Propozycja seminarium dyplomowego dla studentów studiów I stopnia – /studia wieczorowe/ na Wydziale Nauk Ekonomicznych w roku akademickim 2009/2010

Imię i nazwisko, stopień naukowy	**dr Jarosław Woźniczka**
Jednostka organizacyjna	**KATEDRA ZARZĄDZANIA MARKETINGOWEGO**
Temat seminarium	**MARKETING JAKO FUNKCJA BIZNESOWA: ZARZĄDZANIE, ZASTOSOWANIA I UWARUNKOWANIA.**
Liczba miejsc	**12**
Zakres merytoryczny	***Zarządzanie marketingowe:*** o marketingowa analiza sytuacji przedsiębiorstwa, o narzędzia wspierania decyzji menedżerskich w zakresie marketingu (m.in. segmentacja rynku, cykl życia produktu, analizy portfolio, benchmarking, itp.), o planowanie marketingowe w przedsiębiorstwie, o strategia marketingowa przedsiębiorstwa, o pozycjonowanie marki na rynku, o organizacja funkcji marketingowej w przedsiębiorstwie, o kontrola strategiczna i operacyjna w organizacji, o ocena efektów działalności marketingowej. ***Funkcje marketingowe w organizacji:*** o zarządzanie produktem, o zarządzanie marką, o zarządzanie ceną, o zarządzanie dystrybucją, o zarządzanie sprzedażą, o zarządzanie promocją. ***Komunikacja marketingowa:*** o zintegrowana komunikacja marketingowa organizacji, o sprzedaż osobista, o reklama, o public relations, o strategia komunikacji, o kreacja w reklamie, o media komunikacyjne, o ocena efektów komunikacji. ***Obszary zarządzania marketingowego:*** o marketing dóbr konsumpcyjnych, o marketing usług (np. finansowych, turystycznych, profesjonalnych, itp.), o marketing na rynkach organizacyjnych, o marketing w handlu, o marketing organizacji niedochodowych, o marketing terytorialny o marketing na rynku kultury i sztuki.