

Wykaz promotorów
Zakres tematyczny seminarium dyplomowego na rok akademicki 2020/2021
studia I STOPNIA
kierunek: ZARZĄDZANIE

Promotor	Tematyka seminarium	Studia stacjonarne /limit osób/	Studia niestacjonarne /limit osób/
dr hab. inż. Dominika Bąk-Grabowska, prof. UEW	1. Zarządzanie zasobami ludzkimi. 2. Zarządzanie publiczne. 3. Metodyka badań.	15	15
dr Dorota Bednarska-Olejniczak	1. Psychologia konsumenta, psychologia reklamy. 2. Zachowania nabywców: proces zakupowy oraz czynniki wpływające na decyzje zakupowe nabywców (m.in. wpływ komunikacji marketingowej). 3. Nowoczesny marketing: e-marketing/marketing internetowy/social media marketing, influencer marketing, innowacyjna komunikacja marketingowa - product placement, ambient media, marketing wirusowy, marketing doświadczeń. 4. Marka i jej wizerunek: zarządzanie marką, kształtowanie wizerunku marki, wizerunek marki w Internecie, wykorzystanie mediów społecznościowych w kształtowaniu wizerunku marki. 5. Employer branding (kształtowanie marki pracodawcy) oraz marketing personalny: zarządzanie marką pracodawcy, budowanie wizerunku pracodawcy, wewnętrzne public relations, marketing wewnętrzny w organizacjach różnego typu. 6. Marketing usług: zarządzanie marketingowe w przedsiębiorstwach usługowych (np. marketing bankowy, marketing w turystyce, marketing usług edukacyjnych itd.). 7. Społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstw (CSR), marketing społecznie odpowiedzialny.	15	0
dr inż. Piotr Jacek Białowas	1. Procesy restrukturyzacji przedsiębiorstw. 2. Procesy fuzji i przejęć (M&A). 3. Efektywność i skuteczność w przedsiębiorstwie (konceptje, metody, narzędzia - wdrożenie). 4. Outsourcing w przedsiębiorstwie. 5. Konceptje oceny efektywności. 6. Połączenia i podziały przedsiębiorstwa. 7. Konceptje zarządzania projektami. 8. Budowa i implementacja strategii w przedsiębiorstwie (Balanced Score Card). 9. Systemy zarządzania bezpieczeństwem informacji. 10. Procesy sprzedaży przedsiębiorstwa (wycena, due diligence).	15	15
dr Renata Brajer-Marczak	1. Zarządzanie jakością w przedsiębiorstwach i instytucjach publicznych. 2. Doskonalenie jakości w organizacjach. 3. Orientacja na jakość w obsłudze klienta. 4. Zarządzanie projektami w organizacjach. 5. Doskonalenie procesów w organizacjach. 6. Zarządzanie małymi firmami.	10	10
dr Barbara Chomętowska	1. Zarządzanie pracą w przedsiębiorstwie. 2. Organizacja i kierowanie zespołami pracowniczymi. 3. Dobór i ocena pracowników. 4. Motywowanie finansowe oraz pozafinansowe pracowników.	10	0

	5. Szkolenia pracowników. 6. Zarządzanie operacyjne w firmach produkcyjnych oraz usługowych. 7. Logistyka produkcji. 8. Bezpieczeństwo w logistyce. 9. Zarządzanie jakością. 10. Zarządzanie bezpieczeństwem i higieną pracy.		
dr hab. Iwona Chomiak-Orsa, prof. UEW	1. Analiza i projektowanie systemów Informacyjnych/informatycznych. 2. Wykorzystanie rozwiązań informatycznych w doskonaleniu wybranych obszarów organizacyjnych (takich jak: controlling, marketing, logistyka, zarządzanie zasobami ludzkimi). 3. Social Media w zarządzaniu organizacjami (miedzy innymi w takich obszarach jak: kreowanie marki, zdobywanie rynków zbytu, poszukiwanie pracowników itd.). 4. Wykorzystanie narzędzi internetowych oraz rozwiązań mobilnych w wirtualizacji procesów biznesowych. 5. Wykorzystanie narzędzi do modelowania procesów biznesowych (takich jak: UML, BPMN) w mapowaniu procesów, modelowaniu rozwiązań organizacyjnych, modelowaniu rozwiązań systemowych – traktowane jako kierunek doskonalenia organizacji. 6. Zarządzanie procesami biznesowymi, kierunki oraz etapy zdobywania dojrzałości procesowej we współczesnych organizacjach. 7. Kreowanie nowoczesnych rozwiązań oraz organizacyjnych oraz modeli biznesu (form tradycyjnych oraz e-biznesu). 8. Analiza i ocena rozwiązań związanych z wirtualizacją procesów administracji publicznej. 9. Wykorzystanie nowoczesnych narzędzi BI, BD w doskonaleniu procesów decyzyjnych. 10. E-commerce w organizacjach, doskonalenie, modelowanie narzędzi e-commerce.	15	15
dr inż. Jarosław Czaja	1. Patologie gospodarcze - ujęcie mikro- i makroekonomiczne. 2. Korupcja w sektorze prywatnym. 3. Stosowanie przepisów BHP w przedsiębiorstwach w czasie sezonowych chorób. 4. Prawne aspekty sztucznej inteligencji /robotyki. 5. Ewolucja prawa na rzecz pojazdów autonomicznych.	15	15
dr Iwona Czerska	1. Badania marketingowe. 2. Metody ilościowe w badaniach marketingowych. 3. Opieka zdrowotna w Polsce. 4. Badanie satysfakcji pacjenta z usług medycznych. 5. E-Zdrowie. 6. Zarządzanie jakością w sektorze ochrony zdrowia. 7. Badania ankietowe - projektowanie + analiza statystyczno-ekonometryczna wyników. 8. Społeczna odpowiedzialność organizacji - dobre praktyki.	7	7
dr Krzysztof Ćwik	1. Funkcje i etapy zarządzania przedsiębiorstwem i innymi organizacjami. 2. Zarządzanie strategiczne i wykorzystanie narzędzi analizy strategicznej. 3. Podejście procesowe i projektowe w zarządzaniu. 4. Motywowanie do pracy i kultura organizacyjna. 5. Struktura organizacyjna przedsiębiorstwa i innych organizacji. 6. Kierowanie zespołem.	10	10

	7. Finansowanie działalności przedsiębiorstwa. 8. Zarządzanie małą firmą. 9. Finansowanie działalności przedsiębiorstw i innych organizacji. 10. Koncepcje, metody i narzędzia zarządzania.		
dr Magdalena Daszkiewicz	1. Komunikacja marketingowa (zarządzanie komunikacją marketingową, komunikacja korporacyjna, public relations, kreowanie wizerunku firmy, zarządzanie systemem identyfikacji, nowoczesne media, narzędzia i formy w komunikacji, komunikacja w sytuacji kryzysowej, promocja, sprzedaż i obsługa klienta). 2. Marka korporacyjna i produktowa (zarządzanie marką, strategia wizerunkowa marki, wizerunek marki w Internecie i social media, brand identity, brand design, zarządzanie marką w sytuacjach kryzysowych). 3. Marketing i branding terytorialny (marketing miast/regionów, zarządzanie marką miasta/regionu). 4. Marketing społeczny i społecznie odpowiedzialny (programy i kampanie społeczne, zaangażowanie społeczne przedsiębiorstw etc.). 5. Inne: Strategia marketingowa, zarządzanie marketingiem, zachowania nabywców.	10	10
dr Jakub Drzewiecki	1. Procesy: tworzenia, dostarczania oraz ochrony wartości z perspektywy modelu biznesu. 2. Różne ujęcia logik konfiguracji wartości w modelach biznesu. 3. Modele biznesu przedsiębiorstw typu start-up: planowanie, implementacja oraz zmiana. 4. Ewaluacja modelu biznesu: kluczowe metryki oraz kryteria. 5. Kryteria skuteczności oraz efektywności projektów outsourcingowych.	15	0
dr Ewa Głuszek	1. Społeczna odpowiedzialność biznesu (CSR). 2. Kształtowanie wizerunku organizacji. 3. Ochrona reputacji przedsiębiorstwa w sytuacji kryzysowej. 4. Przekaz reklamowy jako narzędzie budowania wizerunku przedsiębiorstwa. 5. Metody i techniki organizatorskie w rozwiązywaniu problemów zarządzania. 6. Zarządzanie projektami w organizacji (planowanie projektu, zarządzanie zmianami i ryzykiem, zarządzanie zespołem projektowym, polityka projektu, ocena projektu). 7. Zarządzanie relacjami z interesariuszami przedsiębiorstwa. 8. Kierowanie zmianami w organizacji (przewodzenie zmianom, angażowanie ludzi, komunikowanie zmian, przeciwdziałanie oporom wobec zmian).	10	10
dr Wiesława Gryncewicz	1. Analiza i projektowanie systemów informacyjnych dla osób starszych. 2. Aktywizacja osób starszych przy wykorzystaniu technologii informacyjnych. 3. Zastosowanie systemów informacyjnych do wspomagania różnych obszarów przedsiębiorstwa. 4. Zastosowanie systemów informacyjnych w administracji. 5. Zastosowanie technologii informacyjnych do wspomagania procesów decyzyjnych. 6. Zastosowanie technologii informacyjnych do zarządzania przedsiębiorstwem. 7. Analiza ekonomiczna z wykorzystaniem narzędzi informatycznych.	15	15

	8. Efektywność wdrożeń systemów informatycznych. 9. Doskonalenie systemów informacyjnych. 10. Ocena jakości systemów informacyjnych.		
dr Katarzyna Grzesik	1. Zarządzanie zasobami ludzkimi. 2. Zachowania organizacyjne (zachowania indywidualne, zachowania grupowe). 3. Kierownik we współczesnej organizacji (role, kompetencje, styl kierowania, przywództwo). 4. Problemy i procesy decyzyjne w organizacji. 5. Współczesne koncepcje i metody zarządzania.	5	5
dr Marcin Haberla	1. Badania i analizy w tworzeniu strategii marketingowej przedsiębiorstwa. 2. Badania marketingowe. 3. Badania marketingowe w przedsiębiorstwach, jednostkach samorządu terytorialnego. 4. Strategie marketingowe przedsiębiorstw na rynku krajowym i międzynarodowym. 5. Specyfika działań marketingowych na rynkach zagranicznych. 6. Badania marketingowe w ocenie atrakcyjności rynków zagranicznych. 7. Standaryzacja i adaptacja w marketingu międzynarodowym. 8. Organizacja działalności marketingowej na rynkach zagranicznych. 9. Start-up'y, Instytucje Otoczenia Biznesu (IOB; m.in. parki technologiczne, inkubatory przedsiębiorczości).	5	5
dr Iwona Janiak-Rejno	1. Motywowanie pracowników – motywatory płacowe i pozapłacowe. 2. Zarządzanie zespołami - tradycyjnymi oraz wirtualnymi. 3. Dobór pracowników do organizacji – rekrutacja, selekcja, onboarding. 4. Przywództwo/leadership w organizacji. 5. Zarządzanie wielopokoleniowością w organizacjach. 6. Zarządzanie kompetencjami i rozwojem pracowników - szkolenie pracowników. 7. Systemy oceniania pracowników. 8. Zarządzanie czasem pracy. 9. Doskonalenie organizacji pracy w firmach produkcyjnych i usługowych. 10. Zarządzanie operacyjne w firmach produkcyjnych i usługowych.	10	0
dr inż. Katarzyna Jasińska	1. Zarządzanie projektami (realizacja projektów w przedsiębiorstwach, inicjowanie projektów, zarządzanie portfelem projektów, zarządzanie projektami IT). 2. Inkubacja startupów (nowe modele biznesowe, rozwój nowych przedsięwzięć). 3. Motywowanie w przedsiębiorstwie (analiza i kształtowanie systemów motywacyjnych firmy). 4. Kształtowanie struktur organizacyjnych. 5. Dobór personalny (procesy rekrutacji i selekcji, rozwój kadr, zarządzanie talentami). 6. Zarządzanie zmianą w organizacji (przywództwo, komunikacja, pokonywanie oporów w procesie zmiany). 7. Kapitał intelektualny (pomiar i zarządzanie kapitałem intelektualnym). 8. Strategie marketingowe.	15	15
dr hab. Bartosz Jasiński, prof. UEW	1. Problemy rozwoju i współpracy przedsiębiorstw (fuzje i przejęcia, kooperacja przedsiębiorstw, sieci przedsiębiorstw).	15	15

	- Strategie firmy (analiza strategiczna, formułowanie strategii). - Strategie marketingowe (np., strategie produktowo–rynkowe, strategie konkurencji, strategie marketingowe w różnych fazach cyklu życia produktu, eksploracja niszy rynkowej). - Analiza systemów motywowania w przedsiębiorstwie. - Zarządzanie projektami. - Zarządzanie zmianą w organizacji (przywództwo, komunikacja, pokonywanie oporów w procesie zmiany). - Zabezpieczenie kadr (planowanie kadr, procesy rekrutacji i selekcji, rozwój kadr, zarządzanie talentami). - Nadzór korporacyjny (organy władzy korporacji, funkcjonowanie rad nadzorczych spółek kapitałowych, społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstwa, kodeksy dobrych praktyk, funkcjonowanie komitetu audytu). - Kryzys organizacyjny (ocena przygotowania przedsiębiorstwa na wypadek kryzysu, analiza przyczyn i symptomów kryzysu, funkcjonowanie organów spółki w warunkach kryzysu). - Zarządzanie antykryzysowe (modele zarządzania kryzysowego, zarządzanie ryzykiem, komunikacja kryzysowa, formułowanie strategii odnowy). - Kapitał intelektualny (pomiar i zarządzanie kapitałem intelektualnym).		
dr Grzegorz Jokiel	- Zarządzanie projektami. - Zarządzanie procesami. - Logistyka w przedsiębiorstwie. - Podejście systemowe w zarządzaniu - Teoria Ograniczeń.	15	0
prof. dr hab. Andrzej Kaleta	- Zarządzanie strategiczne w przedsiębiorstwie. - Koncepcje rozwoju małych przedsiębiorstw. - Projekt strategii rozwoju własnej firmy. - Strategie rozwoju gmin, innych jednostek lokalnych, organizacji non profit. - Globalizacja i ekspansja zagraniczna. - Strategia personalna i kultura organizacyjna. - Strategia marketingowa. - Strategiczne zarządzanie innowacjami. - Alianse, fuzje, strategie konkurencji.	15	15
dr Grzegorz Klich	- Problemy prawne organizacji przedsiębiorców. - Ograniczenia prawne w prowadzeniu działalności gospodarczej. - Zamówienia publiczne w Polsce i Unii Europejskiej. - Umowy cywilnoprawne jako podstawowy instrument obrotu gospodarczego. - Tryb ofertowy, negocjacyjny oraz aukcji i przetargu jako podstawowe sposoby osiągnięcia konsensusu - Prawo wekslowe. - Działalność gospodarcza podmiotów zagranicznych w RP. - Własność, użytkowanie wieczyste oraz ograniczone prawa rzeczowe. - Stosunek pracy a umowy cywilnoprawne. - Przelew i obrót wierzytelnościami.	15	0
prof. dr hab. inż. Maria Wanda Kopertyńska	- Zarządzanie produkcją/ metody i techniki wykorzystywane w zarządzaniu produkcją na przykładzie wybranej firmy. - Zarządzanie zasobami ludzkimi (dobór, ocena pracowników, motywowanie, motywowanie wybranych grup pracowników np. pokolenia Y).	15	0

	- Kreowanie wizerunku firmy na przykładzie wybranej firmy/ komunikacja wewnętrzna i zewnętrzna jako istotny element kreowania wizerunku firmy na przykładzie wybranej firmy/ jakość świadczonych usług jako istotny element kreowania wizerunku firmy na przykładzie wybranej firmy. - Rozwój potencjału kadrowego (rozwój poprzez karierę, zarządzanie talentami, e-learning, coaching, mentoring) na przykładzie wybranej firmy. - Zarządzanie logistyczne/ zarządzanie sprzedażą na przykładzie wybranej firmy. - Zarządzanie bezpieczeństwem pracy/ kształtowanie materialnego środowiska pracy. - Uwarunkowania rozwoju małej firmy/ źródła finansowania rozwoju małej firmy/ kluczowe czynniki sukcesu firmy. - Zarządzanie czasem pracy na przykładzie wybranej firmy. - Funkcjonowanie firmy w warunkach konkurencji na przykładzie wybranej firmy. - Kierowanie zespołem wielokulturowym/ uwarunkowania tworzenia efektywnych zespołów.		
dr hab. Witold Kowal, prof. UEW	- Zarządzanie działaniami marketingowymi i kreowanie efektów marketingowych. - Współczesne koncepcje marketingowe, np. marketing internetowy, neuromarketing. - Technologie informacyjno-komunikacyjne w przedsiębiorstwie i marketingu, data-driven marketing. - Zarządzanie dokonaniem przedsiębiorstw (Business Performance Management). - Zarządzanie produktem i innowacjami w przedsiębiorstwie, narzędzia wykorzystywane w procesach rozwoju. - Ocena sprawności organizacji. - Zarządzanie marką, wartością dla klienta, kampaniami reklamowymi. - Zarządzanie działem marketingu, działem sprzedaży, planowanie i kontrola w marketingu, - Marketing w ujęciu branżowym, np. marketing usług, marketing na rynku B2B i e-commerce. - Controlling w przedsiębiorstwie.	15	15
dr Marek Krasiński	- Lean management. - Kaizen. - Zwinne metodyki zarządzania projektami. - Kultura organizacyjna. - Zarządzanie międzykulturowe.	15	15
dr hab. Grzegorz Krzos, prof. UEW	- Zarządzanie przedsiębiorstwem. - Zarządzanie projektem. - Zarządzanie startupem. - Modele rozwoju przedsiębiorstwa. - Zarządzanie projektem ICT. - Firmy rodzinne. - Projekty innowacyjne. - Projekty innowacyjne współfinansowane z UE. - Zarządzanie strategiczne. - Modele biznesu/ biznes plan.	15	15
dr hab. inż. Dorota Kwiatkowska-Ciotucha, prof. UEW	- Metody ilościowe w logistyce. - Wykorzystanie metod ilościowych w zarządzaniu przedsiębiorstwem. - Prognozowanie sprzedaży. - Prognozowanie zjawisk społeczno – ekonomicznych.	8	8

	5. Wielowymiarowa analiza porównawcza –metody porządkowania, metody klasyfikacji. 6. Oceny atrakcyjności obiektów (firm, regionów, krajów, itp.). 7. Pozyskiwanie środków unijnych na rozwój przedsiębiorstw. 8. Idea uczenia się przez całe życie – podnoszenie kompetencji osób na rynku pracy. 9. Wykorzystanie funduszy unijnych do podnoszenia kompetencji osób na rynku pracy – Europejski Fundusz Społeczny, Erasmus+. 10. Zarządzanie projektami „miękkimi”.		
dr hab. Janusz Marek Lichtarski, prof. UEW	1. Metodyki i narzędzia zarządzania projektami (w tym informatycznymi). 2. Kierowanie zespołem projektowym. 3. Wsparcie informatyczne w zarządzaniu projektami. 4. Zarządzanie ryzykiem w projektach. 5. Zarządzanie interesariuszami projektu. 6. Dojrzałość projektowa organizacji.	10	0
dr Karol Łopaciński	1. Wykorzystanie nowoczesnych technologii w komunikacji marketingowej przedsiębiorstw. 2. Media społecznościowe i technologie mobilne w marketingu. 3. Promocja internetowa (narzędzia, trendy, kierunki zastosowań). 4. Planowanie i realizacja kampanii reklamowych w Internecie. 5. Badanie skuteczności promocji internetowej (metody i narzędzia pomiaru). 6. Wpływ mediów społecznościowych i technologii mobilnych na współczesne modele zakupowe. 7. Zachowania nabywców w kontekście rozwoju mediów społecznościowych i technologii mobilnych. 8. Wykorzystanie rzeczywistości wirtualnej (VR) i rzeczywistości rozszerzonej (AR) w marketingu i komunikacji marketingowej.	15	15
dr Łukasz Łysik	1. Customer Journey, 2. Profilowanie klientów, 3. Marketingowe zastosowanie VR, 4. Marketing Internetowy: aspekty związane z promocją i sprzedażą, 5. Wyszukiwanie z wykorzystaniem google, jako customer insight, 6. Media Społecznościowe w marketingu - kanały komunikacji.	5	5
dr Joanna Macalik	1. Public Relations – media relations, kampanie PR, e-PR i PR w social media, PR kryzysowy, PR wewnętrzny, czarny PR i inne. 2. Personal Branding – budowanie strategii marki osobistej, elementy marki osobistej, PR marki osobistej, personal branding w Internecie i inne. 3. Employer Branding – wewnętrzny i zewnętrzny employer branding, budowanie marki pracodawcy, narzędzia employer branding i inne. 4. Treści w marketingu - copy writing, content marketing, storytelling i inne. 5. Wizualne aspekty marketingu - komunikacja wizualna, corporate identity, obraz w reklamie, projektowanie komunikacji (communication design), information design, design produktu i inne. 6. Marketing terytorialny i turystyczny – marketing miast, regionów i krajów, marki lokalne, miejskie i narodowe, marketing a urbanistyka, destination marketing i inne.	6	0

	7. Marketing kultury – marketing dóbr i usług kultury, rynek kultury, odbiorcy kultury i inne.		
dr Katarzyna Marak	1. Ochrona konsumentów. Prawa konsumentów, reklamacja towarów, sprzedaż przez Internet. Ochrona konsumentów w różnych gałęziach gospodarki. 2. Prawo w turystyce. Regulacje dotyczące organizatorów turystyki, przewoźników, obiektów hotelarskich, upadłość biur podróży, odpowiedzialność przewoźników lotniczych, Turystyczny Fundusz Gwarancyjny. 3. Giełda Papierów Wartościowych w Warszawie, Komisja Nadzoru Finansowego, domy maklerskie. Instrumenty rynku kapitałowego (akcje, obligacje, tytuły uczestnictwa w funduszach inwestycyjnych, instrumenty pochodne). Prawne otoczenie rynku kapitałowego. 4. Zasady podjęcia i prowadzenia działalności gospodarczej w działalności handlowej, usługowej, wytwórczej, budowlanej, zawodów zaufania publicznego np. doradca podatkowy, biegły rewident. 5. Osoba fizyczna prowadząca działalność gospodarczą, spółka jawna, spółka komandytowa, spółka partnerska, spółka komandytowo-akcyjna, spółka z ograniczoną odpowiedzialnością, spółka akcyjna jako przedsiębiorcy. 6. Reglamentacja działalności gospodarczej. Koncesje, zezwolenia, licencje, działalność regulowana. 7. Handel międzynarodowy, podmioty w handlu międzynarodowym, umowy handlowe zawierane z podmiotami zagranicznymi, swoboda przedsiębiorczości oraz swoboda zakładania i prowadzenia spółek w Unii Europejskiej. 8. Prawo dyplomatyczne i konsularne, prawo morza, prawo lotnicze i kosmiczne, prawa człowieka i ich ochrona. 9. Regulacje związane z prawem pracy. Zatrudnianie pracowników, umowa o pracę, urlopy, wypowiedzenia, ochrona pracy kobiet, świadczenia związane z rodzicielstwem, umowa o pracę a umowy cywilnoprawne (umowa zlecenia, umowa o dzieło).	15	15
dr Anna Marciszewska	1. Zarządzanie projektami. 2. Zarządzanie projektami unijnymi. 3. Zarządzanie organizacjami. 4. Podejście procesowe w organizacjach. 5. Zarządzanie małą firmą.	15	15
prof. dr hab. Krystyna Mazurek-Łopacińska	1. Badania marketingowe z wykorzystaniem metod ilościowych i jakościowych. 2. Tworzenie strategii marketingowej, rodzaje strategii. 3. Marketing internetowy w przedsiębiorstwie. 4. Zachowania konsumentów: nowe trendy i uwarunkowania. 5. Współtworzenie wartości z klientami , crowdsourcing. 6. Komunikacja interaktywna, rola social media, marketing społecznościowy. 7. Rola marketingu w kreowaniu wizerunku przedsiębiorstwa. 8. Zarządzanie międzykulturowe organizacją. 9. Marketing produktów ekologicznych. 10. Marketing w instytucjach kultury.	15	15
dr hab. inż. Zbigniew Michna, prof. UEW	1. Szeregi czasowe w modelowaniu ekonomicznym i zarządzaniu. 2. Eksploracja danych w modelowaniu ekonomicznym i zarządzaniu.	15	15

	3. Zarządzanie łańcuchami dostaw - modelowanie stochastyczne. 4. Zarządzanie portfelem inwestycyjnym. 5. Zarządzanie ryzykiem ubezpieczeniowym - modelowanie stochastyczne. 6. Metody statystyczne w ekonomii, finansach i zarządzaniu. 7. Zarządzanie ryzykiem za pomocą instrumentów pochodnych. 8. Analiza techniczna i fundamentalna - zarządzanie ryzykiem. 9. Magazynowanie - modelowanie stochastyczne.		
dr Dorota Molek-Winiarska	1. Zdrowie zawodowe, równowaga praca-życie. 2. Stres, wypalenie zawodowe, pracoholizm. 3. Psychologiczne aspekty kierowania . 4. Praca zespołowa, budowanie efektywnych zespołów pracowniczych. 5. Coaching (biznesowy, life-coaching). 6. Psychologiczne zagadnienia motywowania pracowników. 7. Dobór pracowniczy (rekrutacja, selekcja, adaptacja). 8. Komunikacja w organizacji. 9. Szkolenia i rozwój pracowników.	5	5
dr hab. Mirosław Moroz, prof. UEW	1. E-commerce. 2. Social media. 3. E-biznes. 4. Przedsiębiorczość i start-upy. 5. Przemysł 0. 6. Dofinansowanie projektów ze środków unijnych. 7. Kreowanie przewag konkurencyjnych.	5	5
dr Joanna Mróz	1. Motywowanie i komunikowanie w przedsiębiorstwie. 2. Kultura organizacyjna, zarządzanie międzykulturowe i międzynarodowe. 3. CSR, tworzenie marki, wizerunku firmy, PR. 4. Zarządzanie projektami. 5. Stres i wypalenie zawodowe. 6. Współczesne koncepcje zarządzania (m.in. outsourcing, LM, TQM, organizacja ucząca się). 7. Metody i techniki planowania, misja oraz strategia. 8. Rekrutacja i selekcja oraz ocena pracownicza. 9. Zarządzanie małym przedsiębiorstwem i firmą rodzinną. 10. Zarządzanie funkcją IT.	15	15
dr hab. Barbara Mróz-Gorgoń, prof. UEW	1. Zarządzanie marką - branding/ rebranding - strategię marki - marka i jej znaczenie. 2. Marketingowe i zarządcze aspekty organizacji non-profit 3. Personal Branding – kreowanie marki osobistej. 4. Kultura organizacyjne i jej znaczenie dla organizacji. 5. Blogi i Vlogosfera -marketingowe aspekty. 6. Marketing internetowy - trendy w e-biznesie - marketingowe aspekty mediów społecznościowych. 7. Różnice kulturowe i ich znaczenie w przedsiębiorstwie/ organizacji międzynarodowej. 8. Negocjacje w biznesie - etapy/problemy/wyzwania. 9. Strategia i komunikacja marketingowa przedsiębiorstw - od start-up'ów do korporacji transnarodowych. 10. CSR - Społeczna odpowiedzialność biznesu i jej marketingowe znaczenie.	10	10
prof. dr hab. Jerzy Niemczyk	1. Zarządzanie (organizowanie, motywowanie, kontrolowanie) przedsiębiorstwem i organizacjami non-profit; zarządzanie przedsiębiorstwem 0 (nowe technologie).	15	0

	- Zarządzanie strategiczne; analizy, oceny i projekty strategii przedsiębiorstw; analizy strategiczne przedsiębiorstw; analizy sektorów działalności np. sektorów tradycyjnych i nowych technologii; projektowanie przewagi konkurencyjnej przedsiębiorstwa; analizy fundamentalne spółek giełdowych. - Strategie firm: rodzinnych, małych, innowacyjnych i start-upów. - Analiza i projektowanie modeli biznesowych przedsiębiorstw, szczególnie firm nowych technologii; zarządzanie projektami biznesowymi i non-profit. - Zarządzanie sieciami przedsiębiorstw; franchising, klastry, outsourcing. Analizy opłacalności. - Strategie marketingowe przedsiębiorstw - Analizy i oceny dostawców; analizy sieci dostawców; zarządzanie środowiskiem. - Identyfikacja i analiza kultury organizacyjnej przedsiębiorstwa; zarządzanie w warunkach różnorodności kulturowej. - Przywództwo i motywowanie w organizacji. - Zarządzanie wiedzą i innowatyka.		
prof. dr hab. Kazimierz Perechuda	- Zarządzanie przedsiębiorstwem, małą, średnią i dużą firmą, korporacjami międzynarodowymi. - Zarządzanie logistyką: doskonalenie łańcuchów dostaw. Gospodarka magazynowa i inne. - Kierowanie pracownikami i menedżerami wiedzy: HRM, coaching, mentoring i inne. - Biznes elektroniczny: handel internetowy, e-usługa klienta, projektowanie firmy digitalnej i inne. - Nowoczesny marketing: e-marketing, internetowa promocja i reklama, media społecznościowe i inne. - Nowoczesne zarządzanie: strategie firmy, narzędzia przewagi konkurencyjnej, konkurowanie na rynkach wschodzących, nowoczesne modele, metody i techniki zarządzania i kierowania. - Modele biznesu: modele e-biznesu, model Canvas i inne. - Sektorowe modelowanie biznesu: turystyka, sport, rekreacja, rolnictwo, medycyna, przemysł farmaceutyczny, usługi i inne. - Doskonalenie procesów obsługi klienta: gastronomia, pomoc społeczna, salony samochodowe, kosmetyczne i inne. - Wszelkie tematy proponowane przez studentów.	15	15
dr hab. inż. Katarzyna Piórkowska, prof. UEW	- Analiza strategiczna przedsiębiorstwa: analiza wnętrza, analiza otoczenia. - Proces zarządzania w organizacji: kontekst planowania, organizowania, przewodzenia i kontroli. - Kształtowanie przywództwa i przywództwa strategicznego. - Kształtowanie postaw i zachowań w organizacjach. - Kształtowanie lojalności pracowniczej w organizacjach. - Diagnoza i doskonalenie stylu kierowania (kierowanie, style kierowania, przywództwo). - Proaktywność menedżerska – czynniki determinujące i efekty. - Źródła i konsekwencje strategicznej elastyczności przedsiębiorstwa. - Badania nad strategiczną przedsiębiorczością. - Strategie behawioralne w przedsiębiorstwie – formułowanie i implementacja oraz mikro-fundamenty w zarządzaniu.	5	2

prof. dr hab. Mirosława Pluta-Olearnik	1. Marketing przedsiębiorstw i komunikacja w dobie Internetu w XXI wieku. 2. Social media marketing - narzędzia, skuteczność, dynamika zmian. 3. Budowanie marki firmy i produktu – wartość marki, społeczności wokół marki. 4. Marketing doświadczeń – narzędzia, skuteczne strategie. 5. Rozwój innowacji na rynku dóbr i usług – perspektywa klienta i biznesu . 6. Nowe generacje konsumentów Y, Z, C i ich postawy i zachowania rynkowe. 7. Strategie marketingowe przedsiębiorstw - na rynku polskim i zagranicznym. 8. Profesjonalna sprzedaż i obsługa klienta w dobie Internetu. 9. Multikanałowość w handlu i marketingu (multichannel marketing). 10. Aplikacje mobilne w handlu i marketingu (rewolucja 0).	15	15
prof. dr hab. Marek Prymon	1. Modele biznesu tanich linii lotniczych. 2. Analiza porównawcza modeli biznesu sieci restauracji w wybranych krajach. 3. Analiza konkurencji na rynku usług hotelarskich w Polsce. 4. Modele biznesu firm e-commerce. 5. Zachowania konsumentów na rynku e-commerce. 6. Marketingowe zarządzanie klubami sportowymi. 7. Modele rodziny w reklamie produktów konsumpcyjnych w wybranych krajach. 8. Zarządzanie ryzykiem rynkowym na rynku usług turystycznych. 9. Wykorzystanie targów pracy na uczelniach jako forma kształtowania image firm polskich i zagranicznych.	15	0
dr hab. Anetta Pukas, prof. UEW	1. Marketing i zarządzanie marketingowe w przedsiębiorstwach na rynku krajowym i globalnym. 2. Instrumenty marketingu-mix (produkt, cena, dystrybucja, promocja) i ich wykorzystanie w przedsiębiorstwach sektora B2C i B2B. 3. Zarządzanie relacjami z klientem (CRM) - warunki budowania długoterminowych relacji z klientem. 4. Wykorzystanie nowych technologii w komunikacji marketingowej z klientem: Internet, social media, geolokalizacja, systemy CRM. 5. Budowanie lojalności klientów indywidualnych i instytucjonalnych - satysfakcja klienta, programy lojalnościowe. 6. Merchandising – zarządzanie asortymentem i salą sprzedażową w handlu detalicznym. 7. Specyfika marketingu usług finansowych i ubezpieczeniowych. 8. Produkty bankowe i ubezpieczeniowe – klasyczne i nowoczesne formy sprzedaży usług finansowych. 9. Marketing w turystyce i rekreacji – aspekty strategiczne i taktyczne. 10. Marketingowe aspekty jakości- sposoby kreowania i doskonalenia w przedsiębiorstwach dóbr konsumpcyjnych.	15	15
dr hab. Joanna Radomska, prof. UEW	1. Strategie rozwoju organizacji. 2. Wdrażanie strategii. 3. Koncepcja rozwoju MSP, biznes plan. 4. Zarządzanie zasobami ludzkimi, partycypacja pracowników w zarządzaniu.	15	15

	5. Funkcja motywowania, przywództwo w organizacjach. 6. Nowoczesne koncepcje i metody zarządzania przedsiębiorstwem. 7. Zarządzanie projektami. 8. Proces zarządzania strategicznego w przedsiębiorstwach. 9. Kompetencje współczesnego menedżera (zarządzanie różnorodnością). 10. Przedsiębiorczość.		
dr hab. Magdalena Rojek-Nowosielska, prof. UEW	1. Przywódca, menedżer, kierownik, lider, coach – rola w zarządzaniu i wpływ na pracownika. 2. Społeczne skutki błędów w zarządzaniu (np. konflikt, dyskryminacja, mobbing, stres, itp). 3. Raportowanie CSR, raporty niefinansowe, komunikowanie. 4. Kulturowe uwarunkowania przedsiębiorczości. 5. Społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstw, tworzenie i wdrażanie strategii CSR, dojrzałość CSR w organizacji. 6. Zarządzanie różnorodnością. 7. Rola i miejsce kobiet w zarządzaniu. 8. Zarządzanie w łańcuchu odpowiedzialności.	15	15
dr hab. inż. Alicja Smolbik-Jęczmień, prof. UEW	1. Organizacja i kierowanie zespołami pracowniczymi – (tradycyjnymi, wirtualnymi, wielopokoleniowymi, rola lidera zespołu, role członków zespołu, style kierowania). 2. Procesy rekrutacji i selekcji pracowników do organizacji (metody, etapy, procedury). 3. Procesy adaptacji społeczno-zawodowej pracownika (wprowadzenie do pracy nowego pracownika). 4. Systemy motywowania pracowników – (motywowanie płacowe i pozapłacowe), analiza i doskonalenie. Motywowanie w zespołach wielopokoleniowych (pokolenie X, Y, Z). 5. Metody i techniki oceniania pracowników, wykorzystywanie wyników oceny w procesie kadrowym. 6. Szkolenie i doskonalenie pracowników – metody, coaching, mentoring, kształcenie ustawiczne. 7. Zarządzanie karierą zawodową – ujęcie tradycyjne i współczesne, kapitał kariery, zarządzanie talentami. 8. Zarządzanie czasem – metody, techniki i zasady zarządzania czasem. 9. Logistyka produkcji. 10. Zarządzanie operacyjne w organizacjach produkcyjnych i usługowych.	15	10
dr hab. Magdalena Sobocińska, prof. UEW	1. Komunikacja marketingowa w Internecie i mediach społecznościowych. 2. Budowanie wirtualnych społeczności wokół marek. 3. Serwisy internetowe jako narzędzie marketingu. 4. Marketing wielokanałowy i e-commerce. 5. Marketing produktów ekologicznych. 6. Zachowania konsumentów a strategię i działania marketingowe przedsiębiorstw. 7. Wykorzystanie badań marketingowych w zarządzaniu przedsiębiorstwem. 8. Zarządzanie marketingowe w kulturze i mediach. 9. Zarządzanie designem. 10. Znaczenie kultury i sportu w kreowaniu wizerunku miasta, państwa, regionu.	15	15
dr inż. Letycja Sołoducho-Pelc	1. Najlepsze praktyki przedsiębiorstw liderów. Tworzenie wygrywających strategii.	15	15

	- Strategie przedsiębiorstw. Modele strategii w zmieniającym się świecie. - Nowe realia konkurencji (strategie konkurencji i przewaga konkurencyjna w trudnych warunkach). - Budowa wartości biznesowej i społecznej (wizja, misja, kultura organizacji, system wartości). - Strategie rozwoju kapitału ludzkiego (pracownicy jako kluczowy czynnik sukcesu firmy: pozyskanie, rozwój i zaangażowanie; wellbeing pracowników). - Rozwój umiejętności przywódczych menedżera (kultura przywództwa, męski i kobiecy model przywództwa). - Sprawne zarządzanie zespołem (angażowanie do współpracy, zarządzanie talentami, coaching pracowników, pobudzanie kreatywności, zarządzanie różnorodnością, zarządzanie wirtualnym zespołem/praca zdalna, agile). - Biznes rodzinny jako małe firmy rodzinne i globalni giganci (odporne na kryzysy, stabilne, długowieczne firmy). - Przedsiębiorca i zarządzanie własną firmą. Biznes plan. - Nowe trendy i koncepcje w zarządzaniu (m-zdrowie, zrównoważony rozwój, zrównoważona przedsiębiorczość, przedsiębiorca społeczny, zielone innowacje, czyste technologie, biomimetyzm, sztuczna inteligencja).		
dr hab. Sylwia Stańczyk, prof. UEW	- Identyfikacja i ocena kultury organizacyjnej wybranej firmy. - Analiza organizacji według modelu 7S (znaczenie twardych i miękkich składników dla pracowników/ odbiorców/ dostawców/ konkurentów wybranej firmy). - Kultura w organizacji wielonarodowej (identyfikacja różnic w komunikowaniu się i elementach protokołu biznesowego, na przykładzie wybranej firmy wielonarodowej). - Klasyczne zasady zarządzania we współczesnym świecie biznesu (poszukiwanie odpowiedzi na pytanie, na ile klasyczne zasady zarządzania, np. wg Fayola są współcześnie wykorzystywane – na przykładzie 1 firmy lub wybranych przypadków). - Analiza wnętrza organizacji wybranymi metodami (np. łańcuch wartości Portera, analiza zasobowa). - Analiza otoczenia organizacji firmy X (np. otoczenie dalsze – bliższe, metoda PEST, stakeholders, 5 sił Portera). - Źródła władzy w organizacji (na przykładzie 3 organizacji z różnych branż). - Identyfikacja stylu kierowania i ocena jego skuteczności (na przykładzie wybranej firmy). - Potrzeby pracowników a system motywowania (identyfikacja potrzeb pracowników wybranej firmy/ zespołu wobec istniejącego systemu motywowania). - Tożsamość i wizerunek organizacji.	15	0
prof. dr hab. Ewa Stańczyk-Hugiet	- Planowanie zapasów, gospodarka magazynowa, logistyka – ocena rozwiązań plus projektowanie usprawnień. - Logistyka (np. analiza i doskonalenie procesów reklamacji; procesów zaopatrzenia, dystrybucji itd.). - Marketing i badania marketingowe (np. badanie preferencji klientów, projektowanie działań promocyjnych, itp.). - Style kierowania (na poziomie top management, na poziomie kierowników niższego szczebla). - Modele biznesowe w gospodarce sieciowej (analizy np. w sektorze IT).	10	0

	6. Motywowanie, szkolenia i doskonalenie pracowników – ocena istniejących rozwiązań, projektowanie nowych (np. zarządzanie talentami). 7. Planowanie rozwoju organizacji – podstawy strategii. Analizy firm, które osiągnęły sukces. 8. Badanie i identyfikacja kluczowych czynników sukcesu w różnych branżach. 9. Innowacyjność (np. analizy patentów w IT, przełomowych innowacji w sektorze, itp.). 10. Zarządzanie projektami – organizacja projektu, kierowanie projektem, zespół projektu.		
dr Adam Suchodolski	1. System zarządzania kadrami w organizacji. 2. Planowanie kadr. 3. Dobór pracowników do organizacji. 4. Planowanie rozwoju pracowników. 5. Zarządzanie karierą. 6. Rozwój i doskonalenie pracowników. 7. Ocenianie pracowników. 8. Kierowanie ludźmi. 9. Wywieranie wpływu społecznego.	7	7
dr hab. inż. Aleksandra Sus, prof. UEW	1. Analiza strategiczna. 2. Kryzys w organizacji. 3. Zarządzanie jakością. 4. Service design/ Design thinking. 5. Zarządzanie innowacjami/ kreatywność.	15	15
dr hab. Witold Szumowski, prof. UEW	1. Zarządzanie zasobami ludzkimi. 2. Zarządzanie procesami. 3. Zarządzanie publiczne. 4. Zarządzanie strategiczne. 5. Koncepcje i metody zarządzania.	15	15
dr hab. Piotr Szymański, prof. UEW	1. Zarządzanie operacyjne/zarządzanie operacjami (ZO). 2. Zarządzanie aktywami operacyjnymi (zapasami, należnościami, inwestycjami krótkoterminowymi i źródłami ich finansowania). 3. Zastosowanie Lean Management w ZO. 4. Reuse and Circular Economy (Gospodarka Cyrkularna) w ZO. 5. Zarządzanie wartością przedsiębiorstwa i Wycena przedsiębiorstw. 6. Koncepcja Value Based Management (VBM). 7. Wycena zgodna ze standardami wyceny przedsiębiorstw. 8. Przedsiębiorczość. 9. Innowacje w zakresie Zrównoważonego Rozwoju i Gospodarki Cyrkularnej. 10. Zarządzanie zgodne ze zrównoważonym rozwojem.	10	10
dr hab. Dorota Teneta-Skwiercz, prof. UEW	1. Zrównoważony rozwój. 2. Społeczna odpowiedzialność biznesu. 3. Etyka biznesu i etyka życia publicznego. 4. Self-regulation. 5. Compliance. 6. Innowacje społeczne. 7. Zarządzanie wiedzą. 8. Gospodarowanie kapitałem intelektualnym.	15	15
dr Rafał Trzaska	1. Analiza i projektowanie modeli biznesowych przedsiębiorstw (model biznesowe: Google, Facebook i inne). 2. Projekty i procesy w sektorach nowych technologii (high-tech). 3. Strategie firm: małych, rodzinnych, innowacyjnych i start-upów.	7	7

	- Kompetencje: menedżera, lidera, kierownika projektu w startupach oraz firmach innowacyjnych. - Zarządzanie przedsiębiorstwem w warunkach Industry 0 (IoT, BigData, CloudComputing, Platformy sieciowe i inne). - 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. - Analizy, oceny sieci przedsiębiorstw i zarządzanie sieciami - przedsiębiorstw, dostawców; sieci franchisingowe.		
dr hab. Paweł Waniowski, prof. UEW	- Kształtowanie strategii marketingowej firmy, instytucji, organizacji non profit. - Badania rynkowe i marketingowe i ich wykorzystanie w procesie zarządzania przedsiębiorstwem. - Zarządzanie produktem, asortymentem, marką. - Zarządzanie dystrybucją, procesem sprzedaży, sprzedawcami. Nowoczesne techniki sprzedaży. - Strategie cenowe. - Komunikacja marketingowa. - Komunikacja korporacyjna i public relations. Kreowanie wizerunku przedsiębiorstwa i organizacji. - Marketing terytorialny. Zarządzanie wizerunkiem kraju, regionu, miasta. - Marketing internetowy. Media społecznościowe. - Zarządzanie relacjami z klientem. Zachowania nabywców. Procesy zakupowe na różnych rynkach.	15	15
dr Jędrzej Wasiak-Poniatowski	- Marketing jednostek administracji publicznej (w tym jednostek samorządu terytorialnego). - Komunikacja w sektorze publicznym (systemy informacyjno-komunikacyjne). - Wykorzystanie ICT w marketingu (media społecznościowe, Internet rzeczy, komunikacja mobilna). - Informatyzacja sektora publicznego (e-administracja, e-government). - Zarządzanie jednostkami samorządu terytorialnego (gmina, powiat, województwo). - Systemy informacyjno-komunikacyjne wspierające pracę menedżera (zasoby informacyjne, pozyskiwanie informacji, zarządzanie informacją). - Zarządzanie projektami marketingowymi. - Zarządzanie procesami marketingowymi.	5	4
dr hab. Łukasz Wawrzynek, prof. UEW	Doskonalenie procesów biznesowych.	3	0
dr Marek Wąsowicz	- Zarządzanie projektami w przedsiębiorstwie. - Zarządzanie ryzykiem w projektach. - Informatyczne wspomaganie zarządzania projektami. - Wykorzystanie metodyki zarządzania projektami w przedsiębiorstwie. - Procedury i standardy realizacji projektów. - Kluczowe czynniki sukcesu projektu. - Ocena realizacji projektu. - Ocena i motywowanie pracowników w zespołach zadaniowych. - Budowanie zespołów projektowych. - Kierowanie zespołami projektowymi.	15	0

dr Przemysław Wołczek	1. Zarządzanie przedsiębiorstwami oraz innymi organizacjami. 2. Strategie rozwoju przedsiębiorstw oraz innych organizacji. 3. Wdrażanie strategii w przedsiębiorstwach i innych organizacjach. 4. Metody zarządzania wykorzystywane w organizacjach. 5. Rozwój mikro i małych przedsiębiorstw. 6. Kierowanie ludźmi. 7. Przywództwo w organizacji. 8. Kultura organizacji. 9. Społeczna odpowiedzialność biznesu.	15	15
dr hab. Jarosław Woźniczka, prof. UEW	1. Zarządzanie marketingiem. 2. Marketing zorientowany na interesariuszy. 3. Big data/ marketing 0. 4. Online marketing/ marketing mobilny. 5. Marketing doświadczeń. 6. Pomiar efektów marketingu. 7. Reklama: strategia, kreacja i media. 8. Public relations. 9. Outbound/ inbound marketing. 10. Media społecznościowe.	10	10
dr Sylwia Wrona	1. Zarządzanie marką (Brand Management), doświadczanie marki (Brand Experience), kapitał i wartość marki (Brand Equity & Brand Value). 2. Kreowanie wizerunku firmy (Corporate Branding), kreowanie marki osobistej (Personal Branding). 3. Komunikacja w biznesie (Business Communication), Internet i media społecznościowe (Internet & Social Media). 4. Tworzenie treści marketingowych (Copywriting & Content Marketing & Storytelling). 5. Kreatywność w biznesie (Business Creativity), myślenie wizualne (Visual Thinking). 6. Innowacje w biznesie (Business Innovation), popytowe podejście do innowacji (User Driven Innovation). 7. Myślenie projektowe (Design Thinking), projektowanie usług (Service Design), projektowanie doświadczeń użytkownika (User Experience Design). 8. Badania na potrzeby innowacji (Design Research), badania marketingowe (Marketing Research). 9. Rozwój nowego produktu (New Product Development). 10. Zespołowe rozwiązywanie problemów (Team Problem Solving).	10	0
prof. dr hab. Czesław Zajac	1. Zarządzanie zasobami ludzkimi: rekrutacja i selekcja, motywowanie do pracy, okresowe ocenianie pracowników, zarządzanie karierami zawodowymi, rozwój i kształtowanie kompetencji zawodowych, szkolenia pracowników. 2. Metody i techniki zarządzania w przedsiębiorstwach i podmiotach sektora publicznego. 3. Restrukturyzacja przedsiębiorstw. 4. Przejęcia i fuzje przedsiębiorstw - problemy społeczne i organizacyjne. 5. Zarządzanie procesami zmian w organizacji. 6. Zarządzanie jakością w przedsiębiorstwie. 7. Zachowania ludzi w organizacji. 8. Kształtowanie struktur organizacyjnych przedsiębiorstw. 9. Ekonomia i organizacja działalności podstawowej (produkcji) przedsiębiorstw. 10. Rozwój przedsiębiorstwa jako organizacji.	15	15

dr hab. Anetta Zielińska, prof. UEW	1. Logistyka zwrotna (ekologistyka) np. przedsiębiorstw, administracji publicznej. 2. Gospodarowanie odpadami np. przedsiębiorstw, administracji publicznej. 3. Logistyczna obsługa klienta w przedsiębiorstwie. 4. Marketing usług logistycznych. 5. Komunikacja interpersonalna np. w przedsiębiorstwach, działach logistycznych.	0	15
dr Agnieszka Żarczyńska - Dobiesz	1. Dobór pracowników. 2. Onboarding - adaptacja społeczno-zawodowo nowo zatrudnionych pracowników. 3. Coaching i mentoring. 4. Motywowanie i ocena pracowników. 5. Przywództwo. 6. Komunikacja interpersonalna. 7. Szkolenia. 8. Wielopokoleniowość.	5	0