

SYLABUS SEMINARIUM MAGISTERSKIE (II stopień)

Nazwa przedmiotu (symbol): SEMINARIUM MAGISTERSKIE	Forma zajęć: <i>seminarium</i>	Tryb studiów: <i>stacjonarne/</i>
Wydział: <i>Zarządzania, Informatyki i Finansów</i>	Forma zaliczenia: <i>zaliczenie bez oceny</i>	Punkty ECTS: <i>16</i>
Tytuł/stopień, Imię i nazwisko prowadzącego: <i>Prof. dr hab. Marek Prymon</i>		Liczba godzin: <i>75</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 systematyzującym i projektowym, badawczym lub aplikacyjnym</i>
C2	<i>Przygotowanie do samodzielnego rozwiązywania problemu praktycznego (aplikacyjnego) bądź do samodzielnego rozwiązania problemu ogólnego</i>

2. Efekty kształcenia (EK)

Wiedza (W)

EK-W1	<i>Ma poszerzoną wiedzę z zakresu studiowanego kierunku</i>
EK-W2	<i>Zna podstawy metodologii prowadzenia badań w obszarze danego kierunku</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, literatura powinna być pozbawiona istotnych braków, z dominującym udziałem opracowań naukowych, w tym dziedzin korespondujących z tematem pracy; potrafi jednocześnie ocenić wiarygodność źródeł informacji wykorzystywanych w pracy</i>
EK-U3	<i>Potrafi dobierać właściwe narzędzia badawcze, także projektować warsztat badawczy</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 projektować rozwiązania lub modyfikacje istniejących rozwiązań</i>
EK-U9	<i>Potrafi analizować, oceniać i wyciągać wnioski</i>
EK-U10	<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 problem teoretyczny lub praktyczny</i>

3. Problematyka seminarium:

1. *Analiza zakresu konkurencji na wybranym rynku branżowym*
2. *Zastosowanie wybranych metod analizy strategicznej dla potrzeb budowy strategii firmy*
3. *Analiza łańcucha wartości w wybranej branży*
4. *Badanie poziomu satysfakcji klientów w wybranej dziedzinie*
5. *Przesłanki tworzenia strategii marketingowej dla wybranej organizacji (handlowej, przemysłowej lub typu non-profit).*
6. *Tworzenie strategii komunikacji dla wybranej firmy*
7. *Analiza niekonwencjonalnych metod promocji w wybranej branży*
8. *Marketingowe kształtowanie atrybutów produktu w wybranej branży*
9. *Ocena strategii wejść na rynki zagraniczne w wybranej branży*
10. *Uwarunkowania kulturowe marketingu międzynarodowego na wybranych rynkach*
11. *Zarządzanie narzędziami Public relations w małej firmie*
12. *Zarządzanie relacjami z klientami w sieciach handlowych*
13. *Zarządzanie procesami kształtowania nowych produktów w firmie*
14. *Marketingowe strategie w zarządzaniu firmami usług informatycznych*
15. *Badania marketingowe wspierane narzędziami cyfrowymi*
16. *Strategie rozwoju gmin (w świetle badań)*
17. *Zarządzanie wartością dla klienta w małej firmie usługowej*

4. Metody i narzędzia prezentacji wyników:

1. *Prezentacja celów i hipotez pracy magisterskiej*
Prezentacja koncepcji pracy magisterskiej z zastosowaniem informatycznych programów, systemów oraz technik audiowizualnych
2. *Prezentacja koncepcji pracy magisterskiej z zastosowaniem informatycznych programów, systemów oraz technik audiowizualnych*
3. *Dyskusje w ramach grupy seminaryjnej związane z problematyką seminarium*
4.
5.

5. Sposób weryfikacji efektów kształcenia:

1. *Ocena celów i hipotez/tez pracy magisterskiej*
2. *Ocena stosowanych metod wykorzystanych w badaniach*

3.	<i>Ocena tematyki pracy magisterskiej na forum grupy seminaryjnej</i>
4.	<i>Ocena końcowa pracy magisterskiej przez promotora</i>
5	

6. Dodatkowe informacje:
<i>Podane tematy mają charakter ogólny . Ostateczne tematy zostaną uzgodnione z promotorem</i>