

## **MASTERAT**

### **TEME LUCRĂRI DE DISERTAȚIE**

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

1. Planul de marketing la firma ...
2. Particularități ale activității de marketing pe piața de retail din România
3. Marketing comparat pe piața de retail / în comerț
4. Analiza activității de marketing a firmei
5. Activitatea de marketing a firmelor din domeniul: hotelier / transport / telefonie mobilă / agențiilor de turism / turismului rural etc.
6. Branduri regionale și globale
7. Brand, branding și rebranding
8. Strategii de marketing ale centrelor comerciale de tip mall
9. Politici de marketing pe piața serviciilor de ... (telefonie mobilă / transport / bancare / turistice etc.)
10. Strategii și politici de marketing ale firmei
11. Marketing online / digital / pe internet
12. Social Media Marketing
13. Analiza pieței românești a publicității
14. Persuasiunea și manipularea în marketing și vânzări
15. Activitatea de marketing pe piața din Republica Moldova / Ucraina
16. Strategii de marketing pentru dezvoltarea turismului
17. Marketing online în turism
18. Strategii de dezvoltare și promovare a turismului din Bucovina în scopul obținerii unei poziții competitive pe piața națională și internațională
19. Strategii de marketing pentru promovarea turistică a cetăților medievale Suceava, Hotin și Soroca
20. 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 etc.
21. Particularități ale activității de marketing a firmelor turistice de pe piața Asiei / Uniunii Europene / Statelor Unite ale Americii / Federației Ruse
22. Marketingul destinației turistice
23. Branding și rebranding de țară
24. Marketing comparat de țară. Studiu de caz: Republica Moldova, Ucraina, Grecia, Turcia, Austria, China, Japonia, Australia, Noua Zeelandă, Elveția, Israel, Egipt
25. Particularități ale activității de marketing pe piața asiatică
26. Brandul de turism al României
27. Promovarea brandurilor turistice
28. Brandul turistic al regiunii ...
29. Plan de marketing privind valorificarea potențialului turistic al zonei/orașului ...
30. Strategii de promovare a turismului românesc pe piața turistică internațională
31. Strategii de marketing pentru dezvoltarea turismului cultural / balnear / religios / rural
32. Dezvoltarea și promovarea turismului rural românesc
33. Promovarea turismului rural românesc – factor al dezvoltării economice durabile
34. Marketing comparat în turism
35. Politici și strategii de marketing ale firmelor de turism / comerț / servicii
36. Promovarea online în turism
37. Marketingul hotelier / agențiilor de turism

38. Particularități ale pieței turistice a Asiei
39. Studiu comparativ privind piața turistică a Chinei / Japoniei /Coreei
40. Studiu comparativ privind marketingul destinațiilor turistice (Italia, Grecia, Spania, Franța, Irlanda, Marea Britanie, China, Japonia, India, Federația Rusă etc.)
41. Neuromarketingul
42. Facebook – instrument de marketing online
43. Multi-Level Marketing sau Network Marketing

**Contact:**

Univ. Ștefan cel Mare din Suceava

Corp H, cam. H 105

Tel. 0230 / 216147 int. 297

[www.facebook.com/alexandru.nedelea.18](http://www.facebook.com/alexandru.nedelea.18)

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

**Conferențiar univ. dr. Alexandru-Mircea NEDELEA**