

PROPOSALS OF TOPICS FOR BACHELOR THESIS

Coordinator: Professor Andreea Moraru

Subject: Marketing

Study program: *Business Administration*

University year: 2023-2024

1.	The role of marketing in the modern organization;
2.	Marketing in the global economy;
3.	The marketing activity of the organization;
4.	The product policy of the organization;
5.	The price policy of the organization;
6.	The distribution policy of the organization;
7.	Organization promotion policy;
8.	The purchasing behavior of the consumer / enterprise;
9.	Promotion through symbols and brands;
10.	Integrated marketing communication strategies;
11.	Researching consumer behavior;
12.	Product life cycle and implications on the organization's product portfolio;
13.	Management of the organization's products;
14.	New product development;
15.	Launching new products / services on the market;
16.	Development and diversification of products / services;
17.	Analysis of the organization's product portfolio;
18.	Creating the identity and image of the organization through aesthetics;
19.	Brand - values and personality. Creating the brands of an organization;
20.	The importance and functions of the brand and the implications on the marketing activity of the organization;
21.	Brand strategies;
22.	Evaluating the brands of an organization;
23.	Branding and positioning;

NOTE: The topics mentioned above are indicative. Depending on the student's option, the topics can be reformulated with the coordinator's consent, based on the specifics of the study program in which the student is enrolled and the coordinator's own area of competence.

**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: 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.

**TEMATICA PROPUȘĂ PENTRU
ELABORAREA LUCRĂRILOR DE DISERTAȚIE**

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

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

Programul/e de studiu: MAATCS, MOPP

Anul universitar: 2022-2023

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 ...;

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.