

**Tematica tezelor de an
pentu specialitatea Business și administrare,
învățământ cu frecvență redusă,
anul de studii 2025-2026**

Conducători științifici: Trusevici A., dr. conf. univ., Tcaci C., dr., conf. univ., Branașco N., dr. conf. univ., Oleiniuc M., dr. hab., conf. univ., Suslenco A., dr. hab., conf. univ., Slutu R., dr., conf. univ., Chiseliov L., asist. univ.

Economia întreprinderii

1. Rolul întreprinderilor mici și mijlocii în dezvoltarea economică a Republicii Moldova: avantaje competitive și vulnerabilități
2. Resursele umane – principala formă de capital național și vector al dezvoltării durabile
3. Instrumente moderne și metode eficiente de motivare a personalului în cadrul organizațiilor
4. Politici și mecanisme de remunerare a muncii în întreprinderile din Republica Moldova
5. Mediul de afaceri ca determinant strategic al proceselor investiționale
6. Contribuția întreprinderilor cu capital străin la dezvoltarea economică a Republicii Moldova
7. Strategii și politici de atragere a investițiilor străine directe în Republica Moldova
8. Modalități și instrumente de consolidare a competitivității întreprinderii pe piața internă și externă
9. Influența factorilor interni și externi asupra procesului de formare a prețurilor în cadrul întreprinderilor
10. Strategii moderne de dezvoltare și creștere durabilă a întreprinderilor
11. Personalul întreprinderii – factor determinant al performanței economice
12. Strategii moderne de motivare și retenție a personalului în cadrul întreprinderii
13. Organizarea activității comerciale și strategii de creștere a vânzărilor
14. Politica de prețuri a întreprinderii – factor de influență asupra competitivității.
15. Analiza profitabilității întreprinderii și factorii determinanți ai acesteia

Fundamentele managementului organizației I

1. Particularități ale activității managerului în cadrul întreprinderilor mici și mijlocii
2. Dezvoltarea întreprinderilor mici și mijlocii – situația în Republica Moldova și experiența străină
3. Franchisingul – modalitate eficientă de lansare în afaceri
4. Cultura organizațională ca resursă de sporire a performanțelor întreprinderii
5. Etica afacerilor – condiție a dezvoltării întreprinderii
6. Dileme și standarde etice ale deciziei manageriale
7. Responsabilitatea socială – aspect obligatoriu al strategiilor firmei
8. Interdependența mediului intern și extern și crearea unor organizații de succes în Moldova
9. Formarea sistemului de comunicare eficient în cadrul organizațiilor din Republica Moldova
10. Depășirea barierelor în comunicare în cadrul firmei
11. Analiza comparativă a teoriilor motivaționale și aplicarea lor în practica organizațiilor străine și autohtone

12. Analiza comparativă a formelor puterii
13. Leadershipul și aplicarea lui în organizațiile din Moldova
14. Leadershipul și managementul: analiza comparativă

Managementul IMM

1. Antreprenoriatul social în Republica Moldova și experiența străină
2. Dezvoltarea antreprenoriatului feminin în Republica Moldova
3. Dezvoltarea IMM în Republica Moldova: tendințe și provocări
4. Dezvoltarea spiritului antreprenorial prin educație
5. Evoluția dezvoltării afacerilor de familie ca formă de activitate antreprenorială
6. Factori determinanți ai comportamentului antreprenorial în cazul tinerilor
7. Franchising – modalitate eficientă de lansare în afaceri
8. Metode moderne de management utilizate în IMM
9. Particularitățile afacerilor on-line în Republica Moldova
10. Planificarea strategică și factorii care influențează alegerea strategiei
11. Riscuri și beneficii în activitatea antreprenorială
12. Analiza proceselor de înființare și gestionare a propriei afaceri: limite și perspective
13. Antreprenoriatul digital în Republica Moldova
14. Antreprenoriatul social – formă de implicare a persoanelor aparținând grupurilor defavorizate în activități economice
15. Planul de afaceri ca instrument indispensabil al întreprinderii start-up

Managementul aprovizionării și desfacerii (vânzărilor)

1. Dezvoltarea companiei prin perfecționarea activității de desfacere.
2. Dezvoltarea produselor și aprovizionarea la nivel Mondial
3. Gestiunea stocurilor la întreprindere.
4. Managementul activității de aprovizionare a întreprinderii.
5. Managementul activității de desfacere (vânzări) a întreprinderii
6. Managementul lanțurilor de aprovizionare și distribuție
7. Perfecționarea activității de aprovizionare a întreprinderii
8. Perfecționarea activității de desfacere (vânzări) a întreprinderii
9. Controlul și analiza eficienței activității de aprovizionare.
10. Controlul și analiza eficienței procesului de desfacere
11. Managementul relațiilor cu furnizorii – parte componentă a managementului aprovizionării
12. Managementul riscurilor lanțului de aprovizionare
13. Strategiile întreprinderii în domeniul aprovizionării
14. Strategiile întreprinderii în domeniul desfacerii (vânzărilor)
15. Tendințe în gestiunea lanțurilor de aprovizionare
16. Vânzările complexe – modalitate eficientă de extindere a vânzărilor
17. Vânzările complexe ca modalitate eficientă a desfacerii produselor

Managementul calității

1. Analiza sistemului existent de management al calității la întreprindere
2. Realizarea principiilor managementului calității totale la întreprinderile autohtone: beneficii și dificultăți
3. Orientarea către client în sistemul de management al calității
4. Etape și bariere în implementarea sistemelor de management al calității
5. Auditul sistemului de management al calității. Principii, etape, documentație
6. Planificarea calității
7. Metode de analiză și control al calității
8. Managementul calității totale și probleme ale implementării în cadrul întreprinderii
9. Managementul calității producției.

Fundamentele managementului organizației II

1. Organizarea sistemului managerial al întreprinderii industriale
2. Metode moderne de management în întreprinderile industriale
3. Tehnici de management aplicabile în contextul sporirii eficienței activității întreprinderii
4. Redimensionarea structurii de producție a întreprinderilor industriale
5. Factorii creșterii productivității muncii la întreprindere
6. Factorii creșterii competitivității întreprinderii
7. Factorii dezvoltării capitalul uman la întreprindere

Sisteme și tehnici de management

1. Dezvoltarea metodelor moderne de management în cadrul întreprinderilor prestatoare de servicii
2. Dezvoltarea managementului inovațional în cadrul întreprinderii
3. Modificări managementului sustenabilității în cadrul întreprinderii
4. Aportul tehnicilor moderne de management în sporirea eficienței întreprinderii
5. Aportul metodelor moderne de management în sporirea performanțelor întreprinderii
6. Provocări în aplicarea metodelor de stimulare a creativității în cadrul întreprinderii
7. Planificarea afacerii în contextul schimbărilor inovaționale
8. Planul de afaceri- instrument de interactivitate și viabilitate a afacerilor

Marketing

1. Metode calitative în cercetarea de marketing.
2. Practici de segmentare a pieței unei companii.
3. Strategii de inovare de produs și impactul lor asupra poziționării pe piață.
4. Ciclul de viață al produsului și deciziile de marketing corespunzătoare.
5. Analiza portofoliului de produse al unei companii (ex. matricea BCG).
6. Lansarea unui produs nou: plan de marketing și analiză de risc.
7. Importanța designului ambalajului în procesul de cumpărare.
8. Extinderea gamei de produse ca strategie de creștere a cotei de piață.

9. Rolul managerului de marketing în adaptarea la schimbările de piață.
10. Strategii de preț în funcție de ciclul de viață al produsului.
11. Analiza comparativă a strategiilor de preț practicate de liderii de piață.
12. Modele moderne de distribuție în comerțul electronic.
13. Strategii de promovare integrate pentru un brand local.
14. Promovarea prin evenimente și sponsorizări.
15. Tehnici de plasare a produselor la punctul de vânzare și impactul asupra deciziilor de cumpărare.
16. Merchandisingul bune practici în retail.
17. Structura departamentului de marketing într-o întreprindere medie.
18. Rolul tehnologiilor digitale în organizarea activității de marketing.
19. Marketingul intern și impactul asupra performanței organizaționale.
20. Rolul funcțiilor marketingului în asigurarea competitivității întreprinderii.
21. Segmentarea pieței pentru un brand și propunerea unui mix de marketing adaptat.
22. Studiu asupra loialității consumatorilor față de supermarketurile din Republica Moldova.
23. Analiza factorilor care influențează decizia de cumpărare.
24. Evaluarea satisfacției clienților pentru un serviciu (bancar, educațional sau medical).
25. Impactul ambalajului asupra comportamentului de cumpărare
26. Analiza strategiilor de preț practicate de două companii concurente pe piața locală.
27. Studiu comparativ privind distribuția produselor locale pe piața națională
28. Tehnici de merchandising într-un supermarket: analiză și recomandări.
29. Tendințe actuale în e-commerce și implicațiile lor asupra politicilor de marketing.
30. Marketingul turistic: metode moderne de promovare a destinațiilor regionale.
31. Percepția prețului și impactul său asupra comportamentului de consum.
32. Influența mediului extern asupra activității întreprinderii.
33. Mixul de marketing educațional.