

Tematica lucrărilor de licență propusă pentru anul universitar 2024-2025

Conf. univ. dr. Carmen ACATRINEI

1. Dezvoltarea campaniei de comunicare în mediul online. Studiu de caz ...
2. Dezvoltarea prezenței în mediul online a ...
3. Instrumente de comunicare online utilizate de ...

Prof. univ. dr. Laurențiu-Dan ANGHEL

1. Analiza politicii de aprovizionare a societății comerciale ...
2. Analiza politicii de produs în organizația ...
3. Analiza politicii de promovare în organizația ...
4. Analiza portofoliului de produse și mărci al firmei ...
5. Analiza tehnicilor de promovare a vânzărilor utilizate de către firma ...
6. Atitudinea consumatorilor privind publicitatea prin televiziune/radio/presa/Internet
7. Cercetarea comportamentului de cumpărare la produsele...
8. Cercetarea comportamentului utilizatorilor pe piața business to business ...
9. Cercetarea concurenței pe piața produsului (întreprinderii) ...
10. Cercetarea dimensiunilor pieței ... întreprinderii, produsului ...
11. Cercetarea intențiilor de cumpărare ale consumatorilor pentru produsul/serviciul...
12. Cercetarea motivelor de cumpărare și necumpărare pentru ...
13. Elaborarea unui plan de afaceri pentru fundamentarea înființării unei companii pe piața ...
14. Etica activității de marketing
15. Etica activității promoționale
16. Particularități ale politicii de marketing utilizate de întreprinderea care acționează pe piața business to business.
17. Strategia de piață a organizației ...
18. Studiarea cererii pentru produsele întreprinderii ...
19. Utilizarea tehnicilor de merchandising în acțiunile promoționale ale întreprinderii ...
20. Temă propusă de student după discuție științifică cu coordonatorul.

Conf. univ. dr. Alin Valentin ANGHELUȚĂ

1. Analiza clienților întreprinderii ... pe piața ...
2. Analiza concurenților în marketingul internațional (studiu de caz pe exemplul unei anumite piețe externe)
3. Analiza concurenților în marketingul internațional turistic (studiu de caz)
4. Analiza mediului de marketing în vederea pătrunderii unei întreprinderi românești pe piața străină
5. Analiza mixului de marketing la întreprinderea / organizația socială / partidul ...
6. Analiza portofoliului de produse și mărci al firmei ...
7. Analiza strategiilor de comunicație internațională / globală utilizate de organizația ...
8. Cercetarea comportamentului de cumpărare la produsele...
9. Cercetarea comportamentului de cumpărare pentru forma de turism ...
10. Elaborarea unui plan de afaceri pentru fundamentarea înființării unei companii pe piața (producție / distribuție / servicii) ...

11. Selecția pieței turistice externe de către un tur-operator / agenție de turism
12. Selecția piețelor externe pentru un produs (serviciu) românesc
13. Strategia de piață a întreprinderii / organizației sociale / partidului ...
14. Studiarea responsabilității sociale a organizației ...
15. Marketingul unei destinații turistice ...

Conf. univ. dr. Andreea-Mihaela BARBU

1. Analiza demersurilor de comunicare în marketing ale companiei X
2. Strategia de comunicare comercială pentru marca X
3. Satisfacția utilizatorilor de servicii ... pe piața din România
4. Mixul de marketing în cadrul companiei prestatoare de servicii X
5. Particularități ale comunicării în marketing pe piața serviciilor ...
6. Calitatea serviciilor ... în percepția utilizatorilor

Prof. univ. dr. Carmen BĂLAN

1. Elaborarea strategiei de marketing a societății / întreprinderii / firmei / organizației
2. Elaborarea strategiei de poziționare a mărcii a societății / întreprinderii / firmei / organizației
3. Elaborarea mixului de marketing al societății / întreprinderii / firmei / organizației
4. Elaborarea strategiei de produs a societății / întreprinderii / firmei / organizației
5. Elaborarea strategiei de marketing pentru lansarea noului produs/brand al societății / întreprinderii / firmei / organizației
6. Elaborarea strategiei de distribuție a societății / întreprinderii / firmei / organizației
7. Elaborarea strategiei logistice a societății / întreprinderii / firmei / organizației
8. Elaborarea strategiei de comunicare de marketing a societății / întreprinderii / firmei / organizației
9. Elaborarea strategiei de preț a societății / întreprinderii / firmei / organizației
10. Analiza strategiei de marketing a societății / întreprinderii / firmei / organizației
11. Analiza strategiei de poziționare a mărcii a societății / întreprinderii / firmei / organizației
12. Analiza mixului de marketing al societății / întreprinderii / firmei / organizației
13. Analiza strategiei de produs a societății / întreprinderii / firmei / organizației
14. Analiza strategiei de marcă a societății / întreprinderii / firmei / organizației
15. Analiza strategiei de marketing pentru lansarea noului produs/brand al societății / întreprinderii / firmei / organizației
16. Analiza strategiei de distribuție a societății / întreprinderii / firmei / organizației
17. Analiza strategiei logistice a societății / întreprinderii / firmei / organizației
18. Analiza strategiei de comunicare de marketing a societății / întreprinderii / firmei / organizației
19. Analiza strategiei de preț a societății / întreprinderii / firmei / organizației
20. Analiza strategiilor de marketing ale concurenților societății / întreprinderii / firmei / organizației ...
21. Analiza strategiilor de poziționare a mărcilor pe piața produsului / serviciului în România
22. Analiza tehnicilor de promovare a vânzărilor mărcii.... a societății / întreprinderii / firmei
23. Cercetarea opiniei clienților referitoare la produsul/serviciul/marca al/a societății / întreprinderii / firmei
24. Cercetarea gradului de satisfacție a clienților societății / întreprinderii / firmei
25. Cercetarea imaginii mărcii a societății / întreprinderii / firmei
26. Cercetare privind loialitatea clienților față de marca a societății / întreprinderii / firmei
27. Cercetarea pieței produsului/serviciului.....

28. Cercetarea comportamentului personalului societății / firmei / întreprinderii în relațiile cu clienții, pe baza metodei „clientul misterios”
29. Cercetare privind comportamentul de cumpărare a produsului/serviciului
30. Cercetare privind comportamentul de cumpărare online a produsului/serviciului
31. Cercetare privind comportamentul de cumpărare și consum/utilizare a produsului/serviciului
32. Cercetarea intențiilor de cumpărare a produsului/serviciului
33. Cercetarea motivelor de necumpărare a produsului/mărcii ...
34. Cercetarea motivelor de cumpărare și a motivelor de necumpărare a produsului/mărcii ...

Program licență – ENGLEZĂ

1. Design of the marketing strategy of the company / organization
2. Design of the positioning strategy of the brand of the company
3. Design of the marketing mix of the company / organization
4. Design of the product strategy of the company
5. Design of the marketing strategy for the launch of the new product/ brand of the company
6. Design of the distribution strategy of the company
7. Design of the logistics strategy of the company
8. Design of the marketing communication strategy of the company organization
9. Design of the pricing strategy of the company
10. Analysis of the marketing strategy of the company / organization
11. Analysis of the positioning strategy of the brand of the company
12. Analysis of the marketing mix of the company / organization
13. Analysis of the product strategy of the company
14. Analysis of the brand strategy of the company / organization....
15. Analysis of the marketing strategy for the launch of the new product / brand of the company
16. Analysis of the distribution strategy of the company
17. Analysis of the logistics strategy of the company
18. Analysis of the marketing communication strategy of the company organization
19. Analysis of the pricing strategy of the company
20. Analysis of the marketing strategies of the competitors of the company
21. Analysis of the brand positioning strategies on the market of the product /service ... in Romania
22. Analysis of the sales promotion techniques for the brand ... of the company ...
23. Research on the customer opinion about the product / service / brand of the company
24. Research on the customer satisfaction. Case study: The company....
25. Research on the image of the brand ... of the company ...
26. Research on the customer loyalty towards the brand ... of the company ...
27. Research of the market of the product / service
28. Mystery shopping research on the behavior of the personnel towards customers. Case study: The company
29. Research on customer buying behavior in the case of the product / service
30. Research on the online buying behavior in the case of the product / service
31. Research on customer buying and consumption / usage behavior in the case of the product / service
32. Research on the customer buying intentions in the case of the product / service
33. Research on customers’ reasons for buying the product / service ...
34. Research on customers’ reasons for not buying the product / service ...

Lect. univ. dr. Raluca Ecaterina BRANDABUR

1. Cercetarea comportamentelor de cumpărare și consum pe piața....
2. Cercetarea comportamentelor de cumpărare și consum pentru produsul/marca...
3. Marketing farmaceutic
4. Cercetări de marketing
5. Marketing în servicii

Prof. univ. dr. Ștefan-Claudiu CĂESCU

1. Analiza mixului de marketing la SC.....
2. Analiza strategiei de marketing la SC.....
3. Analiza strategiei de produs la SC.....
4. Analiza portofoliului de produse la SC.....
5. Studiul mediului de marketing la SC....
6. Elaborarea strategiei de marketing la SC.....
7. Elaborarea mixului de marketing la SC.....

Prof. univ. dr. Iuliana CETINĂ

1. Analiza politicii de produs la compania...
2. Analiza particularităților activității de marketing în cadrul unei companii prestatoare de servicii
3. Analiza mixului de marketing la o companie prestatoare de servicii
4. Cercetarea preferințelor consumatorilor la grupa de produse/servicii
5. Cercetarea satisfacției clienților în cazul companiei...
6. Comunicarea în cadrul unei companii prestatoare de servicii
7. Marketingul serviciilor promise/oferte în cadrul firmei...
8. Analiza marketingului intern în cadrul companiei...
9. Tendințe în relația marketing intern-marketing extern
10. Strategii de marketing într-o companie de servicii

Lect. univ. dr. Narcisa CIOBOTAR

1. Cercetarea mediului de marketing al organizației ...
2. Cercetarea dimensiunilor pieței întreprinderii/produsului ...
3. Cercetarea pieței produsului/serviciului ...
4. Analiza concurenților întreprinderii ... pe piața ...
5. Analiza portofoliului de produse și mărci al firmei ...
6. Elaboarea strategiei de poziționare a mărcii / organizației ...
7. Strategii și politici de marketing
8. Strategia de piață a întreprinderii/organizației ...
9. Strategii de marketing utilizate de întreprinderile mici și mijlocii
10. Program de marketing intern la întreprinderea ...
11. Cultura organizațională a companiei Studiu de caz
12. Elaborarea planului de marketing al organizației/produsului ...

Conf. univ. dr. Mihaela CONSTANTINESCU

1. Analiza intențiilor de cumpărare pentru produsul/serviciul.....
2. Mixul de marketing pentru clubul sportiv....
3. Analiza comportamentului consumatorului de sport

4. Promovarea sportivului/clubului sportiv/echipei în rândul consumatorilor de sport
5. Campanie de promovare a sportului la nivelul populației din România
6. Studiul comportamentului de cumpărare pentru produsul/serviciul....
7. Studiul comportamentului de consum/utilizare pentru produsul/serviciul...
8. Studiul satisfacției clienților.....
9. Studiul preferințelor consumatorilor de.....
10. Organizarea unui eveniment sportiv.....
11. Analiza procesului decizional de cumpărare a produsului/serviciului.....
12. Influența social media asupra comportamentului de cumpărare a produsului/serviciului.....
13. Analiza asocierii de imagine companie-sportiv/echipă/club sportiv ca tehnică de promovare în marketingul sportiv
14. Analiza eficienței campaniei de promovare.....
15. Studiul atitudinii consumatorilor/populației față de.....

Prof. univ. dr. Anca Francisca CRUCERU

1. Relația dintre marketing și vânzări - abordare practică în cadrul companiei...
2. Comportamentul etic în vânzări aplicat în cadrul companiei...
3. Tehnici de vânzare adoptate de către compania...pentru produsul/serviciul...
4. Metode de abordare a clientului în vânzări adoptate în cadrul companiei...
5. Aplicarea modelului de vânzare IBM în cazul unei vânzări profesionale
6. Aplicarea modelului de vânzare IBM în cazul unei vânzări antreprenoriale
7. Organizarea activității forței de vânzare din cadrul companiei...
8. Forța de vânzare și activitatea de marketing în cadrul companiei...
9. Forța de vânzare și tehnicile comunicaționale suport adoptate de către compania...
10. Comunicarea de marketing adoptată de către compania...pentru produsul/marca...
11. Analiza tehnicilor promoționale adoptate de către compania...
12. Analiza tehnicilor de promovare a vânzărilor adoptate de către firma...pentru produsul...
13. Mixul de marketing al companiei...
14. Politica de produs și comunicare a companiei...
15. Analiza pieței produsului...
16. Analiza concurenței pe piața produsului...

Conf. univ. dr. Mihai DIACONESCU

1. Evoluția mediului extern și influența acestuia asupra strategiei de marketing a întreprinderii.
2. Strategii de lansare / relansare a produsului / serviciului ...
3. Utilizarea tehnicilor de diferențiere colectivă a produselor alimentare în poziționarea / individualizarea ofertei ...
4. Analiza comparativă a strategiei de marketing pentru diverse categorii de produse alimentare.
5. Strategii de diferențiere și promovare ale produselor alimentare cu specific românesc.
6. Plan de marketing privind participarea companiei ... la târgul / expoziția ...
7. Diferențiere și poziționare pe piața produsului agroalimentar ...
8. Politica de ecomarketing: analize și tendințe.
9. Modificări privind obiceiurile de consum alimentar ale populației.
10. Studiu privind relația preț – valoare nutritivă în cazul produselor agroalimentare.
11. Ambalarea și etichetarea produselor alimentare – cerințe, oportunități și provocări.
12. Prezentări și analizi strategia de marketing a unei companii din industria alimentară.

13. Analizați politica de marcă a companiei X din domeniul alimentar pe piața românească / europeană.
14. Combaterea risipei alimentare – o direcție prioritară la nivel național și internațional.
15. „Green Marketing” – Un nou trend în marketingul agroalimentar.
16. Tendințe alimentare: transparență, sustenabilitate, super-alimente.
17. Viitorul industriei alimentare & alimentele viitorului: provocări și comportamente de consum.
18. Schimbări în obiceiurile de consum alimentar. Ce vor mânca europenii în 2050?
19. Analiza strategiei de comunicare / campaniei de publicitate / campaniei de promovare a companiei X din domeniul agroalimentar ...
20. Evoluții în comerțul online cu alimente în România și Europa.
21. Etica și practicile de marketing în industria și comerțul cu produse alimentare.
22. Sisteme de calitate europene și indicații geografice. Produse românești recunoscute și protejate în UE.
23. Efecte ale pandemiei de Covid-19 asupra comportamentului consumatorilor de produse alimentare.

Prof. univ. dr. Ionel DUMITRU

1. Analiza pieței organizației
2. Analiza influenței mediului asupra activității de marketing a organizației
3. Analiza mediului intern asupra activității de marketing a organizației
4. Analiza mediului extern asupra activității de marketing a organizației
5. Studiarea mediului concurențial și influența acestuia asupra activității de marketing
6. Analiza strategiei de marketing a organizației
7. Analiza mixului de marketing în cadrul organizației
8. Analiza politicii de produs a organizației
9. Analiza politicii de preț a organizației
10. Analiza politicii de distribuție a organizației
11. Analiza politicii de promovare a organizației
12. Studiarea gradului de internaționalizare a organizațiilor
13. Analiza mediului supranațional și influențele acestuia asupra activității de marketing internațional
14. Studiarea mediului concurențial internațional și influențele acestuia asupra activității de marketing internațional
15. Analiza strategiilor de intrare pe piețele externe
16. Analiza politicii de produs a organizației internaționale/multinaționale/transnaționale
17. Analiza politicii de preț a organizației internaționale/multinaționale/transnaționale
18. Analiza politicii de distribuție a organizației internaționale/multinaționale/transnaționale
19. Analiza politicii de promovare a organizației internaționale/multinaționale/transnaționale
20. Studiarea organizării de marketing a organizației internaționale/multinaționale/transnaționale

Prof. univ. dr. Alina FILIP

1. Cercetarea mediului de marketing al organizației din domeniul bunurilor și serviciilor de consum.
2. Cercetarea mediului de marketing al organizației din domeniul business to business.
3. Elaborarea mixului de marketing pentru organizația din domeniul bunurilor și serviciilor de consum.
4. Elaborarea mixului de marketing pentru organizația din domeniul business to business.
5. Analiza strategiei de piață a companiei din domeniul bunurilor și serviciilor de consum.

6. Analiza strategiei de piață a companiei..... din domeniul business to business.
7. Analiza politicii de produs a companiei din domeniul bunurilor și serviciilor de consum.
8. Analiza politicii de produs a companiei din domeniul business to business.
9. Dezvoltarea politicii de comunicare/promovare a companiei din domeniul bunurilor și serviciilor de consum.
10. Dezvoltarea politicii de comunicare/promovare a companiei din domeniul business to business.

Conf. univ. dr. Bogdan GEORGESCU

1. Analiza pieței firmei/produsului/serviciului x
2. Strategii de marketing pentru firma x
3. Analiza concurențială a firmei x
4. Cercetarea pieței produsului sau serviciului x
5. Mediul de marketing al firmei x
6. Impactul unei campanii de promovare asupra activității firmei x

Conf. univ. dr. Florin-Tudor IONESCU

1. Comunicarea în marketing în cadrul organizației X
2. Campanie de comunicare în marketing pentru marca X

Conf. univ. dr. Daniela IONIȚĂ

1. Elaborarea unui plan de marketing pentru fundamentarea înființării unei companii
2. Modele de afaceri folosite pentru a (co)crea valoare. Studiu de caz
3. Rolul marketingul antreprenorial în start-up-uri
4. Capitalul social și influența acestuia asupra activităților de marketing
5. Influența stilului cognitiv al întreprinzătorului asupra procesului decizional în marketing
6. Analiza strategiilor de marketing folosite de firma ...
7. Comunicarea de marketing a firmei/organizației ...
8. Analiza tehnicilor promoționale folosite de firma/organizația ...
9. Studiul imaginii produsului / mărcii ... în rândul consumatorilor
10. Analiza comportamentului de cumpărare și consum pe piața ...
11. Utilizarea platformelor digitale în activitățile de marketing. Studiu de caz
12. Influencer marketing. Studiu de caz

Program licență – ENGLEZĂ

1. The marketing plan of a start-up
2. Business models used to (co)create value. Case study
3. The role of entrepreneurial marketing in start-ups
4. Social capital and its influence on marketing activities
5. The influence of entrepreneur's cognitive style on marketing decision making
6. Analysis of marketing strategies used by the firm ...
7. Marketing communications of the firm/organization ...
8. Analysis of promotional techniques used by the firm/organization ...
9. Study of product/brand image ... among consumers
10. Analysis of buying and consumption behavior of ...
11. Using digital platforms for marketing activities. Case study
12. Influencer marketing. Case study

Lect. univ. dr. Camelia KAILANI

1. Elaborarea strategiei de comunicare de marketing pentru marca/firma/organizația X
2. Influența social media asupra percepției/atitudinii/preferințelor consumatorilor față de marca X
3. Cercetarea gradului de satisfacție a consumatorilor față de marca/firma/organizația X
4. Analiza strategiilor de poziționare a mărcilor pe piața produsului/serviciului X
5. Cercetarea percepției consumatorilor asupra valorilor mărcii X
6. Etica în comunicarea de marketing
7. Cercetarea efectelor negative/pozitive ale publicității asupra comportamentului de cumpărare/consum al tinerilor
8. Analiza motivelor de cumpărare/necumpărare pentru marca X
9. Influența mixului de marketing asupra comportamentului de cumpărare
10. Influența comunicării de marketing asupra percepției/atitudinii/preferințelor consumatorilor față de marca X
11. Analiza comparativă a mixului comunicațional al unor mărci/firme/organizații concurente
12. Factorii psihologici și comportamentul consumatorului în contextul pandemiei de COVID-19
13. Analiza strategiei de marketing internațional a firmei/organizației X
14. Analiza comparativă a strategiilor de intrare pe piețele externe a unor firme/organizații concurente
15. Temă propusă de student, de comun acord cu coordonatorul.

Program licență – ENGLEZĂ

1. Elaboration of the marketing communication strategy for the brand / company / organization X
2. The influence of social media on consumers' perception / attitude / preferences towards the brand X
3. Research of the degree of consumer satisfaction with the X brand / company / organization
4. Analysis of brand positioning strategies on a product / service market
5. Research of the consumers' perceptions of brand values
6. Ethics in marketing communication
7. Researching the negative / positive effects of advertising on young people's buying / consuming behaviour
8. Analysis of the reasons for buying / not buying the X brand
9. The influence of the marketing mix on buying behavior
10. The influence of marketing communication on consumers' perception / attitude / preferences towards the X brand
11. Comparative analysis of the communication mix of competing brands / firms / organizations
12. Psychological factors and consumer behavior in the context of the COVID-19 pandemic
13. Analysis of the international marketing strategy of the company / organization X
14. Comparative analysis of the strategies for entering the foreign markets of competing companies / organizations
15. A topic proposed by the student and agreed by the scientific coordinator.

Conf. univ. dr. Daniel MOISE

1. Marketingul evenimentelor
2. Comunicația prin eveniment în activitatea promoțională a organizației ...
3. Realizarea evenimentelor virtuale
4. Relații Publice
5. Comunicarea prin evenimente culturale a companiilor

6. Comunicarea prin eveniment realizată pentru marca (produsul)...
7. Promovarea evenimentelor ecologice
8. Utilizarea evenimentelor virtuale în comunicarea organizațională

Lect. univ. dr. Lucian-Florin ONIȘOR

1. Cercetare înainte de introducerea pe piața (din România/europeană/asiatică/nord americană/sud americană/africană/...) a noilor produse/servicii
2. Cercetare după introducerea pe piața (din România/europeană/asiatică/nord americană/sud americană/africană/...) a noilor produse/servicii
3. Investigarea nevoilor consumatorilor în procesul dezvoltării de produse/servicii noi
4. Dezvoltarea produsului/serviciului ... (presupune una dintre următoarele acțiuni: testarea conceptului/optimizarea design-ului/testarea ambalajului/modificările produsului-inovații succesive)
5. Temă propusă de student – stabilită de comun acord după o discuție științifică.

Lect. univ. dr. Andreea ORÎNDARU

1. Analiza eticii activității de marketing în cazul companiei...
2. Analiza industriei de dezvoltare personală și a strategiilor de marketing utilizate în această industrie
3. Analiza mixului de marketing companiei...
4. Analiza responsabilității sociale a organizației...
5. Comunicarea prin social media în industria...
6. Dezvoltarea strategiei de comunicare pentru un furnizor din industria de sănătate alternativă
7. Dezvoltarea unei abordări sustenabile în activitățile de marketing ale companiei...
8. Dezvoltarea unei abordări umane în activitatea de marketing a companiei...
9. Influencerii/ Persoanele publice și adopția unui stil de viață sănătos
10. Instrumente de comunicare online utilizate de ...
11. Integrarea unei abordări umane în activitatea de marketing în compania...
12. Marketing viral. Studiu de caz pe...
13. Strategii de marketing intern pentru construirea culturii organizaționale a companiei...
14. Word-of-Mouth marketing: Studiu de caz
15. Temă propusă de student cu acordul coordonatorului

Program licență – ENGLEZĂ

1. Analysis of the marketing activities ethics in the case of the company...
2. Analysis of the personal development industry and the marketing strategies used in this industry
3. Analysis of the marketing mix of the company...
4. Analysis of the social responsibility of the company.....
5. Communication through social media in the industry...
6. Development of a communication strategy for a provider in the alternative health industry
7. Development of a sustainable approach in the marketing activities of the company...
8. Development of a human-centered approach in the company's marketing activities...
9. Influencers/Public figures and the adoption of a healthy lifestyle
10. Online communication tools used by...
11. Integration of a human-centered approach in the marketing activities of the company...
12. Viral marketing. Case study on...

13. Internal marketing strategies for building the organizational culture of the company...
14. Word-of-Mouth marketing: Case study
15. Topic chosen by the student with the supervisor's approval

Prof. univ. dr. Mihai Cristian ORZAN

1. Analiza mediului de marketing al organizației...
2. Studiarea conjuncturii pieței ...
3. Securitate și aspecte etice pe INTERNET.
4. Marketing viral: Studiu de caz
5. Blog marketing: Studiu de caz
6. Utilizarea rețelelor sociale în cadrul strategiei comunicative a organizației: Studiu de caz
7. Word-of-Mouth marketing: Studiu de caz
8. Marketing de gherila: Studiu de caz
9. Marketing prin rețele mobile (mobile marketing). Studiu de caz
10. Integrarea instrumentelor online în cadrul activităților de relații publice
11. Strategia de marketing a organizației...
12. Strategia de piață a organizației...
13. Elaborarea mixului de marketing al organizației...
14. Elaborarea politicii de produs a organizației...
15. Sisteme expert de Marketing în evaluarea pieței/produsului...
16. Sisteme de simulare a activităților de marketing la nivelul organizației...
17. Proiectarea și realizarea prezentei online (site web) a organizației...
18. Cybermarketing - strategii de marketing multidimensionale pe Internet.
19. Publicitatea pe Internet.
20. Proiectarea aplicațiilor de comerț electronic.
21. Marketing direct pe Internet.
22. Incorporarea serviciilor on-line în conceperea campaniilor de promovare.
23. Analiza principalilor jucători pe piață publicității din Internet.
24. Evaluarea comparată a prezentei pe Internet a companiilor...
25. Evaluarea oportunității prezentei pe Internet pentru o companie din economia reală - studiu de caz.
26. Proiectarea unei campanii de marketing direct prin e-mail - aspecte economice și etice.
27. Gestiunea automată a managementului relațiilor cu clienții (CRM).
28. INTRANET - un avantaj strategic la nivel organizațional.
29. Instrumente online pentru suportul marketingului relațional.
30. Percepții ale consumatorilor referitoare la spoturile TV pentru produsul ...
31. Studiul imaginii produsului / serviciului / mărcii / întreprinderii ... în rândul consumatorilor
32. Metode de evaluare a eficienței activității publicitare - studiu de caz
33. Proiectarea (și aplicarea) unui studiu de tip „mystery shopping” pe piața ...
34. Comunicarea prin rețele sociale în industria
35. Cercetarea Comportamentului de Cumpărare la produsele...
36. Dezvoltarea campaniei de publicitate online la ...
37. Dezvoltarea campaniei de comunicare online la ...
38. Instrumente de comunicare online utilizate de ...
39. Cercetare privind loialitatea consumatorilor mărcii ...
40. Analiza particularităților cercetărilor de marketing online
41. Principii de protejare a spațiului personal (privacy) în mediul online ...
42. Cercetarea comportamentului de cumpărare pentru ...

43. Cercetarea preferintelor consumatorilor pentru ...
44. Strategia de marketing pentru ...
45. Strategie de marketing online pentru ...
46. Efectul comunicării online asupra deciziei de cumpărare. Studiu de caz
47. Modelarea și simularea fenomenelor de marketing
48. Publicitatea în mediul online la firma ...
49. Strategie de promovare în mediul online.
50. Campanie de responsabilitate sociala la compania
51. Responsabilitatea sociala în mediul online
52. Comunicarea prin rețele sociale ...
53. Comunicare prin rețele mobile (mobile marketing) ...
54. Instrumente de marketing mobil utilizate de ...
55. Comunicarea prin instrumente de tip Social Media la ...
56. Vlog și comunicarea video în mediul online.
57. Studiul comportamentului consumatorilor prin instrumente de neuromarketing
58. Neuromarketing și comportamentul consumatorului în mediul online
59. Promovarea produselor în mediul online. Studiu de caz
60. Studiu netnografic al comunitatilor online: Studiu de caz
61. Studiu perceptiilor tinerilor cu privire la...
62. Studiul atitudinii consumatorilor cu privire la magazinele online
63. Studiul comportamentului în rețelele sociale online
64. Studiul impactului instrumentelor de publicitate online. Studiu de caz.
65. Analiza mediului de marketing al firmei ...
66. Strategii de pret în mediul online. Studiu de caz
67. Impactul recenziilor în mediul online. Studiu de caz.
68. Impactul activitatii de marketing în Romania. Studiu de caz.
69. Lansarea pe piata a unui nou produs. Studiu de caz
70. Publicitate contextuală în mediul mobil. Studiu de caz
71. Marketing interpersonal prin social media. Studiu de caz
72. Teste utilitatii în mediul online. Studiu de caz.
73. Utilizarea serviciilor de localizare în marketingul mobil. Studiu de caz.
74. Utilizarea instrumentelor de realitate virtuala în marketing. Studiu de caz.
75. Efectul marșilor în mediul online. Studiu de caz.
76. Inteligența artificiala in marketing: Studiu de caz.
77. Sisteme automate de recomandare: Studiu de caz.

Lect. univ. dr. Andreea PACHIȚANU

1. Analiza strategiei de marketing a companiei/organizației...
2. Analiza mixului de marketing al companiei/organizației...
3. Elaborarea și implementarea mixului de marketing la compania/organizația...
4. Analiza impactului campaniilor de Influencer Marketing asupra percepțiilor și deciziilor de cumpărare ale consumatorilor (studiu de caz)
5. Rolul micro-influencerilor în crearea de conținut autentic și angajament în marketingul digital
6. Etica în Influencer Marketing: analiza problemelor de etică, precum transparența, autenticitatea și responsabilitatea influencerilor și a mărcilor.
7. Analiza impactului publicității prin rețelele sociale (Social Media) asupra intenției de cumpărare a consumatorilor.

8. Analiza rolului conținutului generat de utilizatori (User Generated Content-UGC) în marketingul prin mediile sociale online (Social Media).
9. Marketingul prin platformele video de social media (ex: YouTube, TikTok, Instagram Reels): tendințe și strategii eficiente (studiu de caz)
10. Evoluția tehnicilor de vânzare prin comerț electronic și influența recenziilor online asupra comportamentului consumatorilor
11. Analiza comportamentului de cumpărare în timpul evenimentelor majore de promovare a vânzărilor (ex: Black Friday sau Cyber Monday)
12. Analiza strategiilor de vânzare prin marketingul de conținut (content marketing): folosirea conținutului educațional/motivațional în atragerea și fidelizarea clienților
13. Utilizarea Inteligenței Artificiale în Marketing: studiu de caz
14. Etica activității de marketing online a companiei....
15. Temă propusă de student de comun acord cu profesorul coordonator

Program licență – ENGLEZĂ

1. Analysis of the marketing strategy of the company/organization...
2. Analysis of the marketing mix of the company/organization...
3. Design and implementation of the marketing mix of the company/organization...
4. Analysis of the impact of Influencer Marketing campaigns on consumer perceptions and purchase decisions (case study)
5. The role of micro-influencers in creating authentic content and engagement in digital marketing
6. Ethics in Influencer Marketing: Analysis of ethical issues such as transparency, authenticity and accountability of influencers and brands.
7. Analysis of the impact of Social Media advertising on the purchase intentions of consumers.
8. Analysis of the role of User Generated Content (UGC) in Social Media Marketing.
9. Marketing through Social Media video platforms (ex: YouTube, TikTok, Instagram Reels): trends and effective strategies (case study)
10. The evolution of e-commerce sales techniques and the influence of online reviews on consumer behavior
11. Analysis of consumers' purchase behavior during major sales promotion events (eg: Black Friday or Cyber Monday)
12. Analysis of Content Marketing sales strategies: using educational/inspirational content to attract and retain customers
13. The use of Artificial Intelligence in Marketing: case study
14. The ethics of the company's online marketing activity....
15. Research topic proposed by the student in agreement with the scientific coordinator

Prof. univ. dr. Eva Cristina PETRESCU

1. Analiza cererii pe piața ...
2. Analiza concurenței pe piața ...
3. Analiza mediului de marketing și influența sa asupra activității de marketing ...
4. Analiza politicii de marketing ...
5. Analiza politicii de produs ...
6. Analiza politicii de preț ...
7. Analiza politicii de distribuție ...
8. Analiza politicii de promovare ...

9. Analiza portofoliului de produse ...
10. Atitudinea consumatorilor privind produsele ...
11. Atitudinea consumatorilor cu privire la publicitatea online
12. Atitudinea consumatorilor privind publicitatea prin televiziune / radio / presă
13. Cercetare privind atitudinea tinerilor față de un stil de viață sănătos
14. Cercetare privind consumul de produse ecologice
15. Cercetarea atitudinii față de serviciile de asigurare
16. Cercetarea comportamentului consumatorilor de produse ...
17. Cercetarea comportamentului consumatorului de servicii ...
18. Cercetarea comportamentului consumatorului de servicii de asigurare
19. Cercetarea concurenței pe piața serviciilor de asigurare
20. Cercetarea satisfacției ...
21. Etica în activitatea de marketing
22. Etica în cercetarea de marketing
23. Lansarea unui nou produs/serviciu pe piața ...
24. Metode de fidelizare a clientelei ...
25. Metode și tehnici de promovare online ...
26. Particularități ale politicii de marketing internațional ...
27. Percepția activității de marketing online
28. Planificarea strategică a activității de marketing ...
29. Planul comunicațional ...
30. Planul de marketing ...
31. Politica de marketing a societății de asigurare
32. Stratificarea socială și modelul Veblenian
33. Studiul factorilor care influențează comportamentul consumatorului pe piața ...
34. Studiul imaginii mărcii
35. Studiul influenței rețelelor de socializare asupra comportamentului consumatorului
36. Studiul intenției de cumpărare ...
37. Studiul motivației de cumpărare pe piața asigurărilor
38. Studiul pieței asigurărilor
39. Studiul preferințelor consumatorilor privind ...
40. Tendințe noi în activitatea de marketing

Lect. univ. dr. Mara PLOEȘTEANU

1. Analiza mix-ului de marketing al societății
2. Evaluarea demersurilor comunicaționale ale mărcii X în rândul consumatorilor
3. Evaluarea eficienței unei campanii de comunicare/relații publice
4. Influența tehnicilor de promovare a vânzărilor asupra comportamentului de cumpărare
5. Evaluarea elementelor de atractivitate în comunicarea în marketing
6. Mediul de marketing al firmei. Studiu de caz
7. Proiectarea unei campanii de comunicare integrate în marketing
8. Proiectarea unei campanii de relații publice
9. Politica de comunicare a firmei
10. Evaluarea imaginii mărcii X în rândul consumatorilor
11. Mesajele subliminale în publicitate

Prof. univ. dr. Ioana Cecilia POPESCU

1. Analiza comunicării de marketing pentru marca “X”
2. Particularități ale comunicării de marketing pe piața produsului/ serviciului “X”
3. Analiza tehnicilor de promovare a vânzărilor utilizate de marca/ organizația “X”
4. Rolul comunicării de marketing în formarea imaginii mărcii “X”
5. Proiectarea campaniei de comunicare integrată pentru marca “X”

Lect. univ. dr. Andrei POPESCU

1. Strategia de marketing a firmei...
2. Planul de marketing la firma...
3. Planul de marketing – componenta a planului de afaceri al firmei...
4. Organizarea activității de marketing la firma...
5. Forța de vânzări a firmei X – analiza și recomandări.
6. Motivarea forței de vânzări – experiment.
7. Campania de lansare pe piață a produsului...
8. Campania de marketing social – studiu de caz.
9. Implementarea marketingului relațional la firma...

Program licență – ENGLEZĂ

1. The marketing strategy of company X.
2. The marketing plan of company X.
3. The marketing plan – part of the business plan of company X.
4. Organizing the marketing activity at company X.
5. The sales force of company X – analysis and recommendations.
6. Motivating the sales force – marketing experiment.
7. The launch campaign of product X.
8. The social marketing campaign – case study.
9. Implementing relational marketing at company X.

Conf. univ. dr. Loredana POPESCU

1. Agentia de publicitate - prestator de servicii promotionale
2. Alegerea mediilor de comunicație promoțională
3. Analiza pieței românești a publicității.
4. Căi de promovare în consum a produsului/serviciului.....
5. Comunicatia prin eveniment in activitatea promotionala a întreprinderii.....
6. Consideratii privind lansarea pe piata a unui produs la S.C.
7. Decizii strategice promotionale la
8. Elaborarea politicii in domeniul sponsorizarii in cadrul întreprinderii.....
9. Elaborarea strategiei de marketing a întreprinderii prestatoare de servicii
10. Elaborarea politicii de marketing a întreprinderii
11. Elaborarea politicii de preț a întreprinderii.....
12. Elaborarea politicii de produs la întreprinderea
13. Elaborarea politicii de promovare a vanzarilor la întreprinderea.....
14. Elaborarea strategiei de marketing a organizației nonprofit
15. Elaborarea strategiei de marketing la
16. Fundamentarea campaniei sociale ...

17. Fundamentarea dimensiunilor gamei de produse/servicii a întreprinderii
18. Implicațiile ciclului de viață al produsului asupra politicii de marketing a întreprinderii.....
19. Integrarea comunicației de marketing în cadrul planului de afaceri al întreprinderii.....
20. Locul prețului în cadrul mixului de marketing al firmei/ produsului.....
21. Obiective și strategii de preț le firma/ pentru produsul
22. Organizarea forțelor de vânzare la întreprinderea.....
23. Particularități ale politicii de produs la întreprinderea.....
24. Program de marketing privind lansarea unui nou produs pe piață (Studiu de caz la firma ...
25. Program de marketing privind participarea la un târg/expoziție (Studiu de caz la firma
26. Sistemul comunicațional de marketing în cadrul întreprinderii.....
27. Studiile de audiență a mijloacelor de comunicare în masa și rolul lor în creșterea eficienței activității agenției.....
28. Studiu de marketing pentru perfecționarea rețelei de distribuție a întreprinderii.....

Prof. univ. dr. Violeta RĂDULESCU

1. Analiza concurenților societății comerciale/organizației....pe piața....
2. Analiza mediului de marketing al societății comerciale....
3. Marketingul intern în cadrul societății comerciale/organizației....
4. Elaborarea unui plan de marketing pentru lansarea/promovarea unui produs/serviciu
5. Elaborarea mixului de marketing la societatea comercială/organizația...
6. Elaborarea politicii de produs a societății comerciale....
7. Elaborarea politicii de preț a societății comerciale....
8. Elaborarea politicii de distribuție a societății comerciale....
9. Elaborarea politicii de comunicație promoțională a societății comerciale/organizației.....
10. Strategia de marketing a societății comerciale/organizației....

Prof. univ. dr. Mihai-Ioan ROȘCA

1. Cercetarea comportamentului de cumpărare și consum al produselor alimentare ecologice
2. Cercetarea comportamentului de cumpărare și consum al produselor nealimentare ecologice
3. Cercetarea comportamentului de cumpărare și consum al serviciilor ecologice. Studiu de caz....
4. Impactul crizelor economice/ sanitare/ sociale în activitatea de marketing
5. Analiza comportamentului de cumpărare și consum pe piață ... utilizând studiul SNA Focus- BRAT
6. Impactul noilor tehnologii/ roboților/ inteligenței artificiale asupra comportamentului consumatorului
7. Marketingul în era Economiei circulare
8. Metode de cercetare utilizate în neuroștiințe și aplicarea lor în activitățile de marketing
9. Studiul acceptării și utilizării a noi modalități de plată în economia digitală
10. Impactul mașinilor autonome/ transportului autonom în marketing
11. Studiul factorilor care cresc percepția pozitivă a brandului de țară
12. Cercetarea comportamentului alegătorilor în competițiile electorale
13. Analiza utilizării marketingului online în alegeri
14. Plan de marketing politic pentru promovarea ideii de reîntregire națională
15. Utilizarea tehnicilor de marketing pentru schimbarea imaginii României în lume

Prof. univ. dr. Alin STANCU

Teme propuse de specialiști din mediul de afaceri

1. Influența diferitelor tipuri de media în decizia de cumpărare a unui autoturism nou
2. Impactul conținutului generat de AI asupra percepției despre un brand
3. Marketing Automation
4. Customer Retention
5. Account Based Marketing in B2B
6. Factori determinați în schimbarea atitudinii și comportamentului de consum pe piața....
7. Mecanisme de influențare a alegerii cumpărătorului in e-commerce
8. Structuri organizaționale cu funcții de marketing in tipologiile companiilor românești –
9. Particularități ale marketingului in companiile mici/ medii/corporații/
10. Particularități ale marketingului/Comportamentul consumatorului de Concert, festival sau streetfood/street art festival cu muzica live
11. Studiarea comportamentului filantropic în rândul romanilor
12. Strategia de marketing pentru un ONG
13. Studiarea factorilor care contribuie la stimularea unui comportament filantropic în rândul românilor
14. Metode de consolidare a loialității față de brand prin intensificarea angajamentului față de sustenabilitate. Studiu de caz
15. Rolul certificărilor verzi în strategiile de marketing digital. Studiu de caz

Teme

1. Relațiile publice în interiorul organizației
2. Evaluarea satisfacției prin utilizarea net promoter score. Studiu de caz
3. Relațiile publice în era digitala
4. Relațiile publice în sectorul non profit. Studiu de caz organizația.....
5. Studiarea atitudinii/percepției stakeholderilor privind implicarea sociala a companiei
6. Construirea unei campanii de relații publice
7. Crizele de comunicare și managementul acestora
8. Relațiile publice pe rețelele de socializare
9. Comunicarea responsabilității sociale
10. Responsabilitatea sociala pe piața auto/energie/etc
11. Analiza responsabilității sociale a organizației
12. Elaborarea unei campanii de comunicare a responsabilității sociale pentru organizația
13. Brandigul personal
14. Elaborarea și implementarea mixului de marketing la organizația
15. Employer branding
16. Rolul influencerilor în campaniile de relații publice
17. Responsabilitatea social în era digitală
18. Influența responsabilității sociale asupra angajaților
19. Etica agenților de vânzări
20. Studiarea percepției/atitudinii consumatorilor asupra brandurilor care implementează acțiuni de responsabilitate social. Studiul de caz

Program licență – ENGLEZĂ

Themes proposed by specialists from the business environment

1. The influence of different types of media in the decision to buy a new car
2. The impact of AI-generated content on brand perception

3. Marketing Automation
4. Customer Retention
5. Account Based Marketing in B2B
6. Factors determining the change in attitude and consumer behavior in the market....
7. Mechanisms for influencing the buyer's choice in e-commerce
8. Organizational structures with marketing functions in the typologies of Romanian companies -
9. Peculiarities of marketing in small/medium-sized companies/corporations/
10. Particularities of marketing/Consumer behavior of Concert, festival or street food/street art festival with live music
11. Studying philanthropic behavior among Romanians
12. Marketing strategy for an NGO
13. Studying the factors that contribute to stimulating philanthropic behavior among Romanians
14. Methods of strengthening brand loyalty by intensifying commitment to sustainability. Case study
15. The role of green certifications in digital marketing strategies. Case study

Themes

1. Public relations within the organization
2. Evaluation of satisfaction by using net promoter score. Case study
3. Public relations in the digital age
4. Public relations in the non-profit sector. Case study the organization.....
5. Studying the attitude/perception of the stakeholders regarding the social involvement of the company
6. Building a public relations campaign
7. Communication crises and their management
8. Public relations on social networks
9. Communication of social responsibility
10. Social responsibility on the car market/energy/etc
11. Analysis of the social responsibility of the organization
12. Developing a social responsibility communication campaign for the organization
13. Personal branding
14. Elaboration and implementation of the marketing mix at the organization
15. Employer branding
16. The role of influencers in public relations campaigns
17. Social responsibility in the digital age
18. The influence of social responsibility on employees
19. Ethics of sales agents
20. Studying the perception/attitude of consumers on brands that implement social responsibility actions. Case study

Prof. univ. dr. Aurelia Felicia STĂNCIOIU

1. Strategii de produs pentru turismul balnear / cultural / rural / ecoturism.....
2. Strategii de poziționare / re-poziționare a unei destinații / complex hotelier / agenții de turism
3. Modalități de cercetare a imaginii destinației.....
4. Analiza activității de marketing a centrelor naționale de informare turistică
5. Cercetarea satisfacției consumatorului de servicii turistice pentru produsul / destinația....
6. Modalități de studiere a comportamentului online a consumatorilor de produse turistice
7. Politica de marketing a centrului de informare turistică (regional / național)...

8. Strategia de marketing a întreprinderii de turism....
9. Modalități de evaluare a brandului turistic al României
10. Strategii de fidelizare a consumatorului de produse turistice...
11. Strategii de promovare a produsului turistic sau a unei forme de turism (balnear / cultural / rural / ecoturism) pe piața
12. Strategii de promovare a turismului cultural a destinației București
13. Strategii de promovare online a turismului balnear / cultural / rural / ecoturism – o analiză comparativă
14. Strategii de promovare a turismului românesc pe piețe internaționale – o analiză comparativă
15. Marketingul în turism prin rețele sociale –modalități de evaluare

Lect. univ. dr. Cristian TATU

1. Mixul de marketing online in cadrul ...
2. Strategia de comunicare prin Social Media pentru ...
3. Elaborarea unui plan de afaceri pentru înființarea unei afaceri online
4. Implementarea și personalizarea unei soluții de business intelligence
5. Investigarea opiniei clienților/beneficiarilor/stakeholdeirilor organizației (cercetări cantitative și/sau calitative)
6. Utilizarea instrumentelor de CRM/CEM în cadrul organizației...
7. Monitorizarea eficienței campaniilor de comunicare online
8. Etica și securitate in activitatea online a companiei
9. Organizația in noua economie
10. Managementul resurselor informaționale de marketing in cadrul organizației
11. Integrarea dispozitivelor mobile/portabile în definirea experienței clienților
12. Utilizarea marketingului direct prin intermediul instrumentelor online
13. Gestiunea riscului și a situațiilor de criză prin intermediul social media

Prof. univ. dr. Călin Petrică VEGHEȘ

1. Planificarea unei campanii de marketing direct pentru produsul / serviciul / evenimentul / marca / organizația
2. Cercetări de marketing pentru evaluarea impactului campaniilor de marketing direct ale organizației ... / pentru produsul / serviciul / marca / evenimentul ...
3. Cercetări de marketing pe piața culturală pentru dezvoltarea produsului cultural ...
4. Cercetări de marketing pe piața culturală pentru proiectarea comunicării de marketing pentru produsul / serviciul cultural ...
5. Comunicarea de marketing pe piața culturala – studiu de caz: produsul / serviciul / evenimentul / obiectivul de patrimoniu cultural ...

Prof. univ. dr. Diana Maria VRÂNCEANU

1. Cercetarea motivelor de cumpărare pentru produsul...
2. Cercetarea imaginii mărcii/organizației...
3. Cercetarea intențiilor de cumpărare pentru categoria de produse/marca...
4. Cercetarea satisfacției clienților față de produsul/organizația...
5. Cercetarea comportamentului de cumpărare/consum pentru produsul...
6. Cercetarea atitudinii consumatorilor față de produsul/organizația/campania publicitară/acțiunea socială...

7. Analiza politicii de preț a organizației...
8. Influența prețului asupra comportamentului de cumpărare pe piața...
9. Etica activității de marketing la nivelul organizației/pieței...
10. Etica activității de marketing a organizației/pe piața...
11. Etica în cercetările de marketing
12. Etica activității promoționale a organizației/pe piața....
13. Influența social media asupra comportamentului de cumpărare a produsului/serviciului.....

Program licență – ENGLEZĂ

1. Ethics in marketing
2. Ethics in marketing research
3. Research on buying intentions for the product category...
4. Price influence on buying behaviour...

Prof. univ. dr. Răzvan ZAHARIA

1. Cercetarea intențiilor și/sau motivelor de cumpărare a produsului X pe piața Municipiului București
2. Cercetarea satisfacției studenților privind studiile universitare de licență la facultatea X
3. Cercetarea satisfacției pacienților spitalelor din Municipiului București
4. Marketing cultural practicat de muzeul /teatrul X
5. Utilizarea marketingului pentru îmbunătățirea imaginii mărcii/organizației X
6. Cercetarea intențiilor și/sau motivelor de vot pentru candidatul/partidul X
7. Utilizarea marketingului în cadrul primăriei orașului/sectorului X
8. Analiza ofertei electorale a partidului X cu ocazia alegerilor locale/parlamentare
9. Tehnici de colectare de fonduri utilizate de organizațiile nelucrative
10. Analiza mixului de marketing la organizația X