

**TEMATICA PROPUȘĂ PENTRU
ELABORAREA LUCRĂRILOR DE LICENȚĂ**

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

**Disciplina/ele: *Marketing, Relații publice*
Programul/e de studiu: *ECTS, Marketing*
Anul universitar: 2024-2025**

1.	Rolul marketingului in organizatia moderna;
2.	Satisfactia si loialitatea consumatorului
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.	Promovarea prin marketing online
9.	Construirea imaginii si reputatiei prin strategii de marketing
10.	Comportamentul de cumparare al consumatorului...;
11.	Cercetarea comportamentului consumatorului;
12.	Ciclul de viata al produsului si implicatiile asupra portofoliului de produse al organizatiei;
13.	Managementul produselor organizatiei;
14.	Innoirea produselor;
15.	Lansarea pe piata a noilor produse/servicii;
16.	Dezvoltarea si diversificarea produselor/serviciilor;
17.	Analiza portofoliului de produse al organizatiei;
18.	Crearea identitatii si a imaginii organizatiei prin intermediul esteticii;
19.	Modalitati de exprimare a personalitatii organizatiei;
20.	Marca – valori si personalitate. Crearea marcilor unei organizatii;
21.	Importanta si functiile marcii si implicatiile asupra activitatii de marketing a organizatiei;
22.	Strategiile de marca;
23.	Evaluarea marcilor unei organizatii;
24.	Promovarea prin simboluri si marci;
25.	Strategii de comunicare integrata de marketing;
26.	Marca si schimbarea identitatii organizatiilor;

27.	Crearea sinergiei între imaginea publică și personalitatea interioară a organizației;
28.	Planificarea identității organizației: trecut, prezent și viitor;
29.	Protejarea identității organizației;
30.	Imaginea organizației ...;
31.	Identitatea corporativă a organizației și Internetul;
32.	Stiluri și teme în crearea imaginii organizației;
33.	Impactul instrumentelor promotionale în cadrul organizației...;
34.	Rolul campaniilor promotionale în cadrul organizației...;
35.	Planul de marketing;
36.	Campania de relații publice;
37.	Momente semnificative în istoria relațiilor publice;
38.	Tehnicile de relații publice;
39.	Strategii de relații publice;
40.	Evaluarea campaniilor de relații publice;
41.	Comunicarea în situații de criză;
42.	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.

**TEMATICA PROPUȘĂ PENTRU
ELABORAREA LUCRĂRILOR DE DISERTAȚIE**

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

Disciplina/e: Marketing strategic în TCS, Comunicare si relatii publice

Programul/e de studiu: MAATCS, MOPP

Anul universitar: 2024-2025

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 ...;
27.	Construirea reputatiei prin strategii de relatii publice

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.