

## **TEMATICĂ ORIENTATIVĂ PENTRU DISERTATII MASTER „MARKETING INTERNAȚIONAL”**

1. Analiza pieței produsului / serviciului ... în țara ...
2. Analiza mediului de marketing al organizației ....
3. Cercetarea motivelor de cumpărare și necumpărare pentru grupa mărfuri ...
4. Cercetarea preferințelor consumatorilor la grupa de produse / servicii...
5. Cercetarea intențiilor de cumpărare ale consumatorilor pentru produsul / serviciul...
6. Influențele culturale asupra comportamentului consumatorilor.
7. Studiul imaginii mărcii / organizației / țării ... în rândul consumatorilor
8. Influențe etnice asupra comportamentului consumatorului ....
9. Influențe religioase asupra comportamentului consumatorului ....
10. Etica activității de cercetare de marketing.
11. Sisteme expert de marketing în evaluarea pieței produsului / serviciului
12. Analiza concurenței pe piața produselor sau serviciilor din România
13. Elaborarea politicii de marketing la organizația ...
14. Particularități ale politicii de marketing utilizate de întreprinderea care acționează pe piața bunurilor productive.
15. Strategii de marketing utilizate de întreprinderile mici și mijlocii.
16. Elaborarea mixului de marketing la organizația ...
17. Elaborarea politicii de produs la organizația ...
18. Politica de produs global la întreprinderea ...
19. Diferențierea și poziționarea produselor / serviciilor întreprinderii ... pe piața ...
20. Program de marketing privind introducerea în fabricație și lansarea pe piață (internă, externă)...a unui produs / serviciu.
21. Elaborarea politicii de preț a întreprinderii ...
22. Distribuția fizică la întreprinderea ...
23. Program de marketing privind distribuția produsului / serviciului ... pe piața internă / externă.
24. Analize comparative ale sistemelor de distribuție în marketingul internațional.
25. Analiza pieței europene a publicității.
26. Elaborarea strategiei de comunicare comercială pentru produsul / serviciul ...
27. Tehnicile de promovare a vânzărilor adoptate de către întreprinderea...pentru produsul sau serviciul...
28. Elaborarea strategiei de marcă pentru noul produs ... al întreprinderii ...
29. Campania de relații publice pentru produsul / serviciul...
30. Relațiile publice și rolul lor în adoptarea deciziilor întreprinderii ...
31. Comunicarea prin eveniment în activitatea promoțională a întreprinderii ...
32. Organizarea activității forțelor de vânzare la întreprinderea ...
33. Integrarea marketingului direct în organizația ...
34. Proiectarea unei campanii de marketing direct pentru organizația ...
35. Program de marketing pentru participarea întreprinderii... la manifestarea expozițională / târgul internațional ...
36. Elaborarea strategiei de comunicare corporativă a întreprinderii / organizației sociale ...
37. Managementul relațiilor cu clientela la întreprinderea ... pe piața ...

38. Proiectarea / organizarea unei campanii / unor activități de marketing relațional pentru organizația ...
39. Crearea / dezvoltarea unei platforme de marketing relațional pentru organizația ...
40. Planificarea strategică de marketing a unei întreprinderi cu activitate internațională.
41. Organizarea (reorganizarea) activității de marketing la întreprinderea ...
42. Criterii, metode și etape în selecția piețelor externe.
43. Selecția piețelor externe pentru un produs (serviciu) românesc.
44. Studiul cererii pentru produsul / serviciul ... pe o anumită piață externă.
45. Analiza mediului de marketing în vederea pătrunderii unei întreprinderi românești pe piața străină.
46. Analiza concurenților în marketingul internațional (studiu de caz pe exemplul unei anumite piețe externe).
47. Analiza riscului în marketingul internațional.
48. Studiarea conjuncturii economice internaționale pentru produsul / serviciul ...
49. Strategii de marketing pentru penetrarea unei piețe externe de către întreprinderea ...
50. Strategii de marketing privind pătrunderea unei întreprinderi străine pe piața României .
51. Sisteme de marketing internațional – analize comparative.
52. Metode, tehnici și instrumente în cercetarea unei anumite piețe externe
53. Utilizarea cercetărilor de marketing în vederea penetrării pe piața externă ...
54. Strategii de marketing internațional în favoarea întreprinderii ...
55. Program de marketing pentru promovarea exportului produsului ... pe piața ...
56. Realizarea planului media pentru campania promoțională ...
57. Studiarea responsabilității sociale a organizației ...
58. Analiza pieței internaționale a produsului sau serviciului ...
59. Selectarea piețelor externe în contextul strategiei de internaționalizare a firmei.
60. Tendințe în distribuția internațională.
61. Politică de marcă în marketing internațional.
62. Marketing direct: experiența țărilor din Europa.
63. Mediul european: convergențe și particularități.
64. Strategii concurențiale adoptate pe piața europeană.
65. Tendințe în comunicarea de marketing pe plan internațional.