

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

Imię i nazwisko prowadzącego seminarium:	Dr hab. Barbara Iwankiewicz –Rak, prof. AE
Jednostka organizacyjna:	Katedra Podstaw Marketingu Instytut Marketingu
Temat seminarium:	Zarządzanie marketingowe w przedsiębiorstwach przemysłowych, handlowych, usługowych i organizacjach społecznych.
Liczba studentów przyjmowanych na seminarium:	15
<p>Zakres tematyczny seminarium:</p> <p>Tematy opracowywane są na przykładach z praktyki:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Analiza działań marketingowych firm przemysłowych, handlowych, usługowych, 2. Marketing w instytucjach publicznych i organizacjach społecznych 3. Produkt, cena, promocja, dystrybucja w strategii marketingowej firm 4. Wpływ promocji na decyzje konsumentów 5. Marketing społeczny, polityczny i idei 6. Programy społeczne i reklama społeczna w kreowaniu zachowań społeczeństwa 7. Motywacje fundatorów i wolontariuszy 8. Public Relations w kreowaniu wizerunku firmy i lidera w organizacji 9. Fundraising, produkt placement, zbiórki publiczne i sponsoring w gromadzeniu funduszy 10. Internet w działaniach marketingowych firm 11. Komunikacja społeczna w firmach komercyjnych i non profit 12. Jakość produktów i usług – ocena satysfakcji konsumentów 13. Lojalność klientów – znaczenie, metody kształtowania, skuteczność instrumentów 15. Ekologia – (zielony marketing , odpowiedzialność społeczna) 16. Merchandising – zarządzanie sklepem, salą sprzedażową 17. Marka – znaczenie i zasady kreowania 	

Wrocław, dnia 07.03.2008 r.