

Szczegółowe informacje o seminarium		
<b>Temat przedmiotu:</b>	Strategie i modele e-biznesu. Branding i komunikacja marketingowa.	
<b>Grupa Kierunków:</b>	<b>Stopień studiów:</b>	<b>Tryb studiów:</b>
	I stopień	stacjonarne
<b>Nazwa Kierunku:</b>	Marketing	
<b>Specjalność:</b>		
<b>Promotor:</b>	dr hab. Anna Łaszkiwicz, prof. UŁ	
<b>Opis tematyki seminarium:</b>		
<p>Seminarium przeznaczone jest dla osób zainteresowanych marketingiem i handlem internetowym, nowymi modelami i strategiami biznesu, które powstają z wykorzystaniem internetu, technologii mobilnych czy sztucznej inteligencji oraz zmieniającym się pod wpływem tych czynników zachowaniem konsumentów.</p> <p>Problematyka seminarium koncentruje się na następujących zagadnieniach:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Zarządzanie i marketing w obliczu przemian zachodzących pod wpływem technologii informatycznych i mobilnych (m.in. komunikacja i promocja z wykorzystaniem digital marketingu, mediów społecznościowych oraz influencerów)</li> <li>– Wykorzystanie Internetu w modelach biznesowych przedsiębiorstw (m. in. wspólne tworzenie wartości z konsumentami, ekonomia współdzielenia, aktualne trendy w tych obszarach)</li> <li>– Zmiana postaw i zachowań konsumentów w warunkach nieograniczonego dostępu do informacji (m. in. customer engagement, customer empowerment)</li> <li>– Zachowania przedsiębiorstw i konsumentów w sieci</li> <li>– Social media i ich potencjał w budowaniu pozycji rynkowej firmy</li> </ul>		
<b>Wymagania/preferencje wstępne dla seminarium</b>		<b>Liczba miejsc:</b>
Znajomość podstaw marketingu. Zainteresowanie wykorzystaniem Internetu i technologii mobilnych w działalności przedsiębiorstw.		6 - 12
<b>Dodatkowe efekty uczenia się, w zakresie:</b>		<b>Kod efektu uczenia się</b>
Wiedzy	Ma pogłębioną wiedzę o metodach i narzędziach badawczych, w tym technikach pozyskiwania danych, odpowiednich dla dziedzin nauki i dyscyplin naukowych, właściwych dla studiowanego kierunku, pozwalających opisywać struktury i instytucje społeczne oraz procesy zachodzące w nich i między nimi	S2A_W06

Umiejętności	Potrafi prawidłowo interpretować zjawiska społeczne (kulturowe, polityczne, prawne, ekonomiczne) specyficzne dla studiowanego kierunku studiów	S2A_U01
	Potrafi właściwie analizować przyczyny i przebieg wybranych procesów i zjawisk społecznych (kulturowych, politycznych, prawnych, gospodarczych) specyficznych dla dziedzin nauki i dyscyplin naukowych właściwych dla studiowanego kierunku studiów	S2A_U03
	Posiada pogłębioną umiejętność analizy proponowanego rozwiązania konkretnych problemów i proponuje odpowiednie rozstrzygnięcia w tym zakresie	S2A_U07
	Posiada pogłębioną umiejętność rozumienia i analizowania zjawisk społecznych	S2A_U08
	Posiada umiejętność przygotowania pracy naukowej w języku polskim, dotyczących zagadnień szczegółowych, z wykorzystaniem podstawowych ujęć teoretycznych, a także różnych źródeł	S2A_U09
Kompetencje społecznych	Rozumie potrzebę uczenia się przez całe życie	S2A_K01
	Potrafi odpowiednio określić priorytety służące realizacji określonego przez siebie lub innych zadania	S2A_K03
	Potrafi uzupełniać i doskonalić nabytą wiedzę i umiejętności	S2A_K06
<b>Szczegółowy opis przedmiotu:</b>		
Treści programowe (tematy/problemy zajęć):		L.g. dydaktycznych
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kryteria i wymogi dla prac licencjackich</li> <li>2. Struktura pracy i zawartość poszczególnych jej części - zasady konstruowania wyводу</li> <li>3. Źródła i sposób zbierania informacji</li> <li>4. Przegląd literatury przedmiotu</li> <li>5. Metodyka badań empirycznych</li> <li>6. Omówienie koncepcji prac licencjackich</li> <li>7. Prezentacja kluczowych zagadnień prac z dyskusją</li> <li>8. Prezentacja i dyskusja nad przygotowanymi pracami licencjackimi</li> </ol>		66 godz.
<b>Dodatkowa literatura:</b>		

**Obowiązkowa:**

- J. Majchrzak, T. Mendel ; Organizacja procesu pisania prac promocyjnych wraz z zasadami ich opracowania. Wyd. MAGMA, Poznań 1997.
- M. Węgliński, Jak pisać pracę magisterską, Oficyna Wydawnicza Impuls, Kraków 2005

**Zalecana:**

- indywidualnie dla każdego słuchacza

**Sposób obliczania oceny semestralnej / końcowej z przedmiotu (algorytm):**

Ogólna ocena semestralna/końcowa = 30% obecność + 70% aktywność na zajęciach i jakość (poziom) oraz terminowość przygotowanych fragmentów pracy