

**AN UNIVERSITAR 2017-2018**
**PROGRAMUL DE STUDII UNIVERSITARE DE LICENȚĂ “MARKETING.”**
**LISTA TEMELOR PROPUSE PENTRU LUCRAREA DE LICENȚĂ**

<b>Nr. Crt.</b>	<b>Nume și prenume cadru didactic coordonator</b>	<b>Tema propusă</b>
1.	DOBRE COSTINEL	Brandingul în mediul digital
		Auditul brandurilor organizaționale și de produse
		Influențele marketingului pe dispozitive mobile (mobile marketing) asupra consumatorilor
		Comportamentele de shopping ale consumatorilor în mediul online
		Strategia de comunicare integrată a organizației
		Performanțele activităților de marketing ale organizațiilor în mediul digital ( „Google Analytics” și alte analitice în Web marketing și în marketingul în social media)
		Marketingul viral în mediul online și implicarea consumatorilor în rețelele sociale
		Marketingul și brandingul unui oraș
		Strategia de comunicare de marketing în mediul online
		Valoarea percepută în sectorul retailului în funcție de formatul magazinelor
		Factorii determinanți și consecințele adoptării strategiilor de marketing multi-canal
		Percepția riscurilor cumpărării online și strategiile de reducere a riscurilor adoptate de către organizații
		Efectele campaniilor publicitare televizate (determinanți, indicatori, metode măsurare)
		Influența țării de origine asupra percepției calității brandurilor de produse
		Influențele designului și esteticii site-urilor Web asupra comportamentelor consumatorilor
2.	FOLTEAN FLORIN	Consecințele marketingului prin conținut în mediul digital asupra comportamentului consumatorului
		Contribuția capacităților de branding în mediul digital la performanța brandului
		Contribuția marketingului digital la poziționarea brandului pe piață
		Contribuția marketingului prin conținut în mediul digital la performanța firmei
		Consecințele social media marketing asupra comportamentului consumatorului
		Studiu privind dezvoltarea și lansarea pe piață a unui nou concept de serviciu

		Contribuția calității serviciului și a brandingului în mediul digital la performanța în retail
		Consecințele orientării spre serviciu asupra performanței în retail
		Consecințele marketingului prin evenimente asupra performanței firmei
		Efectele marketingului senzorial asupra comportamentului de cumpărare al consumatorului
		Antecedentele și consecințele utilizării rețelelor sociale asupra performanței agenților de vânzări
		Contribuția marketingului la performanța firmei în procesul antreprenorial
		Consecințele motivării și a programelor de training asupra performanței agenților de vânzări
		Studiu comparativ privind practicile de marketing din România și Serbia
		Studiu privind practica utilizării conceptelor și tehnicilor neconvenționale de marketing
		Studiu privind consecințele marketingului digital asupra deciziei de adoptare a unui nou produs
		Inovativitatea consumatorului și adoptarea noilor produse inteligente
		Consecințele creativității organizaționale asupra performanței firmei
		Antecedentele și consecințele organizării activităților de marketing asupra performanței firmei
		Antecedentele și consecințele capacităților de marketing digital asupra performanței firmei
		Consecințele managementului comunităților virtuale asupra performanței brandului
		Contribuția practicii de marketing digital la performanța firmei
		Consecințele tehnologiilor digitale asupra mixului de marketing
		Consecințele capacităților de management al relațiilor cu clienții asupra performanței
		Antecedentele și consecințele capacităților de management al produsului asupra performanței firmei
		Consecințele creativității organizaționale asupra performanței firmei
		Antecedentele și consecințele organizării activităților de marketing asupra performanței firmei
3.	BIRIESCU SIMONA	Implicațiile utilizării bazelor de date asupra procesului decizional în marketing
		Rolul bazelor de date de marketing în poziționarea unui produs pe piață
		Personalizarea produsului prin intermediul artelor vizuale utilizând bazele de date de marketing
		Utilizarea bazelor de date de marketing în promovarea produselor în rețelele sociale

		Utilizarea bazelor de date de marketing în publicitatea online
		Rolul bazelor de date in pozitionarea unui produs pe piata prin grafica de produs.
4.	DUȚU CRISTIAN	Rolul vânzării personale în obținerea loialității clienților. Studiu de caz la ....
		Strategii de marketing utilizate pentru creșterea portofoliului de clienți
		Strategii de marketing utilizate pentru retenția clienților
		Studiu privind impactul campaniilor de marketing
		Strategii de marketing utilizate pentru creșterea valorii generate de client
		Reproiectarea procesului de vânzare . Studiu de caz la...
5.	NAGHI REMUS	Măsurarea satisfacției clienților față de produsul sau serviciul „X”
		Studiu privind formarea atitudinilor față de un produs. Studiu de caz la.....
		Studiu de segmentarea a pieței produsului „X”
		Studiu cantitativ de evaluare a puterii mărcii „X”
		Studiu cantitativ de utilizare și atitudini față de produsul „X”
		Studiu cantitativ de evaluare a imaginii magazinului „X”
		Studiu de utilizare a magazinului „X” și a atitudinilor în procesul de cumpărare
		Studiu pentru post-testarea și monitorizarea reclamei la produsul „X”
		Studiu privind poziționarea mărcii „X”
		Sondaj politic și electoral
6.	PRADA SORIN	Implementarea sistemului HACCP intr-o unitate de alimentatie publica
		Organizarea si promovarea inaugurarii unei unitati comerciale
		Analiza pietei de publicitate out-door din Timisoara
		Conceperea si Implementarea planului de evenimente intr-o locatie comerciala
		Analiza asortimentului de marfuri intr-un super/hipermarket
		Strategia de distributie a unei unitati comerciale
		Analiza pietei centrelor comerciale din Timisoara
		Mixul de profile a unui centru comercia
7.	ADAM CIRPIAN	Campania integrata de marketing (online)
		Strategia de inbound marketing
		Managementul campaniei social media
		Google Analytics ca instrument de monitorizare a campaniilor online
		Crearea campaniei Google AdWords
		Managementul campaniei de marketing afiliat
		Planificarea campaniei de lansare a unui magazin online
		Relatiile publice online si strategia de continut
		Strategia de optimizare pentru motoarele de cautare

		Campania neconventionala de marketing (online)
8.	PREDA GHEORGHE	Studiu cantitativ de evaluare a imaginii magazinului.....
		Măsurarea satisfacției clienților și a loialității acestora în cazul.....
		Studiu privind măsurarea atitudinii consumatorilor față de produsul.....
		Inovare și avantaj competitiv.
		Studiu privind impactul orientării antreprenoriale și al învățării organizaționale asupra capabilității de inovare strategică.
9.	OPREAN SIMONA	Studiu privind calitatea serviciilor oferite de firma X
		Consecințele satisfacției clienților în cazul firmei X
		Antecedentele calității relației client-furnizor
		Studiu privind imaginea mărcii X
		Impactul calității serviciilor asupra loialității clienților. Studiu de caz la firma X
10.	MILOVAN ANCA	Rolul social media in promovarea afacerilor din sectorul HORECA
		Rolul social media in promovarea afacerilor din industria cosmetica
		Strategia si planul de comunicare integrata de marketing
		Antecedentele satisfactiei in cumpararea online
		Campania de relatii publice pentru lansarea unui produs/serviciu
11.	ABRUDAN DENISA	Managerul de resurse umane in era digitala. STUDIU DE CAZ
		Cariera Profesionala in Romania- intre iluzie si realitate. STUDIU DE CAZ
		Noi Practici de Resurse Umane: <b>Recrutarea prin Social Media.</b> STUDIU DE CAZ
		Beneficiile Coaching-ului in Organizatii. STUDIU DE CAZ
		Programe de Mentoring la Compania...
		Rolul Angajatului in Organizatie. STUDIU DE CAZ
		Echipa de Inalta Performanta. STUDIU DE CAZ
		Cum gandesc angajatorii. ANALIZA COMPARATIVA
12.	BURZ RĂZVAN	Performanța întreprinderii
		Performanța liderului/echipei manageriale
		Capitalul intangibil al întreprinderii
		Riscul în afaceri
		Predictții privind viitorul întreprinderii
13.	DIANA GLIGOR-CIMPOIERU	Analiza percepțiilor cu privire la responsabilitatea socială corporativă
		Importanța unei abordări strategice a responsabilității sociale corporative
		Tipuri de programe de responsabilitate socială corporativă
		Analiza dimensiunii de resurse umane a responsabilității sociale corporative
		Practici de afaceri responsabile social dedicate angajaților
		Importanța combaterii discriminării și a hărțuirii la locul de muncă

		Analiza percepțiilor cu privire la avertizorii de integritate din cadrul organizațiilor de afaceri
		Importanța codurilor etice în cadrul organizațiilor de afaceri
		Analiza stakeholderilor unei organizații de afaceri
		Practici de afaceri responsabile social dedicate protejării mediului înconjurător

UNIVERSITATEA DE VEST DIN TIMIȘOARA

FACULTATEA DE ECONOMIE

FEAA

ȘI DE ADMINISTRARE A AFACERILOR