

**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+REI - Personalizarea experienței clientului în industria turismului și ospitalității prin utilizarea datelor și a tehnologiilor digitale - Inteligența artificială în marketingul turistic și al ospitalității: impactul asupra experienței și relației cu clientul - Customer engagement în turism și ospitalitate: forme, determinanți și consecințe - Experiența clientului, satisfacția și loialitatea în turism și industria ospitalității - Transformarea digitală a destinațiilor turistice: de la smart destination la utilizarea inteligenței artificiale - Inteligența artificială în marketingul destinațiilor turistice: personalizarea experienței vizitatorului - Creatorii de conținut și imaginea destinațiilor turistice în social media - User-generated content și imaginea destinațiilor turistice în mediul online - Turismul regenerativ și crearea de valoare pentru comunitățile și vizitatorii unei destinații - Turismul creativ ca modalitate de diferențiere a destinațiilor turistice - Experiența vizitatorului și competitivitatea destinațiilor turistice - Brandingul experiențial al destinațiilor turistice - Orice altă temă stabilită în colaborare cu studenții
3.Prof.dr. Bianca TESCAȘIU	REI+PSMK - Politici de marketing la nivelul firmelor din ... (un domeniu, un sector). Aplicație - Strategii de produs/preț/distribuție/promovare pe piața/în industria Aplicație - Mixul de marketing specific în domeniul/industria Aplicație - Mediul de marketing european. Aplicație la societatea X. - 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
4. 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.....
5. 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...
	Lista de mai sus nu este limitativă. Masteranzii pot propune și alte teme din sfera disciplinei Planificarea și organizarea turismului de evenimente, urmând ca acestea să fie stabilite de comun acord cu coordonatorul.

6. 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
7. Prof.dr. Oana BĂRBULESCU	REI 1. Influența modelului Silicon Valley în antreprenoriatul românesc. 2. Rolul Private Equity în consolidarea industriilor fragmentate: Analiza strategiilor de tip „Roll-up” (achiziții succesive și fuziuni) în sectoare precum sănătatea sau serviciile software. 3. Evoluția și particularitățile pieței de Private Equity în Europa Centrală și de Est (CEE): oportunități, bariere. Studiul de caz pe piața din România. 4. Investițiile fondurilor de Private Equity în infrastructură și tranziție energetică: Evaluarea riscurilor și modelului de business specific activelor reale. 5. Guvernanța corporativă în companiile portofoliu de Private Equity: Cum influențează implicarea activă a investitorilor structura managementului și performanța pe termen lung. Studiu de caz: Profesionalizarea managementului în parteneriatul DocProcess și Morphosis Capital.
8.Prof.dr. Elena Nicoleta UNTARU	PSMK 1. Must-have sau Wow? Evaluarea calității serviciilor prin prisma modelului Kano 2. Determinarea avantajului competitiv: un studiu al poziționării pe piață a firmelor de servicii prin prisma analizelor de importanță-performanță (IPA/CIPA) 3. Optimizarea portofoliului de servicii prin analiza IPA/CIPA: o strategie de marketing pentru maximizarea satisfacției clienților și a profitabilității 4. Segmentarea pieței pe baza importanței atribuite atributelor unui serviciu și poziționarea diferențiată pe segmente

	5. Hărți de poziționare competitivă ale principalilor furnizori dintr-un sector de servicii: identificarea spațiilor neocupate de piață 6. Stabilitatea clasificării Kano a atributelor unui serviciu pe segmente diferite de clienți (fideli vs. ocazionali): sunt aceleași atribute must-be/attractive pentru toată lumea? 7. Coeficienții de satisfacție/insatisfacție Kano ca predictor ai loialității clienților 8. Poziționarea prin preț — lider de cost versus lider de diferențiere — și efectul asupra valorii percepute și a intenției de recomandare 9. Poziționarea unei firme nou-intrate pe piața serviciilor față de liderii existenți: pe ce atribute se poate diferenția? 10. Prioritizarea investițiilor în îmbunătățirea calității serviciilor pe baza regulii Kano (Must-be > Performance > Attractive): o aplicație practică pentru o firmă de servicii
9.Prof.dr. Nicolae Ion MARINESCU	REI 1. Impactul politicii concurențiale în Uniunea Europeană. Studiu de caz: firma X 2. Piața românească a energiei regenerabile în contextul Uniunii Europene. Studiu de caz: firma X 3. Bioeconomia în contextul politicii agricole a Uniunii Europene. Studiu de caz: firma X 4. Politica de cercetare-dezvoltare în Uniunea Europeană. Studiu de caz: aeronautică / Airbus 5. Provocările politicii de mediu a Uniunii Europene. Studiu de caz: domeniul aeronautic / Airbus 6. Strategii de pătrundere pe piața europeană. Studiu de caz: firma X 7. Proiect de finanțare europeană în domeniul Y la firma X 8. Piața IT din România în contextul Uniunii Europene. Studiu de caz: firma X 9. Promovarea online a IMM românești din turism pe piața europeană. Studiu de caz: firma X 10. Impactul politicii comerciale a Uniunii Europene. Studiu de caz: firma X
10.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
11.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.....
12. 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
13.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 sezonității 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.....
14.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
15.Conf.dr. Marius BĂLĂȘESCU	PSMK 1. Marketingul intern și dezvoltarea experienței angajaților în cadrul organizațiilor. 2. Marketingul inovației și valorificarea principiilor circularității în dezvoltarea strategiilor sustenabile ale firmelor. 3. Transformarea digitală a marketingului în sectorul cash & carry și reconfigurarea relației cu clienții. 4. Auditul de marketing ca instrument strategic de evaluare și optimizare a performanței organizaționale. 5. Strategii integrate de comunicare și promovare pentru consolidarea competitivității firmelor inovatoare.
16.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 alimentare/a agențiilor de turism/unităților de agrement/unităților muzeale.
17. 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..... 5. Perspectivele dezvoltării formelor alternative de turism (turismul orientat spre comunitățile locale - CBT, turismul orientat spre natură - NBT, ecoturism, turismul „pentru ajutorul populației sărace” - PPT, etc.) în România. 6. Managementul agenției de turism. Studiu de caz..... 7. Managementul dezvoltării turistice durabile. Studiu de caz.... 8. Managementul hotelier. Studiu de caz..... 9. Studiu comparativ privind managementul dezvoltării turistice durabile: regiunile X și Y. 10. Managementul schimbării atitudinilor în turism. Studiu de caz.... 11. Evaluarea potențialului turistic. Studiu privind posibilitatea dezvoltării turistice a regiunii.... 12. Animație în turism. Studiu de caz.....
18.Lect.dr. Anca POPESCU	PSMK 1. Personalizarea în marketingul digital: relația dintre beneficiile percepute și preocupările consumatorilor privind confidențialitatea datelor. Studiu de caz: 2. Utilizarea inteligenței artificiale în interacțiunea consumator-brand: percepții, încredere și intenție de utilizare. Studiu de caz: 3. Personal branding în social media: rolul autenticității și credibilității în construirea relației cu audiența. Studiu de caz: 4. De la creator de conținut la brand: rolul brandului personal în acceptarea produselor și serviciilor lansate de creatori. Studiu de caz: 5. Comunitățile online de brand și rolul acestora în dezvoltarea engagementului și loialității consumatorilor. Studiu de caz: 6. Inovația de brand și efectele acesteia asupra valorii percepute și comportamentului de cumpărare al consumatorilor. Studiu de caz:

	 7. Conținutul generat cu ajutorul inteligenței artificiale și autenticitatea brandului: efecte asupra încrederii și atitudinii consumatorilor. Studiu de caz: 8. Rezistența consumatorilor la inovație: analiza barierelor în adoptarea produselor și serviciilor inovatoare. Studiu de caz: 9. Economia circulară din perspectiva consumatorului: factori care influențează adoptarea modelelor de reutilizare și recomercializare. Studiu de caz: 10. Inovația sustenabilă și acceptarea noilor modele de consum: rolul valorii percepute și al încrederii consumatorilor. Studiu de caz: 11. Orice altă temă stabilită în colaborare cu studenții
19.Lect.dr. Ioana-Simona IVASCIUC	AAT 1. Dezvoltarea unui suvenir reprezentativ ca instrument de branding al destinației. Studiu aplicat destinației X 2. Festivalurile culturale în strategia de poziționare a destinației. Studiu aplicat festivalului X și destinației Y 3. Strategii de atragere și fidelizare a Generației Z. Studiu aplicat destinației/evenimentului X 4. Fototurismul și imaginea destinației prin metoda fotografiei realizate de vizitatori. Studiu aplicat destinației X 5. Valorificarea patrimoniului cultural imaterial în strategia de marketing a destinației X 6. De la prezența online la experiența integrată a clientului. Dezvoltarea unei strategii de marketing omnichannel pentru pensiunea/ agenția de turism/ restaurantul X 7. Hotelul dincolo de cazare. Strategii de dezvoltare a experiențelor pentru turiști și comunitatea locală. Studiu aplicat hotelului X 8. De la sustenabilitate la regenerare în industria hotelieră. Strategii pentru dezvoltarea unui hotel cu impact pozitiv asupra comunității și destinației. Studiu aplicat hotelului X 9. Turismul regenerativ ca direcție strategică de dezvoltare a destinației X 10. Brandurile locale ca parte a experienței turistice a destinației. Studiu aplicat asupra firmei X și destinației Y 11. Recenziile online ca sursă de informații pentru îmbunătățirea experienței turistice. Studiu aplicat companiei/destinației X 12. Vizibilitatea destinației X în recomandările inteligenței artificiale generative 13. Cum planifică AI o călătorie în destinația X? Analiza calității recomandărilor generate de inteligența artificială 14. Orice altă temă stabilită în colaborare cu studenții