

**Propozycja seminarium dyplomowego
dla studentów
na Wydziale Nauk Ekonomicznych /studia stacjonarne/
w roku akademickim 2009/2010**

Imię i nazwisko prowadzącego seminarium:	Dr Przemysław Skulski
Jednostka organizacyjna:	Katedra Międzynarodowych Stosunków Gospodarczych
Temat seminarium:	Marketing Międzynarodowy Międzynarodowe Stosunki Gospodarcze
Liczba studentów przyjmowanych na seminarium:	do 12 osób

Zakres tematyczny seminarium:

Międzynarodowe Stosunki Gospodarcze

1. Współpraca gospodarcza Polski z wybranymi krajami na świecie.
2. Procesy integracyjne w gospodarce światowej.
3. Rola bezpośrednich inwestycji zagranicznych we współczesnej gospodarce.
4. Strategia działania KTN na rynkach międzynarodowych.
5. Szanse i zagrożenia globalizacji.
6. Problemy rozwoju krajów rozwijających się.
7. Problem zadłużenia we współczesnej gospodarce światowej.
8. Zjawisko międzynarodowego handlu bronią.
9. Zagrożenie terroryzmem we współczesnym świecie.

Marketing Międzynarodowy

10. Strategie marketingowe na rynkach zagranicznych.
11. Marketingowe strategie wejścia na rynki zagraniczne.
12. Marketing międzykulturowy.
13. Rola i znaczenie otoczenia międzynarodowego.
14. Marketing B2B na rynkach zagranicznych.
15. Zarządzanie produktem na rynkach zagranicznych.
16. Dystrybucja na rynkach zagranicznych.
17. Strategie cenowe w marketingu międzynarodowym.
18. Strategie promocyjne na rynkach zagranicznych.
19. Reklama w otoczeniu międzynarodowym.
20. Case study – analiza wybranych przypadków działań marketingowych przedsiębiorstw (np. IKEA, PKN ORLEN, TOYOTA, itp.).