



Teme disertație

MARKETING ȘI PROMOVAREA VÂNZĂRILOR

Conf.univ. dr. ANDREEA MUNTEAN

Domenii: Cercetări calitative, Publicitate și planificare media, Strategii de marketing

1. Utilizarea metodei „Focus Grup” pentru identificarea motivelor de cumpărare/necumpărare a produsului....
2. Utilizarea metodei „Focus Grup” pentru identificarea atitudinii consumatorilor privind consumul unui anumit produs
3. Cercetare calitativă pentru evaluarea notorietății brandului
4. Studierea atitudinii consumatorilor față de publicitatea la.....
5. Imaginea în publicitate. Studiu de caz la brandul....
6. Planificarea media în publicitate. Studiu de caz – întocmirea unui media plan pentru ...
7. Efectele negative ale publicității asupra adolescenților
8. Social media – instrument eficient în promovarea organizației...
9. Branding-ul și satisfacția consumatorului
10. Utilizarea sentimentului de patriotism în publicitatea din România
11. Analiza comparativă a publicității unui produs în două țări diferite
12. Utilizarea celebrităților în promovarea/publicitatea produselor. Studiu de caz.
13. Elaborarea strategiilor de marketing la compania...
14. Avantajul competitiv al brandului Zara în România

Conf. univ. dr. PAȘTIU CARMEN

1. Cercetare privind gradul de satisfacție al consumatorilor pentru
2. Cercetarea comportamentului consumatorului pentru produsul / serviciul
3. Cercetarea atitudinii consumatorilor pentru produsul / serviciul.....
4. Cercetarea intențiilor de cumpărare pentru produsul / serviciul.....
5. Studierea imaginii produsului/serviciului în rândul consumatorilor
6. Influența variabilelor socio-economice și demografice asupra deciziei de cumpărare a produselor / serviciilor.....
7. Tendințe înregistrate la nivelul pieței produsului / grupei de produse.....la nivel național / european
8. Utilizarea surselor de date secundare în investigarea fenomenelor de marketing. Studiu de caz la..... / pentru



Facultatea de Științe Economice

9. Utilizarea metodelor de scalare în investigarea fenomenelor de marketing. Aplicație practică pentru cercetarea.....
10. Utilizarea observării în investigarea fenomenelor de marketing. Aplicație practică pentru cercetarea.....
11. Utilizarea cercetărilor calitative în investigarea fenomenelor de marketing. Aplicație practică pentru studierea.....
12. Utilizarea metodelor cantitative de previziune în investigarea fenomenelor de marketing. Aplicație pentru....
13. Utilizarea Focus grup pentru studierea
14. Utilizarea tehnicilor proiective pentru...
15. Studiu privind loialitatea fata de brand.....
16. Analiza managementului portofoliului de brand la...

Conf. univ. dr. GÂRDAN DANIEL

Disciplina Content Marketing

1. Fundamentarea strategiei de content marketing pentru organizația prestatoare de servicii X
2. Cercetare de marketing privind impactul blogului în cazul firmei X
3. Podcasturile și rolul lor în optimizarea comunicării de marketing în cazul organizației X
4. Crearea de conținut video destinat crizelor de imagine în cazul organizației X
5. Elaborarea/Analizarea unei campanii de e-mail marketing în cazul firmei X
6. Fundamentarea conținutului livrat prin articolele de popularizare în cazul lansării de catre firma X a unui nou produs pe piață
7. Modalități creative de utilizare a noilor canale media pentru crearea de conținut – campaniile pe platforma Spotify în cazul firmei X.

Conf.univ. dr. LARISA DRAGOLEA

1. Forța de vânzare la S.C...
2. Planul de vanzari , rol si construire la SC...
3. Creșterea eficienței forțelor de vânzare în cadrul organizației X
4. Animarea forțelor de vânzare în cadrul organizației X
5. Organizarea forțelor de vânzare în cadrul organizației X
6. Analiza reclamațiilor clientilor
7. Analiza și perspectiva forțelor de vânzare în cadrul organizației X
8. Optimizarea managementului forțelor de vânzare în cadrul organizației X



Facultatea de Științe Economice

Lector univ. dr. IULIAN BOGDAN DOBRA

Audit de marketing

1. Analiza raportului de forțe existent între societate și furnizorii săi. Studiu de caz la S.C. „Entitatea” S.A.;
2. Auditul planului de marketing al S.C. „Entitatea” S.A. / Entitatea publică;
3. Analiza raportului de forțe existent între societate și clienții săi. Studiu de caz la S.C. „Entitatea” S.A.;
4. Demersul auditului de marketing în studiul concurenței. Studiu de caz la S.C. „Entitatea” S.A.;
5. Analiza performanțelor produselor în funcție de obiective prin utilizarea diferitelor metode. Studiu de caz la S.C. „Entitatea” S.A.;
6. Auditul proiectelor de studii și cercetări de marketing. Studiu de caz la S.C. „Entitatea” S.A.;
7. Auditul investițiilor realizate pentru produsul nou. Repartizarea resurselor conform destinațiilor. Studiu de caz la S.C. „Entitatea” S.A.;
8. Auditul activităților și a coordonării funcției de marketing și de cercetare-dezvoltare. Studiu de caz la S.C. „Entitatea” S.A.;
9. Analiza cifrei de afaceri a noilor produse. Studiu de caz la S.C. „Entitatea” S.A.;
10. Instrumentele de evaluare a calității produselor. Gestiunea riscului de calitate – existența mijloacelor de măsurare a nivelului acestuia. Studiu de caz la S.C. „Entitatea” S.A.;
11. Supravegherea și aprecierea gamei de produse în funcție de ciclul de viață și de piață. Studiu de caz la S.C. „Entitatea” S.A.;
12. Auditul activităților de modificare intervenite în procesul de fabricație a produsului inițial. Studiu de caz la S.C. „Entitatea” S.A.

Prof. univ. dr. POPA MARIA

1. Eticheta nutritionala a produsului. Studiu de caz (produsul)..
2. Securitatea alimentara - studiu de caz (produsul) ..
3. Particularități privind importanța codificării produselor
4. Studiu privind rolul sistemelor informatice în promovarea mărfurilor
5. Cercetări privind importanța aplicării noilor tehnologii în firma.....
6. Studiu privind rolul esteticii în promovarea mărfurilor
7. Studiu privind impactul etichetării ecologice asupra consumatorilor
8. Studiu privind calitatea produsului
9. Atestarea calității serviciilor prin standarde europene. Studiu de caz.



Facultatea de Științe Economice

10. Studiu privind facilitățile de dezvoltare a unei afaceri prin fonduri structurale
11. Studiu privind impactul aditivilor asupra stării de sănătate a consumatorilor
12. Cercetări privind respectarea normelor igienico - sanitare la produsele alimentare

Notă: Temele pot fi modificate cu acordul îndrumătorului, în funcție de locul de munca al studentului sau de domeniul de activitate al firmei în care studentul și-a realizat practica de specialitate

Conf. univ. dr. IUGA IULIA

1. Politica de promovare la banca X.
2. Politica de produs bancar. Strategii de eficientizare a produselor bancare.
3. Politica de preț în domeniul bancar
4. Politica de distribuție la banca X.
5. Mixul de marketing la banca.....
6. Mediul de marketing al băncii....
7. Strategii de marketing privind eficientizarea activității bancare
8. Piața bancară din România
9. Analiza managementului portofoliului de produse la banca....
10. Strategii de vânzări în domeniul bancar
11. Segmentarea pieței bancare

Conf. univ. dr. DAN DĂNULEȚIU

1. Managementul relației cu clienții în cazul societății de asigurări
2. Vânzarea produselor de asigurare de viață. Studiu de caz.
3. Tendințe ale comportamentului consumatorului în alegerea unui produs de asigurare (cu exemplu pentru o asigurare de viață/auto/locuință/călătorii în străinătate)

Notă: temele propuse sunt orientative, masteranzii pot propune și alte teme, care vor fi aprobate după o discuție cu coordonatorul.



Facultatea de Științe Economice

Lect. univ. dr. MAICAN SILVIA

Marketing online

1. Strategii de marketing în mediul online
2. Strategii de fidelizare a clienților cu ajutorul Internetului
3. Tehnici de comunicare în mediul online
4. Rețelele de socializare – instrumente de marketing online
5. Strategii de marketing online utilizate de firmele din domeniul.....
6. Analiza tehnicilor de promovare on-line utilizate de firmele din domeniul.....
7. Analiza campaniilor de promovare desfășurate pe rețelele de socializare în perioada.....
8. Mobile Marketing – o nouă tendință în comunicare la îndemâna companiilor
9. Comerțul online versus off line în domeniul..... Evolutii și tendințe.
10. Analiza comportamentului clienților în rețelele sociale
11. Analiza audienței în campaniile de marketing online prin instrumente specifice
12. Proiectarea unui strategii digitale. Studiu de caz ...
13. Implementarea unei campanii social media
14. Model de business bazat pe marketing afiliat
15. Publicitatea on-line. Studiu de caz.....

Temele sunt orientative. Studentul poate propune și alte teme din domeniu

Managementul relației cu clienții

16. Strategii de fidelizare a clienților utilizate în domeniul
17. Strategii de fidelizare a clienților cu ajutorul Internetului
18. Analiza strategiilor CRM aplicate în domeniul / în cadrul firmei
19. Diferențe culturale în abordarea strategiilor CRM ale unei companii multinaționale
20. Utilizarea aplicațiilor în eficientizarea relațiilor cu clienții în cadrul firmei.....
21. Managementul satisfacției clienților in cadrul.....

Temele sunt orientative. Studentul poate propune și alte teme din domeniu

Director de Departament
Lect. univ. dr. Maican Silvia Ștefania