



ДЕПАРТАМЕНТ ЭКОНОМИКИ, МАРКЕТИНГА И ТУРИЗМА
Тематика лицензионных работ предлагаемая руководителями
на 2025-2026 учебный год
по специальности Гостиничные услуги, туризм и отдых

1. Внедрение инструментов совершенствования качества услуг в сельском туризме.
2. Разработка мотивационных программ для персонала гостиницы
3. Разработка авторской экскурсии по винодельческим маршрутам Молдовы: продвижение гастротуризма и культурного наследия
4. Оценка качества экскурсионных услуг туристского предприятия
5. Возможности цифровизации экскурсионной деятельности в Молдове: анализ действующей практики и перспективы
6. Роль локальных сообществ в формировании аутентичного турпродукта
7. Реконструкция туристического образа дестинации через Instagram и TikTok
8. Персонализированные туры как способ повышения лояльности клиента
9. Экоориентированные практики в малом гостиничном бизнесе
10. Роль storytelling в продаже туристических продуктов
11. Влияние покупательских предпочтений на формирование гостиничных услуг (на примере предприятий размещения).
12. Креативный маркетинг гостиничного (ресторанного, туристского) предприятия.
13. Современные формы и перспективы развития экстремального туризма
14. Развлекательная составляющая в туристическом сервисе.
15. Активные виды отдыха как фактор привлекательности Молдовы для въездного туризма
16. Международные туристские выставки как инструмент формирования туристского имиджа Молдовы
17. Внедрение устойчивых практик во всех аспектах туристической деятельности, от транспорта и размещения до управления отходами и энергопотребления.
18. Экспериментальный туризм в обеспечении доступности туристических дестинаций для людей с ограниченными возможностями
19. Обеспечение безопасности туристов на туристических направлениях.
20. Привлечение и удержание талантов в туристической индустрии
21. Продвижение сельских туристских услуг предприятия в социальных сетях
22. Совершенствование методов продвижения турпродукта предприятия в сети Интернет
23. Определение конкурентных преимуществ туристского предприятия и пути их развития
24. Роль маркетинга в продвижении и организации культурных мероприятий.
25. Анализ современных тенденций в организации корпоративных мероприятий.
26. Влияние событийного туризма на окружающую среду и стратегии управления этим воздействием.
27. Анализ тенденций в организации виртуальных и смешанных мероприятий в эпоху цифровых технологий.
28. Анализ стратегии управления персоналом в гостиничном бизнесе

29. Внедрение практик устойчивого развития в гостиничный менеджмент – оценка окружающей среды ведущих отелей.
30. Роль электронной коммерции в операционном управлении отелями
31. Влияние медицинского туризма на спрос на гостиничные услуги в лечебных дестинациях.
32. Стратегии лояльности клиентов в гостиничной индустрии.
33. Влияние рекламы на потребителей в туристической сфере
34. Использование логистики в индустрии гостеприимства
35. Социальные сети как средство конкурентоспособности развития туристических организаций
36. Влияние рекламы на потребителей в сфере туризма
37. Использование логистики в индустрии гостеприимства.
38. Социальные сети как средство конкурентного развития туристических организаций.
39. Оценка качества обслуживания во въездном туризме в Республике Молдова
40. Перспективы развития устойчивого сельского туризма в Республике Молдова
41. Особенности организации экотуристических маршрутов в Республике Молдова
42. Роль имиджа и бренда в продвижении местного туризма
43. Анализ маркетинг-микса в рамках объекта размещения/турагентства
44. Циклическая экономика и ее роль в развитии устойчивого туризма
45. Религиозный и паломнический туризм - необходимое условие для развития сельского туризма
46. Современное состояние и перспективы функционирования туризма в Республике Молдова
47. Анализ современных тенденций формирования спроса на туристические продукты и их потребления
48. Роль центров туристической информации и продвижения в развитии въездного туризма
49. Направления развития духовного туризма в Республике Молдова
50. Фестивальные мероприятия как инструмент привлечения туристов
51. Этнографический туризм в контексте сохранения и продвижения культурного наследия Республики Молдова
52. Влияние инноваций на устойчивое развитие индустрии туризма
53. Влияние программ лояльности на удовлетворенность и удержание клиентов в гостиничной индустрии
54. Экотуризм – модель устойчивого развития туристических дестинаций
55. Влияние туризма на местную культуру и сообщество
56. Анализ и оценка ресурсов культурного туризма в Республике Молдова и стратегии их увеличения.
57. Организация сбыта туристического продукта в заповедниках.
58. Эволюция и тенденции развития международного туризма
59. Анализ деятельности туристских объектов размещения в сельской местности
60. Стратегии развития и продвижения молодёжного туризма
61. Перспективы развития экотуризма в Республике Молдова
62. Перспективы развития оздоровительного туризма на европейском рынке (сравнительное исследование двух стран)
63. Управление туристской деятельностью в туристическом комплексе отдыха и оздоровления
64. Исследование о ценности наследия (природного и антропогенного) Республики Молдова
65. Стратегии и тенденции развития круизного туризма.

66. Изменения в молдавском туризме в результате интеграции Республики Молдова в Европейский Союз
67. Развитие и продвижение экотуризма: стратегии и лучшие практики
68. Развитие сельского туризма: возможности и проблемы диверсификации местной экономики
69. Разработка плана управления туристической дестинацией: принципы и практика для развивающихся дестинаций.
70. Оценка туристического потенциала дестинации: методы и практическое применение
71. Оценка гостиничных услуг и их влияние на удовлетворенность туристов: тематическое исследование городского направления
72. Влияние культурных мероприятий на туристическую привлекательность: тематическое исследование на примере местного фестиваля
73. Влияние туризма на местное экономическое развитие: тематическое исследование сельского направления.
74. Управление воздействием туризма на окружающую среду: стратегии минимизации негативного воздействия
75. Маркетинг туристических дестинаций через социальные сети: эффективность кампаний онлайн-продвижения
76. Роль инфраструктуры в развитии туризма: влияние инфраструктуры на туристический опыт
77. Роль и значение брендинга в развитии туристических дестинаций
78. Роль технологий в продвижении туристических дестинаций: анализ эффективности систем управления дестинациями
79. Маркетинговые стратегии для туристических дестинаций в странах с развивающейся экономикой: сравнительное тематическое исследование
80. Устойчивость в развитии туристических дестинаций: проблемы и возможности
81. Приключенческий туризм и его влияние на туристические дестинации: исследование на примере горной дестинации
82. Оздоровительный и велнес-туризм: возможности развития в новых направлениях
83. Гастрономический туризм как фактор привлекательности туристических дестинаций: исследование на примере винодельческого региона
84. Туризм в постпандемическом контексте: адаптация и восстановление туристических направлений, пострадавших от Covid-19.
85. Туризм и сохранение культурного наследия: влияние туризма на объекты наследия
86. Речные круизы: характеристика и перспективы развития
87. Организация образовательного туризма в крупнейших мировых культурных центрах (по выбору)
88. Гостиничные цепи как форма организации средств размещения и их развитие в Республике Молдова
89. Организация и развитие центров национального стиля за рубежом как условие продвижения въездного туризма
90. Компетенции персонала предприятий индустрии гостеприимства и туризма: обучение и мониторинг в процессе управления
91. Виртуальные путешествия как направление развития рекламы в области туризма.