

**TEMATICA**  
**TEZELOR DE MASTERAT**  
**PENTRU SPECIALITATEA "STUDII ÎN MARKETING"**  
**2016-2017**

1. Utilizarea mijloacelor de reclamă: particularități, avantaje, riscuri.
2. Particularitățile strategiei de marketing în cadrul companiilor străine și autohtone.
3. Planificarea strategică a politicii de produs în cadrul întreprinderilor autohtone
4. Promovarea produselor autohtone pe piața externă folosind teorii de marketing
5. Organizarea activității de marketing a unei companii
6. Tehnici moderne de promovare în serviciile și produsele B2B
7. Tehnici de comunicare în marketing prin intermediul brandului
8. Moldetelecom – business solutions.
9. Marketingul direct – alternativa în politica de promovare a firmei.
10. Impactul publicității în eficientizarea imaginii de marcă.
11. Evaluarea performanței brandului pe parcursul activității companiei.
12. Analiza eficienței evenimentelor promoționale, organizate în cadrul activității de marketing.
13. Publicitatea de reamintire și confirmare în cadrul activității de marketing.
14. Analiza activității de distribuție în cadrul fabricii de conserve "Ecovit SRL".
15. Marketingul și societatea: responsabilitatea socială și etica de marketing
16. Strategiile concurențiale: atragerea, păstrarea și dezvoltarea clienților
17. Crearea, conceptualizarea și argumentarea mijloacelor și acțiunilor de reclamă.
18. Acțiuni filantropice – instrumente corporative pentru poziționarea brandului.
19. Managementul relațiilor cu clienții: abordare strategică și operațională în domeniul telefoniei mobile
20. Cercetarea procesului de formare a prețului în cadrul produselor agroalimentare.
21. Studiarea eficienței mijloacelor publicitare și determinarea criteriilor de selectare a lor.
22. Particularitățile și specificul mixului de marketing în domeniul serviciilor.
23. Relațiile publice ca strategie de marketing.
24. Elaborarea strategiei de marketing în compania „X”.
25. Elaborarea strategiei de marketing pentru un anumit produs al companiei „X”.
26. Analiza sistemului de distribuție a societății comerciale.
27. Cercetările de marketing ale mărfurilor produse de către întreprinderea „X”.
28. Cercetarea de marketing a pieții serviciilor hoteliere/asigurări( în dependența de compania unde se face practica)

29. Cercetarea asupra comportamentului consumatorului a produselor/serviciilor întreprinderii „X”.
30. Cercetarea de marketing. Studiarea imaginii mărcii unui produs în rândul consumatorilor din Republica Moldova.
31. Imaginea firmei. Relațiile publice în crearea și gestionarea imaginii firmei.
32. Importanța marketingului serviciilor și a politicii de distribuție în dezvoltarea durabilă a firmei.
33. Politici și strategii de promovare a unui produs.
34. Promovarea vânzărilor și politica de marketing a întreprinderii.
35. Strategia de lansare pe piața produsului „X” și modalități de organizare a activității de marketing.
36. Aspectele sociale și psihologice ale publicității.
37. Relațiile publice ca strategie de marketing.
38. Investigarea comportamentului de cumpărare și consum și implementarea rezultatelor în activitatea de marketing a întreprinderilor.
39. Particularitățile dezvoltării marketingului on-line. Tehnici și strategii aplicate.
40. Modalități eficiente a programelor de loialitate a clienților în cadrul organizației.
41. Responsabilitatea socială corporativă – aspect important în strategia de marketing..
42. Particularitățile și specificul mixului de marketing în domeniul serviciilor.
43. Studiarea eficienței mijloacelor publicitare și determinarea criteriilor de selectare a lor.
44. Dezvoltarea pieții virtuale în Republica Moldova: aprecieri și perspective.
45. Importanța conexiunilor logisticii cu alte domenii de activitate.
46. Marketingul educațional: aspecte metodologice.
47. Planificarea strategică a politicii de promovare în cadrul întreprinderilor autohtone.
48. Strategii complexe de marketing de vânzări a produselor și bunurilor.
49. Metode de analiză a mediului concurențial a companiilor în condiții actuale.
50. Impactul mediului de marketing în cadrul activității firmei prestatoare de servicii.

**Șef Departament „Economie, Marketing și Turism”     Al. Onofrei, dr.hab., prof.univ.**