



DEPARTAMENTUL ECONOMIE, MARKETING ȘI TURISM

Tematica tezelor de master propuse de coordonatori pentru anul de studii 2025-2026 pentru programul de master: Management și Marketing Hotelier și Turism

1. Impactul crizelor asupra turismului gastronomic și adaptabilitatea strategiilor hoteliere în menținerea experienței culinare de calitate
2. Tendințe emergente și provocări în satisfacerea cerințelor turiștilor premium
3. Politicile de sustenabilitate și responsabilitate socială în unitățile hoteliere
4. Tehnici de segmentare a pieței și dezvoltarea ofertelor personalizate în industria turismului
5. Standardizarea proceselor și personalizarea experienței clienților în cadrul managementului calității serviciilor hoteliere
6. Strategii de digitalizare în managementul hotelier: eficiența utilizării sistemelor inteligente în creșterea performanței operaționale
7. Dezvoltarea turismului durabil în destinațiile emergente: modele de management responsabil și valorificarea resurselor locale
8. Rolul aeroporturilor regionale în dezvoltarea turismului local și național
9. Motivațiile turistice ale generației Z: provocări pentru operatorii de turism
10. Politici publice pentru dezvoltarea turismului durabil în comunitățile locale
11. Promovarea turismului durabil ca modalitate de a contribui la dezvoltarea economică durabilă a destinațiilor
12. Promovarea practicilor turistice durabile printre turiști, operatori de turism și comunități, respectând principiile de sustenabilitate GSTC
13. Securitatea turiștilor prin prisma respectării legilor locale și diversității culturale
14. Consolidarea competitivității întreprinderii turistice prin utilizarea factorilor cheie de succes
15. Elaborarea strategiei de promovare a produselor turistice ale întreprinderii în rețelele sociale
16. Dezvoltarea și promovarea brandului întreprinderii pentru stimularea turismului local și intern

17. Utilizarea marketingului experiențial de către întreprinderea turistică pe piața Republicii Moldova
18. Impactul utilizării tehnologiilor informaționale în operațiunile de Front-Office și Back-Office în hoteluri
19. Rolul trainingului și dezvoltării personalului în operațiunile de Front-Office și Back-Office în hoteluri
20. Impactul implementării politicilor de sustenabilitate în operațiunile de front-office și back-office în hoteluri
21. Importanța calității serviciilor în operațiunile de front-office și back-office în industria hotelieră
22. Gestionarea strategiilor de marketing pentru atragerea turiștilor în locații mai puțin familiare ale țării.
23. Crearea așteptărilor consumatorilor în turism prin intermediul comunicării de marketing.
24. Strategii de creare și menținere a unei imagini pozitive pentru destinațiile turistice
25. Triggere psihologice și utilizarea lor în campaniile de marketing în turism
26. Utilizarea tehnologiilor digitale în managementul campaniilor de marketing turistic
27. Dezvoltarea managementului de marketing intercultural în turism
28. Elaborarea unei strategii de gestionare a promovării produselor turistice de lux.
29. Managementul loialității turiștilor prin marketing personalizat
30. Strategii și tehnici de promovare a agroturismului în era digitală
31. Planificarea strategică a activității de marketing în industria turismului
32. Negocierea și contractarea serviciilor turistice internaționale
33. Strategii comparate de promovare a vânzărilor în domeniul turismului vinicol