

*Propozycja seminarium magisterskiego
dla studentów
na Wydziale Nauk Ekonomicznych /studia stacjonarne/
w roku akademickim 2010/2011*

Imię i nazwisko prowadzącego seminarium:	Dr hab. Barbara Iwankiewicz – Rak, prof. UE
Jednostka organizacyjna:	Instytut Marketingu, Katedra Podstaw Marketingu
Temat seminarium:	Marketing w organizacjach non profit i firmach komercyjnych
Liczba studentów przyjmowanych na seminarium:	do 15 osób
Zakres tematyczny seminarium: <ol style="list-style-type: none">1. Marketing w działaniach organizacji non profit (tj. stowarzyszenia, fundacje i in.)2. Wpływ kampanii charytatywnych na rozwój dobroczynności społeczeństwa3. Oddziaływanie programów społecznych na postawy konsumentów5. Psychologiczne aspekty reklamy społecznej6. Promocja miasta (regionu) –podstawy kształtowania strategii marketingu terytorialnego7. Public Relations – środki perswazji8. Reakcje konsumentów na środki oddziaływania reklam (dźwięk, humor, kolor, szok)9. Internet – jako kanał dystrybucji produktów i reklam – znaczenie i siła10. Jakość w ujęciu marketingowym w usługach (bankowych, kosmetycznych i in.) 11. i tematy zgodne z zainteresowaniami studentów, a dotyczące różnych aspektów zarządzania marketingowego w organizacjach non profit, przedsiębiorstwach i administracji publicznej.	