



DEPARTAMENTUL DE MANAGEMENT – MARKETING

TEMATICA ORIENTATIVĂ A LUCRĂRILOR DE DISERTAȚIE *MANAGEMENTUL ȘI MARKETINGUL ORGANIZAȚIEI*

Prof.univ.dr. Doinița Șendre

1. Studiu privind proiectarea sistemului de managementul cunoașterii în cadrul organizațiilor economice din industria/sectorul
2. Particularități ale organizării structurale și procesuale la nivel organizațional în economia cunoașterii. Studiu de caz
3. Impactul culturii organizaționale asupra rezultatelor/permanențelor. Studiu de caz
4. Dezvoltarea instrumentelor specifice de evaluare internă a calității implementării strategiei. Studiu de caz
5. Analiza strategiilor manageriale în industria/sectorul ... Studiu comparativ
6. Analiza mediului intern și extern – fundamentul elaborării strategiei economice. Studiu de caz
7. Evaluarea implementării strategiei în cadrul S.C. ...
8. Raționalizarea poziției strategice a firmei în mediul concurențial. Studiu de caz
9. Analiza dimensiunii etice a managementului și impactul acesteia asupra competitivității organizației. Studiu de caz
10. Studiu privind modele de management strategic eficiente în instituții publice/private din domeniul sanitar/educațional

Prof.univ.dr. Theodor-Valentin Purcărea

1. Managementul brandului și al liniilor de produs, element cheie al strategiei de produs. Cazul...
2. Managementul brandului în contextul redefinirii managementului performanței. Cazul...
3. Provocări pentru brandul corporatist. Cazul...
4. Branding via managementul relației cu clientul. Cazul...
5. Rolul brandingului în managementul valorii. Cazul...
6. Integrarea managementului cererii și al ofertei de-a lungul “întreprinderii extinse”. Cazul...
7. Extinderea lanțurilor ofertei totale dincolo de frontierele furnizorului și ale clientului. Cazul...
8. Cadrul valorii clientului și dimensiunile cheie ale scenariului client-furnizor. Cazul...



9. Complexitatea afacerii SCM și efectele abordării adecvate. Cazul...
10. Logistica și inovare în noul mediu provocator. Cazul...

Conf.univ.dr. Oana Preda

1. Planificarea strategică de marketing pe exemplul...
2. Managementul strategiilor de produs și de marcă în cadrul firmei...
3. Managementul strategiilor de preț la nivelul companiei...
4. Managementul activităților promoționale utilizate de către compania....
5. Managementul activităților de fidelizare a clienților din cadrul companiei...
6. Modalități de pătrundere a firmei.....pe piața din.....
7. Politica de produs în marketingul internațional pe exemplul....
8. Politica de preț în marketingul internațional pe exemplul....
9. Politica de promovare în marketingul internațional pe exemplul....
10. Politica de distribuție în marketingul internațional pe exemplul....

Lect.univ.dr. Avriganu Alina

1. Rolul managementului de proiect în creșterea eficienței operaționale. Studiu de caz
2. Particularitățile managementului proiectelor în domeniul Studiu de caz
3. Managementul proiectelor finanțate din fonduri europene – particularități și posibilități de perfecționare. Studiu de caz
4. Managementul proiectelor - modalitate managerială majoră de profesionalizare a conducerii și de creștere a competitivității firmei. Studiu de caz la S.C.....
5. Avantajele aplicării instrumentelor managementului proiectelor in activitatea organizațiilor
6. Egalitate de șanse și managementul diversității – provocări și perspective. Studiu de caz
7. Abordări moderne în recrutarea resurselor umane. Studiu de caz la S.C. ...-
8. Atragerea de talente prin stagii de practică și internship. Studiu de caz la S.C.....
9. Practici de creștere a angajamentului profesional. Studiu de caz la S.C.....
10. Feed-back-ul 360 grade – instrument de management al performanței. Studiu de caz. Feed-back-ul 360 grade – instrument de management al performanței. Studiu de caz.

Lect.univ.dr. Anca Ștefănescu

1. Strategia de menținere/ redresare/ dezvoltare/ perfecționare a societății comerciale ...



2. Strategia managerială la S.C. ...
3. Elaborarea strategiei domeniului de la SC ...

Lect.univ.dr. Dana Georgiana Surdu-Nițu

1. Strategii de internaționalizare a afacerilor – studiu de caz
2. Derularea operațiunilor de export direct – studiu de caz
3. Exportul indirect; rolul firmelor de comerț internațional – studiu de caz
4. Planul de afaceri la export – studiu de caz
5. Promovarea exportului: tehnici și mijloace moderne – studiu de caz
6. Stabilirea legăturilor de afaceri: corespondența comercială vs. contacte directe – studiu de caz
7. Structura negocierii comerciale internaționale – studiu de caz
8. Negocierea comercială internațională: pregătirea negocierii; inițierea tratativelor – studiu de caz
9. Contractul de vânzare-cumpărare internațională – studiu de caz
10. Rolul condițiilor de livrare INCOTERMS 2020 în stabilirea prețului contractual – studiu de caz
11. Pregătirea livrării la export (ambalarea și marcarea; documentele de livrare, facturarea la export, decizia privind logistica) – studiu de caz

Conf.univ.dr.Iuliana Militaru

1. Analiza echilibrului economico-financiar al unei firme
2. Adoptarea deciziei de finanțare prin creditare pe baza analizei financiare a unei companii
3. Adoptarea deciziei de investire pe baza criteriilor financiare de evaluare a proiectelor de investiții
4. Evaluarea riscului de faliment pe baza metodei scorurilor
5. Diagnosticul financiar al unei companii
6. Influența structurii financiare a unei firme asupra performanțelor acesteia
7. Finanțarea proiectelor de investiții prin emisiunea de obligațiuni
8. Importanța autofinanțării în asigurarea autonomiei financiare a unei firme
9. Influența politicii de dividend asupra valorii unei companii
10. Metode de cuantificare a performanțelor unei societăți comerciale
11. Impactul costului capitalului asupra structurii financiare a firmei
12. Maximizarea valorii unei companii prin intermediul factorilor determinanți ai structurii financiare a unei companii



Lect.univ.dr. Mihai NEDELESCU

1. Influența structurii financiare a unei firme asupra performanțelor acesteia;
2. Costul capitalului și contribuția acestuia la structurarea surselor de finanțare ale unei firme;
3. Linia de credit sursă de finanțare a activității curente;
4. Leasing-ul sursă alternativă de finanțare a investițiilor firmei;
5. Adoptarea deciziei de investire pe baza criteriilor financiare de evaluare a proiectelor de investiții;
6. Finanțarea proiectelor de investiții din credite pe termen lung;
7. Analiza performanțelor financiare ale unei firme.

NOTĂ: Tema lucrării se va stabili în coordonare cu profesorul îndrumător. Temele prezentate mai sus sunt orientative, în funcție de problematica supusă atenției în cadrul organizației existând posibilitatea abordării și a altor teme. Pentru cadrele didactice care sunt menționate în lista domeniilor de cercetare științifică (în calitate de coordonatori științifici în cadrul programului de studii universitare de masterat „MANAGEMENTUL ȘI MARKETINGUL ORGANIZAȚIEI”) și nu sunt prezente cu tematică orientativă, se pot alege teme în directă coordonare cu acestea.