

KARTA SEMINARIUM DYPLOMOWEGO
licencjackiego/inżynierskiego/magisterskiego
rozpoczynającego się w semestrze zimowym/letnim w roku akademickim
...2017..... / ..2018.....

Kierunek studiów: *Innowacyjna Gospodarka/Towaroznawstwo*
Forma studiów: studia stacjonarne/niestacjonarne

Tematyka seminarium:	Marketing
Prowadzący:	dr Edyta Spodarczyk
Katedra:	Katedra Ekonomiki Usług
CHARAKTERYSTYKA TEMATYKI SEMINARIUM	
<p>Seminarium adresowane jest do studentów zainteresowanych taką koncepcją organizacji, która w spektrum zainteresowań stawia klienta i jego potrzeby, jednocześnie troszczy się o zaspokajanie tych potrzeb w sposób etyczny i odpowiedzialny społecznie. Takie podejście dotyczy wszystkich aspektów funkcjonowania organizacji, począwszy od koncepcji zarządzania, po przez charakter i sposób realizowania poszczególnych działań przygotowawczych (badania marketingowe, planowanie strategiczne, polityka kadrowa, audyt) i wykonawczych (badania i rozwój produktów, kształtowanie produktu, polityka cenowa, polityka dystrybucji, komunikacja). Powyższe podejście można stosować w różnych typach organizacji. Szczególnie zaleca się ją tym organizacjom, które działają w warunkach nasyconego rynku i intensywnej konkurencji: przedsiębiorstwom działającym na rynku konsumenta (np. hotele, restauracje, inne firmy usługowe oraz produkcyjne), na rynku B2B oraz organizacjom typu non-profit, czy samorządom.</p>	
PRZYKŁADOWE TEMATY PRAC	
<p>Identyfikacja orientacji rynkowej przedsiębiorstwa na przykładzie..... Plan marketingowy dla Wpływ dobrych praktyk na zachowanie konsumenta..... Wewnętrzne Public relations jako narzędzie budowy wizerunku na przykładzie ... Proces decyzyjny konsumenta na przykładzie..... Rola odpowiedzialności społecznej w budowaniu przewagi konkurencyjnej przedsiębiorstwa Kształtowanie lojalności klienta na przykładzie... Wyznaczanie i pomiar zadowolenia klienta na przykładzie... Wizerunek kobiet/mężczyzn w reklamie, na przykładzie...</p>	
DODATKOWE INFORMACJE	