

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

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
<p>Zakres tematyczny seminarium:</p> <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. 	