

PELAU CORINA

LICENTA GERMANA

coordonator 1	coordonator 2	tema	student	
PELAU CORINA		DIE ONLINE MARKETING STRATEGIE VON NASTX GAL	BARBATO R. ILINCA	1
		INTERNES MARKETING BEI ALLIANZ	BARBU F.G.. ANDRA	2
		KUNDENBINDUNGSSTRATEGIEN IM B2B-BEREICH AM FALLBEISPIEL VON HP-ENTERPRISE	BARBUL H. MARIA	3
		Die Beziehung zwischen Soziale Verantwortung und Finanzielle Hoechstleistung	COSTACHE N. GEORGE-DANIEL	4
		Brand Ambassador und andere Einflussgruppen auf das Konsumentenverhalten	DINA R. IOANA	5
		Kundenstrategien bei Mercedes	GEBHART K. MARVIN VINCENT	6
		Zukunftsperspektiven des Unternehmens Tesla auf dem Markt fur elektrische Autos	GHICA S. ALIN	7
		INTEGRIERTE MARKETING KOMMUNIKATION BEI DER MARKE MICHELIN	GRIGORAŞ N. CLAUDIA-VERONICA	8
		Die Marketingstrategie eines Tennis - Events	IACOBOAEI C C. IULIAN-ALEXANDRU	9
		Die Rolle der Mitarbeiter in der Kundenstrategie von Radisson	IAMANDII V. OANA	10
		DIFFERENZIERUNG IM HANDELSMARKETING AM FALLBEISPIEL VON KAUF LAND	IONESCU D I. ANCA-ELENA	11
		Die Kundenbindungsstrategie bei Lufthansa	LASCU I. DARIA	12
		Das Online Business Modell von Foodpanda	MIHĂILĂ G D. GEORGIANA	13
		Event Marketing bei Nivea	NISTOR B. MARIA-ALEXANDRA	14
		Ambientmarketing bei dem Unternehmen Starbucks	SOARE R C. ANDRA-MIRUNA	15

	Die Marketingstrategie von Zewa	ȘERBAN S L. TEODORA MARIA	16
	Die Produktstrategie von Mobexpert	ȚIGĂNILĂ L.V.. DIANA	17

MASTER ANTREPRENORIAT SI ADMINISTRAREA AFACERILOR GERMANA

coordonator 1	coordonator 2	tema	student	
PELAU CORINA		Einfluss der Werbegestaltung auf die Konsumreaktionen in der Tourismusbranche	BARBU T. VALENTINA-MARIA	1
		Das Online und das Offline Konsumentenverhalten für Bekleidung	DORCU P. ALEXANDRA	2
		Der Einfluss der Künstlichen Intelligenz auf Konsumentenreaktionen	ENE I. IRINA	3
		Das Energiesparverhalten der Rumänischen Konsumenten	LUCA T. TEODORA-DANIELA	4
		EINFLUSSFAKTOREN AUF DIE KAUFENTSCHEIDUNG VON KONSUMENTEN IN DER BEKLEIDUNGSBRANCHE	PETRESCU G S. ANDRA- GEORGETA	5
		FREIZEITGESTALTUNG ALS TEIL DES KONSUMENTENVERHALTEN	POPESCU- DOLJ F M. ANDREA	6
		EINFLUSSFAKTOREN AUF DIE KAUF UND KONSUM EINSCHIEDUNG VON KAFFE	RĂDULESCU C.A. LORENA	7
		KONSUMENTENFORSCHUNG BETREFFEND DER NUTZUNG VON KOSMETIKPRODUKTE IN RUMANIEN	RUICAN D. DIANA VIOLETA	8
				TOTAL