

KARTA SEMINARIUM DYPLOMOWEGO *magisterskiego*
rozpoczynającego się w semestrze *letnim* w roku akademickim 2021/2022

Kierunek studiów: *Innowacyjna Gospodarka*

Forma studiów: *studia stacjonarne*

| | |
|---|---------------------------------------|
| Tematyka seminarium: | Zarządzanie marketingowe |
| Prowadzący: | Prof. dr hab. Barbara Marciszewska |
| Katedra: | Zakład Marketingu i Metod Ilościowych |
| CHARAKTERYSTYKA TEMATYKI SEMINARIUM 1/ Analiza otoczenia przedsiębiorstwa społecznej gospodarki rynkowej w warunkach niepewności (np. w sytuacji epidemii) . 2/Zmienność warunków funkcjonowania podmiotów publicznych pod wpływem pandemii a regulacje prawne 3/Planowanie średnio- i krótkookresowej działalności marketingowej w podmiotach rynku. 4/Modyfikacja zachowań marketingowych podmiotów na rynkach docelowych. 5/ Specyfika zastosowania marketingu w sektorze usług (np. w turystyce, sporcie, kulturze, edukacji). 6/ Zarządzanie procesami tworzenia, realizacji, sprzedaży i kontroli usług. 7/ Zarządzanie procesem badań marketingowych: rola zarządzania krótkookresowego w warunkach niepewności.. 8/ Kontrola działalności marketingowej w przedsiębiorstwie (lub podmiocie publicznym): szanse i zagrożenia 9/ Ocena racjonalności działania na rynkach .produktów wybranych branż 10/ Badania marketingowe podmiotów gospodarczych a łagodzenie skutków inflacji. 11/ Wybrane aspekty zarządzania kapitałem ludzkim w warunkach niepewności w świetle wyników badań marketingowych na rynku międzynarodowym. | |
| PRZYKŁADOWE TEMATY PRAC 1. Zarządzanie procesem badań marketingowych w przedsiębiorstwie na przykładzie.... 2. Analiza działań promocyjnych samorządu regionu/lokalnego na przykładzie.... 3. Zarządzanie kapitałem ludzkim w organizacji publicznej: proces szkolenia i doskonalenia pracowników 4. Zarządzanie relacjami w przedsiębiorstwie: wyzwania i bariery 5. Strategie wejścia na rynek w przedsiębiorstwie usługowym na przykładzie... 6. Analiza i ocena marketingu przedsiębiorstwa turystycznego na przykładzie... 7. Zarządzanie procesem modyfikacji produktu na przykładzie przedsiębiorstwa turystycznego funkcjonującego w warunkach niepewności. 8. Marketing na rynku globalnym: przykład ponadnarodowych przedsiębiorstw 9. Rozwój przedsiębiorstw sektora turystycznego w świetle wyzwań po roku 2020 10. Kierunki intensyfikacji działalności usługowej w warunkach niepewności: przykład sektora (np. bankowego, usług kosmetycznych, usług medycznych itp.). | |
| DODATKOWE INFORMACJE | |