



DEPARTAMENTUL DE MANAGEMENT – MARKETING

TEMATICA ORIENTATIVĂ A LUCRĂRILOR DE LICENȚĂ
SPECIALIZAREA MARKETING

Prof.univ.dr. Iliuță Costel Negricea

1. Strategia de marketing a S.C. ...
2. Campania de marketing online la S.C. ...
3. Elaborarea strategiei de promovare a S.C. ...
4. Coordonatele mix-ului de marketing în cadrul firmei / organizației sociale / partidului ...
5. Strategia de piață a S.C. ...
6. Program de marketing privind lansarea pe piața din ... a produsului ...
7. Analiza mediului de marketing al S.C. ...
8. Program de marketing privind organizarea campaniei publicitare ... pentru produsul ... la S.C. ...
9. Strategii de marketing privind pătrunderea firmei ... pe piața românească de ...
10. Particularitățile politicii de produs la S.C. ...
11. Elaborarea politicii de preț la S.C. ...
12. Elaborarea strategiei de distribuție la S.C. ...
13. Organizarea și desfășurarea campaniei de promovare ... pentru produsul/ serviciul ... pe piața ...
14. Analiza portofoliului de produse și mărci al firmei ...
15. Rolul prețului în realizarea obiectivelor strategice ale S.C. ...
16. Studiul imaginii produsului/serviciului/mărcii/întreprinderii/ ...
17. Studiu privind piața produselor/ serviciilor ... din România
18. Elaborarea planului de marketing al S.C. ...
19. Elaborarea mixului de comunicare online la S.C. ...
20. Strategia de marketing digital a S.C. ...

Prof.univ.dr. Tudor Edu

1. Întreprinderea și mediul său extern. Studiu de caz ...
2. Cercetarea pieței bunurilor productive ...
3. Comportamentul de achiziție al întreprinderii ...
4. Strategia de piață a întreprinderii ...
5. Mixul de marketing pe piața bunurilor/ serviciilor productive. Studiu de caz ...



6. Cercetarea comportamentului de cumpărare pentru produsul/ serviciul ...
7. Cercetarea atitudinilor cumpărătorilor potențiali/actuali față de ...
8. Cercetarea motivelor de cumpărare și necumpărare pentru grupa de mărfuri ...
9. Cercetarea percepției cumpărătorilor potențiali față de grupa de mărfuri/ marca ...
10. Metode de reducere a disonanței cognitive în cazul achiziționării ofertei unei companii. Studiu de caz ...
11. Comportamentul consumatorului și factorii de influență. Studiu de caz
12. Modele globale utilizate în studiul comportamentului consumatorului. Studiu de caz
13. Comportamentul consumatorului organizațional și factorii de influență. Studiu de caz pe organizația
14. Comportamentul de achiziție al întreprinderii
15. Procesul decizional de cumpărare în cazul individului pentru produsul/marca

Prof.univ.dr. Theodor Purcărea

1. Sistemul de merchandising și construirea și întreținerea infrastructurii centrate pe client. Cazul ...
2. Valorificarea de către retailer a oportunităților de a reduce costurile indirecte. Cazul ...
3. Îmbunătățirea experienței de cumpărături prin utilizarea adecvata a managementului categoriei
4. de produse. Cazul ...
5. Provocări în merchandising. Cazul ...
6. Implementarea marketingului relațional la S.C. ...
7. Plan de marketing social media. Cazul ...
8. Noi provocări pentru marketerii B2B. Cazul ...
9. Călătoria clientului B2B și creșterea venitului bazat pe client. Cazul...
10. Dezvoltarea personală a marketerului și noile experiențe de învățare. Cazul ...
11. Marketing în perioada recesiunii. Cazul ...

Prof.univ.dr. Mihai Papuc

1. Piața produsului /serviciului (caracteristici generale, particularități,cadrul legal și instituțional, producție, consum, mutații, tendințe)
2. Cercetare de marketing privind preferințele consumatorilor pentru produsul/serviciul.... la compania...
3. Tehnici moderne de organizare a activității de marketing la SC....
4. Cercetarea comportamentului de cumpărare și consum pentru produsul/serviciul....Studiu de caz la SC....
5. Model de eșantionare a consumatorilor produsului... folosind scheme neprobabilistice.
6. Metodologia culegerii și prelucrării informațiilor pentru elaborarea unui studiu de piață la SC.....
7. Rolul agenților de vânzări în promovarea produselor firmei.....



Conf.univ.dr. Nicoleta Rossela Dumitru

1. Evaluarea mediului de marketing și a conjuncturii pieței la S.C. ...
2. Studiarea conjuncturii pieței produsului/organizației ... , în perioada
3. Interconținționarea componentelor mix-ului de marketing în cadrul politicii de marketing a firmei ...
4. Relațiile cu clienții, componentă a mediului de marketing în cadrul S.C ...
5. Analiza mediului economic în contextul economiei concurențiale.
6. Analiza contextului concurențial pentru organizație – studiu de caz
7. Comunicarea în marketing direct – studiu de caz
8. Comunicarea internă, factor de succes într-o companie – studiu de caz
9. Elaborarea strategiei de marketing a firmei ...
10. Strategia de piață a firmei – componentă importantă a strategiei generale de dezvoltare a firmei.

Conf.univ.dr. Oana Preda

1. Politica de produs în marketingul internațional pe exemplul ...
2. Politica de preț în marketingul internațional pe exemplul ...
3. Politica de promovare în marketingul internațional pe exemplul ...
4. Politica de distribuție în marketingul internațional pe exemplul ...
5. Standardizare sau adaptare a publicității pe piața din ...
6. Marca ... în marketingul internațional
7. Mixul de marketing în domeniul financiar-bancar pe exemplul ...
8. Politica de produs în cadrul băncii ...
9. Politica de promovare a ...
10. Politica de distribuție a ...

Conf.univ.dr. Andreea Budacia

Management comercial

1. Evoluții și tendințe în comerțul detaliat din România /UE/ internațional
2. Evoluții și tendințe în comerțul angrosist din România /UE/ internațional
3. Particularitățile managementului comercial – studiu de caz.....
4. Managementul canalelor de distribuție – studiu de caz.....
5. Managementul sistemului logistic comercial – studiu de caz.....
6. Managementul rutelor comerciale – studiu de caz.....
7. Managementul vânzărilor – studiu de caz.....
8. Rolul și importanța serviciilor comerciale în managementul comercial....



9. Aprovizionarea unitatilor comerciale– studiu de caz.....
10. Analiza comparativă a hipermagazinelor/supermagazinelor din România

Managementul calității

1. Asigurarea calității produselor, modalitate de obținere a competitivității pe piața....
2. Certificarea unui sistem de management al calității: costuri și beneficii
3. Importanța și implicațiile culturii calității la nivel de organizație
4. Proiectarea și implementarea unui sistem de management al calității în conformitate cu standardele internaționale, în cadrul organizației.....
5. Auditarea și certificarea proceselor sau a sistemelor de management al calității din cadrul companiei.....
6. Studiul sortimentului și calității produselor
7. Garantarea calității produselor– metodologie și practică
8. Marca – garantie a calitatii

Tehnici promotionale

1. Metode și tehnici promoționale utilizate in cadrul
2. Planificarea și derularea campaniei promoționale/ publicitare/ de PR/ promovare stimulentă.....
3. Coordonatele politicii promoționale în cadrul organizației X
4. Participarea organizației X la târgul / expoziția.....
5. Evoluții și tendințe în publicitatea produselor.....
6. Analiza mixului promotional in cadrul organizației X

Lect.univ.dr. Cristina Drăgan

1. Marketingul relațiilor cu clienții în practica organizației ...
2. Programul de recompensare a clienților implementat la nivelul organizației...
3. Analiza și gestionarea portofoliului clienți prin CRM. Studiu de caz la nivelul organizației....;
4. Alternative strategice adoptate de SC...pentru satisfacția și fidelizarea clienților.
5. Strategia de comunicare în contextul orientării spre client. Studiu de caz la nivelul organizației....;
6. Interactivitatea – factor cheie în consolidarea atașamentului clienților. Studiu de caz la SC...;
7. Managementul plângerilor și reclamațiilor în cadrul SC....;
8. Măsuri de îmbunătățire a relației cu clienții adoptate de SC....;
9. Studiu cantitativ privind identificarea factorilor care conduc la loialitate pe piața...
10. Studiu cantitativ privind gradul în care marketingul relațiilor cu clienții este implementat în organizațiile din țara noastră
11. Analiza procesului de comunicare și a componentelor sale în cadrul S.C. ...



12. Studiul elementelor de comunicare formală și informală în cazul S.C...
13. Pârghii de îmbunătățire a procesului de comunicare dintre parteneri. Studiu calitativ în rândul...;
14. Relațiile publice: importanță și particularități în practica organizațiilor din domeniul... (asigurărilor, turistic etc.)
15. Rolul relațiilor publice în construirea imaginii organizației / țării...
16. Elaborarea campaniei de relații publice. Studiu de caz la nivelul organizației....;
17. Studiul imaginii organizației... în rândul clienților (cercetare cantitativă);
18. Comunicarea – variabilă cheie în procesul de consolidare a relațiilor cu clienții. Studiu de caz la nivelul organizației....;
19. Dimensiuni ale strategiei de comunicare internă în cadrul organizației....;
20. Comunicarea de criză și managementul acesteia. Studiu de caz la nivelul organizației....;

Conf.univ.dr. Alexandru Ionescu

1. Implicațiile aderării României la Uniunea Europeană.
2. Efectele procesului de globalizare.
3. Evoluția marilor puteri în contextul globalizării.
4. Corporațiile transnaționale și competitivitatea exporturilor.
5. Investițiile externe de capital.
6. Grupări de integrare regională.
7. Politica economică în țările dezvoltate.
8. Corporațiile transnaționale și zone offshore.
9. Implicațiile paradisurilor fiscale în planificarea fiscală corporatistă.
10. Evoluția și impactul crizei economico-financiare.

Conf.univ.dr. Olga Potecea

1. Managementul întreprinderii prin costuri (studiu de caz la S.C.)
2. Managementul întreprinderii prin bugete pe modelul S.C.....
3. Studiu privind organizarea contabilității financiare și de gestiune a cheltuielilor la S.C.
4. Managementul, organizarea contabilității și controlul producției la S.C.....
5. Îmbunătățirea managementului la S.C. pe baza controlului activității prin costuri.
6. Studiu privind organizarea contabilității și a calculației costurilor pe centre de responsabilitate (studiu de caz la S.C.)
7. Studiu privind organizarea contabilității de gestiune și a calculației costurilor prin metoda direct costing (studiu de caz la S.C.)



8. Studiu privind perfecționarea managementului sistemului informațional-contabil, la S.C. ...
9. Studiu privind managementul fluxului de lichidități la S.C....
10. Perfecționarea managementului pe baza analizei echilibrului financiar și a rentabilității la S.C.

Conf.univ.dr. Mihaela Prună

1. Dimensiuni psihosociale specifice organizației economice orientate spre profit
2. Repere psihosociale specifice proiectării structurii organizaționale
3. Relații interpersonale în organizația orientate spre profit
4. Surse ale conflictelor în organizația economică
5. Dinamica individului în grupul de muncă
6. Autoritate formală și informală în grupurile organizaționale
7. Gestionarea stresului profesional în organizația economică
8. Particularități ale gestionării resursei umane în organizația economică
9. Cariera profesională în organizația economică
10. Socializarea și integrarea organizațională.

***NOTĂ:** Tema lucrării se va stabili în coordonare cu profesorul îndrumător. Temele prezentate mai sus sunt orientative, în funcție de problematica supusă atenției în cadrul organizației existând posibilitatea abordării și a altor teme. Pentru cadrele didactice care apar în lista pentru coordonarea lucrărilor de licență, la specializarea Marketing, și nu sunt prezente cu tematică orientativă, se pot alege teme în directă coordonare cu acestea.*