



PROPUNERI
TEME LUCRĂRI DE LICENȚĂ¹
pentru anul universitar 2025-2026
SPECIALIZAREA MARKETING

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.	Folosirea celebrităților în campaniile de marketing social. Studiu de caz.
4.	Analiza comportamentului politic/civic/antreprenorial/religios pentru un segment de populație.
5.	Utilizarea materialelor imprimate ca mijloc de comunicare a firmelor din domeniul X
6.	Utilizarea relațiilor publice în activitatea de comunicare a firmei/organizației sociale/instituției...
7.	Comunicarea prin eveniment în domeniul..... Studiu de caz.
8.	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.... (Precizare: <i>trebuie cautată întreprindere care are compartiment de Marketing</i>)
Coordonator: Prof. univ. dr. Dorina TĂNĂSESCU	
1.	Politica de pret si sezonabilitatea produselor agroalimentare;
2.	Patrunderea in consum a produselor nutritionale-noua generatie de produse alimentare;
3.	Relatia pret-calitate-valoare nutritiva la produsele agroalimentare.
Coordonator: Lect. univ. dr. Cornelia Denisa IVAN	
1.	Rolul brandului „.....” pe piața
2.	Studiu privind imaginea unor branduri românești. Cazul brandului
3.	Imaginea mărcilor pe piața din România. Mit sau realitate?
4.	Comportamentul de cumpărare și consum al produselor în perioada....
5.	Auditul de marketing la firma
6.	Piața produsului/serviciului din România. Caracteristici, tendințe.
7.	Analiza satisfacției clienților firmei/organizației pe piața
8.	Strategii de fidelizare a clienților. Studiu de caz ...
9.	Modalități și oportunități de influențare a comportamentului de cumpărare a produsului

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





10.	Lansarea pe piață a unui produs nou. Studiu de caz.....
11.	Distribuția produsului/categoriei de produse pe piața românească
12.	Analiza mixului de marketing în cadrul firmei / organizației
13.	Tehnici de merchandising adoptate în cadrul magazinului
14.	Particularități ale merchandisingului în cadrul magazinelor din benzinării. Studiu de caz....
15.	Elemente definitorii ale marketingului unui punct de vânzare – studiu de caz /
16.	Analiză comparativă a două magazine din perspectiva merchandisingului
17.	Promovarea produsului/serviciului prin intermediul rețelelor sociale/site-urilor, etc...
18.	Influența SM asupra deciziei de cumpărare pentru produsul/serviciul
19.	Particularități ale politicii de marketing utilizate de întreprinderea care acționează pe piața business to business
Coordonator: Conf. univ. dr. Violeta-Andreea ANDREIANA	
1.	Analiza fidelității consumatorilor față de brandurile autohtone.
2.	Emoțiile în procesul decizional al consumatorului – studiu de caz asupra campaniilor publicitare.
3.	Noi tendințe în comportamentul de cumpărare și consum al consumatorilor români de înghețată.
4.	Impactul etichetării ecologice asupra comportamentului de cumpărare.
5.	Analiza competitivității pieței românești din industria cosmeticelor.
6.	Studiu privind satisfacția clienților față de serviciile oferite de retailerii online.
7.	Marketingul prin algoritmi – cum influențează TikTok și Instagram deciziile de cumpărare.
8.	Neuromarketingul în retail: cum reacționează creierul la promoții și ambalaje.
9.	Greenwashing vs. marketing sustenabil – analiză a campaniilor ecologice false.
10.	Fenomenul „de-influencing”: rezistența consumatorilor la publicitate.
11.	Produsele fără zahăr: tendințe și percepția consumatorului modern.
Coordonator: Prof. univ. dr. habil. 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
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 2025**

Data afișării: ..20.10.2025.....

**DIRECTOR DEPARTAMENT,
Conf. univ. dr. Violeta-Andreea ANDREIANA**



ARACIS2021
CALIFICATIV
Grad de încredere ridicat