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 http://economice.valahia.ro

# PROPUNERI
# TEME LUCRĂRI DE LICENȚĂ[1]
## pentru anul universitar 2026-2027
## SPECIALIZAREA MARKETING

| | |
|---|---|
| **Coordonator: Conf. univ. dr. Laura MARCU** | |
| 1. | Influența macromediului asupra pieței turistice. Studiu de caz. |
| 2. | Strategia de comunicare a ofertei în cazul parcurilor tematice. |
| 3. | Poziționarea serviciilor de turism ale firmei X pe piața de profil |
| 4. | Marketing si fundraising în domeniul umanitar/cultural /etc |
| 5. | Adaptarea strategiei de marketing a organizațiilor în domeniul X la particularitățile segmentelor de public țintă. Studiu de caz aplicat domeniilor civic/ politic / antreprenorial/ religios etc |
| 6. | Integrarea conceptului de reciclare în politica de produs din industria (alimentară, vestimentației, modei, parfumurilor etc) |
| 7. | Folosirea tehnicilor de promovare a vânzărilor (prima de colecție/ concursuri / vouchere) în promovarea ofertei unei firme. |
| 8. | Utilizarea materialelor imprimate ca mijloc de comunicare a firmelor din domeniul X |
| 9. | Eficiența tehnici de relațiilor publice utilizate în comunicarea organizațiilor din domeniul .... |
| **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 satisfacţiei consumatorilor SC... |
| 4. | Cercetare privind imaginea SC... în rândul clienţilor |
| 5. | Protecţia consumatorului în România (studiu de caz pe o categorie de produse) |
| 6. | Rolul compartimentului Marketing la SC.…<br>(Precizare*: trebuie cautată întreprindere care are compartiment de Marketing*) |
| **Coordonator: Lect. univ. dr. Cornelia Denisa IVAN** | |
| 1. | Rolul brandului „.....” pe piața ..... |
| 2. | Studiu privind imaginea unor branduri românești. Cazul brandului ..... |
| 3. | Piaţa produsului/serviciului …….. din România. Caracteristici, tendinţe. |
| 4. | Influența stilului de viață asupra pieței produsului/serviciului …….. |
| 5. | Analiza satisfacției clienților firmei / organizației pe piaţa ….. |
| 6. | Strategii de fidelizare a clienților. Studiu de caz ... |
| 7. | Modalități și oportunități de influențare a comportamentului de cumpărare a produsului ..... |
| 8. | Lansarea pe piață a unui produs nou. Studiu de caz..... |
| 9. | Auditul de marketing la firma …. |
| 10. | Analiza mixului de marketing în cadrul firmei / organizației ..... . |
| 11. | Tehnici de merchandising adoptate în cadrul magazinului ..... |
| 12. | Particularități ale merchandisingului în cadrul magazinelor din benzinării. Studiu de caz.... |
| 13. | Elemente definitorii ale marketingului unui punct de vânzare – studiu de caz …. / |
| 14. | Promovarea produsului/serviciului prin intermediul rețelelor sociale / site-urilor, etc... |

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

| | |
|---|---|
| 15. | Influența SM asupra deciziei de cumpărare pentru produsul / serviciul .... |
| 16. | Influența AI în comportamentul de cumpărare pentru produsul / serviciul .... |
| 17. | Particularităţi ale politicii de marketing utilizate de întreprinderea care acţionează pe piaţa 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 |
| **Coordonator: Conf. univ. dr. habil. Florea Nicoleta-Valentina** | |
| 1. | Marketingul relatiilor cu clientii in cadrul firmei... |
| 2. | Analiza satisfactiei clientilor firmei... folosind Net Promoter Score/ Legea comunicarii lui Schuttler |
| 3. | Strategii de atragere, retinere si de fidelizare a clientilor folosite in cadrul firmei... |

| | |
|---|---|
| 4. | Relatia dintre performanta firmei si gestionarea eficienta a reclamatiilor clientilor |
| 5. | Noi instrumente online folosite în relaționarea cu clienții (web-site-ul/aplicatiile mobile/e-mail-ul/platformele de socializare) |

**NOTĂ:**

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

**Cererile vor fi transmise cadrului didactic coordonator,**
**până la data de 15 octombrie 2026**

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