



TEMATYKA SEMINARIÓW

Zarządzanie II^o niestacjonarne

Spis treści

prof. dr hab. Anna Rakowska	1
prof. dr hab. Agnieszka Sitko-Lutek	2
dr hab. Bogusław Gulski, prof. UMCS	2
dr hab. Iwona Mendryk	3
dr Monika Ratajczyk	4

prof. dr hab. Anna Rakowska

Proponowana tematyka prac magisterskich:

1. Wykorzystanie technologii i sztucznej inteligencji w zarządzaniu w organizacji / funkcjonalnych obszarach zarządzania / np. szkolenia, komunikacja, rekrutacja..., zarządzanie w chmurze...praca zdalna ...
2. Rola mediów społecznościowych w zarządzaniu: np. budowanie kariery, profesjonalny networking w karierze, zdobywanie nowych kompetencji, zarządzanie własną karierą
3. Analiza funkcjonowania wybranych obszarów zarządzania na przykładzie wybranego przedsiębiorstwa (np.. Analiza strategiczna, komunikacja, ZZL, rozwój pracowników, kultura organizacyjna , analiza potrzeb szkoleniowych...)
4. Kompetencje pracowników. Np. Kompetencje kierownicze dawniej i dziś, kompetencje menedżerskie kobiet, kompetencje zatrudnialności / kompetencje przyszłości, kompetencje pożądane przez pracodawców i luka kompetencyjna
5. Czynniki sukcesu przedsiębiorców (np. czynniki sukcesu i postrzeganie kariery przez kobiety, czynniki sukcesu w prowadzeniu własnej firmy
6. Zarządzanie różnorodnością potencjału pracowników organizacji i (np. zarządzanie pracownikami należących do różnych grup wiekowych, zarządzanie pracownikami zróżnicowanymi ze względu na płeć, grupa etniczna, dyskryminacja, kultura włączania, wiek subiektywny i praktyki ZZL.



7. Wybrane aspekty zarządzania kapitałem ludzkim w organizacji ZKL (np. analiza potrzeb szkoleniowych, ocena skuteczności wybranych praktyk ZKL, praktyki w zakresie wellbeing, zaangażowanie i satysfakcja pracowników).
8. Zarządzanie w organizacjach – analiza SWOT i wnioski
9. Inny, interesujący studenta problem badawczy zaproponowany przez studenta – przedyskutowany z prowadzącą

prof. dr hab. Agnieszka Sitko-Lutek

Proponowana tematyka prac magisterskich:

1. Zarządzanie kapitałem ludzkim
2. Kompetencje menedżerskie
3. Rekrutacja, selekcja, motywowanie, wynagradzanie pracowników
4. Szkolenie i doskonalenie; coaching i mentoring
5. Specyfika pracy zdalnej
6. Zarządzanie talentami
7. Zarządzanie różnorodnością
8. Zarządzanie międzykulturowe
9. Zarządzanie w gospodarce cyrkularnej

dr hab. Bogusław Gulski, prof. UMCS

Proponowane tematy (obszary) prac magisterskich:

1. Konkurencyjność przedsiębiorstw – analiza, ocena, ustalanie możliwości poprawy.
2. Konkurencyjność podmiotów innych niż przedsiębiorstwa (np. gmin, miast, klubów sportowych czy organizacji charytatywnych) - analiza, ocena, ustalanie możliwości poprawy.
3. Zarządzanie konkurencyjnością różnych podmiotów – identyfikacja składników, cele, ocena stopnia osiągnięcia celów.
4. Manipulacja w organizacjach – obszary, identyfikacja, przeciwdziałanie.
5. Restrukturyzacja przedsiębiorstw i innych podmiotów: identyfikacja przesłanek, przebieg, ocena wyników.
6. Zarządzanie zmianami w różnych organizacjach: przesłanki dokonywania zmian, identyfikacja rodzajów zmian, ocena przebiegu i efektów zmiany organizacyjnej.
7. Generowanie wartości przez przedsiębiorstwa, zatrzymywanie wartości, zawłaszczanie wartości, obrona przed zawłaszczaniem.



8. Zarządzanie strategiczne w organizacjach, w szczególności stosowanie nowoczesnych podejść do strategii.
9. Wykorzystanie sztucznej inteligencji w zarządzaniu – obszary (sfery) wykorzystania, efekty, zagrożenia.

Uwagi: Osobom lubiącym wyzwania proponuję temat: „Kultura zapieprzu” w polskich organizacjach.

dr hab. Iwona Mendryk

1. Zarządzanie zasobami ludzkimi/kapitałem ludzkim w zmieniającej się rzeczywistości fizycznej i społecznej
2. Sztuczna inteligencja (AI, artificial intelligence) w procesach zarządzania zasobami ludzkimi/kapitałem ludzkim
3. Zarządzanie talentami/zarządzanie kompetencjami (kompetencje przyszłości, zatrudnialność)
4. Zarządzanie różnorodnością
5. Rozwój i doskonalenie menedżerów, pracowników
6. Patologie zachowań organizacyjnych (mobbing, manipulacja, dyskryminacja, stereotypy i uprzedzenia, zachowania kontrproduktywne, nieetyczne działania menedżerów/pracowników)
7. Stres, wypalenie zawodowe, pracoholizm, karoshi, (śmierć w wyniku przepracowania), prezentyzm (obecność w pracy mimo choroby)- przyczyny i skutki
8. Kryzysy (zdrowotne, ekonomiczne, społeczne) i ich wpływ na funkcjonowanie organizacji i pracowników
9. Praca zdalna – kierowanie zespołami wirtualnymi, satysfakcja z pracy, równowaga praca-życie, jakość życia zawodowego
10. Zarządzanie wiekiem/ zarządzanie przedstawicielami różnych pokoleń

Uwagi: Zapraszam również osoby, które mają własne pomysły i chciałyby zrealizować temat zgodny ze swoimi zainteresowaniami 😊



dr Monika Ratajczyk

Proponowane tematy (obszary) prac magisterskich:

1. Postawy i oczekiwania konsumentów względem szeroko pojętej przyszłości, m.in. handlu (np. hybrydyzacja formatów handlu), płatności (np. płatności biometryczne), dostaw (np. dostawy za pomocą dronów, robotów humanoidalnych), marketingu (np. Big Data), produkcji żywności (np. klonowani żywności), edukacji (np. rola sztucznej inteligencji), transportu (np. pojazdy autonomiczne).
2. Nowe technologie (m.in. sztuczna inteligencja, rozszerzona rzeczywistość, metaverse) w rzeczywistości konsumenckiej oraz biznesowej. Implementacja tych rozwiązań. Wyzwania.
3. Transformacja cyfrowa. Cyberbezpieczeństwo. Bezpieczeństwo w erze Big Data oraz Sztucznej Inteligencji.
4. Potrzeby i oczekiwania różnych interesariuszy (m.in. konsumentów, pracowników, sprzedawców, regulatorów) względem opakowań. Technologia a opakowania. Opakowania w handlu stacjonarnym i internetowym. Zarządzanie opakowaniem w przedsiębiorstwie. Wyzwania związane z zarządzaniem opakowaniem (m.in. gospodarka o obiegu zamkniętym, sztuczna inteligencja, logistyka zwrotna, system kaucyjny, autentyfikacja produktowa).
5. Żywność i żywienie (m.in. marnotrawstwo żywności, znakowanie żywności, bezpieczeństwo żywnościowe, świadomość konsumencka).
6. Zarządzanie marką. Komunikacja rynkowa. Projektowanie doświadczeń klienta.
7. Zachowania konsumentów – m.in. zmiany w zachowaniach konsumentów, zwyczaje zakupowe generacji X, Y, Z, budżety gospodarstw domowych.