

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

Imię i nazwisko prowadzącego seminarium:	<b>Prof. zw.dr hab. Krystyna Mazurek-Łopacińska</b>
Jednostka organizacyjna:	Instytut Marketingu
Temat seminarium:	<b>Marketing w tworzeniu przewagi konkurencyjnej firmy.</b>
Liczba studentów przyjmowanych na seminarium:	<b>do 20 osób</b>
Zakres tematyczny seminarium: <ul style="list-style-type: none"><li>▪ Marketing w tworzeniu wartości dla klienta</li><li>▪ Rola analizy sytuacyjnej w formułowaniu strategii marketingowej</li><li>▪ Strategie marketingowe przedsiębiorstw na rynkach: krajowym i międzynarodowym</li><li>▪ Tworzenie projektów badań marketingowych</li><li>▪ Wykorzystanie badań w tworzeniu strategii marketingowej przedsiębiorstwa,</li><li>▪ Zachowania nabywców na rynku europejskim</li><li>▪ Kulturowe uwarunkowania zachowań nabywców</li><li>▪ Reakcje konsumentów na działania marketingowe,</li><li>▪ Programy lojalnościowe w działalności marketingowej firm</li><li>▪ Komunikacja interaktywna</li><li>▪ Skuteczność reklamy i promocji sprzedaży w oddziaływaniu na klientów</li><li>▪ Rola public relations w kreowaniu wizerunku firmy</li><li>▪ komunikacja międzykulturowa</li><li>▪ Zakres i warunki stosowania marketingu w instytucjach kultury (muzeach, teatrach, galeriach, instytucjach estradowych itp.),</li><li>▪ Działania marketingowe firm turystycznych</li><li>▪ Procesy globalizacji a marketing,</li></ul>	