



TEMATYKA SEMINARIÓW

Zarządzanie II^o niestacjonarne

Spis treści

| | |
|---|---|
| prof. dr hab. Rakowska Anna | 1 |
| prof. dr hab. Sitko-Lutek Agnieszka | 2 |
| dr hab. Gulski Bogusław, prof. UMCS | 2 |
| dr hab. Lipowska Ilona, prof. UMCS | 3 |
| dr hab. Lipowski Marcin, prof. UMCS | 4 |
| dr hab. Mendryk Iwona | 4 |

prof. dr hab. Rakowska Anna

Proponowane tematy (obszary) prac magisterskich:

1. Wykorzystanie technologii cyfrowych w zarządzaniu organizacją/ w zarządzaniu ZZL
2. Zarządzanie rotacją pracowników, intencją odejścia / skutki dla organizacji/
3. Relacje pracownicze: Sposoby budowania i utrzymania pozytywnych relacji między pracownikami a pracodawcą.
4. Praktyki/ wybrane praktyki zarządzania zasobami ludzkimi oraz ich efektywność
5. Praktyki zarządzania różnorodnością pracowników w kontekście różnych jej wymiarów (np. Płeć w organizacji np. kariery kobiet, zarządzanie pracownikami w różnym wieku, kulturowa różnorodność
Promowanie kultury włączania w miejscu pracy w relacji z kulturą organizacyjną, strategią ZZL i strategią organizacji
6. Praktyki kształtowania zaangażowania pracowników (zaangażowanie w pracę, przywiązanie do organizacji, zarządzanie doświadczeniami pracowników)
7. Zdrowie i dobrostan pracowników. Inicjatywy mające na celu poprawę zdrowia i dobrostanu w miejscu pracy.



8. Rozwój kompetencji pracowników/ Zarządzanie kompetencjami pracowników/ kompetencje menedżerskie/ zarządzanie rozwojem
9. Etyka w ZZL. Badanie roli etyki w procesach HR, takich jak rekrutacja, relacje pracownicze, zwolnienia, oraz wpływ praktyk etycznych na reputację organizacji.
10. Kształtowanie wizerunku pracodawcy i jego znaczenie dla pracowników
11. Propozycja studenta ale mieszcząca się w dyscyplinie i specjalności – do dyskusji

[prof. dr hab. Sitko-Lutek Agnieszka](#)

Proponowane tematy (obszary) 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. Gulski Bogusław, prof. UMCS](#)

Proponowane tematy (obszary) prac magisterskich:

1. Konkurencyjność przedsiębiorstw – analiza, ocena, ustalenie możliwości poprawy.
2. Konkurencyjność podmiotów innych niż przedsiębiorstwa (np. gmin, miast, klubów sportowych czy organizacji charytatywnych) - analiza, ocena, ustalenie 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 tematy odnoszące się do niektórych patologii występujących we współczesnych organizacjach, np. „Kultura zap....dolu”

[dr hab. Lipowska Ilona, prof. UMCS](#)

Proponowane tematy (obszary) prac magisterskich:

1. Cena a wizerunek marki produktu/sklepu
2. Czynniki kształtujące wizerunek cenowy marki produktu/sklepu
3. Znaczenie wizerunku cenowego formatu sklepu w procesie zakupowym
4. Kryzysy wizerunkowe marek
5. Aplikacja mobilna/media społecznościowe jako kanał sprzedaży
6. Aplikacja mobilna/media społecznościowe/ blog jako kanał komunikacji marki z rynkiem
7. Migracja klientów w środowisku wielokanałowym
8. Formy obecności marki w środowisku stacjonarnym – sklep bezobsługowy, sklep tymczasowy (pop-up store)
9. Rola (wizerunek) pośrednika w strategii dystrybucji marki
10. Znaczenie strategii architektury marki we wprowadzaniu nowego produktu na rynek
11. Marki własne jako źródło przewagi konkurencyjnej sieci handlowych



Uwagi: Tematyka pracy powinna odnosić się do konkretnej marki lub branży.

dr hab. Lipowski Marcin, prof. UMCS

Proponowane tematy (obszary) prac magisterskich:

1. Zarządzanie multikanałowymi systemami sprzedaży
2. Wykorzystanie robotów w obsłudze klienta
3. Wpływ influencer marketingu na zachowania konsumentów
4. Public relations w zarządzaniu relacjami z otoczeniem
5. Wykorzystanie badań marketingowych w podejmowaniu decyzji rynkowych
6. Marki własne a marki prywatne w sieciach handlowych
7. Wpływ regulacji prawnych w zakresie komunikacji cen na strategie cenowe w handlu

Uwagi: Prowadzący akceptuje także inne tematy związane z problematyką marketingu, zarządzania marketingowego, badań marketingowych.

dr hab. Mendryk Iwona

Proponowane tematy (obszary) prac magisterskich:

1. Sztuczna inteligencja (AI, artificial intelligence) w procesach zarządzania zasobami ludzkimi/kapitałem ludzkim, współpraca człowieka z technologią
2. Zarządzanie talentami/zarządzanie kompetencjami (kompetencje przyszłości, zatrudnialność)
3. Zarządzanie różnorodnością, inkluzywne miejsca pracy
4. Rozwój i doskonalenie menedżerów, pracowników, modelowanie pracy (job crafting)
5. Patologie zachowań organizacyjnych (mobbing, manipulacja, dyskryminacja, stereotypy i uprzedzenia, zachowania kontrproduktywne, nieetyczne działania menedżerów/pracowników)
6. Stres, technostres, wypalenie zawodowe, pracoholizm, karoshi, (śmierć w wyniku przepracowania), prezentyzm (obecność w pracy mimo choroby)-przyczyny i skutki



7. Kryzysy (zdrowotne, ekonomiczne, społeczne) i ich wpływ na funkcjonowanie organizacji i pracowników
8. Praca zdalna – kierowanie zespołami wirtualnymi, satysfakcja z pracy, równowaga praca-życie, jakość życia zawodowego, wellbeing
9. Zarządzanie wiekiem/ zarządzanie przedstawicielami różnych pokoleń
10. Zarządzanie zasobami ludzkimi/kapitałem ludzkim w zmieniającej się rzeczywistości fizycznej i społecznej