|  |  |
| --- | --- |
| imię i nazwisko prowadzącego seminarium | dr Katarzyna Plebańczyk |
| temat seminarium | Zarządzanie współczesnymi organizacjami – mody, trendy, problemy. |
| liczba studentów przyjmowanych na seminarium | minimalnie 10 osób, maksymalnie 14 osób |
| zakres tematyczny seminarium | Jakie trendy obserwujemy we współczesnym zarządzaniu? Skąd przychodzą? Dlaczego jedne są wykorzystywane częściej niż inne? Jak wpływają na konkurencyjność przedsiębiorstw? Czy bycie konkurencyjnym jest ważne? Jak kształtuje się kultura organizacyjna? Pierwszy sukces i co dalej? Jak weryfikują się wyobrażenia przedsiębiorców w kontakcie z rynkiem? Peter Drucker pisał, że „nie istnieje jedyna właściwa organizacja, lecz istnieją wyłącznie organizacje, każda z właściwymi sobie zaletami, właściwymi sobie ograniczeniami i specyficznymi zastosowaniami”. Dodajmy – wybrana strategia zarządzania organizacją odpowiada tylko określonym zadaniom w określonych warunkach i w założonym czasie.  Na seminarium skupimy się na wybranych aspektach funkcjonowania współczesnych organizacji/instytucji w kontekście trendów obserwowanych np. w polityce i gospodarce (np. wdrażania koncepcji *good governance* i *multilevel partnership*, koncepcji zrównoważonego rozwoju, różnorodności kulturowej, partycypacji społecznej), czy trendów w zarządzaniu (np. społecznej odpowiedzialności biznesu, partycypacji w zarządzaniu). Uczestnicy poznają niektóre elementy zarządzania strategicznego, będą mieli okazję nie tylko przeanalizować globalne trendy czy polityki horyzontalne UE, ale również prowadząc własne badania przyjrzą się rzeczywistemu funkcjonowaniu różnych organizacji.  Seminarium jest dedykowane dla osób, które chciałby przyjrzeć się bliżej różnym przedsiębiorstwom/organizacjom na rynku w kontekście podejmowanej problematyki. |
| przykładowe tytuły prac, w tym zrealizowane w latach ubiegłych | Studenci do końca 1 semestru powinni samodzielnie wskazać temat pracy w obszarze tematycznym poruszanym na seminarium.  Przykładowe tematy prac:  Uwięzienie w trendach – jak konieczność dostosowania się do mód (?) na rynku wpływa na zarządzanie organizacją (np. grantoza/kwestie środowiskowe/ inne polityki horyzontalne)  Partycypacja społeczna w zarządzaniu organizacją – moda, konieczność, metoda budowania przewagi konkurencyjnej  Każdy może być przedsiębiorcą – jak małe organizacje mogą wpływać na budowanie społecznego, społeczno-ekonomicznego dobrobytu  Wielokulturowość/różnorodność/tolerancja/innowacyjność/zarządzanie wiedzą itp. w zarządzaniu organizacją/ zasobami ludzkimi  Sektor kreatywny jako wykorzystanie globalnych trendów  Organizacje a rynek pracy, np. młodzi na rynku pracy, artyści na rynku pracy itp.  Wdrażanie „nowych” metod zarządzania w „starych” instytucjach |
| Ewentualne uwagi | **Organizacja pracy:**  Student ma obowiązek uczestniczyć w seminariach.   1. W pierwszym semestrze odbywają się konwersatoria, w oparciu o przygotowywane przez uczestników prezentacje na temat:  * wybranych zagadnień merytorycznych, związanych z tematem seminarium * pracy metodologicznej, tj. metod badawczych, stawiania problemów i pytań badawczych, poprawnego tworzenia referencji i bibliografii.   Każdy student musi w tym czasie wypracować temat pracy, określić problem i pytania badawcze, rozpoznać temat od strony teoretycznej, opracować scenariusz prowadzenia badań, stworzyć szczegółowy konspekt, przygotować bibliografię, zaprezentować plan badawczy (w tym ew. zgodę osób trzecich na prowadzenie badań).  Przedstawienie tych elementów w formie pisemnej (2-3 strony) i ich prezentacja na ostatnich seminariach w semestrze są warunkiem uzyskania zaliczenia pierwszego semestru.   1. Drugi semestr poświęcony jest przygotowaniu teoretycznemu i prowadzeniu badań. W trakcie semestru będą się odbywały konsultacje grupowe według uzgodnionego harmonogramu. Będą one polegały na prezentowaniu zebranych materiałów. Na zakończenie drugiego semestru uczestnicy powinni mieć:   - opracowany materiał teoretyczny – napisany rozdział teoretyczny pracy (1 lub 2)  - zakończone i opisane wyniki badań własnych, stanowiących podstawę 3-4 rozdziału pracy  Przedstawienie tych elementów w formie pisemnej i ich prezentacja są warunkiem uzyskania zaliczenia drugiego semestru.   1. Trzeci semestr poświęcony jest na pisanie pracy. Spotkania odbywają się w formie indywidualnych konsultacji w terminie seminarium, poprzedzonych wcześniejszym dostarczeniem poszczególnych rozdziałów promotorowi.   **Wstępna literatura przedmiotu:**   1. Wsparcie techniczno-językowe:   Eco U., *Jak napisać pracę dyplomową. Poradnik dla humanistów*, Wydawnictwo Uniwersytetu Warszawskiego, Warszawa 2007  Boć J., *Jak pisać pracę magisterską*, Kolonia–Wrocław 1998  Urban S., Ładoński W., *Jak napisać dobrą pracę magisterską*, Wrocław 2001.  Węglińska M., *Jak pisać pracę magisterską*, Kraków 1997.  Zaczyński W., *Poradnik autora prac seminaryjnych, dyplomowych i magisterskich*, Warszawa 1995.  Zenderowski R., *Praca magisterska. Jak pisać i obronić. Wskazówki metodologiczne*, Warszawa 2004.  Zenderowski R., *Technika pisania prac magisterskich*, Warszawa 2005.   1. Wsparcie metodologiczne:   Steinar Kvale, *Interview. Wprowadzenie do jakościowego wywiadu badawczego*, Trans Humana, Białystok 2004  Monika Kostera, *Antropologia organizacji. Metodologia badań terenowych*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2003  David Silverman. *Interpretacje danych jakościowych. Metody analizy rozmowy, tekstu i interakcji,* , Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2007  David Silverman, Prowadzenie badan jakościowych Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2008  Dominika Maison, *Zogniskowane wywiady grupowe. Jakościowa metoda badań marketingowych*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2001 |