

**Obszary tematyczne seminarium
oraz przykładowe tematy prac magisterskich:**

prof. dr hab. G. Bartkowiak:

I. Zarządzanie personelem w organizacji:

Przykładowe tematy prac mgr:

1. Zjawisko oporu wobec zmian organizacyjnych i możliwości jego pokonywania (na przykładzie wybranej firmy).
2. Wiedza i kompetencje jako czynnik warunkujący skuteczne negocjacje.
3. Stres w pracy kierowniczej - przyczyny i możliwości przeciwdziałania na poziomie Organizacji.
4. Zarządzanie konfliktami (na przykładzie firmy X).
5. Determinanty trafnych decyzji kadrowych w procesie rekrutacji.
6. Postrzeganie i ocena systemu motywowania pracowników (na przykładzie konkretnej firmy).

II. Zarządzanie karierą:

Przykładowe tematy prac mgr:

1. Aspiracje zawodowe absolwentów kierunków ekonomicznych w zderzeniu z realiami rynku pracy.
2. Determinanty sukcesu zawodowego osób na kierowniczych stanowiskach.
3. Sylwetka przywódcy w ocenie podwładnych.

prof. dr hab. Romuald Zalewski:

- I. Innowacyjność gospodarki (lub tylko przemysłu) w Polsce lub w województwie wielkopolskim lub w branży (np. high tech, przetwórstwo żywności itp.).
- II. Konkurencyjność i atrakcyjność inwestycyjna regionu (Wielkopolska albo powiaty naszego województwa).
- III. Zarządzanie jakością i zarządzanie środowiskowe na przykładzie firmy X.

Konkretne tematy będą uzgadniane z zainteresowanymi i mogą wykraczać poza nakreślone ramy.

prof. dr hab. Adolf Michalak:

- I. Strategie rozwojowe,
- II. Strategie marketingowe mix
- III. Strategie zasobów ludzkich w podmiotach rynkowych i instytucjach non-profit.

Główne obszary tematyczne:

Strategie rozwojowe i marketingowe (produktu, ceny, dystrybucji, promocji) przedsiębiorstw, spółek, spółdzielni i jednostek samorządowych miast i gmin oraz ich strategie zarządzania zasobami ludzkimi (rekrutacji, selekcji, motywacji, szkolenia, oceny, zwalniania).

Analiza strategiczna makrootoczenia, mikrootoczenia i potencjału wewnętrznego i ich wpływ na strategie przedsiębiorstwa. Alokacja funkcji marketingowych w strukturach organizacyjnych przedsiębiorstw.

Charakter prac i ich cele:

Prace mają charakter literaturowo – empiryczny. Ich celem jest identyfikacja instrumentów stosowanej strategii i wskazanie pożądanych ich zmian w świetle dorobku literatury, zajmowanej pozycji społeczno – gospodarczej, oddziaływań środowiska i potencjału wewnętrznego badanego podmiotu.

prof. nzw. dr hab. Zygmunt Waśkowski:

- I. Strategie i instrumenty marketingowe. Marketing w ujęciu sektorowym (np. sportowy, przemysłowy, terytorialny, org. non profit, farmaceutyczny...).
- II. Zachowania nabywców.
- III. Zarządzanie wizerunkiem organizacji.
- IV. Zarządzanie sprzedażą, zarządzanie w handlu.
- V. Kultura organizacyjna przedsiębiorstwa

prof. dr hab. Piotr Bartkowiak:

- I. Zarządzanie strategiczne.
- II. Zarządzanie przedsiębiorstwem.
- III. Nowoczesne koncepcje zarządzania przedsiębiorstwem (w tym: CSR, zrównoważony rozwój).