

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

PROFESOR COORDONATOR	DENUMIREA TEMEI
1. Prof.dr.Gabriel BRĂTUCU	PSMK 1. Perfecționarea politicilor și strategiilor de marketing aplicate în marketingul serviciilor. Studiu de caz..... 2. Utilitatea politicilor și strategiilor de marketing în marketingul instituțiilor publice/administrativ. Studiu de caz..... 3. Politici și strategii de marketing aplicate în marketingul pentru mass-media. Studiu de caz..... 4. Utilizarea politicilor și strategiilor de marketing în domeniul consultanței pentru IMM-uri. Studiu de caz..... 5. Planul de marketing pentru lansarea unui post local de radio/televiziune 6. Politici de marketing aplicate pe piața de retail din România. Studiu de caz..... 7. Politici de marketing aplicate pe piața bunurilor industriale din România (marketingul B2B). Studiu de caz..... 8. Elaborarea strategiei de promovare și comunicare pentru Universitatea Transilvania din Brașov. 9. Cercetarea comportamentului consumatorului de produse electrocasnice. Studiu de caz..... 10. Cercetarea comportamentului consumatorului de băuturi alcoolice. Studiu de caz..... 11. Cercetarea comportamentului consumatorului de țigări. Studiu de caz..... 12. Cercetarea comportamentului electoratului. Studiu de caz..... 13. Cercetarea comportamentului consumatorului de mass-media. Studiu de caz..... 14. Cercetarea comportamentului consumatorului de produse vegetariene. Studiu de caz..... REI 1. Politici și strategii de marketing aplicate pe piața auto din Germania/Marea Britanie/Italia/Franța. 2. Politici și strategii de marketing aplicate pe piața agricolă UE. Studiu de caz..... 3. Politici și strategii de marketing aplicate pe piața vitivinicolă din

	Franța/Italia/Germania/Spania/Portugalia. - Analiză comparativă a strategiilor de marketing utilizate pe piața serviciilor educaționale din România/Marea Britanie, sau România/Germania, sau România/Danemarca, sau România/SUA. - Politici și strategii de marketing aplicate pe piața turistică a țărilor membre UE. Studiu de caz..... - Strategii de penetrare a pieței UE a confecțiilor. Studiu de caz..... - Strategii de penetrare a pieței mondiale a mobilei. Studiu de caz..... - Strategii de promovare a produselor de lux pe piața chineză/EUA/Arabia Saudită. Studiu de caz.....
2. Prof.dr. Ana ISPAS	AAT - Tehnologiile digitale și marketingul digital – oportunități pentru afacerile din turism și industria ospitalității - Utilizarea realității augmentate în marketingul atracțiilor turistice - Rolul gastronomiei tradiționale în marketingul destinațiilor turistice - Influencer marketing în turism: rolul micro-influencerilor în alegerea destinațiilor turistice - Marketingul experiențial în turism: de la storytelling la crearea de amintiri memorabile - Identificarea comportamentelor și preferințelor de călătorie ale Generației Z - Utilizarea Inteligenței Artificiale (IA) în marketingul destinațiilor turistice - Pachetele de city break și strategiile lor de promovare online - Tendințe în turismul de wellness și strategii de marketing pentru atragerea turiștilor în stațiuni balneare românești - Trainingul personalului sezonier în domeniul ospitalității: dezvoltarea de resurse educaționale practice - Orice altă temă stabilită în colaborare cu studenții REI - Gamificarea în turism: cum pot destinațiile turistice să crească implicarea vizitatorilor - Turismul de experiență: cum poate fi utilizat storytelling-ul în marketingul destinațiilor turistice - Aplicarea conceptului de „smart tourism” în orașele europene și oportunități pentru România - Promovarea turismului rural/ balnear/ gastronomic prin storytelling digital - Impactul rețelelor sociale asupra comportamentului și intenției turiștilor de a vizita o destinație turistică

	6. Marketingul evenimentelor culturale și sportive ca motor de dezvoltare a turismului urban 7. Utilizarea TikTok în alegerea destinației turistice: un studiu din perspectiva turiștilor tineri 8. Comunitățile online și impactul lor asupra marketingului destinațiilor turistice 9. Identitatea vizuală și brandul unei destinații turistice 10. Strategii de management al deșeurilor în zone turistice montane: între infrastructură și educația vizitatorilor 11. Orice altă temă stabilită în colaborare cu studenții
3. Prof.dr. Cristinel CONSTANTIN	AAT 1. Modalități de îmbunătățire a strategiilor asociate mix-ului de marketing în cadrul întreprinderii de turism. STUDIU DE CAZ..... 2. Modalități de îmbunătățire a politicii de promovare a produselor turistice STUDIU DE CAZ..... 3. Perfecționarea politicilor și strategiilor de distribuție a produselor turistice STUDIU DE CAZ..... 4. Perfecționarea politicilor și strategiilor de prețuri pe piața produselor turistice.... . STUDIU DE CAZ..... 5. Perfecționarea politicilor și strategiilor de produs în cadrul firmelor de turism..... STUDIU DE CAZ..... 6. Strategii de penetrare a pieței pe baza mix-ului produse-prețuri în cadrul firmelor cu activitate de turism..... STUDIU DE CAZ..... 7. Perfecționarea strategiilor de piață utilizate de firmele din domeniul turismului..... STUDIU DE CAZ..... 8. Perfecționarea relațiilor cu clienții în cadrul firmelor din domeniul turismului..... STUDIU DE CAZ..... 9. Căi de creștere a satisfacției clienților în cadrul firmelor de turism. STUDIU DE CAZ..... 10. Modalități de implementare a marketingului relațional în industria ospitalității. STUDIU DE CAZ..... 11. Rolul sistemelor informatice de gestiune a relațiilor cu clienții în implementarea marketingului relațional. 12. Căi de implementare a marketingului relațional în destinația turistică 13. Căi de îmbunătățire a imaginii destinației turistice PSMK 1. Căi de îmbunătățire a imaginii Universității Transilvania din Brașov în rândul studenților 2. Modalități de îmbunătățire a activității comerciale în cadrul Complexului Studentesc Colina Universității/Memorandumului. 3. Modalități de îmbunătățire a strategiilor asociate mix-ului de marketing în cadrul întreprinderii producătoare de bunuri. STUDIU DE CAZ..... 4. Modalități de îmbunătățire a strategiilor asociate mix-ului de

	marketing în cadrul întreprinderii prestatoare de servicii. STUDIU DE CAZ..... 5. Modalități de îmbunătățire a politicii de promovare a produselor (serviciilor) STUDIU DE CAZ..... 6. Perfecționarea politicilor și strategiilor de distribuție pe piața STUDIU DE CAZ..... 7. Perfecționarea politicilor și strategiilor de prețuri pe piața produselor STUDIU DE CAZ..... 8. Strategii de penetrare a pieței pe baza mix-ului produse-prețuri în cadrul firmelor STUDIU DE CAZ..... 9. Perfecționarea relațiilor cu clienții în cadrul firmelor din domeniul STUDIU DE CAZ..... 10. Căi de creștere a satisfacției clienților în cadrul firmelor STUDIU DE CAZ..... 11. Modalități de implementare a marketingului relațional în cadrul firmei. STUDIU DE CAZ..... 12. Căi de dezvoltare a activității online desfășurate de organizația publică/non-profit/etc. STUDIU DE CAZ.....
4.Prof.dr. Bianca TESCAȘIU	REI+PSMK 1. Politici de marketing la nivelul firmelor din ... (un domeniu, un sector). Aplicație 2. Strategii de produs/preț/distribuție/promovare pe piața/în industria Aplicație 3. Mixul de marketing specific în domeniul/industria Aplicație 4. Mediul de marketing european. Aplicație la societatea X. 5. Aspecte conceptuale și operaționale privind comunicarea la firma 6. Extinderea pe piețe străine 7. Supraaglomerarea turistică în context internațional 8. Impactul economic și social al digitalizării 9. Globalizarea în cultură/educație/un anumit sector 10. Strategii de marketing în educație/turism
5. Prof.dr. Dana BOȘCOR	REI 1. Strategii de promovare a exportului românesc pe piața internațională. Studiu de caz.... 2. Strategii de marketing adoptate de producătorii..... pe piețele externe. 3. Strategii folosite de firmele globale la baza piramidei. Studiu de caz..... 4. Strategii de marketing globale.Studiu de caz.... 5. Selectarea și evaluarea piețelor externe pentru producătorii din domeniul..... 6. Strategii de preț/promovare/distribuție adoptate de firme din domeniul... pe piețele externe. Studiu de caz... 7. Strategii de marketing intercultural. 8. Efectele Internetului asupra strategiilor de marketing adoptate de firme. 9. Studiu comparativ asupra strategiilor de intrare adoptate de firmele străine pe piața românească. Studiu de caz. 10. Evaluarea piețelor emergente. Oportunități și riscuri pentru derularea afacerilor pe aceste piețe. Studiu de caz.

	11. Outsourcing-ul la nivel internațional. Poziția României pe această piață. 12. Strategii de export adoptate de firme din domeniul..... 13. Impactul tehnologiei asupra strategiilor de marketing adoptate de firme la nivel internațional. Studiu de caz..... 14. Strategii de marketing de nișă folosite de firmele mici și mijlocii la nivel internațional. Studiu de caz..... 15. Strategii de personalizare adoptate de firme la nivel internațional. Studiu de caz..... 16. Externalizarea proceselor de afaceri. Procesul de reshoring. Studiu de caz.....
6. Prof.dr. Codruța Adina BĂLTESCU	AAT 1. Managementul și marketingul unui eveniment. Studiu de caz.... 2. Organizarea festivalurilor – instrument de promovare turistică. Studiu de caz...
7. Prof.dr. Nicoleta Andreea NEACȘU	PSMK + AAT + MSREI 1. Utilizarea elementelor de design pentru atragerea și fidelizarea clienților în domeniul X. Studiu de caz: firma 2. Designul și estetica produselor – factor important în diversificarea gamei de produse. Studiu de caz: compania 3. Analiza identității vizuale a unei companii cu ajutorul elementelor de design și estetică 4. Strategii de marketing digital în domeniul X. Studiu de caz: firma 5. Strategii de marketing sustenabil în domeniul X. Studiu de caz: firma 6. Strategii de calitate practicate pe piața X de către compania 7. Managementul calității în domeniul X. Studiu de caz: firma 8. Implementarea unui standard de securitate alimentară în domeniul X. Studiu de caz: firma 9. Rolul securității alimentare în cadrul unităților de alimentație publică. Studiu de caz 10. Rolul culturii gastronomice în cadrul unităților de alimentație publică. Studiu de caz 11. Analiza culturii gastronomice și rolul acesteia în promovarea regiunii X 12. Orice altă temă stabilită în colaborare cu studenții
8. Prof.dr. Oana BĂRBULESCU	REI 1. Tehnologia Block chain, între necesitate și trend 2. Impactul rețelelor sociale asupra dezvoltării unui brand 3. Fenomenul știrilor false. Analiza canalelor de distribuție și metode de combatere pe platforma Facebook/ diferite canale 4. Analiza realizată de un fond de investiții asupra unei companii aflată în stadiul embrionar 5. Restructurarea unei companii în urma preluării de către un fond de investiții (managerială, organizatorică, financiară, comercială și informațională) 6. Identificarea clauzelor abuzive din contractele de leasing. Studiu de caz la nivelul firmei locatare Y

	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. 8. Implicații ale politicii bancare din România asupra firmelor exportatoare/importatoare. Studiu de caz: SC Y. 9. Atragerea unui partener strategic ca strategiei de creștere a unei companii 10. Efectele internetului asupra strategiilor de marketing adoptate de firmele din domeniul.... 11. Impactul tehnologiei asupra strategiilor de marketing adoptate de firme la nivel internațional. Studiu de caz: firma X 12. Promovarea online ca mijloc de internaționalizarea a unei companii din domeniul x
9.Prof.dr. Elena Nicoleta UNTARU	AAT 1. O evaluare multidimensională a calității serviciilor turistice: Aplicarea modelului Kano pentru identificarea factorilor de diferențiere. 2. Poziționarea pe piață a unei firme prestatoare de servicii din domeniul turismului și ospitalității (de exemplu, o agenție de turism, o unitate de alimentație publică, o unitate de cazare turistică). 3. De la Must-have la Wow: O evaluare a calității serviciilor cu ajutorul modelelor Kano și IPA. Studiu de caz: Firma X 4. Emoția ca predictor al comportamentului de loialitate: O analiză a răspunsului emoțional al oaspeților, prin prisma percepției despre calitatea serviciilor de.... 5. Diferențele culturale în percepția calității serviciilor: O analiză comparativă a așteptărilor turiștilor. Studiu de caz: turiști români vs. turiști străini. 6. Comportamentul de planificare a călătoriei în era digitală: O analiză a rolului influencerilor și al recenziilor online în decizia de cumpărare PSMK 1. Must-have sau Wow? Evaluarea calității serviciilor prin prisma modelului Kano (Studiu de caz: firma X). 2. O evaluare critică a calității serviciilor prin integrarea modelelor Kano și IPA: O analiză comparativă și implicații strategice 3. Determinarea avantajului competitiv: Un studiu al poziționării pe piață a firmelor de servicii prin prisma analizelor de importanță-performanță (IPA/CIPA). 4. Optimizarea portofoliului de servicii prin analiza IPA/CIPA: O strategie de marketing pentru maximizarea satisfacției clienților și a profitabilității.

10.Prof.dr. Nicolae Ion MARINESCU	REI 1. Impactul politicii concurențiale în Uniunea Europeană. Studiu de caz: firma X 2. Piața energiei regenerabile din România în contextul politicii energetice a Uniunii Europene. Studiu de caz: firma X 3. Bioeconomia - provocare pentru politica agricolă a Uniunii Europene. Studiu de caz: firma X 4. Politica industrială în domeniul aeronautic în Uniunea Europeană. Studiu de caz: Airbus 5. Green Deal - provocare pentru politica de mediu a Uniunii Europene. Studiu de caz: firma X 6. Măsurarea performanței companiilor românești vs. media europeană 7. Proiect de finanțare europeană în domeniul Y la firma X 8. Programul european ERASMUS. Promovarea programului prin social media în cadrul SEAA 9. Îmbunătățirea promovării online a IMM românești din turism pe piața europeană 10. Îmbunătățirea promovării unor obiective cultural-turistice din Brașov pe piața europeană
11.Prof.dr. Ioana Bianca CHIȚU	AAT 1. Elaborarea strategiei de promovare. Studiu de caz SC 2. Perfecționarea politicii de promovare a produselor turistice/servicii din industria ospitalității. Studiu de caz SC..... 3. Instrumente de fidelizare a clienților. Studiu de caz SC.... 4. Strategia de marcă. Studiu de caz firma SC.... 5. Utilizarea internetului ca mediu promoțional în turism. Studiu de caz SC.... 6. Relațiile publice și rolul lor în crearea imaginii unei firme. Studiu de caz SC..... 7. Elaborarea unei campanii de relațiile publice. Studiu de caz SC PSMK 1. Elaborarea strategiei de promovare. Studiu de caz SC 2. Perfecționarea politicii de promovare. Studiu de caz SC 3. Elaborarea strategiei de fidelizare a clienților. Studiu de caz SC 4. Strategia de marcă. Studiu de caz SC 5. Proiectarea unei campanii promoționale în vederea introducerii pe piață a unor noi produse. Studiu de caz SC 6. Elaborarea unei campanii de relațiile publice. Studiu de caz SC 7. Relațiile publice și rolul lor în crearea imaginii unei firme. Studiu de caz SC
12.Prof.dr. Alina Simona TECĂU	PSMK 1. Testarea mesajelor publicitare ale prin tehnici de neuromarketing 2. Inteligența artificială în marketingul 3. VR/AR și marketingul 4. Marketingul de țară 5. Utilizarea marketingului experiențial în cadrul 6. Marketingul educațional și reducerea inegalităților sociale 7. Imaginea sistemului de învățământ din România

8. Imaginea administrației publice locale din
9. Strategii de fidelizare a clienților prin intermediul aplicațiilor mobile/ cardurilor de cumpărături/ în cadrul companiei
10. Politici și strategii de marketing pe piața produselor farmaceutice/ lactate/ de cosmetic/de panificație/.../ din Brașov/ România/... Studiu de caz.....
11. Politici și strategii de marketing pe piața serviciilor medicale/ educaționale/ culturale/sportive/ bancare/ turistice/ de înfrumusețare/.../ din Brașov/ România/... Studiu de caz.....
12. Strategii de promovare pe piața produselor farmaceutice/ de patiserie/ de panificație/.../ Studiu de caz.....
13. Strategii de promovare pe piața serviciilor medicale/ educaționale/ culturale/ turistice/ de înfrumusețare/sportive..... Studiu de caz.....
14. Promovarea sănătății în România/Brașov/.....
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. Analiza pieței produselor ecologice. Studiu de caz.....
20. Politici și strategii de marketing pe piața produselor de lux. Studiu de caz.....
21. Metode neconvenționale de publicitate utilizate pe piața produselor Studiu de caz.....
22. Utilizarea tehnicilor de guerrilla marketing pe piața produselor Studiu de caz.....
23. Politici și strategii de promovare a evenimentelor culturale din Brașov. Studiu de caz.....
24. Organizarea și promovarea evenimentelor pe piața brașoveană. Studiu de caz.....
25. Marketingul evenimentelor pe piața brașoveană. Studiu de caz.....
26. Public speakingul și impactul asupra marketingului evenimentelor din Studiu de caz.....
27. Specificul activităților de marketing desfășurate de administrațiile publice/ organizațiile publice . Studiu de caz.....
28. Politici și strategii de marketing utilizate în marketingul pentru mass-media. Studiu de caz.....
29. Analiza tehnicilor de promovare on-line. Studiu de caz.....
30. Strategii de marketing online pe piața produselor Studiu de caz.....
31. Designul în marketingul digital. Studiu de caz.....
32. Specificul strategiilor de marketing utilizate în cadrul sistemelor de tip MLM piața
33. Specificul activităților de marketing desfășurate de ONG-urile din Brașov/ Studiu de caz.....
34. Comunicarea în marketingul electoral. Studiu de caz.....
35. Specificul activităților de promovare a evenimentelor culturale/ sportive/.../ din Brașov/ România/... Studiu de caz.....
36. Marketing și responsabilitate socială pe piața Studiu de caz.....
37. Big data și etica de marketing. Studiu de caz.....

13. Prof.dr. Raluca Dania TODOR	REI Orice tema din domeniul Branding, sau alta disciplina studiata anterior, propusa de catre mastrand cu conditia ca aceasta sa respecte cerintele privind elaborarea lucrarii de disertatie stabilite la nivelul departamentului. Ex. 1. Importanta brandului pentru vizibilitatea companiei X, 2. Analiza strategiei de marketing a companiei X./ 3. Solutii privind optimizarea activitatii companiei. 4. Analiza politicii de produs a firmeiX. 5. Analiza politicii de pret a firmei X 6. Analiza politicii de distributie a firmei X 7. Analiza politicii de promovare a firmei X 8. Analiza activitatii de branding a companiei X., etc
14.Prof.dr. Liliana DUGULEANĂ	PSMK 1. Analiza mediului de marketing al firmei <.....>. Studiu de caz la ...” 2. Cercetări de marketing pentru studiul pieței <produsului(lor) / serviciului(lor) ... / în domeniul ... / industria ...> Studiu de caz la ... 3. Strategii și politici de marketing ale firmei <produsului(lor)...../ serviciului(lor) ... / în domeniul ... / industria ...>. Studiu de caz la ... 4. Politici și strategii de promovare <în domeniul ... / industria ...>. Studiu de caz la ... 5. Proiectarea unui canal de distribuție pentru ... <în domeniul/ industria ...>. Studiu de caz la ... 6. Analiza mixului promoțional al firmei <.....>. Studiu de caz la ... 7. Previziunea vânzărilor/ fluxului de turiști <în domeniul...../ industria ...>. Studiu de caz la ... 8. Analiza sezonality în <vânzări/turism/...>. Studiu de caz ... 9. Analiza comportamentului consumatorului de produse/servicii..... 10. Construirea unui model econometric pentru analiza factorilor de influență ai cererii de produse, servicii.....
15.Prof.dr. Monica SZELEȘ RĂILEANU	REI 1. Analiza comparativă a evoluției indicilor bursieri internaționali. Implicații pentru creșterea economică mondială 2. Configurarea unui portofoliu de titluri financiare optim în perioade de recesiune economică 3. Analiza evoluțiilor bursiere ale unei companii multinaționale pe mai multe piețe internaționale. Studiu de caz: Coca Cola/ Google/ Apple 4. Gestionarea optimă a raportului risc-rentabilitate. Studiu de caz: Compania X listată la BVB 5. Analiza evoluției sinuoase a companiei Facebook pe piața internațională de capital 6. Analiza performanțelor financiare și bursiere ale sectorului petrolier/farmaceutic în România și pe plan internațional, în contextul crizei financiare 7. Strategii de finanțare pe piața de capital a companiei Petrom/ Rompetrol Rafinare Constanța

16.Conf.dr. Marius BĂLĂȘESCU	PSMK 1. Strategii de marketing intern. Studiu de caz 2. Marketingul inovației și economia circulară. Studiu de caz..... 3. Marketingul digital la nivelul operatorilor de gross cash and carry. Studiu de caz.... 4. Digitalizarea în administrația publică- o abordare de marketing. Studiu de caz..... 5. Rolul marketingului în elaborarea politicilor publice de dezvoltare durabilă a comunităților. Studiu de caz.... 6. Audit de marketing. Studiu de caz..... 7. Politici și strategii de comunicare și promovare ale firmelor inovatoare. Studiu de caz....
17.Conf.dr. Adina Nicoleta CANDREA	AAT 1. Utilizarea noilor tehnologii informaționale și de comunicare în cadrul unităților de cazare/de alimentație/a agențiilor de turism/unităților de agrement. 2. Utilizarea noilor tehnologii informaționale și de comunicare la nivelul unor destinații turistice. 3. Utilizarea noilor tehnologii informaționale și de comunicare în cadrul muzeelor. 4. Analiza comparativă a tehnicilor de promovare online a destinațiilor de ecoturism. 5. Certificarea ecologică a serviciilor unei societăți comerciale din domeniul turismului. 6. Utilizarea rețelelor sociale pentru promovarea unor societăți comerciale din domeniul turismului/pentru promovarea unor destinații turistice. 7. Oportunități de inovare în cadrul unui hotel/agenție de turism/restaurant/muzeu. 8. Analiza diferențelor între imaginea percepută și imaginea proiectată a unei destinații turistice. 9. Analiza tehnicilor de promovare online a unei destinații turistice. 10. Studiu privind rolul blogurilor de călătorie în alegerea unei destinații turistice. Studiu de caz 11. Studiu privind rolul rețelelor sociale în alegerea unei destinații turistice/oferte turistice. Studiu de caz 12. Studiu privind rolul comunităților online de călătorie în alegerea unei destinații turistice. Studiu de caz 13. Implicațiile turismului de evenimente în dezvoltarea destinațiilor (rurale/urbane/litorale/montane..... din (judetul/tara ...). 14. Utilizarea rețelelor sociale pentru promovarea unităților de cazare/de alimentație/a agențiilor de turism/unităților de agrement/unităților muzeale.
18. Conf.dr. Ruxandra Gabriela ALBU	AAT 1. Responsabilitatea socială a companiilor (CSR) și dezvoltare durabilă. Studiu de caz..... 2. Managementul destinațiilor turistice. Studiu de caz:..... 3. Dezvoltarea durabilă a regiunii.....Realizarea Agendei 21 pentru..... 4. Relația turism – mediu înconjurător. Studiu de caz la.....

	- Perspectivile 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. - Managementul agenției de turism. Studiu de caz..... - Managementul dezvoltării turistice durabile. Studiu de caz.... - Managementul hotelier. Studiu de caz..... - Studiu comparativ privind managementul dezvoltării turistice durabile: regiunile X și Y. - Managementul schimbării atitudinilor în turism. Studiu de caz.... - Evaluarea potențialului turistic. Studiu privind posibilitatea dezvoltării turistice a regiunii.... - Animație în turism. Studiu de caz.....
19.Lect.dr. Anca POPESCU	AAT + PSMK - Distribuția online și influența acesteia asupra comportamentului consumatorului. Studiu de caz - Analiza impactului dulapurilor automate asupra logisticii și satisfacției clienților în retailul online. Studiu de caz ... - Inovații în comerțul electronic: modalități de asigurare și comunicare a calității produselor. Studiu de caz ... - Sisteme de distribuție „last mile” și utilizarea dronelor. O analiză a viitorului livrărilor rapide în sectorul produselor nealimentare. Studiu de caz ... - Influența campaniilor de Influencer Marketing asupra percepțiilor consumatorilor și a deciziilor de cumpărare. Studiu de caz - Utilizarea platformelor digitale în activitatea de marketing. Studiu de caz ... - Utilizarea inteligenței artificiale în activitatea de marketing. Studiu de caz ... - Impactul recenziilor online asupra deciziilor de cumpărare. Studiu de caz - Calitatea și siguranța produselor nealimentare în comerțul electronic. Studiu de caz... - Implementarea unui program de responsabilitate socială corporativă. Studiu de caz ... - Rolul codurilor QR în informarea și educarea consumatorilor. Studiu de caz ... - Orice altă temă stabilită în colaborare cu studenții
20.Lect.dr. Ioana-Simona IVASCIUC	AAT - Factori determinanți ai succesului unui restaurant în zona montană. Studiu de caz: Restaurantul X din stațiunea ... - Adaptarea unei unități de cazare montane la noile tendințe în comportamentul turiștilor. Studiu de caz: Hotelul/Pensiunea X - Spații de relaxare și wellness ca diferențiator competitiv în industria ospitalității. Studiu de caz: Hotelul X - Preferințele oaspeților pentru facilitățile din cameră și impactul asupra satisfacției clienților. Studiu de caz: Hotelul X - Rolul recenziilor online și al conținutului generat de utilizatori în atragerea clienților. Studiu de caz: Restaurantul X / Hotelul Y

	6. Implementarea practicilor de sustenabilitate în cadrul unei unități de cazare. Studiu de caz: Hotelul X 7. Strategii de fidelizare a clienților în industria ospitalității. Studiu de caz: Hotelul X / Lanțul hotelier Y 8. Impactul digitalizării asupra experienței turistice. Studiu de caz: Hotelul X 9. Inovații în meniurile restaurantelor pentru atragerea Generației Z. Studiu de caz: Restaurantul X din ... 10. Strategii de preț și poziționare pe piața montană. Studiu de caz: Hotelul X din stațiunea ... 11. Turismul gastronomic ca strategie de marketing pentru dezvoltarea destinațiilor turistice. Studiu de caz: județul Brașov
--	---