

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

Imię i nazwisko prowadzącego seminarium:	Prof. dr hab. Aniela Styś
Jednostka organizacyjna:	Instytut Marketingu
Temat seminarium:	Marketing jako orientacja nowoczesnego menedżera.
Liczba studentów przyjmowanych na seminarium:	do 20 osób
Zakres tematyczny seminarium: <ul style="list-style-type: none">▪ orientacja marketingowa – istota, charakter, użyteczność,▪ strategia marketingowa – warunki i możliwości stosowania. Strategie marketingowe przedsiębiorstw o różnym profilu działania, skali gospodarowania i formie własności ,▪ zarządzanie marketingowe – procedury, uwarunkowania, efektywność,▪ zachowania uczestników rynku – charakter, relacje, znaczenie, badania,▪ zastosowanie instrumentów marketingu-mix. Marketingowe strategie produktu, ceny, promocji, dystrybucji▪ specyfika strategii marketingowej na rynku usług: instrumenty, relacje jakości,▪ kreatywność w marketingu – znaczenie i system działań,▪ pozycja rynkowa firmy i jej znaczenie przy formułowaniu strategii marketingowej,▪ nowe idee w marketingu, procesy zmienności, globalizacji, innowacji i ich implikacje dla działań rynkowych.▪ Marketing w kontekście procesów integracji.▪ Marketing międzynarodowy▪ Marketing w instytucjach finansowych▪ Jakość usług – identyfikacji, pomiar, znaczenie w strategii firm.	