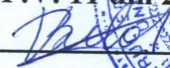


APROBAT
Ședința DEMKT
P.V. 11 din 29.05.2025

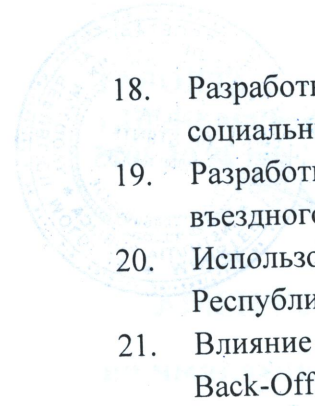




ДЕПАРТАМЕНТ ЭКОНОМИКИ, МАРКЕТИНГА И ТУРИЗМА

Тематика магистерских работ предлагаемая руководителями на 2025-2026 учебный год по специальности Гостиничный и туристический менеджмент и маркетинг

1. Применение инструментов интернет-маркетинга в повышении эффективности деятельности туристского предприятия
2. Разработка стратегии повышения конкурентоспособности сельского туризма Республики Молдова
3. Разработка и внедрение инструментов digital-маркетинга как фактора конкурентоспособности предприятия
4. Устойчивый туризм как конкурентное преимущество: стратегия развития экотуристических объектов
5. Разработка маркетинговой стратегии для продвижения гастрономического туризма в Республике Молдова
6. Направления совершенствования стратегии управления маркетингом туристского предприятия на основе исследования потребительских предпочтений
7. Исследование особенностей поведения поколения Z как целевой аудитории туристических услуг
8. Применение инструментов контент-маркетинга в целях повышения эффективности маркетинговой стратегии туристского предприятия
9. Дизайн клиентского опыта как конкурентное преимущество в гостиничном бизнесе
10. Управление впечатлениями клиента как направление маркетинговой стратегии отеля
11. Управление ценностью туристического продукта на основе эмоционального брендинга
12. Контент-маркетинг в продвижении туристических продуктов на цифровых платформах
13. Клиентоориентированные практики управления в системе гостеприимства
14. Продвижение устойчивого туризма как способа внести вклад в устойчивое экономическое развитие дестинаций
15. Продвижение практики устойчивого туризма среди туристов, туроператоров и сообществ с соблюдением принципов устойчивого развития GSTC.
16. Туристическая безопасность через призму уважения к местным законам и культурному разнообразию
17. Усиление конкурентной позиции туристского предприятия путем использования ключевых факторов успеха

- 
18. Разработка стратегии продвижения туристических продуктов предприятия в социальных сетях
 19. Разработка и продвижение бренда предприятия как ресурс развития внутреннего и въездного туризма
 20. Использование маркетинга впечатлений туристического предприятия на рынке Республики Молдова
 21. Влияние использования информационных технологий в операциях Front-Office и Back-Office в гостиницах
 22. Роль обучения и развития персонала в операциях Front-Office и Back-Office в гостиницах
 23. Влияние внедрения политики устойчивого развития в операциях Front-Office и Back-Office в гостиницах
 24. Важность качества услуг в операциях Front-Office и Back-Office в гостиничной индустрии
 25. Управление маркетингом для привлечения туристов в малоизвестные регионы страны
 26. Формирование потребительских ожиданий в туризме через маркетинговые коммуникации
 27. Стратегии создания и поддержания положительного имиджа туристических направлений
 28. Психологические триггеры и их использование в маркетинговых кампаниях в туризме
 29. Применение цифровых технологий в управлении туристическими маркетинговыми кампаниями
 30. Развитие кросс-культурного менеджмент-маркетинга в туризме
 31. Разработка системы управления продвижением премиальных туристических продуктов
 32. Управление лояльностью туристов через персонализированный маркетинг
 33. Стратегии и методы продвижения агротуризма в эпоху цифровых технологий
 34. Стратегическое планирование маркетинговой деятельности в индустрии туризма
 35. Ведение переговоров и заключение контрактов на оказание международных туристических услуг
 36. Сравнительные стратегии продвижения продаж в сфере винного туризма