

TEMATICA ORIENTATIVĂ A LUCRĂRILOR DE DISERTAȚIE
MANAGEMENTUL STRATEGIC AL FIRMEI

Prof.univ.dr. Doinița Ciocîrlan

1. Dimensiuni contemporane internaționale ale managementului strategic în economia bazată pe cunoaștere
2. Managementul strategic al firmei în situații de criză. Strategii combinate
3. Strategia de creștere a competitivității. Studiu de caz
4. Fundamentarea strategiei de dezvoltare. Studiu de caz
5. Raționalizarea poziției strategice a societății comerciale. Studiu de caz
6. Strategia concurențială – factor de creștere a competitivității firmei. Studiu de caz
7. Diagnosticarea strategică. Studiu de caz
8. Scenarii privind strategia economică optimă. Studiu de caz
9. Fundamentarea, elaborarea și implementarea strategiilor funcționale. Studiu de caz
10. Strategii ofensive în mediul concurențial. Studiu de caz.

Prof.univ.dr. Dan Marius Dalotă

1. Creativitatea și inovarea în procesul schimbării organizaționale. Aplicație la S.C.....
2. Influențele managementului bazat pe cunoștințe asupra performanțelor inovatoare. Aplicație la S.C.....
3. Dezvoltarea strategiei inovatoare. Aplicație la S.C.....
4. Inovarea și managementul proprietății intelectuale în IMM-uri. Aplicație la S.C.....
5. Utilizarea tehnologiei informațiilor și comunicării (TIC) și spiritul inovator în IMM-urile românești. Aplicație la S.C.....
6. Schimbarea organizațională planificată. Aplicație la S.C.....
7. Comunicarea și resursele umane în schimbare. Aplicație la S.C.....
8. Schimbarea structurii organizatorice. Aplicație la S.C.....
9. Transformarea organizațională prin reengineering. Aplicație la S.C.....
10. Schimbarea culturii organizaționale. Aplicație la S.C.....

Prof.univ.dr. Ana-Maria Preda

1. Instrumente moderne de management al performanței. Studiu de caz.
2. Managementul performanței la S.C.
3. Sistem de tablouri de bord pentru managementul S.C.
4. Tabloul de bord – instrument de management; abordări clasice și moderne
5. Dashboards – noi instrumente de management operațional la S.C.
6. Balanced Scorecard – instrument de măsurare a performanței. Studiu de caz.
7. Instrumente moderne de management utilizând pachete software Microsoft/IBM. Studiu de caz.
8. Business Intelligence - o tehnologie strategică pentru managementul firmei. Studiu de caz.
9. Soluții de Business Intelligence implementate la S.C.
10. Business Intelligence și Analytics pentru managementul performanței. Studiu de caz.
11. Business Intelligence: arhitecturi, soluții, beneficii. Studiu de caz.

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...

Prof.univ.dr. Valeriu Potecea

1. Specificități ale contractării comerciale internaționale - studiu de caz
2. Plățile în contractele comerciale internaționale (modalități, mijloace și instrumente de plată internaționale, formalități și documente de plată) – studiu de caz
3. Operațiunile de contrapartidă în tranzacțiile internaționale – studiu de caz
4. Contractul buy-back în tranzacțiile internaționale – studiu de caz
5. Specificități ale aranjamentelor compensatorii (offsets) în tranzacțiile internaționale – studiu de caz
6. Contractele de lohn în tranzacțiile internaționale – studiu de caz
7. Mecanismul operațiunilor de reexport – studiu de caz
8. Operațiunile de switch - studiu de caz

9. Derularea licitațiilor internaționale – studiu de caz
10. Clauzele contractelor de licență în tranzacțiile internaționale- studiu de caz
11. Specificul contractelor de franchising în afacerile internaționale - studiu de caz
12. Comerțul cu know-how în Uniunea Europeană – studiu de caz
13. Operațiunile de cooperare industrială (subproducția, coproducția, producția prin societățile mixte) – studiu de caz
14. Specificități ale contractului de consultanță și asistență inginerescă (consulting - engineering) - studiu de caz
15. Forfetarea - tehnică de finanțare pe termen mediu și lung - studiu de caz
16. Operațiunile de factoring în afacerile internaționale
17. Leasingul - tehnică de finanțare pe termen mediu și lung - studiu de caz

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. Elaborarea unui plan de marketing în vederea
7. Managementul marketingului serviciilor în cadrul companiei...
8. Politici și strategii manageriale de marketing în cadrul organizațiilor pe exemplul...
9. Analiza comparativă a politicilor și strategiilor manageriale de marketing în cadrul organizațiilor ...
10. Managementul marketingului strategic la nivel de organizație pe exemplul...

Lect.univ.dr. Cristina Drăgan

1. Managementul relațiilor cu clienții în cadrul companiei....
2. Nivelul strategic, operațional și analitic al CRM. Studiu de caz...
3. Instrumente și costuri de implementare a managementului relațiilor cu clienții în cadrul companiei...
4. Managementul fidelizării clienților companiei....
5. Tehnologii și soluții informatice adoptate de compania....pentru retenția clienților
6. Gestionarea plângerilor și reclamațiilor prin e CRM. Studiu de caz...
7. Planificarea și organizarea unui proiect CRM. Studiu de caz...
8. Impactul CRM asupra rezultatelor financiare ale organizației....
9. Proiectarea și testarea unui sistem informatic de tip CRM

10. Studiu cantitativ privind gradul în care CRM este implementat în organizațiile din țara noastră (sau București vs Brașov etc.)

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 STRATEGIC AL FIRMEI” și nu sunt prezente cu tematică orientativă, se pot alege teme în directă coordonare cu acestea.