

KARTA SEMINARIUM DYPLOMOWEGO
licencjackiego/inżynierskiego/magisterskiego
rozpoczynającego się w semestrze ~~zimowym~~/letnim w roku akademickim
2022 / 2023

Kierunek studiów: Nauki o Jakości
Forma studiów: studia ~~stacjonarne~~/niestacjonarne

Tematyka seminarium:	Wyzwania współczesnego rynku towarów i usług
Prowadzący:	Dr hab. inż. Agnieszka Rybowska, prof. UMG
Katedra:	Katedra Zarządzania Jakością
CHARAKTERYSTYKA TEMATYKI SEMINARIUM <p>Rynek towarów i usług ulega ciągłym zmianom, wynikającym z rozwoju technologii, rosnącej konkurencji, zróżnicowania potrzeb konsumentów oraz zmieniających się trendów. Zmiany te stanowią wyzwanie dla różnych podmiotów na rynku: producentów, handlowców, marketerów i konsumentów. W ramach seminarium rozważane będą zagadnienia związane ze zmianą uwarunkowań i ich znaczeniem dla podmiotów rynku. Proponowane tematy dotyczą w szczególności klienta i konsumenta i poznania ich potrzeb, postaw i zachowań oraz trendów, które je kształtują. Kolejnym podmiotem rynku będącym przedmiotem zagadnień jest organizacja i jej relacje z otoczeniem wewnętrznym i zewnętrznym. W tym przypadku nacisk położony jest na kształtowanie relacji z klientem oraz kompetencje pracowników. Omawiane zagadnienia i wyniki przeprowadzonych badań mogą być wykorzystane przez organizacje (producentów, handlowców) w zarządzaniu przedsiębiorstwem, zarządzaniu relacjami z klientem, zarządzaniu jakością produktu, tworzeniu strategii organizacji, np. marketingowych. Dają Studentowi podstawy teoretyczne i praktyczne umiejętności do prowadzenia badań użytecznych dla podmiotów rynku.</p>	
PRZYKŁADOWE TEMATY PRAC <ol style="list-style-type: none">1. Konsument na globalnym i lokalnym rynku.2. Konsument generacji XYZ wobec innowacji rynkowych.3. Kreowanie relacji z klientem w organizacjach jako wyzwanie w zmieniającym się otoczeniu.4. Wykorzystanie nowoczesnych narzędzi do kształtowania relacji.5. Społeczna odpowiedzialność biznesu.6. Komunikacja z klientem – trendy, metody i nowoczesne technologie (media społecznościowe, influencer marketing, marketing sensoryczny).7. Rozwój nowych segmentów/pokoleń konsumentów.8. Nowe trendy w konsumpcji.9. Media społecznościowe jako źródło informacji konsumenta.10. Wymagania stawiane klientowi.11. Kompetencje klientów i klientów wewnętrznych (kompetencje twarde i miękkie).	
DODATKOWE INFORMACJE <p>Powyżej podano ogólne zagadnienia, a nie tematy prac. Pozwala to na szersze potraktowanie przedstawionych kwestii i dopasowanie tematyki do zainteresowań Studenta.</p>	