

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

Imię i nazwisko, stopień naukowy	Dr Jarosław Woźniczka
Jednostka organizacyjna	KATEDRA ZARZĄDZANIA MARKETINGOWEGO
Temat seminarium	MARKETING I KOMUNIKACJA MARKETINGOWA
Liczba miejsc	do 12 osób
Zakres merytoryczny	<p>Zarządzanie marketingowe:</p> <ul style="list-style-type: none"> o marketingowa analiza sytuacji przedsiębiorstwa, o narzędzia wspierania decyzji menedżerskich w zakresie marketingu (m.in. segmentacja rynku, cykl życia produktu, analizy portfolio, benchmarking, itp.), o planowanie marketingowe w przedsiębiorstwie, o strategia marketingowa przedsiębiorstwa, o pozycjonowanie marki na rynku, o organizacja funkcji marketingowej w przedsiębiorstwie, o kontrola strategiczna i operacyjna w organizacji, o ocena efektów działalności marketingowej. <p>Funkcje marketingowe w organizacji:</p> <ul style="list-style-type: none"> o zarządzanie produktem, o zarządzanie marką, o zarządzanie ceną, o zarządzanie dystrybucją, o zarządzanie sprzedażą, o zarządzanie promocją. <p>Komunikacja marketingowa:</p> <ul style="list-style-type: none"> o zintegrowana komunikacja marketingowa organizacji, o sprzedaż osobista, o reklama, o public relations, o strategia komunikacji, o kreacja w reklamie, o media komunikacyjne, o ocena efektów komunikacji. <p>Obszary zarządzania marketingowego:</p> <ul style="list-style-type: none"> o marketing dóbr konsumpcyjnych, o marketing usług (np. finansowych, turystycznych, profesjonalnych, itp.), o marketing na rynkach organizacyjnych, o marketing w handlu, o marketing organizacji niedochodowych,

- | | |
|--|---|
| | <ul style="list-style-type: none">○ marketing terytorialny○ marketing na rynku kultury i sztuki. |
|--|---|