



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: stiinteec@ub.ro



Aprobată în Consiliul Profesorat
din data de 27.04.2023
Nr. 400 din 27.04.2023

TEMATICA PROPUȘĂ PENTRU EXAMENUL DE DISERTAȚIE la specializarea MARKETING (MCA) ÎF - SESIUNEA IULIE 2024 -

Notă: după aprobare, în funcție de preferințele studenților și respectiv de locul de muncă dacă este cazul, titlul temei se poate modifica cu aprobarea cadrului didactic îndrumător.

Prof. univ. dr. Eugenia HARJA

1. Studiu asupra preferințelor turistice ale populației din România, cu implicații asupra fundamentării strategiei de dezvoltare a firmei turistice ,
2. Evaluarea opiniei consumatorilor cu ajutorul chestionarului statistic (studiu de caz la alegere)
3. Analiza principalilor indicatori economici ai firmei și poziționarea acesteia pe piața.
4. Impactul inflației asupra strategiei de marketing a firmei
5. Analiza dimensiunii populației și a evoluției fenomenelor demografice în cadrul cercetării de marketing a unei firme

Conf.univ.dr. Marcela Cornelia DANU

1. Analiza pieței naționale a serviciilor turistice
2. Implicarea umană – componentă a mixului de marketing în domeniul serviciilor
3. Impactul mediului economic asupra activității de marketing a firmei
4. Monitorizarea concurenței firmei...pe piața.....
5. Impactul mediului cultural asupra activității de marketing a
6. Politici de marketing în domeniul serviciilor
7. Dovezile fizice – variabilă a mixului de marketing în servicii
8. Strategii de piață ale firmei....
9. Analiza comportamentului consumatorului cu privire la serviciile oferite de firma....

Conf. univ. dr. Bogdan NICHIFOR

1. Strategii de comunicare în marketingul online.
2. Noi instrumente de comunicare și interacțiuni în marketingul online.
3. Modelarea comportamentului de cumpărare și consum. Aplicație practică pe piața
4. Profilarea consumatorului și implicațiile acestui demers asupra strategiilor de marketing.

Conf. univ. dr. Diana PRIHOANĂ

1. Utilizarea tehnicilor de comunicare în relația cu piața de către S.C.
2. Particularitățile comunicării pe piața organizațiilor sociale.
3. Strategii de comunicare. Studiu de caz la
4. Publicitatea - pilonul central al comunicării firmei cu publicul țintă.
5. Mass - media - suport al comunicării firmei. cu publicul tinta.

Conf. univ. dr Laura Cătălina ȚIMIRĂȘ

1. Cercetarea gradului de satisfacție a consumatorilor. Aplicație practică la/ pentru
2. Cercetarea comportamentului consumatorului pentru produsul / serviciul
3. Cercetarea atitudinii consumatorilor pentru produsul / serviciul.....
4. Cercetarea intențiilor de cumpărare pentru produsul / serviciul.....
5. Studiarea imaginii organizației.....
6. Managementul brandului în cadrul companiei.....

Lector univ. dr. Ioana OLARIU

1. Utilizarea tehnicilor de merchandising în acțiunile promotionale ale firmei.
2. Organizarea spațiului de vânzare și a procesului de vânzare la..... ..

Lector univ. dr. Oana Ancuța STÂNGACIU

1. Analiza comparativă a mediului de marketing din(se va alege o țară)..... și(se va alege o țară/UE28)..... din perspectiva indicatorilor ce caracterizează nivelul de dezvoltare al acestora

Lector univ.dr. Luminița Iulia ZAIȚ

1. Strategii de marketing operaționalizate la nivelul piețelor de afaceri. Aplicație practică în cadrul S.C.....

Director Departament,
Prof.univ.dr. Eugenia HARJA