

**Propozycja seminarium dyplomowego
dla studentów
na Wydziale Nauk Ekonomicznych /studia stacjonarne/
w roku akadem. 2008/2009**

| | |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------|
| Imię i nazwisko prowadzącego seminarium: | Dr Przemysław Skulski |
| Jednostka organizacyjna: | Katedra Międzynarodowych Stosunków Gospodarczych |
| Temat seminarium: | Marketing Międzynarodowy Międzynarodowe Stosunki Gospodarcze |
| Liczba studentów przyjmowanych na seminarium: | 12 osób |
| <p>Zakres tematyczny seminarium:</p> <p>Międzynarodowe Stosunki Gospodarcze</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Współpraca gospodarcza Polski z wybranymi krajami na świecie. 2. Procesy integracyjne w gospodarce światowej. 3. Rola bezpośrednich inwestycji zagranicznych we współczesnej gospodarce. 4. Strategia działania KTN na rynkach międzynarodowych. 5. Szanse i zagrożenia globalizacji. 6. Problemy rozwoju krajów rozwijających się. 7. Problem zadłużenia we współczesnej gospodarce światowej. 8. Zjawisko międzynarodowego handlu bronią. 9. Zagrożenie terroryzmem we współczesnym świecie. <p>Marketing Międzynarodowy</p> <ol style="list-style-type: none"> 10. Strategie marketingowe na rynkach zagranicznych. 11. Marketingowe strategie wejścia na rynki zagraniczne. 12. Marketing międzykulturowy. 13. Rola i znaczenie otoczenia międzynarodowego. 14. Marketing B2B na rynkach zagranicznych. 15. Zarządzanie produktem na rynkach zagranicznych. 16. Dystrybucja na rynkach zagranicznych. 17. Strategie cenowe w marketingu międzynarodowym. 18. Strategie promocyjne na rynkach zagranicznych. 19. Reklama w otoczeniu międzynarodowym. 20. Case study – analiza wybranych przypadków działań marketingowych przedsiębiorstw (np. IKEA, PKN ORLEN, TOYOTA, itp.). | |