

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

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

1. Premise epistemologice ale abordării teoriilor economice
2. Controverse despre mărștia și decăderea doctrinei keynesiste
3. Marile principii ale științei economice
4. Despre fundamentele teoretice ale politicilor economice
5. Avantajele și limitele utilizării în analiza economică a comportamentelor reprezentative
6. Opinii doctrinare despre calculul economic în socialism și în capitalism
7. Despre miracole economice: teorii, realități, ideologii
8. Știința economică și politica economică: complementare sau incompatibilitate
9. Doctrina ordinii spontane a piețelor
10. Revirimentul școlii istorice de gândire economică în perioada post-comunistă
11. Doctrinile intervenționiste în secolul al XX-lea
12. Aspecte doctrinare ale teoriilor despre integrarea economică
13. Doctrina liberului schimb vs. doctrinele protecționiste
14. Influențe ale doctrinelor social-creștine asupra economiei în secolul al XIX-lea
15. Contribuțiile Lordului Acton la revigorarea doctrinei liberale
16. "Cearta pentru metodă" – un conflict de peste o 100 de ani în știința economică
17. Doctrina economiei naționale în retrospectivă

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

1. Geneza și evoluția relațiilor publice
2. Controverse în jurul conceptului de relații publice
3. Organizarea departamentului de Relații publice într-o agenție de publicitate
4. Desfășurarea procesului de Relații publice în cadrul firmei/instituției/ organizației /.....
5. Profilul specialistului în relații publice
6. Protecția și îmbunătățirea imaginii firmei/organizației/instituției.....
7. Contribuția Relațiilor publice la îmbunătățirea raporturilor companiei ..... cu investitorii
8. Direcții de îmbunătățire a activității de Relații publice într-o asociație comercială
9. Aplicarea unui program de Relații publice în vederea recunoașterii publice favorabile a sindicatului.....
10. Activitatea de Relații publice într-o societate culturală sau profesională
11. Rolul specialiștilor de Relații publice într-o agenție socială sau religioasă
12. Promovarea Relații publice într-o agenție guvernamentală / partid politic

13. Relațiile publice în managementul spectacolelor
14. Proiectarea unui departament de Relații publice în cadrul ASE
15. Activități specifice de lobby promovate pe lângă Parlamentul României
16. Organizarea și conducerea unei firme de Relații publice
17. Gestionarea unei crize prin medierea specialiștilor în Relații publice
18. Raportul firmei de Relații publice cu mass-media
19. Utilizarea Relații publice în organizarea unui târg /expoziții
20. Aspecte etice și deontologice în activitatea de Relații publice

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

1. Campania de promovare a imaginii organizației
2. Studiul comparativ al serviciilor de internet banking pe piața din România
3. Canalele digitale de comunicare și profitul organizației
4. Strategii de branding și rebranding
5. Rețelele sociale mijloace de comunicare în masă
6. Impactul economico-social al noilor tehnologii
7. Sistemul educațional, calitatea vieții și piața muncii
8. Dimensiuni și tendințe ale educației pe piața muncii
9. Influența mass-mediei în desfășurarea campaniilor electorale
10. Comerțul electronic versus cel traditional
11. Comunicarea în oferta de produse bancare
12. Rolul relațiilor publice în managementul crizelor
13. Comunicare și informație în influențarea opiniei publice
14. Stereotipurile în publicitate hazard sau manipulare conștientă
15. Relațiile publice și marketingul electoral
16. Rolul relațiilor publice în managementul crizelor
17. Efectele consumului de media asupra consumatorilor
18. Campanii de relații publice la nivel organizațional
19. Strategii și tactici utilizate în campaniile de relații publice
20. Strategii comunicaționale de promovare a imaginii unei companii/instituție publică
21. Relațiile publice în contextul proceselor de influență socială

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

1. PR-ul și campaniile de comunicare socială în cadrul ONG-urilor. Studiu de caz:....
2. PR-ul corporativ: de la imagine la brand. Studiu de caz...
3. Analiza strategiilor de comunicare și promovare a unui organizații. Studiu de caz...
4. Efectul reclamelor asupra consumatorilor. Studiu de caz
5. Simbolistica publicitară și importanța sa. Studiu de caz
6. Cercetarea imaginii și reputației organizationale din perspectiva social-media. Studiu de caz....
7. Responsabilitatea socială corporativă : de la teorie la practica. Analiza campaniilor de CSR.
8. Comunicarea în instituțiile publice

9. Rolul relațiilor publice în organizații. Studiu de caz
10. Criza de imagine, percepție publică și comunicare
11. Strategii de construire a imaginii unei organizații și impactul acestora asupra unei afaceri. Studiu de caz..
12. Creativitatea în publicitate și în PR. Analize comparative.
13. Analiza imaginii publicitare. Studii de caz
14. Reclama traditionala versus reclama online. Analiza comparativa.
15. Comunicarea corporativa și importanta sa pentru sustinerea unei afaceri. Studiu de caz....

### **Cond. șt.: conf. univ. dr. Monica DOBRESCU**

1. Noua microeconomie
2. Noua macroeconomie
3. Contributia Scolii Austriece la dezvoltarea stiintei economice
4. Contributia doctrinei Keynesiste la dezvoltarea stiintei economice
5. Doctrina monetarista și impactul acesteia în planul politicii economice
6. Teorii contemporane cu privire la ciclurile de afaceri
7. Teorii privind comerțul internațional
8. Tendințe, curente și școli de gândire economică în a doua jumătate a secolului XX
9. Contribuția noii microeconomii la dezvoltarea științei economice
10. Noua macroeconomie clasică
11. Noua macroeconomie keynesiană
12. Starea actuală a științei economice: progres, stagnare, criza?
13. Noile forme de jurnalism – jurnalismul online. Studiu de caz
14. Textul jurnalistic și genurile acestuia. Articolul de știri
15. Specializarea în jurnalism – jurnalismul economic
16. Statutul jurnalismului în România. Studiu de caz

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

1. Epistemologie economică – Analiza empirism-inductivismului în contextul comportamentelor economice exuberante și potențialul de prevenire a efectelor adverse conexe
2. Epistemologie economică – Evoluția paradigmatelor economice din antichitate până la gândirea economică clasică a secolului al XIX-lea
3. Epistemologie economică – Evoluția paradigmatelor economice de la gândirea economică clasică a secolului al XIX-lea până la criza datoriilor suverane din anii 2000
4. Epistemologie economică – Scepticismul metodologic și originile pesimismului liberalismului clasic
5. Epistemologie economică – Contextualismul metodologic și evoluția main stream-ului din secolul XIX până în prezent
6. Doctrine economice – Spiritele animale și criza subprime din 2007
7. Doctrine economice – Informația asimetrică pe piața financiar bancară
8. Doctrine economice – Actualitatea teoriei eficienței X în activitatea economică
9. Doctrine economice – Actualitatea doctrinei mercantiliste

10. Doctrină economice – Principiul individualismului economic  i comportamentul consumatorului

**Cond.  t.: conf. univ. dr. George Lauren iu  ERBAN-OPRESCU**

1. Solu ii doctrinare moderne în combaterea crizelor economice
2. Teorii si doctrine privind cauzele crizelor economice
3. Rolul costurilor de tranzactionare in fundamentarea deciziilor economice
4. Influenta teoriei comportamentale asupra publicitatii
5. Rolul costului de cautare in reducerea asimetriei informationale
6. Teorii si doctrine privind ocuparea
7. Teorii si doctrine privind cresterea economica
8. Teorii privind asimetria informationala pe pietele financiare
9. Evolutia doctrine liberale în secolul XX
10. Liberalism vs interventionism in combaterea crizelor economice

**Cond.  t.: conf. univ. dr. Liana BADEA**

1. Drepturile de proprietate - între realitate  i doctrine
2. Impactul  i importan a monetarismului
3. Rivalitatea cripto-monedelor în secolul XXI
4. Institu ionalismul - între nou  i vechi
5. Efecte economice ale corup iei din antichitate p n  în prezent
6. Luxul - de la antici la economia de piața
7. Comportamentul consumatorului - între realitate  i doctrine
8. Teoria capitalului uman în contextul noii economii
9. Implica ii ale  nv am ntului superior pe piața muncii
10. Educația economică - factor de cre tere a competitivit ii
11. Etape în evolu ia conceptului de concuren a. Teorii clasice  i moderne
12. Avantaj competitiv versus avantaj comparativ –  ntre prezent  i trecut
13. Pie e cu informa ie asimetrică în contextul globalizării
14. Limite ale libert ii în economia de piața
15. Teoria keynesistă: victorie  i  nfr ngere
16. Abordări actuale ale economiei subterane
17. Capitalismul - trecut si viitor
18. Tendin e actuale în g ndirea economică

**Cond.  t.: conf. univ. dr. Lauren iu Gabriel FR NCU**

1. Limbajul publicit ii – un pas spre succesul în afaceri (mix de imagine, sunet  i culoare)
2. Negocierea în afaceri în contextul economiei globale
3. Impactul tehnicilor de comunicare media asupra organizațiilor
4. Publicity versus Advertising în contextul economic actual
5. Comunicare tradi ional  versus Comunicare modernă
6. Percep ia materială a imaginii – sigle ale organizațiilor

7. Comunicarea și promovarea ofertelor de produse și servicii financiar-bancare de către organizații
8. Seducția mesajelor în publicitatea corporativă
9. Comportamente și atitudini ale organizațiilor pe piață - Un nou mod de comunicare
10. Efectele birocrăției asupra economiei românești
11. Transparența instituțiilor economice în comunicare cu mediul extern
12. Doctrina liberală - studiu de caz
13. Monetarism vs keynesianism
14. Școala alegerilor publice (public choice) - studiu de caz
15. Impactul capitalului uman asupra dezvoltării economice

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

1. Imaginea unei instituții publice/private
2. Comunicarea, sursă de perfecționare a managementului, într-o instituție publică/privată
3. Comunicarea și leadershipul
4. Întreprinderea sustenabilă
5. Comunicarea organizațională pentru performanța sustenabilă
6. Model de comunicare integrată pentru sustenabilitatea unei instituții publice/private
7. Impactul Internetului și al comerțului electronic
8. Comunicarea la nivel emoțional în sprijinul sustenabilității
9. Capitalul uman – factor cheie al comunicării manageriale într-o instituție
10. Interacțiunea între capitalul uman și dezvoltarea socială
11. Comunicarea mediatică poate influența opinia publică?
12. Comunicarea și cultura: două elemente importante într-o companie
13. Responsabilitatea socială corporativă duce către o strategie de relații publice?
14. Comunicarea și rolul ei în societatea bazată pe cunoaștere
15. Comunicarea și negocierea în afaceri
16. Comunicarea internă în firmă
17. Manipularea – factor cheie de succes într-o corporație
18. Imaginea, identitatea și marca în relații publice

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

1. Gestionarea crizei de imagine. Criza Apple și Foxcon
2. Comunicarea internă - element central al corporativității
3. Comunicare și publicitate online
4. Alegerile agentului economic
5. Impactul comunicării la nivel administrativ
6. Imaginea – capital valoros al organizației
7. Importanța tipurilor de comunicare și a tipurilor de comportamente în comunicare
8. Comunicarea în instituții publice. Studiu de caz
9. Comunicarea ecologică – o nouă dimensiune economică
10. Metode și tehnici de construire a imaginii organizației
11. Responsabilitatea socială a organizațiilor – element de relații publice

12. Construirea unui brand cu ajutorul PR-ului
13. Raportul departamentului de PR cu mass-media
14. Estomparea esenței și/sau conturarea aparenței PR-ului în România
15. Managementul situațiilor de criză în PR
16. Imagine și identitate organizațională
17. Cultură, imagine și comportament organizațional
18. Campania de PR versus advertising

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

1. Responsabilitatea jurnalistului în presa economică scrisă din România
2. Blogging versus jurnalism în transmiterea știrilor de natură economică
3. Big data în jurnalismul economic
4. Educația – investiție în capital uman
5. Investiția în educație și succesul pe piața muncii
6. Rolul internetului în reducerea asimetriei informației
7. Capitalismul și prosperitatea economică
8. Viziuni asupra rolului statului – socialism versus liberalism
9. Instituția proprietății în viziunea scolii austriece
10. Rolul libertății economice în dezvoltarea unei societăți

**DIRECTOR DEPARTAMENT,  
Conf.univ.dr. Liana BADEA**