

APROB
Ședința Departamentului
Economie, Marketing și Turism
PV 11 din 22.05.2026



Universitatea de Stat din Moldova
Facultatea de Științe Economice
Departamentul Economie, Marketing și Turism
Tematica temelor tezelor de master propusă de coordonatori pentru
Programul Management și Marketing hotelier și Turism pentru a.s 2026-2027

1. Evaluarea tendințelor pieței turistice și utilizarea cercetărilor de marketing pentru optimizarea serviciilor hoteliere
2. Adaptarea strategiilor de marketing turistic în contextul crizelor și embargourilor
3. Rolul rețelelor asociațive ale diasporei în conservarea tradițiilor și dezvoltarea turismului sustenabil
4. Dezvoltarea turismului în Republica Moldova în contextul integrării în Uniunea Europeană: implicații economice și strategice
5. Managementul veniturilor în unitățile de cazare ca instrument de creștere a competitivității în industria ospitalității
6. Gestiunea reputației online ca instrument strategic în industria ospitalității pentru creșterea loialității clienților și a avantajului competitiv
7. Rolul autenticității în construirea loialității față de brandul turistic al destinațiilor și impactul asupra satisfacției și comportamentului post-consum al turiștilor
8. Managementul strategic și marketingul integrat în turism ca factori determinanți ai competitivității și dezvoltării durabile a destinațiilor turistice
9. Creșterea eficienței relației cu clientul prin optimizarea proceselor de rezervare și comunicare în cadrul entităților hoteliere
10. Corelarea practicilor de management hotelier cu nivelul de competitivitate al entităților din industria ospitalității
11. Calitatea serviciilor hoteliere și rolul acestora în formarea unei experiențe superioare a clientului
12. Experiența turistică și determinanții loialității consumatorilor în cadrul serviciilor de ospitalitate
13. Orientarea strategică a marketingului hotelier în contextul intensificării concurenței pe piața turistică
14. Digitalizarea serviciilor hoteliere ca factor al eficientizării activității operaționale și al creșterii satisfacției clienților
15. Digitalizarea managementului relațiilor cu clienții în industria hotelieră prin implementarea soluțiilor CRM
16. Promovarea digitală a serviciilor hoteliere și turistice și adaptarea strategiilor de comunicare la comportamentul consumatorului online

17. Comportamentul consumatorului turistic și implicațiile acestuia asupra configurării ofertei entităților hoteliere
18. Aplicarea principiilor managementului calității totale în industria ospitalității și implicațiile asupra performanței hoteliere
19. Managementul brandului hotelier în contextul re poziționării pe piață și al consolidării avantajului competitiv
20. Reputația online a entităților hoteliere și rolul recenziilor digitale în determinarea performanței acestora
21. Marketingul turistic orientat spre dezvoltarea turismului intern și valorificarea resurselor turistice ale destinațiilor locale
22. Rolul managementului serviciilor de alimentație publică în configurarea experienței turistice în cadrul entităților hoteliere
23. Sustenabilitatea în turism și contribuția acesteia la dezvoltarea competitivă a destinațiilor turistice
24. Diversificarea serviciilor de agrement ca instrument de dezvoltare și diferențiere a ofertei hoteliere și turistice
25. Managementul riscurilor în industria ospitalității în contextul instabilității economice și al fluctuațiilor cererii turistice
26. Tehnologiile inteligente în industria hotelieră și rolul acestora în inovarea serviciilor și personalizarea experienței clientului
27. Integrarea serviciilor turistice și de agrement în structuri de ofertă complexe pentru creșterea atractivității produsului turistic
28. Abordarea strategică a managementului și marketingului în consolidarea competitivității destinațiilor turistice din Republica Moldova
29. Dezvoltarea Organizațiilor de Management al Destinațiilor pentru creșterea competitivității turismului din Republica Moldova
30. Valorificarea instrumentelor de promovare sustenabilă în consolidarea imaginii turistice a Republicii Moldova
31. Valorificarea patrimoniului cultural local ca factor strategic în dezvoltarea turismului durabil
32. Crearea infrastructurii informaționale turistice prin măsuri concrete de digitalizare și management al datelor pentru susținerea dezvoltării destinației
33. Optimizarea sistemelor naționale de baze de date privind fluxurile turistice prin îmbunătățirea proceselor de colectare, gestionare și utilizare a datelor
34. Оценка тенденций туристского рынка и использование маркетинговых исследований для оптимизации гостиничных услуг
35. Организация и продвижение деловых мероприятий в Республике Молдова как инструмент развития MICE-туризма
36. Инновационные форматы event-маркетинга в туризме и их влияние на восприятие ценности
37. Интеграция принципов slow туризма в развитие туристических продуктов для повышения привлекательности туристских дестинаций Республики Молдова