



UNIVERSITATEA DIN ORADEA
FACULTATEA DE ȘTIINȚE ECONOMICE
- F S E -

Facultatea
de
Științe
Economice

Str. Universității, nr. 1, cod poștal 410087, Oradea, jud. Bihor, România
Telefon: Secretariat: 0259-408276, 0259-408407; Decanat: 0259-408109; Fax: 0259-408409
Web: <http://steconomice.uoradea.ro>; E-mail: steconomice@uoradea.ro

An universitar: 2014-2015

Departamentul de Management-Marketing

Aprobat
Decan,
Conf.univ.dr. Adriana GIURGIU

LISTA TEMELOR PROPUSE
PENTRU LUCRAREA DE DISERTAȚIE

Prof. univ. dr. Elena-Aurelia BOTEZAT*

Disciplina 1: STRATEGII MANAGERIALE

Denumirea temei propuse
1. Analiza mediului – baza elaborării strategiei. Studiu de caz la la SC.....
2. Elaborarea și implementarea strategiei de comunicare. Studiu practic la SC.....
3. Analiza strategiilor manageriale. Studiu comparativ.
4. Implementarea strategiei în firmele turistice. Studiu practic.
5. Implementarea strategiei în firmele de comerț. Studiu practic.
6. Evaluarea strategiei pe exemplul SC ...
7. Analiza resurselor și elaborarea strategiei pe exemplul SC ...
8. Analiza mediului concurențial și a strategiilor în domeniul ...

Disciplina 2: MANAGEMENTUL SERVICIILOR

Denumirea temei propuse
1. Aspecte privind creativitatea și inovarea în serviciile de transport. Studiu practic la SC.....
2. Managementul serviciilor de sănătate. Studiu de caz la S.C.....
3. Managementul serviciilor de educație. Studiu de caz

4. Managementul serviciilor de îngrijire paleativă. Studiu de caz la S.C.....
5. Impactul inovării asupra serviciilor educaționale. Studiu de caz
6. Previziuni și tendințe în serviciile turistice. Studiu de caz la S.C.....
7. Rolul inovării în depășirea crizei organizaționale în firma de servicii. Studiu practic la SC.....
8. Strategii și tranzacții în comerț. Studiu practic.

Prof. univ. dr. Ada-Mirela TOMESCU*

Disciplina 1: MANAGEMENTUL CONFLICTELOR

Denumirea temei propuse
1. Motivații și obstacole pentru asigurarea calității în IMM-uri- sursă de conflict organizațional
2. Managerul și soluționarea conflictelor. Studiu de caz
3. Mobbing și Bulling concepte prea puțin cunoscute în managementul din IMM-urile locale
4. Strategii de negociere și soluționare a conflictelor din organizații. Studiu de caz
5. Medierea - aspecte actuale

Disciplina 2: MANAGEMENT INTEGRAT

Denumirea temei propuse
1. Strategie de identificare a nevoilor pentru introducerea unui sistem de management al calității. Studiu de caz
2. 6. Avantajele și dezavantajele sistemului de management al calității
3. Motivații și obstacole pentru asigurarea calității în activitățile de retail. Studiu de caz
4. Preocupări actuale privind managementul de mediu și dezvoltarea durabilă
5. Măsurarea calității serviciilor de retail. Studiu de caz
6. Identificarea atributelor de calitate pentru serviciile oferite de... (pot fi: restaurant, hotel, pensiune, Primărie, Servicii publice etc.)
7. Sistem de management de responsabilitate socială (RSC)și standardul ISO 26000
8. Perspectiva managerială asupra calității și metoda benchmarking
9. Locul și rolul managementului calității în instituția publică (primărie, școală, spital, policlinică etc.)
10. Examinarea legăturilor între cultură organizațională și calitatea oferită în Universitatea din Oradea
11. Managementul la standarde internaționale în restaurant și bar la S.C. ABA TURISM SRL - HOTEL RAMADA ORADEA
12. Managementul calității în alimentația publică la S.C. ABA TURISM SRL - HOTEL RAMADA ORADEA

Conf. univ. dr. Maria-Madela ABDRUDAN*

Disciplina 1: STRATEGII ȘI POLITICI DE RESURSE UMANE

Denumirea temei propuse
1. Abordări moderne ale analizei și descrierii postului în managementul resurselor umane. Studiu aplicativ la.....
2. Managementul recompenselor – o provocare complexă pentru companiile multinaționale. Studiu de caz la
3. Recrutarea și selecția resurselor umane și organizațiile în sec. XXI. Studiu de caz.....
4. Creșterea obiectivității evaluării performanțelor profesionale – o condiție esențială pentru aplicarea unei politici eficiente de managementului resurselor umane. Studiu aplicativ la....
5. Abordări moderne ale activității de management a resurselor umane în organizațiile secolului. XXI. Studiu aplicativ la
6. Impactul motivării resurselor umane asupra caracteristicilor și funcționalității sistemului managerial al organizației. Studiu aplicativ la.....
7. Aspecte privind pregătirea profesională și dezvoltarea carierei. Studiu aplicativ la.....
8. Studiu privind legătura dintre competențele la nivel de angajat și realizările economice ale societății
9. Studiu privind principalele meserii necesare pe piața muncii din Bihor (aplicat la nivel de firme)
10. Echitate și discriminare în Managementul resurselor umane

Disciplina 2: COMPORTAMENT ORGANIZAȚIONAL

Denumirea temei propuse
1. Dimensiunile culturale ale managementului. Cazuri de succes.
2. Impactul culturii organizaționale asupra performanțelor organizației. Studiu de caz la
3. Impactul structurii organizaționale asupra rezultatelor companiei în domeniile majore ale economiei. Studiu aplicativ

Disciplina 3: ELABORAREA ȘI IMPLEMENTAREA PROIECTELOR

Denumirea temei propuse
1. Aspecte privind elaborarea și implementarea proiectelor cu finanțare externă/internă. Studiu aplicativ.
2. Managementul proiectelor la SC Celestica SRL

Conf. univ. dr. Simona-Aurelia BODOG*

Disciplina 1 : MEDIUL DE MARKETING

Denumirea temei propuse
1. Evaluarea mediului de marketing al firmei. Studiu de caz.
2. Studiu privind micromediul de marketing al firmei.
3. Studiu privind macromediul de marketing al firmei. Studiu de caz
4. Analiza mediului concurențial al firmei. Studiu de caz.
5. Oportunități privind dezvoltarea pieței firmei. Studiu de caz.

Disciplina 2: IMPLEMENTAREA STRATEGIEI DE MARKETING

Denumirea temei propuse
1. Studiu privind eficiența strategiilor de promovare
2. Studiu privind impactul strategiilor de preț asupra comportamentului consumatorului.
3. Studiu privind impactul crizei economice asupra implemetării strategiilor de marketing.
4. Studiu privind implementarea strategiilor de marketing sportiv.
5. Studiu privind implementarea strategiilor de marketing în domeniul bancar.

Disciplina 3: ETICA MARKETINGULUI

Denumirea temei propuse
1. Studiu privind comportamentul etic în promovarea produselor.
2. Responsabilitatea socială și comportamentul etic în activitatea de marketing.
3. Studiu privind implementarea unui cod etic în activitatea de marketing.
4. Studiu privind comportamentul etic în relațiile publice.
5. Studiu privind etica marketingului în industria farmaceutică.

Conf. univ. dr. Mirela BUCUREAN*

Conf. univ. dr. Dorin-Cristian COITA*

Disciplina 1: METODE ȘI TEHNICI DE CERCETARE DE MARKETING

Denumirea temei propuse
1. Posibilități de îmbunătățire a cercetărilor de marketing la...(firmă, organizație nonprofit, instituție de învățământ, instituție publică)
2. Posibilități de îmbunătățire a metodologiei de cercetare de marketing în domeniul... (educație, hrană, performanță în management.)
3. Perfecționarea metodologiei de cercetare de marketing prin utilizarea ...

Disciplina 2: CERCETĂRI APROFUNDATE DE MARKETING

Denumirea temei propuse
1. Cercetări aprofundate de marketing în domeniul... (educație, hrană, performanță în management.)

Conf. univ. dr. Horia-Trandafir DEMIAN*

Conf. univ. dr. Naiana-Nicoleta ȚARCĂ*

Disciplina 1: SISTEME DE GESTIUNE A INFORMAȚIILOR DE MARKETING

Denumirea temei propuse
1. Utilizarea unui program de calcul tabelar în organizarea și prelucrarea datelor. Studiu de caz la firma...
2. Utilizarea tehnicilor și instrumentelor de organizare, prelucrare și prezentare a datelor, oferite de programul Microsoft Excel, în cadrul firmei...
3. Utilizarea tehnicilor și instrumentelor oferite de programul Microsoft Excel, în prognozarea vânzărilor la firma...
4. Utilizarea tehnologiilor informaționale în activitatea unei firme.
5. Avantaje ale utilizării tehnicii moderne de calcul în sistemul informațional al firmei...
6. Utilizarea bazelor de date în eficientizarea activității unei firme
7. Sisteme informatice pentru agenții de turism
8. Eficientizarea deciziilor prin utilizarea tehnologiei informaționale
9. Utilizarea unui program de calcul tabelar în gestionarea datelor. Studiu de caz la firma...
10. Utilizarea tehnicilor de prelucrare și gestionare a datelor în activitatea de marketing a unei bănci

Disciplina 2: E-MARKETING

Denumirea temei propuse
1. Utilizarea site-urilor web în eficientizarea activității de marketing a unei firme
2. Analiză comparativă a site-urilor web
3. Analiză comparativă a unor magazine online
4. Analiză a prezenței firmelor românești în mediul on-line
5. Servicii de Internet banking
6. Studiu asupra prezenței firmelor în mediul on-line

Disciplina 3: E-BUSINESS

Denumirea temei propuse
1. Utilizarea site-urilor web în eficientizarea activității unei firme
2. Studiu asupra prezenței firmelor în mediul on-line
3. Utilizarea tehnologiilor informaționale în activitatea unei firme. Studiu de caz la firma....
4. Utilizarea bazelor de date în eficientizarea activității unei firme
5. Eficientizarea deciziilor în afaceri prin utilizarea tehnologiei informaționale

Lector univ. dr. Alexandru CONSTĂNGIOARĂ*

Disciplina 1: MANAGEMENTUL RISCURILOR

Denumirea temei propuse
1. Managementul riscurilor
2. Managementul riscurilor în lanțurile logistice
3. Strategii de gestionare a riscurilor

Disciplina 2: SISTEME DE APROVIZIONARE ȘI DISTRIBUȚIE

Denumirea temei propuse
1. Studiu empiric a determinanților performanțelor firmei
2. Studiu empiric privind relația între performanțele firmei și performanțele operaționale
3. Studiu empiric privind relația între performanțele firmei și performanțele logistice
4. Studiu empiric privind relația între performanțele firmei și performanțele de marketing
5. Studiu empiric privind relația între dezvoltarea economică și performanțele logistice

Lector univ. dr. Remus ROȘCA*

Disciplina 1: MANAGEMENTUL ACTIVITĂȚII DE MARKETING

Denumirea temei propuse
1. Studiu privind gradul de utilizare a aplicațiilor de tip CRM în România
2. Importanța utilizării bazelor de date pentru un management performant al relațiilor cu clienții
3. Procesul de introducere a unui nou client în cadrul companiei
4. Analiza concurenței pe piața serviciilor de învățământ superior din România și segmentarea acesteia
5. Segmentare, poziționare, țintire – premisele identității de marcă
6. Oportunități de diferențiere pe piața serviciilor de învățământ superior din România

Disciplina 2: COMUNICARE MANAGERIALĂ

Denumirea temei propuse
1. Comunicarea managerială în procesul de îmbunătățire a productivității muncii
2. Comunicarea managerială în procesul schimbării organizaționale
3. Comunicarea managerială în managementul conflictelor
4. Comunicarea managerială în procesul de formare a identității organizaționale

Lector univ. dr. Dinu-Vlad SASU*

Lector univ. dr. Oana-Maria SECARĂ*

***Completarea se va face în ordinea gradelor didactice (profesor, conferențiar, lector) și pe fiecare grad didactic în ordine alfabetică**

**Director Departament,
Conf.univ.dr. Dorin-Cristian COITA**

**Data
30.04.2014**