

Sprawozdanie z działalności Koła Marketingowego w roku akademickim 2009/2010

W roku akademickim 2008/2009 odbyło się 9 spotkań Koła Marketingowego, w pracach Koła brało udział 11 osób - studentów wydziałów: Zarządzania i Marketingu, Finansów i Rachunkowości oraz SUM:

1. Burzej Radosław
2. Ciesielski Tomasz
3. Duda Mateusz
4. Górszczyk Natalia
5. Koza Natalia
6. Kubacka Marek
7. Mazurek Agnieszka
8. Odrobina Mariusz
9. Pernal Natalia
10. Piwowarczyk Grzegorz
11. Titis Elżbieta

Spotkania Koła miały charakter dyskusyjno – warsztatowy. Poruszane na spotkaniach tematy dotyczyły między innymi:

1. Wpływu marketingu na zachowania konsumentów.
2. Neuromarketingu – dyskusja zainspirowana filmem i artykułami: *Neuromarketing to nie magia, Sony Bravia: badanie spotu neuroanalizą.*
3. Reklamy szokującej – prezentacja przykładów, dyskusja na temat zaprezentowanych przykładów, opracowanie referatu na Międzynarodowe Seminarium Kół Naukowych.
4. Niekonwencjonalnych działań reklamowych głównie z wykorzystaniem Internetu – dyskusja zainspirowana artykułami: *Wymagający użytkownik – bezcenny, Web 2.0 to nie młotek, Postawić na blogi?*
5. Marketingu skierowanego do kobiet – dyskusja w oparciu o artykuły: *Reklama jest kobietą?, Obrona przed stereotypami, Być super – nie dziękuję.*
6. Siły oddziaływania reklamy i jej wpływu na konsumentów – dyskusja nad artykułami: *Sukces zaprogramowany, Rosół skóry, Czujniki wiarygodności włączone.*

7. Znaczenia i siły oddziaływania marki – dyskusja w oparciu o artykuły: *Czy rządzą nami marki?*, *Ambasadorowie Królestwa Marki*.
8. Strategii oddziaływania na konsumentów – dyskusja zainspirowana artykułami: *Czym mogę służyć?*, *Przyciąganie fanów w trudnych branżach*.
9. Marketingu miast – dyskusja i analiza artykułu *Miasto czy marka*.

Wykorzystane na spotkaniach artykuły, które stanowiły inspirację do dyskusji pochodziły z czasopism ogólnoeconomicznych i marketingowych: *Marketing w praktyce*, *Home&Market*, *Wprost*, *Media i Marketing Polska*.

W dniach 12-13 maja 2010 r. przedstawicielki Koła Marketingowego (Natalia Koza, Natalia Pernal, Agnieszka Mazurek) brały udział w XXXIX Międzynarodowym Seminarium Kół Naukowych pt. „Koła Naukowe szkołą twórczego myślenia”, które odbyło się na terenie miasteczka akademickiego Uniwersytetu Warmińsko – Mazurskiego w Olsztynie. Studentki w panelu nauk ekonomicznych przedstawiły referat pt. *Shockvertising* – czyli prowokacja w reklamie. Prezentowany referat zdobył III miejsce.

W dniu 2 czerwca 2010 r. przedstawiciele Koła Marketingowego wraz z opiekunem Koła brali udział w wyjeździe szkoleniowym do Warszawy organizowanym przez Koło Zarządzania Finansami Przedsiębiorstw WSZiB. Uczestnicy wyjazdu odwiedzili m.in.: Mennicę Polską, Giełdę Papierów Wartościowych i główną siedzibę Narodowego Banku Polskiego.

Koło Marketingowe przystąpiło do projektu NETWORKING mającego na celu tworzenie zintegrowanej społeczności akademickiej. Pomysłodawcą projektu jest Rada Kół Naukowych Uniwersytetu Jagiellońskiego.

Opracowanie przez członków Koła artykułu do Zeszytów Naukowych WSZiB w oparciu o referat wygłoszony na XXXIX Międzynarodowym Seminarium Kół Naukowych.