



TEMATYKA SEMINARIÓW

Zarządzanie II° stacjonarne

Spis treści

prof. dr hab. Dolińska Małgorzata.....	1
prof. dr hab. Sitko-Lutek Agnieszka	2
dr hab. Bogusław Gulski, prof. UMCS	2
dr hab. Lipowska Ilona, prof. UMCS	3
dr hab. Lipowski Marcin, prof. UMCS	3
dr hab. Mąćik Radosław, prof. UMCS	4

prof. dr hab. Dolińska Małgorzata

Proponowana tematyka prac magisterskich:

1. Kreowanie wizerunku wybranej marki (także osobistej) / również w Internecie np. w mediach społecznościowych
2. Analiza komunikacji marketingowej / handlu w Internecie (np. w mediach społecznościowych) na przykładzie firmy, albo określonej marki
3. Zastosowanie Influencer marketingu w komunikacji marketingowej /w mediach społecznościowych
4. Marketing sportowy na przykładzie wybranego klubu sportowego, - sportowca
5. Badanie opinii klientów na temat np. produktów /usług danej marki / komunikacji marketingowej albo handlu (np. w mediach społecznościowych)
6. Marketing międzynarodowy / albo marketing / albo dystrybucja na przykładzie wybranej firmy /marki
7. Sponsoring np. sportowy /kultury, albo telewizyjny
8. Promocja elektronicznych usług bankowych określonego banku
9. Zastosowanie (otwartych) innowacji w rozwoju produktów / przedsiębiorstwa /albo klastra /parku naukowo-technologicznego
10. Inne tematy (obszary) powiązane z przedstawionymi powyżej – do uzgodnienia



prof. dr hab. Sitko-Lutek Agnieszka

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.



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. Wykorzystanie technologii ICT w marketingu
2. Zarządzanie multikanałowymi systemami sprzedaży
3. Wykorzystanie robotów w obsłudze klienta
4. Wpływ influencer marketingu na zachowania konsumentów
5. Public relations w zarządzaniu relacjami z otoczeniem
6. Wykorzystanie badań marketingowych w podejmowaniu decyzji rynkowych
7. Ścieżka zakupowa (customer journey) konsumenta we współczesnych kanałach sprzedaży
8. Marki własne a marki prywatne w sieciach handlowych



9. 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. Mącik Radosław, prof. UMCS](#)

Proponowane tematy (obszary) prac magisterskich:

1. Zachowania konsumenta w wybranym obszarze / rynku i czynniki je determinujące
2. Technologie informacyjne i komunikacyjne (ICT) a zachowania konsumenta, w tym wpływ zastosowań AI w marketingu i handlu
3. Akceptacja nowych technologii, np. narzędzi generatywnej sztucznej inteligencji w kontekście zawodowym lub życia codziennego
4. Tworzenie wartości dla i przez klienta, budowa doświadczeń klientów
5. Badania rynku (pojemność, chłonność, struktura i segmentacja rynku)
6. Marketingowe wykorzystanie mediów społecznościowych
7. Satysfakcja klienta z produktu/usługi i czynniki ją determinujące
8. Praktyczne zastosowania technik badań ilościowych i jakościowych, w tym wykorzystujących technologie informacyjne i komunikacyjne (ICT) lub pomiary fizjologiczne, np. badań okulograficznych
9. Uczestnictwo w kulturze wybranych grup mieszkańców miasta i regionu w kontekście działań powiązanych z Europejską Stolicą Kultury Lublin 2029
10. Recepja wybranych wydarzeń kulturalnych w Lublinie i regionie i jej wpływ na postrzeganie miasta / regionu przez mieszkańców i/lub turystów w kontekście działań powiązanych z Europejską Stolicą Kultury Lublin 2029
11. Inne zagadnienia z obszarów: marketingu, e-biznesu, e-marketingu i badań rynku.