



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 Profesorial
din data de 27.04.2023
Nr. 396 din 27.04.2023

TEMATICA PROPUȘĂ PENTRU EXAMENUL DE LICENȚĂ la specializarea MARKETING ÎF și ID - SESIUNEA IULIE 2024 -

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 îndrumător.

Prof. univ. dr. Eugenia HARJA

1. Evaluarea opiniei consumatorilor cu ajutorul chestionarului statistic (studiu de caz la alegere)
2. Analiza statistica a societatii ... și pozitionarea acesteia pe piata.
3. Analiza pietei intreprinderii (la alegere)
4. Analiza statistica a evolutiei consumului populatiei din Romania in perioada .. și rolul sau in fundamentarea deciziilor de perspectiva ale firmelor de productie
5. Analiza preferințelor turistice ale populației din județul/țara/pentru zona (litorala/de munte/delta/manastiri...)
6. Analiza demografică și rolul acesteia în cercetările de marketing ale firmelor
7. Analiza resurselor de muncă și rolul acesteia în strategiile de marketing ale firmelor
8. Analiza evoluției câștigurilor medii salariale și rolul acesteia în negocierile salariale și în strategiile de marketing ale firmelor
9. Evaluarea gradului de satisfacție al consumatorilor față de serviciile bancare/ turistice /,.../ oferite de firma..... (la alegere)

Conf.univ.dr. Marcela Cornelia DANU

1. Analiza mediului de marketing al firmei/ organizațieidin domeniul serviciilor ...
2. Micromediul de marketing al firmei/ organizațieidin domeniul serviciilor...
3. Analiza macromediului de marketing al firmei/ organizației.....din domeniul serviciilor...
4. Analiza pieței firmei/ organizațieidin domeniul serviciilor...
5. Analiza percepției consumatorilor privind serviciile ... de pe piața locală/ națională/ europeană
6. Strategii de produs aplicate de firma/ organizațiadin domeniul serviciilor ...
7. Strategii de preț aplicate de firma/ organizațiadin domeniul serviciilor...
8. Analiza activității de comunicare promoțională la firma/ organizațiadin domeniul serviciilor...
9. Mixul de marketing în domeniul serviciilor ...

Conf. univ. dr. Bogdan NICHIFOR

1. Pietele regionale si implicatiile acestora asupra deciziilor de marketing in sfera internationala.
2. Alternative strategice de patrundere pe piata internationala la compania
3. Identificarea si analiza concurentilor in contextul internationalizarii pietelor la compania... .
4. Implicatiile utilizarii Internetului asupra demersului de marketing modern.
5. Analiza comportamentelor de cumparare si consum pe piata (aplicatie generala sau la nivelul unei companii).

Conf. univ. dr. Diana PRIHOANĂ

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. Laura Cătălina ȚIMIRĂȘ

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/în domeniul.....
3. Coordonarea activității forțelor de vânzare în cadrul companiei/în domeniul.....
4. Vânzarea personală și procesele de comunicare interpersonală în domeniul.....
5. Analiza pieței întreprinderii și a posibilităților de extindere a acesteia
6. Analiza mediului de marketing la nivelul companiei.....
7. Politica de produs la nivelul companiei.....
8. Lansarea pe piață a produsului nou X
9. Coordonatele organizării activității de distribuție în domeniul.....

Lector univ. dr. Oana Ancuța STÂNGACIU

- 1 . Analiza macromediului de marketing din(se va alege o țară).....
- 2 . Analiza indicatorilor macroeconomici din(se va alege o țară)... și impactul acestora asupra strategiilor de marketing
- 3 . Analiza mediului de marketing al(se va alege o firmă).....

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

Director Departament,
Prof.univ.dr. Eugenia HARJA