și interpretarea micro-momentelor în generarea de conținut personalizat. Analiză realizată cu dispozitive de <i>neuromarketing</i>. 6. Cyberpsihologia detoxificării digitale. Cercetare cantitativă de marketing în rândul Generației Z. 7. Busola Digitala 2030: cum arată viitorul? O perspectivă asupra comerțului electronic/inovarea în domeniul ITC, e-Sănătate, e-Încredere/competențe digitale. 8. Marketingul digital și democrația digitală. 9. Analiza și optimizarea punctelor de interacțiune în cadrul strategiilor de marketing digital aplicate pe piața produselor/serviciilor... Un studiu <i>eye-tracking</i>. 10. Tendințe și tehnologii emergente în domeniul marketingului digital pentru afacerile mici și mijlocii: implicații asupra aplicațiilor bazate pe inteligența

artificială.

11. Realitatea virtuală și augmentată. Implicații practice pentru dezvoltarea marketingului digital.
12. Marketingul digital și comerțul electronic. Tendințe și implicații practice în domeniul...
13. Comportamentul consumatorului în era digitală: o perspectivă a strategiilor specifice Industriei/Marketingului 5.0.
14. Relația dintre implicarea în social media și traficul site-ului web: Studiu de caz: brandul ...
15. Percepțiile și înțelegerea publicității pe rețelele sociale plătite și organice în rândul consumatorilor din generația Z.
16. Optimizarea campaniilor Pay per click. Indicatori și tehnici pentru creșterea profitabilității.
17. Analiză asupra abordării micro-momentelor în creșterea conversiilor generate de campaniile de marketing digital de către specialiști în marketing.
18. Rolul publicității online în dezvoltarea afacerilor locale
19. Strategii de marketing de conținut adaptate la nevoile afacerilor cu prezență digitală: un cadru conceptual.
20. Evaluarea impactului campaniilor de email marketing în retenția clienților.
21. Rolul influențatorilor digitali în strategiile de marketing aplicate pe piața produselor/serviciilor...
22. Măsurarea eficienței campaniilor video cu scopul generării de *lead*-uri calificate.
23. Rolul analizei Big Data în optimizarea strategiilor de marketing aplicate pe piața produselor/serviciilor din România/...
24. Impactul prezenței influențatorilor în rețelele sociale asupra loialității față de marcă și retenția clienților în rândul Gen X/ Gen Z.
25. Provocările și oportunitățile social media în marketingul global și multicultural: percepțiile departamentelor de marketing din marile corporații