

Teme disertație pentru sesiunea iulie 2027
valabile pentru programul de studii masterale
T.D.A.

1. Optimizing Performance through the Implementation of Organizational Prevention Strategies. Case Study (Optimizarea performanței prin implementarea strategiilor de prevenție organizațională. Studiu de caz la)	Prof. univ. dr. habil. Elena Jianu
2. Identifying and Exploiting Sources of Competitive Advantage at Company (Identificarea și exploatarea surselor de avantaj competitiv la nivelul companiei)	Prof. univ. dr. habil. Elena Jianu
3. Developing Competitive Advantage through Innovation. Case Study (Dezvoltarea avantajului competitiv prin inovare. Studiu de caz la)	Prof. univ. dr. habil. Elena Jianu
4. Artificial Intelligence in quality control: transforming manufacturing processes – study case	Prof. univ. dr. habil. Crenguța Sinisi
5. Artificial Intelligence in quality management transitions organizations from reactive defect detection to proactive prediction – study case	Prof. univ. dr. habil. Crenguța Sinisi
6. Implementation of ethical AI a continuous cycle of governance, evaluation, and monitoring – study case	Prof. univ. dr. habil. Crenguța Sinisi
7. The role of change management in the success of ERP/CRM implementation projects (Rolul managementului schimbării în succesul proiectelor de implementare a sistemelor ERP/CRM)	Conf. univ. dr. Mădălina Brutu
8. The impact of Artificial Intelligence and visual/voice search in personalizing the shopping experience in E-Commerce (Impactul Inteligenței Artificiale și al căutării vizuale/vocale în personalizarea experienței de cumpărare în E-Commerce)	Conf. univ. dr. Mădălina Brutu
9. Analiza comportamentului de cumpărare în contextul utilizării platformelor digitale (Analysis of purchasing behavior in the context of the use of digital platforms)	Conf. univ. dr. Amalia Duțu
10. Studiu privind factorii care influențează loialitatea consumatorilor față de un brand (Study on the factors that influence consumer loyalty to a brand)	Conf. univ. dr. Amalia Duțu
11. Transformarea digitală a procesului de colectare și analiză a datelor de marketing (Digital transformation of the marketing data collection and analysis process)	Conf. univ. dr. Amalia Duțu
12. Segmentarea pieței pe baza stilului de viață și a comportamentului de cumpărare (Market segmentation based on lifestyle and buying behavior)	Conf. univ. dr. Amalia Duțu
13. Analiza percepției consumatorilor asupra sustenabilității produselor (Analysis of consumer perception of product sustainability)	Conf. univ. dr. Amalia Duțu
14. Studiu privind influența recenziilor online asupra deciziei de cumpărare (Study on the influence of online reviews on the purchase decision)	Conf. univ. dr. Amalia Duțu
15. Leadershipul și motivarea angajaților. Studiu de caz la S.C. (Leadership and employee motivation. Case study at)	Lect. univ. dr. Eliza Antoniu
16. Diagnosticarea organizației. Studiu de caz la S.C. (Diagnosing the organization. Case study at)	Lect. univ. dr. Eliza Antoniu
17. Importanța managementului performanței în organizațiile actuale (The importance of performance management in today organizations)	Lect. univ. dr. Eliza Antoniu
18. Afacerile de familie: organizare, strategii de business, marketing (Family businesses: organization, business strategies, marketing)	Lect. univ. dr. Eliza Antoniu
19. Rolul digitalizării în afacerile din România (The role of digitalization in Romanian businesses)	Lect. univ. dr. Eliza Antoniu
20. Francizarea – cheia succesului în afaceri. Studiu de caz. (Franchising – the key to business success. Case study.)	Lect. univ. dr. Eliza Antoniu
21. The importance of innvation and creativity in digital business. Case study.... (Importanța inovării și creativității în afaceri digitale. Studiu de caz.....)	Lect. univ. dr. Cristina Micu
22. Design of the feasibility study for developing a digital business. Case study.....(Proiectarea studiului de fezabilitate pentru dezvoltarea unei afaceri digitale. Studiu de caz.....)	Lect. univ. dr. Cristina Micu
23. The impact of generative AI on the digital transformation of organizations (Impactul inteligenței artificiale generative asupra transformării digitale a organizațiilor)	Lect. univ. dr. Olimpia Oancea
24. Digital maturity and organizational performance - study on companies in Romania (Maturitatea digitală și performanța organizațională - studiu asupra companiilor din România)	Lect. univ. dr. Olimpia Oancea
25. Adoption of artificial intelligence in SMEs - determinants and impact on competitiveness (Adoptarea inteligenței artificiale în IMM-uri - factori determinanți și impact asupra competitivității)	Lect. univ. dr. Olimpia Oancea
26. Digitalized Negotiation and Strategic Partnerships in Virtual Business Ecosystems: Tools of Competitive Strategies in the Digital Era. Case Study: (Negocierea digitalizată și parteneriatele strategice în ecosistemele de afaceri virtuale: instrumente ale strategiilor concurențiale în era digitală. Studiu de caz:)	Lect. univ. dr. Claudia Stanciu
27. The Impact of Digital Communication and Online Negotiation Tools on Strengthening B2B Partnerships within Digital Transformation-Oriented Companies. Case Study: (Impactul comunicării digitale și al instrumentelor de negociere online asupra consolidării parteneriatelor B2B în cadrul companiilor orientate spre transformare digitală. Studiu de caz:)	Lect. univ. dr. Claudia Stanciu
28. Leveraging Artificial Intelligence for Customer Sentiment Analysis and Strategic Decision-Making: A Case Study of [Company Name]	Lect. univ. dr. Smaranda Toma

29. Redesigning Operational Workflows Using BPMN Standards: Transitioning from "As-Is" to a Digitally Optimized "To-Be" Process at [Company Name]	Lect. univ. dr. Smaranda Toma
30. Breaking Down Data Silos: The Strategic Impact of ERP and CRM Integration on the Lead-to-Cash Process in [Industry/Company]	Lect. univ. dr. Smaranda Toma
31. Financial Feasibility and Unit Economics of Transitioning to a SaaS Business Model: A TELOS Framework Analysis for [Company Name]	Lect. univ. dr. Smaranda Toma

Notă: Temele propuse pentru realizarea lucrării de licență sunt orientative, existând posibilitatea ca, de comun acord cu profesorul coordonator și cu avizul Comisiei de Activitate Didactică a departamentului, să fie adaptate unele teme la specificul agentului economic și al preocupărilor de cercetare ale studentului.

Director departament

Conf. univ. dr. Daniela-Melania Mihai