

Teme de cercetare

Prof. univ. dr. ANGHEL LAURENȚIU-DAN	Politici și strategii de marketing
Prof. univ. dr. BĂLAN CARMEN	Strategii de marketing în domeniul /sectorul ...
	Marketingul interactiv: o noua paradigmă în managementul marketingului
Prof. univ. dr. BOBOC ȘTEFAN	Influența valorii de capitalizare a mărcii (brand equity) asupra prețului produselor financiare
	Studierea comportamentului investitorilor persoane fizice în situațiile de criză
	Strategii de marketing pe piețele financiare
	Integrarea piețelor financiare
	Studierea rolului concurenței pe piețele financiare
Prof. univ. dr. CETINĂ IULIANA	Strategii de marketing în servicii
Prof. univ. dr. OLTEANU VALERICĂ	Strategii de promovare a ofertei turistice românești pe piața europeană
	Strategii de marketing relațional în sectorul serviciilor de sănătate
	Strategii de marketing în comerțul cu amănuntul
	Strategii de marketing în crearea și livrarea serviciilor bazate pe personal

Prof. univ. dr. ORZAN GHEORGHE	Metode și tehnici utilizate în cercetările de marketing online
	Instrumente ale marketingului in mediul digital
	Strategii de mobile marketing
	Strategia de brand în marketingul online
Prof. univ. dr. POP NICOLAE ALEXANDRU	Brandul în marketingul relațional
	Direcții de acțiune în marketingul internațional
	Marketingul relațional în societatea bazată pe cunoaștere
Prof. univ. dr. STĂNCIOIU FELICIA	Strategii de marketing în turism
	Modalități de construire a brandului destinației prin dezvoltarea marketingului relațional
	Modele de planificare turistică a destinației
Prof. univ. dr. TEODORESCU NICOLAE	Cercetarea/ modelarea eficienței/eficacității activităților/acțiunilor de marketing
	Cercetarea/modelarea satisfacției consumatorului
	Cercetarea/modelarea influenței atitudinii asupra comportamentului de cumpărare
	Cercetarea/modelarea influenței motivației asupra comportamentului de cumpărare * Temă propusă de candidat
Prof. univ. dr. ZAHARIA RĂZVAN	Model conceptual privind relația dintre marketingul politic și democrație
	Strategii și tactici de colectare de fonduri în favoarea organizațiilor nelucrative

Studierea comportamentului politic în vederea îmbunătățirii comunicării politice

Utilizarea marketingului pentru îmbunătățirea locului unei universități în clasamentele internaționale

Analiza pieței farmaceutice din România și identificarea tendințelor de evoluție