

Propozycja seminarium dyplomowego dla studiów I stopnia
 Wydział Nauk Ekonomicznych /studia stacjonarne/
 Kierunek Zarządzanie
 Rok akademicki 2008-2009

Imię i nazwisko, stopień naukowy	Dr Jarosław Woźniczka
Jednostka organizacyjna	KATEDRA ZARZĄDZANIA MARKETINGOWEGO
Temat seminarium	MARKETING I KOMUNIKACJA MARKETINGOWA
Liczba miejsc	do 12 osób.
Zakres merytoryczny	<p>Zarządzanie marketingowe:</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ marketingowa analiza sytuacji przedsiębiorstwa, ○ narzędzia wspierania decyzji menedżerskich w zakresie marketingu (m.in. segmentacja rynku, cykl życia produktu, analizy portfolio, benchmarking, itp.), ○ planowanie marketingowe w przedsiębiorstwie, ○ strategia marketingowa przedsiębiorstwa, ○ pozycjonowanie marki na rynku, ○ organizacja funkcji marketingowej w przedsiębiorstwie, ○ kontrola strategiczna i operacyjna w organizacji, ○ ocena efektów działalności marketingowej. <p>Funkcje marketingowe w organizacji:</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ zarządzanie produktem, ○ zarządzanie marką, ○ zarządzanie ceną, ○ zarządzanie dystrybucją, ○ zarządzanie sprzedażą, ○ zarządzanie promocją. <p>Komunikacja marketingowa:</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ zintegrowana komunikacja marketingowa organizacji, ○ sprzedaż osobista, ○ reklama, ○ public relations, ○ strategia komunikacji, ○ kreacja w reklamie, ○ media komunikacyjne, ○ ocena efektów komunikacji. <p>Obszary zarządzania marketingowego:</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ marketing dóbr konsumpcyjnych, ○ marketing usług (np. finansowych, turystycznych, profesjonalnych, itp.), ○ marketing na rynkach organizacyjnych, ○ marketing w handlu, ○ marketing organizacji niedochodowych, ○ marketing terytorialny ○ marketing na rynku kultury i sztuki.

