

## **Sprawozdanie z działalności Koła Marketingowego w roku akademickim 2012/2013**

W roku akademickim 2012/2013 odbyło się 6 spotkań Koła Marketingowego, w pracach Koła brało udział 8 osób - studentów wydziałów: Zarządzania i Informatyki oraz Nauk Ekonomicznych i Społecznych:

1. Głąb Katarzyna
2. Kania Karolina
3. Malec Mateusz
4. Maniecki Arkadiusz
5. Nowak Joanna
6. Rybski Michał
7. Szczerbiński Marek
8. Zdziech Adrian

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

1. J. Izmałkova, *Jak nie odejść w zapomnienie*, „Marketing w praktyce” 2012, nr 11
2. G. Byszewski, *Kontent jak magnes*, „Marketing w praktyce” 2012, nr 12
3. N. Kucza, *Reset konsumentów*, „Marketing w praktyce” 2012, nr 11
4. A. Bzdyra-Maciorowska, *Marki służebne*, „Marketing w praktyce” 2012, nr 12
5. R. Kozielski, *Jak nie zostać z tyłu?*, „Marketing w praktyce” 2013, nr 2
6. J. Hartaman, *Marketing to kultura*, „Marketing w praktyce” 2013, nr 1
7. M. Ossowski, *Newsletter sprzedaje więcej niż myślisz*, „Marketing w praktyce” 2013, nr 1
8. K. Poempa, *Marka zawsze opowiada*, „Marketing w praktyce” 2013, nr 3
9. B. Binczewski, *Zatańcz dla marki*, „Marketing w praktyce” 2013, nr 4
10. P. Sala, *Naucz się pięknie obiecywać*, „Marketing w praktyce” 2013 nr 3

Dnia 24 kwietnia 2013 roku w Państwowej Wyższej Szkole Zawodowej w Tarnowie odbyła się II Konferencja Studenckich Kół Naukowych „Wyzwania dla biznesu XXI wieku”, w której brały udział przedstawicielki Koła Marketingowego (Beata Głąb i Karolina Kania). Na konferencji przedstawiony został referat pt. „*Marketing skierowany do seniorów*”.

W dniach 21-22 maja 2013 przedstawiciel Koła Marketingowego (Adrian Zdziech) brał udział w XLII Międzynarodowym Seminarium Kół Naukowych pt. „Koła Naukowe szkołą twórczego działania”. Seminarium miało charakter interdyscyplinarny, a jego celem była prezentacja osiągnięć studenckich kół naukowych znajdujących się przy uczelniach wyższych. Student przedstawił projekt badawczy pt. *Alternative Brand Currencies – innowacyjne narzędzie marketingowe*, który w panelu ekonomicznym, sekcja marketing zdobył **I miejsce**.