|  |  |
| --- | --- |
| imię i nazwisko prowadzącego seminarium | Marcin Laberschek |
| temat seminarium | Kultura organizacyjna, tożsamość organizacji oraz marketing w ujęciu symbolicznym i humanistycznym |
| liczba studentów przyjmowanych na seminarium | minimalnie 8 osób, maksymalnie 10 osób |
| zakres tematyczny seminarium | Seminarium skierowane jest do studentów studiów licencjackich na kierunku zarządzanie kulturą i mediami, zarówno tych o specjalności kultura, jak i media. Tematyka prac, opartych na fundamencie zarządzania humanistycznego i przede wszystkim paradygmacie interpretatywnym, koncentrować się będzie na obszarach związanych z:1. kulturą organizacyjną (język, opowieści, normy i wartości, zachowania, styl pracy, postawy członków organizacji, rytuały, artefakty fizyczne i ich znaczenie);
2. tożsamością organizacyjną (istota istnienia organizacji, elementy, które identyfikują i odróżniają organizację spośród innych);
3. dziedzictwem organizacji (ojcowie założyciele, mity, legendy, symbole)
4. miejscem i rolą człowieka w organizacji, etosem pracy;
5. strukturą fizyczną i wizualną stroną organizacji;
6. humanistycznymi i kulturowymi obszarami marketingu.

Wśród podejmowanych zagadnień znajdą się także te z zakresu: duchowości w organizacji, zarządzania poprzez wartości, zarządzania wrażeniami, zarządzania wizerunkiem, estetyki w zarządzaniu, zarządzania znaczeniami, dziedzictwa kulturowego organizacji, postmarketingu, roli archetypów w zarządzaniu, symboliki oraz semiotyki w marketingu i reklamie, marketingu doświadczeń i rynku doznań. |
| przykładowe tytuły prac, w tym zrealizowane w latach ubiegłych | Idealny wolontariat. Równość, otwartość i wdzięczność w Jewish Community CentreSzczerość jako wartość podtrzymująca autorytet. Studium przypadku przywództwa w instytucji kulturyOrganizacje undergroundowe jako forma eskapizmu społecznegoZnaczenie dress code w zarządzaniu organizacją na przykładzie firmy IntersportUświadomiona i nieuświadomiona postać cienia organizacyjnego w organizacji medialnejZarządzanie estetyką miejsca na przykładzie Centrum Paderewskiego w Kąśnej DolnejWpływ subkultury punk lat 80. na kulturę organizacyjną wydawnictwa punkowego - na przykładzie kolektywu „Chaos w mojej głowie”Społeczność marki festiwalu muzycznego. OFF Festiwal w Katowicach jako źródło wspólnych wartościVisual storytelling w promocji albumu muzycznego na przykładzie płyty Badlands piosenkarki Halsey |
| Ewentualne uwagi  |  |