



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 11.05.2022
Nr. 515 din 11.05.2022

TEMATICA PROPUȘĂ PENTRU EXAMENUL DE LICENȚĂ la specializarea MARKETING ÎF și ID - SESIUNEA IULIE 2023 -

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 întreprinderii (la alegere)
4. Analiza statistica a evoluției consumului populației din Romania în perioada .. și rolul sau în fundamentarea deciziilor de perspectiva ale firmelor de producție
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 turistice/ bancare/ educaționale/ medicale/ de transport/ culturale etc.
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 turistice/ bancare/ educaționale/ medicale/ de transport/ culturale etc.
5. Analiza percepției consumatorilor privind serviciile turistice/ bancare/ educaționale/ medicale/ de transport/ culturale etc. de pe piața locală/ națională/ europeană
6. Strategii de produs aplicate de firma/ organizațiadin domeniul serviciilor turistice/ bancare/ educaționale/ medicale/ de transport/ culturale etc.
7. Strategii de preț aplicate de firma/ organizațiadin domeniul serviciilor
8. Analiza activității de comunicare promoțională la firma/ organizațiadin domeniul serviciilor
9. Implicarea umană – componentă a mixului de marketing în domeniul serviciilor. Studiu de caz la firma/ organizația.....

Conf. univ. dr. Bogdan NICHIFOR

1. Pietele regionale și implicațiile acestora asupra deciziilor de marketing în sfera internațională.
2. Alternative strategice de pătrundere pe piața internațională la compania
3. Identificarea și analiza concurenților în contextul internaționalizării piețelor la compania... .
4. Implicațiile utilizării 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 PRIHOANCA

1. Analiza pietei firmei/produsului. Studiu de caz la.....
2. Analiza mediului de marketing a firmei.....
3. Politica si strategia de..... Studiu de caz la firma/organizatia/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 TIMIRAȘ

1. Analiza pietei produsului / întreprinderii..... utilizând surse de date secundare
2. Elaborarea și operaționalizarea programului cercetării de marketing. Aplicație practică la..... / pentru produsul.....
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 vanzare in domeniul.....
2. Operationalizarea strategiei de vanzare la nivelul companiei/in domeniul.....
3. Coordonarea activitatii fortelor de vanzare in cadrul companiei/in domeniul.....
4. Vanzarea personala si procesele de comunicare interpersonală in domeniul.....
5. Analiza pietei întreprinderii si a posibilitatilor 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 organizarii activitatii de distributie in 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 ZAIT

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