|  |  |
| --- | --- |
| imię i nazwisko prowadzącego seminarium | dr Katarzyna Plebańczyk |
| temat seminarium | Współczesne zarządzanie – mody, trendy, wyzwania |
| liczba studentów przyjmowanych na seminarium | minimalnie 10 osób, maksymalnie 12 osób |
| zakres tematyczny seminarium | Preferowane są pomysły, które wpisują się w poniższy opis, ale tematy prac studenci wybierają zgodnie z własnymi zainteresowaniami. Mile widziane są prace o charakterze wdrożeniowym, takie, których wyniki mogą być wykorzystane w miejscach realizacji badań empirycznych uczestników.  Proponowany zakres tematyczny wynika z poniższych:  Jakie wyzwania stoją przed współczesnymi organizacjami? Jakie są trendy w zarządzaniu? Jak w zarządzaniu organizacją odnajdujemy trendy otoczenia? Skąd przychodzą? Dlaczego jedne są wykorzystywane częściej niż inne? Jak wpływają na konkurencyjność przedsiębiorstw? Czy bycie konkurencyjnym jest ważne? Jak kształtuje się kultura organizacyjna? Kim jest człowiek/pracownik dla organizacji? Jak zarządzać karierą pracownika/talentami/twórczością? Jak je wykorzystywać dla realizacji celów organizacji? Gdzie są w tym wolontariusze/stażyści/praktykanci? Sukces i co dalej? Jak weryfikują się wyobrażenia przedsiębiorców w kontakcie z rynkiem? Jak organizacje prezentują dobra/usługi i idee? Jak rozwijają odbiorców/konsumentów? W jaki sposób organizacje współpracują ze swoimi odbiorcami/klientami/interesariuszami? Jak zarządzają relacjami?  Na seminarium skupimy się na wyzwaniach dla współczesnych organizacji/instytucji, wybranych przez uczestników. Przyjrzymy się im w kontekście trendów makroekonomicznych (np. koncepcji zrównoważonego rozwoju, różnorodności kulturowej, partycypacji społecznej, bieżących trendów społecznych), czy trendów w zarządzaniu (np. społecznej odpowiedzialności biznesu, partycypacji w zarządzaniu, dostępności, współczesnych metod marketingowych). Z drugiej strony przyjrzymy się zarządzaniu indywidualnymi karierami w kontekście strategicznych celów organizacji, ale również z perspektywy indywidualnego człowieka. |
| przykładowe tytuły prac, w tym zrealizowane w latach ubiegłych | Przykładowe tytuły prac zrealizowanych w latach ubiegłych:  Badanie, analiza i opracowanie strategii zarządzania procesami kreatywnymi w projektowaniu produktów  Lokowanie produktów w polskiej produkcji filmowej i wpływ na decyzje odbiorców  Wartość dodana festiwalu muzycznego jako jego wartość podstawowa  Jak storytelling może wpłynąć na postawę konsumencką?  Janusowe oblicze wolontariatu na festiwalach filmowych: szansa czy wyzysk?  Przeciwdziałanie dyskryminacji w organizacjach ze względu na orientację seksualną  Determinanty reklamy skierowanej do dzieci i młodzieży. Wykorzystywanie współczesnych trendów w reklamie.  Skuteczność i wykorzystanie strategii *celebrity endorsement*  Między promocją a społeczną odpowiedzialnością biznesu  Nowe media a zacieranie się granic między amatorem a profesjonalistą oraz zmiany w zarządzaniu mediami  Niestandardowe formy promocji na przykładzie *ambient mediów*  E-marketing jako narzędzie komunikacji  Wpływanie na emocje w reklamie społecznej  Analiza metod i współczesnych trendów w docieraniu do odbiorców  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 – wpływ małego biznesu 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 | Każda praca jest wynikiem indywidualnych przemyśleń uczestnika seminarium i tylko od niego zależy jej ostateczny kształt. |