



DEPARTAMENTUL DE MANAGEMENT – MARKETING

TEMATICA ORIENTATIVĂ A LUCRĂRILOR DE LICENȚĂ *SPECIALIZAREA MARKETING*

Prof.univ.dr. Iliuță Costel Negricea

1. Strategia de marketing digital a S.C. ...
2. Campania de marketing digital la S.C. ...
3. Elaborarea mix-ului de comunicare online în cadrul firmei / organizației sociale / partidului ...
4. Analiza mediului de marketing al S.C. ...
5. Strategia de piață a S.C. ...
6. Program de marketing privind lansarea pe piața din ... a tehnologiei/aplicației digitale ...
7. Organizarea și desfășurarea campaniei de promovare online ... pentru produsul/ serviciul ... pe piața ...
8. Analiza portofoliului de produse și mărci al firmei ...
9. Elaborarea planului de marketing al S.C. ...
10. Analiza politicii de marketing digital a S.C. ...

Prof.univ.dr. Tudor Edu

1. Organizația non-profit și mediul său extern. Studiu de caz ...
2. Cercetarea pieței bunurilor productive ...
3. Comportamentul de achiziție al organizației non-profit ...
4. Strategia de piață a organizației non-profit ...
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 organizației non-profit
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 adecvată 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 ...

Conf.univ.dr. Nicoleta Dumitru

1. Evaluarea mediului de marketing și a conjuncturii pieței la S.C. ...
2. Studiarea conjuncturii pieței produsului/organizației ... , în perioada
3. Intercondiționarea 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 detailist 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 unităților 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 – garanție a calității

Tehnici promotionale

1. Metode și tehnici promoționale utilizate în 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

Conf.univ.dr. Mariana Sorlescu

1. Factori de influență în formarea și evoluția profitului la S.C.
2. Mecanisme și politici de creștere a rentabilității. Studiu de caz...
3. Efecte economice ale formării și funcționării monopolurilor. Studiu de caz...
4. Rolul băncilor centrale în economia de piață contemporană. Studiu de caz..
5. Rolul creditului in economie. Studiu de caz: ...
6. Analiza evoluției pieței capitalului în România în perioada
7. Mutații contemporane în cadrul pieței muncii. Efectele pandemiei de Covid-19
8. Analiza evoluției salariului real în România. Cauze și efecte.
9. Analiza factorilor care influențează mărimea și dinamica investițiilor în economia contemporană.
10. Analiza evoluției structurii consumului în România în perioada
11. Indicatori macroeconomici – evoluție și perspective la nivel de economie națională.
12. Inflația – cauze și efecte – studiu de caz.
13. Analiza evoluției inflației la nivel european (sau național).
14. Impactul globalizării economice asupra șomajului și ocupării forței de muncă.
15. Mecanisme și politici de reducere a șomajului în economia globală.
16. Evoluții și tendințe în evoluția șomajului la nivel european (sau național)
17. Analiza efectelor crizei economice din Europa. Studiu de caz: Grecia.
18. Criza economica si efectele ei asupra pietei muncii.
19. Concurenta de oligopol in Romania; studiu de caz....
20. Dezvoltarea durabilă – element central al strategiilor economice actuale.



21. Teorii și modele de creștere economică.
22. Constrângerea deomografică și dezvoltarea sustenabilă în economia mondială.
23. Rolul firmelor mici și mijlocii în economia României. Studiu de caz.
24. Politici și instrumente macroeconomice în economiile moderne. Studiu de caz.
25. Importanța sectorului serviciilor în economia românească.
26. Firma și mediul concurențial actual. Studiu de caz...
27. Ciclicitatea activității economice. Studiu de caz: criza economică mondială
28. Economia oficială versus economia subterană în România.
29. Analiza investițiilor în România în perioada 2007-2022
30. Evoluția pieței asigurărilor în România.
31. Energia regenerabilă în Uniunea Europeană și România și dezvoltarea durabilă a UE
32. Marile provocări globale și creșterea sustenabilă.
33. Creșterea populației și dezvoltarea durabilă.
34. Provocări ale creșterii populației pe glob. Studiu de caz- urbanizarea excesivă

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. Managementul, organizarea contabilității și controlul producției la S.C.....
4. Îmbunătățirea managementului la S.C. pe baza controlului activității prin costuri.
5. Studiu privind organizarea contabilității și a calculației costurilor pe centre de responsabilitate (studiu de caz la S.C.)
6. Studiu privind organizarea contabilității de gestiune și a calculației costurilor prin metoda direct costing (studiu de caz la S.C.)
7. Analiza cost-volum-profit la S.C....
8. Studiu privind tipologia costurilor și eficientizarea acestora la S.C....
9. Influența politicilor contabile în analiza costurilor.
10. Studiu privind managementul fluxului de lichidități la S.C....

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. 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.

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....

Lect.univ.dr. Alexandra Perju Mitran

1. Strategia de marketing a S.C. ...
2. Campania de marketing online la S.C. ...
3. Elaborarea strategiei de piață a S.C. ...
4. Elaborarea strategiei de promovare a S.C. ...
5. Coordonatele mix-ului de marketing în cadrul firmei / organizației...
6. Particularitățile politicii de produs la S.C. ...
7. Elaborarea politicii de preț la S.C. ...
8. Elaborarea strategiei de distribuție la S.C. ...
9. Analiza mediului de marketing al S.C. ...
10. Strategii de marketing privind pătrunderea firmei ... pe piața românească a ...
11. Analiza portofoliului de produse și mărci al S.C. ...
12. Studiul imaginii produsului/serviciului/mărcii/întreprinderii/ ...
13. Studiu privind piața produselor/ serviciilor ... din România
14. Elaborarea planului de marketing al S.C. ...
15. Cercetarea atitudinilor cumpărătorilor potențiali/actuali față de ...
16. Cercetarea motivelor de cumpărare și necumpărare pentru produsul/serviciul ...



17. Elaborarea mixului de comunicare online al S.C. ...
18. Strategia de marketing digital a S.C. ...
19. Procesul decizional de cumpărare al individului pentru produsul/marca ...
20. Organizarea și desfășurarea campaniei de promovare ... pentru produsul/ serviciul ... pe piața ...
21. Promovarea multimedia a companiei/produsului/serviciului...
22. Studiu privind strategiile de pătrundere pe piața... adoptate de compania.....
23. Perfecționarea sistemului informațional de marketing al S.C.

Lect.univ.dr. Mihai Nedelescu

1. Analiza poziției financiare a unei firme
2. Analiza performanțelor financiare ale unei firme
3. Analiza rentabilității unei firme
4. Metoda scorurilor în diagnosticul global al firmei
5. Capacitatea de autofinanțare a unei firme
6. Împrumuturile din emisiuni de obligațiuni, sursă de finanțare a unei companii
7. Adoptarea deciziei de investire pe baza criteriilor financiare de evaluare a proiectelor de investiții
8. Finanțarea proiectelor de investiții din credite pe termen lung
9. Bugetul de venituri și cheltuieli al unei firme
10. Determinarea riscului de faliment al unei firme
11. Impactul costului capitalului asupra structurii financiare a firmei
12. Maximizarea valorii unei companii prin intermediul factorilor determinanți ai structurii financiare a unei companii

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.