

LISTA TEMELOR PROPUSE PENTRU LUCRĂRI DE DISERTAȚIE

1. COORDONATOR ȘTIINȚIFIC: 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. Serviciile de sănătate între cerințe și realitate. Studiu de caz.
3. Serviciile de educație. Studiu practic.
4. Managementul serviciilor de îngrijire paleativă.
5. Impactul inovării asupra serviciilor de transport. Studiu de caz
6. Previțiuni și tendințe în serviciile turistice. Studiu de caz la S.C.....
7. Strategii și tranzacții în comerț. Studiu practic

2. COORDONATOR ȘTIINȚIFIC: prof.univ.dr. Ada Mirela TOMESCU

Discipline: Managementul conflictelor, Management integrat

Denumirea temei propuse
1.Cum folosesc organizațiile conflictul
2.Studiu privind satisfacția clienților din domeniul serviciilor...
3.Strategii de negociere și soluționare a conflictelor din organizații. Studiu de caz.
4.Competență – Calitate – Eficiență
5.Studiu de caz privind implementarea sistemelor de management de calitate/ de mediu (SMQ/SMM)

6. Analiza îmbunătățirii continue. Studiu de caz
7. Spații verzi. Cazul îmbunătățirii calității în orașul meu
8. Studiu de caz privind implementarea sistemelor ”siguranța alimentului,,
9. Perspectivă managerială asupra conflictului și climatului de muncă
10. Studiu de caz privind implementarea sistemului sănătății și securitate ocupațională (OHASA 18001)
11. Conflictul la locul de muncă. Studiu de caz
12. Dezvoltarea de strategii de managementul conflictelor pentru a creșterea eficienței organizaționale în compania...
13. Factori care afectează motivarea, calitatea și loialitatea în muncă

3. COORDONATOR ȘTIINȚIFIC: conf. univ. dr. Maria-Madela ABRUDAN

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

4. COORDONATOR ȘTIINȚIFIC: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.

5.COORDONATOR ȘTIINȚIFIC:Conf. univ. dr. Mirela BUCUREAN

Disciplina 1: Sisteme, metode și tehnici de management

Denumirea temei propuse
1. Aspecte majore privind implementarea sistemului metodologico-managerial
2. Tendințe pe plan mondial în abordarea metodologico-managerială
3. Sistemele de inteligență artificială și eficiența procesului decizional
4. Gestiunea resurselor umane în IMM, motivația și creșterea performanțelor economice
5. Sisteme de management utilizate în cadrul firmei

6. Metode de management utilizate în cadrul firmei
7. Tehnici de management utilizate în cadrul firmei

Disciplina 2: Tehnici de inovare și comportament antreprenorial

Denumirea temei propuse
1. Cultura organizațională – factor care determină comportamentul antreprenorial
2. Dezvoltarea spiritului antreprenorial prin educație
3. Comunicare, creativitate și motivație în managementul firmei
4. Managementul schimbării prin antreprenoriat
5. Stimularea inovațiilor în IMM și strategiile antreprenoriale
6. Inovația – instrument specific al antreprenorului
7. Antreprenorul – gestiunea și evaluarea riscului
8. Impactul stresului asupra antreprenorului

6. COORDONATOR ȘTIINȚIFIC: 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.)

7. COORDONATOR ȘTIINȚIFIC: Conf. univ. dr. Alexandru COSTĂNGIOARĂ

Disciplina 1: Managementul riscului

Denumirea temei propuse
1.Strategii specifice managementului riscului
2.Alcătuirea unui scorcard pentru selecția aplicațiilor de creditare
3.VaR. Valoarea la risc

Disciplina 2: Sisteme de aprovizionare și distribuție

Denumirea temei propuse
1.Determinanții performanțelor în lanțurile de aprovizionare și distribuție. Studiu empiric
2.Managementul lanțurilor de aprovizionare și distribuție

8. COORDONATOR ȘTIINȚIFIC: Conf. univ. dr. Horia DEMIAN

Disciplina 1. Sismete de gestiune a informatiilor de management

Denumirea temei propuse
1. Proiectarea unei baze de date utilizate pentru o implementarea unei gestiuni utilizand metoda FIFO
2. Proiectarea unei baze de date utilizate pentru o implementarea unei gestiuni utilizand metoda LIFO
3. Proiectarea unei baze de date utilizate pentru o implementarea unei gestiuni utilizand metoda CMP
4. Proiectarea unei baze de date utilizate pentru evidenta relatiilor cu clientii
5. Proiectarea unei baze de date utilizate pentru evidenta relatiilor cu furnizorii
6. Proiectarea unei baze de date utilizata pentru evidenta productiei pe faze de productie
7. Proiectarea unei baze de date utilizata pentru evidenta Informatizata a Mijloacelor Fixe
8. Proiectarea unei baze de date utilizata pentru evidenta Informatizata a Salariatilor

9. COORDONATOR ȘTIINȚIFIC: Conf. univ. dr Naiana ȚARCĂ

Disciplina 1: Sisteme de gestiune a informațiilor de marketing, MCA

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. Eficientizarea deciziilor prin utilizarea tehnologiei informaționale

8. Utilizarea unui program de calcul tabelar în gestionarea datelor. Studiu de caz la firma...
9. Utilizarea tehnicilor de prelucrare și gestionare a datelor în activitatea de marketing a unei bănci

Disciplina 2: E-marketing, MCA

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. Servicii de Internet banking
5. Internetul – instrument de marketing
6. Instrumente de comunicare online

Disciplina 3: E-Business, MO

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

10. COORDONATOR ȘTIINȚIFIC: Lect. univ. dr. Adela Laura POPA

Disciplina 1: Managementul activității de marketing

Denumirea temei propuse
1. Rolul bazelor de date în dezvoltarea relațiilor cu clienții. Studiu de caz pentru domeniul ...
2. Rolul informațiilor în activitatea de marketing. Proiectarea Sistemului Informațional de Marketing
3. Rolul cercetărilor de marketing în elaborarea strategiilor de marketing
4. Propuneri de îmbunătățire a managementul relațiilor cu clienții pentru cazul unei organizații din domeniul ...
5. Instrumente de marketing online. Email marketing
6. Instrumente de marketing online. Affiliate marketing
7. Instrumente de marketing online. Social Media Marketing
8. Instrumente de marketing online. Search Engine Marketing
9. Instrumente de marketing online. Content marketing

10. Analiza prezenței online a unei organizații

11. Cercetarea de marketing online

11. COORDONATOR ȘTIINȚIFIC: Lect. 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

12. COORDONATOR ȘTIINȚIFIC: Lect. univ. dr. Dinu Vlad SASU

Disciplina 1: Psihologia și comportamentul economic de consum

Denumirea temei propuse
1. Decizia de cumpărare a consumatorului individual, în domeniul produselor/serviciilor privind.....Studiu de caz la SC ...
2. Loialitatea față de brand și tehnici de fidelizare a consumatorilor, pe piața.....din România. Studiu de caz la SC ...
3. Strategii, metode și tehnici de fidelizare a consumatorilor în domeniul...Studiu de caz la SC.
4. Cercetări motivaționale în domeniul....Studiu de caz la SC ...

5. Metode de planificare, previziune, predicție și prognoză a cererii, pe piața...din România.Studiu de caz la SC...
6. CRM și caracteristicile acestuia pe piața bunurilor...Studiu de caz la SC ...

Disciplina 2: Media și comunicații de marketing

Denumirea temei propuse
1. Comunicarea noncomercială cu piața. Studiu de caz la SC ...
2. Sistemul comunicațiilor integrate de marketing la... .Studiu de caz La SC ...
3. Caracteristicile pieței media din România. Studiu de caz la SC ...
4. Promovarea prin intermediul marketingului direct. Studiu de caz la SC ...
5. Suporturi comunicaționale media. Studiu de caz la SC ...
6. Promovarea produselor prin intermediul marketingului online. Studiu de caz la SC ...

Disciplina 3: Strategii de marcă

1. Barandul și marca. Studiu de caz la SC ...
2. Strategii de marcă la... .Studiu de caz La SC ...
3. Loialitatea față de brand și marcă. Studiu de caz la SC ...
4. Construirea unei mărci de succes. Studiu de caz la SC
5. Comunicarea de marcă.Studiu de caz la SC ...
6. Managementul brandului.Studiu de caz la SC ...

13.COORDONATOR ȘTIINȚIFIC: Lect . univ. dr. Oana-Maria SECARĂ

Disciplina 1: Strategii și politici de marketing

Denumirea temei propuse
1.Strategii competitive de marketing pe piața internă. Studiu de caz
2. Strategia de produs pe piața internă. Studiu de caz
3. Strategia de preț pe piața internă. Studiu de caz
4. Strategia de distribuție pe piața internă. Studiu de caz
5. Strategia de promovare a vanzarilor. Studiu de caz
6. Propuneri privind imbunatatirea politicii de distributie. Studiu de caz
7. Propuneri privind îmbunătățirea politicii de produs. Studiu de caz
8. Propuneri privind îmbunătățirea politicii de distribuție. Studiu de caz

9. Propuneri privind îmbunătățirea politicii de promovare. Studiu de caz
10. Structura activitatii promotionale. Studiu de caz

Disciplina 2: Relații publice în societățile comerciale

Denumirea temei propuse
1. Structura activității promoționale. Studiu de caz
2. Propuneri privind îmbunătățirea politicii de promovare. Studiu de caz
3. Strategia de promovare a vanzarilor. Studiu de caz
4. Promovarea – comunicarea valorii pentru client
5. Campanii de relații publice
6. Tehnici de promovare a vânzărilor
7. Organizarea evenimentelor ca instrument de PR
8. Metode, instrumente și tehnici moderne de promovare (ex. T – mobile, rețele de socializare, comerț electronic, promovarea on –line, advertgame, MGC – media generată de consumatori)
9. Piața produselor/ serviciilor de promovare din România
10. Merchandising-ul ca tehnică de promovare
11. Marca și brandul ca vectori de comunicare și promovare

Director Departament,

conf. univ. dr. Dorin Coita

Data :
25.05.2015