

TEME PENTRU LUCRĂRI DE LICENȚĂ

Având în vedere numărul limitat al temelor posibil a fi coordonate de un cadru didactic, se recomandă ca înscrierea să se facă în anul II de studii.

1. Analiza activității de marketing la firma ...
2. Aspecte teoretice și practice privind activitatea de marketing a firmei
3. Activitatea de marketing a firmelor din domeniul: hotelier / transport / telefonie mobilă / agențiilor de turism / turismului rural etc.
4. Marketing comparat pe piața de retail / în comerțul din România
5. Marketing pe internet / Marketing online / Marketing digital
6. Social Media Marketing
7. Politici de marketing pe piața serviciilor de ... (telefonie mobilă / transport / bancare / turistice etc.)
8. Publicitatea la televiziune / radio
9. Analiza pieței românești a publicității
10. Politici de marketing ale firmei
11. Analiza publicității pe internet în România
12. Persuasiunea și manipularea în marketing și vânzări
13. Marketingul ONG-urilor / organizațiilor nonprofit
14. Agenția de marketing
15. Brand, branding și rebranding
16. Branduri regionale și globale
17. Cercetarea de marketing
18. Politica de promovare la firma ...
19. Planul de marketing la firma ...
20. Piața de publicitate în județul Suceava
21. Aspecte privind marketingul spațiilor de vânzare și merchandisingul
22. Cercetarea de marketing și spionajul economic
23. Neuromarketingul
24. Marketingul viral
25. Mobile Marketing
26. Facebook – instrument de marketing online
27. Multi-Level Marketing sau Network Marketing
28. Persuasiunea și manipularea în publicitate / vânzări
29. Activitatea de marketing pe piața din Republica Moldova / Ucraina
30. Marketing comparat de țară. Studiu de caz: Republica Moldova, Ucraina, Grecia, Turcia, Austria, China, Japonia, Australia, Noua Zeelandă, Elveția, Israel, Egipt
31. Marketing educațional
32. Particularități și tendințe în marketingul universitar. Studiu de caz: Promovarea ofertei educaționale a Facultății de Științe Economice și Administrație Publică
+ teme propuse de studenți

Teme legate de TURISM

1. Activitatea de marketing pe piața hotelieră. Studiu de caz comparativ
2. Activitatea de marketing pe piața agențiilor de turism
3. Activitatea de marketing pe piața restaurantelor
4. Publicitatea în turism
5. Marketing online în turism
6. Marketingul destinației turistice: orașul Suceava / Vatra Dornei etc.
7. Dezvoltarea și promovarea turismului din orașul Suceava

8. Social Media Marketing în turism
9. Activitatea de marketing a centrelor de informare turistică
10. Creșterea competitivității unei destinații turistice prin brand și branding
11. Imaginea și brandul destinației turistice
12. Strategii de marketing pentru dezvoltarea turismului cultural / balnear / religios / rural
13. Dezvoltarea și promovarea turismului rural românesc / din județul Suceava
14. Promovarea turismului rural românesc – factor al dezvoltării economice durabile
15. Analiza particularităților activității de marketing în cadrul unei firme prestatoare de servicii
16. Strategii de promovare a turismului românesc pe piața turistică internațională
17. Marketing comparat în turism
18. Strategii de marketing ale firmelor de turism din România / Republica Moldova / Ucraina / Federația Rusă / orașul Suceava / Vatra Dornei / Câmpulung Moldovenesc / județul Suceava / județul Botoșani / județul Neamț
19. Promovarea turismului cultural în România
20. Mixul de marketing în cadrul unității de cazare / agenției de turism
21. Promovarea turistică a județului Suceava / zonei (a brandului) Bucovina
22. Mixul de marketing în cazul produsului turistic „Bucovina”
23. Strategii de marketing în turismul din județul Suceava
24. Piața turistică a județului Suceava
25. Dezvoltarea și promovarea turismului din orașul Suceava
26. Strategii de marketing pentru promovarea turistică a cetăților medievale Suceava, Hotin și Soroca
27. Dezvoltarea și promovarea turismului balnear
28. Piața turistică românească
29. Particularități ale pieței turistice a Asiei / Uniunii Europene / Federației Ruse / Statelor Unite ale Americii
30. Studiu comparativ privind piața turistică a Chinei / Japoniei / Coreei
31. Mixul de marketing în turismul rural românesc
32. Dezvoltarea și promovarea turismului în Republica Moldova / regiunea Cernăuți / Federația Rusă
33. Dezvoltarea și promovarea turismului în zona Dorna / Câmpulung Moldovenesc / Gura-Humorului / Sucevița / Maramureș / Neamț etc.
34. Promovarea brandului Vatra Dornei
35. Dezvoltarea și promovarea turismului în Regiunea de Nord-Est a României
36. Activitatea de marketing a centrelor de informare turistică și a asociațiilor regionale de promovare turistică
37. Promovarea online în turism
38. Promovarea prin internet a turismului din Bucovina / Neamț / Botoșani - Crearea unui ghid turistic on line
39. Turismul religios în România
40. Strategii și politici de marketing în turism
41. Branding și rebranding de țară. Studii de caz: China, România, Republica Moldova, Rusia etc.
42. Brandul de turism al României
43. Branding și competitivitate în turismul românesc
44. Promovarea brandurilor turistice
45. Brandul turistic al regiunii ...
46. Studiu comparativ privind marketingul destinațiilor turistice (Italia, Grecia, Spania, Franța, Irlanda, Marea Britanie, China, Japonia, India, Federația Rusă, Statele Unite ale Americii etc.)

Contact:

Univ. „Ștefan cel Mare” Suceava

Corp H, cam. H 105

Tel. 0230 / 216147 int. 297

www.facebook.com/alexandru.nedelea.18

E-mail: [alnedelea\(a\)yahoo.com](mailto:alnedelea@yahoo.com)

Conf.univ.dr. Alexandru-Mircea NEDELEA