

**Teme pentru lucrări absolvire disciplina "Planificarea reclamelor in media", Publicitate
Masterat . an 2**

1. Modificarea comportamentelor consumatorilor in relatia cu brandurile pe parcursul anului 2020 si efectele acestora in stabilirea strategiilor de media.
2. Evolutia audientelor TV pe parcursul anului 2020 si efectele acestora in planificarea media.
3. Strategia de media anuala si implementarea acesteia pentru lansarea unui nou brand FMCG intr-un context de piata competitiv.
4. Strategia de media anuala si implementarea acesteia pentru lansarea unui nou brand in servicii (banking, asigurari, telefonie etc) intr-un context de piata competitiv.
5. Agentie de media versus agentie de publicitate full service. O analiza a pietei agentiilor de publicitate din ultimii 10 ani.
6. Evolutia strategiilor de media din Romania pentru FMCG in ultimii 10 ani.
7. Declinul presei scrise in Romania. Cauze si consecinte in strategiile de media si in media planning.
8. Evolutia investitiilor companiilor farmaceutice in media in ultimii 15 ani si cum s-a reflectat in peisajul media din Romania.
9. Analiza pietei de media din Romania din punct de vedere investitii, evolutii, canale media si investitori in publicitate din 2008 pana in prezent.
10. Impactul investitiilor in media digitala asupra peisajului media din Romania in ultimii 10 ani.