

# POSSIBILE TEME DE LICENȚĂ (AP & RU) / DISERTAȚIE (AMP, APIE, MRUSP)

Prof. univ. dr. Ruxandra-Irina Popescu

## BRAND DE ȚARĂ / BRAND URBAN

1. Studiu privind importanța strategiilor de branding în dezvoltarea țărilor. Studiu de caz.....
2. Analiză comparativă privind strategiile de branding în țările din Europa Centrală și de Est. Propuneri pentru România.
3. Importanța strategiilor de branding în competitivitatea națiunilor.
4. Studiu privind impactul brandului național asupra deciziei turiștilor în alegerea unei destinații.
5. Clasamentele brandurilor naționale. Studiu comparativ.
6. Studiul factorilor care cresc percepția pozitivă a brandului de țară
7. Analiza strategiilor de marketing utilizate în România și impactul lor asupra fluxurilor de turiști
8. Analiza eficienței metodelor de promovare a obiectivelor turistice din România incluse în patrimoniul UNESCO
9. Analiza impactului noilor tehnologii (realitatea virtuală, inteligența artificială sau aplicațiile mobile) asupra experienței turistice
10. Studiu privind importanța strategiilor de branding în dezvoltarea orașelor. Studiu de caz.....
11. Clasamentele brandurilor urbane. Studiu comparativ.
12. Studiu privind percepția rezidenților Capitalei asupra necesității creării și implementării unei strategii de branding pentru București.

## MANAGEMENT ȘI MARKETING URBAN

13. Studiu privind importanța indicatorilor de competitivitate în promovarea capitalelor europene.
14. Studiu privind impactul proiectelor finanțate din fonduri europene asupra dezvoltării urbane.
15. Regenerare urbană. Studiu comparativ .....
16. Analiză comparativă privind modalitățile de promovare a orașelor. Studiu de caz: .....
17. Competitivitate și dezvoltare urbană: studiu privind percepția rezidenților asupra competitivității orașului București.
18. Studiu privind modalitățile de creștere a competitivității municipiului București. Transfer de know-how de la capitalele europene.
19. Studiu privind importanța turismului în dezvoltarea orașului .....
20. Studiu privind percepția rezidenților asupra strategiei de dezvoltare a turismului în orașul ....
21. Importanța marketingului online în promovarea zonelor urbane. Studiu de caz: .....
22. Analiză comparativă privind strategiile de marketing urban. Studiu de caz: .....
23. Politici și strategii de marketing utilizate în marketingul urban

24. Impactul unui eveniment sportiv asupra imaginii urbane. Studiu de caz: ...
25. Impactul unui eveniment cultural asupra imaginii urbane. Studiu de caz...
26. Orașele culturale. Studiu de caz...
27. Orașele istorice. Studiu de caz...
28. Studiu comparativ privind zonele metropolitane ale Europei.
29. Zonele metropolitane ale Europei Centrale și de Est. Studiu de caz....
30. Influențe și perspective ale tehnologiilor digitale inovative asupra strategiilor de marketing pentru turismul cultural
31. Studiu privind impactul marketingului de tip "guerrilla" în promovarea urbană
32. Importanța industriilor culturale și creative în dezvoltarea durabilă locală
33. Rolul universităților de prestigiu în competitivitatea urbană
34. Studiu privind contribuția culturii la dezvoltarea durabilă. Agenda 2030

## **MARKETING SOCIAL**

35. Marketing și mediu: studiu privind eficiența modalităților de promovare în organizațiile neguvernamentale cu vocație ecologică.
36. Studiu privind importanța marketingului în promovarea ONG-urilor de mediu. Studiu de caz:.....
37. Studiu privind importanța campaniilor de marketing social în .....
38. Studiu privind influența strategiilor de marketing în alegerea unei facultăți cu profil de administrație publică / resurse umane din București.
39. Studiu privind importanța marketingului online în promovarea facultăților de administrație publică din România.
40. Rolul rețelelor de socializare în promovarea facultăților. Studiu de caz: FAMP, ASE București.
41. Studiu privind satisfacția studenților față de procesul educațional furnizat de către Academia de Studii Economice din București / Facultatea de Administrație și Management Public.
42. Studiu privind impactul strategiilor de promovare în decizia studenților de a alege Programul Erasmus.
43. Impactul programului „Work And Travel” SUA asupra dezvoltării personale și profesionale a studenților.
44. Corelarea sistemului de învățământ cu cerințele pieței muncii
45. Marketing și audiovizual: studiu privind percepția telespectatorilor asupra campaniilor de promovare ale .....
46. Strategii de marketing pentru serviciile publice de radio și televiziune
47. Studiu privind efectele implicării mass-mediei în campaniile electorale.
48. Particularități ale marketingului în domeniul cultural
49. Marketing cultural - concept, particularități, strategii și tactici specifice
50. Marketing și cultură: impactul mass-media în promovarea consumului cultural
51. Dezvoltarea urbană și competitivitatea organizațiilor muzeale. Studiu de caz: ....
52. Contribuția muzeelor la regenerarea urbană.

53. Muzeu, marketing, turism și dezvoltare urbană. Studiu de caz: .....
54. Studiu privind sursele de creștere a competitivității Muzeului ..... în contextual dezvoltării urbane prin analiza percepției vizitatorilor.
55. Studiu privind percepția vizitatorilor Muzeului ..... din perspectiva îmbunătățirii competitivității acestuia.
56. Studiu privind percepția vizitatorilor asupra activității de management și marketing desfășurată în cadrul Muzeului .....
57. Studiu privind percepția vizitatorilor față de top 5 muzee din București.
58. Studiu privind importanța promovării online asupra creșterii numărului de vizitatori în muzeele bucureștene.
59. Studiu privind percepția spectatorilor asupra consumului de teatru văzut ca avantaj competitiv la nivel urban. Studiu de caz: .....
60. Studiu privind percepția spectatorilor asupra activității de management și marketing desfășurată în cadrul Teatrului .....
61. Studiu privind importanța promovării online asupra creșterii numărului de spectatori în teatrele din București.
62. Rolul bibliotecilor în îmbunătățirea competitivității urbane. Contribuția Bibliotecii ..... la dezvoltarea orașului .....
63. Marketing și cultură: eficiența modalităților de promovare în ONG-urile culturale. Studiu de caz: .....
64. Marketingul serviciilor publice în era digitală
65. Studiul percepției cetățenilor asupra calității și performanței serviciilor publice în vederea îmbunătățirii acestora
66. Percepția cetățenilor asupra calității și performanței serviciilor publice
67. Puterea brandului: organizația .... – exemplu de succes în marketingul (serviciilor de sănătate / cultural / educațional etc.)

## MARKETING ȘI HR

68. Marketing intern: Strategii de atragere și retenție a angajaților implementate pe piața muncii din România
69. Identificarea și explorarea dimensiunilor brandului de angajator în sectorul public din România
70. Importanța rețelelor de socializare în procesul de recrutare în cadrul .....
71. Rolul rețelelor sociale în activitatea de recrutare. Studiu de caz: .....
72. Rolul marketingului online în recrutare. Studiu de caz: .....
73. Importanța brandului de angajator. Studiu de caz: .....
74. Impactul strategiei de employer branding a unei organizații în rândul studenților. Studiu de caz: percepția studenților asupra .....

**Notă: aceste teme sunt orientative, studenții fiind încurajați să identifice și să abordeze teme originale, de interes particular, care se circumscriu tematicii și bibliografiei indicate în Fișele de disciplină.**