



**EduAkademia.pl**

prace naukowe na zlecenie

Tematy-prac-licencjackich-84

Tematyka seminariów oraz przykładowe tematy prac

Problematyka seminariów:

- Konsumpcja i jej determinanty;
- Zachowania konsumentów – uwarunkowania;
- Racjonalność, zróżnicowania;
- Ochrona interesów konsumenta oraz marketingowa działalność przedsiębiorstw a zachowania konsumentów

Przykładowe tytuły prac:

- 1.Zarządzanie logistyczne w przedsiębiorstwie na przykładzie działalności przedsiębiorstwa X – diagnoza, ocena, kierunki zmian
- 2.System logistyczny w przedsiębiorstwie X i jego funkcjonowanie
- 3.Strategia dystrybucji produktów na przykładzie wybranego przedsiębiorstwa
- 4.Zachowania konsumentów na rynku usług kurierskich (lotniczych itd.) w świetle badań własnych
- 5.System obsługi klientów w przedsiębiorstwie na podstawie działalności wybranego podmiotu
- 6.Logistyczna obsługa konsumentów w Internecie na przykładzie portalu Allegro (lub inny podmiot)
- 7.Dostępność transportowa miasta na przykładzie miasta (Gliwice, Katowice, Bytom itd.)
- 8.Funkcjonowanie Centrum Dystrybucyjnego na przykładzie wybranego podmiotu
- 9.Logistyczna obsługa imprez masowych na przykładzie Moto GP Brno

Problematyka seminariów:

Zachowania konsumentów (w szczególności na rynku usług finansowych, medycznych i profesjonalnych), modele zachowań konsumentów, lojalność konsumentów i programy lojalnościowe, racjonalność zachowań rynkowych konsumentów i jej mierniki, typologia konsumentów i ich zachowań, ochrona interesów konsumenta, międzynarodowe porównania konsumpcji, relacje konsumentów z przedsiębiorstwami i instytucjami rynkowymi.

Przykładowe tytuły prac:

1. Customer behavior on financial market/Zachowania konsumentów na rynkach finansowych
2. Models of customer behavior on gambling market/Modele zachowań konsumentów na rynku gier hazardowych
3. Customer loyalty on insurance market/Lojalność konsumenta na rynku usług ubezpieczeniowych
4. Customer attitudes toward money laundering/Postawy konsumentów wobec zjawiska prania brudnych pieniędzy
5. Buying behavior of customer of erotic goods market/Zachowania nabywcze na rynku artykułów erotycznych
6. Rationality of individual investors behavior on stock Exchange market/Racjonalność zachowań indywidualnych inwestorów na giełdzie papierów wartościowych
7. International comparisons of customer decisions on professional services market/Międzynarodowe porównania decyzji konsumenckich na rynku usług profesjonalnych
8. Loyalty programs on healthcare market/Programy lojalnościowe na rynku usług medycznych
9. Pathology in customer behavior on music market/Patologie w zachowaniach konsumentów na rynku muzycznym
10. Relationship marketing in banks on example of ING Bank Śląski S.A./Marketing partnerski w bankach na przykładzie ING Banku Śląskiego S.A.

Problematyka seminariów:

Zachowania konsumentów, porównania międzynarodowe konsumpcji i zachowań konsumentów, działalność marketingowa i strategiczna podmiotów rynkowych, techniki i metody sprzedażowe, marketing, zarządzanie przedsiębiorstwem, clienting.

Przykładowe tytuły prac:

1. Zachowania konsumentów (w wybranych krajach) na wybranym rynku branżowym - diagnoza w oparciu o badania bezpośrednie.
2. Poziom i struktura spożycia (spożycia ogółem, żywności, artykułów nieżywnościowych, usług itd.) - diagnoza i ocena zmian w wybranym okresie w oparciu o porównania międzynarodowe.
3. Typologia krajów wybranego regionu geograficznego z uwzględnieniem wzorców spożycia.
4. Postawy konsumentów wobec kraju pochodzenia produktów w przekroju międzynarodowym z uwzględnieniem pierwotnych źródeł informacji.
5. Obsługa klientów w wybranym podmiocie i jej ocena poprzez badania bezpośrednie.
6. Jakość i skuteczność wybranych narzędzi marketingowych (technik sprzedażowych) w praktyce działań przedsiębiorstwa na wybranym przykładzie.
7. Działalność marketingowa w sferze non-profit na wybranym przykładzie.
8. Zarządzanie przedsiębiorstwem w warunkach turbulentnego otoczenia na wybranym przykładzie.

Problematyka seminariów:

- Zachowania konsumentów i ich determinanty;
- Zjawiska i trendy w zachowaniach współczesnych konsumentów;
- Działalność marketingowa przedsiębiorstw a wykorzystanie wiedzy o konsumentach;
- Badania marketingowe i metody ich realizacji;
- Wykorzystanie wyników badań marketingowych w procesach planowania i zarządzania marketingowego;
- Zachowania konsumentów i ich determinanty; zjawiska i trendy w zachowaniach współczesnych konsumentów;
- Działalność marketingowa przedsiębiorstw a wykorzystanie wiedzy o konsumentach;
- Badania marketingowe i metody ich realizacji;
- Wykorzystanie wyników badań marketingowych w procesach planowania i zarządzania marketingowego.

Przykładowe tytuły prac:

1. Strategia promocji małych firm usługowych na przykładzie przedsiębiorstwa X
2. Wykorzystanie marketingu wewnętrznego w przedsiębiorstwie handlowym (na przykładzie X)

3. Narzędzia kształtowania lojalności konsumentów wykorzystywane przez przedsiębiorstwo X
4. Social media jako narzędzie komunikacji z klientami w przedsiębiorstwie X
5. Zwyczaje zakupowe konsumentów na rynku dóbr/usług Y
6. Wpływ marki (ceny, opakowania itp.) na decyzje konsumentów
7. Proces decyzyjny konsumentów na rynku dóbr/usług Y
8. Promocja jako instrument oddziaływania na decyzje konsumentów (na przykładzie branży B)

Problematyka seminariów:

Konsumpcja i jej determinanty (uwarunkowania i czynniki konsumpcji indywidualnej, wydatki konsumpcyjne, spożycie ilościowe, prawidłowości rozwoju spożycia, racjonalność konsumpcji i jej mierniki), gospodarstwo domowe jako podmiot gospodarujący (metody badań, sytuacja ekonomiczna, zachowania konsumpcyjne, zróżnicowanie regionalne), poziom życia ludności, jego uwarunkowania i sposoby pomiaru (metodologia badań, determinanty, analizy i oceny w ujęciu podmiotowym, czasowym i przestrzennym).

Przykładowe tytuły prac:

1. Stopień zaspokojenia potrzeb konsumpcyjnych w gospodarstwach wielodzietnych.
2. Poziom życia ludności śląskiej w świetle badań bezpośrednich.
3. Sposoby zagospodarowania czasu wolnego w gospodarstwach emerytów i rencistów.
4. Trendy w zachowaniach konsumenckich w rozwiniętych europejskich gospodarkach rynkowych.
5. Zarządzanie budżetem pieniężnym w 1- i 2-osobowych gospodarstwach pracujących na własny rachunek.
6. "Nowy" konsument i konsumpcja nowoczesna jako efekt wpływu procesów globalizacyjnych i integracyjnych.
7. Upadłość i bankructwo polskich gospodarstw domowych w dobie kryzysu gospodarczego.
8. Wpływ kryzysu gospodarczego na kształtowanie się warunków życia ludności w Polsce.
9. Sytuacja społeczno-zawodowa i ekonomiczna młodych kobiet w Polsce.
10. Wyzwania społeczeństwa informacyjnego a dostępność nowoczesnych technologii informacyjnych i komunikacyjnych w polskich gospodarstwach domowych.

Problematyka seminariów:

Zachowania konsumentów ze szczególnym uwzględnieniem rynku dziecięco-młodzieżowego, podejmowanie decyzji w rodzinie, wpływ dzieci i młodzieży na decyzje nabywcze rodzin, badania zachowań konsumentów, wpływ informacji marketingowej na postępowanie konsumentów, ochrona interesów konsumenta.

Przykładowe tytuły prac:

1. Metody jakościowe w badaniach marketingowych.
2. Metody ilościowe w badaniach marketingowych.
3. Rola komunikacji marketingowej.
4. Marketingowa strategia produktu na przykładzie produktu X.
5. Reputacja (wizerunek) firmy jako determinanta wyborów konsumentów.
6. Segmentacja konsumentów na przykładzie wybranego rynku.
7. Zachowania konsumentów na wybranych rynkach.
8. Strategia marketingowa na przykładzie wybranego przedsiębiorstwa.
9. Postawy/preferencje konsumentów na wybranych rynkach.
10. Ochrona interesów konsumenta na wybranych rynkach.

Problematyka seminariów:

- Zrównoważona konsumpcja i zrównoważone zachowania konsumentów oraz ich uwarunkowania;
- Koncepcja zrównoważenia w badaniach ekonomicznych – ekonomia ekologiczna, dekonsumpcyjne zachowania konsumentów i prosty styl życia (voluntary simplicity);
- Ochrona interesów konsumenta;
- Komunikacja a zachowania konsumentów;

·Wykorzystanie wiedzy o zrównoważonych zachowaniach konsumentów w działalności marketingowej firm i organizacji non-profit .

Przykładowe tytuły prac:

- 1.Pomiar zrównoważonej konsumpcji w UE
- 2.Motywy zrównoważonych zachowań konsumentów na rynku/w gospodarstwie domowym
- 3.Czynniki kształtujące zrównoważone zachowania konsumentów na rynku X
- 4.Znajomość ekologicznych oznakowań produktów i ich znaczenie w procesie decyzyjnym konsumenta
- 5.Przejawy dekonsumpcji w zachowaniach wybranych grup konsumentów w świetle badań pierwotnych
- 6.Znajomość praw konsumenckich i stopień ich wykorzystania przez konsumentów na rynku X
- 7.Story telling w działalności promocyjnej firm i jego wpływ na postawy konsumentów wobec marki
- 8.Portale społecznościowe jako narzędzie komunikacji zrównoważonych konsumentów