**TEMATICA**

**ORIENTATIVĂ A TEZELOR DE LICENŢĂ**

**PENTRU STUDENŢII SPECIALITĂŢII 0414.1 „MARKETING ŞI LOGISTICĂ”**

1. Piaţa întreprinderii (produsului) şi căile de dezvoltare
2. Comportamentul consumatorului în procesul adoptării deciziei de cumpărare
3. Problemele implementării marketingului în sectorul industrial.
4. Implementarea strategiilor de marketing în domeniul serviciilor (de transport, de construcţii, de sănătate, de expediţii etc.).
5. Strategii de perfecţionare a distribuţiei fizice la întreprinderi
6. Elaborarea sistemului informaţional de marketing la întreprinderile producătoare (comerciale)
7. Analiza şi tendinţele macromediului de marketing şi reacţia firmei faţă de acestea.
8. Analiza factorilor ce influenţează poziţia concurenţială a întreprinderii pe piaţă
9. Organizarea cercetărilor de marketing la întreprinderile producătoare (comerciale)
10. Problemele implementării marketingului pe piaţa produselor agroalimentare în Republica Moldova.
11. Elaborarea şi implementarea planului strategic a activităţii de marketing la întreprinderi.
12. Conjunctura pieţei şi elaborarea previziunilor de marketing la întreprinderi.
13. Analiza segmentării pieţei şi alegerea pieţelor-ţintă pentru întreprindere (producătoare, comercială).
14. Analiza mediului de marketing în baza întreprinderii: provocări şi oportunităţi.
15. Implementarea politicii de produs în cadrul întreprinderii.
16. Analiza structurii canalelor de distribuţie pe piaţa autohtonă.
17. Planificarea şi organizarea activităţii de marketing pe pieţele internaţionale.
18. Portofoliul de produse, gestionarea ofertelor pe piaţa internă (internaţională)
19. Elaborarea strategiei de formare a liniilor de produse şi mărci în cadrul întreprinderii
20. Elaborarea programului şi organizarea activităţii de publicitate şi reclamă pentru întreprindere
21. Elaborarea programului şi organizarea acţiunilor de promovare a vânzărilor la întreprindere
22. Elaborarea şi argumentarea strategiilor de marketing în procesul de distribuţie a mărfurilor
23. Organizarea şi particularităţile de cercetare a pieţei produsului (serviciului)
24. Problemele implementării e-marketingului în activitatea firmelor (comerciale, industriale, de prestare a serviciilor)
25. Analiza activităţii logistice şi importanţa ei în viziunea marketingului.
26. Elaborarea şi organizarea activităţilor de publicitate directă (de promovare a vânzărilor şi de relaţii publice).
27. Analiza eficienţei activităţii de marketing la întreprinderi
28. Pieţele de afaceri şi comportamentul de cumpărare al firmelor industriale
29. Elaborarea şi argumentarea deciziilor de marketing prin utilizarea diferitor modele decizionale
30. Canalele de distribuţie şi evaluarea posibilităţilor potenţiale ale acestora
31. Evaluarea mediului de marketing în care activează întreprinderile autohtone
32. Cercetarea pieţelor-ţintă de către firmele prestatoare de servicii
33. Perfecţionarea sistemului logistic depozitar în cadrul întreprinderii
34. Analiza politicii de preţ şi perfecţionarea ei în cadrul întreprinderii.
35. Elaborarea şi implementarea strategiilor de preţ în cadrul întreprinderilor industriale
36. Analiza procesului de achiziţie şi a comportamentului cumpărătorului industrial
37. Analiza politicii de produs în cadrul întreprinderilor autohtone şi elaborarea strategiilor de marketing a produselor
38. Analiza distribuţiei în cadrul pieţei produselor industriale şi criteriile de alegere a canalelor de distribuţie
39. Analiza şi strategiile de sporire a nivelului concurenţei şi competitivităţii întreprinderii pe piaţă
40. Aplicarea chestionarului în cercetările de marketing
41. Elaborarea strategiilor de marketing pe piaţa produselor alimentare (sau unei grupe de produse)
42. Implementarea strategiilor de marketing în activitatea comercială a cooperaţiei de consum
43. Analiza şi perfecţionarea portofoliului de produse în cadrul întreprinderii
44. Strategii de optimizare a distribuţiei mărfurilor în cadrul întreprinderii
45. Elaborarea şi implementarea strategiilor de publicitate şi reclamă a produselor în cadrul întreprinderii
46. E-Marketingul: oportunitate pentru dezvoltarea afacerilor
47. Implementarea mixului de marketing în mediul electronic
48. Implementarea şi organizarea activităţii de marketing în sistemul cooperaţiei de consum (în cadrul întreprinderii)
49. Perspectivele E-marketingului ca element important al activităţii întreprinderii
50. Probleme actuale şi perspective de dezvoltare a comerţului electronic
51. Aplicarea instrumentelor marketingului-mix în activitatea întreprinderii
52. Elaborarea și implementarea programelor de marketing în cadrul întreprinderii