

SYLABUS SEMINARIUM DYPLOMOWEGO (I STOPIEŃ)

Nazwa przedmiotu (symbol): <i>SEMINARIUM DYPLOMOWE</i>	Forma zajęć: <i>seminarium</i>	Tryb studiów: <i>Niestacjonarne/</i>
Wydział: <i>Zarządzania, Informatyki i Finansów</i>	Forma zaliczenia: <i>zaliczenie bez oceny</i>	Punkty ECTS: <i>8</i>
Tytuł/stopień, Imię i nazwisko prowadzącego: <i>Prof. zw. dr hab. Marek Prymon</i>		Liczba godzin: <i>30</i>
E-mail: marek.prymon@ue.wroc.pl	Telefon: <i>71-3680234</i>	Pok./Bud.: <i>314" A"</i>

1. Cele przedmiotu	
C1	<i>Samodzielne przygotowanie pod opieką promotora pracy o charakterze projektowym, analizy studium przypadku, lub w uzasadnionych przypadkach o charakterze przeglądowym, systematyzującym określony wycinek wiedzy</i>
C2	<i>Przygotowanie do samodzielnego rozwiązywania problemu typowego, z elementami analizy ocen i ewentualnych propozycji rozwiązań</i>

2. Efekty kształcenia (EK)	
Wiedza (W)	
EK-W1	<i>Ma pogłębioną wiedzę z zakresu studiowanego kierunku</i>
EK-W2	<i>Zna podstawowe narzędzia prowadzenia badań</i>
Umiejętności (U)	
EK-U1	<i>Potrafi identyfikować problemy badawcze</i>
EK-U2	<i>Potrafi dobierać i właściwie wykorzystać źródła literaturowe do będącego przedmiotem pracy - problemu</i>
EK-U3	<i>Potrafi dobierać właściwe narzędzia badawcze</i>
EK-U4	<i>Potrafi trafnie diagnozować problem</i>
EK-U5	<i>Posługuje się wiedzą nabytą w trakcie studiów</i>
EK-U6	<i>Potrafi obserwować i analizować zjawiska ekonomiczne</i>
EK-U7	<i>Potrafi dostrzegać prawidłowości występujące w obrębie badanego problemu</i>
EK-U8	<i>Potrafi analizować, oceniać i wyciągać wnioski</i>
EK-U9	<i>Potrafi redagować spójną i logiczną wypowiedź z wykorzystaniem poprawnej i profesjonalnej terminologii</i>
Kompetencje personalne i społeczne (K)	
EK-K1	<i>Potrafi poszerzać swoją wiedzę poprzez samodzielne poszukiwania w istniejących opracowaniach naukowych</i>

EK-K2	<i>Potrafi samodzielnie rozwiązać typowe problemy teoretyczne lub praktyczne</i>
EK-K3	<i>Potrafi poprawnie posługiwać się językiem polskim</i>

3. Problematyka seminarium:

1. *Badanie preferencji konsumentów na wybranym rynku branżowym*
2. *Lojalność konsumentów na rynku artykułów mody*
3. *Analizy działań public relations w wybranym przedsiębiorstwie*
4. *Przesłanki tworzenia strategii gminy/miasta*
5. *Przesłanki doskonalenia działań reklamy w organizacjach non-profit*
6. *Ocena funkcjonowania systemu dystrybucji w wybranej firmie*
7. *Badanie zastosowań merchandisingu w organizacji handlu detalicznego*
8. *Analiza zastosowań mediów cyfrowych w promocji marketingowej*
9. *Analiza zastosowań promocji uzupełniającej w wybranej firmie*
10. *Postawy klientów wobec produktów wytwarzanych w Polsce-na wybranych rynkach branżowych*
11. *Tworzenie strategii marketingowej w klubie sportowym*
12. *Strategie cen w handlu detalicznym (na przykładzie wybranych branż)*
13. *Etyczne i prawne aspekty zastosowań reklamy w internecie*
14. *Zarządzanie personelem firmy w kontekście sprzedaży osobistej*
15. *Badanie porównawcze tradycyjnych i nisko kosztowych linii lotniczych*
16. *Marketingowe aspekty działania firm developerskich*
17. *Analiza zastosowań cen psychologicznych w handlu detalicznym*

4. Metody i narzędzia prezentacji wyników:

1. *Prezentacja celów pracy dyplomowej*
2. *Prezentacja koncepcji pracy dyplomowej z zastosowaniem informatycznych programów, systemów oraz technik audiowizualnych*
3. _____
4. _____

5. Sposób weryfikacji efektów kształcenia:

1. *Ocena prezentowanych celów pracy dyplomowej*
2. *Ocena stosowanych metod wykorzystanych w badaniach*
3. *Ocena tematyki pracy na forum grupy seminaryjnej*
4. *Ocena końcowa pracy dyplomowej przez promotora*
5. _____

6. Dodatkowe informacje:
<i>Podane tematy mają charakter ogólny .Ostateczny tytuł będzie uzgodniony z promotorem</i>