

**KARTA SEMINARIUM DYPLOMOWEGO *licencjackiego***  
**rozpoczynającego się w semestrze *letnim* w roku akademickim 2024/2025**

**Kierunek studiów: ZARZĄDZANIE**

**Forma studiów: studia *stacjonarne***

|                                                                                                                                                                                                                                                                  |                                               |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------|
| <b>Tematyka seminarium:</b>                                                                                                                                                                                                                                      | <b>Zarządzanie marketingowe w organizacji</b> |
| <b>Prowadzący:</b>                                                                                                                                                                                                                                               | dr Maciej Meyer                               |
| <b>Katedra:</b>                                                                                                                                                                                                                                                  | Katedra Marketingu i Metod Ilościowych        |
| <b>CHARAKTERYSTYKA TEMATYKI SEMINARIUM</b><br>1) Nieuczciwe i nieetyczne działania marketingowe.<br>2) Kulturowe aspekty marketingu międzynarodowego.<br>3) Wywieranie wpływu na konsumentów.<br>4) Kreowanie marki produktu.                                    |                                               |
| <b>PRZYKŁADOWE TEMATY PRAC</b><br>1. Wpływ kultury w marketingu na rynku chińskim.<br>2. Nieuczciwe działania marketingowe na przykładzie organizacji X.<br>3. Kulturowe czynniki determinujące postawy konsumentów w państwie Y.<br>4. Analiza sukcesu marki Z. |                                               |
| <b>DODATKOWE INFORMACJE</b><br>Prace mają charakter teoretyczny. Główne narzędzie to analiza tekstów, materiałów źródłowych, przypadków.                                                                                                                         |                                               |