

Universitatea de Stat „Alec Russo” din Bălți
Facultatea de Științe Reale, Economice și ale Mediului
Catedra de științe economice

Tematica tezelor de licență, anul universitar 2022-2023
Specialitatea *Business și administrare (studii cu frecvență și frecvență redusă)*

Aprobat

la ședința Catedrei de Științe Economice
Proces verbal nr. 13 din 12.05.2022

Șef catedră CPAC:
dr., conf. univ., **Carolina TCACI**

Fundamentele managementului organizațional (conducător științific Tcaci Carolina, dr., conf. univ.)

1. Franchisingul – modalitate eficientă de lansare în afaceri
2. Etica afacerilor – condiție a dezvoltării întreprinderii
3. Dileme și standarde etice ale deciziei manageriale
4. Responsabilitatea socială – aspect obligatoriu al strategiilor firmei
5. Interdependența mediului intern și extern și crearea unor organizații de succes în Moldova
6. Formarea sistemului comunicațional eficient în cadrul organizațiilor din Republica Moldova
7. Depășirea barierelor în comunicare în cadrul firmei
8. Rezerve de creștere a profitului rentabilității în cadrul întreprinderilor și utilizarea lor

Management financiar (conducător științific Tcaci Carolina, dr., conf. univ.)

9. Evidențierea rezervelor interne a întreprinderii ca rezultat al analizei stării financiare.
10. Gestiunea financiară eficientă a întreprinderii
11. Perfecționarea managementului financiar în condițiile economiei de piață.
12. Perfecționarea planificării financiare la întreprindere

Managementul calității (conducător științific Oleiniuc Maria, dr. hab., conf. univ.)

13. Sistemul de management al calității ca bază a competitivității întreprinderii;
14. Managementul calității totale-factor de sporire al performanțelor întreprinderilor;
15. Dimensiunea comportamentală a managementului calității în întreprinderile autohtone;
16. Formarea și dezvoltarea sistemelor de management al calității la întreprinderile industriale;
17. Analiza sistemului de management al calității în cadrul întreprinderilor autohtone.

Managementul IMM-lor (conducător științific Oleiniuc Maria, dr. hab., conf. univ.)

18. Dezvoltarea IMM-lor în Republica Moldova;
19. Spiritul antreprenorial – sursă a unor afaceri de succes;
20. Specificul activității micilor afaceri din Republica Moldova;
21. Eficiența activității întreprinderilor mici și mijlocii în condițiile economiei de piață;
22. Gestionarea activității întreprinderilor mici și mijlocii din Republica Moldova.

Managementul aprovizionării și vânzărilor (conducător științific Oleiniuc Maria, dr. hab., conf. univ.)

23. Gestiunea economică a stocurilor în cadrul întreprinderii;
24. Analiza activității de aprovizionare în cadrul întreprinderii;
25. Evaluarea activității de desfacere în cadrul întreprinderii;
26. Managementul vânzării produselor în cadrul întreprinderii;
27. Controlul și analiza eficienței activității de aprovizionare.

Managementul resurselor umane (conducător științific Suslenco Alina, dr., conf. univ.)

28. Organizarea managementului resurselor umane la întreprindere;
29. Organizarea selecției resurselor umane la întreprindere;
30. Posibilități de aplicare a muncii în echipă la întreprindere;
31. Optimizarea procesului de motivare și stimulare a angajaților la întreprindere;
32. Dezvoltarea angajaților – componentă de bază a asigurării competitivității companiilor;
33. Capitalul uman - promotor al sporirii eficienței întreprinderilor;
34. Dezvoltarea potențialului uman al angajaților;
35. Organizarea recrutării resurselor umane la întreprindere;
36. Perfecționarea remunerării angajaților întreprinderii;
37. Organizarea planificării strategice a resurselor umane la întreprindere.

Fundamentele managementului organizației II (conducător științific Suslenco Alina, dr., conf. univ.)

38. Perfecționarea sistemului managerial al întreprinderii industriale;
39. Posibilități de dimensionare a gamei sortimentale a întreprinderii industriale;

40. Optimizarea procesului de producție a întreprinderii.

Sisteme de planificare în afaceri (conducător științific Suslenco Alina, dr., conf. univ.)

41. Planul de afaceri – element fundamental al eficienței întreprinderii.

Teorie economică (conducător științific Branașco Natalia, dr., conf. univ.)

42. Salariul și politicile salariale în Republica Moldova;

43. Ocuparea și șomajul în Republica Moldova;

44. Implicațiile inflației în economia Republicii Moldova;

45. Rolul investițiilor în creșterea economică din Republica Moldova;

46. Comerțul exterior al Republicii Moldova: evoluție și tendințe.

Marketing (conducători științifici Slutu Rodica, dr., lect. univ.)

47. Mediului de marketing al întreprinderii. (în baza întreprinderii din sectorul primar, secundar sau terțiar);

48. Studiarea comportamentului consumatorului. (în baza întreprinderii din sectorul primar sau secundar);

49. Studiarea pieței produselor întreprinderii din Republica Moldova. (în baza întreprinderii din sectorul primar sau secundar);

50. Analiza mixului de marketing în cadrul întreprinderii. (în baza întreprinderii din sectorul primar, secundar sau terțiar);

51. Politica de produs în cadrul întreprinderii. (în baza întreprinderii din sectorul primar sau secundar);

52. Analiza politicii sortimentale la întreprindere. (în baza întreprinderii din sectorul primar sau secundar);

53. Ciclul de viață al produsului și rolul lui în luarea deciziilor de marketing;

54. Strategii de produs în cadrul întreprinderii. (în baza întreprinderii din sectorul primar sau secundar);

55. Politica de preț în cadrul întreprinderii. (în baza întreprinderii din sectorul primar sau secundar);

56. Strategii de preț în cadrul întreprinderii;

57. Politica de distribuție în mixul de marketing. (în baza întreprinderii din sectorul primar sau secundar);

58. Politica de promovare în mixul de marketing. (în baza întreprinderii din sectorul primar, secundar sau terțiar);

59. Ambalajul ca element al politicii de promovare;

60. Publicitatea (reclama) comercială ca componentă a politicii de promovare;

61. Marca comercială (producție) ca componentă a politicii promoționale;

62. Merchandisingul ca componentă a politicii de promovare;

63. Analiza strategiilor de marketing în sectorul bancar;

64. Organizarea activității de marketing la întreprinderile mari;

65. Organizarea activității de marketing în cadrul IMM;

66. Evaluarea și controlul eficienței activității de marketing la întreprindere.

Economia firmei (conducător științific Garbuz Veronica, dr., lect. univ.)

67. Căi de sporire a profitului și rentabilității întreprinderii

68. Modalități de asigurare a competitivității întreprinderii

69. Gestiunea riscurilor în cadrul companiei

70. Modalități de stimulare a dezvoltării sectorului IMM în Republica Moldova

71. Impactul IMM-urilor inovative asupra dezvoltării regionale

72. Activitatea inovațională și rolul ei în sporirea competitivității întreprinderilor

73. Munca la distanță – soluție inovativă pe piața muncii

74. Dezvoltarea profesională a angajaților – activitate pentru asigurarea competitivității organizațiilor

75. Evaluarea performanțelor profesionale ale angajaților

76. Instrumente de măsurare a satisfacției angajaților

77. Rolul incubatoarelor de afaceri în dezvoltarea regională

Managementul activității publicitare (conducător științific Garbuz Veronica, dr., lect. univ.)

78. Semnificația culorilor și importanța lor în branding

79. Publicitatea online versus publicitatea offline

80. Politica de promovare ca componentă a mixului de marketing.

81. Influența publicității TV asupra consumatorului

82. Publicitatea și rolul ei în dezvoltarea economiei de piață

83. Tehnicile promoționale și ciclul de viață al produselor.

84. Merchandising – instrument de promovare a vânzărilor

Sisteme și tehnici de management (conducător științific Garbuz Veronica, dr., lect. univ.)

85. Managementul participativ – modalitate de măsurare a satisfacției profesionale a angajaților

86. Managementul prin obiective – premiză a succesului organizațional

87. Metode de evaluare a performanțelor în managementul de proiect
88. Metode de stimulare a creativității angajaților
89. Metode și tehnici moderne de management
90. Managementul prin inovare – instrument eficient de sporire a competitivității afacerii
91. Strategii manageriale de asigurare a competitivității întreprinderii în condiții de criză economică
92. Metodele manageriale și efectele sale asupra eficienței întreprinderii
93. Instrumente de realizare a managementului prin inovații
94. Determinanții succesului unei universități privind inovarea și transferul tehnologic