

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 licență propusă de coordonatori pentru
Specialitatea Servicii hoteliere, Turism și Agrement pentru a.s 2026-2027
Grupele cu predare în limba rusă

1. Совершенствование процессов стандартизации услуг в агротуризме как инструмент повышения качества обслуживания
2. Разработка механизмов внедрения стандартов обслуживания в сельском туризме с целью повышения привлекательности дестинаций
3. Повышение конкурентоспособности туристских услуг на основе стандартизации и сертификации в индустрии гостеприимства
4. Разработка туристического продукта на основе сельской усадьбы с интеграцией гастрономического компонента (на примере Молдовы)
5. Проектирование экологической тропы как инструмента развития познавательного туризма на особо охраняемых природных территориях (на примере заповедника / национального парка Молдовы)
6. Концепция slow tourism как инструмент развития агротуристических усадеб в сельской местности Молдовы
7. Разработка этно-фестиваля как драйвера развития сельского и экологического туризма в регионе (на примере конкретного района Молдовы)
8. Обеспечение конкурентоспособности гостиничного предприятия на основе качества предоставляемых услуг
9. Применение искусственного интеллекта в продвижении туристических дестинаций
10. Формирование имиджа экологически ответственной туристической дестинации
11. Влияние принципов устойчивого развития на конкурентоспособность дестинации
12. Моделирование клиентского пути туриста в туристической дестинации
13. Персонализация туристических предложений как фактор повышения привлекательности дестинации
14. Ностальгический туризм в контексте разработки стратегий привлечения диаспоры
15. Визуальный маркетинг дестинации в формировании туристического спроса
16. Феномен «инстаграмных мест» в формировании туристических потоков

17. Использование геймификации в организации мероприятий для повышения вовлеченности аудитории
18. Роль социальных сетей в продвижении и оценке эффективности мероприятий
19. Планирование и организация корпоративных мероприятий для повышения мотивации сотрудников в сфере HoReCa
20. Разработка стратегии event-маркетинга в туризме: создание уникального клиентского опыта
21. Организация мероприятий в MICE-туризме как инструмент создания ценности для участников
22. Фестивальная деятельность как средство повышения туристической привлекательности дестинации
23. Оценка конкурентных преимуществ туристского предприятия и направления их дальнейшего развития
24. Гастрономический туризм в системе факторов повышения привлекательности туристских дестинаций: исследование на примере винодельческого региона
25. Влияние маркетинговых коммуникаций в социальных сетях на формирование потребительских предпочтений при выборе туристских направлений
26. Психологические особенности восприятия туристской рекламы потребителями
27. Использование социальных сетей в продвижении услуг сельского туризма туристского предприятия
28. Виртуальные путешествия как инновационное направление развития рекламной деятельности в сфере туризма
29. Совершенствование интернет-продвижения туристского продукта предприятия в условиях цифровизации туристского рынка
30. Влияние культурных мероприятий на формирование туристической привлекательности территории: исследование на примере местного фестиваля
31. Экологический туризм как инструмент обеспечения устойчивого развития туристских дестинаций
32. Роль имиджа и бренда в укреплении и продвижении национального туризма
33. Вклад туризма в экономическое развитие местных сообществ: исследование на примере сельской туристической дестинации
34. Стратегии повышения лояльности клиентов в гостиничной индустрии
35. Управление жалобами клиентов и проблемными ситуациями в сфере гостиничных услуг
36. Управление службами фронт-офиса и их роль в повышении эффективности деятельности предприятий размещения
37. Организация и управление службой housekeeping в гостиничных предприятиях
38. Развитие инфраструктуры развлечений и её вклад в повышение привлекательности туристических дестинаций
39. Гастрономический туризм как форма диверсификации туристского продукта и эффективного использования местных ресурсов
40. Развитие wellness- и бальнеологического туризма в контексте современных тенденций туристического рынка

41. Приключенческий туризм и перспективы развития специализированных рекреационных услуг
42. Диверсификация гостиничного продукта посредством развития дополнительных услуг и тематических туристских впечатлений
43. Влияние искусственного интеллекта на процесс принятия потребителями решений при выборе услуг туристского размещения
44. Адаптация гостиничных услуг к новым моделям потребительского поведения в условиях цифровизации туризма
45. Трансформация туристского поведения поколения Z и её влияние на развитие туристических услуг