|  |  |
| --- | --- |
| imię i nazwisko prowadzącego seminarium | Prof. dr hab. Bogusław Nierenberg |
| temat seminarium | Moje seminarium nie ma jednego tematu, bowiem dotyczy obszarów związanych z zarządzaniem mediami, ekonomiką mediów i reklamą |
| liczba studentów przyjmowanych na seminarium | minimalnie 8 osób, maksymalnie 14 osób |
| zakres tematyczny seminarium | Tematyka seminarium dotyczy obszarów związanych z zarządzaniem mediami, ekonomiką mediów i reklamą, ale także prace dotyczące podstawowych kwestii dotyczących zarządzania |
| przykładowe tytuły prac, w tym zrealizowane w latach ubiegłych | Tematyka kilku prac z ostatniego roku:*Zarządzanie marką (zmiana marki) – Biedronka**Zarządzanie różnorodnością kulturową; Konflikty w organizacji**Reklama ambientowa**Zarządzanie formatem radiowym**Visual merchandisang**Kampanie dezinformacyjne - zarządzanie informacją w kampaniach politycznych**Zarządzanie marką własną – Tesco**Wpływ nowych mediów dystrybucję dzieła filmowego**Fluktuacja kadr w organizacji**Start up modowy**social media - content marketing**Nurt krytyczny w reklamie**Kampanie społeczne**Kultura organizacyjna samorządu terytorialnego - analiza porównawcza**Aspekty komunikacyjne działalności firm typu start-up**Zarządzanie organizacją medialną na przykładzie TV Kraków**Etyczne aspekty zarządzania mediam**W stronę teleologiczności zarządzania - MKiDN studium przypadku**Komunikowanie perswazyjne w organizacjach religijnych**Zarządzanie wizerunkiem; studium przypadku B. Szydło i E. Kopacz* |
| Ewentualne uwagi  |  |