**KARTA SEMINARIUM DYPLOMOWEGO *~~licencjackiego~~/~~inżynierskiego~~/magisterskiego***

**rozpoczynającego się w semestrze *~~zimowym~~/letnim* w roku akademickim 2023 / 2024**

**Kierunek studiów:** ***Inżynieria Jakości***

**Forma studiów:** studia *~~stacjonarne~~/niestacjonarne*

|  |  |
| --- | --- |
| **Tematyka seminarium:**  | Wyzwania współczesnego rynku towarów i usług |
| **Prowadzący:** | Dr hab. inż. Agnieszka Rybowska, prof. UMG |
| **Katedra:** | Katedra Zarządzania Jakością |
| **CHARAKTERYSTYKA TEMATYKI SEMINARIUM**Rynek towarów i usług ulega ciągłym zmianom, wynikającym z rozwoju technologii, rosnącej konkurencji, zróżnicowania potrzeb konsumentów oraz zmieniających się trendów. Zmiany te stanowią wyzwanie dla różnych podmiotów na rynku: producentów, handlowców, marketerów i konsumentów. W ramach seminarium rozważane będą zagadnienia związane ze zmianą uwarunkowań i ich znaczeniem dla podmiotów rynku. Proponowane tematy dotyczą w szczególności klienta i konsumenta i poznania ich potrzeb, postaw i zachowań oraz trendów, które je kształtują. Kolejnym podmiotem rynku będącym przedmiotem zagadnień jest organizacja i jej relacje z otoczeniem wewnętrznym i zewnętrznym. W tym przypadku nacisk położny jest na kształtowanie relacji z klientem oraz kompetencje pracowników. Omawiane zagadnienia i wyniki przeprowadzonych badań mogą być wykorzystane przez organizacje (producentów, handlowców) w zarządzaniu przedsiębiorstwem, zarządzaniu relacjami z klientem, zarządzaniu jakością produktu, tworzeniu strategii organizacji, np. marketingowych. Dają Studentowi podstawy teoretyczne i praktyczne umiejętności do prowadzenia badań użytecznych dla podmiotów rynku.  |
| **PRZYKŁADOWE TEMATY PRAC**1. Konsument na globalnym i lokalnym rynku.
2. Konsument generacji XYZ wobec innowacji rynkowych.
3. Kreowanie relacji z klientem w organizacjach jako wyzwanie w zmieniającym się otoczeniu.
4. Wykorzystanie nowoczesnych narzędzi do kształtowania relacji.
5. Społeczna odpowiedzialność biznesu.
6. Komunikacja z klientem – trendy, metody i nowoczesne technologie (media społecznościowe, influencer marketing, marketing sensoryczny).
7. Rozwój nowych segmentów/pokoleń konsumentów.
8. Nowe trendy w konsumpcji.
9. Media społecznościowe jako źródło informacji konsumenta.
10. Wymagania stawiane klientowi.
11. Kompetencje klientów i klientów wewnętrznych (kompetencje twarde i miękkie).
 |
| **DODATKOWE INFORMACJE**Powyżej podano ogólne zagadnienia, a nie tematy prac. Pozwala to na szersze potraktowanie przedstawionych kwestii i dopasowanie tematyki do zainteresowań Studenta.  |