



ACADEMIA DE STUDII ECONOMICE DIN BUCUREȘTI  
FACULTATEA DE ECONOMIE TEORETICĂ ȘI APLICATĂ  
DEPARTAMENTUL DOCTRINE ECONOMICE ȘI COMUNICARE

Tel: +4021.319.19.00/int. 208

<https://economie.ase.ro/doctrine-economice-si-comunicare/>



**PROPUNERI DE TEME**  
**PENTRU ELABORAREA LUCRĂRILOR DE LICENȚĂ**  
**AN UNIVERSITAR 2021-2022**

**Cond. șt.: prof. univ. dr. Liana BADEA**

1. Drepturile de proprietate - între realitate și doctrine
2. Impactul și importanța monetarismului
3. Rivalitatea cripto-monedelor în secolul XXI
4. Instituționalismul - între nou și vechi
5. Efecte economice ale corupției din antichitate până în prezent
6. Luxul - de la antici la economia de piață
7. Comportamentul consumatorului - între realitate și doctrine
8. Teoria capitalului uman în contextul noii economii
9. Implicații ale învățământului superior pe piața muncii
10. Impactul economic al educației pentru dezvoltare sustenabilă
11. Etape în evoluția conceptului de concurență. Teorii clasice și moderne
12. Avantaj competitiv versus avantaj comparativ – între prezent și trecut
13. Piețe cu informație asimetrică în contextul globalizării
14. Limite ale libertății în economia de piață
15. Teoria keynesistă: victorie și înfrângere
16. Abordări actuale ale economiei subterane
17. Capitalismul - trecut și viitor
18. Tendințe actuale în gândirea economică
19. Studiul economiei ca sistem adaptativ complex
20. Brain drain – implicații economice

**Cond. șt.: prof. univ. dr. George Laurențiu ȘERBAN-OPRESCU**

1. Soluții doctrinare moderne în combaterea crizelor economice
2. Teorii și doctrine privind cauzele crizelor economice
3. Rolul costurilor de tranzacționare în fundamentarea deciziilor economice
4. Influența teoriei comportamentale asupra publicității

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 in secolul XX
10. Liberalism vs interventionism in combaterea crizelor economice

**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. Monica DOBRESU**

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 si impactul acesteia in 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. Laurențiu Gabriel FRÂNCU**

1. Limbajul publicității – un pas spre succesul în afaceri (mix de imagine, sunet și 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 tradițională versus Comunicare modernă
6. Percepția 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. 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 unei 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 a reputației organizatoriale din perspectiva social-media. Studiu de caz....
7. Responsabilitatea socială corporativă : de la teorie la practică. 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 tradițională versus reclama online. Analiză comparativă.
15. Comunicarea corporativă și importanța sa pentru susținerea unei afaceri. Studiu de caz....

**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.: 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 paradigmelor economice din antichitate până la gândirea economică clasică a secolului al XIX-lea
3. Epistemologie economică – Evoluția paradigmelor 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. Doctrine economice – Principiul individualismului economic și comportamentul consumatorului

### **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 școlii austriece
10. Rolul libertății economice în dezvoltarea unei societăți

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