

**Wykaz promotorów
2023/2024
STUDIA II STOPNIA
Zarządzanie**

Promotor	Tematyka seminarium	Studia stacjonarne /oferta/	Studia niestacjonarne /oferta/
prof. dr hab. inż. Alicja Smolbik- Jęczmień	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. 5. Motywowanie w zespołach wielopokoleniowych (pokolenie X, Y, Z). 6. Metody i techniki oceniania pracowników, wykorzystywanie wyników oceny w procesie kadrowym. 7. Szkolenie i doskonalenie pracowników – metody, coaching, mentoring, kształcenie ustawiczne. 8. Zarządzanie karierą zawodową – ujęcie tradycyjne i współczesne, kapitał kariery, zarządzanie talentami. 9. Zarządzanie czasem – metody, techniki i zasady zarządzania czasem. 10. Organizacja czasu pracy.	Tak	Tak

<p>dr hab. Andrzej Sztando</p>	<p>1. Zarządzanie rozwojem mikroprzedsiębiorstw i małych przedsiębiorstw, w szczególności ich strategii rozwoju, zarządzanie operacyjne, pozyskiwanie środków pomocowych UE i innych, współpraca z podmiotami publicznymi, innowacyjność, inwestowanie, nieruchomości, kadry itp.</p> <p>2. Współczesne aspekty zarządzania: pandemia COVID-19, innowacyjność, rozwój zrównoważony, cele rozwoju zrównoważonego, odporność i adaptacyjność rynkowa, adaptacja klimatyczna, transformacja energetyczna, life-work balance, praca zdalna itp., także w kontekście współpracy z podmiotami publicznymi i przepisów prawa.</p> <p>3. Zarządzanie a wspieranie przedsiębiorczości, przeciwdziałanie bezrobociu, rozwój rynku pracy, klastry i inkubatory przedsiębiorczości, specjalne strefy i obszary inwestycyjne, pomoc publiczna dla przedsiębiorstw itp.</p> <p>4. Zarządzanie w jednostkach samorządu terytorialnego, tj. w gminach, miastach, powiatach i województwach, w tym w szczególności zarządzanie strategiczne, zarządzanie operacyjne, zarządzanie infrastrukturą techniczną, zarządzanie finansami, zarządzanie przestrzenią, zarządzanie usługami dla mieszkańców oraz przedsiębiorstw itp.</p> <p>5. Zarządzanie strategiczne i strategii rozwoju oraz inne plany i programy rozwoju gmin, miast, powiatów, województw, państwa, Unii Europejskiej itp.</p> <p>6. Zarządzanie funkcjonowaniem i rozwojem przedsiębiorstw publicznych, np. wodociągowo-kanalizacyjnych, komunikacji publicznej, obsługi dróg, zieleni miejskiej, energetycznych, gazowniczych, gospodarki odpadowej, wspierających przedsiębiorczość i innowacyjność.</p> <p>7. Zarządzanie funkcjonowaniem i rozwojem instytucji publicznych, np. pomocy społecznej, oświaty, kultury, sportu, rekreacji, promocji, mieszkalnictwa, ochrony środowiska, administracyjnej obsługi ludności itp.</p> <p>8. Zarządzanie nieruchomościami przez przedsiębiorstwa i podmioty publiczne – wartość, finansowanie, nabywanie, zbywanie, dzierżawienie, wynajmowanie, wykorzystywanie itp.</p> <p>9. Zarządzanie pozyskiwaniem i wykorzystywaniem środków pomocowych z Unii Europejskiej przez przedsiębiorstwa, organizacje pozarządowe, miasta, gminy, powiaty i województwa itp.</p> <p>10. Zarządzanie w organizacjach pozarządowych, organizacjach pożytku publicznego itp.</p>	<p>Tak</p>	<p>Tak</p>
--------------------------------	---	------------	------------

dr hab. Anetta Pukas	<ol style="list-style-type: none"> 1. Nowoczesne działania marketingowe przedsiębiorstw na rynku krajowym i międzynarodowym. 2. Zarządzanie kluczowymi klientami w przedsiębiorstwie na rynku B2C i B2B. 3. Zarządzanie relacjami z klientem (Customer Relationship Management). 4. Budowanie lojalności klientów indywidualnych i instytucjonalnych - satysfakcja klienta, programy lojalnościowe. 5. Wykorzystanie nowych technologii w komunikacji marketingowej z klientem. 	Tak	-
dr hab. Anetta Zielińska	<ol style="list-style-type: none"> 1. Logistyka zwrotna (ekologistyka) w przedsiębiorstwie lub jednostce terytorialnej. 2. Gospodarka/gospodarowanie odpadami w przedsiębiorstwie, gminie, powiecie, państwie, Unii Europejskiej. 3. Zarządzanie zaopatrzeniem i zapasami na przykładzie przedsiębiorstwa. 4. Analiza funkcjonowania magazynu w przedsiębiorstwie. 5. Procesy logistyczne w sektorze lub w przedsiębiorstwie. 6. Wdrażanie Gospodarki Obiegu Zamkniętego np. dla przedsiębiorstwa lub gminy, państwa, Unii Europejskiej. 	Tak	-

<p>dr hab. inż. Anna Cierniak-Emerych</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Człowiek i jego praca w przedsiębiorstwie z perspektywy zarządzania personelem (rekrutacja, selekcja, ocenianie, motywowanie, szkolenie, przemieszczanie pracowników). Menedżer komórki HR w przedsiębiorstwie. 2. Aktywizowanie, dobór narzędzi motywowania pracowników do pracy. Programy życie i praca. Programy Work-Life Balance; Społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstw (CSR). 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. 4. Menedżer w przedsiębiorstwie produkcyjnym i usługowym – jego rola i zadania. 5. Projektowanie procesu produkcyjnego z uwzględnieniem doboru form organizacji czasu pracy (w tym możliwości wykorzystania elastycznych form organizacji czasu pracy w sferze produkcji). 6. Funkcjonowanie zespołów projektowych w przedsiębiorstwie (dobór członków do zespołów projektowych, określanie zakresu ich zadań). 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. Praca zdalna. 8. Kształtowanie relacji międzyludzkich, w tym udział pracowników w funkcjonowaniu systemu produkcyjnego (partycypacja pracownicza). 9. Dobór form zatrudnienia, w tym elastyczne formy zatrudnienia jako sposób na poprawę sytuacji przedsiębiorstw produkcyjnych i usługowych. 10. Kreowanie wizerunku przedsiębiorstwa, w tym wizerunku jako pracodawcy. Marketing personalny. 	<p>Tak</p>	<p>-</p>
<p>dr hab. Anna Marciszewska</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Zarządzanie projektami. 2. Zarządzanie procesami. 3. Zarządzanie przedsiębiorstwem. 4. Zarządzanie małą firmą. 5. Zarządzanie zasobami ludzkimi. 6. Zarządzanie organizacjami non-profit. 7. Zrównoważone zarządzanie projektami. 	<p>Tak</p>	<p>Tak</p>

<p>prof. dr hab. Czesław Zajac</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Dobór pracowników (rekrutacja i selekcja). 2. Motywowanie do pracy (płacowe i pozapłacowe). 3. Systemy okresowych ocen pracowniczych. 4. Programy rozwoju zawodowego i szkolenia pracowników i menedżerów. 5. Kultura organizacyjna- diagnozowanie i transformacja. 6. Zachowania indywidualne i grupowe. 7. Zarządzanie przedsiębiorstwem. 8. Restrukturyzacje przedsiębiorstw. 9. Przejęcia i fuzje przedsiębiorstw. 10. Kształtowanie struktury organizacyjnej przedsiębiorstwa. 	<p>Tak</p>	<p>Tak</p>
<p>dr Dariusz Porębski</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Zarządzanie i wycena środków trwałych. 2. Zarządzanie nieruchomościami ich wycena i wartość. 3. Zarządzanie wartością przedsiębiorstwa. 4. Zarządzanie ryzykiem przedsiębiorstw/banków/ubezpieczycieli. 5. Zarządzanie i marketing przedsiębiorstw/banków/ubezpieczycieli. 6. Analiza i podejmowanie decyzji na podstawie danych finansowych/jakościowych. 7. Zrównoważona Karta Wyników, ranking, KPI benchmarki. 8. Zarządzanie w służbie zdrowia. 9. Pomiar efektywność procesy. 10. Kluczowe wskaźniki efektywności KPI. 	<p>-</p>	<p>Tak</p>

<p>dr Dorota Bednarska-Olejniczak</p>	<ol style="list-style-type: none"> 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, marketing zrównoważony. 	<p>Tak</p>	<p>-</p>
<p>dr hab. Dorota Teneta-Skwiercz</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Zrównoważony rozwój, społeczna odpowiedzialność biznesu, ESG. 2. Etyka biznesu. 3. Współczesne orientacje i koncepcje zarządzania; 4. Raportowanie niefinansowe. 5. Kultura organizacyjna. 6. Zarządzanie wiedzą. 7. Zarządzanie zmianami. 8. Funkcje zarządzania (planowanie, organizowanie, motywowanie, kontrola w przedsiębiorstwie). 9. Organizacje turkusowe. 	<p>Tak</p>	<p>Tak</p>

<p>prof. dr hab. Ewa Stańczyk-Hugiet</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Modele biznesowe w gospodarce cyfrowej (analizy np. w sektorze IT). 2. Zarządzanie strategiczne: identyfikacja i projektowanie strategii. 3. Social media w biznesie (np. wykorzystanie i wpływ na sprzedaż, marketing). 4. Strategie marketingowe, logistyczne – identyfikacji, ocena, projektowanie. 5. Badania opinii konsumentów w wybranym obszarze zainteresowania. 6. Motywowanie, szkolenia i doskonalenie pracowników – ocena istniejących rozwiązań, projektowanie nowych (np. zarządzanie talentami). 7. Ludzie w organizacji: motywowanie, rekrutacja, zagadnienia różnic pokoleniowych. 8. Zarządzanie projektami – organizacja projektu, kierowanie projektem, zespół projektu. 9. Aspekty green i odpowiedzialności społecznej w działalności biznesu. 10. Inne mieszczące się w zarządzaniu po uzgodnieniu ze studentem. 	<p>Tak</p>	<p>Tak</p>
<p>dr hab. Grzegorz Jokić</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Zarządzanie projektami. 2. Zarządzanie procesami. 3. Teoria ograniczeń E. Goldratta. 4. Modelowanie procesów (FlexSim, Aris, BPMN). 5. Lean thinking, lean management. 	<p>Tak</p>	<p>-</p>

dr hab. Helena Dudycz	<ol style="list-style-type: none"> 1. Systemy informacyjno-decyzyjne wspomagające zarządzanie przedsiębiorstwem oraz proces podejmowania decyzji (m.in. systemy informacyjno-analityczne; systemy Business Intelligence; analiza danych typu Data Science, infrastruktura i rozwiązania w koncepcji Industry 4.0). 2. Wizualizacja informacji oraz wiedzy ekonomicznej (metody, technologie, systemy, rozwiązania itp. wspomagające podejmowanie decyzji). 3. Zarządzanie wiedzą, systemy zarządzania wiedzą, ontologiczna reprezentacja wiedzy w systemach informatycznych. 4. Interakcja człowiek – komputer (m.in. charakterystyki użytkownika; metody badania i ocena użyteczności interfejsu użytkownika). 5. Strony internetowe (m.in. metody badania i oceny jakości stron WWW; dostępność stron WWW, użyteczność stron WWW, walidatory). 6. Zastosowanie systemów informatycznych w firmach we wspomaganii funkcjonowania i przepływu informacji wybranych działów/obszarów organizacyjnych. 7. Analiza, badanie i ocena systemów informatycznych w rzeczywistych firmach, instytucjach itp. 8. Badanie i ocena efektywności ekonomicznej przedsięwzięć informatycznych lub rozwiązań/systemów informatycznych (metodami finansowymi, jak i dedykowanymi inwestycjom informatycznym). 9. Ontologie, sieć semantyczna, wizualna eksploracja danych. 	Tak	-
dr Iwona Czerska	<ol style="list-style-type: none"> 1. Badania marketingowe. 2. Metody ilościowe w badaniach marketingowych. 3. Ochrona zdrowia 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. Zrównoważony rozwój i społeczna odpowiedzialność organizacji. 	Tak	Tak

dr Iwona Janiak-Rejno	<ol style="list-style-type: none"> 1. Przywództwo/leadership w organizacji. 2. Budowanie zaangażowania pracowników i ich rozwój. 3. Motywowanie pracowników – motywacja, motywatory płacowe i pozapłacowe. 4. Zarządzanie wielopokoleniowością (pokolenie Z, Y, X, BB) w organizacjach. 5. Pokolenie Zet na rynku pracy. 6. Zarządzanie kompetencjami i rozwojem pracowników. 7. Dobór pracowników do organizacji – rekrutacja, selekcja (metody tradycyjne i zdalne), onboarding. 8. Zarządzanie zespołami - tradycyjnymi oraz wirtualnymi. 9. Systemy oceniania pracowników. 10. Zarządzanie czasem pracy. 	Tak	-
dr hab. Joanna Dyczkowska	<ol style="list-style-type: none"> 1. Transformacja przedsiębiorstw w kierunku zrównoważonego rozwoju. 2. Pomiar dokonań i zarządzanie dokonaniem w obszarze środowiskowym, społecznym i zarządczym. 3. Sprawozdawczość niefinansowa (raporty zintegrowane i zrównoważonego rozwoju). 	Tak	Tak
dr Joanna Mróz	<ol style="list-style-type: none"> 1. Zarządzanie projektami. 2. Motywowanie, rekrutacja i selekcja oraz ocena pracowników. 3. Budowanie marki i kształtowanie wizerunku firmy. 4. Społeczna Odpowiedzialność Przedsiębiorstw. 5. Zarządzanie międzynarodowe. 6. Zarządzanie międzykulturowe, aspekty kulturowe w zarządzaniu oraz kultura organizacyjna. 7. Stres i wypalenie zawodowe w organizacji . 8. Zarządzanie strategiczne. 9. Przywództwo i style kierowania. 10. Struktury organizacyjne. 	Tak	Tak
dr hab. Joanna Radomska	<ol style="list-style-type: none"> 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). 	Tak	Tak

dr Karol Łopaciński	<ol style="list-style-type: none"> 1. Wykorzystanie nowoczesnych technologii w komunikacji marketingowej. 2. Media społecznościowe i technologie mobilne w marketingu. 3. Promocja internetowa (narzędzia, kierunki zastosowań). 4. Planowanie i realizacja kampanii reklamowych w Internecie. 5. Badanie skuteczności promocji internetowej (metody pomiaru, narzędzia). 6. Wpływ mediów społecznościowych i technologii mobilnych na współczesne modele zakupowe. 7. Zachowania konsumentów w kontekście rozwoju mediów społecznościowych i technologii mobilnych. 8. Wykorzystanie rzeczywistości wirtualnej (VR) i rzeczywistości rozszerzonej (AR) w marketingu i komunikacji marketingowej. 	Tak	-
dr Katarzyna Grzesik	<ol style="list-style-type: none"> 1. Zarządzanie zespołami. 2. Kierownik-przywódca w organizacji. 3. Zarządzanie kompetencjami. 4. Zachowania organizacyjne. 5. Dobór pracowników. 6. Motywowanie pracowników. 7. Rozwój pracowników. 8. Ocenianie pracowników. 9. Problemy i procesy decyzyjne w organizacji. 	Tak	Tak
dr hab. inż. Katarzyna Piórkowska	<ol style="list-style-type: none"> 1. Analiza strategiczna przedsiębiorstwa: analiza wnętrza, analiza otoczenia. Strategia organizacji. 2. Przywództwo strategiczne i jego złożoność. 3. Uwaga (mindfulness) w procesach podejmowania decyzji. 4. Diagnoza i doskonalenie stylu kierowania (kierowanie, style kierowania, przywództwo). 5. Strategiczne myślenie (strategic thinking) i strategiczni myśliciele (strategic thinkers). 6. Mentoring, tutoring, coaching w procesach decyzyjnych. 7. Design thinking w organizacjach. 8. Strategie behawioralne w przedsiębiorstwie – formułowanie i implementacja. 9. Mikrofundamenty w zarządzaniu (poznawcze, behawioralne, społeczne; relacji międzyorganizacyjnych; strategicznego myślenia). 10. Podejmowanie decyzji oraz heurystyki poznawcze w procesie decyzyjnym. 	Tak	-

dr Krzysztof Ćwik	<ol style="list-style-type: none"> 1. Planowanie i podejmowanie decyzji w zarządzaniu. 2. Motywowanie pracowników. 3. Kierowanie zespołem pracowniczym. 4. Strategia i analiza strategiczna. 5. Koncepcje i metody zarządzania. 6. Zarządzanie projektami i procesami. 7. Zarządzanie małym przedsiębiorstwem. 8. Zarządzanie grupami kapitałowymi. 9. Struktury organizacyjne. 10. Kontrola i controlling w zarządzaniu. 	Tak	Tak
dr Magdalena Daszkiewicz	<ol style="list-style-type: none"> 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). 2. MARKA korporacyjna i produktowa (zarządzanie marką, strategia wizerunkowa marki, wizerunek marki, kokreacja marki, brand identity, brand design, storytelling, zarządzanie marką w sytuacjach kryzysowych). 3. MARKETING I BRANDING TERYTORIALNY (marketing miast/regionów, zarządzanie marką miasta/regionu, marki narodowe i wizerunek kraju pochodzenia). 4. MARKETING SPOŁECZNY I SPOŁECZNIE ODPOWIEDZIALNY (programy i kampanie społeczne, zaangażowanie społeczne biznesu etc.). 5. Trendy marketingowe . 	Tak	-
dr hab. Magdalena Rojek-Nowosielska	<ol style="list-style-type: none"> 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 danych niefinansowych. 4. Kulturowe uwarunkowania przedsiębiorczości. 5. Społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstw. 6. Zarządzanie różnorodnością. 7. Rola i miejsce kobiet w zarządzaniu. 8. (Nie)odpowiedzialna reklama, branża, konsumpcja. 9. Realizacja celów zrównoważonego rozwoju w organizacji. 10. Komunikowanie się jako warunek skutecznego zarządzania organizacją. 	Tak	Tak

dr hab. Magdalena Sobocińska	<ol style="list-style-type: none"> 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 strategie 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. 	Tak	-
prof. dr hab. Mirosława Pluta-Olearnik	<ol style="list-style-type: none"> 1. Social media 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, C. 5. Profesjonalna obsługa klienta firmy w XXI wieku 6. Nowe media w komunikacji firmy – narzędzia, skuteczność, zastosowanie. 7. Merchandising - marketing w handlu 8. Marketing cyfrowy - rozwój aplikacji, platform zakupowych. 9. Międzynarodowe strategie marek firm, produktów 10. Komunikacja międzykulturowa w biznesie 	Tak	Tak
dr hab. Paweł Waniowski	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kształtowanie strategii marketingowej firmy, instytucji, organizacji non profit. 2. Badania rynkowe i marketingowe i ich wykorzystanie w procesie zarządzania przedsiębiorstwem. 3. Zarządzanie produktem, asortymentem, marką. Marka korporacyjna i produktowa. 4. Zarządzanie dystrybucją, procesem sprzedaży, sprzedawcami, nowoczesne techniki sprzedaży. 5. Strategie cenowe. Psychologiczne aspekty kształtowania cen. 6. Komunikacja marketingowa. Komunikacja korporacyjna i public relations. Kreowanie wizerunku przedsiębiorstwa i organizacji. 7. Marketing terytorialny. Zarządzanie wizerunkiem kraju, regionu, miasta. Marka narodowa. Wizerunek kraju pochodzenia. 8. Marketing internetowy. Media społecznościowe. Content marketing. 	Tak	Tak

<p>dr hab. Przemysław Wołczek</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Projektowanie strategii rozwoju dla przedsiębiorstw różnej wielkości. 2. Analiza strategiczna w procesie budowania strategii przedsiębiorstwa. 3. Implementacja strategii - w szczególności bariery wdrożeniowe oraz rozwiązania usprawniające wdrażanie. 4. Otwarta strategia - wyzwania aplikacyjne. 5. CSR - w szczególności wymiar strategiczny i działania na rzecz różnych interesariuszy. 6. Rola kultury organizacyjnej w zarządzaniu przedsiębiorstwem. 7. Role i umiejętności menedżerskie - w szczególności w aspekcie kierowania ludźmi. 8. Strategie rozwoju przedsiębiorstw rodzinnych. 9. Zmiany organizacyjne i doskonalenie przedsiębiorstw. 10. Aspekty ESG w zarządzaniu przedsiębiorstwem. 	<p>Tak</p>	<p>Tak</p>
<p>dr hab. Renata Brajer-Marczak</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Zarządzanie jakością w firmach produkcyjnych, logistycznych, handlowych. 2. Zarządzanie projektami w firmach produkcyjnych, logistycznych, handlowych. 3. Narzędzia Lean Management w praktyce organizacji (metoda 5S, SMED, TPM). 4. Filozofia Kaizen w doskonaleniu organizacji. 5. Doskonalenie procesów w różnych organizacjach. 6. Jakość w obsłudze klienta w firmach produkcyjnych, logistycznych i handlowych. 7. Nowe technologie w realizacji procesów biznesowych. 	<p>Tak</p>	<p>Tak</p>

<p>dr hab. Sylwia Stańczyk</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tożsamość, wizerunek, reputacja – np. identyfikacja poziomu skuteczności budowania wizerunku marki na Facebooku i Instagramie; tożsamość budowana kanałami tradycyjnymi a internetowymi; silny wizerunek w social mediach (jak budować). 2. Zespoły wielokulturowe – zarządzanie, współpraca, skuteczność, identyfikacja praktyk i wartości, stopień akceptacji wartości organizacji. 3. Zespoły wielopokoleniowe (pokolenie X, Y, Z) – zarządzanie, współpraca, identyfikacja poziomu akceptacji różnorodności ze względu na wiek (tolerancja wobec osób młodszych/starszych), zarządzanie wiekiem, odporność na stres. 4. Zespoły zróżnicowane pod kątem płci – poziom tolerancji, preferowany styl kierowania, skuteczność i efektywność. 5. Nowoczesne rozwiązania organizacyjne – modele e-biznesu, e-commerce, praca zdalna, telepraca (identyfikacja narzędzi i ocena ich skuteczności, bariery, korzyści). 6. System motywowania – identyfikacja narzędzi i poziomu ich skuteczności; ograniczenia w tworzeniu skutecznych systemów motywowania. 7. Identyfikacja znaczenia funkcji zarządzania i diagnoza ich stopnia skomplikowania pod względem wykorzystywanych zasobów 8. Styl, rola i funkcje kierownika zespołu pracującego zdalnie/ zespołu zróżnicowanego / zespołu wielopokoleniowego / zróżnicowanego kulturowo. 9. Skuteczna komunikacja – komunikacja w zespołach różnorodnych kulturowo (bariery, efektywność), preferowane formy komunikacji w zespołach zróżnicowanych pod względem wieku i płci. 10. Inne: metody analizy strategicznej (poziom ich wykorzystywania i przydatność); metody zarządzania (np. lean management, lean production, outsourcing - ocena skuteczności funkcjonowania); społeczna odpowiedzialność biznesu CSR (narzędzia i ich rozpoznawalność; CSR jako narzędzie budowania wizerunku); Work Life Balance (ocena poziomu realizacji). 	<p>Tak</p>	<p>Tak</p>
--------------------------------	--	------------	------------

<p>dr inż. Urszula Załuska</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kompetencje - ocena, porównanie z oczekiwaniami pracodawców. 2. Wykorzystanie metod ilościowych w zarządzaniu przedsiębiorstwem. 3. Prognozowanie sprzedaży. 4. Prognozowanie zjawisk społeczno – ekonomicznych. 5. Wielowymiarowa analiza porównawcza – metody porządkowania, metody klasyfikacji. 6. Ocena atrakcyjności obiektów (firm, regionów, krajów, itp.). 7. Starzenie się społeczeństw i wpływ tego procesu na zarządzanie. 8. Idea uczenia się przez całe życie – podnoszenie kompetencji osób na rynku pracy. 9. Różnorodność w miejscu pracy. 	<p>Tak</p>	<p>Tak</p>
<p>dr hab. Witold Kowal</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Współczesne koncepcje marketingowe, np. marketing epoki cyfrowej, m-marketing, marketing internetowy, data-driven marketing, marketing wartości, neuromarketing, marketing emocji, agile marketing, ekomarketing. 2. Technologie informacyjne w marketingu, Marketing Performance Management, analityka internetowa. 3. Zarządzanie marką, kampaniami reklamowymi. 4. Sprawność organizacji i marketingu – ocena skuteczności i efektywności działań marketingowych (kampanii reklamowych, promocyjnych, internetowych). 5. Zarządzanie marketingiem przedsiębiorstwa, zarządzanie działem sprzedaży. 6. Proces sprzedażowy, obsługa nabywcy, techniki sprzedaży, perswazja. 7. Proces zakupowy nabywcy, efekt ROPO, efekt ROTOPO. 8. Zarządzanie produktem i innowacjami, proces rozwoju nowego produktu. 9. Controlling marketingowy w przedsiębiorstwie. 10. Marketing w ujęciu branżowym, np. marketing usług, marketing na rynku B2B, e-commerce, m-commerce, 	<p>Tak</p>	<p>Tak</p>