



**Teme lucrări de licență
pentru anul universitar 2024-2025
SPECIALIZAREA MARKETING**

**PROPUNERI
TEME LUCRĂRI DE LICENȚĂ¹**

Coordonator: Conf. univ. dr. Laura MARCU	
1.	Integrarea conceptului de reciclare în politica de produs din industria (alimentară, vestimentației, modei, parfumurilor etc)
2.	Marketing si fundraising în domeniul umanitar/cultural /etc
3.	Comunicarea online a organizațiilor non profit. Studiu de caz.....
4.	Folosirea celebrităților în campaniile de marketing social. Studiu de caz.
5.	Analiza comportamentului politic/civic/antreprenorial/religios pentru un segment de populație.
6.	Utilizarea materialelor imprimate ca mijloc de comunicare a firmelor din domeniul X
7.	Utilizarea relațiilor publice în activitatea de comunicare a firmei/organizației sociale/instituției...
8.	Comunicarea prin eveniment în domeniul..... Studiu de caz.
9.	Rolul marketingului senzorial în stimularea vânzărilor.
10.	Strategia de comunicare a ofertei în cazul parcurilor tematice
Coordonator: Conf. univ. dr. Andrei TOMA	
1.	Cercetare asupra comportamentului de cumpărare pentru produsul...
2.	Cercetare asupra comportamentului de consum pentru produsul...
3.	Cercetare asupra satisfacției consumatorilor SC...
4.	Cercetare privind imaginea SC... în rândul clienților
5.	Protecția consumatorului în România (studiu de caz pe o categorie de produse)
6.	Rolul compartimentului Marketing la SC.... (Observație: trebuie cautați întreprinderi care au departament de Marketing)
Coordonator: Conf. univ. dr. habil. Nicoleta Valentina FLOREA	
1.	Marketingul relațiilor cu clienții în cadrul firmei...
2.	Analiza satisfacției clienților firmei... folosind Net Promoter Score/ Legea comunicării lui Schuttler
3.	Strategii de atragere, reținere și de fidelizare a clienților folosite în cadrul firmei...
4.	Relația dintre performanța firmei și gestionarea eficientă a reclamațiilor clienților
5.	Noi instrumente online folosite în relaționarea cu clienții (web-site-ul/aplicațiile mobile/e-mail-ul/platformele de socializare)
Coordonator: Prof. univ. dr. Dorina TĂNĂSESCU	
1.	Politica de preț și sezonabilitatea produselor agroalimentare;
2.	Patrunderea în consum a produselor nutriționale-nouă generație de produse alimentare;
3.	Relația preț-calitate-valoare nutritivă la produsele agroalimentare.

¹ *Temele pot fi modificate cu acordul profesorului îndrumător!*





MINISTERUL EDUCAȚIEI
UNIVERSITATEA "VALAHIA" DIN TÂRGOVIȘTE
FACULTATEA DE ȘTIINȚE ECONOMICE
DEPARTAMENTUL MANAGEMENT MARKETING

Aleea Sinaia, nr. 13, 130004, Târgoviște, România
email: fse@valahia.ro, web: www.valahia.ro <https://economice.valahia.ro>

Coordonator: Lect. univ. dr. Ivan DENISA	
1.	Analiza mediului de marketing al firmei/organizației
2.	Auditul de marketing la firma
3.	Piața produsului/serviciului din România. Caracteristici, tendințe.
4.	Analiza satisfacției clienților firmei / organizației pe piața
5.	Strategii de fidelizare a clienților. Studiu de caz ...
6.	Modalități și oportunități de influențare a comportamentului de cumpărare a produsului
7.	Rolul brandului „X” pe piața
8.	Studiu privind percepția asupra unor branduri românești
9.	Imaginea mărcilor germane (de autoturisme) pe piața din România. Mit sau realitate?
10.	Comportamentul de cumpărare și consum al produselor în perioada....
11.	Lansarea pe piață a unui produs nou. Studiu de caz.....
12.	Distribuția produsului / categoriei de produse pe piața românească.
13.	Analiza mixului de marketing în cadrul firmei / organizației
14.	Tehnici de merchandising adoptate în cadrul magazinului
15.	Tehnici de merchandising adoptate în cadrul magazineor din benzinării. Studiu de caz....
16.	Elemente definitorii ale marketingului unui punct de vânzare – studiu de caz /
17.	Analiză comparativă a două magazine din perspectiva merchandisingului
18.	Promovarea produsului/serviciului prin intermediul rețelelor sociale / site-urilor, etc...
19.	Influența SM asupra deciziei de cumpărare pentru produsul / serviciul
20.	Particularități ale politicii de marketing utilizate de întreprinderea care acționează pe piața business to business.
Coordonator: Lect. univ. dr. Violeta-Andreea ANDREIANA	
1.	Formă de grupare a producătorilor români pentru distribuția eficientă a produselor agroalimentare
2.	Strategii de vânzare a produselor alimentare neconvenționale (din industria panificației, industria restaurantelor, fast-food, HoReCa, industria de retail) pe piața din România/Canada/Spania/Danemarca
3.	Noi tendințe în comportamentul de cumpărare și consum al consumatorilor români de înghețată.
4.	Efectele războiului din Ucraina asupra consumului de alimente în România și UE.
5.	Studiul comparativ al pieței de retail în România și Franța/Germania/Spania.
6.	Posibilități de pătrundere pe piețele străine cu produsele tradiționale X.
7.	Noi tendințe în vânzarea serviciilor bancare în România.
8.	Importanța forței de vânzare în cadrul companiei X.
9.	Impactul schimbărilor climatice în consumul de produse alimentare românești
10.	Efectele diminuării risipei alimentare asupra stării de sănătate a românilor.
Coordonator: Prof. univ. dr. Gabriel CROITORU	
1.	Impactul leadershipului asupra performanței echipelor de marketing într-un mediu organizațional competitiv
2.	Rolul managementului operațional în optimizarea campaniilor de marketing digital
3.	Eficiența strategiilor de motivare a angajaților în departamentele de marketing: studiu comparativ





MINISTERUL EDUCAȚIEI
UNIVERSITATEA "VALAHIA" DIN TÂRGOVIȘTE
FACULTATEA DE ȘTIINȚE ECONOMICE
DEPARTAMENTUL MANAGEMENT MARKETING

Aleea Sinaia, nr. 13, 130004, Târgoviște, România

email: fsc@valahia.ro, web: www.valahia.ro <https://economice.valahia.ro>

4.	Evaluarea influenței managementului calității asupra fidelizării clienților în cadrul strategiilor de marketing
5.	Managementul timpului în agențiile de marketing: provocări și soluții
6.	Practici de management al inovației în dezvoltarea de produse noi pe piețele emergente
7.	Influența managementului relațiilor cu clienții asupra succesului campaniilor de marketing personalizat
8.	Managementul schimbării în strategia de rebranding a organizațiilor multinaționale: studiu de caz
9.	Strategii de management al resurselor umane în echipele de marketing digital
10.	Rolul managementului de proiect în dezvoltarea și implementarea campaniilor de publicitate online
11.	Practici de management al performanței în agențiile de publicitate: abordări inovatoare
12.	Gestionarea riscurilor în campaniile de marketing global: o abordare strategică
13.	Managementul relațiilor cu partenerii și colaboratorii în cadrul strategiilor de marketing co-branded
14.	Influența culturii organizaționale asupra eficienței managementului echipelor de marketing

NOTĂ:

- studenții vor opta pentru o anumită temă care va rămâne definitivă numai după aprobarea cererii de către îndrumătorul ales și directorul departamentului;
- temele vor putea fi schimbate de comun acord cu îndrumătorii în cel mult o lună de la data primei opțiuni;
- pot fi propuse de către student și alte teme decât cele afișate cu acordul îndrumătorului ales și a directorului departamentului.

**Cererile vor fi transmise cadrului didactic coordonator,
până la data de 30 noiembrie 2024**

Data afișării:07.10.2024.....

**DIRECTOR DEPARTAMENT,
Lect. univ. dr. Violeta-Andreea Andreiana**



ARACIS2021
CALIFICATIV
Grad de încredere ridicat