



# FACULTATEA DE MANAGEMENT

Școala Națională de Studii Politice și Administrative



Valabil pentru anul universitar 2016-2017



Cadru didactic coordonator	Tematică disertație
<p><b>Prof.univ.dr.Dumitru BORTUN</b>  <b>Program tutorial:</b> se va stabili pentru fiecare student, conform planului individual de realizare a lucrării de disertație.</p>	<p>Abordarea teoretică a responsabilității sociale corporative: teorie științifică sau paradigmă disciplinară?</p> <p>Brand-ul angajatorului și responsabilitatea socială a acestuia.</p> <p>Caracteristicile unui parteneriat de succes; condiții de sustenabilitate.</p> <p>Capitalism, corporatism, corporații și morală; capitalisul moral – o utopie?</p> <p>Comunicarea temelor de responsabilitate socială prin intermediul website-urilor companiilor românești.</p> <p>Evaluarea campaniilor de responsabilitate socială; criterii de evaluare.</p> <p>Forme de implicare socială a companiilor; motivația implicării.</p> <p>Impactul responsabilității sociale corporative asupra economiei.</p> <p>Influența raportării de RSC asupra companiei și comunității.</p> <p>Managementul eticii în organizații. Situația programelor de management al eticii în organizațiile din România.</p> <p>Proiectarea culturii organizaționale prin abordarea strategică a conceptului de RSC</p> <p>Programe de responsabilitate socială ale organizațiilor non-guvernamentale.</p> <p>Promovarea brand-urilor de lux prin campaniile de RSC.</p> <p>Relația RSC – dezvoltare durabilă.</p> <p>Responsabilitatea morală a organizațiilor; organizația ca agent moral.</p> <p>Responsabilitatea socială corporativă: înțelegere, aplicare și perspective de reglementare în România.</p> <p>Responsabilitatea socială corporativă ca un efect al globalizării.</p>

	<p>Responsabilitatea socială corporativă – componentă a strategiei de afaceri.</p> <p>Responsabilitatea socială și dialogul social.</p> <p>Identificarea și implicarea stakeholder-ilor</p> <p>Responsabilitate socială corporativă și marketing social.</p> <p>Responsabilitate și management etic; instituționalizarea eticii în România.</p> <p>Responsabilitatea socială corporativă orientată spre artă.</p> <p>RSC ca interfață între business și dezvoltarea durabilă.</p> <p>RSC între strategie de marketing și filosofie de business.</p> <p>RSC în contextul reglementărilor din comunicarea audio-vizuală la nivelul UE.</p> <p>Situația programelor de responsabilitate socială în organizațiile din România.</p>
<p><b>Conf.univ.dr. Florina PÎNZARU</b>  <b>Program tutorial:</b> se va stabili pentru fiecare student, conform planului individual de realizare a lucrării de disertație</p>	<p>Strategii de marketing în industria X (bancară, retail, FMCG, telecom, fashion etc).</p> <p>Loialitatea consumatorilor față de marcă.</p> <p>Comunitățile de brand și tinerii din Generația Y.</p> <p>Marketingul B2B.</p> <p>Brandurile globale.</p> <p>Imaginea socială a brandurilor românești.</p> <p>Strategii de marketing pentru nișe de piață.</p> <p>Mobile marketing.</p> <p>Social Media marketing.</p> <p>Lansarea produselor noi</p>
<p><b>Conf.univ.dr. Alexandra ZBUCHEA</b>  <b>Program tutorial:</b> se va stabili pentru fiecare student, conform planului individual de realizare a lucrării de disertație. Pentru programare – email: <a href="mailto:alexandra.zbucnea@facultateademangement.ro">alexandra.zbucnea@facultateademangement.ro</a></p>	<p>Promovarea IMM-urilor – Tendințe și provocări în economia contemporană</p> <p>Promovarea start-up-urilor</p> <p>Strategiile de CSR ale IMM-urilor</p> <p>Antreprenoriatul social</p> <p>Antreprenariat în industriile creative</p> <p>Green marketing</p>
<p><b>Conf.univ.dr. Lucian ANGHEL</b>  <b>Program tutorial:</b> Vineri, orele 16.00-17.00, open space FM etajul 4</p>	<p>Avantajele economice ale stabilității prețurilor în România</p> <p>Corelații macroeconomice necesare bunei dezvoltări pe termen lung a României</p> <p>Care sunt ingredientele economice ale dezvoltării sustenabile a României?</p> <p>Strategia națională necesară asigurării recuperării</p>

	<p>decalajelor economice față de țările din Europa de Vest</p> <p>Polonia - exemplu de succes în stimularea creșterii economice.</p> <p>Ce ar putea învăța România de la țările din Europa Centrală și de Est în materie de strategii de dezvoltare economică?</p> <p>Adoperea euro de către România</p> <p>Strategie națională pentru crearea de noi locuri de muncă</p> <p>Investițiile străine directe - îngeri și demoni</p> <p>Rolul jucat de Banca Națională a României în asigurarea macrostabilității financiare în România</p> <p>Rolul necesar al unei piețe de capital în contextul actual în România</p> <p>Planul Juncker și posibilele implicații asupra României. Exemplificare pentru piața de capital.</p> <p>Strategie națională pentru transformarea României dintr-un importator net într-un exportator net</p> <p>Raportul cheltuielii sociale / investiții și influența acestuia în dezvoltarea pe termen lung a României</p> <p>Dictatura percepției investitorilor străini și influența costului de risc ( CDS) exercitată asupra dezvoltării economice a României</p> <p>Promovarea pieței de capital din România la statutul de piață emergentă. Măsuri necesare și impact economic.</p> <p>Atragerea de finanțare prin intermediul bursei de către un antreprenor român</p> <p>Impactul macroeconomic determinat de îmbătrânirea demografică accelerată a României</p> <p>Guvernanța corporativă - pârgă de creștere a valorii unei companii listată la bursă. Studiu de caz din piața de capital românească</p> <p>Stabilitatea monedei naționale în raport cu euro-comparații internaționale, motive și avantaje</p>
<p><b>Conf.univ.dr.Maria COSTACHE</b></p> <p><b>Program tutoriat:</b> se va stabili pentru fiecare student, conform planului individual de realizare a lucrării de disertație.</p>	<p>Instrumente tehnice de planificare financiară</p> <p>Economie, management financiar și bugetar</p> <p>Analiza economică și financiară a companiei</p> <p>Controlling – analiza cheltuielilor și a marjelor de contribuție</p> <p>Calculația Costurilor. Metode tradiționale și moderne de calcul, evidență și analiză</p> <p>Bugetul - metodologii de pregătire a bugetelor, planificarea anuală și multianuală</p> <p>Planul de afaceri –instrument financiar</p> <p>Managementul costurilor. Centrele de performanță financiară</p> <p>Managementul fluxurilor de trezorerie</p> <p>Managementul financiar și bugetar al companiei</p> <p>Analiza performanțelor financiare</p> <p>Managementul și analiza costurilor</p>
<p><b>Lect.univ.dr.Mădălina VĂTĂMĂNESCU</b></p>	<p>Creativitate și gândire performantă în context organizațional potențiatori și frenatori</p>

<p><b>Program tutoriat:</b> Miercuri, 12:00 – 14:00, sala 403 (etaj 4)</p>	<p>Constituenții creativității și gândirii performante – corelațiile și „euristica” antreprenorială</p> <p>„Profesionalizarea” creativității antreprenoriale în contextul organizațional actual</p> <p>Rolul cercetării, dezvoltării și inovării antreprenoriale – delimitări și interferențe conceptuale</p> <p>Inovarea antreprenorială – operaționalizare prin prisma stilurilor de conducere</p> <p>Inovarea antreprenorială – dinspre supraviețuirea organizației către obținerea avantajului competitiv</p> <p>Inovarea antreprenorială și sustenabilitatea organizațională pe piața de profil</p>
<p><b>Lect.univ.dr.Rareș MOCANU</b></p> <p><b>Program tutoriat:</b> se va stabili pentru fiecare student, conform planului individual de realizare a lucrării de disertație.</p>	<p>Cum influențează diferențele de gen / dintre generații, prelucrarea și răspândirea informațiilor în rândul consumatorilor de bunuri de lux?</p> <p>Evocarea metaforelor ca rol de motivare a brandurilor în comportamentul de cumpărare. O analiză critică a pieței de telefonie mobilă / auto / banking / beauty / nonalcoholic beverages.</p> <p>Influența factorilor situaționali asupra comportamentului consumatorului - Branduri pentru femei / branduri pentru bărbați</p> <p>Studiu privind rolul neuromarketingului în comportamentul consumatorului – Ex: studiu de caz piața auto.</p> <p>Analiza preferințelor consumatorilor pentru produse și servicii financiare (respectiv alte segmente de piață)</p> <p>Efectele comunicării word-of-mouth (negativ - pozitiv) în procesul de achiziție? Studiu de caz branduri noi v.s. branduri consolidate.</p> <p>Studierea obiceiurilor de cumpărare a brandurilor vestimentare femei vs bărbați</p>

	<p>Atitudinea consumatorilor privind publicitatea prin televiziune versus on-line. Studiu de caz produse/branduri din categoria self-care ( life-style; fashion; beauty, etc.)</p> <p>Cum pot afecta diferențele de gen distorsiunea selectivă în rândul consumatorilor de bunuri de lux.</p> <p>Influențe culturale asupra comportamentului consumatorilor – “destination brand”</p> <p>Reușește publicitatea iritantă și stupidă să aibă un impact mai puternic asupra consumatorului decât cea obișnuită / clasică?</p> <p>Stilul de viață și comportamentul consumatorului – schimbarea preferințelor odată cu trecerea de la o etapă la alta a vieții</p> <p>Atitudinea consumatorilor din România față de alimentele / produse funcționale. Cauză și efect</p> <p>Tactici de influențare / manipulare și comportamentul consumatorului: Crearea dorinței de achiziție (“a cumpăra”).</p> <p>Impactul indicării autenticității produselor autohtone și a termenului “românești” în decizia de cumpărare. “Made in Romania” fals v.s. real.</p>
<p><b>Lect.univ.dr.Ramona LEON</b>  <b>Program tutoriat:</b> se va stabili pentru fiecare student, conform planului individual de realizare a lucrării de disertație.</p>	<p>Diagnosticul strategic al societății comerciale X</p> <p>Rolul inteligenței emoționale în implementarea strategiilor</p> <p>Rețelele sociale și strategiile corporative</p> <p>Strategii de adaptare vs. strategii de standardizare în contextul internaționalizării afacerilor</p> <p>Instrumente manageriale de planificare strategică</p> <p>Storytellingul – instrument strategic pentru asigurarea transferului de cunoștințe între generații</p> <p>Strategia de afaceri și performanța firmei</p> <p>Resursa umană: factor de succes sau eșec în parteneriatele strategice</p> <p>Particularitățile managementului strategic în IMM-uri</p>

	<p>Strategii de internaționalizare în servicii / producție</p> <p>Managementul strategic al organizațiilor virtuale. Particularități și provocări.</p> <p>Influența personalității managerilor asupra deciziilor strategice adoptate</p> <p>Rețelele manageriale și flexibilitatea strategică</p>
--	---