# TEMATYKA SEMINARIUM

Prowadzący: **dr Robert Lembrych-Furtak**

Katedra Marketingu, pok. 503, www.robertfurtak.pl

Kierunek: **Zarządzanie**

Studia stacjonarne

Stopień studiów: IIº

Rok studiów: I

Proponowane tematy (obszary) prac magisterskich:

1. *Advertainment jako forma komunikacji marketingowej*
2. *Blogi jako instrument komunikacji marketingowej*
3. *Kreowanie wizerunku firmy…*
4. *Marketing doświadczeń i jego wpływ na wizerunek marki*
5. *Pozycjonowanie firmy…*
6. *Reklama kontrowersyjna i jej społeczny odbiór*
7. *Satysfakcja klientów firmy…*
8. *System identyfikacji wizualnej i jego rola w kreowaniu wizerunku firmy*
9. *Wizerunek marki... na rynku...*

Przykłady realizowanych tematów prac magisterskich:

1. *E-marketing w branży hotelarskiej*
2. *Percepcja jakości usług stomatologicznych na przykładzie wybranych gabinetów stomatologicznych*
3. *Promocja roweru jako środka komunikacji (na przykładzie miasta Lublin)*
4. *Rebranding jako narzędzie zmiany wizerunku*
5. *Standardy obsługi klienta w sklepach Cropp i Zara*
6. *Strategia promocji Pojezierza Łęczyńsko-Włodawskiego*
7. *Wykorzystanie public relations w kształtowaniu wizerunku klubu sportowego*

# TEMATYKA SEMINARIUM

Prowadzący: **dr Robert Lembrych-Furtak**

Katedra Marketingu, pok. 503, www.robertfurtak.pl

Kierunek: **Logistyka**

Studia stacjonarne

Stopień studiów: Iº

Rok studiów: II

Proponowane tematy (obszary) prac licencjackich:

1. *Wykorzystanie marketingu bezpośredniego w pogłębianiu więzi z klientami…*
2. *Niekonwencjonalne formy komunikacji marketingowej na rynku usług logistycznych*
3. *Percepcja jakości usług oferowanych przez…*
4. *Kreowanie wizerunku firmy w branży logistycznej (na przykładzie…)*
5. *Komunikacja marketingowa w…*
6. *Strategie obsługi klienta w…*

Przykłady realizowanych tematów prac licencjackich:

1. *Innowacje w handlu detalicznym*
2. *Komunikacja marketingowa na rynku usług transportowych*
3. *Lokowanie produktu jako forma komunikacji marketingowej*
4. *Marketing partyzancki jako forma komunikacji marketingowej*
5. *Marketingowa rola opakowania na przykładzie branży kosmetycznej*