

## **Teme orientative pentru lucrări absolvire (licență) disciplina ”Managementul agenției de publicitate”, Publicitate univ. an 2**

1. Stiluri de management în agențiile de publicitate din România. Schimbări în perioada de pandemie
2. Managementul resurselor umane în agenția de publicitate. Efecte ale pandemiei
3. Condițiile de muncă ale angajaților în agențiile de publicitate. Schimbări în perioada de pandemie
4. Migrația angajaților din agențiile de publicitate
5. Antreprenariat în sectorul publicitar românesc
6. Managementul echipelor creative în agențiile de publicitate
7. Strategii de alocare a bugetelor de media în publicitate
8. Repere în istoria publicității românești
9. Dimensiunea mitică, etologică și socială a publicității
10. Tehnici de creație utilizate la nivelul componentelor reclamei (marcă, ilustrație, titlu, text).

\* ”agenția de publicitate” poate fi înlocuită cu orice tip de agenție din domeniu: de marketing, de branding, de PR, de media etc.

## **Teme orientative pentru lucrări absolvire (licență) disciplina ”Cultură organizațională”, Publicitate univ. an 3**

1. Fenomene ale culturii organizaționale în diferite tipuri de companii (multinaționale/românești; de stat/private/ONG-uri; mari/IMM-uri; în diferite sectoare economice). Efecte ale pandemiei asupra acestora
2. Conflictul organizațional în diferite tipuri de companii (multinaționale/românești; de stat/private/ONG-uri; mari/IMM-uri; în diferite sectoare economice)
3. Comunicare organizațională în diferite tipuri de companii (multinaționale/românești; de stat/private/ONG-uri; mari/IMM-uri; în diferite sectoare economice). Schimbări în perioada de pandemie
4. Storytelling în diferite tipuri de companii (multinaționale/românești; de stat/private/ONG-uri; mari/IMM-uri; în diferite sectoare economice)

5. Stiluri de conducere în diferite tipuri de companii (multinaționale/românești; de stat/private/ONG-uri; mari/IMM-uri; în diferite sectoare economice). Schimbări în perioada de pandemie
6. Promovarea culturii organizaționale prin utilizarea noilor tehnologii
7. Managementul resurselor umane în diferite tipuri de companii (multinaționale/românești; de stat/private/ONG-uri; mari/IMM-uri; în diferite sectoare economice). Efecte ale pandemiei
8. Tinerii și piața muncii: angajabilitate, internship-uri, voluntariat, echilibrul viață profesională-viață privată-educație etc.
9. Caracteristici ale culturii antreprenoriale în diferite tipuri de companii (multinaționale/românești; de stat/private/ONG-uri; mari/IMM-uri; în diferite sectoare economice)
10. Abordarea interculturală (comparații între două sau mai multe țări) a oricăreia dintre dimensiunile organizaționale de mai sus.

**Teme orientative pentru lucrări absolvire ( disertație) disciplina ”Inovare în industrii creative”, MPR și MAV an 2**

1. Forme de inovare în industriile creative în perioada de pandemie. Efecte asupra publicului-țintă
2. Antreprenariat în industriile creative. Caracteristici ale IMM-urilor/start-up-urilor înființate în industriile creative și situația lor în perioada de pandemie
3. Comportamentul de consum cultural (*consum* al produselor și serviciilor oricărei industrii creative) în rândul diferitelor categorii de public. Schimbări în perioada de pandemie
4. Condiții de muncă în organizațiile din industriile creative. Efecte ale lucrului de acasă în perioada de pandemie
5. Managementul resurselor umane în organizațiile din industriile creative. Schimbări în perioada de pandemie
6. Echilibrul muncă – viață personală în perioada de pandemie în industriile creative
7. Inovarea organizațională în sectorul creativ
8. Caracteristici ale ocupării tinerilor în industriile creative

9. Promovarea produselor/serviciilor industriilor creative prin social media
10. Schimbări în comportamentul de consum al produselor / serviciilor realizate de organizațiile intensiv-cognitive în perioada de pandemie.