

**Propozycja seminarium dyplomowego
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
<p>Zakres tematyczny seminarium:</p> <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 społeczeństwa 3. Oddziaływanie programów społecznych na postawy konsumentów 5. Psychologiczne aspekty reklamy społecznej 6. Promocja miasta (regionu) –podstawy kształtowania strategii marketingu terytorialnego 7. Public Relations – środki perswazji 8. Reakcje konsumentów na środki oddziaływania reklam (dźwięk, humor, kolor, szok) 9. Internet – jako kanał dystrybucji produktów i reklam – znaczenie i siła 10. 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. 	