

**THE PROPOSED TOPIC FOR THE  
PREPARATION OF THE BACHELOR  
THESIS**

**Coordinating teacher: ASIST.UNIV.DR. POPA ALEXANDRA**

**Academic year: 2023-2024**

1	Analysis of the marketing mix of the company.....
2	Techniques and tools for promoting global brands.Study Case:....
3	Online marketing activities within the company .....
4	Social Media Marketing at .....
5	Digital Marketing.Case study.....
6	The impact of brand awareness-based marketing strategies on companies' activities ;
7	The impact of brand loyalty-based marketing strategies on companies` activities;
8	Influencer marketing.Study Case:
9	Comparative analysis of online and offline promotional tools within the company.....
10	Theoretical and practical aspects of branding and its elements.Analysis of branding activities and strategies within the company....
11	Luxury brands Marketing
12	Marketing fast-fashion brands
13	The impact of branding strategies on the company...
14	The impact of online and offline marketing strategies on brand equity;
15	The impact of brand equity elements on companies' specific activities....
16	The impact of innovation and creativity on the image of brands/companies.Case study....
17	Consumer behaviour:Theoretical and practical aspects.Case study:Analysis of consumer behaviour of products and services offered by.....
18	Analysing customer-centric marketing strategies for competitive advantage and sustainable growth.Case study.....
19	The influence of marketing strategies on consumer buying behaviour;
20	The impact of the elements of brand equity on consumer purchase behavior;

**NOTE:** The theme names above are indicative. Depending on the student's choice, they may be reformulated with the agreement of the supervising teacher, depending on the specific study programme in which the student is enrolled and the coordinator's own field of competence.

**TEMATICA PROPUȘĂ PENTRU  
ELABORAREA LUCRĂRILOR DE LICENȚĂ / DISERTAȚIE**

**Cadru didactic coordonator: *Asist.Univ.dr. Popa Alexandra***

**Disciplina:Marketing. Cercetări de Marketing, Marketing Internațional, Comportamentul consumatorului, Tehnici Promoționale**

**Programele de studiu: MARKETING; MANAGEMENT; ECONOMIA COMERȚULUI, TURISMULUI ȘI SERVICIILOR; ECONOMIA FIRMEI;AFACERI INTERNAȚIONALE; CONTABILITATE ȘI INFORMATICĂ DE GESTIUNE; FINANȚE ȘI BĂNCI**

1	Analiza mixului de marketing în cadrul companiei.....
2	Tehnici și instrumente de promovare ale brandurilor globale.Studiu de caz:
3	Activități de Marketing online în cadrul companiei.....
4	Social Media Marketing în cadrul companiei.....
5	Digital Marketing.Studiu de caz.....
6	Creșterea notorietății mărcii în rândul diferitelor categorii de consumatori în mediul online;
7	Creșterea loialității față de brand în mediul online.
8	Utilizarea influencerilor în marketingul online.
9	Analiza comparativă a instrumentelor de promovare online și offline în cadrul companiei.....
10	Aspecte teoretice si practice privind brandingul și elementele sale.Analiza activităților și strategiilor de branding în cadrul companiei....
11	Marketingul brandurilor de lux
12	Marketingul brandurilor fast-fashion
13	Impactul strategiilor de branding în cazul companiei...
14	Impactul strategiilor de marketing online și offline asupra valorii capitalizate a brandului;
15	Impactul elementelor valorii capitalizate a brandului asupra activității companiei....
16	Impactul inovației și creativității asupra imaginii brandurilor/comaniilor.Studiu de caz....
17	Comportamentul consumatorului:Aspecte teoretice si practice.Studiu de caz:Analiza comportamentului consumatorului de produse și servicii oferite de.....
18	Analizarea strategiilor de marketing centrate pe client în vederea obținerii avantajului competitiv și a creșterii sustenabile.Studiu de caz.....
19	Influența strategiilor de marketing asupra comportamentului de achiziție al consumatorului;
20	Impactul elementelor valorii capitalizate a brandului asupra comportamentului de achiziție al consumatorilor;

**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.