

**TEMATICA ORIENTATIVĂ A LUCRĂRILOR DE DISERTAȚIE**  
***MARKETING ÎN AFACERI***

***a) Teme cu specific de marketing:***

**Prof.univ.dr. Theodor Purcărea**

1. Managementul strategic al brandului. Cazul S.C. ...
2. Provocări curente în canalul de distribuție. Cazul S.C. ...
3. Regândirea afacerii prin asigurarea transformării de marketing. Cazul. S.C. ...
4. Marketerii și noile abilități în contextul tendințelor actuale. Cazul S.C. ...
5. Crearea experienței ideale a clientului. Cazul S.C....
6. Cunoașterea clientului, livrarea către client și implicarea acestuia: marketing, tehnologie și management. Cazul S.C. ...
7. Angajarea clienților cu experiențe relevante, fundament competitiv în actualul context. Cazul S.C. ...
8. Cum lucrează împreună CRM și MAS. Cazul S.C. ...
9. Orientarea transformării adecvate a experienței clienților. Cazul S.C. ...
10. Construirea unui brand puternic. 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. Cercetarea comportamentului de cumpărare și consum pentru produsul/serviciul.... Studiu de caz la SC...
4. Model de eșantionare a consumatorilor produsului... folosind scheme neprobabilistice;
5. Metode matematice de analiză a informațiilor de piață la firma .....
6. Metode matematice de previziune a fenomenelor de piață la societatea .....
7. Program de marketing privind lansarea pe piața românească/europeană a produsului...
8. Studiarea comportamentului consumatorilor prin metode calitative în cadrul S.C....

### **Conf.univ.dr. Iliuță Costel Negricea**

1. Planificarea de marketing în cadrul S.C. ...
2. Plan de marketing pentru ... la S.C. ...
3. Elaborarea mixului de marketing la firma / organizația socială / partidul ...
4. Elaborarea strategiei de marketing a S.C. ...
5. Strategia de piață a firmei ...
6. Elaborarea strategiei produsului ... la S.C. ...
7. Elaborarea strategiei de preț a S.C. ...
8. Elaborarea strategiei de distribuție a S.C. ...
9. Elaborarea strategiei de promovare a S.C. ...
10. Planificarea activităților de marketing online în cadrul organizației ...

### **Conf.univ.dr. Tudor Edu**

1. Planificarea strategică pentru organizația ...
2. Elaborarea procesului decizional de marketing strategic pentru organizația ...
3. Identificarea, stabilirea și conturarea conceptelor de linie de afaceri, viziune, misiune și valori-elemente strategice pentru activitatea de marketing a organizației. Studi de caz ...
4. Elaborarea planului strategic de marketing pentru organizația ...
5. Elaborarea strategiei STP (Segmentare, Țintire, Poziționare) pentru organizația ...
6. Segmentarea pieței organizației .....
7. Alegerea pieței țintă pe baza evaluării atractivității segmentelor de piață. Studiu de caz ...
8. Poziționarea ofertei organizației ...
9. Analiza mediului de marketing al companiei ..., componentă strategică a activității de marketing
10. Elaborarea strategiei de marketing a companiei ...

### **Conf.univ.dr. Nicoleta Rossela Dumitru**

1. Comunicarea organizațională a companiei
2. Planul de comunicare – studiu de caz
3. Rolul relațiilor publice în procesul comunicațional al firmei
4. Organizarea unei campanii de promovare pentru un bun/serviciu
5. Campania de comunicare integrată de marketing pentru un bun/serviciu
6. Etica în publicitate
7. Rolul forței de vânzare în susținerea și promovarea unui produs
8. Susținerea imaginii de marcă a firmei ... prin marketingul direct
9. Strategii de comunicare în promovarea unui produs/firmă
10. Importanța mesajului în comunicare

### **Conf.univ.dr. Oana Preda**

1. Analiza influenței culturii asupra activității promoționale a companiei...
2. Analiza influenței culturii asupra politicii de produs adoptate de compania...pe piața din...
3. Analiza influenței culturii asupra activităților de fidelizare a clienților din cadrul companiei...
4. Analiza tipologiilor culturale pe piața din...în vederea lansării unui nou produs.
5. Elaborarea unui plan de marketing în vederea ...
6. Analiza tipologiilor culturale pe piața din...în vederea extinderii activității companiei ...
7. Analiza influenței culturii asupra politicii de preț în cadrul companiei ...
8. Analiza influenței culturii asupra politicii de promovare a companiei ...
9. Modelul de distribuție japonez – posibilități și limite de extindere a acestuia pe o altă piață.
10. Analiza influenței culturii asupra deciziilor privind standardizarea sau adaptarea publicității pe piața din ...

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

1. Planificarea campaniei publicitare (studiu de caz)
2. Evoluții și tendințe în creația publicitară (exemple, studii de caz)
3. Rolul și importanța culorilor în creația publicitară
4. Coordonatele industriei publicității în România / UE / SUA etc.
5. Publicitatea adresată copiilor – studiu de caz
6. Publicitatea prin radio / cinematograf / TV / Internet / presa scrisă – studiu de caz
7. Studiu privind pretestarea / post testarea mesajului publicitar

### **Lect.univ.dr. Cristina Drăgan**

1. Strategia de marketing/promovare a instituției culturale.....
2. Politici și strategii de marketing aplicate în domeniul cultural. Studiu de caz...
3. Strategia de piață – componentă importantă a strategiei de dezvoltare a organizației culturale...
4. Relațiile organizației culturale ... cu mediul intern și extern. Beneficii și provocări
5. Particularitățile marketingului destinat programelor cultural – artistice. Studiu de caz...
6. Organizarea evenimentului cultural...
7. Analiza pieței produselor/serviciilor culturale din România (cercetare calitativă cu factori importanți din cultura românească);
8. Relațiile publice și rolul lor în crearea imaginii unei organizații culturale. Studiu de caz.
9. Strategii ale mix-ului de marketing în cadrul organizațiilor de cultură. Studiu de caz.
10. Tehnici de promovare utilizate în domeniul cultural. Studiu de caz...

### Lect.univ.dr. Diana Soca

1. Studierea pietei întreprinderii de servicii
2. Strategiile de marketing ale firmelor de servicii
3. Politica de distribuție la firma ...
4. Gestiunea lanțului logistic la firma ...
5. Fidelizarea clienților la firma ...
6. Tehnici de promovare a vânzărilor utilizate de firma ...
7. Tehnici de merchandising utilizate de firma ...
8. Implementarea și dezvoltarea unui serviciu de customer care la firma...
9. Cercetarea comportamentului consumatorilor de servicii ai firmei...
10. Managementul brandului și al liniilor de produs - element cheie al strategiei de produs la firma ...

### ***b) Teme din domeniu:***

#### Prof.univ.dr. Doinița Ciocîrlan

1. Dimensiuni europene ale managementului strategic în economia bazată pe cunoaștere
2. Managementul strategic al firmei în situații de criză. Strategii combinate
3. Strategia de creștere a competitivității. Studiu de caz
4. Fundamentarea strategiei de dezvoltare. Studiu de caz
5. Raționalizarea poziției strategice a societății comerciale. Studiu de caz
6. Strategia concurențială – factor de creștere a competitivității firmei. Studiu de caz
7. Diagnosticarea strategică. Studiu de caz
8. Scenarii privind strategia economică optimă. Studiu de caz
9. Fundamentarea, elaborarea și implementarea strategiilor funcționale. Studiu de caz
10. Strategii ofensive în mediul concurențial. Studiu de caz.

#### Lect.univ.dr. Iuliu Ivănescu

1. Elementele definitorii ale actualului mediu internațional de afaceri.
2. Determinanții mediului internațional de afaceri și rolul lor în promovarea/limitarea dezvoltării relațiilor economice la nivel global.
3. Particularități ale mediului european/american ... de afaceri.
4. Competitivitatea – element determinant al succesului în cadrul competiției globale.
5. Analiza UE/SUA/China ... din perspectiva competitivității deținute la nivel global
6. Impactul culturii organizaționale asupra mediului de afaceri.
7. Etica în afaceri – o axiomă sau un concept mai mult sau mai puțin desuet în actualul context economic.
8. Responsabilitatea socială a companiilor și rolul acestora în contextul actual.

9. Culturile și subculturile organizaționale și rolul lor în evoluția companiilor.
10. Leadershipul - de la concept la realitate.
11. Principalele provocări pentru lideri și companii în actualul context economic.
12. Rolul liderului în dezvoltarea companiei .....
13. Leader versus manager - o veșnică dilemă.

**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 sunt menționate în lista domeniilor de cercetare științifică în calitate de coordonatori științifici în cadrul programului de studii universitare de masterat „MARKETING ÎN AFACERI” și nu sunt prezente cu tematică orientativă, se pot alege teme în directă coordonare cu acestea.