

Wykaz promotorów  
 Zakres tematyczny seminarium dyplomowego na rok akademicki 2022/2023  
 studia II 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>	5	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>	5	5
<b>dr hab. inż. Cierniak-</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Człowiek i jego praca w przedsiębiorstwie z</li> </ol>	2	0

<b>Emerych Anna</b>	<p>perspektywy zarządzania personelem (rekrutacja, selekcja, ocenianie, motywowanie, szkolenie, przemieszczanie pracowników). Menedżer komórki HR w przedsiębiorstwie.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>2. Aktywizowanie, dobór narzędzi motywowania pracowników do pracy. Programy życie i praca. Programy Work-Life Balance; Społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstw (CSR).</li> <li>3. Podstawowe problemy zarządzania produkcją i usługami. Nowoczesne koncepcje i metody zarządzania, jak np. Lean management, kaizen, 5 S, Six Sigma, logistyka, dom jakości(QFD), TQM.</li> <li>4. Menedżer w przedsiębiorstwie produkcyjnym i usługowym – jego rola i zadania.</li> <li>5. Projektowanie procesu produkcyjnego z uwzględnieniem doboru form organizacji czasu pracy (w tym możliwości wykorzystania elastycznych form organizacji czasu pracy w sferze produkcji).</li> <li>6. Funkcjonowanie zespołów projektowych w przedsiębiorstwie produkcyjnym (dobór członków do zespołów projektowych, określanie zakresu ich zadań).</li> <li>7. Kształtowanie materialnych i niematerialnych warunków pracy z uwzględnieniem zasad bezpieczeństwa i higieny pracy, w tym m.in. ocena ryzyka zawodowego, ergonomia, czas pracy i formy jego organizacji.</li> <li>8. Kształtowanie relacji międzyludzkich, w tym udział pracowników w funkcjonowaniu systemu produkcyjnego (partycypacja pracownicza).</li> <li>9. Dobór form zatrudnienia, w tym elastyczne formy zatrudnienia jako sposób na poprawę sytuacji przedsiębiorstw produkcyjnych i usługowych.</li> <li>10. Kreowanie wizerunku przedsiębiorstwa, w tym wizerunku jako pracodawcy. Marketing personalny.</li> </ol>		
<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>	<p>10</p>	<p>10</p>
<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</li> </ol>	<p>6</p>	<p>0</p>

	<p>marki, kokreacja marki, brand identity, brand design, storytelling, zarządzanie marką w sytuacjach kryzysowych).</p> <p>3. MARKETING I BRANDING TERYTORIALNY (marketing miast/regionów, zarządzanie marką miasta/regionu, marki narodowe i wizerunek kraju pochodzenia).</p> <p>4. MARKETING SPOŁECZNY I SPOŁECZNIE ODPOWIEDZIALNY (programy i kampanie społeczne, zaangażowanie społeczne biznesu etc.).</p> <p>5. Trendy marketingowe.</p>		
<b>dr Grzesik Katarzyna</b>	<p>1. Zarządzanie zespołami pracowniczymi.</p> <p>2. Kierownik-przywódca w organizacji.</p> <p>3. Dobór pracowników.</p> <p>4. Motywowanie pracowników.</p> <p>5. Rozwój i ocenianie pracowników.</p> <p>6. Problemy i procesy decyzyjne w organizacji.</p>	5	5
<b>dr Janiak-Rejno Iwona</b>	<p>1. Motywowanie pracowników – motywacja, motywatory płacowe i pozapłacowe.</p> <p>2. Zarządzanie wielopokoleniowością (pokolenie Z, Y, X, BB) w organizacjach.</p> <p>3. Przywództwo/leadership w organizacji.</p> <p>4. Budowanie zaangażowania pracowników i ich rozwój.</p> <p>5. Pokolenie Zet na rynku pracy.</p> <p>6. Współczesne metody doboru pracowników do organizacji – rekrutacja, selekcja, onboarding.</p> <p>7. Zarządzanie kompetencjami i rozwojem pracowników.</p> <p>8. Zarządzanie zespołami - tradycyjnymi oraz wirtualnymi.</p> <p>9. Systemy oceniania pracowników.</p> <p>10. Zarządzanie czasem pracy.</p>	5	0
<b>dr hab. Jasiński Bartosz</b>	<p>1. Zarządzanie strategiczne: analiza strategiczna, identyfikacja strategii firmy.</p> <p>2. Strategie marketingowe, strategie rozwoju przedsiębiorstw, strategie konkurencji.</p> <p>3. Motywowanie w przedsiębiorstwie.</p> <p>4. Zarządzanie zasobami ludzkimi: rekrutacja, selekcja, doskonalenie pracowników.</p> <p>5. Zarządzanie projektami.</p> <p>6. Zarządzanie zmianą.</p> <p>7. Współpraca przedsiębiorstw: alianse strategiczne, fuzje i przejęcia, franszyza.</p> <p>8. Zarządzanie kapitałem intelektualnym.</p> <p>9. Zarządzanie kryzysowe.</p> <p>10. Modele biznesu.</p>	15	15
<b>prof. dr hab. Kaleta Andrzej</b>	<p>1. Zarządzanie strategiczne w przedsiębiorstwach.</p> <p>2. Strategie sukcesu przedsiębiorstw.</p> <p>3. Koncepcje rozwoju małych przedsiębiorstw.</p> <p>4. Projekt strategii rozwoju własnej firmy.</p> <p>5. Rozwój gmin, innych jednostek lokalnych, organizacji non profit .</p> <p>6. Globalizacja przedsiębiorstw.</p> <p>7. Zarządzanie zasobami ludzkimi (motywacja, rozwój pracowników, rekrutacja itp.).</p> <p>8. Strategie marketingowe.</p>	15	15

	9. Restrukturyzacja przedsiębiorstw. 10. Strategia społecznej odpowiedzialności organizacji.		
<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, pozapłaćcowe 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>	10	10
<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, zarządzanie marketingiem przedsiębiorstwa.</li> <li>6. Proces sprzedażowy, obsługa nabywcy, techniki sprzedaży.</li> <li>7. Proces zakupowy nabywcy, efekt ROPO, efekt ROTOPO.</li> <li>8. Zarządzanie produktem i innowacjami, proces rozwoju nowego produktu.</li> <li>9. Controlling marketingowy w przedsiębiorstwie.</li> <li>10. Marketing w ujęciu branżowym, np. marketing</li> </ol>	0	10

	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>	10	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>	10	10
<b>dr hab. Molek-Winiarska Dorota</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Zdrowie zawodowe.</li> <li>2. Równowaga praca-życie.</li> <li>3. Stres i dobrostan w pracy.</li> <li>4. Wypalenie zawodowe.</li> <li>5. Psychologiczne aspekty kierowania.</li> <li>6. Praca zespołowa, budowanie efektywnych zespołów pracowniczych.</li> <li>7. Coaching (biznesowy, life-coaching).</li> <li>8. Motywacja i motywowanie pracowników.</li> <li>9. Dobór pracowniczy (rekrutacja, selekcja, adaptacja).</li> <li>10. Komunikacja w organizacji.</li> </ol>	5	5
<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> <li>9. Przywództwo i style kierowania.</li> <li>10. Struktury organizacyjne.</li> </ol>	10	10
<b>prof. dr hab. inż. Niemczyk Jerzy</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Strategie zarządzania, analizy strategiczne oraz wdrażanie strategii w przedsiębiorstwach i organizacjach non profit.</li> <li>2. Modele biznesowe w warunkach Industry 4.0 i cyfryzacji.</li> <li>3. Sieci efekty sieciowe, analizy sieciowe w przedsiębiorstwach.</li> </ol>	10	10

	4. Innowacje, organizacje innowacyjne, przedsiębiorstwa technologiczne.		
<b>dr hab. inż. Piórkowska Katarzyna</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Analiza strategiczna przedsiębiorstwa: analiza wnętrza, analiza otoczenia.</li> <li>2. Przywództwo strategiczne i jego złożoność.</li> <li>3. Kształtowanie postaw i zachowań w organizacjach.</li> <li>4. Diagnoza i doskonalenie stylu kierowania (kierowanie, style kierowania, przywództwo).</li> <li>5. Proaktywność menedżerska oraz myślenie strategiczne – czynniki determinujące i efekty.</li> <li>6. Źródła i konsekwencje strategicznej elastyczności przedsiębiorstwa.</li> <li>7. Badania nad strategiczną przedsiębiorczością.</li> <li>8. Strategie behawioralne w przedsiębiorstwie – formułowanie i implementacja.</li> <li>9. Mikrofundamenty w zarządzaniu (poznawcze, behawioralne, społeczne; relacji międzyorganizacyjnych; strategicznego myślenia).</li> <li>10. Podejmowanie decyzji oraz heurystyki poznawcze w procesie decyzyjnym.</li> </ol>	15	0
<b>prof. dr hab. Pluta-Olearnik Mirosława</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Social media marketing (Community marketing) – środki, zastosowanie, rozwój.</li> <li>2. Influencer marketing – zasady działania, kierunki rozwoju.</li> <li>3. Budowanie i rozwój marki firmy/produktu/organizacji.</li> <li>4. Zachowania zakupowe młodych konsumentów generacji Y, Z, A.</li> <li>5. Profesjonalna sprzedaż i obsługa klienta współczesnej firmy w czasach internetu.</li> <li>6. Reklama w Internecie – narzędzia, skuteczność, zastosowanie.</li> <li>7. Multikanałowość w handlu – łączenie sprzedaży tradycyjnej i internetowej.</li> <li>8. Marketing cyfrowy (digital marketing) - aplikacje, platformy zakupowe.</li> <li>9. Zaangażowanie konsumenta w usługach (Engagement marketing in service sector).</li> <li>10. Post-Covid marketing evolution (Marketing post-pandemiczny).</li> </ol>	10	10
<b>dr hab. Pukas Anetta</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Nowoczesne działania marketingowe przedsiębiorstw na rynku krajowym i międzynarodowym.</li> <li>2. Zarządzanie kluczowymi klientami w przedsiębiorstwie na rynku B2C i B2B.</li> <li>3. Zarządzanie relacjami z klientem (Customer Relationship Management).</li> <li>4. Budowanie lojalności klientów indywidualnych i instytucjonalnych - satysfakcja klienta, programy lojalnościowe.</li> <li>5. Wykorzystanie nowych technologii w komunikacji marketingowej z klientem.</li> </ol>	5	0
<b>dr hab. Radomska Joanna</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Wdrażanie i modyfikacja strategii.</li> <li>2. Zarządzanie zmianami.</li> <li>3. Ryzyko w implementacji strategii.</li> <li>4. Kultura organizacyjna i jej wpływ na zmiany</li> </ol>	15	15

	<p>strategiczne.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>5. Role zespołowe i zarządzanie zespołem.</li> <li>6. Analiza strategiczna i proces podejmowania decyzji.</li> <li>7. Otwarta strategia - transparentność i inkluzywność.</li> <li>8. Ewolucja kanałów marketingowych - strategia omnichannel.</li> <li>9. Zarządzanie kryzysem.</li> <li>10. Wyzwania managerskie (wpływ pandemii na tworzenie i realizację strategii).</li> </ol>		
<b>dr Rajchelt-Zublewicz Magdalena</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Analiza uwarunkowań działalności przedsiębiorstwa gastronomicznego.</li> <li>2. Problemy zarządzania przedsiębiorstwem gastronomicznym na przykładzie.</li> <li>3. Ocena realizacji funkcji zarządzania.</li> <li>4. Przywództwo w przedsiębiorstwie gastronomicznym.</li> <li>5. Kształtowanie kultury organizacyjnej na przykładzie.</li> <li>6. Wykorzystanie i rozwój zasobów firmy na przykładzie.</li> <li>7. Analiza strategiczna przedsiębiorstwa na przykładzie.</li> <li>8. Problemy funkcjonowania przedsiębiorstw gastronomicznych.</li> <li>9. Specyfika zarządzania przedsiębiorstwem gastronomicznym.</li> <li>10. Nowe trendy na rynku gastronomicznym (np. specyfika funkcjonowania foodtrucków).</li> <li>11. Inne z zakresu zarządzania i organizacji przedsiębiorstwa.</li> </ol>	10	0
<b>dr hab. Rojek- Nowosielska Magdalena</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Przywódca, menedżer, kierownik, lider, coach – rola w zarządzaniu i wpływ na pracownika.</li> <li>2. Społeczne skutki błędów w zarządzaniu (np. konflikt, dyskryminacja, mobbing, stres).</li> <li>3. Raportowanie CSR (w tym danych niefinansowych).</li> <li>4. Kulturowe uwarunkowania przedsiębiorczości.</li> <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>	10	10
<b>dr hab. Sobocińska Magdalena</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Komunikacja marketingowa w Internecie i mediach społecznościowych.</li> <li>2. Budowanie wirtualnych społeczności wokół marek.</li> <li>3. Serwisy internetowe jako narzędzie marketingu.</li> <li>4. Marketing wielokanałowy i e-commerce.</li> <li>5. Marketing produktów ekologicznych.</li> <li>6. Zachowania konsumentów a strategię i działania</li> </ol>	5	0

	<p>marketingowe przedsiębiorstw.</p> <p>7. Wykorzystanie badań marketingowych w zarządzaniu przedsiębiorstwem.</p> <p>8. Zarządzanie marketingowe w kulturze i mediach.</p> <p>9. Zarządzanie designem.</p> <p>10. Znaczenie kultury i sportu w kreowaniu wizerunku miasta, państwa, regionu.</p>		
<b>dr hab. Stańczyk Sylwia</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Tożsamość/wizerunek/reputacja organizacji a budowanie/utrzymywanie przewagi konkurencyjnej.</li> <li>2. Organizacja wielonarodowa i zarządzanie międzynarodowe (np. skuteczna komunikacja międzykulturowa, wielonarodowość a kreatywność/efektywność/skuteczność działań).</li> <li>3. Bariery i patologie na stanowiskach kierowniczych (kontekst płci i różnic pokoleniowych XYZ, np. efekt szklanych sufitów, patologie funkcji zarządzania, bariery organizacyjne związane z pracą zdalną).</li> <li>4. Social media w zarządzaniu; social media w kształtowaniu wizerunku/ tożsamości marki, wizerunku/ tożsamości przedsiębiorstwa.</li> <li>5. Sieci międzyorganizacyjne, sieci relacji, relacje międzyorganizacyjne, granice sieci międzyorganizacyjnych/ ekosystemów biznesu – rola zaufania, zaangażowania, reputacji.</li> <li>6. Nowoczesne rozwiązania organizacyjne – modele e-biznesu, e-commerce, praca zdalna (analiza narzędzi i ocena skuteczności).</li> <li>7. Analiza i ocena struktur organizacyjnych/stylów kierowania – od czerwonej do turkusowej organizacji.</li> <li>8. Analiza strategiczna organizacji – identyfikacja strategii: PEST, łańcuch wartości Portera, pięć sił Portera, SWOT, etc.</li> <li>9. Metody zarządzania (np. lean management, lean production, outsourcing) - ocena skuteczności.</li> <li>10. Ogólne zagadnienia i funkcje zarządzania (style kierowania/system motywowania/skuteczna komunikacja/ strategia/przewaga konkurencyjna/ kultura organizacyjna) analizowane w wybranym kontekście: różnorodności kulturowej, różnic pokoleniowych XYZ, różnic płci, zmian otoczenia, etc.</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> </ol>	9	9



	<ol style="list-style-type: none"> <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; projektowanie przewagi konkurencyjnej przedsiębiorstwa.</li> <li>7. Analizy, oceny sieci przedsiębiorstw i zarządzanie sieciami - przedsiębiorstw, dostawców; sieci franchisingowe.</li> </ol>		
<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. Wierzbic Arkadiusz</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Znormalizowane systemy zarządzania (SZ jakością, SZ środowiskowego, SZ bezpieczeństwem i higieną pracy, inne.)</li> <li>2. Kryzysy w organizacji w procesie wzrostu.</li> <li>3. Wzrost i rozwój małych i średnich przedsiębiorstw.</li> <li>4. Certyfikacja systemów zarządzania.</li> <li>5. Doskonalenie systemu zarządzania.</li> <li>6. Modele doskonałości organizacji (EFQM, PNJ, inne).</li> <li>7. Narzędzia diagnozy i doskonalenia organizacji.</li> <li>8. Audytowanie systemów zarządzania.</li> <li>9. Komunikacja interpersonalna.</li> <li>10. Negocjacje.</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</li> </ol>	10	10

	<p>wdrożeniowe oraz rozwiązania usprawniające wdrażanie.</p> <ol style="list-style-type: none"> <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>		
<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 i szkolenia pracowników i menedżerów.</li> <li>5. Kultura organizacyjna- diagnozowanie i transformacja.</li> <li>6. Zachowania indywidualne i grupowe.</li> <li>7. Zarządzanie przedsiębiorstwem.</li> <li>8. Restrukturyzacje przedsiębiorstw.</li> <li>9. Przejęcia i fuzje przedsiębiorstw.</li> <li>10. Kształtowanie struktury organizacyjnej przedsiębiorstwa.</li> </ol>	15	15