

**TEMATICA PROPUȘĂ PENTRU
ELABORAREA LUCRĂRILOR DE LICENȚĂ**

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

Disciplina/ele: Marketing, B2B marketing, Relații publice

Programul/e de studiu: ECTS, Marketing, BA

Anul universitar: 2022-2023

1.	Rolul marketingului in organizatia moderna;
2.	Marketingul in economia globala;
3.	Activitatea de marketing a organizatiei ...;
4.	Politica de produs a organizatiei ...;
5.	Politica de pret a organizatiei...;
6.	Politica de distributie a organizatiei...;
7.	Politica de promovare a organizatiei;
8.	Comportamentul de achizitie al consumatorului/intreprinderii....;
9.	Cercetarea comportamentului consumatorului;
10.	Ciclul de viata al produsului si implicatiile asupra portofoliului de produse al organizatiei;
11.	Managementul produselor organizatiei;
12.	Innoirea produselor;
13.	Lansarea pe piata a noilor produse/servicii;
14.	Dezvoltarea si diversificarea produselor/serviciilor;
15.	Analiza portofoliului de produse al organizatiei;
16.	Crearea identitatii si a imaginii organizatiei prin intermediul esteticii;
17.	Modalitati de exprimare a personalitatii organizatiei;
18.	Marca – valori si personalitate. Crearea marcilor unei organizatii;
19.	Importanta si functiile marcii si implicatiile asupra activitatii de marketing a organizatiei;
20.	Strategiile de marca;
21.	Evaluarea marcilor unei organizatii;
22.	Promovarea prin simboluri si marci;
23.	Strategii de comunicare integrata de marketing;
24.	Marca si schimbarea identitatii organizatiilor;
25.	Crearea sinergieii intre imaginea publica si personalitatea interioara a organizatiei;
26.	Planificarea identitatii organizatiei: trecut, prezent si viitor;

27.	Protejarea identitatii organizatiei;
28.	Imaginea organizatiei ...;
29.	Identitatea corporativa a organizatiei si Internetul;
30.	Stiluri si teme in crearea imaginii organizatiei;
31.	Impactul instrumentelor promotionale in cadrul organizatiei...;
32.	Rolul campaniilor promotionale in cadrul organizatiei...;
33.	Planul de marketing;
34.	Campania de relatii publice;
35.	Momente semnificative in istoria relatiilor publice;
36.	Tehnicile de relatii publice;
37.	Strategii de relatii publice;
38.	Evaluarea campaniilor de relatii publice;
39.	Comunicarea in situatii de criza;
40.	Gestionarea crizelor - exemplificare;

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.