

Wykaz promotorów  
 Zakres tematyczny seminarium dyplomowego na rok akademicki 2022/2023  
 studia I STOPNIA  
 kierunek: Zarządzanie

Promotor	Tematyka seminarium	Studia stacjonarne /limit osób/	Studia niestacjonarne /limit osób/
<b>dr hab. inż. Bąk-Grabowska Dominika</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Zarządzanie zasobami ludzkimi.</li> <li>2. Kształtowanie zatrudnienia.</li> <li>3. Niestandardowe formy zatrudnienia.</li> <li>4. Dobór pracowników.</li> <li>5. Motywowanie.</li> <li>6. Organizacja pracy.</li> <li>7. Zarządzanie publiczne.</li> </ol>	15	15
<b>dr Bednarska-Olejniczak Dorota</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Psychologia konsumenta, psychologia reklamy.</li> <li>2. Zachowania nabywców: proces zakupowy oraz czynniki wpływające na decyzje zakupowe nabywców (m.in. wpływ komunikacji marketingowej).</li> <li>3. Nowoczesny marketing: e-marketing/marketing internetowy/social media marketing, influencer marketing, innowacyjna komunikacja marketingowa - product placement, ambient media, marketing wirusowy, marketing doświadczeń.</li> <li>4. Marka i jej wizerunek: zarządzanie marką, kształtowanie wizerunku marki, wizerunek marki w Internecie, wykorzystanie mediów społecznościowych w kształtowaniu wizerunku marki.</li> <li>5. Employer branding (kształtowanie marki pracodawcy) oraz marketing personalny: zarządzanie marką pracodawcy, budowanie wizerunku pracodawcy, wewnętrzne public relations, marketing wewnętrzny w organizacjach różnego typu.</li> <li>6. Marketing usług: zarządzanie marketingowe w przedsiębiorstwach usługowych (np. marketing bankowy, marketing w turystyce, marketing usług edukacyjnych itd.).</li> <li>7. Społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstw (CSR), marketing społecznie odpowiedzialny, marketing zrównoważony.</li> </ol>	12	0
<b>dr Brajer-Marczak Renata</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Zarządzanie jakością w firmach produkcyjnych, logistycznych, handlowych</li> <li>2. Zarządzanie projektami w firmach produkcyjnych, logistycznych, handlowych.</li> <li>3. Narzędzia Lean Management w praktyce organizacji (metoda 5S, SMED, TPM).</li> <li>4. Filozofia Kaizen w doskonaleniu organizacji.</li> <li>5. Doskonalenie procesów w różnych organizacjach.</li> <li>6. Jakość w obsłudze klienta w firmach produkcyjnych, logistycznych i handlowych.</li> <li>7. Nowe technologie w realizacji procesów biznesowych.</li> </ol>	0	5

<b>dr Chomętowska Barbara</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Zarządzanie pracą (np. praca zespołowa, telepraca/praca zdalna, czas pracy, materialne/społeczne środowisko pracy itd.).</li> <li>2. Dobór i ocena pracowników.</li> <li>3. Motywowanie finansowe/pozafinansowe pracowników.</li> <li>4. Szkolenia i rozwój pracowników.</li> <li>5. Zarządzanie pracownikami z różnych pokoleń.</li> <li>6. Zarządzanie jakością.</li> <li>7. Bezpieczeństwo w logistyce.</li> <li>8. Zarządzanie bezpieczeństwem i higieną pracy.</li> <li>9. Logistyka imprez masowych.</li> <li>10. Lean management.</li> </ol>	10	0
<b>dr Czerska Iwona</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Badania marketingowe.</li> <li>2. Metody ilościowe w badaniach marketingowych.</li> <li>3. Ochrona zdrowia w Polsce.</li> <li>4. Badanie satysfakcji pacjenta z usług medycznych.</li> <li>5. E-Zdrowie.</li> <li>6. Zarządzanie jakością w sektorze ochrony zdrowia.</li> <li>7. Badania ankietowe - projektowanie + analiza statystyczno-ekonometryczna wyników.</li> <li>8. Zrównoważony rozwój i społeczna odpowiedzialność organizacji.</li> </ol>	5	5
<b>dr Ćwik Krzysztof</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Planowanie i podejmowanie decyzji w zarządzaniu.</li> <li>2. Motywowanie pracowników.</li> <li>3. Kierowanie zespołem pracowniczym.</li> <li>4. Strategia i analiza strategiczna.</li> <li>5. Koncepcje i metody zarządzania.</li> <li>6. Zarządzanie projektami i procesami.</li> <li>7. Zarządzanie małym przedsiębiorstwem.</li> <li>8. Zarządzanie grupami przedsiębiorstw.</li> <li>9. Struktury organizacyjne.</li> <li>10. Kontrola i controlling w zarządzaniu.</li> </ol>	15	15
<b>dr Daszkiewicz Magdalena</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. KOMUNIKACJA MARKETINGOWA (zintegrowana komunikacja marketingowa, komunikacja korporacyjna, kreowanie wizerunku firmy/marki, nowoczesne media, narzędzia i formy w komunikacji, interaktywna komunikacja, media społecznościowe, wirtualne społeczności, content marketing, influencer marketing).</li> <li>2. MARKA korporacyjna i produktowa (zarządzanie marką, strategia wizerunkowa marki, wizerunek marki, kokreacja marki, brand identity, brand design, storytelling, zarządzanie marką w sytuacjach kryzysowych).</li> <li>3. MARKETING I BRANDING TERYTORIALNY (marketing miast/regionów, zarządzanie marką miasta/regionu, marki narodowe i wizerunek kraju pochodzenia).</li> <li>4. MARKETING SPOŁECZNY I SPOŁECZNIE ODPOWIEDZIALNY (programy i kampanie społeczne, zaangażowanie społeczne biznesu etc.) .</li> <li>5. Trendy marketingowe.</li> </ol>	6	0
<b>dr hab. Dudycz Helena</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Systemy informacyjno-decyzyjne wspomagające</li> </ol>	15	0

	<p>zarządzanie przedsiębiorstwem oraz proces podejmowania decyzji (m.in. systemy informacyjno- analityczne; systemy Business Intelligence; Data Science, infrastruktura i rozwiązania w koncepcji Industry 4.0).</p> <p>2. Wizualizacja informacji oraz wiedzy ekonomicznej (metody, technologie, systemy, rozwiązania itp. wspomagające podejmowanie decyzji).</p> <p>3. Zarządzanie wiedzą, systemy zarządzania wiedzą, ontologiczna reprezentacja wiedzy w systemach informatycznych.</p> <p>4. Interakcja człowiek – komputer (m.in. charakterystyki użytkownika; metody badania i ocena użyteczności interfejsu użytkownika).</p> <p>5. Strony internetowe (m.in. metody badania i oceny jakości stron WWW; dostępność stron WWW, użyteczność stron WWW, walidatory).</p> <p>6. Zastosowanie systemów informatycznych w firmach we wspomaganiu funkcjonowania i przepływu informacji wybranych działów/obszarów organizacyjnych.</p> <p>7. Analiza, badanie i ocena systemów informatycznych w rzeczywistych firmach, instytucjach itp.</p> <p>8. Badanie i ocena efektywności ekonomicznej przedsięwzięć informatycznych lub rozwiązań/systemów informatycznych (metodami finansowymi, jak i dedykowanymi inwestycjom informatycznym).</p> <p>9. Ontologie, sieć semantyczna, wizualna eksploracja danych.</p>		
<b>dr Głuszek Ewa</b>	<p>1. Kształtowanie wizerunku organizacji.</p> <p>2. Ochrona reputacji przedsiębiorstwa w sytuacji kryzysowej.</p> <p>3. Społeczna odpowiedzialność biznesu (CSR).</p> <p>4. Przekaz reklamowy jako narzędzie budowania reputacji przedsiębiorstwa.</p> <p>5. Metody i techniki organizatorskie w rozwiązywaniu problemów.</p> <p>6. Zarządzanie projektami w organizacji (planowanie projektu, zarządzanie zmianami i ryzykiem, zarządzanie zespołem projektowym, polityka projektu, ocena projektu).</p> <p>7. Zarządzanie relacjami z interesariuszami przedsiębiorstwa.</p> <p>8. Kierowanie zmianami w organizacji (przewodzenie zmianom, angażowanie ludzi, komunikowanie zmian, przeciwdziałanie oporom wobec zmian).</p>	10	10
<b>dr Gryniewicz Wiesława</b>	<p>1. Analiza i projektowanie systemów informacyjnych dla osób starszych.</p> <p>2. Aktywizacja osób starszych przy wykorzystaniu technologii informacyjnych.</p> <p>3. Zastosowanie systemów informacyjnych do wspomagania różnych obszarów przedsiębiorstwa.</p>	15	15

	<ol style="list-style-type: none"> <li>4. Zastosowanie systemów informacyjnych w administracji.</li> <li>5. Zastosowanie technologii informacyjnych do wspomagania procesów decyzyjnych.</li> <li>6. Zastosowanie technologii informacyjnych do zarządzania przedsiębiorstwem.</li> <li>7. Analiza ekonomiczna z wykorzystaniem narzędzi informatycznych.</li> <li>8. Efektywność wdrożeń systemów informatycznych.</li> <li>9. Doskonalenie systemów informacyjnych.</li> <li>10. Ocena jakości systemów informacyjnych.</li> </ol>		
<b>dr Grzesik Katarzyna</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Zarządzanie zespołami pracowniczymi.</li> <li>2. Kierownik-przywódca w organizacji.</li> <li>3. Dobór pracowników.</li> <li>4. Motywowanie pracowników.</li> <li>5. Rozwój i ocenianie pracowników.</li> <li>6. Problemy i procesy decyzyjne w organizacji.</li> </ol>	0	5
<b>dr Janiak-Rejno Iwona</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Motywowanie pracowników – motywacja, motywatory płacowe i pozapłacowe.</li> <li>2. Zarządzanie wielopokoleniowością (pokolenie Z, Y, X, BB) w organizacjach.</li> <li>3. Przywództwo/leadership w organizacji.</li> <li>4. Budowanie zaangażowania pracowników i ich rozwój.</li> <li>5. Pokolenie Zet na rynku pracy.</li> <li>6. Współczesne metody doboru pracowników do organizacji – rekrutacja, selekcja, onboarding.</li> <li>7. Zarządzanie kompetencjami i rozwojem pracowników.</li> <li>8. Zarządzanie zespołami - tradycyjnymi oraz wirtualnymi.</li> <li>9. Systemy oceniania pracowników.</li> <li>10. Zarządzanie czasem pracy.</li> </ol>	5	0
<b>dr hab. Jasiński Bartosz</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Zarządzanie strategiczne: analiza strategiczna, identyfikacja strategii firmy.</li> <li>2. Strategie marketingowe, strategie rozwoju przedsiębiorstw, strategie konkurencji.</li> <li>3. Współpraca przedsiębiorstw: alianse strategiczne, fuzje i przejęcia, franszyza.</li> <li>4. Eksploracja niszy rynkowej, strategie MSP.</li> <li>5. Motywowanie w przedsiębiorstwie.</li> <li>6. Zarządzanie zmianą.</li> <li>7. Zarządzanie zasobami ludzkimi: rekrutacja, selekcja, doskonalenie pracowników</li> <li>8. Modele biznesu.</li> <li>9. Zarządzanie kapitałem intelektualnym.</li> <li>10. Zarządzanie kryzysowe.</li> <li>11. Zarządzanie projektami.</li> </ol>	15	15
<b>prof. dr hab. Kaleta Andrzej</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Zarządzanie strategiczne w przedsiębiorstwach.</li> <li>2. Strategie sukcesu przedsiębiorstw.</li> <li>3. Koncepcje rozwoju małych przedsiębiorstw.</li> <li>4. Projekt strategii rozwoju własnej firmy.</li> <li>5. Rozwój gmin, innych jednostek lokalnych, organizacji non profit.</li> <li>6. Globalizacja przedsiębiorstw.</li> <li>7. Zarządzanie zasobami ludzkimi (motywacja,</li> </ol>	15	15

	<p>rozwój pracowników, rekrutacja itp.).</p> <p>8. Strategie marketingowe.</p> <p>9. Restrukturyzacja przedsiębiorstw.</p> <p>10. Strategia społecznej odpowiedzialności organizacji.</p>		
<b>dr Kogut Joanna</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Podstawy rachunkowości i organizacja rachunkowości w przedsiębiorstwie (m.in. organizacja rachunkowości na przykładzie podmiotu gospodarczego, harmonizacja rachunkowości, organizacja inwentaryzacji, organizacja ewidencji księgowej, rola i obieg dowodów księgowych, outsourcing usług księgowych, funkcjonowanie i rozwój biur rachunkowych, itp.).</li> <li>2. Rachunkowość finansowa (np. dokumentacja i ewidencja wynagrodzeń, pozapłatowe koszty pracy, amortyzacja środków trwałych i wartości niematerialnych i prawnych, rozrachunki publiczno-prawne, ewidencja i wycena poszczególnych grup składników majątkowych, ujęcie, prezentacja i wycena składników majątkowych w sprawozdaniu finansowym).</li> <li>3. Rachunkowość podatkowa (np. przychody i koszty w prawie podatkowym i bilansowym – m.in. podobieństwa i różnice, podatek dochodowy jako szczególny instrument rachunkowości, ujęcie różnych grup składników majątkowych w prawie podatkowym i bilansowym, itp.).</li> <li>4. Rachunek kosztów i rachunkowość zarządcza, np. modele, systemy i warianty rachunku kosztów, planowanie finansowo-kosztowe, budżetowanie, controlling.</li> <li>5. Sprawozdawczość i analiza finansowa (np. zasady sporządzania sprawozdań finansowych, zagadnienia z obszaru polityki rachunkowości i jej wpływu na płynność i rentowność jednostki, zagadnienia oszustw księgowych, kategorie kształtujące wynik finansowy (analiza przychodów, kosztów), itp.), analiza finansowa przedsiębiorstwa.</li> </ol>	15	15
<b>dr hab. Kowal Witold</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Współczesne koncepcje marketingowe, np. marketing internetowy, data-driven marketing, neuromarketing, marketing emocji, agile marketing.</li> <li>2. Technologie informacyjne w marketingu, Marketing Performance Management.</li> <li>3. Zarządzanie marką, kampaniami reklamowymi.</li> <li>4. Sprawność organizacji – ocena skuteczności i efektywności działań.</li> <li>5. Zarządzanie działem sprzedaży.</li> <li>6. Proces sprzedażowy, obsługa nabywcy, techniki sprzedaży.</li> <li>7. Zarządzanie marketingiem przedsiębiorstwa.</li> <li>8. Zarządzanie produktem i innowacjami, proces rozwoju nowego produktu.</li> <li>9. Controlling marketingowy w przedsiębiorstwie.</li> </ol>	0	10

	10. Marketing w ujęciu branżowym, np. marketing usług, marketing na rynku B2B, e-commerce, m-commerce.		
<b>dr Łopaciński Karol</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Wykorzystanie nowoczesnych technologii w komunikacji marketingowej.</li> <li>2. Media społecznościowe i technologie mobilne w marketingu.</li> <li>3. Promocja internetowa (narzędzia, kierunki zastosowań).</li> <li>4. Planowanie i realizacja kampanii reklamowych w Internecie.</li> <li>5. Badanie skuteczności promocji internetowej (metody pomiaru, narzędzia).</li> <li>6. Wpływ mediów społecznościowych i technologii mobilnych na współczesne modele zakupowe.</li> <li>7. Zachowania nabywców w kontekście rozwoju mediów społecznościowych i technologii mobilnych.</li> <li>8. Wykorzystanie rzeczywistości wirtualnej (VR) i rzeczywistości rozszerzonej (AR) w marketingu i komunikacji marketingowej.</li> </ol>	15	15
<b>dr Macalik Joanna</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. PUBLIC RELATIONS – media relations, kampanie PR, e-PR i PR w social media, PR kryzysowy, PR wewnętrzny, czarny PR i inne.</li> <li>2. PERSONAL BRANDING – budowanie strategii marki osobistej, elementy marki osobistej, PR marki osobistej, personal branding w Internecie i inne.</li> <li>3. EMPLOYER BRANDING – wewnętrzny i zewnętrzny employer branding, budowanie marki pracodawcy, narzędzia employer branding i inne.</li> <li>4. TREŚCI W MARKETINGU - copy writing, content marketing, storytelling i inne.</li> <li>5. WIZUALNE ASPEKTY MARKETINGU - komunikacja wizualna, corporate identity, obraz w reklamie, projektowanie komunikacji (communication design), information design, design produktu i inne.</li> </ol>	3	0
<b>dr hab. Marciszewska Anna</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Zarządzanie projektami.</li> <li>2. Zarządzanie procesami.</li> <li>3. Zarządzanie przedsiębiorstwem.</li> <li>4. Zarządzanie małą firmą.</li> <li>5. Zarządzanie zasobami ludzkimi.</li> <li>6. Zarządzanie organizacjami non-profit.</li> </ol>	12	12
<b>dr Mróz Joanna</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Zarządzanie projektami.</li> <li>2. Motywowanie, rekrutacja i selekcja oraz ocena pracowników.</li> <li>3. Budowanie marki i kształtowanie wizerunku firmy.</li> <li>4. Społeczna Odpowiedzialność Przedsiębiorstw.</li> <li>5. Zarządzanie międzynarodowe.</li> <li>6. Zarządzanie międzykulturowe, aspekty kulturowe w zarządzaniu oraz kultura organizacyjna.</li> <li>7. Stres i wypalenie zawodowe w organizacji.</li> <li>8. Zarządzanie strategiczne.</li> </ol>	15	15

	9. Przywództwo i style kierowania. 10. Struktury organizacyjne.		
<b>prof. dr hab. Pluta-Olearnik Mirosława</b>	1. Social media marketing (Community marketing) – środki, zastosowanie, rozwój. 2. Influencer marketing – zasady działania, kierunki rozwoju. 3. Budowanie i rozwój marki firmy/produktu/organizacji. 4. Zachowania zakupowe młodych konsumentów generacji Y, Z, A. 5. Profesjonalna sprzedaż i obsługa klienta współczesnej firmy w czasach internetu. 6. Reklama w internecie – narzędzia, skuteczność, zastosowanie, 7. Multikanałowość w handlu – łączenie sprzedaży tradycyjnej i internetowej, 8. Marketing cyfrowy (digital marketing) - aplikacje, platformy zakupowe. 9. Zaangażowanie konsumenta w usługach (Engagement marketing in service sector), 10. Post-Covid marketing evolution (Marketing post-pandemiczny).	6	0
<b>dr Porębski Dariusz</b>	1. Zarządzanie i wycena środków trwałych. 2. Zarządzanie nieruchomościami ich wycena i wartość. 3. Zarządzanie wartością przedsiębiorstwa. 4. Zarządzanie ryzykiem w ubezpieczeniach. 5. Zarządzanie i marketing przedsiębiorstw. 6. Zarządzanie i marketing banków/ubezpieczycieli. 7. Zrównoważona Karta Wyników, ranking, KPI benchmarki. 8. Zarządzanie w służbie zdrowia. 9. Pomiar efektywności procesy. 10. Kluczowe wskaźniki efektywności KPI.	0	15
<b>dr hab. Radomska Joanna</b>	1. Wdrażanie i modyfikacja strategii. 2. Zarządzanie zmianami. 3. Ryzyko w implementacji strategii. 4. Kultura organizacyjna i jej wpływ na zmiany strategiczne. 5. Role zespołowe i zarządzanie zespołem. 6. Analiza strategiczna i proces podejmowania decyzji. 7. Otwarta strategia - transparentność i inkluzywność. 8. Ewolucja kanałów marketingowych-strategia omnichannel. 9. Zarządzanie kryzysem. 10. Wyzwania managerskie (wpływ pandemii na tworzenie i realizację strategii).	15	15
<b>dr hab. Rojek-Nowosielska Magdalena</b>	1. Przywódca, menedżer, kierownik, lider, coach – rola w zarządzaniu i wpływ na pracownika. 2. Społeczne skutki błędów w zarządzaniu (np. konflikt, dyskryminacja, mobbing, stres). 3. Raportowanie CSR (w tym danych niefinansowych). 4. Kulturowe uwarunkowania przedsiębiorczości.	10	10

	<ol style="list-style-type: none"> <li>5. Społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstw.</li> <li>6. Zarządzanie różnorodnością.</li> <li>7. Rola i miejsce kobiet w zarządzaniu.</li> <li>8. (Nie)odpowiedzialna reklama, branża, konsumpcja.</li> <li>9. Dojrzałość organizacji.</li> <li>10. Komunikowanie się jako warunek skutecznego zarządzania organizacją.</li> </ol>		
<b>dr hab. Stańczyk Sylwia</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Tożsamość/wizerunek/reputacja organizacji a przewaga konkurencyjna.</li> <li>2. Problemy komunikacji w organizacji wielonarodowej.</li> <li>3. Social media w kształtowaniu wizerunku/tożsamości organizacji.</li> <li>4. Rola zaufania w relacjach międzyorganizacyjnych.</li> <li>5. Modele e-biznesu, e-commerce, praca zdalna (analiza narzędzi i ocena skuteczności).</li> <li>6. Analiza i ocena struktur organizacyjnych – od czerwonej do turkusowej organizacji.</li> <li>7. Metody analizy strategicznej - identyfikacja strategii.</li> <li>8. Styl kierowania a system motywowania – kontekst płci, pokolenia.</li> <li>9. Kultura organizacyjna a strategia - bilans miękkich i twardych elementów zarządzania.</li> <li>10. Lider a kierownik – kontekst pracy tradycyjnej pracy zdalnej.</li> </ol>	15	15
<b>dr hab. Teneta-Skwiercz Dorota</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Zrównoważony rozwój, społeczna odpowiedzialność biznesu.</li> <li>2. Etyka biznesu.</li> <li>3. Współczesne orientacje i koncepcje zarządzania.</li> <li>4. Modele biznesu.</li> <li>5. Raportowanie niefinansowe.</li> <li>6. Kultura organizacyjna.</li> <li>7. Zarządzanie wiedzą.</li> <li>8. Zarządzanie zmian.</li> <li>9. Kapitał intelektualny przedsiębiorstwa.</li> </ol>	15	15
<b>dr Trzaska Rafał</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Analiza i projektowanie modeli biznesowych przedsiębiorstw (model biznesowe: Google, Facebook, Netflix, CD-Project i inne).</li> <li>2. Projekty i procesy w sektorach nowych technologii (high-tech).</li> <li>3. Strategie firm: małych, rodzinnych, innowacyjnych i start-upów.</li> <li>4. Kompetencje: managera, lidera, kierownika projektu w startupach oraz firmach innowacyjnych.</li> <li>5. Zarządzanie przedsiębiorstwem w warunkach Industry 4.0 (IoT, BigData, CloudComputing, Platformy sieciowe i inne).</li> <li>6. Zarządzanie strategiczne; analizy, oceny i projekty strategii przedsiębiorstw; analizy strategiczne przedsiębiorstw (BCG, Kluczowe czynniki sukcesu, SWOT); analizy sektorów działalności np. sektorów high-tech, kreatywnych, IT, nowych technologii;</li> </ol>	12	12



	<p>projektowanie przewagi konkurencyjnej przedsiębiorstwa.</p> <p>7. Analizy, oceny sieci przedsiębiorstw i zarządzanie sieciami - przedsiębiorstw, dostawców; sieci franchisingowe.</p>		
<b>dr hab. Waniowski Paweł</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kształtowanie strategii marketingowej firmy, instytucji, organizacji non profit.</li> <li>2. Badania rynkowe i marketingowe i ich wykorzystanie w procesie zarządzania przedsiębiorstwem.</li> <li>3. Zarządzanie produktem, asortymentem, marką. Marka korporacyjna i produktowa.</li> <li>4. Zarządzanie dystrybucją, procesem sprzedaży, sprzedawcami, nowoczesne techniki sprzedaży.</li> <li>5. Strategie cenowe. Psychologiczne aspekty kształtowania cen.</li> <li>6. Komunikacja marketingowa. Komunikacja korporacyjna i public relations. Kreowanie wizerunku przedsiębiorstwa i organizacji.</li> <li>7. Marketing terytorialny. Zarządzanie wizerunkiem kraju, regionu, miasta. Marka narodowa. Wizerunek kraju pochodzenia.</li> <li>8. Marketing internetowy. Media społecznościowe. Content marketing.</li> </ol>	15	15
<b>dr hab. Wołczek Przemysław</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Projektowanie strategii rozwoju dla przedsiębiorstw różnej wielkości.</li> <li>2. Analiza strategiczna w procesie budowania strategii przedsiębiorstwa.</li> <li>3. Implementacja strategii - w szczególności bariery wdrożeniowe oraz rozwiązania usprawniające wdrażanie.</li> <li>4. Otwarta strategia - wyzwania aplikacyjne.</li> <li>5. CSR - w szczególności wymiar strategiczny i działania na rzecz różnych interesariuszy.</li> <li>6. Rola kultury organizacyjnej w zarządzaniu przedsiębiorstwem.</li> <li>7. Role i umiejętności menedżerskie - w szczególności w aspekcie kierowania ludźmi.</li> <li>8. Strategie rozwoju przedsiębiorstw rodzinnych.</li> <li>9. Zmiany organizacyjne i doskonalenie przedsiębiorstw.</li> </ol>	10	10
<b>prof. dr hab. Zając Czesław</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Dobór pracowników (rekrutacja i selekcja).</li> <li>2. Motywowanie do pracy (płacowe i pozapłacowe).</li> <li>3. Systemy okresowych ocen pracowniczych.</li> <li>4. Programy rozwoju zawodowego oraz szkolenia pracowników.</li> <li>5. Zarządzanie karierami zawodowymi.</li> <li>6. zachowania organizacyjne.</li> <li>7. Kultura organizacyjna - diagnozowanie i transformacja.</li> <li>8. Zarządzanie przedsiębiorstwem.</li> <li>9. Przejęcia i fuzje przedsiębiorstw.</li> <li>10. Restrukturyzacja przedsiębiorstw.</li> <li>11. Kształtowanie struktury organizacyjnej przedsiębiorstwa.</li> </ol>	15	15