

**TEMATICA PROPUȘĂ PENTRU
ELABORAREA LUCRĂRILOR DE DISERTAȚIE**

Cadru didactic coordonator: Prof.univ.dr. Andreea-Daniela Moraru

Disciplina/ele: Marketing strategic în TCS

Programul/e de studiu: MAATCS

Anul universitar: 2022-2023

1.	Analiza portofoliului de produse al unei organizatii din domeniul turismului/comertului/serviciilor;
2.	Ciclul de viata al produselor/serviciilor;
3.	Gestionarea produselor unei organizatii din domeniul turismului/comertului/serviciilor;
4.	Analiza concurentilor unei organizatii din domeniul turismului/comertului/serviciilor;
5.	Pozitionarea strategica a produsului/marcii;
6.	Planul de marketing al unei organizatii din domeniul turismului/comertului/serviciilor;
7.	Comportamentul consumatorului de servicii;
8.	Activitatea de marketing a unei organizatii din domeniul turismului/comertului/serviciilor;
9.	Politica de produs a unei organizatii din domeniul turismului/comertului/serviciilor;
10.	Innoirea produselor unei organizatii din domeniul turismului/comertului/serviciilor;
11.	Lansarea pe piata a noilor produse/servicii;
12.	Dezvoltarea si diversificarea produselor/serviciilor;
13.	Marca in cadrul unei organizatii din domeniul turismului/comertului/serviciilor;
14.	Politica de pret a unei organizatii din domeniul turismului/comertului/serviciilor;
15.	Politica de distributie a unei organizatii din domeniul turismului/comertului/serviciilor;
16.	Politica de promovare a unei organizatii din domeniul turismului/comertului/serviciilor;
17.	Crearea identitatii si a imaginii unei organizatii din domeniul turismului/comertului/serviciilor;
18.	Promovarea prin simboluri in cadrul unei organizatii din domeniul turismului/comertului/serviciilor;
19.	Promovarea prin intermediul marcii a unei organizatii din domeniul turismului/comertului/serviciilor;

20.	Impactul instrumentelor promotionale in cadrul unei organizatii din domeniul turismului/comertului/serviciilor;
21.	Rolul campaniilor promotionale in cadrul unei organizatii din domeniul turismului/comertului/serviciilor;
22.	Campania de relatii publice a unei organizatii din domeniul turismului/comertului/serviciilor;
23.	Crearea sinergiei intre imaginea publica si personalitatea interioara a organizatiei;
24.	Planificarea identitatii organizatiei: trecut, prezent si viitor;
25.	Protejarea identitatii organizatiei;
26.	Imaginea organizatiei ...;

NOTĂ: Denumirile temelor de mai sus sunt orientative. În raport cu opțiunea studentului, acestea vor putea fi reformulate cu acordul cadrului didactic îndrumător, în funcție de specificul programului de studii la care este înmatriculat studentul și domeniul propriu de competență al coordonatorului.