

**TEMATICA ORIENTATIVĂ A LUCRĂRILOR DE LICENȚĂ**  
*SPECIALIZAREA MARKETING*

*a. Teme cu specific de marketing*

**Prof.univ.dr. Theodor Purcărea**

1. Provocări ale comerțului modern cu amănuntul. Cazul S.C. ...
2. Îmbunătățirea experienței de cumpărături prin utilizarea adecvata a managementului categoriei de produse. Cazul S.C. ...
3. Provocări în merchandising. Cazul S.C. ...
4. Implementarea marketingului relațional la S.C. ...
5. Plan de marketing social media. Cazul S.C. ...
6. Noi provocări pentru marketerii B2B. Cazul S.C. ...
7. Dezvoltarea personală a marketerului și noile experiențe de învățare. Cazul S.C. ...
8. Marketing în perioada recesiunii. Cazul S.C. ...
9. Răspuns eficient pentru consumator: îmbunătățirea procedurilor și a relației cu clientul. Cazul S.C. ...
10. Implementarea măsurării marketingului. Cazul S.C. ...

**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. Iiută Costel Negricea**

1. Analiza mediului de marketing al S.C. ...
2. Elaborarea strategiei de piață a firmei...
3. Elaborarea mixului de marketing / marketing online la firma / organizația socială ...
4. Elaborarea strategiei de marketing / marketing online a S.C. ...
5. Politica de marketing a S.C. ...
6. Elaborarea politicii / strategiei de produs la S.C. ...
7. Elaborarea politicii / strategiei de preț la S.C. ...
8. Elaborarea politicii / strategiei de distribuție la S.C. ...
9. Elaborarea politicii / strategiei de promovare la S.C. ...
10. Elaborarea unei campanii de marketing online pentru organizația / produsul / serviciul ...

### **Conf. 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 .....

### **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. Interconținerea 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 ...

#### **Lect.univ.dr. Diana Soca**

1. Mediul de marketing al firmei de servicii
2. Politica de marketing a firmelor de servicii
3. Mixul de marketing la firma...
4. Politica de produs la firma...
5. Politica de promovare la firma...
6. Program de marketing privind lansarea pe piața a unui nou produs sau serviciu
7. Studiarea ofertei de servicii la firma...și posibilități de îmbunătățire a ei
8. Orientarea spre client la firma...
9. Marketingul relational la firma...
10. Organizarea activității de marketing la firma...

#### **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....;

***b. Teme din domeniu***

**Prof.univ.dr. Ovidiu Folcut**

1. Externalizarea activităților/offshoring-ul și impactul său asupra balanțelor comercială și de plăți (evoluției importurilor și exporturilor).
2. Practici comerciale neloiale în comerțul internațional.
3. Inerția istorică (tradiții, obiceiuri, influențe cultural...) și rolul său asupra dezvoltării economice/ comerțului internațional.
4. Politici și practici de promovare și stimulare a exporturilor.
5. Polarizarea schimburilor comerciale și rolul principalilor puteri comerciale.
6. Impactul apariției și dezvoltării grupărilor regionale asupra comerțului internațional.
7. Criza economică mondială și implicațiile sale asupra comerțului la nivel global.
8. Rolul companiilor transnaționale în dezvoltarea comerțului internațional.
9. Rolul politicilor de tip ”Buy Romanian/American products” asupra schimburilor comerciale.

10. Protecționismul - pericolul esențial derivat din actuala criză economică.

**Prof.univ.dr. Florin Bonciu**

1. Investițiile străine directe în sistemul economiei mondiale.
2. Investițiile străine directe – formă de manifestare a globalizării.
3. Societățile transnaționale ca promotori ai investițiilor străine directe.
4. Triada investiții străine directe – societăți transnaționale – globalizare.
5. Modificări în orientarea geografică a fluxurilor mondiale de investiții străine directe în perioada.....
6. Investițiile străine directe și fenomenul fuziunilor și achizițiilor internaționale.
7. Tendințe în reglementările internaționale privind investițiile străine directe.
8. Factori determinanți ai motivației decizionale în domeniul investițiilor străine directe.
9. Mutații în evoluția strategiilor de transnaționalizare.
10. Politici de atragere a investițiilor străine directe în țările dezvoltate / Uniunea Europeană / țări în tranziție / țări în dezvoltare / România.
11. Politici de maximizare a efectelor investițiilor străine directe în țările receptoare.
12. Politici de promovare a expansiunii capitalului din partea țărilor sursă.
13. Caracteristici ale investițiilor străine directe în Europa Centrală și de Est.
14. Utilizarea stimulentei în atragerea investițiilor străine directe.
15. Acordarea de stimulente pentru investiții în contextul reglementărilor Uniunii Europene privind ajutorul de stat.
16. Rolul și funcțiile agențiilor de promovare a investițiilor străine în orientarea fluxurilor mondiale de capital mobil.
17. Funcționarea agențiilor de promovare a investițiilor străine în țara X.
18. Participarea investitorilor străini la procesele de privatizare din țara X.
19. Particularități ale intrărilor de investiții străine directe în România.
20. Evoluția cadrului instituțional și juridic privind investițiile străine directe în România.
21. Perspective ale intrărilor de investiții străine directe în România în perioada.....

**Prof.univ.dr. Dan-Marius Dalotă**

1. Analiza dezvoltării firmelor prin modele economice. Aplicație la S.C.....
2. Analiza mediului extern la S.C.....
3. Analiza politicii de autoreglementare în afaceri. Politici ale eticii organizaționale la S.C.....
4. Analiza riscului în afaceri și impactul asupra managementului la S.C.....
5. Analiza și dimensionarea necesarului de resurse pentru lansarea în afaceri.
6. Conducerea schimbării și inovării la S.C.....

7. Creșterea eficienței manageriale la S.C.....
8. Creșterea eficienței manageriale prin îmbunătățirea motivării personalului la S.C.....
9. Evaluarea eficacității managementului la S.C.....
10. Evaluarea resurselor umane la S.C.....

**Prof.univ.dr. Ana-Maria Preda**

1. Soluții/Propuneri de îmbunătățire/eficientizare a activității .... (de aprovizionare/ desfacere/ comerciale/ de producție/de prestări servicii/ financiar-contabile/etc.) la S.C....
2. Perfecționarea managementului departamentului/compartimentului/activității ..... la S.C. ....
3. Perfecționarea sistemului informațional la S.C. ....
4. Căi de eficientizare a activității departamentului .... la S.C. ....
5. Perfecționarea managementului financiar la S.C. ....
6. Analiza performanțelor S.C. .... și propuneri de îmbunătățire
7. Perfecționarea managementului pe baza analizei echilibrului financiar și a rentabilității la S.C.....
8. Soluții de îmbunătățire a performanței financiare a S.C. ....
9. Propuneri pentru creșterea eficienței utilizării resurselor la S.C.....
10. Soluții manageriale pentru creșterea profitabilității S.C. ....

**Prof.univ.dr. Constantin Secăreanu**

1. Metode statistice utilizate pentru fundamentarea strategiilor de dezvoltare la nivelul unei firme.
2. Evaluarea performanțelor economico-financiare ale firmei cu ajutorul indicatorilor statistici.
3. Analiza corelației existente între productivitatea muncii și salarii la nivelul unei firme (activitate, economia națională).
4. Analiza statistică privind volumul, structura, dinamica și eficiența utilizării resurselor umane la nivelul unei firme.
5. Metode și indicatori statistici de analiză a evoluției în timp a indicatorilor valorici de rezultate la nivelul unei firme.
6. Metode de observare statistică folosite la nivelul unei firme. Utilizarea informației statistice în procesul de conducere.
7. Analiza statistică a activității desfășurate într-o ramură a economiei naționale în perioada \_\_\_\_\_. Perspective de dezvoltare.
8. Analiza statistică a nivelului și evoluției salariilor medii realizate pe principalele activități ale economiei naționale.

9. Metode statistice de analiza a influenței factorilor asupra modificării indicatorilor de performanță la nivelul unei firme.
10. Analiza statistică a nivelului, structurii și dinamicii comerțului internațional al României.

**Prof.univ.dr. Daniela Zirra**

1. Evaluarea riscului proiectelor de investiții.
2. Fundamentarea deciziei pentru realizarea unui proiect de investiții.
3. Evaluarea eficienței unui proiect pentru realizarea unui obiectiv de investiții.
4. Evaluarea efectelor imobilizării capitalului și alegerea variantei optime de eșalonare a tranșelor de investiții.
5. Fundamentarea economică a unui proiect de investiții privind dezvoltarea capacității de producție la o societate comercială.
6. Fundamentarea economică a proiectului de investiții privind re tehnologizarea unei societăți comerciale.
7. Investițiile de capital - suportul material al re tehnologizării și creșterii eficienței economice a agenților economici.
8. Planul de afaceri pentru obținerea unui credit bancar la S.C. ...
9. Elaborarea planului de afaceri pentru dezvoltarea activității S.C. ...
10. Fundamentarea deciziei de investiții la S.C. ...
11. Modalități de creștere a eficienței economice la S.C. ....
12. Incertitudine și risc în evaluarea proiectelor de investiții.
13. Evaluarea riscului în procesul de fundamentare a deciziilor de investiții.
14. Analiza de sensibilitate, incertitudine și risc în evaluarea proiectelor de investiții.
15. Elaborarea studiului de fezabilitate 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. 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. Marilena Din**

1. Analiza econometrică pentru studii de piață – Studiu de caz
2. Modele econometrice pentru cercetarea de piață – Studiu de caz
3. Analize empirice pentru modelarea unor fenomene de piață
4. Modelare matematică pentru optimizarea gestiunii stocurilor – Studiu de caz
5. Fundamentarea asistată a deciziei în strategiile de marketing
6. Metode de optimizare programată a activității de publicitate – Studiu de caz
7. Modelare inferențială pentru probleme de marketing – Studiu de caz
8. Metode statistico-matematice pentru analize de marketing – Studiu de caz
9. Metode statistico-matematice utilizate în analiza cererii de consum
10. Metode statistico-matematice utilizate în prognozarea cererii de consum

### **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.

**Conf.univ.dr. Andreea Budacia**

1. Organizarea și desfășurarea unei campanii promoționale pentru produsul/serviciul la ...
2. Planificarea și derularea unei campanii publicitare în cadrul.....
3. Studiu privind participarea firmei la targul..../expoziția.....
4. Promovarea stimulentei, factor de creștere a vânzătorilor în cadrul firmei
5. Managementul calitatii produselor/ serviciilor, în cadrul.....
6. Managementul stocurilor în cadrul S.C. ....
7. Managementul aprovizionării în cadrul S.C. ....
8. Managementul vânzătorilor în cadrul S.C. ....
9. Managementul performanței întreprinderii comerciale
10. Auditul calitatii produsului/ serviciului/ procesului/ sistemului în cadrul.....

**Lect.univ.dr. Iuliu Ivănescu**

1. Rolul companiilor transnaționale în dezvoltarea comerțului internațional.
2. Respectarea drepturilor de proprietate intelectuală - o provocare majoră pentru comerțul actual.
3. Comerțul cu servicii și dinamica acestuia în primul deceniu al secolului XXI.
4. Avantaje comparative versus avantaje competitive în comerțul internațional.
5. Finalizarea Runderi Doha - principala provocare a OMC în perioada actuală
6. Protecționismul - pericolul esențial derivat din actuală criză economică.
7. Protecționismul tarifar/netarifar și impactul său asupra evoluției comerțului internațional.
8. Rolul Chinei în competiția cu triada SUA-UE-Japonia.
9. E-commerce - o provocare și o realitate a lumii contemporane.
10. Magazinele virtuale - avantaje și dezavantaje în dezvoltarea tranzacțiilor online

*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.*