



Universitatea „1 Decembrie 1918” din Alba Iulia

Facultatea de Științe Economice

Departamentul de Administrarea Afacerilor și Marketing

---

## Teme disertație Marketing și promovarea vânzărilor

**Conf.univ.dr. Andreea Muntean**

Domenii: Metode și modele de marketing, Cercetări calitative, Publicitate și planificare media

1. Analiza influenței factorilor demografici asupra comportamentului de cumpărare pentru produsul/serviciul/brandul ....
2. Analiza influenței factorilor economici comportamentului de cumpărare pentru produsul/serviciul/brandul ....
3. Analiza influenței factorilor demografici asupra nivelului de satisfacție al consumatorilor cu produsul/serviciul/brandul ....
4. Analiza influenței factorilor economici asupra nivelului de satisfacție al consumatorilor cu produsul/serviciul/brandul ....
5. Utilizarea metodei „Grila Kelly” în determinarea preferințelor consumatorilor pentru atributele produsului.....
6. Utilizarea metodei „Focus Grup” pentru identificarea motivelor de cumpărare/necumpărare a produsului....
7. Utilizarea metodei „Focus Grup” pentru identificarea atitudinii tinerilor privind consumul de produse din tutun/alcool
8. Cercetare calitativă pentru evaluarea notorietății mărcii ....
9. Studiarea atitudinii consumatorilor față de publicitatea la.....
10. Imaginea în publicitate. Studiu de caz la brandul....
11. Limbajul publicității. Studiul de caz la brandul.....
12. Analiza pieței românești a publicității
13. Planificarea media în publicitate. Studiu de caz – întocmirea unui media plan pentru  
...
14. Organizarea agenției de publicitate. Studiu de caz la agenția .....

## **Conf. univ. dr. Paștiu Carmen**

1. Cercetare privind gradul de satisfacție al consumatorilor 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 produsului/serviciului ..... în rândul  
consumatorilor
6. Influența variabilelor socio-economice și demografice asupra deciziei de cumpărare a  
produselor / serviciilor.....
7. Tendințe înregistrate la nivelul pieței produsului / grupei de  
produse.....la nivel național / european
8. Utilizarea surselor de date secundare în investigarea fenomenelor de marketing. Studiu  
de caz la..... / pentru .....
9. Utilizarea metodelor de scalare în investigarea fenomenelor de marketing. Aplicație  
practică pentru cercetarea.....
10. Utilizarea observării în investigarea fenomenelor de marketing. Aplicație practică  
pentru cercetarea.....
11. Utilizarea cercetărilor calitative în investigarea fenomenelor de marketing. Aplicație  
practică pentru studierea.....
12. Utilizarea metodelor cantitative de previziune în investigarea fenomenelor de  
marketing. Aplicație pentru....
13. Utilizarea Focus grup pentru studierea ....
14. Utilizarea tehnicilor proiective pentru...
15. Studiu privind loialitatea fata de brand.....
16. Analiza managementului portofoliului de brand la...

## **Lect. univ. dr. TODORAN RADU**

### **II. Marketingul Târgurilor și expozițiilor**

1. Locul activităților expoziționale în mix – ul de marketing.
2. Locul activităților expoziționale în mix – ul de comunicare.
3. Perspective ale târgurilor și expozițiilor în contextul economic internațional.
4. Mutații în funcțiunea de marketing a firmelor.
5. Avantaje asociate manifestărilor expoziționale.
6. Târguri – evaluare și selecție
7. Modalități și materiale de promovare în cadrul manifestărilor expoziționale
8. Manifestari asociate targurilor si expozitiilor
9. Tendinte recente in industria targurilor si expozitiilor
10. Targurile si expozitiile si influenta lor asupra economiei locale
11. Strategii de atragere a clientilor la manifestarile expozitionale
12. Rolul reclamei si al relatiilor publice in promovarea manifestarilor expozitionale
13. Crearea unor evenimente pentru sustinerea manifestarilor expozitionale
14. Cadrul legal si contractual al manifestarilor expozitionale

PROF.UNIV. DR POPA MARIA

Nr. Crt.	TEMA
1	<b>Rolul “masei comerciale” în atestarea calității marfurilor</b>
2	<b>Studiu privind rolul mărfurilor informatice în promovarea intereselor firmei</b>
3	<b>Particularități privind importanța codificării produselor</b>
4	<b>Studiu privind rolul sistemelor informatice în promovarea mărfurilor</b>
5	<b>Cercetări privind importanța aplicării noilor tehnologii și servicii moderne în firma.....</b>
6	<b>Studiu privind rolul esteticii în promovarea mărfurilor</b>
7	<b>Studiu privind impactul etichetării ecologice asupra consumatorilor</b>
8	<b>Rolul sistemelor de telecomunicații în promovarea și administrarea unei afaceri</b>
9	<b>Atestarea calității serviciilor prin standarde europene. Studiu de caz.</b>
10	<b>Studiu privind facilitățile de dezvoltare a unei afaceri prin fonduri structurale</b>
11	<b>Studiu privind impactul mărfurilor alimentare asupra stării de sănătate a consumatorilor</b>
12	<b>Cercetări privind respectarea normelor igienico - sanitare la produsele alimentare</b>

Conf.univ.dr. Larisa Dragolea

1. Forta de vanzare la S.C...
2. Planul de vanzari , rol si construire la SC...
3. Creșterea eficienței forțelor de vânzare în cadrul organizației X
4. Animarea forțelor de vânzare în cadrul organizației X
5. Organizarea forțelor de vânzare în cadrul organizației X
6. Analiza reclamatilor clientilor
7. Analiza și perspectiva forțelor de vânzare în cadrul organizației X
8. Optimizarea managementului forțelor de vânzare în cadrul organizației X

**Lector univ. dr. Iulian Bogdan DOBRA**  
**Specializarea: Marketing și Promovarea Vânzărilor -MPV**

**Audit de marketing**

1. Analiza raportului de forțe existent între societate și furnizorii săi. Studiu de caz la S.C. „Entitatea” S.A.;
2. Auditul planului de marketing al S.C. „Entitatea” S.A. / Entitatea publică;
3. Analiza raportului de forțe existent între societate și clienții săi. Studiu de caz la S.C. „Entitatea” S.A.;
4. Demersul auditului de marketing în studiul concurenței. Studiu de caz la S.C. „Entitatea” S.A.;
5. Analiza performanțelor produselor în funcție de obiective prin utilizarea diferitelor metode. Studiu de caz la S.C. „Entitatea” S.A.;
6. Auditul proiectelor de studii și cercetări de marketing. Studiu de caz la S.C. „Entitatea” S.A.;
7. Auditul investițiilor realizate pentru produsul nou. Repartizarea resurselor conform destinațiilor. Studiu de caz la S.C. „Entitatea” S.A.;
8. Auditul activităților și a coordonării funcției de marketing și de cercetare-dezvoltare. Studiu de caz la S.C. „Entitatea” S.A.;
9. Analiza cifrei de afaceri a noilor produse. Studiu de caz la S.C. „Entitatea” S.A. ;
10. Instrumentele de evaluare a calității produselor. Gestiunea riscului de calitate –existența mijloacelor de măsurare a nivelului acestuia. Studiu de caz la S.C. „Entitatea” S.A.;
11. Supravegherea și aprecierea gamei de produse în funcție de ciclul de viață și de piață. Studiu de caz la S.C. „Entitatea” S.A.;
12. Auditul activităților de modificare intervenite în procesul de fabricație a produsului inițial. Studiu de caz la S.C. „Entitatea” S.A.

**TEMATICĂ LUCRĂRI DISERTAȚIE (2016-2017)**  
**Master specializarea: MPV - Marketing si promovarea vânzărilor**

**Conf. univ. dr. Iuga Iulia**

1. Politica de promovare la banca X.
2. Politica de produs bancar. Strategii de eficientizare a produselor bancare.
3. Politica de preț în domeniul bancar
4. Politica de distribuție la banca X.
5. Mixul de marketing la banca....
6. Mediul de marketing al băncii....
7. Strategii de marketing privind eficientizarea activității bancare
8. Piața bancară din România
9. Analiza managementului portofoliului de produse la banca....
10. Strategii de vânzări în domeniul bancar
11. Segmentarea pieței bancare

**Notă: Masteranzii pot propune și alte subiecte pentru tema lucrării de disertație, neincluse în lista de mai sus, subiecte care vor fi definitive de comun acord.**

**Conf. Univ. Dr. Dan Dănulețiu**

1. Managementul relației cu clienții în cazul societății de asigurări .....
2. Vânzarea produselor de asigurare de viață. Studiu de caz.
3. Tendințe ale comportamentului consumatorului în alegerea unui produs de asigurare (cu exemplu pentru o asigurare de viață/auto/locuință/călătorii în străinătate)

***Notă: temele propuse sunt orientative, masteranzii pot propune și alte teme, care vor fi aprobate după o discuție cu coordonatorul.***

Director de Departament  
Conf.univ. dr. Gavrilă Paven Ionela