# TEMATYKI SEMINARIÓW

**Prowadzący: dr Zenon Pokojski**

**Kierunek studiów: Logistyka**

Studia stacjonarne

Seminarium magisterskie

Rok studiów: I

|  |  |
| --- | --- |
| **PROPONOWANE TEMATY (OBSZARY):** | |
| 1. | Satysfakcja a lojalność klienta |
| 2. | Kapitał klienta – nowy wymiar budowy wartości przedsiębiorstwa |
| 3. | Tworzenie wartości dla klientów na rynku dóbr luksusowych |
| 4. | Wartość dla klienta – nowy wymiar konkurencji |
| 5. | Wartość klienta a koszty jego obsługi |
| 6. | Zarządzanie łańcuchem dostaw na rynku … |
| 7. | Marketing relacji – nowe wyzwania w budowaniu przewagi konkurencyjnej |
| 8. | Znaczenie reputacji dla budowania wartości przedsiębiorstwa |
| 9. | Społeczna odpowiedzialność biznesu jako element strategii przedsiębiorstwa |
| 10. | Zarządzanie w oparciu o Zrównoważoną Kartę Wyników |
| 11. | Zrównoważona Karta Wyników jako narzędzie wdrażania strategii |
| 12. | Zarządzanie przez cele jako system motywowania i oceny pracowników |
| 13. | Obsługa klienta – aspekt logistyczny |
| 14. | Negocjacje jako sposób rozwiązywania konfliktów w organizacji |
| 15. | Nowoczesne metody zarządzania we współczesnym przedsiębiorstwie |
| 16. | Doskonałość obsługi logistycznej klienta |
| 17. | Wybrane aspekty zarządzania firmą logistyczną …. |
| 18. | Wybrane aspekty zarządzania firmą dystrybucyjną … |
| 19. | Elementy formułowania strategii konkurencji na przykładzie firmy handlowej |
| 20. | Strategie i narzędzia budowy kultury organizacyjnej w firmie logistycznej |
| 21. | Komunikowanie się w organizacji na przykładzie … |
| 22. | Wykorzystanie mediów społecznościowych w działaniach promocyjnych firmy |
| 23. | PR gospodarczy w budowaniu wartości przedsiębiorstwa |
| 24. | Lobbing gospodarczy |
| 25. | Wolontariat pracowniczy |
| 26. | Wykorzystanie mediów społecznościowych w działaniach promocyjnych firmy |
| 27. | Aspekty logistyczne realizacji inicjatyw organizacji non profit na przykładzie … |
| 28 | Logistyka w sklepie internetowym |
| 29 | Znaczenie reputacji dla budowania wartości przedsiębiorstwa |
| 30 | Praktyki wykorzystywania mediów społecznościowych w działaniach promocyjnych na przykładzie przedsiębiorstw logistycznych |

\*właściwe podkreślić

**Uwagi:** Najlepiej wybrany temat oprzeć na przykładzie dowolnego, istniejącego przedsiębiorstwa.