

1 FACULTATEA DE MARKETING BUCURESTI

1.1 Cercul de cercetări de piață

Coordonatori:

Prof. univ. dr. Cristina Bălăceanu
Conf. univ. dr. Adina Mușetescu
Conf. univ. dr. Ivona Stoica
Lect. univ. dr. Dan Boajă
Prof. univ. dr. Valentina Zaharia
Lect. univ.dr. Mirela Dogaru
Lect. univ. dr. Gheorghe Marinescu
Lect. univ. dr. Gheorghe Ciobotă
Lect. univ. dr. Mihaela Constantinescu
Lect. univ. dr. Tania Țapligă
Lect. univ. dr. Robert Chira
Lect. univ. dr. Argentina Velea
Asist. univ. drd. Nicoleta Moise

A. Obiectiv general

Cercul se adresează studenților Facultății de Marketing din ciclul I (Licență) și ciclul II (Master)

Cercul **Cercetări de piață** surprinde nevoia de cunoaștere a mediului economic, social, politic în care ființăm, analiza acestuia la nivel structural, conceptual, al formelor de manifestare în plan local, național, regional, mondial, din perspectiva individului dar și a agentului economic.

B. Calendarul si tematica activităților cercului

DATA	TEMATICA CERCULUI
S:17.11-21.11.2014	1. Rolul resurselor in gestionarea risipei
S: 08.12-12.12.2014	2. Patrimoniul- avuție sau bază de impozitare
S: 15.12-19.12.2014	3. Criza de imagine în societatea contemporană.
S: 02.03-06.03.2015	4. Eșec vs. Oportunitate în campaniile de promovare 5. Dreptul la mediu, dreptul la viață
S: 09.03-13.03.2015	6. Economia bazată pe cunoaștere și paradigma sustenabilității 7. Marketingul și criza de sistem
S: 16.03-20.03.2015	8. Marketing si promovare. Campanii de imagine. 9. Managementul marketingului- sensul cuvintelor încrucișate
S: 23.03-27.04.2015	10. Ocupare, șomaj, sustenabilitate, instabilitate 11. Activitatea de servicii cu clientii. Studiu de caz: Singapore Airways.

C. Locul de desfășurare: Sala 77