

**TEMATICA PROPUȘĂ PENTRU
ELABORAREA LUCRĂRILOR DE LICENȚĂ**

Cadru didactic coordonator: *Prof.univ. dr. Jugănaru Mariana*

Anul universitar: 2022-2023

1	Folosirea marketingului în procesul integrării firmei în conjunctura economică actuală a României
2	Utilizarea strategiilor și tehnicilor de marketing în confruntarea cu schimbările din comportamentul de cumpărare și consum pentru produsul.../serviciul...
3	Identificarea și analiza modului de acțiune a factorilor care determină schimbarea comportamentului de cumpărare și consum a produsului.../serviciului...
4	Analiza segmentării pieței produsului.../serviciului ...
5	Analiza legăturii dintre produse /servicii și modificările generate pe piețele acestora
6	Strategii de marketing bazate pe legătura în consum/utilizare a unor produse
7	Strategii de marketing bazate pe legătura în consum/utilizare a unor servicii
8	Cercetarea noilor tendințe în manifestarea migrației cererii pentru produsul.../magazinul.../centrul comercial...
9	Cercetarea noilor tendințe în manifestarea migrației cererii pentru forma de comercializare...
10	Utilizarea cercetărilor de marketing pentru evaluarea potențialului pieței produsului.../serviciului...
11	Cercetarea preferințelor cumpărătorilor/consumatorilor pentru produsul.../serviciul.../firmei...
12	Cercetarea formării deciziei de cumpărare/consum la produsul.../serviciul...
13	Implicarea cercetării de marketing pentru studierea imaginii produsului.../serviciului.../mărcii...
14	Imaginea firmei și acțiunile sale de marketing
15	Utilizarea cercetării de marketing pentru stabilirea gamei de produse la firma/societatea/compania...
16	Utilizarea cercetării de marketing pentru alegerea gamei sortimentale la firma societatea/compania.....
17	Cercetarea ciclului de viață al produsului.../serviciului.../mărcii... pentru fundamentarea politicii de marketing
18	Cercetarea efectelor concurenței pe piața produsului.../serviciului...
19	Analiza mixului de marketing la firma/societatea/compania...
20	Analiza politicii de produs la firma/societatea/compania.....
21	Analiza politicii de preț/tarif la firma/societatea/compania.....
22	Analiza politicii de distribuție la firma/societatea/compania.....
23	Analiza politicii de promovare la firma/societatea/compania.....
24	Tehnici de promovare a produsului.../serviciului.../mărcii...
25	Promovarea vânzărilor și tehnica utilizării acestora
26	Relațiile publice –tehnică promoțională modernă

27	Imaginea firmei și acțiunile sale de relații publice
28	Efectele psihologice ale publicității
29	Analiza tendințelor în folosirea formelor de publicitate
30	Actualele dimensiuni etice ale activității de marketing
31	Tendințe în utilizarea tehnicilor de merchandising
32	.Analiza campaniei de promovare la produsul.../serviciul...
33	Utilizarea cercetării de marketing pentru identificarea și analiza modului de acțiune a factorilor care determină schimbarea comportamentului de cumpărare și consum a produsului.../serviciului...
34	Utilizarea cercetării de marketing pentru analiza segmentării pieței produsului.../serviciului
35	Utilizarea cercetării de marketing pentru analiza legăturii dintre produse /servicii și modificările generate pe piețele acestora
36	Utilizarea cercetării de marketing pentru identificarea și analiza modului de acțiune a factorilor care determină schimbarea comportamentului de cumpărare și consum a produsului.../serviciului.../mărcii...
37	Cercetări de marketing privind tendințele pieței produsului.../serviciului.../firmei...
38	Cercetări de marketing privind formarea deciziei de cumpărare/consum la produsul.../serviciul...
39	Implicarea cercetării de marketing pentru studierea imaginii produsului.../serviciului.../mărcii...
40	Cercetări de marketing privind imaginea firmei și acțiunile sale de marketing
41	Utilizarea cercetării de marketing pentru stabilirea gamei de produse la firma /societatea/compania.....
42	Cercetarea efectelor concurenței pe piața produsului.../serviciului...
43	Cercetarea ciclului de viață al produsului.../serviciului.../mărcii... pentru fundamentarea politicii de marketing
44	Cercetarea efectelor psihologice ale publicității
45	Cercetări de marketing privind analiza mediului extern și implicațiile asupra activității societății
46	Cercetări de marketing privind dezvoltarea micilor afaceri
47	Particularități ale cercetării de marketing în activitățile sociale
48	Utilizarea strategiilor și tehnicilor de marketing în confruntarea cu schimbările din comportamentul de cumpărare și consum pentru produsul.../serviciul...pe piața internațională
49	Identificarea și analiza modului de acțiune a factorilor care determină schimbarea comportamentului de cumpărare și consum a produsului.../serviciului... pe piața internațională
50	Analiza segmentării pieței produsului.../serviciului ... pe piața internațională
51	Analiza legăturii dintre produse /servicii și modificările generate pe piața internațională acestora
52	Strategii de marketing utilizate pe piața internațională bazate pe legătura în consum/utilizare a unor produse/ servicii
53	Cercetarea tendințelor la nivel internațional referitoare la piața produsului.../serviciului.../...
54	Cercetarea tendințelor pe piața internațională în manifestarea migrației cererii pentru forma de comercializare...

55	Utilizarea cercetărilor de marketing pentru evaluarea potențialului pieței produsului.../serviciului...la nivel internațional
56	Cercetarea preferințelor cumpărătorilor/consumatorilor pentru produsul.../serviciul.../firmei societății/companiei ...pe piața internațională
57	Cercetarea formării deciziei de cumpărare/consum la produsul.../serviciul... pe piața internațională
58	Imaginea firmei și acțiunile sale de marketing pe piața internațională
59	Utilizarea cercetării de marketing pentru stabilirea gamei de produse pe piața din țara...
60	Utilizarea cercetării de marketing pentru alegerea gamei sortimentale la firma... pe piața din țara...
61	Cercetarea ciclului de viață al produsului.../serviciului.../mărcii... pe piața internațională
62	Cercetarea efectelor concurenței pe piața produsului.../serviciului... pe piața din țara...
63	Analiza mixului de marketing la firma societatea/compania ...pe diferite piețe străine
64	Analiza politicii de produs la firma/societatea/compania ... pe diferite piețe străine
65	Analiza politicii contractual la firma/societatea/compania ... pe diferite piețe străine
66	Analiza politicii de distribuție la firma /societatea/compania ... pe diferite piețe străine
67	Analiza politicii de comunicare la firma/societatea/compania... pe diferite piețe străine
68	Tehnici de promovare a produsului.../serviciului.../mărcii... pe diferite piețe străine
69	Analiza ofertei firmei...cu activitate de marketing direct.
70	Mediile și comunicarea în marketingul direct la firma/societatea/compania...
71	Analiza evoluției activității de marketing direct în cadrul organizației.
72	Particularități pentru identificarea clienților de succes în marketingul direct.
73	Analiza tehnicilor de fidelizare a clienților valoroși în marketingul direct.
74	Evoluția în marketingul direct pe piața românească.
75	Tendențe ale dezvoltării și diversificării activității de marketing direct .

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.