

TEME PROIECT - ECONOMIE COMERCIALĂ - ECTS an 3, ID

1. Particularități ale comerțului cu bunuri de consum intermediar
2. Progresul tehnic în comerț
3. Dinamica actuală a comerțului românesc
4. Modul de funcționare a mecanismului de piață în România
5. Modele și tipuri de piață în perioada de tranziție la economia de piață în România
6. Statul și economia de piață
7. Economia socială de piață: o analiză comparativă
8. Factorii care influențează dinamica pieței bunurilor și serviciilor din România
9. Piața rurală din România
10. Caracterizarea pieței ... (produs/serviciu)
11. Mondializarea pieței bunurilor și serviciilor
12. Globalizarea și efectele sale economico-sociale
13. Factori obiectivi și subiectivi de influență a consumului
14. Structura consumului în România în perioada tranziției la economia de piață
15. Evoluția relației consum- P.N.B. (produs național brut) în România în perioada tranziției la economia de piață
16. Factori de influență ai evoluției cererii de mărfuri în țara noastră
17. Corelații între evoluția cererii și calitatea vieții în țara noastră
18. Evoluția activității comerciale în funcție de diferitele forme de manifestare a cererii de mărfuri
19. Studiul comportamentului consumatorului privind maximizarea cererii sub constrângerea veniturilor
20. Caracteristici ale ofertei de produse alimentare în România
21. Instrumente de diferențiere și individualizare a ofertei
22. Analiza politicii de produs a firmei X
23. Prețul și etica
24. Elaborarea strategiei de preț
25. Obiectivele politicii de vânzări ale întreprinderii comerciale
26. Fundamentarea politicii de vânzări a întreprinderii comerciale
27. Pârghiile economice utilizate în politica de vânzări a întreprinderii comerciale
28. Politici comerciale ale României în perioada de tranziție la economia de piață
29. Analiza comparativă a metodelor de alegere a furnizorilor
30. Metode de aprovizionare pentru cumpărătorii instituționali
31. Locul și rolul cercetării științifice comerciale în asigurarea protecției sociale a consumatorilor.
32. Analizați rolul cercetării științifice comerciale la o firmă de comerț, în vederea extinderii obiectului de activitate, perfecționarea rețelei de distribuție și promovarea unor forme moderne de vânzare.
33. Structurile instituționale din România ce desfășoară activități mixte de cercetare științifică și de promovare a comerțului – obiectivele și atribuțiile acestora.
34. Tipologia cercetărilor științifice în comerț

- **IMPORTANT!!!!**
- Proiectele vor avea între 10 și 15 pagini A4, (top, right, bottom 20mm, left 25mm) scrise la calculator;
- Se va folosi font Times New Roman, 12, spațiere la un rând;

- **Partea cea mai mare ca pondere va fi cea de studiu de caz, iar teoria maxim 2-3 pagini;**
- **Pe prima pagina se vor trece: titlul și autorii, specializarea, anul, grupa.**
- **Pagina a 2-a – cuprinsul lucrării;**
- **Obligatoriu – note de subsol;**
- **La sfârșit se va indica bibliografia consultată: cărți, articole, adrese internet;**
- **Nerespectarea indicațiilor va atrage depunerea proiectului.**

Atenție!!!

- **Proiectul va fi predat până la sfârșitul lunii mai la secretariatul ID**

Prof.univ.dr. Valentin Hapenciuc
Lector univ.dr. Gabriela Cioban