

SEMINARIUM MAGISTERSKIE

na Wydziale Nauk Ekonomicznych
w roku akademickim 2009/2010
rok V MSN (zaoczne)
rok V MSN (wieczorowe)

Imię i nazwisko prowadzącego seminarium	Skulski Przemysław, dr
Jednostka organizacyjna	Katedra Międzynarodowych Stosunków Gospodarczych
Temat seminarium	Marketing Międzynarodowy. Międzynarodowe Stosunki Gospodarcze
Liczba studentów przyjmowanych na seminarium	Do 12 osób.
Zakres tematyczny seminarium:	
Międzynarodowe Stosunki Gospodarcze	
<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.	
Marketing Międzynarodowy	
<ol style="list-style-type: none">1. Strategie marketingowe na rynkach zagranicznych.2. Marketingowe strategie wejścia na rynki zagraniczne.3. Marketing międzykulturowy.4. Rola i znaczenie otoczenia międzynarodowego.5. Marketing B2B na rynkach zagranicznych.6. Zarządzanie produktem na rynkach zagranicznych.7. Dystrybucja na rynkach zagranicznych.8. Strategie cenowe w marketingu międzynarodowym.9. Strategie promocyjne na rynkach zagranicznych.10. Reklama w otoczeniu międzynarodowym.11. Case study – analiza wybranych przypadków działań marketingowych przedsiębiorstw (np. IKEA, PKN ORLEN, TOYOTA, itp.).	