

KARTA SEMINARIUM DYPLOMOWEGO
licencjackiego/inżynierskiego/magisterskiego
rozpoczynającego się w semestrze ~~zimowym~~/letnim w roku akademickim
2024 / 2025

Kierunek studiów: Zarządzanie

Forma studiów: studia stacjonarne/~~niestacjonarne~~

Tematyka seminarium:	Konsument na dynamicznie zmieniającym się rynku - nowe technologie, pokolenia i trendy w konsumpcji
Prowadzący seminarium	dr hab. inż. Agnieszka Rybowska, prof. UMG
Katedra/Zakład:	Katedra Zarządzania Jakością
CHARAKTERYSTYKA TEMATYKI SEMINARIUM	
<p>W dynamicznie zmieniającym się świecie konsument odgrywa kluczową rolę w kształtowaniu rynku. Wzrost świadomości społecznej, rozwój nowych technologii oraz nowe trendy takie jak personalizacja, zrównoważony rozwój czy metaversum zmieniają oczekiwania klientów wobec produktów i usług. W ramach seminarium rozważane będą zagadnienia poświęcone analizie tych trendów, ale także takich innych zagadnień definiujących współczesny świat, rynek i konsumenta. Proponowane tematy dotyczą klienta i konsumenta, poznania ich potrzeb, postaw i zachowań oraz trendów, które je kształtują. Szczególny nacisk będzie położony na wpływ nowych technologii (np. AI) na zachowania rynkowe konsumentów oraz budowanie przewagi konkurencyjnej dzięki nowoczesnym systemom zarządzania.</p> <p>Seminarium będzie okazją do pogłębienia wiedzy teoretycznej oraz zdobycia praktycznych umiejętności, które znajdą zastosowanie w pracy naukowej, a w przyszłości i zawodowej Studentów.</p>	
PRZYKŁADOWE TEMATY PRAC	
<ol style="list-style-type: none">1. Zmiany zachowań konsumenckich w dobie cyfryzacji. Postawy i zachowania konsumentów generacji XYZ wobec wybranych towarów i usług.2. Konsument na globalnym i lokalnym rynku – nowe trendy w konsumpcji.3. Wykorzystanie nowych technologii (np. AI, blockchain) w personalizowaniu doświadczeń zakupowych konsumentów.4. Wpływ technologii mobilnych na zachowania konsumentów – analiza nowoczesnych trendów zakupowych i żywieniowych.5. Trendy w e-commerce i ich wpływ na zachowania konsumentów (od zakupów mobilnych po metaversum). Omnichannel w doświadczeniu klientów.6. Zrównoważony rozwój a decyzje zakupowe konsumentów.7. Wpływ mikrotrendów konsumenckich na personalizację ofert rynkowych i marketingowych.8. Psychologiczne aspekty zachowań konsumenta. Znaczenie emocji w doświadczeniach rynkowych konsumentów.9. Komunikacja z klientem – trendy, metody i nowoczesne technologie (media społecznościowe, influencer marketing, marketing sensoryczny).10. Kształtowanie relacji z klientem jako wyzwanie w zmieniającym się otoczeniu.11. Kompetencje menedżerów w handlu i marketingu.	
DODATKOWE INFORMACJE	
Powyżej podano ogólne zagadnienia, a nie tematy prac. Pozwala to na szersze potraktowanie przedstawionych kwestii i dopasowanie tematyki prac do zainteresowań Studenta.	