



ACADEMIA DE STUDII ECONOMICE DIN BUCUREȘTI
FACULTATEA DE BUSINESS ȘI TURISM

Bd.Dacia 4, Tel. +40 213191900, int.202, 347, 219
Tel/fax +40 213191996, e-mail. decanatc@ase.ro



DEPARTAMENT TURISM ȘI GEOGRAFIE

TEME PENTRU DISERTAȚIE
2019-2020

Nr.crt	Tema	Profesori coordonatori
1	Dezvoltarea zonelor metropolitane și impactul acestora asupra zonelor de recreere	P. Nistoreanu
2	Cererea turistică în țara... și posibilități de atragere spre România	G. Țigu, M. Pădurean, D. Popescu, M. Tănase, D. Bulin
3	Dezvoltarea turismului și crearea unor zone specifice de agrement	P. Nistoreanu, D. Popescu, M. Pădurean
4	Perspectivile turismului (montan, de litoral, balnear, în parcuri de distracții, în arii protejate etc.) în regiunea/în România/pe plan mondial	G. Țigu, M. Pădurean, P.Nistoreanu, M. Țală, D. Popescu, M. Tănase, A. M. Nica, C. Popescu, L. B. Vlad, M. C. Neacșu, I. Pop, A. Gavriș, V. Mionel, A. Kanovici, D. Bulin
5	Tendențe în amenajarea zonelor de litoral/montan/balnear/vânătoare etc.	P. Nistoreanu, D. Popescu, M. Pădurean
6	Program de dezvoltare și diversificare a serviciilor în cazul unei stațiuni turistice	G. Țigu, P. Nistoreanu, D. Popescu, M. Pădurean, N. Lupu
7	Turismul și dezvoltarea durabilă	G. Țigu, M. Pădurean, R.Hornoiu, P.Nistoreanu, D. Popescu, C. Popescu, L. B. Vlad, M. C. Neacșu, I. Pop, A. Gavriș, V. Mionel, A. Kanovici, M. Ionică
8	Dezvoltarea și promovarea unor noi forme de turism în România/ în regiunea....	G. Țigu, P. Nistoreanu, D. Popescu, M. Pădurean, N. Lupu, R. Hornoiu, A. Marin Pantelescu, A. M. Nica, C. Popescu, L. B. Vlad, M. C. Neacșu, I. Pop, A. Gavriș, V. Mionel, A. Kanovici
9	Turismul în parcurile de distracții	M. Pădurean, G. Țigu, A. Marin Pantelescu, C. Popescu, L. B. Vlad, M. C. Neacșu, I. Pop, A. Gavriș, V. Mionel, A. Kanovici
10	Tendențe în dinamica și structura turismului social	M. Pădurean, P.Nistoreanu
11	Studiu comparativ asupra ofertei turistice din țările Europei Centrale și de Est (în general sau pe forme de turism)	G. Țigu, M. Pădurean, D. Popescu, P. Nistoreanu, A. M. Nica, C. Popescu, L. B. Vlad, M. C. Neacșu, I. Pop, A. Gavriș, V. Mionel, A. Kanovici, D. Bulin
12	Globalizarea și dezvoltarea regională în turism	P. Nistoreanu
13	Politici turistice pe plan mondial	R. Hornoiu
14	Strategii de promovare a turismului românesc pe piața turistică internațională	G. Țigu
15	Amenajarea în scopuri turistice a zonei ... (se va alege o zonă situată într-un areal montan, de litoral, balnear etc.)	G. Țigu, D. Popescu, M. Pădurean
16	Managementul destinației turistice.....(stațiune, zonă, țară)	G. Țigu, P. Nistoreanu

17	Patrimoniul cultural UNESCO și valorificarea turistică a acestuia	G. Țigu, P. Nistoreanu, D. Popescu, R. Hornoiu
18	Strategia de dezvoltare și promovare a turismului pentru destinația "X"	G. Țigu
19	Studiu comparativ privind imaginea destinațiilor turistice "X" și "Y"	G. Țigu, M. Țală
20	Strategii de atragere a noi segmente de cliență turistică în România	G. Țigu
21	Forme noi de dezvoltare a activităților turistice în spațiul montan	G. Țigu
22	Managementul calității în sectorul serviciilor	M. Ionică, O. State, A. Atanase
23	Tendențe în schimburile internaționale de servicii	M. Ionică
24	Strategii de dezvoltare durabilă a serviciilor/turismului	D. Popescu, M. Ionică
25	Aspecte strategice privind dezvoltarea serviciilor de ... în România, în contextul integrării în UE	M. Ionică
26	Analiza influenței mediului extern asupra dezvoltării serviciilor (transporturi/turism/asigurări ...) în România	M. Ionică
27	Analiza diagnostic a serviciilor de ... în România și perspective de dezvoltare	M. Ionică
28	Analiza nivelului de specializare a serviciilor de ... în România și perspective de dezvoltare	M. Ionică
29	Analiza corelației între specializarea serviciilor de ... și competitivitate și direcții de creștere a nivelului lor de competitivitate	M. Ionică
30	Contribuția serviciilor la dezvoltarea umană în România și perspectivele ei de creștere	M. Ionică
31	Strategii de diversificare și personalizare a serviciilor (de turism/ financiare...)	M. Ionică
32	Aspecte strategice privind promovarea serviciilor (bancare/ telecomunicații/turism...)	M. Ionică
33	Promovarea destinațiilor turistice românești	G. Țigu, P. Nistoreanu
34	Amenajarea turistică durabilă a zonei....	G. Țigu, P. Nistoreanu, D. Popescu, M. Pădurean
35	Scenarii privind dezvoltarea serviciilor de în România în contextul integrării în UE	M. Ionică
36	Investițiile Directe Străine – oportunități pentru dezvoltarea serviciilor de în România	M. Ionică
37	Perspective de creștere a contribuției serviciilor la echilibrarea balanței de plăți externe a României	M. Ionică
38	Impactul economic și social al migrației forței de muncă în scopul prestării de servicii	P. Nistoreanu, M. Ionică
39	Analiza dezvoltării regionale a serviciilor de și perspective de creștere a contribuției serviciilor la dezvoltarea locală. (Studiu de caz pentru regiunea)	P. Nistoreanu, D. Popescu, M. Ionică, M. Pădurean
40	Analiza strategică a sectorului turistic românesc	M. Ionică
41	Model de dezvoltare/amenajare/promovare a unei stațiuni turistice	G. Țigu, P. Nistoreanu, D. Popescu, M. Pădurean, N. Lupu
42	Globalizarea și dezvoltarea regională în turism	P. Nistoreanu, C. Popescu, L. B. Vlad, M. C. Neacșu, I. Pop, A. Gavriș, V. Mionel, A. Kanovici, D. Bulin
43	Studiu comparativ asupra ofertei turistice (pe forme de turism sau pe țări)	G. Țigu, P. Nistoreanu, D. Popescu, M. Pădurean
44	Modele de organizare a turismului în diverse țări – analiză comparativă	P. Nistoreanu, N. Lupu
45	Impactul amenajărilor turistice asupra mediului înconjurător	G. Țigu, P. Nistoreanu, D. Popescu

46	Impactul turismului asupra culturii și comunității locale	G. Țigu, P. Nistoreanu, O. State, D. Popescu, R. Hornoiu
47	Analizele SWOT și PEST în evaluarea mediului extern al firmei de turism	P. Nistoreanu, O. State
48	Diagnosticul firmei de turism (baza de agrement/agenție de turism/agenție tour-operator/firmă de transport turistic/hotel/restaurant etc.)	N. Lupu
49	Evaluarea afacerii (Business Valuation) – studii de caz pentru afaceri din turism	D. Bulin
50	Strategia corporatistă în turism	D. Bulin
51	Organizarea de conferințe și banchete	P. Nistoreanu, N. Lupu
52	Căi de creștere a eficienței activității de prestare a serviciilor turistice	M. Ionică, N. Lupu
53	Industria ospitalității în România – abordare strategică	C. Țuclea
54	Animația în industria hotelieră (studiu de caz la alegere)	O. State
55	Impactul motivației în muncă a angajaților asupra performanțelor întreprinderii din turism – servicii	C. Țuclea, O. State, G. Țigu, A. Atanase
56	Cercetarea comparativă a satisfacției muncii în turism	C. Țuclea, O. State
57	Managementul remunerației în întreprinderile din turism – servicii	C. Țuclea, O. State
58	Analiza, proiectarea și evaluarea posturilor prin prisma recompenselor la SC...	C. Țuclea, O. State
59	Corelația motivație – performanță – satisfacție la SC...	C. Țuclea, O. State
60	Analiza relațiilor interumane la SC...	C. Țuclea, O. State
61	Managementul schimbărilor culturale la ...	O. State
62	Modele culturale organizaționale. Studiu de caz la SC...	O. State
63	Diagnosticul culturii organizației la SC...	O. State
64	Leadership-ul participativ în organizații. Studiu de caz la SC...	O. State
65	Cercetarea culturii organizaționale pe exemplul unui hotel	O. State
66	Elaborarea și implementarea strategiei de resurse umane la ...	C. Țuclea, O. State
67	Planificarea resurselor umane la ...	O. State
68	Managementul performanțelor și al recompenselor la ...	C. Țuclea, O. State
69	Strategii ale managementului conflictelor în cadrul organizației	C. Țuclea, O. State
70	Managementul carierei în organizații. Studiu de caz la SC...	O. State
71	Strategii și politici de recrutare	O. State
72	Selecția resurselor umane la...	O. State
73	Dialogul social și negocierea contractului colectiv de muncă în cadrul SC...	C. Țuclea, O. State
74	Rolul și implicațiile comunicării interne la SC...	O. State, A. Șchiopu
75	Analiza influenței grupurilor asupra comportamentului individual la SC...	C. Țuclea, O. State, A. Șchiopu
76	Avantajul concurențial – element fundamental al strategiei întreprinderilor de comerț, turism, servicii	C. Țuclea
77	Evaluarea performanței personalului la SC...	C. Țuclea, O. State, M. Ionică
78	Politici și sisteme de distribuție în turism	M. Ionică
79	Aspecte strategice privind politica de prețuri a firmelor de servicii (transporturi, asigurări ...)	M. Ionică
80	Aspecte strategice privind politica de distribuție a firmelor de servicii (editoriale, turism...)	M. Ionică
81	Studiu de piață premergător înființării unui hotel/restaurant	N. Lupu
82	Stabilirea prețurilor și a tarifelor la un hotel	N. Lupu
83	Studiu de fezabilitate cu privire la deschiderea unui hotel/restaurant	N. Lupu
84	Franciza – modalitate alternativă de a întreprinde în domeniul hotelurilor/restaurantelor	C. Țuclea, N. Lupu

85	Studiu privind posibilitățile de extindere a prezenței pe piața românească a lanțurilor hoteliere/de restaurante	N. Lupu
86	Protecția turistului în calitate de consumator	P. Nistoreanu, N. Lupu, M. Ionică, O. State
87	Studiu cu privire la organizarea unui centru de informare și promovare a turismului	P. Nistoreanu, N. Lupu,
88	Aplicarea sistemului uniform de contabilitate hotelieră și a metodei de conducere prin bugete	N. Lupu
89	Analiza-diagnostic a unui hotel/restaurant	N. Lupu
90	Analiza comparativă a soluției internalizării și externalizării serviciilor de	M. Ionică
91	Eficiența externalizării serviciilor de la societatea	M. Ionică
92	Analiza performanțelor firmei de servicii în funcție de concurență	M. Ionică
93	Analiza diagnostic și/sau evaluarea unei societăți comerciale (hotel, unitate de alimentație, agenție de turism)	N. Lupu, D. Bulin
94	Raționalizarea fluxului de materiale la S.C.....	G. Țigu
95	Modernizarea gestiunii stocurilor la S.C.....	G. Țigu, A. Șchiopu
96	Instrumente științifice de management al producției/desfacerii la S.C.....	G. Țigu, A. Șchiopu
97	Posibilități de extindere a capacității de operare la SC....	G. Țigu, A. Șchiopu
98	Particularități ale managementului operațiunilor la SC....	G. Țigu, A. Șchiopu
99	Managementul calității la S.C.....	G. Țigu, A. Șchiopu, O. State
100	Diagnosticul strategic la S.C.	C. Țuclea
101	Studiu privind procesul de elaborare a strategiei organizaționale	C. Țuclea
102	Leadership în întreprinderile de comerț, turism, servicii	C. Țuclea, O. State, M. Țală, A. Șchiopu
103	Analiza portofoliului de activități la.....	C. Țuclea
104	Relansarea economică a comunităților rurale prin turism	P. Nistoreanu
105	Valorificarea tradițiilor și datinilor, modalitate de personalizare a ofertei turismului rural românesc	P. Nistoreanu
106	Analiza comparativă a ofertei turistice românești și a celei din..... (altă țară concurentă)	P. Nistoreanu
107	Necesitatea asocierii în promovarea unei destinații turistice	P. Nistoreanu
108	Comunicarea și promovarea turistică în(localitatea, zona, țara)	P. Nistoreanu
109	Semnalizarea și balizarea turistică	P. Nistoreanu
110	Modalități de segmentare a publicului țintă, în cazul ofertei turistice	P. Nistoreanu
110	Ruralitate, religie, tradiții	P. Nistoreanu
111	Proiectarea și conducerea schimbării la întreprinderea...	C. Iorgulescu
112	Practici pentru dezvoltarea carierei la...	O. State
113	Facilitarea creativității și inovării la întreprinderea...	O. State
114	Identificarea trăsăturilor esențiale ale comportamentului organizației X	C. Țuclea
115	Abordarea individuală și organizațională a îmbunătățirii comunicării la SC...	C. Țuclea, A. Șchiopu, O. State
116	Analiza procesului decizional la SC...	C. Țuclea
117	Managementul stresului organizațional la SC...	C. Țuclea, O. State
118	Studiu privind design-ul organizațional la SC...	C. Țuclea
119	Optimizarea interacțiunii organizației cu mediul extern	C. Țuclea
120	Bazele și structura puterii reflectate în comportamentului organizațional	C. Țuclea

121	Schimbare, dezvoltare și inovație – repere ale comportamentului organizațional	C. Țuclea
122	Evaluarea performanțelor angajaților la...	C. Țuclea
123	IMM versus întreprinderi mari prin prisma managementului cunoștințelor	C. Țuclea
124	Comportamentul organizațional în întreprinderile de turism	M. Țală
125	Stereotipul și impacul asupra comportamentului organizațional	M. Țală
126	Grupurile de muncă și eficiența lor în organizațiile de turism	M. Țală, O. State
127	Studiu privind leasing-ul de personal la S.C.	O. State
128	Discriminarea în organizațiile de turism	M. Țală
129	Burnout-ul în organizațiile de turism	M. Țală
130	Evaluarea performanței și dezvoltarea angajaților la S. C....	O. State
131	Opțiuni strategice de dezvoltare a întreprinderilor din turism sau servicii	C. Tuclea
132	Surse de avantaj concurențial în turismul românesc	C. Țuclea
133	Mediul extern al întreprinderii de turism	C. Țuclea, A. Șchiopu
134	Program de marketing intern pentru creșterea eficienței activității turistice	F. Stăncioiu
135	Program de marketing pentru pătrunderea pe piață...a produsului turistic ...	F. Stăncioiu
136	Strategii de atragere /fidelizare a pieței ...pentru forma de turism...preponderentă destinației...	F. Stăncioiu
137	Strategii de promovare a destinației.....	F. Stăncioiu
138	Strategii de formare /consolidare / schimbare a imaginii unei destinații turistice	F. Stăncioiu
139	Strategii de marcă (diferențiere/unicitate) a destinației...	F. Stăncioiu
140	Strategii de pătrundere pe piața internațională a turismului de nișă	F. Stăncioiu
141	Strategii de poziționare a destinației.....	F. Stăncioiu
142	Strategii de promovare a unor noi forme de turism în destinația (localitatea /zona /regiunea).....	F. Stăncioiu
143	Program de marketing pentru lansarea pe piață a formei de turismîn destinația	F. Stăncioiu
144	Strategii de marketingul destinației...	F. Stăncioiu
145	Tendențe în mediul de marketing al întreprinderii de turism	F. Stăncioiu
146	Strategii de marcă (diferențiere /unicitate) a destinației...	F. Stăncioiu
147	Tendențe în mediul de marketing al întreprinderii de turism românești	F. Stăncioiu
148	Analiza mediului de marketing al organizației...	C.Vegheș, M. Orzan
149	Securitate și aspecte etice pe Internet	C.Vegheș, M. Orzan
150	Principii și soluții de realizare a paginilor web: Studiu de caz	C.Vegheș, M. Orzan
151	Marketing viral: Studiu de caz	C.Vegheș, M. Orzan
152	Blog marketing: Studiu de caz	C.Vegheș, M. Orzan
153	Utilizarea rețelelor sociale în cadrul strategiei comunicaționale a organizației: Studiu de caz	C.Vegheș, M. Orzan
154	Word-of-Mouth marketing: Studiu de caz	C.Vegheș, M. Orzan
155	Marketing de gherilă: Studiu de caz	C.Vegheș, M. Orzan
156	Integrarea instrumentelor online în cadrul activităților de relații publice	C.Vegheș, M. Orzan
157	Participarea la târguri și expoziții: Studiu de caz	C.Vegheș, M. Orzan
158	Elaborarea politicii de produs a organizației...	C.Vegheș, M. Orzan
159	Elaborarea politicii de marcă a organizației – studiu de caz...	C.Vegheș, M. Orzan
160	Elaborarea politicii de preț a organizației – studiu de caz...	C.Vegheș, M. Orzan
161	Strategii de preț ale organizației – studiu de caz...	C.Vegheș, M. Orzan
162	Elaborarea politicii de distribuție a organizației / produsului...	C.Vegheș, M. Orzan

163	Fundamentarea strategiei de distribuție a organizației – studiu de caz...	C.Vegheș, M. Orzan
164	Sisteme expert de marketing în evaluarea pieței/produsului...	C.Vegheș, M. Orzan
165	Sisteme de simulare a activităților de marketing la nivelul organizației...	C.Vegheș, M. Orzan
166	Proiectarea și realizarea prezenței online (site web) a organizației...	C.Vegheș, M. Orzan
167	Publicitatea pe Internet	C.Vegheș, M. Orzan
168	Marketing direct pe Internet	C.Vegheș, M. Orzan
169	Încorporarea serviciilor online în conceperea campaniilor de promovare	C.Vegheș, M. Orzan
170	Eficiența utilizării serviciilor de promovare în Internet – studiu de caz	C.Vegheș, M. Orzan
171	Evaluarea comparată a prezenței pe Internet a companiilor...	C.Vegheș, M. Orzan
172	Evaluarea oportunității prezenței pe Internet pentru o companie din economia reală – studiu de caz	C.Vegheș, M. Orzan
173	Proiectarea unei campanii de marketing direct prin e-mail – aspecte economice și etice	C.Vegheș, M. Orzan
174	Gestiunea automată a managementului relațiilor cu clienții (CRM)	C.Vegheș, M. Orzan
175	Intranet – un avantaj strategic la nivel organizational	C.Vegheș, M. Orzan
176	Instrumente online pentru suportul marketingului relațional	C.Vegheș, M. Orzan
177	Proiectarea sistemului informațional de marketing al organizației...	C.Vegheș, M. Orzan
178	Strategia de poziționare a mărcii (produsului)... pe piața...	C.Vegheș, M. Orzan
179	Cercetarea comportamentului de cumpărare la produsele...	C.Vegheș, M. Orzan
180	Cercetarea atitudinilor cumpărătorilor potențiali față de ... (lansarea unui produs sau serviciu nou / introducerea unei noi forme de distribuție etc.)	C.Vegheș, M. Orzan
181	Percepții ale consumatorilor referitoare la spoturile TV pentru produsul ...	C.Vegheș, M. Orzan
182	Studiul imaginii produsului/serviciului/mărcii/ întreprinderii ... în rândul consumatorilor	C.Vegheș, M. Orzan
183	Cercetarea satisfacției clientului în cazul întreprinderii...	C.Vegheș, M. Orzan
184	Cercetarea comportamentului de cumpărare pentru forma de turism ...	C.Vegheș, M. Orzan
185	Proiectarea unei campanii de marketing direct pentru organizația...	C.Vegheș, M. Orzan
186	Proiectarea unei campanii de direct mail/telemarketing/vânzare prin corespondență pentru...	C.Vegheș, M. Orzan
187	Uniunea Europeană, ca actor geopolitic. Implicații geoeconomice	M.C. Neacșu, C. Popescu, L.B. Vlad, I. Pop, A. Kanovici
188	Uniunea Europeană și securitatea energetică	M.C. Neacșu, C. Popescu, L.B. Vlad, I. Pop, A. Kanovici
189	Criza Uniunii Europene	M.C. Neacșu, C. Popescu, L.B. Vlad, I. Pop, A. Kanovici
190	Criza refugiaților	M.C. Neacșu, C. Popescu, L.B. Vlad, I. Pop, A. Kanovici
191	Analiza geopolitică a României	M.C. Neacșu, C. Popescu, L.B. Vlad, I. Pop, A. Kanovici
192	România și Marea Neagră. Riscuri și vulnerabilități	M.C. Neacșu, C. Popescu, L.B. Vlad, I. Pop, A. Kanovici
193	Marea Neagră/Marea Caspică/ Marea Mediterană. Analiză geopolitică și geoeconomică	M.C. Neacșu, C. Popescu, L.B. Vlad, I. Pop, A. Kanovici

194	Poziția geopolitică a României. Atuuri și vulnerabilități	M.C. Neacșu, C. Popescu, L.B. Vlad, I. Pop, A. Kanovici
195	Republica Moldova: între „Est” și „Vest”	M.C. Neacșu, C. Popescu, L.B. Vlad, I. Pop, A. Kanovici
196	Conflictul din Transnistria. Analiză geopolitică și implicații economice	M.C. Neacșu, C. Popescu, L.B. Vlad, I. Pop, A. Kanovici
197	Crimeea. Analiză geoeconomică și geopolitică	M.C. Neacșu, C. Popescu, L.B. Vlad, I. Pop, A. Kanovici
198	Conflictul din Ucraina	M.C. Neacșu, C. Popescu, L.B. Vlad, I. Pop, A. Kanovici
199	Rusia și „vecinătatea apropiată”	M.C. Neacșu, C. Popescu, L.B. Vlad, I. Pop, A. Kanovici
200	Rusia, de la geostrategia defensivă la cea ofensivă	M.C. Neacșu, C. Popescu, L.B. Vlad, I. Pop, A. Kanovici
201	Rusia, de la geoeconomie înapoi la geopolitică	M.C. Neacșu, C. Popescu, L.B. Vlad, I. Pop, A. Kanovici
202	Rusia și „gazoductele geopolitice”	M.C. Neacșu, C. Popescu, L.B. Vlad, I. Pop, A. Kanovici
203	Noul „Război Rece” (Occident vs. Rusia)	M.C. Neacșu, C. Popescu, L.B. Vlad, I. Pop, A. Kanovici
204	Asia Centrală în jocurile de putere	M.C. Neacșu, C. Popescu, L.B. Vlad, I. Pop, A. Kanovici
205	Spațiul caucazian în jocurile de putere	M.C. Neacșu, C. Popescu, L.B. Vlad, I. Pop, A. Kanovici
206	Emergența terorismului islamist	M.C. Neacșu, C. Popescu, L.B. Vlad, I. Pop, A. Kanovici
207	De la „primăvara arabă” la „iarna islamistă”	M.C. Neacșu, C. Popescu, L.B. Vlad, I. Pop, A. Kanovici
208	Balanțe de putere: SUA-China-Rusia SUA-UE-China SUA-UE-Rusia China-India-Japonia ș.a.	M.C. Neacșu, C. Popescu, L.B. Vlad, I. Pop, A. Kanovici
209	Statele „BRICS” – actor al lumii multipolare	M.C. Neacșu, C. Popescu, L.B. Vlad, I. Pop, A. Kanovici
210	Turcia – putere regională	M.C. Neacșu, C. Popescu, L.B. Vlad, I. Pop, A. Kanovici
211	Astropolitica	M.C. Neacșu, C. Popescu, L.B. Vlad, I. Pop, A. Kanovici
212	Actorii cosmici. Implicații economice și geopolitice	M.C. Neacșu, C. Popescu, L.B. Vlad, I. Pop, A. Kanovici
213	Spațiul arctic. Analiză geoeconomică și geopolitică	M.C. Neacșu, C. Popescu, L.B. Vlad, I. Pop, A. Kanovici
214	Spațiul antarctic. Analiză geoeconomică și geopolitică	M.C. Neacșu, C. Popescu, L.B. Vlad, I. Pop, A. Kanovici
215	Geopolitica minorităților Spațiul balcanic Spațiul caucazian etc.	M.C. Neacșu, C. Popescu, L.B. Vlad, I. Pop, A. Kanovici
216	Diplomația culturală	M.C. Neacșu, C. Popescu, L.B. Vlad, I. Pop, A. Kanovici
217	Diplomația economică	M.C. Neacșu, C. Popescu, L.B. Vlad, I. Pop, A. Kanovici
218	De la geopolitică la geoeconomie	M.C. Neacșu, C. Popescu, L.B. Vlad, I. Pop, A. Kanovici

219	Geopolitica resurselor strategice	M.C. Neacșu, C. Popescu, L.B. Vlad, I. Pop, A. Kanovici
220	Teoria jocurilor – aplicabilitate în sfera geopoliticii și a R.I.	M.C. Neacșu, C. Popescu, L.B. Vlad, I. Pop, A. Kanovici
221	Iranul – analiza geopolitică	M.C. Neacșu, C. Popescu, L.B. Vlad, I. Pop, A. Kanovici
222	Noul mediu internațional de securitate. Impactul asupra României	M.C. Neacșu, C. Popescu, L.B. Vlad, I. Pop, A. Kanovici
223	Mass-media, ca factor de putere în contextul globalizării	M.C. Neacșu, C. Popescu, L.B. Vlad, I. Pop, A. Kanovici
224	Riscul geopolitic în economia mondială	M.C. Neacșu, C. Popescu, L.B. Vlad, I. Pop, A. Kanovici
225	Conflictele înghețate în spațiul euro-asiatic	M.C. Neacșu, C. Popescu, L.B. Vlad, I. Pop, A. Kanovici
226	Diplomația puterii sau puterea diplomației?	M.C. Neacșu, C. Popescu, L.B. Vlad, I. Pop, A. Kanovici
227	Panismul etnic la începutul mileniului III	M.C. Neacșu, C. Popescu, L.B. Vlad, I. Pop, A. Kanovici
228	Japonia în balanța geopolitică regională și globală	M.C. Neacșu, C. Popescu, L.B. Vlad, I. Pop, A. Kanovici
229	Rolul geostrategic al corporațiilor transnaționale	M.C. Neacșu, C. Popescu, L.B. Vlad, I. Pop, A. Kanovici
230	China – o nouă superputere a secolului XXI sau o criză emergentă?	M.C. Neacșu, C. Popescu, L.B. Vlad, I. Pop, A. Kanovici
231	Orientul Mijlociu – analiză geopolitică și geoeconomică	M.C. Neacșu, C. Popescu, L.B. Vlad, I. Pop, A. Kanovici
232	Resursele de apă la începutul mileniului III – implicații geopolitice	M.C. Neacșu, C. Popescu, L.B. Vlad, I. Pop, A. Kanovici
233	India – actor important în lumea multipolară	M.C. Neacșu, C. Popescu, L.B. Vlad, I. Pop, A. Kanovici
234	Lumea multipolară a secolului XXI	M.C. Neacșu, C. Popescu, L.B. Vlad, I. Pop, A. Kanovici
235	Africa – un continent al resurselor strategice. Studiu de caz.....	V. Mionel
236	Comerțul cu resurse strategice. Analiza geoeconomică	V. Mionel
237	Competiția și tensiunile privind resursele strategice	V. Mionel
238	Uraniul. Analiză geoeconomică	V. Mionel
239	Perspectivile energiei. Studiu de caz: Toriul	V. Mionel
240	Metalele radioactive între scop civil și militar	V. Mionel
241	Aurul: mai mult decât lux. Putere geoeconomică	V. Mionel
242	Analiza geoeconomică a rezervelor suverane de aur	V. Mionel
243	Zonele de conflict și comerțul global cu metale prețioase	V. Mionel
244	Pământurile rare și competiția geoeconomică în domeniul IT	V. Mionel
245	BRICS și jocurile strategice cu aur	V. Mionel
246	Cărbunele, între resursa strategică a trecutului și jocurile geopolitice viitoare	V. Mionel
247	Populația și geoeconomia. Studiu de caz	V. Mionel
248	Populația și relațiile interstatale: Analiza relațiilor privilegiate	V. Mionel
249	Populația și relațiile interstatale: Analiza relațiilor tensionate	V. Mionel
250	Migrațiile ca sursă de tensiuni interstatale	V. Mionel
251	Apa – resursă geostrategică. Studiu de caz....	V. Mionel
252	Deficitul de apă și tensiunile geopolitice	V. Mionel
253	Analiza geoeconomică a competiției pentru hrană	V. Mionel
254	Stocarea gazelor – măsură geopolitică preventivă	V. Mionel
255	Transportul petrolului. Studiu de caz....	V. Mionel

256	Transportul gazelor naturale. Studiu de caz....	V. Mionel
257	Cultura plantelor între hrană și combustibil?	V. Mionel
258	Geopolitica foametei /hranei	V. Mionel
259	Geografia comerțului cu produse echitabile	V. Mionel
260	Insecuritatea alimentară. Studiu de caz: Africa	V. Mionel
261	Geopolitică critică	A. Gavriș
262	Geografie economică critică	A. Gavriș
263	Geografia turismului în perspectivă critică	A. Gavriș
264	Regionalizări economice	A. Gavriș
265	Perspectivă teritorială și implicațiile lor în afaceri	A. Gavriș
266	Rolul afacerilor în conturarea de particularități spațiale	A. Gavriș
267	Creativitate și spațializare teritorială	A. Gavriș
268	Analize de conținut în geopolitică	A. Gavriș
269	Frontiera geopolitică dintre Occident și Rusia	M. C. Neacșu
270	China, superputere emergentă	M. C. Neacșu
271	Noul Drum al Mătăsii	M. C. Neacșu
272	SUA – „swing producer”. Supremația energetică	M. C. Neacșu
273	Impactul riscurilor geopolitice asupra turismului	M. C. Neacșu
274	Reconfigurarea geopolitică a lumii	M. C. Neacșu
275	Service design in (The company of your choice)	
276	Product development and production processes	G. Țigu, A. Șchiopu
277	Customer experience and service production	G. Țigu, A. Șchiopu
278	Product development and innovation	G. Țigu, A. Șchiopu
279	Product mix and New Product Development strategies to meet consumer's demands	G. Țigu, A. Șchiopu
280	Customer participation in the service process	G. Țigu, A. Șchiopu
281	Co-creation of the service journey in	G. Țigu, A. Șchiopu
282	Location decisions in the service sector	G. Țigu, A. Șchiopu
283	Layout decisions in the service sector	G. Țigu, A. Șchiopu
284	Lean operations in the service sector	G. Țigu, A. Șchiopu
285	Managing waiting lines in the service sector	G. Țigu, A. Șchiopu
286	Quality management in the service sector	G. Țigu, A. Șchiopu
287	Conceperea/Diversificarea activităților de animație turistică (de team-building, în centrele de vacanță, sportivă, pe navele de croazieră, în parcurile de distracție, gastronomică, pentru mega-evenimente, urbana și periurbana)	O. State

Notă: În funcție de aria de interes, studenții pot propune teme de cercetare noi, care nu sunt prevăzute sau sugerate în această listă.