



UNIVERSITATEA „VASILE ALECSANDRI” DIN BACĂU

Facultatea de Științe Economice

Str. Spiru Haret, nr. 8, Bacău, 600114

Tel. ++40-234-542411, tel./ fax ++40-234-516345

www.ub.ro; e-mail: stiintec@ub.ro



**TEMELE PROPUSE PENTRU LUCRĂRILE DE LICENȚĂ
la programele de studiu
MARKETING - ÎF și MARKETING - ID
- SESIUNEA IULIE 2027 -**

Notă: toate temele sunt orientative. Pot fi stabilite și alte teme, în funcție de preferințele studenților și respectiv de locul de muncă dacă este cazul, cu aprobarea cadrului didactic coordonator.

Conf.univ.dr. Marcela Cornelia DANU

1. Strategii de piață. Cazul firmei...pe piața...
2. Analiza dimensiunilor pieței firmei...
3. Analiza furnizorilor și clienților firmei...
4. Politica de produs a firmei...
5. Alternative strategice în politica de produs a firmei...
6. Politica de preț a firmei...
7. Stabilirea prețului produselor/serviciilor firmei...
8. Politica de distribuție a firmei...
9. Canale și rețele de distribuție utilizate de firma...
10. Politica de comunicare a firmei...

Conf. univ. dr. Bogdan NICHIFOR

1. Pietele regionale și implicațiile acestora asupra deciziilor de marketing în sfera internațională.
2. Alternative strategice de patrundere pe piața internațională la compania
3. Identificarea și analiza concurenților în contextul internaționalizării pietelor la compania... .
4. Implicațiile utilizării Internetului asupra demersului de marketing modern.
5. Analiza comportamentelor de cumpărare și consum pe piața (aplicatie generală sau la nivelul unei companii).

Conf. univ. dr. Diana PRIHOANȚĂ

1. Analiza pieței firmei/produsului. Studiu de caz la.....
2. Analiza mediului de marketing a firmei.....
3. Politica și strategia de..... Studiu de caz la firma/organizația/fundația
4. Implementarea unei campanii de marketing direct la firma.....
5. Implementarea unei campanii sociale în cadrul organizației.....
6. Lansarea pe piață a produsului.....

Conf. univ. dr. Oana Ancuța STĂNGACIU

- 1 . Analiza macromediului de marketing din(se va alege o țară).....
- 2 . Analiza mediului de marketing al(se va alege o firmă).....

Conf. univ. dr Laura Cătălina ȚIMIRAS

1. Analiza pieței produsului / întreprinderii.....
2. Elaborarea și operaționalizarea programului cercetării de marketing.
3. Politica de produs în domeniul agroalimentar. Studiu de caz la întreprinderea
4. Politica de preț în domeniul agroalimentar. Studiu de caz la întreprinderea.....:
5. Politica de distribuție în domeniul agroalimentar. Studiu de caz la întreprinderea.....:
6. Politica de comunicare în domeniul agroalimentar. Studiu de caz la întreprinderea.....:

Lector univ.dr. Ioana OLARIU

1. Perspective strategice asupra procesului de vânzare în domeniul.....
2. Operaționalizarea strategiei de vânzare la nivelul companiei/in domeniul.....
3. Coordonarea activității forțelor de vânzare în cadrul companiei/in domeniul.....
4. Vânzarea personală și procesele de comunicare interpersonală în domeniul.....
5. Analiza mediului de marketing la nivelul companiei.....
6. Politica de produs la nivelul companiei.....
7. Lansarea pe piață a produsului nou X
8. Coordonatele organizării activității de distribuție în domeniul.....

Lector univ.dr. Luminița Iulia ZAIȚ

1. Particularități ale activității de marketing la nivelul piețelor de afaceri. Aplicație practică în cadrul S.C.
2. Analiza contextului concurențial în cadrul pieței din România.
3. Diagnoza mediului de marketing la nivelul S.C.....
4. Analiza pieței S.C..... și a posibilităților sale de extindere.
5. Coordonate ale strategiei de fidelizare. Fundamentarea, elaborarea și operaționalizarea strategiei de fidelizare la nivelul S.C....
6. Managementul relațiilor cu clienții în sistemul financiar-bancar din România.
7. Comunicarea de marketing în cadrul S.C.....
8. Comunicarea de marketing la nivelul piețeidin România

Notă: la solicitare, temele mai pot fi suplimentate și pentru discipline ale altor cadre didactice care au ore la programul de studii.

**Director Departament,
Conf.univ.dr. Oana Anuța STÂNGACIU**