

PROPUNERI
TEMATICA LUCRĂRILOR DE LICENȚĂ*
pentru anul universitar 2021-2022

Coordonator: Prof. univ. dr. Mariana DRĂGUȘIN

Antreprenoriatul în rândurile seniorilor: cazul României

Antreprenoriatul social și inovarea socială!

Creativitatea - ca variabilă a antreprenoriatului

Dezvoltarea de eco-sisteme de antreprenoriat pentru seniori: cazul României

Dinamica sectorului IMM-urilor: analiză comparativă

Echipe trans-generaționale de întreprinzători: studiu de caz

Eco-antreprenoriatul - tendința majoră în afaceri

Economia de "argint" din România - sursă de oportunități antreprenoriale

Ecosisteme antreprenoriale în mediul rural românesc

Factori stimulatori și inhibitori ai creșterii afacerilor online

Finanțarea noii afaceri o provocare pentru întreprinzător

Inovarea modelelor de business

Modele de business emergente online

Oportunități antreprenoriale în mediul virtual

Proiectarea unui plan de afaceri eficace: cazul firmei...

Coordonator: Prof. univ. dr. Marieta OLARU

Implementarea unui sistem de gestiune a costurilor referitoare la calitate, în cadrul organizației X

Implementarea unui sistem de management al calității conform cu standardele internaționale ISO 9000 în cadrul organizației X

Îmbunătățirea calității produselor și serviciilor în relație cu performanțele în afaceri, pe exemplul organizației X

Îmbunătățirea planificării calității, prin aplicarea unor metode și tehnici moderne (Benchmarking, Quality Function Deployment etc.)

Îmbunătățirea sistemului de management al calității în cadrul organizației X, în contextul digitalizării afacerilor

Politici și strategii de asigurare a calității produselor și serviciilor la nivelul Uniunii Europene, în contextul riscurilor globale

Posibilități privind aplicarea unor tehnici și instrumente moderne ale managementului calității în cadrul organizației X

Posibilități privind dezvoltarea unei culturi organizaționale orientate spre calitate în scopul îmbunătățirii competitivității întreprinderilor

Preocupări actuale privind implementarea strategiei îmbunătățirii continue în relație cu strategia inovării, în contextul digitalizării afacerilor

Studiu privind implementarea modelelor naționale și regionale de excelență în afaceri, în contextul "Calitatea 4.0"

*** Temele pot fi modificate cu acordul profesorului îndrumător!**

| |
|--|
| Studiu privind integrarea sistemului de management al calității cu alte sisteme de management (mediu–securitate) în cadrul organizației X |
| Studiu privind sistemele de management al calității digitale, în contextul „Industria 4.0” |
| Studiu privind utilizarea tehnicilor și instrumentelor specifice strategiei Kaizen pentru îmbunătățirea continuă a performanțele în afaceri |
| Coordonator: Prof. univ. dr. Cristian-Bogdan ONETE |
| Analiza comparativă a calității unor site-uri de Web |
| Analiza comparativă a site-urilor de comerț electronic |
| Analiza evoluției și tendințelor produselor comercializate pe internet |
| Analiza tendințelor în comerțul electronic |
| Aspecte privind estetica și designul paginilor Web pentru produsele/serviciile |
| Avantaje și limite ale utilizării asistenților virtuali în business |
| Business-ul colaborativ în perioada contemporană |
| Comerțul electronic prin platformele mobile. Studiu de caz. |
| Comunicarea în comerțul electronic |
| Personalizarea în comerțul electronic/web design – studiu de caz |
| Posibilități de utilizare a mediei sociale în business |
| Programele educaționale gratuite (e-learning) MOOC – analiză comparativă |
| Proiectarea, designul și promovarea unui site de Web pentru produsul/serviciul |
| Stadiul posibilităților de utilizare a <i>cloud apps</i> în business |
| Studiu comparativ pentru categoria de softuri (OFFICE, BROWSER-e și alte programe) |
| Studiu de caz privind utilizarea mediei sociale în organizația... |
| Studiu privind Web 2.0 și Web 3.0 în business |
| Studiul caracteristicilor și pieței tabletelor /PC/laptop-urilor |
| Studiul impactului utilizării mediei sociale în organizația X |
| Utilizarea mediei sociale în comerțul electronic |
| Coordonatori: Prof. univ. dr. Rodica PAMFILIE Prof. univ. dr. Roxana PROCOPIE Lect. univ. dr. Smaranda GIUȘCĂ Lect. univ. dr. Robert BUMBAC |
| Coordonatele designului și esteticii mărfurilor din grupa ... |
| Crearea de valoare prin design și estetică |
| Cultura produsului estetic în strategia firmei X. Studiu de caz |
| De la designul centrat pe obiect la designul centrat pe om/ Proiectarea de produse pentru a satisface nevoile consumatorilor |
| Designul - instrument operațional în cadrul firmei X |
| Designul invizibilului: utilizarea designului în vânzarea serviciilor |
| Designul și estetica mărfurilor în societatea informațională |
| Dimensiunea estetică a ambalajelor pentru produsele din grupa ... |

| |
|--|
| Directii contemporane privind designul ambiantal comercial. Studiu de caz. |
| Evaluarea însușirilor estetice a mărfurilor din grupa |
| Evoluția designului produsului X ca răspuns la nevoile pieței |
| Exigențe actuale ale managementului designului ambiantului comercial |
| Fidelitatea imaginii ambalajului în impact cu consumatorul de produse |
| Generarea de idei creative și încurajarea rezolvării problemelor prin design |
| Identificarea oportunităților prin design și estetică |
| Importanța creativității în design / Îmbunătățirea creativității individuale și organizaționale prin design |
| Influența tehnologiilor contemporane asupra designului produselor |
| Inovația „demand-pull”. Studiu de caz ... |
| Inovația „science-push”. Studiu de caz ... |
| Ipostaze ale designului produselor X în relație cu calitatea produselor |
| Îmbunătățirea utilității și a experienței utilizatorului prin design / Design-ul experienței utilizatorului |
| Locul și rolul designului în sporirea puterii competitive a firmei ... |
| Managementul designului și esteticii produsului contemporan. Studiu de caz |
| Media socială ca mod de exprimare a valorilor de design și estetică. Studiu de caz compania |
| Procesul de design. Dezvoltarea de noi produse și servicii |
| Raportul formă/funcție/material în modelarea estetică a noilor produse din grupa |
| Reflectarea valorilor companiei X prin decizii referitoare la designul produselor sale |
| Rolul designului în accelerarea și diminuarea riscului activităților inovative |
| Rolul designului în construirea brandurilor de succes |
| Satisfacerea consumatorului prin designul și estetica produsului ... |
| Site-ul companiei X – adaptarea designului și esteticii la necesitățile companiei în mediul online |
| Specificul designului în diferite țări. Studiu de caz |
| Tendințe actuale în designul formelor vizuale comunicante ale firmei X |
| Tendințe actuale în designul și estetica produselor din grupa ... |
| Utilizarea „Design Thinking” în afaceri și strategii |
| Utilizarea „Material Design” pentru crearea de produse intuitive |
| Valențele informațional-estetice ale graficii publicitare în cadrul firmei X |
| Valoarea estetică a culorii în crearea și promovarea produselor ... |
| Coordonatori: Prof. univ. dr. Rodica PAMFILIE Prof. univ. dr. Roxana PROCOPIE Prof. univ. dr. Magdalena BOBE |
| Alimentele funcționale – beneficii și costuri |
| Avantajele concurențiale ale utilizării standardelor de firmă. Studiu de caz |
| Cadrul legislativ-normativ al producției/comerțului cu produse alimentare. Studiu de caz |

| |
|---|
| Calitatea produselor alimentare procesate din perspectiva pieței |
| Calitatea și siguranța produselor alimentare de tip fast-food |
| Cercetarea comportamentului consumatorului de alimente. Studiu de caz |
| Cerințe de calitate specifice suplimentelor nutriționale pe bază de ingrediente naturale |
| Exigente actuale vizând calitatea produselor alimentare. Studiu de caz Firma X |
| Exigente actuale vizând comercializarea mărfurilor alimentare. Studiu de caz |
| Garantarea calității produselor alimentare – metodologie și practică. Studiu de caz |
| Implicațiile crizei economice mondiale asupra pieței produselor alimentare din grupa... |
| Importanța etichetării alimentelor în decizia de cumpărare |
| Importanța socio-economică a etichetării nutriționale a alimentelor. Studiu de caz |
| Importanța valorii nutritive a alimentelor în decizia de cumpărare |
| Managementul calității produsului alimentar în cadrul firmei X |
| Necesitate și risc în utilizarea aditivilor alimentari pentru produsele alimentare |
| Produsele alimentare ecologice – beneficii și costuri |
| Produsele modificate genetic – contradicții și provocări |
| Raportul tradițional/netradițional în oferta produselor din grupa |
| Relația produs-ambalaj-mediul la mărfurile alimentare. Studiu de caz |
| Siguranța alimentului – provocare pentru comerciant |
| Siguranța alimentului – provocare pentru producător |
| Siguranța alimentului în relație cu protecția consumatorilor |
| Sisteme de management al calității specifice producției alimentare |
| Specificul pieței produselor alimentare din grupa... |
| Studiu de caz privind produsul X (evoluție, caracteristici, piață, atribute...) – orice produs alimentar |
| Studiul sortimentului și calității produselor alimentare în firma X |
| Coordonator: Prof. univ. dr. Doru-Alexandru PLEȘEA |
| Analiza comparativă a calculatoarelor personale comercializate în România. |
| Analiza comparativă a calității aparatelor de fotografiat digitale. |
| Analiza comparativă a calității mașinilor de spălat rufe comercializate în România. |
| Calitatea utilităților publice din zona/localitatea și posibilități de îmbunătățire a calităților și sporire a securității consumatorilor. |
| Cercetare asupra serviciilor publice de ... și implicații economico-sociale. |
| Studiul calității calculatoarelor personale portabile comercializate în România. |
| Studiul sortimentului de mobilă produs în România. |
| Studiul sortimentului de surse electrice de lumină. |
| Coordonator: Prof. univ. dr. Andreea-Simona SĂSEANU |
| Analiza unui magazin prezent atât în mediul fizic, cât și în cel virtual |
| Analiză comparativă privind franciza în statele UE |

| |
|---|
| Comercializarea în România/Uniunea Europeană a produselor... |
| Comerț tradițional versus comerț electronic în România |
| Comportamentul consumatorului on-line |
| Comportamentul etic al firmelor de comerț |
| E-business – oportunități și provocări pentru România |
| Evoluția afacerilor în domeniul comerțului electronic din România |
| Forme moderne de comerț prezente pe piața din România |
| Fundamentarea politicii de vânzări la S.C.... |
| Implicațiile noilor forme de comerț asupra comportamentului de cumpărare al românilor |
| Influența marilor lanțuri de distribuție asupra evoluției comerțului românesc |
| Internetul, mijloc de promovare a vânzărilor |
| Locul și rolul centrelor comerciale (regionale) în distribuția produselor |
| Modalități de organizare a activității comerciale în mediul rural |
| Mondializarea pieței și impactul acesteia asupra comerțului românesc |
| Negocierea – instrument de optimizare a afacerilor |
| Organizarea și gestiunea forței de vânzare la ... |
| Politica de preț la societatea comercială... |
| Politici (strategii) de vânzări în cadrul societății comerciale..... |
| Posibilități de dezvoltare a comerțului virtual în România |
| Proiectarea structurii organizatorice la S.C..... |
| Proiectarea și implementarea unui magazin virtual |
| Rolul hipermagazinelor în comerțul românesc |
| Stiluri de negociere în context intercultural |
| Tehnici de promovare a vânzărilor la S.C..... |
| Utilizarea tehnicilor de merchandising în acțiunile promoționale ale S.C..... |
| Coordonator: Prof. univ. dr. Roxana SÂRBU |
| Asigurarea calității produselor, modalitate de obținere a competitivității pe piețele externe; |
| Certificarea unui sistem de management al calității: costuri și beneficii; |
| Implicații și efecte ale implementării și certificării sistemului de management al calității în cadrul..... |
| Importanța și implicațiile culturii calității la nivel de organizație; |
| Coordonator: Prof. univ. dr. Laurențiu TĂCHICIU |
| Analize comparative privind performanța economică și/sau financiară a întreprinderilor/unităților din ... (se va preciza sectorul sau domeniul de activitate ales, ori gruparea de întreprinderi (cluster) din domeniul industriilor consumului (comerț, industria ușoară și alte industrii de fabricație de bunuri de consum, servicii de piață prestate în special populației)) |
| Cercetări privind profilul întreprinzătorului (în România, în regiunea ... sau localitatea ...) |
| Comercializarea în România/Uniunea Europeană ...etc. a produselor ... (se va specifica produsul sau categoria de produse): studiu monografic. |

| |
|---|
| Contribuții la studiul ocupațiilor specifice domeniului comercial |
| Efectul deschiderii unei noi unități a distribuției de masă în ... (se va specifica zona vizată) pentru locuitorii și comercianții din vecinătate |
| Eșecul în afaceri în România (analize statistice la nivelul economiei naționale într-o anumită regiune sau o anumită industrie sau studiu de caz) |
| Globalizarea și răspunsul industriei de ... (se va specifica domeniul vizat din comerț, industria ușoară și alte industrii de fabricație de bunuri de consum, servicii de piață prestate în special populației etc.) din România |
| Inovații recente în comerțul ... (se va specifica sub-sectorul) din România – cazul ... (se va specifica întreprinderea, unitatea sau natura inovației, după caz) |
| Întreprinderi românești: studiu monografic privind întreprinderea ... (se va specifica întreprinderea aleasă) |
| Mediul de afaceri românesc: studiul barierelor la ieșire |
| Mediul de afaceri românesc: studiul barierelor la intrare |
| Metodologia organizării și desfășurării licitațiilor ... (se va specifica un anumit context: un produs sau o grupă de produse, o anumită organizație, o anumită formă de licitație) |
| Noi exigențe în privința capacității profesionale a absolvenților Facultății de Business și Turism (cercetare în rândul responsabililor de întreprindere) |
| Noi modele de afaceri: ... (se va preciza modelul de afacere ce se analizează în lucrare) |
| Ocupații ale absolvenților Facultății de Business și Turism (cercetare în rândul absolvenților) |
| Rolul serviciilor în economia contemporană – cazul serviciilor de ... (se va specifica industria prestatoare de servicii vizată) |
| Tradiție și modernism în industriile consumului din România: industria ... (se va specifica domeniul vizat din comerț, industria ușoară și alte industrii de fabricație de bunuri de consum, servicii de piață prestate în special populației etc.) |
| Coordonator: Prof. univ. dr. Cristinel VASILIU |
| Analiza comparativă a hipermagazinelor/supermagazinelor din România |
| Analiza comparativă a succesului IMM în economia tradițională și în noua economie |
| Analiza costurilor logistice la firma... |
| Analiza financiară a întreprinderii... |
| Analiza sistemului logistic al firmei... |
| Analiza vânzării la firma... |
| Aspecte privind promovarea vânzărilor la firma... |
| Atitudinea studenților față de antreprenariat |
| Căi de eficientizare a managementului unei firme de comerț |
| Comunicarea prin marcă la firma... |
| Criterii și cerințe în proiectarea unui depozit |
| Determinanți ai avantajului concurențial în cazul întreprinderii – rețea |
| Dinamica și caracteristicile noilor întreprinderi din județul/regiunea/de pe piața... |
| Efectele comerțului electronic asupra creșterii și internaționalizării firmelor |
| Eficacitatea strategiei (-lor) de comunicare ale întreprinderii... |
| Elaborarea strategiei de comunicare a întreprinderii... |
| Elaborarea strategiilor de distribuție la firma... |
| Evaluarea performanței întreprinderii... |

| |
|--|
| Factori care favorizează succesul IMM în noua economie |
| Impactul concentrării comerțului asupra mediului economico-social |
| Impactul cooperării asupra Supply Chain Management |
| Influența culturii naționale/regionale asupra înclinației spre antreprenoriat |
| Internetul – mijloc de stimulare a vânzărilor |
| Localizarea optimă a centrelor de cross-docking pentru o rețea de distribuție |
| Organizarea unui supermagazin/hipermagazin/centru comercial |
| Posibilități de îmbunătățire a etalării produselor la ... |
| Posibilități de îmbunătățire a managementului aprovizionării la SC... |
| Sistemul logistic al comerțului electronic |
| Strategii de preț pentru reprovizionarea bunurilor perisabile |
| Tehnici de manipulare în afaceri |
| Coordonator: Prof. univ. dr. Teodor-Mihai NEGREA |
| Analiza comparativă a calității produselor – mijloc de informare a consumatorului. Aplicație pe o grupă de mărfuri nealimentare. |
| Calitatea echipamentelor informatice de pe piața românească. Studiu de caz privind anumite componente, periferice sau sisteme de calcul. |
| Calitatea și sortimentul echipamentelor informatice cu capacități multimedia. Aplicație privind grupa produselor “X”. |
| Evoluția conceptului de <i>protecție a consumatorilor</i> în România. Aplicație pe o grupă de mărfuri nealimentare. |
| Informatizarea comerțului modern; avantajele și dezavantajele utilizării Internetului ca platformă pentru comercializarea produselor. |
| Infrapecuni informatice și falsificarea componentelor electronice destinate sistemelor de calcul. |
| Metode moderne de evaluare a calității produselor nealimentare. Aplicație privind grupa produselor “X”. |
| Coordonator: Prof. univ. dr. Dorin-Vicențiu POPESCU |
| Avantajele și dezavantajele alimentației fast-food. |
| Calitatea și siguranța produselor alimentare. Studiu de caz: <ul style="list-style-type: none"> • suplimentele alimentare • alimentele ecologice • alimentele obținute din organisme modificate genetic |
| Comportamentul consumatorului de produse alimentare. Studiu de caz: <ul style="list-style-type: none"> • băuturile răcoritoare • sucurile naturale • apele minerale • ceaiul |
| Evaluarea calității senzoriale a produselor alimentare. Studiu de caz: <ul style="list-style-type: none"> • vinul • berea • cafeaua |

| |
|---|
| Piața mărfurilor alimentare din România. Studiu de caz: <ul style="list-style-type: none"> • produsele de panificație/pâinea • produsele lactate/laptele de consum/brânzeturile • produsele zaharoase/ciocolata • produsele din carne/carnea de pui, porc, vită • băuturile alcoolice tari |
| Studiu privind problematica aditivilor alimentari în contextul industriei alimentare moderne. |
| Studiu privind relația dintre sistemele moderne de etichetare și protecția consumatorului de alimente. |
| Coordonator: Conf. univ. dr. Nela POPESCU |
| Abuzul de poziție dominantă (noțiune, criterii de determinare, corelația cu înțelegerile monopoliste, studiu specific) |
| Analiza corelației fiscalitate – dinamica pieței de capital |
| Asigurarea de bunuri în tranzacțiile comerciale (interesul asigurabil, obiect, efecte, subrogație, prescripție) |
| Asigurarea și instrumentele financiare derivate în ajustarea riscului în tranzacțiile comerciale (o analiză comparativă) |
| Concentrarea economică excesivă (noțiune, criterii de apreciere, forme de realizare, studiu specific) |
| Factorii determinanți în alegerea metodelor de plată |
| Fapte de concurență neloială în cadrul unei piețe relevante naționale (se va specifica de către student): parazitismul economic, confuzia, dezorganizarea concurentului |
| Forme de practici monopoliste. Analiza economică a faptului monopolist (determinarea pieței relevante, stabilirea barierelor la intrare pe piața relevantă, evaluarea pieței relevante etc.) |
| Implicațiile mecanismului instituțional asupra costului de tranzacționare |
| Mecanismul de derulare a tranzacțiilor la Bursa Română de Mărfuri |
| Principalele metode de transfer al riscului utilizate pe piața românească |
| Probleme speciale privind licența/cesiunea de marcă |
| Studiu privind impactul mediului socio-cultural asupra activității antreprenoriale |
| Tehnici de evaluare a variațiilor câștigurilor bursiere |
| Tehnici de evaluarea și transferul financiar al riscului |
| Tipologia tranzacțiilor bursiere pe piața românească de capital |
| Tipologia tranzacțiilor comerciale |
| Transmiterea dreptului de proprietate industrială în tranzacțiile comerciale |
| Tranzacții cu firme |
| Tranzacții cu titluri comerciale de valoare |
| Coordonator: Conf. univ. dr. Mirela-Octavia SÎRBU |
| Analiza funcției comerciale în cadrul S.C. ... |
| Analiza ratelor de conversie în comerțul clasic și electronic |
| Analiza tehnicilor de merchandising în contextul stimulării vânzărilor |
| Cercetări privind antreprenoriatul în România |

| |
|---|
| Etica în sistemul antreprenorial |
| Gestiunea forțelor de vânzare în cadrul S.C. ... |
| Gestiunea și randamentul unor suprafețe comerciale |
| Interferențe ale tehnicilor de vânzare cu alte domenii |
| Interferențe între vânzări și alte domenii de activitate |
| Metode și tehnici de vânzare informatizate |
| Modalități moderne de educație antreprenorială |
| Modele de antreprenoriat comercial și antreprenoriat social |
| Organizarea procesului de vânzare în cadrul firmei... |
| Orientări antreprenoriale ale generațiilor Y și Z |
| Particularități și tendințe ale educației antreprenoriale |
| Politica de vânzare a S.C..... |
| Politici și strategii în domeniul antreprenoriatului în Uniunea Europeană |
| Procesul de vânzare între standardizare și creativitate |
| Responsabilitatea socială în cadrul sistemului antreprenorial |
| Rolul și conținutul tehnicilor de geomarketing |
| Sisteme informatice utilizate în gestiunea vânzărilor |
| Studierea ofertei educaționale în România din perspectivă antreprenorială |
| Tehnici de e-merchandising |
| Tehnici de fidelizare a clienților în domeniul... |
| Tehnici de generare a traficului utilizate în stimularea vânzărilor |
| Tehnici de însușire și dezvoltare a competențelor antreprenoriale |
| Tehnici de susținere a vânzării în domeniul |
| Tehnici de vânzare specifice comerțului electronic |
| Tehnici de vânzare specifice mediului online |
| Tehnici inovative de vânzare |
| Tendențe în antreprenoriat |
| Coordonator: Conf. univ. dr. Simona-Lelia VOINEA |
| Alimentele ecologice – studiu privind beneficiile nutriționale și sanogenetice |
| Alimentele funcționale – studiu privind avantajele nutriționale și sanogenetice |
| Analiza eficienței ”mențiunilor nutriționale” în orientarea alegerii alimentelor sănătoase |
| Analiza eficienței etichetei nutriționale în orientarea deciziei de cumpărare |
| Analiza eficienței sistemelor FOP (Front-of-Package) în orientarea deciziei de cumpărare |
| Analiza profilului nutrițional al alimentelor din grupa... |
| Analiza raportului calitate senzorială – calitate nutrițională în cazul produselor din grupa... |
| Avantajele și riscurile alimentelor modificate genetic |

| |
|---|
| Diversificarea sortimentului de mărfuri alimentare. Studiu de caz la firma ... |
| Evaluarea calității senzoriale a alimentelor din grupa... |
| Orientări strategice pentru educația nutrițională a noii generații de consumatori |
| Produsele de tip fast-food – studiu privind raportul eficiență-risc alimentar |
| Produsele de tipul ”convenience food” (produse instant/congelate/semipreparate/gata-de-consum etc.) – studiu privind calitatea nutrițională |
| Slow-food – valori, viziune și instrumente pentru valorificarea tradiției și a biodiversității. Studiu de caz |
| Studiu privind specificul calității alimentelor tradiționale românești |
| Surse alternative pentru alimentația viitorului |
| Valențe nutriționale ale produselor realizate de compania... |
| Coordonator: Conf. univ. dr. Irina ALBĂSTROIU |
| Analiza comparativă a site-urilor de comerț electronic din România din domeniul.... |
| Analiza pieței online a produselor/serviciilor..... |
| Analiza sistemului logistic al unei întreprinderi |
| Cercetare privind comportamentul consumatorului digital |
| Cercetare privind comportamentul consumatorului mobil |
| Cercetare privind utilizatorii/clientii site-urilor de comerț electronic din domeniul..... |
| Comerț electronic versus comerț clasic în România (analiza activităților de vânzare cu amănuntul clasică (retailing) și online (e-Tailing) ale unei organizații) |
| Comerț tradițional versus comerț modern în România (comercianții independenți din România versus marile lanțuri comerciale internaționale) |
| Elaborarea strategiei logistice la întreprinderea..... |
| Etică și responsabilitate socială corporatistă în cazul afacerilor din domeniul..... |
| Evaluarea eficienței unui magazin online |
| Impactul pandemiei de coronavirus (COVID-19) asupra afacerilor din mediul online |
| Impactul pandemiei de coronavirus (COVID-19) asupra comportamentului consumatorului român |
| Influența social media (media socială) asupra organizației |
| Metode de promovare în mediul online |
| Modalități de valorificare a oportunităților comerțului mobil (m-Commerce) în mediul de afaceri din România |
| Particularitățile sistemului logistic în cazul unui magazin online |
| Piața aplicațiilor și serviciilor de ridesharing în România |
| Piața de gaming online/mobile în România |
| Piața serviciilor de video streaming/video on demand (VoD) în România |
| Politica de distribuție a firmei... |
| Prezența în mediul online a brandurilor de lux |
| Prezența în mediul online a comercianților români din domeniul..... |
| Proiectarea unui site de comerț electronic/magazin online |

| |
|--|
| Strategii și politici privind resursele umane în comerț |
| Studiu privind designul site-urilor de comerț electronic din România |
| Utilizarea instrumentelor So-Lo-Mo (Social-Local-Mobile) în retail |
| Utilizarea tehnologiilor inovatoare pentru îmbunătățirea experienței de cumpărare în magazinele fizice/clasice |
| Coordonator: Conf. univ. dr. Mihai-Adrian FELEA |
| Analiza comparativă a diferitelor tipuri de magazine utilizând elementele mixului de marketing |
| Analiza consumului de produse ... în România |
| Analiza pieței FMCG (Fast Moving Consumer Goods) în România |
| Analiza pieței produselor ... |
| Analiza sistemului logistic al firmei ... |
| Analiza vânzărilor la firma ... |
| Eficiența transportului rutier în România |
| Elaborarea planului de afaceri |
| Elaborarea și implementarea strategiilor logistice |
| Franciza în comerțul cu amănuntul din România |
| Gestiunea stocurilor la firma ... |
| Logistica comerțului electronic |
| Plan de aprovizionare pentru firma ... |
| Politica de distribuție a firmei... |
| Proiectarea și implementarea campaniilor de relații publice |
| Relații publice în mediul internațional |
| Relații publice online |
| Relațiile firmei cu comunitatea locală |
| Responsabilitatea socială a firmelor |
| Studiu privind implantarea structurilor de vânzare cu amănuntul cu suprafața mare |
| Coordonator: Conf. univ. dr. Mihaela MAFTEI |
| Abordări privind managementul riscurilor din perspectiva digitalizării în organizația |
| Abordări și implicații privind implementarea sistemului de management al calității în organizația |
| Analiza diferitelor modele de excelență din perspectiva globalizării |
| Posibilități de evaluare a eficienței și eficacității unui sistem de management al calității în cadrul organizației |
| Posibilități de implementare a modelelor de excelență în afaceri în organizația |
| Posibilități de implementare a sistemului de management al calității în cadrul organizației |
| Posibilități de implementare a unui sistem de management al costurilor calității în organizația |
| Posibilități privind implementarea Total Quality Management în organizația |
| Posibilități privind implementarea unei culturi a calității în scopul îmbunătățirii performanței în organizația |
| Propuneri de îmbunătățire a sistemului de management al calității în cadrul organizației din perspectiva digitalizării și digitizării..... |

| |
|--|
| Propuneri privind dezvoltarea unor strategii de asigurare și îmbunătățire a calității în organizația |
| Studiu privind rolul managementului resurselor umane în strategia îmbunătățirii în cadrul organizației |
| Studiu privind utilizarea metodelor și tehnicilor moderne în planificarea calității în organizația |
| Coordonator: Conf. univ. dr. Mihaela BUCUR |
| Analiza comparativă a hipermagazinelor/supermagazinelor din România |
| Analiza sistemului logistic al firmei... |
| Comerț tradițional versus comerț electronic în România |
| Comportamentul consumatorului on-line |
| Evoluția afacerilor în domeniul comerțului electronic din România |
| Influența mediei sociale asupra organizației |
| Metode de promovare în mediul online |
| Negocierea – instrument de optimizare a afacerilor |
| Organizarea unui supermagazin/hipermagazin/centru comercial |
| Particularitățile sistemului logistic în cazul unui magazin online |
| Proiectarea și implementarea unui magazin virtual |
| Sisteme electronice de plată în domeniul comerțului electronic |
| Sistemul logistic al comerțului electronic |
| Stiluri de negociere în context intercultural |
| Studiu privind designul site-urilor de comerț electronic din România |
| Tehnici de e-merchandising |
| Tehnici de vânzare specifice comerțului electronic |
| Coordonator: Conf. univ. dr. Răzvan DINA |
| Evaluarea impactului protecției datelor și a vieții private în cazul activităților de business |
| Influența mediei sociale asupra comportamentului consumatorilor |
| Influența mediei sociale asupra organizației de business |
| Modele de business bazate pe conceptul de sharing |
| Oportunități de afaceri în mediul online |
| Proiectarea și elaborarea unui model de eficientizare a vânzărilor. Studiu de caz.... |
| Rețelele sociale și dreptul la viață privată |
| Studiul oportunităților de business în e-learning |
| Utilizarea mediei sociale în administrarea afacerilor |
| Coordonator: Lect. univ. dr. Raluca-Mariana GROSU |
| "Catalogul întreprinzătorului" - Facultatea de Business și Turism |
| Afaceri în tendințe în comerțul cu amănuntul |
| Analiza unor afaceri din sfera în vederea elaborării unui ghid de bune practici |
| Educația antreprenorială în România. Stadiu actual și perspective de dezvoltare |

| |
|--|
| Intenții antreprenoriale în rândul |
| Manifestări antreprenoriale în rândul |
| Modele de afaceri în |
| Tendențe în comerțul fără magazine |
| Coordonator: Lect. univ. dr. Alina-Elena IOSIF |
| Acțiuni antreprenoriale de colaborare în România |
| Analiza comparativă între ecosisteme antreprenoriale din diferite regiuni/țări |
| Impactul acțiunilor (de colaborare) antreprenoriale asupra comunității |
| Inovarea serviciilor ca rezultat al colaborărilor între organizații |
| Provocări ale digitalizării serviciilor în afaceri |
| Rețele de inovare: sprijin în demersul antreprenorial |
| Tehnici de vânzare actuale aplicate în... (un anumit domeniu) din România |
| Tehnici de vânzare adaptate provocărilor erei digitale |
| Coordonator: Lect. univ. dr. Ion-Daniel ZGURĂ |
| Impactul datelor mari (BIG DATA) și a internetului obiectelor asupra modelării afacerilor. |
| Strategiile de digitalizare în sistemul strategic al întreprinderilor. |
| Valoarea automatizării proceselor robotizate (RPA): Studiu de caz |