

**UNIVERSITATEA AMERICANĂ  
DIN MOLDOVA**

Republica Moldova  
or. Chişinău, bd. Ştefan cel Mare,  
MD-2004, tel: 022 11 00 00



**THE AMERICAN UNIVERSITY  
OF MOLDOVA**

Republica Moldova  
or. Chisinau, 200, st. Stefan cel Mare 200  
MD 2004, tel: 022 11 00 00

**THE AMERICAN UNIVERSITY**

Approved by Professor Council of  
Business and Economic Sciences  
Faculty protocol nr. 2 from 30.09.2022  
Head of the Department  
Dorina Roşca, dr., lect. Univ.

Approved by Senate of American  
University of Moldova  
minutes nr. 2 from 28.10.2022  
President of Senate  
Avornic Gheorghe, dr. hab. Prof. univ.

**OF MOLDOVA**  
**FACULTY OF BUSINESS AND ECONOMIC SCIENCES**  
**BACHELOR THESIS TOPICS**  
*2022-2023 academic year*

**SPECIALITY: 0414.1 Marketing and Logistic**

1. Social Media and Digital Marketing as new highly effective tools of Marketing;
2. The impact of green marketing on consumer buying decisions in the Republic of Moldova;
3. The ways of developing marketing activities: the unique trade after dodge;
4. Applying the ecological marketing concepts in the Republic of Moldova;
5. Marketing planning within the enterprise ... (choose an enterprise);
6. Marketing management within the enterprise ...(choose an enterprise);
7. Entrepreneurial marketing management in online business;
8. Customer Relationship Management within the enterprise ....(choose an enterprise);
9. Elaborating strategic marketing plan within the enterprise ....(choose an enterprise);
10. Marketing mix within enterprise ....(choose an enterprise);
11. Marketing segmentation in online business;
12. Relationship between marketing and competition – the care of distribution;
13. The analyses of the prices of decision-making in acquisition. The case of....(choose an enterprise);
14. Competition policy in EU. The economics of tacit collusion;
15. The relationship between innovation and competition in the global market. The abuse of dominant position;
16. Analysis of Fiscal policy in the EU – harmonization and contradictions;
17. Trade and competition policies at the crossroads: conflicts and synergies in the long run;
18. The Budgetary Implications of the Eastern Enlargement;
19. Competition policy. The antitrust side of marketing innovation;
20. Measuring the impact of EU antitrust law on the business environment. Case of RM;
21. Competition policy in Central and Eastern Europe. The impact of EU accession;
22. Antitrust Law, Cartel Enforcement & Leniency Policy. Case study;
23. Analysis of marketing mix at the company ... (choose an enterprise);
24. Theoretical and practical aspects of the company's marketing activity;
25. Internet Marketing / Online Marketing;
26. Developing the marketing plan at the company ... (choose an enterprise);

27. Advertising on television / radio;
28. Analysis of the Moldovan advertising market;
29. Company marketing policies. The case of .....(choose an enterprise);
30. Analysis of Internet Advertising in ....(choose an enterprise);
31. Techniques of marketing persuasion. The case of .....(choose an enterprise);
32. Mobile services market (mobile / transport / ...). The case of .....(choose an enterprise);
33. Marketing of NGOs / non-profit organizations. The case of .....(choose an enterprise);
34. The advertising agency;
35. Particularities of the marketing activity in the retail market in RM;
36. Brand and branding. The case of .....(choose an enterprise);
37. Promotion policy. The case of .....(choose an enterprise);
38. Marketing planning. The case of .....(choose an enterprise);
39. The advertising market in the RM;
40. Aspects of the marketing of sales and merchandising in the RM.

UNIVERSITATEA AMERICANĂ  
DIN MOLDOVA

Republica Moldova  
or. Chișinău, bd. Ștefan cel Mare,  
MD-2004, tel: 022 11 00 00



THE AMERICAN UNIVERSITY  
OF MOLDOVA

Republica Moldova  
or. Chisinau, 200, st. Stefan cel Mare 200  
MD 2004, tel: 022 11 00 00

THE AMERICAN UNIVERSITY

Approved by Professor Council of  
Business and Economic Sciences  
Faculty protocol nr. 2 from 30.09.2022  
Head of the Department  
Dorina Roșca, dr. lect. Univ.

Approved by Senate of American  
University of Moldova  
minutes nr. 2 from 28.10.2022  
President of Senate  
Avornic Gheorghe, dr. hab. Prof. univ.

OF MOLDOVA  
**FACULTY OF BUSINESS AND ECONOMIC SCIENCES**  
**BACHELOR THESIS TOPICS**  
*2022-2023 academic year*

**SPECIALITY: 0413.1 Business and Administration**

1. The financial management techniques of high-tech projects
2. Factors determining and raising the market value of the business
3. Business valuation methods in the financial system
4. Market value rise of a business in corporate finance
5. Production of goods and mechanisms of export
6. Development and ways of implementing a public-private partnership between the state and a business
7. Mechanisms of financing of investment projects
8. Mechanisms, forms, and tools for the development of public-private partnerships
9. Forms of interaction between various sectors of the economy
10. Influence of volatility of world commodity markets on the financial stability of the business
11. Cost-based methods of pricing and their application during a financial crisis
12. Approaches in business crises as opportunities for the future
13. Gender and multiethnic equity working environment in business
14. Sales increasing through innovation and creative approaches in business
15. Bullying and sexual harassment as threats to the work environment
16. Motivation as engine efficient stimulus employees in business
17. Challenges and opportunities for modern work environments
18. Corporate ethics for successful business
19. Factors and achievements for business leadership
20. Human management and workforce efficiency
21. Total quality management methods and targeted customer needs
22. Corporate culture key factor for the success of business
23. The influence of the external environment on company X (choose an enterprise) development

24. Managing the relationship with the stakeholders. Case study of the X (choose an enterprise);
25. The role of Small and Middle Enterprises (SMEs) within the national economy of RM;
26. Challenges for the incorporation of a company in RM;
27. Managing the product/ service development in company X (choose an enterprise);
28. Managing complexity by using integrative computer-based programs. Case study on X company (choose an enterprise);
29. Managing the production process. Case study on company X (choose an enterprise);
30. Competition policy in EU. The economics of tacit collusion;
31. The relationship between innovation-competition on the global market. Abuse of dominant position;
32. Analysis of Fiscal policy in the RM– harmonization and contradictions;
33. Trade and competition policies at the crossroads: conflicts and synergies on the long run;
34. The Budgetary Implications of the RM becoming EU candidate;
35. Job Satisfaction and Employee Turnover Intention;
36. Planning the Future with Risk and Uncertainty: the Forward-Backward Process of Planning;
37. The Effect of Professional Training Development Opportunities in Employee Retention;
38. Building strategy in integrative/ distributive negotiation. Case study of X (choose an enterprise);
39. Manager as a mediator. The mediation process at Company X (choose an enterprise);
40. Managing conflict through negotiation. Case study of X (choose an enterprise);



THE AMERICAN UNIVERSITY

Aprobat la ședința  
Facultății Business și Științe Economice  
Proces verbal nr. 2 din 30.09.2022  
Șef de Catedră  
Dorina Roșca, dr. lect. Univ.

Aprobat la  
Senatul Universității Americane din Moldova  
Proces verbal nr. 2 din 28.10.2022  
Președinte al Senatului  
Avornic Gheorghe, dr. hab. Prof. univ.

OF MOLDOVA  
**FACULTATEA BUSINESS ȘI ȘTIINȚE ECONOMICE**

**Tematica Tezelor de licență**

*a.u. 2022-2023*

**SPECIALITATEA: 0414.1 Marketing și Logistică**

1. Social Media și Digital Marketing ca un nou instrument extrem de eficient de Marketing;
2. Impactul marketingului verde asupra deciziei de cumpărare a consumatorilor în Republica Moldova;
3. Modalitățile de dezvoltare a activităților de marketing: comerțul unic după expediție;
4. Aspectul aplicării conceptelor de marketing ecologic în Republica Moldova;
5. Planificarea marketingului în cadrul întreprinderii X (alegeți o întreprindere);
6. Managementul marketingului în cadrul întreprinderii X (alegeți o întreprindere);
7. Managementul marketingului antreprenorial în afacerile online;
8. Managementul relațiilor cu clienții în cadrul întreprinderii X (alegeți o întreprindere);
9. Elaborarea planului strategic de marketing în cadrul întreprinderii X (alegeți o întreprindere);
10. Mixul de marketing în cadrul întreprinderii X (alegeți o întreprindere);
11. Segmentarea pieții în afacerile online;
12. Relația marketing - concurență: cazul distribuției;
13. Studiul procesului deciziei de cumpărare;
14. Politica în domeniul concurenței în UE. Economia complicității tacite;
15. Relația dintre inovație și concurență pe piața mondială. Abuzul de poziție dominantă;
16. Analiza politicii fiscale în UE - armonizare și contradicții;
17. Politicile comerciale și de concurență la răscruce: conflicte și sinergii pe termen lung;
18. Implicațiile bugetare ale extinderii estice;
19. Politica în domeniul concurenței. Partea antitrust a inovației de marketing;
20. Măsurarea impactului legislației antitrust a UE asupra mediului de afaceri. Cazul RM;
21. Politica în domeniul concurenței în Europa Centrală și de Est. Impactul aderării la UE;
22. Dreptul antitrust, politica privind respectarea cartelului și politica de clemență. Studiu de caz;
23. Analiza mixului de marketing la firma X (alegeți o întreprindere);
24. Aspecte teoretice și practice privind activitatea de marketing a firmei;
25. Internet marketing / Marketing online;

26. Elaborarea planului de marketing la firma X (alegeți o întreprindere);
27. Publicitatea la televiziune / radio;
28. Analiza pieței publicității din RM;
29. Politici de marketing ale firmei;
30. Analiza publicității pe Internet;
31. Tehnici de persuasiune în marketing;
32. Piața serviciilor de ...(telefonie mobilă / transport / ...);
33. Marketingul ONG-urilor / organizațiilor nonprofit;
34. Agenția de publicitate;
35. Particularități ale activității de marketing pe piața de retail din RM;
36. Brand și branding;
37. Politica de promovare la compania X (alegeți o întreprindere);
38. Planul de marketing la firma X (alegeți o întreprindere);
39. Piața de publicitate în RM;
40. Aspecte privind marketingul spațiilor de vânzare și merchandisingul;



THE AMERICAN UNIVERSITY

Aprobat la ședința  
Facultății Business și Științe Economice  
Proces verbal nr. 2 din 30.09.2022  
Șef de Catedră  
Dorina Roșca, dr. lect. Univ.

Aprobat la  
Senatul Universității Americane din Moldova  
Proces verbal nr. 2 din 28.10.2022  
Președinte al Senatului  
Avornic Gheorghe, dr. hab. Prof. univ.

OF MOLDOVA  
**FACULTATEA BUSINESS ȘI ȘTIINȚE ECONOMICE**  
**Tematica Tezelor de licență**  
*a.u. 2022-2023*

**SPECIALITATEA: 0413.1 Business și Administrare**

1. Tehnici de management financiar al proiectelor ce implică elemente de înaltă tehnologie
2. Factorii care determină și cresc valoarea de piață a afacerii
3. Metode de evaluare financiară a afacerilor
4. Creșterea valorii de piață a unei afaceri în finanțarea corporativă
5. Producția de mărfuri și mecanismele de export
6. Dezvoltarea și modalitățile de implementare a unui parteneriat public-privat între stat și o afacere
7. Mecanisme de finanțare a proiectelor de investiții
8. Mecanisme, forme și instrumente pentru dezvoltarea parteneriatelor public-privat
9. Forme de interacțiune între diverse sectoare ale economiei
10. Influența volatilității piețelor mondiale de mărfuri asupra stabilității financiare a afacerii
11. Metode de stabilire a prețurilor bazate pe costuri și aplicarea lor în timpul unei crize financiare
12. Crizele ca oportunități pentru viitor
13. Echitatea de gen și multiethnică în afaceri
14. Creșterea vânzărilor prin inovare și abordări creative în afaceri
15. Hărțuirea sexuală ca amenințare la adresa mediului de muncă
16. Motivația ca motor eficient de stimulare a angajaților
17. Provocări și oportunități pentru mediile de lucru moderne
18. Etica corporativă pentru afaceri de succes
19. Factori și realizări în efectuarea afacerilor
20. Managementul uman și eficiența forței de muncă

21. Metode totale de management al calității și nevoile clienților
22. Cultura corporativă - factor cheie pentru succesul afacerii
23. Influența mediului extern asupra dezvoltării companiei X (alegeți o întreprindere).
24. Gestionarea relației cu părțile interesate. Studiu de caz al lui X (alegeți o întreprindere);
25. Rolul Întreprinderilor Mici și Mijlocii (IMM-uri) în economia națională a RM;
26. Provocări pentru înființarea unei companii în RM;
27. Gestionarea dezvoltării produsului/serviciului în compania X (alegeți o întreprindere);
28. Gestionarea complexității prin utilizarea de programe integrate pe computer. Studiu de caz despre compania X (alegeți o întreprindere);
29. Gestionarea procesului de producție. Studiu de caz asupra companiei X (alegeți o întreprindere);
30. Politica de concurență în UE. Economia coluziunii tacite;
31. Relația dintre inovație-concurență pe piața globală. Abuzul de poziție dominantă;
32. Analiza politicii fiscale în RM – armonizare și contradicții;
33. Politicile comerciale și de concurență la răscruce: conflicte și sinergii pe termen lung;
34. Implicațiile bugetare ale devenirii RM candidate la UE;
35. Satisfacția la locul de muncă și intenția de schimbare a angajaților;
36. Planificarea viitorului cu risc și incertitudine: procesul de planificare înainte-înapoi;
37. Efectul oportunităților de dezvoltare a formării profesionale în fidelizarea angajaților;
38. Construirea strategiei în negocierea integrativă/distributivă. Studiu de caz al lui X (alegeți o întreprindere);
39. Managerul ca mediator. Procesul de mediere la Compania X (alegeți o întreprindere);
40. Gestionarea conflictului prin negociere. Studiu de caz al companiei X (alegeți o întreprindere);