

Szczegółowe informacje o seminarium		
Temat seminarium:	Rewolucja cyfrowa współczesnej rzeczywistości rynkowej	
Grupa Kierunków:	Stopień studiów:	Tryb studiów:
	I stopień	niestacjonarne
Nazwa Kierunku:	Marketing	
Specjalność:		
Promotor:	dr Emilian Gwiaździński	
Opis tematyki seminarium:		
<p>Problematyka seminarium koncentruje się między innymi na następujących zagadnieniach:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Implementacja rozwiązań i technologii cyfrowych (między innymi ICT, IoT, AI, Wearables etc.) w ramach poszczególnych obszarów łańcucha wartości przedsiębiorstwa • Dojrzałość cyfrowa organizacji • Zmiany zachowań konsumenckim w warunkach gospodarki cyfrowej • Determinanty akceptowalności technologii cyfrowych • Industry 4.0 i 5.0 • Post- i transhumanizm • Analityka i Evidence-Based Marketing 		
Wymagania/preferencje wstępne dla seminarium		Liczba miejsc:
Znajomość podstawowych zagadnień marketingu, zarządzania oraz rozwiązań cyfrowej transformacji.		6-12
Dodatkowe efekty uczenia się, w zakresie:		Kod efektu uczenia się
Wiedzy	Ma świadomość roli informacji w działalności współczesnych organizacji biznesowych oraz posiada wiedzę na temat metod i narzędzi ich pozyskiwania, w szczególności badań rynku i badań marketingowych, niezbędnych do odkrywania i wpływania na procesy i działania marketingowe w organizacji.	S1P_W06
Umiejętności	Posiada umiejętność przygotowywania prac pisemnych dotyczących zagadnień szczegółowych z zakresu organizacji, zarządzania i marketingu, uwzględniając aspekt teoretyczny i praktyczny omawianych zjawisk.	S1P_U02
	Posiada umiejętność analizy przyczyn i przebiegu procesów realizowanych w ramach poszczególnych elementów łańcucha wartości przedsiębiorstwa.	S1P_U03
	Posiada umiejętność gromadzenia i analizy danych ze źródeł empirycznych i wtórnych dla przygotowania opracowań o charakterze diagnostycznym.	S1P_U09

Kompetencji społecznych	Rozumie potrzebę uczenia się przez całe życie.	S1P_K01
	Potrafi odpowiednio określić priorytety służące realizacji określonego przez siebie lub innych zadania.	S1P_K03
	Potrafi uzupełniać i doskonalić nabytą wiedzę i umiejętności.	S1P_K06
Szczegółowy opis przedmiotu:		
Treści programowe (tematy/problemy zajęć):		L.g. dydaktycznych
<ol style="list-style-type: none"> 1. Wymogi stawiane pracom licencjackim. 2. Struktura pracy licencjackiej i zawartość treściowa poszczególnych jej części. 3. Źródła informacji na potrzeby pisania pracy 4. Omówienie podstawowej literatury przedmiotu 5. Metodyka badań empirycznych. 6. Dyskusja nad koncepcjami prac licencjackich 7. Prezentacja fragmentów prac wraz z dyskusją. 8. Prezentacja i dyskusja nad przygotowanymi pracami licencjackimi. 		39
Literatura:		
<p>Obowiązkowa:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Wójcik, K. (2018), Jak pisać pracę promocyjną – licencjacką, magisterską, doktorską. Wolter Kluwer, Warszawa. • Literatura polska oraz zagraniczna zgromadzona przez studenta, związana z tematyką pisanej pracy • Podstawowa literatura z zakresu zarządzania, marketingu, technologii <p>Zalecana:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kaczmarczyk S. (2014), Badania marketingowe. Podstawy metodyczne, PWE, Warszawa. • Wiktorowicz, J., Grzelak, M. M., & Grzeszkiewicz-Radulska, K. (2020), Analiza statystyczna z IBM SPSS Statistics. Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego. 		
Sposób obliczania oceny semestralnej / końcowej z przedmiotu (algorytm):		
Ogólna ocena semestralna/końcowa = 30% obecność + 70% aktywność na zajęciach i jakość (poziom) przygotowanych fragmentów pracy		