DEPARTAMENTUL DE MANAGEMENT – MARKETING

TEMATICA ORIENTATIVĂ A LUCRĂRILOR DE LICENŢĂ

SPECIALIZAREA MANAGEMENT

Prof.univ.dr. Doinița Șendre

1. Studiu privind impactul structurii organizatorice optim proiectate asupra performanței societăților comerciale reprezentative din industria/sectorul/domeniul economic … (la alegere)
2. Modelul leadership-ului situațional în practica managerială. Studiu de caz.
3. Rolul, principiile și sursele motivării în cadrul S.C. …. Corelația cu indicatorii de rezultat.
4. Influența culturii instituțional-manageriale asupra performanțelor organizației. Studiu de caz.
5. Studiu privind interdependența dintre structura formală și informală a societăților comerciale reprezentative din industria/sectorul/domeniul economic … (la alegere)
6. Elaborarea strategiei economice optime. Studiu de caz.
7. Evaluarea capacității adaptive și forței competitive a S.C. …. Strategii de creștere.
8. Studiu privind metodele specifice de evaluare a calității deciziilor manageriale și, implicit, a managerilor de nivel superior în cadrul S.C. ….
9. Studiu privind strategiile de adaptare la societatea digitală a societăților comerciale reprezentative din industria/sectorul/domeniul economic … (la alegere)
10. Analiza procesului de management derulat în cadrul S.C. .... Impactul asupra indicatorilor de rezultat. Strategii manageriale situaționale.

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. ...

Conf.univ.dr. Andreea Budacia

Managementul aprovizionării și vânzării

1. Coordonatele managementului stocurilor în cadrul……..
2. Strategii de vânzări on line și off line – studiu de caz.....
3. Strategii și politici de aprovizionare in cadrul .....
4. Managementul canalelor de distribuție – studiu de caz.....
5. Managementul sistemului logistic comercial – studiu de caz.....

Managementul Calității

1. Asigurarea calității produselor, modalitate de obținere a competitivității pe piața....
2. Importanța și implicațiile culturii calității la nivel de organizație
3. Proiectarea și implementarea unui sistem de management al calității în conformitate cu standardele internaționale, în cadrul organizației.....
4. Auditarea și certificarea proceselor sau a sistemelor de management al calității din cadrul companiei.....
5. Studiul sortimentului și calității produselor .....

Tehnici promoționale

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 promoțional în cadrul organizației X

Conf.univ.dr. Nicoleta Dumitru

1. Evaluarea mediului de marketing şi a conjuncturii pieţei la S.C.....
2. Studierea conjuncturii pieţei produsului/organizației....., în perioada ..... .
3. Intercondiţionarea componentelor mix-ului de marketing în cadrul politicii de marketing a firmei.....
4. Relaţiile cu clienţii, componentă a mediului de marketing în cadrul S.C.....
5. Analiza mediului economic în contextul economiei concurenţiale.
6. Analiza contextului concurenţial 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 piaţă a firmei – componentă importantă a strategiei generale de dezvoltare a firmei.

Conf.univ.dr. Oana Preda

1. Politica de produs în marketingul internaţional pe exemplul....
2. Politica de preţ în marketingul internaţional pe exemplul....
3. Politica de promovare în marketingul internaţional pe exemplul....
4. Politica de distribuţie în marketingul internaţional pe exemplul....
5. Standardizare sau adaptare a publicităţii pe piaţa din.....
6. Marca.....în marketingul international.
7. Mix-ul de marketing în domeniul financiar-bancar pe exemplul .....
8. Politica de produs în cadrul băncii.....
9. Politica de promovare a.....
10. Politica de distribuţie a.....

Conf.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 potenţiali/actuali faţă de ...
16. Cercetarea motivelor de cumpărare şi 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. Laura-Georgeta Bărăgan

1. Îmbunătățirea activităților de producție prin implementarea unor noi procese tehnologice la S.C. ...
2. Creșterea eficienței activităților domeniului de producție la S.C.
3. Biotehnologii în industria alimentară. Studiu de caz
4. Valorificarea subproduselor .... la S.C. ....
5. Utilizarea indicatorilor tehnico-economici în analiza diagnostic a domeniului de producție la S.C.
6. Schimbarea strategiei la S.C. ...cerută de inovarea tehnologică
7. Managementul calității serviciilor la S.C. ...
8. Managementul serviciilor publice la primăria sector/oraș x
9. Creșterea eficienței activităților organizației S.C.... Recomandări strategico-tactice
10. Analiza diagnostic a organizației prestatoare de servicii S.C.
11. Strategia de dezvoltare a firmei prestatoare de servicii S.C.
12. Cultura organizațională – instrument modern utilizat în derularea procesului de management în cadrul firmei prestatoare de servicii S.C....
13. Evoluția calității serviciilor după pandemia COVID-19

14. Digitalizarea serviciilor ca rezultat al pandemiei COVID-19
15. Managementul resurselor umane în organizațiile de servicii după COVID-19
16. Inovația în servicii stimulată de pandemia COVID-19
17. Reconfigurarea procesului de livrare a serviciilor post-COVID
18. Calitatea serviciilor în unități medicale/sanitare după COVID-19
19. Impactul COVID-19 asupra serviciilor turistice și strategii de recuperare
20. Dezvoltarea serviciilor publice digitale după COVID-19
21. Schimbări în managementul serviciilor bancare după pandemie
22. Analiza diagnostic a firmei prestatoare de servicii S.C...
23. Măsuri de îmbunătățire a activității domeniului/domeniilor .. la S.C....

Lect.univ.dr. Alina Avrigeanu

1. Abordări moderne în managementul resurselor umane. Studiu de caz la S.C. ...
2. Analiza activității manageriale în domeniul ..... (se alege o activitate managerială din domeniul resurse umane). Studiu de caz

3. Flexibilizarea modului, timpului și a programului de lucru – telemunca și munca la distanță. Studiu de caz la S.C....

4. Practici de învățare și dezvoltare a resurselor umane. Studiu de caz la S.C....

5. Practici manageriale în domeniul resurselor umane pentru echilibrarea raportului viață profesională viață personală. Studiu de caz la S.C....

6. Recompense, compensații și beneficii: perspectiva angajatorului și perspectiva angajatului. Studiu de caz la S.C.

7. Analiza activității manageriale în domeniul retenției resurselor umane la S.C..

8. Analiza activității manageriale în domeniul evaluării performanțelor resurselor umane la S.C..

9. Analiza activităţii manageriale în domeniul producţiei la S.C. … şi formularea unor propuneri de îmbunătăţire a acesteia

10. Fundamentarea economică a proiectelor de investiţii privind dezvoltarea capacităţii de producţie. Studiu de caz

Lect.univ.dr. Anca Ștefănescu

Management antreprenorial

1. Elaborarea planului de afaceri la SC ...

2. Elaborarea planului de dezvoltare la SC...
3. Abordări ale factorului uman în planul de dezvoltare al IMM-urilor
4. Efectele pandemiei de COVID-19 asupra IMM-urilor din Romania. Studiu de caz.
5. Studiul culturii organizaţionale şi al comportamentului organizaţional în cadrul ….
6. Schimbarea organizaţională în cadrul societății comerciale ...

Metodologii manageriale

1. Analiza diagnostic a societății...
2. Diagnosticarea manageriala a societatii ...
3. Proiectarea sistemului organizatoric la SC ...
4. Rationalizarea/ Reproiectarea sistemului managerial la SC ...
5. Rationalizarea/ Reproiectarea sistemului metodologic la SC ...
6. Rationalizarea/ Reproiectarea sistemului decizional la SC ...
7. Rationalizarea/ Reproiectarea sistemului informational la SC ...
8. Rationalizarea/ Reproiectarea sistemului organizatoric la SC ...
9. Perfectionarea comunicarii în cadrul SC....
10. Perfectionarea instrumentarului de stimulare a creativitatii personalului
11. Perfectionarea modalitatilor de crestere a eficacitatii muncii managerului
12. Elaborarea strategiei domeniului ..... la SC ...
13. Măsuri de redresare/ îmbunătățire/ dezvoltare a domeniului ... la SC...
14. Recomandări strategico – tactice privind activitatea desfășurată de SC...

Lect.univ.dr. Cristina Drăgan

1. Strategia de piaţă– componentă importantă a strategiei generale de dezvoltare a organizației
2. Strategia de marketing la SC....
3. Relațiile organizației ... cu mediul intern și extern. Beneficii și provocări
4. Particularitățile politicii de promovare la SC....
5. Rolul relațiilor publice în construirea imaginii organizației / țării...
6. Elaborarea campaniei de relații publice. Studiu de caz la nivelul organizației....;
7. Studiul imaginii organizației... în rândul clienților (cercetare cantitativă);
8. Elaborarea unei campanii publicitare pentru produsul (gama de produse)/ serviciul la SC....
9. Studiul imaginii organizației...în rândul clienților
10. Particularitățile pieței produsului / serviciului / industriei....

11. Programul de recompensare a clienților ca instrument de fidelizare în marketing. Studiu la nivelul organizației...
12. Alternative strategice adoptate de .... pentru satisfacția și fidelizarea clienților
13. Organizarea unei campanii de responsabilitate socială de către organizația...

NOTĂ: *Tema lucrării se va stabilii în coordonare cu profesorul îndrumător. Temele prezentate mai sus sunt orientative, în funcţie de problematica supusă atenţiei în cadrul organizaţiei existând posibilitatea abordării şi a altor teme. Pentru cadrele didactice care apar în lista pentru coordonarea lucrărilor de licenţă, la specializarea Management şi nu sunt prezente cu tematică orientativă, se pot alege teme în directă coordonare cu acestea.*