Academia de Studii Economice din București
Facultatea de Marketing
Departament Marketing

Tematica lucrărilor de disertație propusă pentru anul universitar 2025-2026
Program Marketing: Marketing Strategic

Conf. univ. dr. Carmen ACATRINEI

1. Dezvoltarea campaniei de comunicare în mediul online. Studiu de caz ...
2. Proiectarea și realizarea campaniei de publicitate online. Studiu de caz ...
3. Utilizarea Google Ads pentru promovarea ...
4. Dezvoltarea campaniei de social media marketing. Studiu de caz ...

Prof. univ. dr. Laurențiu-Dan ANGHEL

1. Cercetarea atitudinii consumatorilor față de utilizarea Social Media de către organizații
2. Cercetarea comportamentului utilizatorilor pe piața business to business …
3. Cercetarea motivelor de cumpărare si necumpărare pentru ...
4. Cercetări de marketing on line.
5. Cercetarea directă și creșterea eficienței activității organizației
6. Diferențierea și poziționarea produselor organizației … pe piața …
7. Elaborarea politicii de marketing pentru (întreprinderea) organizația …
8. Elaborarea politicii de produs pentru (întreprinderea) organizația...
9. Elaborarea strategiei de comunicație promoțională a întreprinderii/organizației ...
10. Elaborarea strategiei de marketing a întreprinderii/organizației …
11. Elaborarea unui plan de afaceri pentru fundamentarea înființării unei companii pe piața …
12. Etica activității de marketing
13. Evaluarea eficienței activității promoționale
14. Experimentul de marketing
15. Fundamentarea strategiei de produs la întreprinderea ...
16. Managementul relațiilor cu clientela la întreprinderea … pe piața …
17. Metode de evaluare a eficienței activității promoționale
18. Modalități de fundamentare a strategiei de marketing la întreprinderea ...
19. Neuromarketing
20. Proiectarea planului de afaceri și de marketing la întreprinderea ...
21. Stilul de viață și comportamentul consumatorului.
22. Strategia de piață a întreprinderii/organizației …
23. Strategii de marketing utilizate de întreprinderea care acționează pe piața business to business.
24. Strategii de marketing utilizate de întreprinderile mici și mijlocii
25. Strategii de poziționare (repoziționare) pe piață a (întreprinderii) organizației…
26. Strategii și politici de marketing
27. Studiul imaginii produsului/mărcii/întreprinderii/organizației ... în rândul consumatorilor
28. Temă propusă de student după discuție științifică cu coordonatorul.

Conf. univ. dr. Alin Valentin ANGHELUȚĂ

1. Analiza concurenților întreprinderii ... pe piața ....
2. Elaborarea mixului de marketing la întreprinderea / organizația socială …

3. Elaborarea strategiei de comunicație comercială a întreprinderii …
4. Elaborarea strategiei de comunicație corporativă a companiei ...
5. Elaborarea strategiei de comunicație promoțională a întreprinderii / organizației sociale ...
6. Elaborarea strategiei de marcă pentru noul produs ... al întreprinderii ...
7. Elaborarea strategiei de marketing a întreprinderii / organizației sociale / partidului …
8. Plan de marketing al întreprinderii / produsului …
9. Planificarea strategică la întreprinderea …
10. Poziționarea (repoziționarea) pe piață a întreprinderii …
11. Program de marketing intern la întreprinderea ...
12. Program de marketing pentru promovarea exportului produsului ... pe piața …
13. Proiectarea planului de afaceri și de marketing la întreprinderea ...
14. Proiectarea unei campanii de marketing online pentru organizația / produsul / serviciul …
15. Stilul de viață și comportamentul consumatorului.
16. Strategii de marketing pentru penetrarea unei piețe externe de către întreprinderea …
17. Strategii de marketing privind pătrunderea unei întreprinderi străine pe piața României
18. Strategii de marketing utilizate de întreprinderile mici și mijlocii
19. Studiul imaginii produsului / serviciului / mărcii / întreprinderii ... în rândul consumatorilor
20. Marketingul locurilor (place branding) ... pentru localitatea / regiunea / tara ...

Conf. univ. dr. Andreea-Mihaela BARBU

1. Percepțiile consumatorilor cu privire la campania de comunicare în marketing a companiei X
2. Percepțiile consumatorilor cu privire la demersurile comunicaționale de pe piața ...
3. Impactul comunicării în marketing a companiei X asupra atitudinii/ comportamentului consumatorilor
4. Comunicarea neconvențională pe piața ...
5. Rolul tehnicilor de comunicare în formarea imaginii unei companii

Eficiența campaniilor de promovare a vânzărilor

Prof. univ. dr. Carmen BĂLAN

1. Elaborarea strategiei de marketing a societății / întreprinderii / firmei / organizației ....
2. Elaboarea 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 aprovizionare a societății / întreprinderii / firmei / organizației ....
9. Elaborarea strategiei de comunicare de marketing a societății / întreprinderii / firmei / organizației ....
10. Elaborarea strategiei de preț a societății / întreprinderii / firmei / organizației ....
11. Analiza strategiei de marketing a societății / întreprinderii / firmei / organizației ....
12. Analiza strategiei de poziționare a mărcii .... a societății / întreprinderii / firmei / organizației ....
13. Analiza mixului de marketing al societății / întreprinderii / firmei / organizației ....
14. Analiza strategiei de produs a societății / întreprinderii / firmei / organizației ....
15. Analiza strategiei de marcă a societății / întreprinderii / firmei / organizației ....

16. Analiza strategiei de marketing pentru lansarea noului produs/brand .... al societății / întreprinderii / firmei / organizației ....
17. Analiza strategiei de distribuție a societății / întreprinderii / firmei / organizației ....
18. Analiza strategiei logistice a societății / întreprinderii / firmei / organizației ....
19. Analiza strategiei de aprovizionare a societății / întreprinderii / firmei / organizației ....
20. Analiza sistemului de distribuție al societății / întreprinderii / firmei / organizației ....
21. Analiza canalelor de marketing ale societății / întreprinderii / firmei / organizației ....
22. Analiza strategiei de comunicare de marketing a societății / întreprinderii / firmei / organizației ....
23. Analiza strategiei de preț a societății / întreprinderii / firmei / organizației ....
24. Elaborarea planului de marketng al societății / întreprinderii / firmei / organizației ....
25. Analiza strategiilor de marketing ale concurenților societății / întreprinderii / firmei / organizației ....
26. Analiza strategiilor de poziționare a mărcilor pe piața produsului / serviciului .... în România
27. Analiza comparativă a sistemelor de distribuție existente pe piața produsului / serviciului .... în România
28. Analiza comparativă a tehnicilor de promovare a vânzărilor mărcii.... a societății / întreprinderii / firmei .....
29. Analiza comparativă a tehnicilor de promovare a vânzărilor în cazul mărcilor existente pe piața produsului .....
30. Analiza managementului relațiilor cu clienții societății / întreprinderii / firmei .....
31. Cercetarea opiniei clienților referitoare la produsul/serviciul/marca ..... al/a societății / întreprinderii / firmei .....
32. Cercetarea gradului de satisfacție a clienților societății / întreprinderii / firmei .....
33. Cercetarea imaginii mărcii ..... a societății / întreprinderii / firmei .....
34. Cercetare privind loialitatea clienților față de marca .... a societății / întreprinderii / firmei .....
35. Cercetarea pieței produsului/serviciului.....
36. Cercetarea comportamentului personalului societății / firmei / întreprinderii .... în relațiile cu clienții, pe baza metodei „clientul misterios”
37. Cercetare privind comportamentul de cumpărare a produsului/serviciului .....
38. Cercetare privind comportamentul de cumpărare online a produsului/serviciului .....
39. Cercetare privind comportamentul de cumpărare și consum/utilizare a produsului/serviciului .....
40. Cercetarea intențiilor de cumpărare a produsului/serviciului .....
41. Cercetarea motivelor de necumpărare a produsului/mărcii ...
42. Cercetarea motivelor de cumpărare și a motivelor de necumpărare a produsului/mărcii ...
43. Analiza portofoliului de clienți al societății / întreprinderii / firmei .....
44. Analiza nivelului de servire logistică al societății / întreprinderii / firmei .....
45. Managementul reclamațiilor clienților societății / întreprinderii / firmei .....

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. Elaborarea strategiei de marketing la SC…….
6. Elaborarea mixului de marketing la SC…..
7. Plan de marketing la SC……
8. Elaborarea stretegiei de pozitionare la SC…..
9. Dezvoltarea strategiei de marketing orientate catre consummator la SC……
10. Dezvoltarea strategiei de produs la SC…..

Prof. univ. dr. Iuliana CETINĂ

1. Elaborarea mixului de marketing la compania…
2. Marketing intern în cadrul unei companii prestatoare de servicii
3. Analiza politicii de produs a Societății Comerciale…
4. Comunicarea în cadrul unei firme prestatoare de servicii
5. Diferențierea și poziționarea serviciilor companiei…. pe piața….
6. Strategii și tehnici de vânzare în cadrul unei companii prestatoare de servicii
7. Analiza comportamentului consumatorului de servicii
8. Strategii de produs la firma…
9. Cercetarea preferințelor consumatorilor pentru serviciile de…
10. Cercetarea satisfacției consumatorilor pentru serviciile de…

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. Analiza comparativă a competitorilor de pe piața produsului/serviciului…
2. Analiza concurenței pe piața…
3. Analiza mediului de marketing al unei firme
4. Analiza tehnicilor de promovare a vânzărilor adoptate pentru produsul…
5. Analiza tehnicilor de vânzare bazate pe etapele procesului de vânzare în cazul firmei…
6. Comportamentul concurențial și anticoncurențial al companiei…
7. Comunicarea de marketing în cadrul companiei…
8. Construirea mesajului comunicațional în cazul unui produs/serviciu
9. Demersul comunicațional inițiat de către compania…pentru produsul/serviciul…
10. Etapele planificării strategice de marketing implementate de către firma…
11. Implementarea unui program comunicațional integrat pentru promovarea produsului/serviciului…
12. Metode de analiză a concurenței de pe piața unui produs/serviciu
13. Mixul de marketing implementat in cadrul firmei
14. Orientarea strategică de marketing a companiei…
15. Segmentarea și poziționarea pe piața țintă
16. Strategia de comunicare comercială adoptată pentru produsul/marca…
17. Strategia de comunicare corporativă a companiei…
18. Strategia de marketing adoptată de către compania…
19. Strategii de vânzare adoptate în cadrul companiei…
20. Tehnici comunicaționale suport utilizate în activitatea forței de vânzare

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. Prezentați și analizați 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 in Romania și Europa.
21. Etica și practicile de marketing in industria și comerțul cu produse alimentare.
22. Sisteme de calitate europene si 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. Elaborarea mixului de marketing a organizației
2. Elaborarea strategiei de marketing a organizației
3. Elaborarea strategiei de intrare pe piețele externe a organizației
4. Elaborarea strategiei de ieșire de pe piețele externe a organizației
5. Proiectarea strategiei de produs pentru piețele externe a organizației
6. Proiectarea strategiei de preț pentru piețele externe a organizației
7. Proiectarea strategiei de distribuție pentru piețele externe a organizației
8. Proiectarea strategiei de promovare pentru piețele externe a organizației
9. Utilizarea cercetărilor de marketing secundare în cadrul marketingului international
10. Elaborarea strategiilor de marketing în cadrul spațiului european
11. Elaborarea strategiei de segmentare a organizației
12. Elaborarea strategiei de poziționare a organizației
13. Elaborarea strategiei de alegere a segmentelor țintă a organizației
14. Studierea influenței eticii asupra activității de marketing a organizației
15. Elaborarea strategiei de marketing în domeniul educational
16. Elaborarea strategiei de marketing în domeniul organizațiilor non profit
17. Studierea influenței țării de origine asupra comportamentului consumatorilor internaționali
18. Proiectarea strategiei de adaptare/standardizare pentru piețele externe
19. Utilizarea marketingului intern în activitatea organizațiilor
20. Utilizarea strategiei de marcă în cadrul organizației internaționale/multinaționale/transnaționale

Prof. univ. dr. Alina FILIP

1. Analiza stakeholderilor companiei ….. și a influenței exercitate asupra activității de piață a acesteia.
2. Managementul relațiilor cu clienții în cadrul companiei …….
3. Elaborarea/analiza politicii de loializare a clienților în cadrul companiei …
4. Dezvoltarea unui program de loializare a clienților pentru organizația ……
5. Analiza portofoliului de clienți pentru compania …….. și elaborarea strategiilor de marketing specifice.
6. Analiza proceselor de achiziție, retenție și dezvoltare a relațiilor cu clienții în cadrul companiei……
7. Analiza procesului de management al reclamațiilor în cadrul companiei ……

8. Elaborarea/analiza politicii de marketing intern în cadrul companiei ……
9. Cercetarea satisfacției/loialității clienților pentru produsul/organizația/piața...
10. Cercetarea barierelor în calea migrării clienților în cadrul pieței/industriei……..
11. Cercetarea comportamentului de migrare a clienților pentru produsul/organizația/piața ……..
12. Cercetarea satisfacției/loialității angajaților companiei…….
13. Cercetarea comportamentului angajaților companiei ……. prin metoda „cumpărătorul misterios".
14. Cercetarea mediului de marketing al organizației ……..
15. Elaborarea/analiza politicii de marketing a companiei …….

Conf. univ. dr. Bogdan GEORGESCU

1. Percepția schimbărilor de preț
2. Senzitivitatea pretului la diferiti factori externi
3. Percepția prețului urmare a schimbării sau denominării monedei
4. Prețuri promoționale, magice sau diferentiate

Conf. univ. dr. Daniela IONIȚĂ

1. Modele de afaceri folosite pentru a (co)crea valoare. Studiu de caz
2. Analiza mediului de marketing în vederea pătrunderii unei firme românești pe piața unică europenă
3. Elaborarea strategiei de marketing a întreprinderii/organizației …
4. Strategii de marketing pentru penetrarea unei pieţe externe de către întreprinderea ...
5. Proiectarea planului de afaceri şi de marketing al firmei ...
6. Diferenţierea şi poziţionarea produselor întreprinderii … pe piaţa …
7. Proiectarea unei campanii de comunicare pentru marca/firma ...
8. Utilizarea crowdsourcing-ului în activitatea de marketing a firmei ...
9. Etica activităţii de marketing
10. Utilizarea platformelor digitale în activitatea de marketing. Studiu de caz
11. Influencer marketing. Studiu de caz
12. Utilizarea inteligenței artificiale în activitatea de marketing. Studiu de caz

Lect. univ. dr. Camelia KAILANI

1. Cercetarea implicațiilor stilului de viață asupra comportamentului de cumpărare/consum. Studiu de caz
2. Cercetarea influenței factorilor exogeni asupra comportamentului de cumpărare
3. Elaborarea strategiei de comunicare a unei firme/organizații românești cu activitate internațională.
4. Elaborarea strategiei de comunicare a unei mărci/firme/organizații
5. Cercetarea particularităților comunicării de marketing pe plan internațional. Studiu comparativ.
6. Analiza particularităților procesului decizional al consumatorului, în funcție de factorii socio-demografici
7. Impactul comunicării de marketing interactive asupra atitudinii și preferințelor consumatorilor față de o anumită marcă
8. Influența acțiunilor de responsabilitate socială ale unei întreprinderi asupra deciziei de cumpărare a mărcilor/produselor/serviciilor sale
9. Analiza factorilor care influențează loialitatea consumatorului față de o anumită marcă
10. Factorii care determină cumpărarea impulsivă
11. Temă propusă de masterand, de comun acord cu coordonatorul.

Conf. univ. dr. Daniel MOISE

1. Marketingul si managementul evenimentelor
2. Evenimentul de lansare al unui post de televiziune
3. Evenimentul și reflectarea sa în relațiile publice
4. Comunicarea prin evenimente culturale a companiilor
5. Comunicarea prin eveniment în activitatea promoțională a organizației...
6. Comunicarea prin eveniment realizată pentru marca (produsul)...
7. Promovarea evenimentelor ecologice
8. Utilizarea evenimentelor virtuale in 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

Prof. univ. dr. Mihai Cristian ORZAN

1. Analiza mediului de marketing al organizației...
2. Studierea conjuncturii pieței …
3. Securitate si aspecte etice pe INTERNET.
4. Marketing viral: Studiu de caz
5. Blog marketing: Studiu de caz
6. Utilizarea retelelor sociale in cadrul strategiei comunicationale a organizatiei: 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 in cadrul activitatilor de relatii 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 in evaluarea pietei/produsului...
16. Sisteme de simulare a activitatilor de marketing la nivelul organizatiei...
17. Proiectarea si realizarea prezentei online (site web) a organizatiei...
18. Cybermarketing - strategii de marketing multidimensionale pe Internet.
19. Publicitatea pe Internet.
20. Proiectarea aplicatiilor de comert electronic.
21. Marketing direct pe Internet.
22. Incorporarea serviciilor on-line in conceperea campaniilor de promovare.
23. Analiza principalilor jucatori pe piata publicitatii din Internet.
24. Evaluarea comparata a prezentei pe Internet a companiilor...
25. Evaluarea oportunitatii prezentei pe Internet pentru o companie din economia reala - studiu de caz.
26. Proiectarea unei campanii de marketing direct prin e-mail - aspecte economice si etice.
27. Gestiunea automata a managementului relatiilor cu clientii (CRM).
28. INTRANET - un avantaj strategic la nivel organizational.
29. Instrumente online pentru suportul marketingului relational.
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 retele sociale in industria ....
35. Cercetarea Comportamentului de Cumparare la produsele...
36. Dezvoltarea campaniei de publicitate online la ...
37. Dezvoltarea campaniei de comunicare onlinea la ...
38. Instrumente de comunicare online utilizate de ...
39. Cercetare privind loialitatea consumatorilor marcii ...
40. Analiza particularitatilor cercetarilor de marketing online
41. Principii de protejate a spatiului personal (privacy) in mediul online ...
42. Cercetarea comportamentului de cumparare pentru ...
43. Cercetarea preferintelor consumatorilor pentru ...
44. Strategia de maketing pentru ...
45. Strategie de marketing online pentru ...
46. Efectul comunicării online asupra deciziei de cumpărare. Studiu de caz
47. Modelarea si simularea fenomenelor de marketing
48. Publicitatea in mediul online la firma ...
49. Strategie de promovare in mediul online.
50. Campanie de responsabilitate sociala la compania ....
51. Responsabilitatea sociala in mediul online
52. Comunicarea prin retele sociale ...
53. Comunicare prin retele mobile (mobile marketing) ...
54. Instrumente de marketing mobil utilizate de ...

55. Comunicarea prin instrumente de tip Social Media la ...
56. Vlog si comunicarea video in mediul online.
57. Studiul comportamentului consumatorilor prin instrumente de neuromarketing
58. Neuromarketing si comportamentul consumatorului in mediul online
59. Promovarea produselor in 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 .... in retelele 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 in mediul online. Studiu de caz.
68. Impactul activitatii de marketing in 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 in mediul online. Studiu de caz.
73. Utilizarea serviciilor de localizare in marketingul mobil. Studiu de caz.
74. Utilizarea instrumenteor de realitate virtuala in maketing. Studiu de caz.
75. Efectul marcilor in mediul online. Studiu de caz.
76. Inteligenta 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 in Marketing: studiu de caz
14. Etica activității de marketing online a companiei….

15. Temă propusă de student de comun acord cu profesorul coordonator

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. Strategia de comunicație comercială a firmei

2. Evaluarea imaginii unei mărci
3. Evaluarea imaginii unei destinații turistice
4. Creativitatea în relații publice
5. Proiectarea unei campanii de comunicare în marketing în vederea introducerii pe piață a unui nou produs
6. Responsabilitatea socială și dezvoltarea durabilă. Studiu de caz
7. Organizarea unui eveniment. Studiu de caz
8. Managementul unei crize de imagine. Studiu de caz
9. Cultura organizațională a companiei. Studiu de caz
10. Analiza pieței românești a publicității
11. Social media marketing

Prof. univ. dr. Ioana Cecilia POPESCU

1. Elaborarea strategiei de comunicare de marketing pentru marca "X"
2. Elaborarea strategiei de comunicare corporativă pentru organizația "X"
3. Elaborarea strategiei de comunicare internă pentru organizația "X"
4. Etica în comunicarea de marketing pe piața "X"
5. Elaborarea strategiei de marcă pentru un produs nou
6. Analiza portofoliului de mărci al organizației …
7. Rolul comunicării de marketing în brandingul personal

Lect. univ. dr. Andrei POPESCU

1. Planul de marketing – componenta a planului de afaceri al firmei...
2. Implementarea marketingului relațional la firma...

Prof. univ. dr. Violeta RĂDULESCU

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

Prof. univ. dr. Mihai-Ioan ROȘCA

1. Eye tracking-ul metodă de cercetare utilizată în neuromarketing. Studiu de caz…
2. Analiza campaniei de promovarea a… utilizând eye tracking-ul
3. Analiza ambalajelor/produselor utilizând eye tracking-ul
4. Propunere de plan media pentru…
5. Utilizarea studiului SNA Focus – BRAT pentru planificare media. Studiu de caz…
6. Impactul inteligenței artificiale în marketing
7. Impactul tehnologiei blockchain/ criptomonedelor în activitatea de marketing

8. Studiul reacției consumatorilor la apariția roboților/ utilajelor autonome în economie
9. Utilizarea tehnicilor de marketing pentru schimbarea imaginii României în lume
10. Impactul noilor tehnologii asupra comportamentului consumatorului
11. Marketingul în era Economiei circulare
12. Metode de cercetare utilizate în neuroștiinte aplicate în marketing
13. Marketingul unei idei -reîntregirea națională
14. Studiul factorilor care cresc percepția pozitivă a brandul de țară
15. Pandemia COVID accelerator al implementării conceptului de dezvoltare sustenabilă / economie digitală

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. Studierea comportamentului filantropic în rândul romanilor
12. Strategia de marketing pentru un ONG
13. Studierea 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. Studierea 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. Studierea percepției/atitudinii consumatorilor asupra brandurilor care implementează acțiuni de responsabilitate social. Studiul de caz …..

Prof. univ. dr. Aurelia Felicia STĂNCIOIU

1. Planificarea de marketing a destinației turistice….
2. Planificarea de marketing a întreprinderii de turism / a complexului hotelier / agenției de turism…..
3. Program de marketing pentru pătrunderea pe o piață a produsului turistic / formei de turism ….
4. Program de marketing pentru distribuția produsului turistic…
5. Program de marketing pentru promovarea online
6. Program de marketing pentru fidelizarea consumatorului de servicii turistice.
7. Program de marketing pentru recrutarea, selecția și motivarea personalului din turism
8. Strategii de îmbunătățire a imaginii destinației
9. Strategii de marketingul identității destinației turistice (țară/regiune/oraș/stațiune)…
10. Brandul turistic al regiunii …
11. Strategii de marketing pentru dezvoltarea turismului cultural / balnear / religios / rural
12. Strategii de marketing ale firmelor de turism / comerț / servicii
13. Instrumente de marketing online pentru promovarea turismului balnear / cultural / rural / ecoturism
14. Strategii de comunicare în turism prin rețele sociale
15. Marketing viral / mobile Marketing / guerrilla marketing / social media marketing pentru un turism durabil. Studiu de caz -România

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/stakeholdeirlor 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. Strategia de marketing direct a organizației …
2. Integrarea marketingului direct in organizația …

Prof. univ. dr. Răzvan ZAHARIA

1. Cercetarea intențiilor și/sau motivelor de cumpărare a produsului X pe piața românească
2. Cercetarea satisfacției studenților privind studiile universitare de masterat la facultatea X
3. Cercetarea motivației absolvenților de a urma studii universitare de masterat și doctorat
4. Particularitățile marketingului religios
5. Strategii de marketing pentru îmbunătățirea imaginii mărcii/organizației X
6. Strategii de marketing electoral
7. Particularitățile macromarketingului
8. Utilizarea metodelor de analiză a portofoliului de activități în cadrul organizațiilor românești
9. Strategii de colectare a fondurilor utilizate de organizațiile nelucrative
10. Elaborarea strategiei de marketing a organizației X