



TEME DISERTAȚIE

MARKETING ȘI PROMOVAREA VÂNZĂRILOR

Prof.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 evaluarea atitudinii consumatorilor față de un anumit produs/brand
3. Cercetare calitativă pentru evaluarea notorietății brandului
4. Studiarea 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. Studiarea satisfacției consumatorului și a loialității acestuia față de brandul ...
10. Utilizarea celebrităților în promovarea/publicitatea produselor. Studiu de caz.
11. Elaborarea strategiilor de marketing la compania...

Prof. univ. dr. CARMEN PAȘTIU

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. Studiarea 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
9. Utilizarea metodelor de scalare în investigarea fenomenelor de marketing. Aplicație practică pentru cercetarea.....



UNIVERSITATEA „1 DECEMBRIE 1918” DIN ALBA IULIA

FACULTATEA DE ȘTIINȚE ECONOMICE

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...
17. Fundamentarea strategiei de marketing pentru organizația prestatoare de servicii X
18. Elaborarea/Analizarea unei campanii de e-mail marketing în cazul firmei X

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.
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 si-a realizat practica de specialitate

Conf.univ. dr. LARISA DRAGOLEA

1. Planul de vanzari, rol si construire la SC...
2. Creșterea eficienței forțelor de vânzare în cadrul organizației X
3. Analiza reclamatilor clientilor
4. Optimizarea managementului forțelor de vânzare în cadrul organizației X

Conf. univ. dr. SILVIA MAICAN

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..... Evoluții și tendințe.
10. Analiza comportamentului clienților în rețelele sociale
11. Optimizarea conținutului pentru motoarele de căutare (SEO) și influența sa asupra traficului organic al brandurilor

Content Marketing

1. Cercetare de marketing privind impactul blogului în cazul firmei X
2. Podcasturile și rolul lor în optimizarea comunicării de marketing în cazul organizației X
3. Crearea de conținut video destinat crizelor de imagine în cazul organizației X
4. Fundamentarea conținutului livrat prin articolele de popularizare în cazul lansării de către firma X a unui nou produs pe piață
5. Modalități creative de utilizare a noilor canale media pentru crearea de conținut – campaniile pe platforma Spotify în cazul firmei X.
6. Strategii de marketing de conținut pentru creșterea loialității clienților: Studiu de caz pe piața de e-commerce
7. Impactul storytelling-ului în marketingul de conținut asupra percepției brandului: O analiză comparativă între industrii
8. Marketing de conținut și influencerii digitali: Eficiența colaborărilor în crearea de conținut autentic
9. Rolul personalizării conținutului în creșterea ratei de conversie: O analiză bazată pe comportamentul consumatorului

Notă: Temele sunt orientative. Studentul poate propune și alte teme din domeniul marketingului online

FACULTATEA DE ȘTIINȚE ECONOMICE

Conf. univ. dr. DAN DĂNULETIU

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 exemple 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.

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

Lector univ. dr. RUXANDRA LAZEA

1. Analiza eficienței strategiilor de marketing. Studiu de caz firma x....
2. Cercetare de marketing cu privire la impactul/eficiența campaniei x
3. Realizarea și analizarea unei campanii de e-mail marketing
4. Analiza impactului unor campanii promoționale

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;



UNIVERSITATEA „1 DECEMBRIE 1918”
DIN ALBA IULIA

FACULTATEA DE ȘTIINȚE ECONOMICE

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.

Lector univ. dr. ANCA NICHITA

Managementul relației cu clienții

1. Atragerea de noi clienți. Studiu de caz la compania Y
2. Elaborarea strategiei de fidelizare a clienților. Studiu de caz la compania Y
3. Fidelizarea clienților – sursă de avantaj concurențial
4. Studiu empiric privind așteptările clienților legate de produse/servicii/preț/servire/magazin
5. Planificarea strategiei de vânzări în era digitală: Modelul celor 5 “A”

Asoc. dr. MIREL GLEVITZKY

1. Investigarea comparativă a mărfurilor alimentare convenționale, tradiționale și ecologice în vederea asigurării calității și siguranței alimentare.
2. Siguranță și calitate alimentară prin prisma sistemului HACCP în cadrul organizației

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