

**TEMATICA PROPUȘĂ PENTRU
ELABORAREA LUCRĂRILOR DE LICENȚĂ**

Cadru didactic coordonator: ASIST.UNIV.DR. POPA ALEXANDRA

Disciplinele: *MARKETING, COMPORTAMENTUL CONSUMATORULUI, TEHNICI PROMOTIIONALE, MARKETING STRATEGIC, MARKETING DIRECT, MARKETING TURISTIC, TEHNICI DE VÂNZARE, RELAȚII PUBLICE*

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

| | |
|----|--|
| 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 și 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/companiilor.Studiu de caz.... |
| 17 | Comportamentul consumatorului:Aspecte teoretice și 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