

**FACULTATEA ECONOMIE TEORETICĂ ȘI APLICATĂ
DEPARTAMENTUL DOCTRINE ECONOMICE ȘI COMUNICARE**

**PROPUNERI DE TEME
PENTRU ELABORAREA LUCRĂRILOR DE DISERTAȚIE
AN UNIVERSITAR 2018-2019**

Cond. șt.: prof. univ. dr. Angela ROGOJANU

1. Evoluții istorice ale limbajului economic
2. Problema paradoxurilor în știința economică
3. Aspecte controversate ale jargonului și argoului în discursul economiștilor
4. Funcția de comunicare a limbajului economic
5. Efectele zvonurilor asupra activităților economice
6. Modalități de reînnoire a limbajului economic
7. Derapaje ale excesului birocratic. Studiu de caz: Cleptocrația
8. Despre sursele informării. Studiu de caz: Zvonul: improvizație și/sau manipulare
9. Problema paradoxurilor în știința economică. Studiu de caz: "abundența sărăciei în mijlocul bogăției"
10. Consecințele negocierii politice a valorilor morale. Studiu de caz: Corupția extinsă

Cond. șt.: prof. univ. dr. Alexandru TAȘNADI

1. Fondarea unei afaceri de succes: premise și etape
2. Studiu de caz: analiza succesului firmei
3. Teama de eșec – un inhibitor al progresului în afaceri
4. Greșeli ale antreprenorilor care duc la falimentul afacerii
5. Analiza factorilor determinanți ai succesului în afaceri
6. Mituri despre succesul în afaceri. Câteva studii de caz
7. Triada imagine-reputație-credibilitate și influența acesteia asupra performanței firmei
8. Modalități de promovare on line a serviciilor educaționale într-o universitate
9. Costuri și beneficii ale activității de PR desfășurată într-o firmă de succes
10. Crearea unei strategii de comunicare pentru organizații furnizoare de servicii
11. Valorificarea ideilor de afaceri în activitatea de antreprenoriat. Analize comparative
12. Modele de comunicare în mediul de afaceri. Cazul firmei ...
13. Utilizarea modelului tranzacțional de comunicare între organizații financiar-bancare

Cond. șt.: conf. univ. dr. Alina CREȚU

1. Performanța economică la nivel organizațional
2. Comunicare și inovare la nivel organizațional
3. Comunicarea în mediul profesional
4. Publicitatea și impactul său la nivel organizațional
5. Percepția reclamei și impactul asupra consumatorilor
6. Brandingul de gherilă pentru companiile mici
7. Canalele digitale de comunicare și profitul organizației
8. Impactul rețelelor sociale la nivel organizațional

9. Afacerile online – dimensiunea organizațională
10. Managementul reputației: imaginea corporatistă
11. Managementul comportamental la nivel organizational
12. Leadership-ul comportamental
13. E-comunicarea si managementul organizațional
14. Negociere și interculturalitate în mediul de afaceri
15. Importanța negocierii în mediul de afaceri
16. Implicațiile socio-economice ale comunicare non-verbală
17. Reclama ca proces de comunicare
18. Publicitatea la genul feminin
19. Evolutia pieței bunurilor de lux din România
20. Antreprenoriatul românesc și riscurile asociate
21. Rețelele sociale mijloace de comunicare în masă

Cond. șt.: conf. univ. dr. Diana HRISTACHE

1. Comunicarea organizațională persuasivă versus comunicarea asertivă
2. Comunicarea antreprenoriala si importanta sa pentru mediul de afaceri. Studiu de caz...
3. Comunicarea antreprenoriala si rolul sau in lansarea unei afaceri. Studiu de caz...
4. Semiotica si limbaj publicitar in mediul afacerilor online
5. Rolul antreprenoriatului in dezvoltarea conceptului unei afaceri de succes
6. Comunicarea strategica in afaceri. Studiu de caz
7. Comunicarea si marketingul antreprenorial in dezvoltarea afacerilor mici. Studiu de caz
8. Analiza comportamentului consumatorului din perspectiva antreprenoriala. Studiu de caz
9. Social-media si importanta sa in obtinerea succesului unei afaceri. Studiu de caz
10. Importanta comunicarii antreprenoriale in managementul vanzarilor

Cond. șt.: conf. univ. dr. Monica DOBRESU

1. Impactul psihologic și manipularea prin mass-media
2. Rolul publicității în crearea și consolidarea brandului. Studiu de caz
3. Rolul relatiilor publice în crearea și consolidarea brandului. Studiu de caz
4. Elaborarea și implementarea strategiei de relații publice. Studiu de caz
5. Elaborarea strategiei de comunicare publicitară. Studiu de caz
6. Strategii ale discursului publicitar
7. Tehnici și instrumente de succes utilizate în publicitate
8. Inovarea în publicitate – noi metode și abordări; tendințe și posibile evoluții
9. Publicitatea în contextul globalizării
10. Declinul publicității și ascensiunea PR-ului. Studiu de caz
11. Crearea si consolidarea brandului in planificarea strategica a firmei
12. Modele de comunicare in mediul economic

Cond. șt.: conf. univ. dr. Grigore Ioan PIROȘCĂ

1. Comunicare și cultură organizațională – Artefactele culturii organizațiilor românești

2. Comunicare și cultură organizațională – Dimensiunile culturale ale organizației
3. Comunicare și cultură organizațională – HP-cultivarea culturii organizaționale pozitive
4. Comunicare și cultură organizațională – Stiluri de conducere și comunicare
5. Comunicare și cultură organizațională – Aspecte ale comunicării interculturale
6. Tehnici de comunicare – Symbolism și tehnici de codificare în mesajele economice
7. Tehnici de comunicare – Aplicații ale tehnicii *l'oeil de l'esprit*
8. Tehnici de comunicare – Aplicații ale tehnicii *mettre le poisson sur le table*
9. Tehnici de comunicare – Tehnici de comunicare de criză
10. Tehnici de comunicare – Utilizarea inteligenței emoționale în managementul stărilor de asediu

Cond. șt.: conf. univ. dr. George Laurențiu ȘERBAN-OPRESCU

1. Eficienta comunicării organizaționale din perspectiva rețelelor organizate de comunicare
2. Relația dintre comunicarea internă și performanța organizației
3. Efectele culturii organizaționale asupra rețelei organizate de comunicare
4. Efectele discontinuităților structurale asupra eficienței comunicării interne a organizației
5. Comunicarea financiar-bancară din perspectiva rețelelor organizate de comunicare
6. Analiza distorsiunii mesajelor în comunicarea organizațională din perspectiva rețelelor organizate de comunicare
7. Efectele rețelelor informale de comunicare asupra comunicării organizaționale
8. Influențele rețelei organizate de comunicare asupra comportamentului organizațional
9. Analiza imaginii organizației din perspectiva rețelelor organizate de comunicare
10. Metode de auditare a rețelelor de comunicare în organizație

Cond. șt.: conf. univ. dr. Liana BADEA

1. Un nou mod de a gândi în afaceri: inteligența competitivă
2. Analiza comparativă a percepțiilor globale asupra mediului concurențial
3. Modele caracteristice factorilor de distorsionare a concurenței în condiții atipice
4. Comerțul în spațiul virtual - calea spre modernizare
5. Factori care distorsionează concurența în economia de piață
6. Concurența pe piața..... din România
7. Capitalul intelectual – factor de creștere economică?
8. Diferențe culturale în strategii de promovare
9. Mita - formă de comunicare?
10. Tehnici de vânzare în secolul vitezei
11. Efecte economice ale umorului în publicitate
12. Rolul comunicării nonverbale în negociere
13. Comunicare și limbaj în comunism vs. capitalism
14. Social media și calea spre succes pe piață
15. Academii funcționale și organizații multinaționale
16. Aspecte privind implicații ale comunicării în stabilirea tendințelor economice
17. Lifelong learning în „era informației”

Cond. șt.: conf. univ. dr. Laurențiu Gabriel FRÂNCU

1. Strategii de comunicare media în contextul economic actual
2. Rolul culturii organizaționale în creșterea performanțelor angajaților
3. Strategii de negociere în afaceri - studiu de caz
4. Impactul campaniilor de advertising asupra organizațiilor

5. Impactul campaniilor de publicity asupra organizațiilor
6. Pregătirea și lansarea pe piață a unui brand - studiu de caz
7. Strategii de promovare - implicații asupra dezvoltării economice
8. Mediul de afaceri - principii etice și morale
9. Comunicarea economică și importanța creșterii competitivității economice
10. Impactul campaniilor de promovare în mediul on-line
11. Impactul birocrăției din instituțiile publice asupra dezvoltării economice
12. Imaginea organizațiilor în contextul economiei globale
13. Impactul comunicării interne asupra creșterii competitivității organizațiilor
14. Imagine vs. reputație - implicații economice
15. Promovarea prin intermediul social media - studiu de caz

Cond. șt.: conf. univ. dr. Silvia Elena IACOB

1. Crearea unui model conceptual de comunicare integrată care poate influența decizia consumatorului
2. Publicitate și promovare: aspecte suplimentare de comunicare integrată de marketing
3. Principii de marketing și comunicare în afaceri
4. O abordare cognitivă la comunicarea în afaceri
5. Psihologia comunicării – elemente de analiză tranzacțională
6. Comunicare și cultură organizațională
7. Management și comunicare în afaceri
8. Comunicarea – cheia succesului unei afaceri
9. Comunicare și negociere în afaceri
10. Teorie și tehnici de comunicare
11. Paradigmele comunicării
12. Comunicare și artă
13. Comunicare managerială și relații publice
14. Comunicarea între informare și manipulare
15. Leadership și comunicare
16. Comunicarea asertivă vs comunicarea agresivă
17. Strategii de marketing și comunicare în afaceri în cadrul unei companii publice/private

Cond. șt.: lect. univ. dr. Roxana Lucia MIHAI

1. Comunicarea prin modă
2. Strategii comunicaționale de fidelizare a consumatorului
3. Tipuri comportamentale în comunicare
4. Blogul de companie și impactul economic asupra imaginii acesteia
5. Modernism versus tradiționalism în mediul bancar românesc
6. Etică și persuasiune în turismul intern
7. Imaginea – capital valoros al organizației
8. Alegeri ale agentului economic
9. Comunicarea în situații de criză

Cond. șt.: lect. univ. dr. Irina Florentina MOULIN

1. Globalizarea, deschiderea piețelor și competitivitatea producătorilor locali
2. Piața liberă și dezvoltarea economică
3. Impactul acțiunilor de relații publice asupra competitivității unei organizații

4. Comunicarea organizațională într-o firmă de monopol
5. Investiția în consolidarea culturii organizaționale în vederea reducerii riscurilor firmei
6. Rolul brandului și valențele sale economice
7. Desfășurarea crizei organizaționale în epoca social media
8. Competiție și colaborare pe piața educațională din România
9. Necesitatea schimbării în dezvoltarea culturii unei organizații
10. Ambiția colectivă – instrument de coeziune într-o organizație

DIRECTOR DEPARTAMENT,
Conf.univ.dr. Liana BADEA