

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

PROFESOR COORDONATOR	DENUMIREA TEMEI
1.Prof.dr. Gabriel BRĂTUCU	MK 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/ecleziastic. 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

2. Prof.dr. Ana ISPAS	ECTS+MK 1. Profilul turistului post-pandemie și implicațiile pentru industria turismului. 2. Evaluarea satisfacției clienților prin instrumente digitale de colectare și analiză a datelor. 3. Rolul recenziilor online în procesul decizional al turiștilor (Booking, TripAdvisor). 4. Rolul comunităților online (Reddit, forumuri) în alegerea produselor turistice de către tineri. 5. Gamificarea în marketingul turistic – studiu pe aplicații și platforme. 6. Utilizarea influencerilor în promovarea serviciilor turistice. 7. Marketingul experiențial aplicat în turismul de evenimente. 8. Amenajarea turistică a zonei montane ... în vederea dezvoltării turismului de aventură. 9. Integrarea conceptului de destinație smart în amenajarea teritoriului turistic al municipiului ... 10. Amenajarea și promovarea traseelor gastronomice tradiționale în zona/ regiunea ... 11. Crearea și promovarea unui traseu cultural-gastronomic ca formă de turism experiențial. Studiu de caz.... 12. Strategii de valorificare a resurselor balneare în stațiunea ... prin amenajare și modernizare. 13. Valorificarea patrimoniului cultural: ateliere de meșteșuguri, povești și tradiții ca produse turistice. 14. Turismul de sănătate și wellness: tendințe și perspective economice. 15. Economie circulară și bune practici în turismul rural/ecologic. 16. Strategii de motivare și fidelizare a resursei umane în turismul rural: studiu de caz... 17. Eco-certificarea pensiunilor turistice: pași, costuri și beneficii pentru antreprenori. 18. Orice altă temă stabilită în colaborare cu studenții
3. Prof.dr. Cristinel Petrișor CONSTANTIN	MK+ECTS 1. Analiza activității comerciale din cadrul Complexului Studențesc 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. 18. Analiza portofoliului de produse oferite on-line de agențiile de turism din România. 19. Cordonate ale turismului cultural/medical/balnear/etc. din zona 20. Analiza tehnicilor de promovare on-line utilizate de firmele din domeniul 21. Analiza campaniilor de promovare desfășurate pe posturile de televiziune/radio locale/naționale în perioada 22. Tendințe ale pieței produselordin România 23. Strategii de marketing utilizate de firmele din domeniul pentru pătrunderea pe o piață străină. 24. Utilizarea strategiilor competitive de piață (Matricea Ansoff) de către firmele din domeniul 25. Analiza rețelei de comercializare cu ridicata a produselor din municipiul Brașov. 26. Coordonate ale rețelei de comercializare cu amănuntul în principalele cartiere din municipiul Brașov. 27. Analiza activităților de distribuție fizică desfășurate de firmele din domeniul 28. Particularități ale promovării produselor prin târguri și expoziții. Analiza principalelor manifestări expoziționale locale. 29. Coordonate ale pieței serviciilor educaționale universitare din România.
4. Prof.dr. Bianca TESCAȘIU	AI 1. Politici de marketing la nivelul firmelor din ... (un domeniu, un sector) 2. Strategii de produs/preț/distribuție/promovare pe piața/în industria

	3. Mixul de marketing specific în domeniul/industria 4. Mediul de marketing european. Aplicație într-un domeniu/pe o piață. 5. Aspecte conceptuale și operaționale privind comunicarea într-un sector/o industrie 6. Extinderea pe piețe străine 7. Supraaglomerarea turistică în context internațional 8. Impactul economic și social al digitalizării într-o țară/industrie 9. Globalizarea în cultură/educație/un anumit sector 10. Strategii de marketing în educație/turism 11. Politici comunitare. 12. Extinderea UE/Caracterizarea stadiului actual al extinderii UE/Extinderea negativă a Uniunii Europene 13. Probleme globale/europene – mediu, energie, nivel de dezvoltare
5.Prof.dr. Dana BOȘCOR	AI 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.....
6.Prof.dr. Codruța Adina BĂLTESCU	ECTS 1. Influențele serviciilor de cazare de tip P2P asupra pieței hoteliere într-o localitate/zonă județ. 2. Oferta de cazare pentru tineri - caracteristicile și rolul acestui sector de cazare în dezvoltarea unei localități/zone turistice. 3. Aplicarea principiilor de dezvoltare sustenabilă în activitățile de cazare/alimentație publică. 4. Eco-certificarea activităților de cazare turistică.

	- Beneficiile digitalizării în dezvoltarea activităților de cazare/alimentație publică. - Influențele grupurilor hoteliere asupra pieței serviciilor de cazare într-o localitate/zonă turistică. - Alcătuirea listei-meniu – premisa succesului unităților de alimentație publică. - Promovarea autenticității gastronomice locale de către unitățile de alimentație publică într-o localitate/județ. - Beneficiile păstrării tradițiilor gastronomice asupra dezvoltării turistice a unei localități/județ. - Rolul organizării de evenimente în dezvoltarea turistică a unei localități/regiuni. - Instrumente pentru consilierea turiștilor utilizate de agențiile de turism. - Rolul social-media în influențarea deciziilor de călătorie. - Rolul ghizilor de turism în dezvoltarea destinațiilor turistice. - Rolul co-creării în activitățile de intermediere din turism. - Rolul tehnologiei în dezvoltarea proceselor de intermediere în turism. - Evaluarea atractivității carierelor profesionale în firmele cu profil hotelier/de alimentație publică/de intermediere turistică.
7. Prof.dr.Nicoleta Andreea NEACȘU	MK + ECTS + AI - Strategii de produs/preț/distribuție/promovare utilizate pe piața X - Politici și strategii de marketing adoptate de companii pe piața X - Strategii de marketing in mediul online utilizate pe piața X - Rolul rețelelor sociale în promovarea produselor pe piața X - Politici si strategii de marketing ecologic aplicate de firme pe piața X - Studiu privind evoluția și rolul protecției consumatorilor pe piața X - Rolul și implicațiile aditivilor alimentari pe piața produselor Y - Analiză comparativă între produsele naturale și produsele modificate genetic (avantaje și riscuri). Studiu de caz: piata X - Utilizarea elementelor de design și estetică în industria ambalajelor. Studiu de caz: piața X - Rolul elementelor de design in atragerea clienților pe piața X - Analiza culturii gastronomice din regiunea X - Studiu cu privire la rolul gastronomiei locale în promovarea unei destinații turistice - Strategii de business to business marketing utilizate pe piața X - Politici și strategii de marketing utilizate pe piața transporturilor - Strategii de transport practicate pe piata X - Strategii de optimizare a activităților de transport internațional pe piata X - Orice altă temă stabilită în colaborare cu studenții
8. Prof.dr. Oana BĂRBULESCU	AI - Influența modelului Silicon Valley în antreprenoriatul românesc - Dependența de tehnologie, între rațional și irațional - Digitalizarea ca metoda de expansiune a afacerilor la nivel internațional - 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 emitere 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 de firmele românești din domeniul...pe piețele străine 23. Strategii de produs /preț/distribuție/promovare adoptate de firmele străine din domeniul...pe piețele românești 24. Strategii de intrare pe piața românească adoptate de firmele străine din domeniul... 25. Strategii de intrare pe piețele străine adoptate de firmele românești din domeniul... 26. Negocierea contractelor internaționale în mediul on line 27. Elaborarea unui ghid ce cuprinde metode și tehnici de combatere a riscului valutar pentru firmele de comerț exterior
9. Prof.dr. Elena Nicoleta UNTARU	ECTS+MK 1. Cumpărăturile viitorului: O analiză a serviciilor automatizate și a impactului lor asupra experienței de consum 2. Inovarea în servicii prin AI: O analiză a relației dintre automatizare, personalizare și experiența clientului. 3. Dincolo de funcționalitate: Cum influențează estetica aplicațiilor mobile deciziile de cumpărare.

	4. Mai mult decât un serviciu: Rolul aplicațiilor mobile în crearea unei experiențe memorabile și în fidelizarea clienților 5. De la feed la acțiune: O analiză a modului în care influencerii modelează comportamentul consumatorilor de servicii. 6. Rapiditate versus interacțiune umană: O analiză a comportamentului consumatorilor la casele de tip self-scan 7. Între așteptări și realitate: O analiză a calității serviciilor de ... 8. Mai mult decât un serviciu bun: Rolul responsabilității ecologice în percepția asupra calității serviciilor de... 9. Oaza urbană: Cum influențează elementele naturale satisfacția clienților în cafenele/hoteluri/restaurante etc. 10. Între așteptări și realitate: Cum percep studenții calitatea serviciilor oferite de Universitatea Transilvania din Brașov. 11. Optimizarea și amenajarea mediului fizic al campusului Universității Transilvania din Brașov pentru a răspunde nevoilor actuale ale studenților 12. De la calitate la loialitate: Cum influențează excelența serviciilor comportamentul consumatorilor. 13. Factorul uman în servicii: O analiză a impactului calității personalului asupra percepției clienților 14. Public sau privat? Alegerea pacientului și rolul calității serviciilor în sănătate 15. Dincolo de proces: O analiză a modului în care service blueprinting transformă o interacțiune simplă într-o experiență memorabilă 16. Optimizarea experienței clientului: O abordare strategică prin trasarea și analiza călătoriei clientului în spațiul de servire 17. Dincolo de un spațiu: Cum influențează designul interior satisfacția și loialitatea clienților. 18. De la ambient la loialitate: O analiză a modului în care condițiile ambientale influențează satisfacția și intenția de a reveni a clienților 19. Dincolo de un click: Cum influențează design-ul unui site web satisfacția și fidelizarea clienților. 20. Indicatorul bunăstării: Contribuția serviciilor.....la creșterea calității vieții și la dezvoltarea socială a județului/regiunii.... Dinamica pieței serviciilor de ...: O prognoză a evoluției sectorului și a potențialului său de creștere, evaluat prin analiza PESTLE.
10. Prof. dr. Nicolae Ion MARINESCU	AI 1. Impactul companiilor transnaționale asupra mediului – pozitiv sau negativ? 2. Impactul companiilor transnaționale pe piața muncii – pozitiv sau negativ? 3. Impactul facilităților oferite investițiilor străine directe pe plan internațional

	4. Companiile românești vs. filialele companiilor transnaționale: analiză comparativă 5. Internalizarea ca metodă utilizată de companiile transnaționale pentru extindere 6. Prețurile de transfer: procedură controversată în investițiile internaționale 7. Factori determinanți pentru achizițiile transfrontaliere 8. Comerțul internațional cu America Latină: oportunitate pentru România 9. Argumente pro și contra pentru impunerea de măsuri protecționiste 10. Lupta între companii pe o piață globalizată: domeniul X
11. 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 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 promovarea firmelor din domeniul (bancar/alimentație publică/comerț/ etc.) 7. Importanța tehnicilor de promovare a vânzărilor în domeniul (bancar/alimentație publică/comerț/ etc.) 8. Rolul reclamei în promovarea produselor bancare/turistice/ etc. 9. Modalități de promovare pe internet utilizate de firmele din domeniul..... 10. Sistemul multilevel marketing pe piața românească. 11. Activitatea de merchandising. (studiu de caz SC....) 12. Tehnici promoționale utilizate de marile unități comerciale. 13. Tehnici de promovare utilizate de marile magazine în perioadele de sărbători 14. Tehnici de promovare a vânzărilor utilizate de marile magazine (hipermagazine/magazine tip discount/etc.).

	15. Campanii sociale realizate de firmele din domeniul.....
12.Prof.dr. Alina Simona TECĂU	MK+ ECTS +AI 1. Cercetarea pieței produselor/serviciilor prin tehnici de neuromarketing 2. Cercetarea pieței produselor/serviciilor prin tehnici de neuromarketing 3. Testarea mesajelor publicitare din domeniul..... prin tehnici de neuromarketing 4. Testarea designului site-urilor din domeniul prin tehnici de neuromarketing 5. Startegii de marketing în industria jocurilor 6. Inteligența artificială în marketingul produselor 7. VR/AR și marketingul produselor 8. Marketingul experiențial în domeniul/pe piața..... 9. Marketingul de țară 10. Marketingul educațional și reducerea inegalităților sociale 11. Imaginea sistemului de învățământ din România 12. Startegii de fidelizare a clienților prin intermediul aplicațiilor mobile/ cardurilor de cumpărături în domeniul 13. Politici și strategii de marketing pe piața produselor farmaceutice/ lactate/ de cosmetic/de panificație/.../ din Brașov/ România/... 14. Politici și strategii de marketing pe piața serviciilor medicale/ educaționale/ culturale/sportive/ bancare/ turistice/ de înfrumusețare/.../ din Brașov/ România/... 15. Strategii de promovare pe piața produselor farmaceutice/ de patiserie/ de panificație/.../ din Brașov/ România/ Transilvania/... 16. Strategii de promovare pe piața serviciilor medicale/ educaționale/ culturale/ turistice/ de înfrumusețare/sportive/. / din 17. Promovarea sănătății în România 18. Marketing experiențial și promovarea României în cadrul expozițiilor mondiale 19. Marketing și inovare în contextul participării României la Expoziția Mondială din 2025 20. Marketingul urban și conceptul smart city în 21. Marketing urban și dezvoltare durabilă în 22. Analiza pieței produselor ecologice din România/ Brașov/... 23. Politici și strategii de marketing pe piața produselor de lux din România... 24. Metode neconvenționale de publicitate utilizate pe piața produselor .../ din România/ Brașov/... 25. Utilizarea tehnicilor de guerrilla marketing pe piața produselor .../ din România/ Brașov/... 26. Politici și strategii de promovare a evenimentelor culturale din Brașov 27. Organizarea și promovarea evenimentelor pe piața brașoveană 28. Marketingul evenimentelor pe piața brașoveană 29. Public speakingul și impactul asupra marketingului

	evenimentelor din 30. Specificul activităților de marketing desfășurate de administrațiile publice/ organizațiile publice 31. Politici și strategii de marketing utilizate în marketingul pentru mass-media 32. Analiza tehnicilor de promovare on-line utilizate de firmele din domeniul .. . 33. Strategii de marketing online pe piața produselor 34. Designul în marketingul digital 35. Cercetarea comportamentului consumatorului în mediul online din domeniul... 36. Specificul comportamentului de cumpărare și consum al copiilor 37. Specificul campaniilor de promovare adresate copiilor/ adolescenților/.... 38. Specificul strategiilor de marketing utilizate în cadrul sistemelor de tip MLM piața 39. Sistemul MLM în domeniul pe piața românească/ brașoveană/ ... 40. Specificul activităților de marketing desfășurate de ONG-urile din Brașov/ 41. Comunicarea în marketingul electoral 42. Specificul activităților de promovare a evenimentelor culturale/ sportive/.../ din Brașov/ România/... 43. Marketing și responsabilitate socială pe piața 44. Big data și etica de marketing
13.Prof.dr. Raluca Dania TODOR	AI Orice tema din domeniile: Comerț internațional, Globalizare, Marketing internațional, Investiții internaționale, propusă de către student cu condiția ca aceasta să respecte cerințele privind elaborarea lucrării de licență stabilite la nivelul departamentului. 1. Impactul măsurilor de politică comercială asupra industriei X din România/țara X 2. Analiza fluxurilor comerciale la nivel internațional/importurilor asupra domeniului X... 3. Efectele exporturilor românești din domeniul X asupra creșterii economice a României/țării X 4. Impactul globalizării asupra domeniului X.../în țara X. 5. Impactul inteligenței artificiale asupra dezvoltării domeniului X. 6. Politici și strategii de marketing utilizate de firme în domeniu.... 7. Politici și strategii de marketing internațional utilizate de firme din domeniul... 8. Politici și strategii de produs utilizate de firme din domeniu... 9. Politici și strategii de preț/distributie utilizate de firme din domeniu.... 10. Politici și strategii promotionale utilizate de firme din domeniu.... 11. Impactul investițiilor străine asupra dezvoltării domeniului ... 12. Analiza fenomenului de dezinvestire și repercursiuni la nivel macroeconomic., etc

14.Prof.dr. Monica RĂILEANU SZELEȘ	AI 1. Aspecte comparative ale intervențiilor FMI și Banca Mondială în Europa/ Asia/ America de Sud 2. Intervenția FMI/ Băncii Mondiale în contextul războiului Rusia-Ucraina și/ sau a crizei pandemice 3. Inițiative și programe ale instituțiilor internaționale în contextul crizei Covid-19 4. Provocări, condiții și obstacole ale României în drumul spre Uniunea Monetară Europeană 5. Dimensiunea și implicațiile crizei datoriei externe în spațiul UE 6. Politica prețurilor de transfer și activitatea companiilor multinaționale în Europa 7. Presiuni și influențe asupra cursului de schimb Euro/Ron în timpul crizelor Covid-19 și a războiului Rusia-Ucraina 8. Criza monedei Euro și perspectivele Uniunii Monetare Europene 9. Dinamica burselor internaționale în timpul crizei Covid-19 și a războiului Rusia-Ucraina 10. Aspecte comparative privind finanțarea prin titluri de stat și obligațiuni 11. Strategii de speculație și acoperire a riscului la Bursa de Valori București 12. Modelarea econometrică a impactului intervențiilor Fondului Monetar Internațional asupra economiilor beneficiare.
15.Conf.dr. Marius BĂLĂȘESCU	Teme ECTS 1. Strategii de reducere a risipei alimentare în hoteluri și pensiuni. 2. Rolul practicilor ecologice în creșterea atractivității și competitivității unităților hoteliere. 3. Marketingul experiențelor de turism sustenabil și ecologic în hoteluri. 4. Rolul digitalizării în dezvoltarea sustenabilă a industriei hoteliere. 5. Inovații în designul sustenabil al spațiilor hoteliere și impactul asupra experienței clienților. 6. Mixul de marketing al prestatorilor de servicii imobiliare. 7. Strategii de segmentare a pieței comercianților cu amănuntul. 8. Strategii de creare a brandului de țară. 9. Conceperea designului de experiențe în industria / domeniul 10. Managementul și marketingul forței de vânzare în comerț/ turism/ servicii. 11. Modalități de creștere a notorietății firmelor de comerț prin utilizarea mediului online. 12. Marketing design în industria ambalajelor bunurilor alimentare. 13. Analiza serviciilor de asistență și suport informațional oferite consumatorilor de produse tehnologizate. Teme marketing 1. Practici de marketing verde în comerț și influența lor asupra atitudinii și intenției de cumpărare a consumatorilor 2. Impactul sustenabilității asupra comportamentului de consum. Tendințe și direcții de marketing. 3. Impactul generației Z asupra transformării strategiilor de marketing sustenabil.

	4. Experiențe de colaborare cu consumatorii în dezvoltarea brandurilor sustenabile. 5. Strategii de comunicare a sustenabilității ca instrument de fidelizare și diferențiere a brandurilor. 6. Marketingul digital în domeniul financiar bancar/ asigurări. 7. Politici și strategii de marketing în administrația publică. 8. AI (Artificial Intelligence) și marketingul experiențelor în industria/ domeniul comerț/ turism/ servicii. 9. Poziționarea firmelor din comerțul cu amănuntul. 10. Strategii de marketing interactiv aplicate de către firmele de comerț cu amănuntul. 11. Strategii de marketing digital pentru afacerile mici din comerțul cu amănuntul. 12. Responsabilitatea socială a firmelor de comerț. 13. Marketingul evenimentelor offline vs online. 14. Marketingul de influență și social media.
16.Conf.dr. Adina Nicoleta CANDREA	ECTS 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. Dezvoltarea ecoturismului în ariile naturale protejate. 5. Soluții de minimizare a impactului activităților turistice asupra mediului înconjurător în destinațiile turistice.... 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.

17.Conf.dr. Simona
BĂLĂȘESCU

TEME 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
7. Optimizarea fluxurilor logistice în agențiile de turism (de la rezervare la experiența clientului).
8. Impactul logisticii de transport asupra satisfacției turiștilor.
9. Logistica evenimentelor turistice (festivaluri, conferințe, turism de business).
10. Analiza comparativă a strategiilor logistice din turismul românesc și cel european.
11. Logistica lanțurilor hoteliere internaționale prezente în România
12. Strategii de optimizare a transportului de mărfuri în funcție de cost și timp de livrare.

TEME MARKETING

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.
8. Optimizarea lanțului logistic al mărfurilor în contextul digitalizării.
9. Analiza comparativă a strategiilor logistice utilizate de companiile de retail tradițional vs. e-commerce.
10. Impactul globalizării asupra managementului logistic al mărfurilor.
11. Impactul transportului intermodal asupra competitivității companiilor.
12. Tendințe în distribuția urbană de mărfuri

TEME AFACERI INTERNAZIONALE

1. Strategii de comunicare și negociere la nivelul companiilor multinaționale.
2. Tehnici de negociere aplicate la nivelul firmelor de comerț care acționează pe piața Uniunii Europene.
3. Negocierea contractelor în domeniul transporturilor internaționale.
4. Stiluri de negociere în culturile înalt contextuale vs slab contextuale.
5. 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. 7. Negocierea în contextul sustenabilității și responsabilității sociale.
18.Conf.dr. Ruxandra Gabriela ALBU	ECTS 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 cadrul firmelor din domeniul serviciilor (turism, educație, sănătate...). 4. Rolul leadership-ului în performanța organizațională 5. Impactul leadershipului asupra performanței organizaționale în România 6. Cultura organizațională – element cheie pentru succesul unei afaceri 7. Motivarea resurselor umane 8. Resursele umane – importanța și rolul lor în succesul organizațiilor 9. Studiu comparativ privind managementul resurselor umane practicat de firmele X și Y. 10. Studiu privind posibilitatea dezvoltării turistice a regiunii.... 11. Managementul mediului în cadrul firmelor din domeniul serviciilor. 12. Responsabilitatea socială a companiilor (CSR). 13. Tendințe în evoluția managementului serviciilor (turismului, comerțului) la nivel național/regional. 14. Dezvoltarea ecoturismului. O analiză a regiunii 15. Studiu comparativ privind managementul dezvoltării turistice: regiunile X și Y. 16. Strategii de dezvoltare în cadrul firmelor din domeniul serviciilor.
19.Conf.dr. Titus SUCIU	ECTS 1. Plan de marketing privind amenajarea teritoriului în Munții Ciucaș.

	2. Plan de marketing privind amenajarea teritoriului în Munții Piatra Craiului. 3. Plan de marketing privind amenajarea teritoriului în Munții Piatra Mare. 4. Plan de marketing privind amenajarea teritoriului în Munții Bucegi.
20. Lect.dr. Cristina ȚURCANU	MK 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...../ servicii 15. Tehnici inovative de marketing pentru creșterea satisfacției clienților în domeniul
21.Lect.dr. Anca POPESCU	ECTS+MK 1. Percepția consumatorilor români asupra calității produselor nealimentare comercializate online: oportunități și riscuri 2. Siguranța utilizatorului în raport cu produsele nealimentare: analiză privind gradul de informare și comportamentele de cumpărare 3. Impactul certificărilor de calitate și conformitate asupra deciziilor de achiziție pentru produsele nealimentare 4. Eticheta produselor nealimentare ca instrument de comunicare: rolul său în crearea încrederii și loialității consumatorilor 5. Responsabilitatea socială a companiilor în comerțul cu mărfuri nealimentare: calitate, sustenabilitate și protecția consumatorului 6. Ambalarea și etichetarea produselor nealimentare: cerințe legale, oportunități de diferențiere și provocări pentru consumatori și producători 7. Utilizarea inteligenței artificiale în personalizarea etichetelor și ambalajelor pentru produsele Studiu asupra impactului asupra satisfacției consumatorilor

	8. Certificările ecologice și impactul lor asupra preferințelor consumatorilor de produse 9. Importanța etichetelor ecologice în industria textilă pentru atragerea consumatorilor conștienți ecologic 10. Orice altă temă stabilită în colaborare cu studenții
22. Lect.dr. Ioana Simona IVASCIUC	ECTS+MK 1. Turismul brașovean între provocări și oportunități 2. Ecoturismul și inițiativele slow travel ca strategii de dezvoltare durabilă în mediul rural. Studiu privind județul Brașov 3. Rolul festivalurilor gastronomice în diversificarea și promovarea ofertei turistice din județul Brașov 4. Generația Z și experiențele turistice: tendințe și implicații pentru industria ospitalității 5. Dezvoltarea durabilă a turismului în orașele cu patrimoniu cultural. Studiu de caz orașul Brașov 6. Cinematografia ca motor al turismului cultural. Turismul indus de filme în România 7. Turismul de festival și comunitatea locală. Impact social și economic asupra orașului Brașov 8. Turismul virtual și metaversul: oportunități emergente pentru industria ospitalității din România 9. Strategii de dezvoltare a destinațiilor montane din România pentru atragerea Generației Z 10. Factori care influențează cheltuielile turiștilor români în destinațiile interne. 11. Motivațiile Generației Z în alegerea destinațiilor montane în funcție de sezonabilitate 12. Comportamente pro-sustenabile în turismul românesc. Studiu asupra Generației Z 13. Tehnici de promovare a agrementului în destinațiile urbane. Studiu de caz: orașul Brașov 14. Rolul relațiilor publice în consolidarea imaginii destinațiilor turistice 15. Tehnici de relații publice utilizate în organizarea și promovarea festivalurilor de muzică. Studiu de caz: festivalurile de muzică electronică din România 16. Influența rețelelor de socializare asupra deciziilor de călătorie ale tinerilor. Studiu asupra festivalurilor de muzică electronică din România
23. Lect.dr. Eliza CIOBANU	MK + AI 1. Studiu privind percepțiile consumatorilor asupra utilizării inteligenței artificiale în personalizarea experienței de cumpărare online. 2. Analiza atitudinilor consumatorilor față de utilizarea biometriei și a recunoașterii faciale în marketingul personalizat. 3. Evaluarea impactului roboților de tip „service AI” asupra satisfacției consumatorilor în domeniul

	serviciilor bancare/turism/comerț electronic. 4. Studiu privind rolul metaversului în dezvoltarea experiențelor de brand și influența asupra intenției de cumpărare. 5. Studiu privind influența conceptului de „human-machine co-creation” asupra percepției consumatorilor față de inovațiile de produs. 6. Evaluarea percepțiilor generației Z asupra campaniilor de marketing orientate spre sustenabilitate și incluziune socială. 7. Analiza impactului marketingului bazat pe senzori și dispozitive IoT asupra comportamentului de cumpărare al consumatorilor. 8. Studiu privind influența interacțiunilor cu asistenți virtuali asupra loialității consumatorilor față de brand. 9. Evaluarea atitudinilor consumatorilor față de integrarea marketingului experiențial și a conceptului „phygital” (online-offline) în retail. 10. Studiu privind nivelul de granularitate al consimțământului digital și impactul său asupra acceptării politicilor de confidențialitate. 11. Studiu privind disponibilitatea consumatorilor de a furniza „zero-party data” și stimulentele acceptate în schimbul acestora. 12. Evaluarea percepțiilor consumatorilor asupra recomandărilor generate de inteligența artificială comparativ cu cele bazate pe popularitate. 13. Studiu privind calitatea interacțiunilor consumatorilor cu chatboturile generative și impactul asupra satisfacției post-interacțiune. 14. Studiu privind efectele etichetării conținutului sponsorizat asupra atitudinii consumatorilor față de branduri. 15. Analiza comparativă a percepțiilor consumatorilor asupra reclamelor de tip retail media și social media și nivelul de „ad fatigue”. 16. Analiza percepțiilor consumatorilor asupra formatelor de social commerce și impactul videoclipurilor „shoppable” asupra intenției de achiziție. 17. Analiza efectelor „dark patterns” din procesul de checkout asupra încrederii consumatorilor în platformele de comerț electronic. 18. Studiu privind impactul mecanismelor de gamificare în aplicațiile mobile asupra intenției de utilizare și
--	--

	retenției consumatorilor. 19. Evaluarea influenței transmisiunilor de tip live shopping asupra încrederii în brand și asupra comportamentului de cumpărare impulsiv. 20. Studiu privind rolul micro-momentelor în comportamentul de căutare „near me” și impactul asupra intenției de vizitare a locațiilor offline. 21. Evaluarea percepțiilor consumatorilor asupra etichetelor „AI-generated content” și influența acestora asupra credibilității informației. 22. Analiza influenței comparatoarelor de preț asupra percepției de corectitudine și loialității consumatorilor față de magazinele online. 23. Studiu privind utilizarea avatarilor de client generați de inteligența artificială comparativ cu „persona” tradițională în personalizarea conținutului digital. 24. Studiu privind percepțiile consumatorilor asupra utilizării gemenilor digitali în personalizarea experienței de cumpărare online. 25. Analiza rolului gemenilor digitali în simularea comportamentului consumatorilor și optimizarea strategiilor de marketing digital. 26. Evaluarea impactului gemenilor digitali asupra experiențelor de brand în mediul phygital. 27. Analiza implicațiilor etice și percepțiilor consumatorilor privind colectarea datelor pentru crearea gemenilor digitali în marketing.
24. Asist.dr. Brenda-Andreea PIUARU	AI 1. Bugetul Uniunii europene: provocări și perspective 2. Evoluția politicii de coeziune și rolul ei în reducerea disparităților regionale 3. Rolul fondurilor structurale și de investiții europene 4. Impactul fondurilor europene asupra dezvoltării economice a României 5. Extinderea Uniunii Europene către Est: beneficii și provocări 6. Evoluția instituțiilor europene: Parlamentul European și creșterea legitimității democratice 7. Integrare României în Uniunea Europeană: etape, provocări și perspective 8. Rolul Pieței Unice în dezvoltarea economică a statelor membre 9. România și perspectiva adoptării monedei euro: oportunități și riscuri

	10. Politica energetică a UE și securitatea energetică în contextul geopolitic actual 11. Competitivitatea economiei europene în raport cu SUA și China 12. Evoluția dezvoltării economice în Uniunea Europeană: analiză comparativă între statele „vechi” și cele „noi”
--	---