

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

Imię i nazwisko prowadzącego seminarium:	Prof. zw. dr hab. Krystyna Mazurek-Łopacińska
Jednostka organizacyjna:	Instytut Marketingu
Temat seminarium:	Marketing w tworzeniu przewagi konkurencyjnej firmy
Liczba studentów przyjmowanych na seminarium:	do 20 osób
Zakres tematyczny seminarium: <ul style="list-style-type: none">▪ Marketing w tworzeniu wartości dla klienta▪ Rola analizy sytuacyjnej w formułowaniu strategii marketingowej▪ Strategie marketingowe przedsiębiorstw na rynkach: krajowym i międzynarodowym▪ Tworzenie projektów badań marketingowych▪ Wykorzystanie badań w tworzeniu strategii marketingowej przedsiębiorstwa,▪ Zachowania nabywców na rynku europejskim▪ Kulturowe uwarunkowania zachowań nabywców▪ Reakcje konsumentów na działania marketingowe,▪ Programy lojalnościowe w działalności marketingowej firm▪ Komunikacja interaktywna▪ Skuteczność reklamy i promocji sprzedaży w oddziaływaniu na klientów▪ Rola public relations w kreowaniu wizerunku firmy▪ komunikacja międzykulturowa▪ Zakres i warunki stosowania marketingu w instytucjach kultury (muzeach, teatrach, galeriach, instytucjach estradowych itp.),▪ Działania marketingowe firm turystycznych▪ Procesy globalizacji a marketing,	

Wrocław, 14.03.2008 r.