

**TEMATICA
TEZELOR DE LICENȚĂ
PENTRU SPECIALITATEA „MARKETING ȘI LOGISTICĂ”
2016-2017**

1. Dezvoltarea unui plan de marketing socio - etic
2. Etica în reclamele pentru copii
3. Investigarea atitudinii de consum și comportament față de alimente etice
4. Practici de promovare a modului sănătos de viață
5. Crearea unei strategii de marketing pentru un produs nou
6. Investigație completă a strategiei de diferențiere în Supermarket
7. Strategii de lansare a unui produs nou pe Principalele funcții al ambalajului și rolul său în succesul de piață a produsului
8. Rolul marketingului în planificarea unui nou produs
9. Valoarea designului pentru succesul pe piață a produsului
10. Branding și comportamentul consumatorilor
11. Loialitatea față de brand și satisfacția consumatorilor
12. Un studiu al influenței de branding și de țara de origine, asupra intențiilor de cumpărare ale clienților
13. Alegerea strategiilor de merchandising a mărfurilor
14. Crearea unui sistem de distribuție a mărfurilor companiei
15. Alegerea canalelor de transmitere a mesajelor publicitare
16. Ambalajul ca instrument de promovare în comercializarea produselor
17. Analiza problemelor și perspectivelor industriei publicității în Republica Moldova
18. Efectele publicității și impactul acesteia asupra consumului de alcool de către tineri
19. Efectul culturii în formularea de strategii de marketing a Întreprinderilor Mici și Mijloci
20. Impactul pieței de consum asupra strategiei de marketing
21. Efectul de segmentare a pieței și poziționare asupra performanței companiei
22. Tipologia piețelor: factori de influență asupra evoluției acestora
23. Cercetarea de marketing ca instrument pentru creșterea profitabilității
24. Creșterea gradului de utilizare a cercetării de piață prin creativitate strategică
25. Atitudinea consumatorilor asupra produselor MADE IN MOLDOVA
26. Comportamentul consumatorilor în contextul noii economii: factori de influență.
27. Protecția consumatorilor în Republica Moldova
28. Rolul stilului de viață în marketing: cunoașterea noilor consumatori
29. Instrumente de gestiune al ciclului de viață al produsului pe piață
30. Metode de poziționare a produselor pe piață
31. Eficiența instrumentelor de comunicare de marketing cu privire la decizia de consum a cardurilor de credit
32. Eficiența relațiilor publice în sectorul serviciilor
33. Eficiența strategiilor de vânzare personală în marketingul financiar
34. Evaluarea eficienței publicității în schimbarea comportamentului consumatorului
35. Modalități de îmbunătățire a eficienței activității unei agenții de publicitate .
36. Planificarea și gestionarea programelor de comunicare eficientă
37. Analiza strategică a pieței serviciilor de sport și activitățile sale de marketing
38. Factori care influențează asupra localizării băncilor în comercializarea de servicii financiare
39. Impactul publicității în comercializarea serviciilor hoteliere
40. Impactul Relațiilor Publice în extinderea pe piață a serviciilor bancare
41. Impactul self service asupra performanței supermarket-urilor
42. Locul marketingului în sectorul serviciilor de consultanță
43. Serviciile de marketing în industria hotelieră
44. piață
45. Efecte atributelor site-ului asupra satisfacției clienților în E-comerț

46. Impactul Social Media privind deciziile de cumpărare ale clienților
47. Evoluția Social Media ca instrument de marketing pentru antreprenori
48. Impactul tehnologiei informației în sectorul marketingului bancar
49. Eficientizarea promovării în internet marketing
50. Organizarea marketingului intern și impactul acestuia asupra rezultatelor întreprinderii
51. Elaborarea și utilizarea Sistemului Informațional de Marketing de către întreprindere
52. Dezvoltarea și implementarea mixului de marketing al întreprinderii
53. Optimizarea structurii organizaționale al serviciului de marketing din cadrul întreprinderii
54. Elaborarea și argumentarea bugetului de publicitate
55. Dezvoltarea politicii de marcă (branding) a întreprinderii
56. Analiza și perfecționarea activității de marketing a întreprinderii
57. Perfecționarea strategiei de marketing a întreprinderii
58. Perfecționarea politicii de preț a întreprinderii
59. Organizarea logisticii de marketing în întreprindere
60. Elaborarea campaniei de publicitate a produselor (serviciilor) întreprinderii și analiza eficienței acesteia
61. Perfecționarea procesului de organizare și desfășurare a cercetărilor de marketing
62. Analiza influenței factorilor de micro și macromediul asupra deciziilor de marketing a întreprinderii
63. Perfecționarea sistemului de deservire a întreprinderii în corespundere cu produsele și serviciile disponibile
64. Evaluarea eficienței promovării vânzărilor
65. Optimizarea gamei de produse (servicii) a întreprinderii
66. Elaborarea programelor de fidelizare a clienților întreprinderii
67. Dezvoltarea sistemului de control al activităților de marketing al întreprinderii
68. Perfecționarea politicii de distribuție a produselor (serviciilor) întreprinderii
69. Selectarea și implementarea strategiilor de poziționare a produselor (serviciilor) întreprinderii
70. Specificul luptei concurențiale și reflecții asupra principalelor metode de analiză a concurenței
71. Dezvoltarea și implementarea activităților de marketing în diferite etape ale ciclului de viață a produselor (serviciilor)
72. Optimizarea activității de aprovizionare în cadrul întreprinderii
73. Aplicarea strategiilor logistice în departamentul de aprovizionare al întreprinderii
74. Analiza metodelor de amplasare a mărfurilor în depozite
75. Evaluarea tehnicilor de deservire a depozitelor din punct de vedere logistic
76. Aplicarea principiilor logistice în optimizarea arhitecturii sistemelor de producție (în baza unei întreprinderi)
77. Eficiența financiară generată de aplicarea rețelelor logistice integrate
78. Aplicarea strategiilor logistice de distribuție în cadrul întreprinderii
79. Estimarea costurilor logistice pentru serviciile transporturilor de mărfuri
80. Aplicarea strategiilor logistice de optimizare a activității întreprinderii
81. Repartizarea funcțiilor de marketing în sistemul logistic al întreprinderii
82. Activitatea de marketing in firmele de consultanta economica
83. Caile de eficientizare a marketingului in firmele de consultanta economica
84. Promovarea produselor autohtone- necesitate obiectivă economiei naționale
85. Tendințe noi ale politicii de marketing
86. Analiza mediului de marketing în Republica Moldova
87. Calitatea serviciilor în economia națională: aprecieri și perspective
88. Paradigma marketingului în economia multipolară
89. Dimensiunile marketingului în contextul integrării europene a Republicii Moldova.
90. Sustenabilitatea politicilor de marketing a producătorilor agricoli
91. Marketingul – generator de eficiență în cadrul bussinesului de familie.
92. Rolul politicii de distribuție în modernizarea economiei Republicii Moldova.
93. Căile de eficientizare a bussinesului mic.
94. Internetul și marketingul: rolul lor în eficientizarea afacerilor.
95. Cooperarea interdepartamentală la nivelul companiei și succesul afacerii.

96. Activitatea de organizare a evenimentului expozițional.

97. Cercetarea de marketing – element cheie în activitatea întreprinderilor autohtone.

Șef Departament „Economie, Marketing și Turism”

Al. Onofrei, dr.hab., prof.univ.