**TEMATYKA SEMINARIÓW 2019/2020**

**prof. dr hab. Małgorzata Bednarczyk**

**Media społecznościowe w zarządzaniu**

* Konkurencyjność organizacji a media społecznościowe
* Zastosowanie mediów społecznościowych w zarządzaniu przedsiębiorstwem
* Marka organizacji a zastosowanie mediów społecznościowych
* Strategie promocji przedsiębiorstwa w Internecie

**Prof. dr hab. Aleksander Panasiuk**

**Zarządzanie w turystyce i w sporcie**

* Polityka sportowa w ujęciu instytucjonalnym i instrumentalnym
* Zarządzanie organizacjami sportowymi
* Marketing w organizacjach sportowych
* Organizacja imprez sportowych
* Polityka personalna w organizacjach sportowych
* Kształtowanie wizerunku turystycznego Polski, regionu, miasta
* Kształtowanie wizerunku organizacji sportowej (sportowca)
* Polityka rozwoju obszarowego produktu turystycznego
* Marketingowe wspieranie produktu turystycznego obszaru
* Kierunki zmian w polityce turystycznej (regionalnej, krajowej, Unii Europejskiej)
* Zarządzanie ofertą podmiotów rynku usług turystycznych (hotelarstwo, biura podróży, ...)
* Komunikacja marketingowa w przedsiębiorstwach turystycznych i organizacjach sportowych
* Wykorzystanie mediów społecznościowych w kształtowaniu wizerunku podmiotów rynku turystycznego oraz rynku sportowego
* Zarządzanie ofertą destynacji turystycznych w zakresie turystyki: biznesowej, zdrowotnej, wypoczynkowej
* Zarządzanie jakością usług turystycznych i sportowych
* Nowoczesne technologie w turystyce i w sporcie
* Zmiany w strukturze rynku turystycznego (m.in. nowe usługi turystyczne, turystyka współdzielenia)
* Zarządzanie turystyką sportową
* Sport jako motyw uprawiania turystyki (aspekt aktywny i klubowy)
* Zachowania konsumentów na rynku turystycznym i sportowym
* Zachowania konsumentów czasie wolnym
* Zarządzania podmiotami rynku czasu wolnego

**dr hab. Grzegorz Sroślak**

**Zarządzanie w turystyce i w sporcie**

* Planowanie i biznesplan
* Strategie rynkowe przedsiębiorstw turystycznych, sportowych i innych
* Działania rynkowe przedsiębiorstw turystycznych sportowych i innych
* Przedsięwzięcia o charakterze turystycznym
* Turystyka w Europie Wschodniej
* Problemy społeczno-gospodarcze.

**dr hab. Jarema Batorski, prof. UJ**

**Zarządzanie w turystyce i w sporcie**

1. Organizacyjne uczenie się i organizacje uczące się w turystyce

2. Zarządzanie kryzysowe w turystyce

3. Kultura organizacyjna przedsiębiorstwa turystycznego  
4. Zarządzanie wiedzą i informacją w turystyce  
5. Kierowanie zmianą w firmie turystycznej

6. Modele biznesu organizacji turystycznej  
7. Rozwiązanie realnego problemu zarządzania w przedsiębiorstwie turystycznym

8. Kształtowanie wizerunku: miasta, regionu lub biznesu turystycznego

9. Władza i politykowanie w przedsiębiorstwie turystycznym

10. Konkurencyjność biznesu turystycznego

11. Organizacyjne uczenie się i organizacje uczące się w sporcie

12. Kultura organizacyjna klubu sportowego  
13. Zarządzanie wiedzą i informacją w sporcie

14. Kierowanie zmianą w biznesie sportowym

15. Modele biznesu w sporcie  
16. Rozwiązanie realnego problemu zarządzania w biznesie sportowym

17. Zarządzanie kryzysowe w organizacji sportowej

18. Konkurencyjność biznesu sportowego

19. Władza i politykowanie w organizacji sportowej

20. Kształtowanie wizerunku klubu sportowego

**Przykładowe tematy prac:**

* Hotel jako organizacja ucząca się
* Wywiad gospodarczy jako narzędzie zarządzania w przedsiębiorstwie turystycznym
* Zarządzanie zmianą organizacyjną w przedsiębiorstwie turystycznym w czasie kryzysu
* Kształtowanie wizerunku miasta Oświęcim jako element strategii rozwoju
* Zdolność do uczenia się klubu sportowego
* Kultura organizacyjna a zarządzanie wiedzą w przedsiębiorstwie sportowym

**Dr hab. Małgrzata Kurleto, prof. UJ**

**Media społecznościowe w zarządzaniu**

* Wykorzystanie mediów społecznościowych przez firmy w celach marketingowych
* Wykorzystanie mediów społecznościowych przez firmy w celach promocji marki
* Wykorzystanie mediów społecznościowych przez firmy w celach wizerunkowych
* Komunikacja marketingowa w mediach społecznościowych na przykładzie twitter.com
* Komunikacja marketingowa w mediach społecznościowych na przykładzie facebook.com, etc.
* Różnice kulturowe w działaniach marketingowych w mediach społecznościowych (np. działań promocyjnych na wybranych przykładach)
* Strategie reklamowe i komunikacyjne przedsiębiorstw/organizacji w mediach społecznościowych (np. strategie promocji na wybranych przykładach))
* Zarządzanie marką w mediach społecznościowych (np. strategia produktu/marki na dowolnych przykładach, kształtowanie wizerunku przedsiębiorstw)
* Wykorzystanie  mediów społecznościowych w zarządzaniu marketingowym firmy
* Wykorzystanie  mediów społecznościowych w zarządzaniu strategicznym firmy
* Wykorzystanie  mediów społecznościowych dla umiędzynarodowienia organizacji
* Wykorzystanie  mediów społecznościowych w **zarządzaniu zasobami ludzkimi**
* Wykorzystanie  mediów społecznościowych w rekrutacji i doborze kadr
* Rozwój międzynarodowego zarządzania zasobami ludzkimi a wykorzystanie mediów społecznościowych
* Wykorzystanie mediów społecznościowych a strategie międzynarodowego zarządzania zasobami ludzkimi
* Wykorzystanie mediów społecznościowych  a rola kultury przedsiębiorstwa
* Strategie konkurencji przedsiębiorstwa a wykorzystanie mediów społecznościowych
* Strategie tworzenia i rozwoju sieci przedsiębiorstw z wykorzystaniem mediów społecznościowych
* Formy współdziałania gospodarczego (m.in. franchising, kooperacja produkcyjna, alianse strategiczne, partnerstwo publiczno – prywatne, struktury klastrowe) a wykorzystanie mediów społecznościowych
* Metody i techniki organizatorskie wykorzystywane w mediach społecznościowych
* Nowoczesne koncepcje i metody zarządzania stosowane w mediach społecznościowych
* Wykorzystywanie mediów społecznościowych w promocji do budowania pozycji firmy na rynku
* Public relations a wykorzystywanie mediów społecznościowych
* Strategia wprowadzania nowego produktu na rynek w mediach społecznościowych
* Marketing międzynarodowy i globalny w mediach społecznościowych
* Wpływ technologii informacyjnych na strategie zarządzania mediów społecznościowych
* Wykorzystanie technologii informacyjnych, w tym Internetu w zarządzaniu organizacją
* Media społecznościowe (Social Media) w zarządzaniu organizacją
* Nowoczesne trendy w marketingu w mediach społecznościowych
* Wykorzystania mediów społecznościowych  a public relations w przedsiębiorstwie
* Zarządzanie systemowe a wykorzystanie mediów społecznościowych
* Zarządzanie w warunkach sieci a wykorzystanie mediów społecznościowych
* Podstawowe metody i techniki optymalizacji w zarządzaniu a wykorzystanie mediów społecznościowych
* Podstawowe uwarunkowania działalności przedsiębiorstw na rynkach międzynarodowych a wykorzystanie mediów społecznościowych

**Zarządzanie w turystyce i w sporcie**

* Wpływ nowych technologii na zarządzanie przedsiębiorstwem turystycznym;
* Klastry turystyczne w Polsce;
* Zagadnienia rynku turystycznego i usług rekreacyjnych;
* Zagadnienia międzynarodowej, europejskiej i krajowej polityki turystycznej;
* Strategie regionalne i lokalne rozwoju turystyki;
* Prawne aspekt powstawania i funkcjonowania firm turystycznych;
* Kapitał ludzki w  kontekście zarządzania turystyką;
* Zagadnienia produktu turystycznego - procesy wytwarzania i dystrybucji;
* Zagadnienia biznesu turystycznego, a ryzyko i odpowiedzialność prawna;
* Krajowe i Międzynarodowe Organizacje w turystyce;
* Determinanty rozwoju i efektywnego funkcjonowania biznesów turystycznych;
* Zarządzanie biurem turystycznym;
* Strategie zarządzanie w biznesie hotelarskim;
* Problemy międzykulturowe w zarządzaniu turystyką;
* Strategie zarządzania turystyką, a problematyka przestępstw przeciwko turystom i ataków terrorystycznych;
* Problemy eco - turystyki i ochrony środowiska  w zarządzaniu  turystyką;
* Ochrona i zarządzanie ginących kultur, a strategie biznesów turystycznych;
* Przedsiębiorstwo turystyczne - problemy zarządzania i finansowania;
* Tendencje rozwoju i zmiany strukturalne w turystyce międzynarodowej oraz krajowej;
* Kształtowanie jakości usług w sektorze sportu;
* Planowanie i  organizacja imprez sportowych;
* Zarządzanie organizacją sportową;
* Zarządzanie sportem w mieście, regionie, kraju;
* Zarządzanie sportem, a zagospodarowanie przestrzenne;
* Rola sportu w programach rozwoju społeczno –gospodarczego;
* Imprezy sportowe jako czynnik rozwoju turystyki;
* Zagospodarowanie obiektów sportowych  dla osób niepełnosprawnych;
* Marketing w organizacjach sportowych;
* Zarządzanie promocją imprez sportowych;
* Ekonomika zarządzania sportem;
* Wybrane zagadnienia z historii organizacji sportowych;
* Aspekty prawne w zarządzaniu sportem;
* Wpływ organizacji imprez sportowych na środowisko lokalne;

**Dr hab. Marta Najda – Janoszka, prof. UJ**

**Media społecznościowe w zarządzaniu**

Obszar tematyczny seminarium obejmuje treści związane z przedsiębiorczością rozpatrywaną przez pryzmat zarządzania strategicznego (przedsiębiorczość strategiczna), w tym w szczególności problematykę identyfikacji okazji rynkowych i formułowania strategicznych odpowiedzi na zdefiniowane szanse, jak również kwestie związane z zatrzymywaniem wartości generowanej z innowacji, transferem wiedzy z spółek istniejących na rynku do nowych podmiotów typu spin-off, oraz dynamiką relacji między interesariuszami przedsięwzięć biznesowych.

**dr hab. Grzegorz Sroślak**

**Zarządzanie w turystyce i w sporcie**

* Planowanie i biznesplan
* Strategie rynkowe przedsiębiorstw turystycznych, sportowych i innych
* Działania rynkowe przedsiębiorstw turystycznych sportowych i innych
* Przedsięwzięcia o charakterze turystycznym
* Turystyka w Europie Wschodniej
* Problemy społeczno-gospodarcze.

**dr hab. inż. Ewa Wszendybył-Skulska, prof. UJ**

**Zarządzanie w turystyce i w sporcie**

* Jakość w sporcie
* Zarządzanie kompetencjami w sporcie
* Doskonalenie procesów biznesowych w sporcie
* Kapitał ludzki w sporcie
* Marketing w sporcie
* Jakość w turystyce
* Zarządzanie kompetencjami w przedsiębiorstwach turystycznych
* Doskonalenie procesów biznesowych w turystyce
* Kapitał ludzki w turystyce
* Kreatywność w turystyce
* Innowacyjność i innowacje w turystyce
* Marketing w turystyce
* Kreowanie wartości w turystyce

**Dr Jacek Gancarczyk**

**Media Społecznościowe w Zarządzaniu**

Temat semianrium: Wzrost i rozwój przedsiębiorstw w sektorach kreatywnych (*creative industries*).

*Definicja (UNCTAD), przedstawia obszar sektorów kreatywnych, jako płaszczyznę krzyżowania się kreatywności, biznesu i technologii*

* Przedsiębiorczość i tworzenie nowych przedsięwzięć biznesowych. Strategiczny wymiar przedsiębiorczości na współczesnym globalnym rynku.
* Inteligentne specjalizacje (smart specialisations). Rosnące tempo zmiany technologicznej, komercjalizacji innowacji oraz wzrastające znaczenie wiedzy i zaawansowanych technologii.
* Strategie wzrostu i rozwoju przedsiębiorstw. Kooperacja, sieci innowacyjne oraz klastry kreatywne. Regionalne strategie wspierania oraz fundusze UE dla sektorów kreatywnych,
* Restrukturyzacja przedsiębiorstw. Czynniki sukcesu we współczesnej gospodarce. Wykorzystanie zmiany, kreatywności oraz innowacyjności.

Tytuły prac magisterskich powinny korespondować z zakresem tematycznym seminarium.

**Dr Sebastian Kopera**

**Media Społecznościowe w Zarządzaniu**

1. Zarządzanie mediami społecznościowymi i media społecznościowe w zarządzaniu
2. Projektowanie innowacji opartych na Big Data i technologiach informacyjnych
3. Analityka mediów społecznościowych w działalności innowacyjnej
4. Media społecznościowe w zarządzaniu wiedzą
5. Media społecznościowe a ekonomia współdzielenia (*sharing economy*)
6. Media społecznościowe w budowaniu relacji B2B i B2C
7. Strategie mediów społecznościowych – projektowanie i ocena
8. Kompetencje w mediach społecznościowych
9. Efektywność i skuteczność elektronicznego marketingu
10. Prawne aspekty mediów społecznościowych
11. Modele e-biznesowe – projektowanie, analiza, ocena
12. Technologie mobilne/inteligentne (smart) w zarządzaniu
13. Koncepcja *smart city* a zarządzanie
14. Crowdsourcing (w tym crowdfunding) w zarządzaniu – zastosowania i efektywność
15. Grywalizacja w zarządzaniu

Wymagania:

1. Ponadprzeciętne zainteresowanie nowymi technologiami i możliwościami ich wykorzystania w biznesie i organizacjach non-profit.
2. Gotowość do systematycznego uczęszczania na seminaria (obecność obowiązkowa).

**Dr Karolina Nessel**

**Zarządzanie w turystyce i w sporcie**

* Internacjonalizacja sektora sportowego
* Przedsiębiorczość w sporcie
* Marketing sportu oraz marketing poprzez sport
* Polityka państwa w obszarze sportu
* Rynek pracy w sporcie
* Segmentacja rynkowa w sporcie
* Internacjonalizacja przemysłu turystycznego
* Rynek pracy w turystyce

**Dr Igor Perechuda**

**Zarządzanie w turystyce i w sporcie**

* Zarządzanie klubem sportowym
* Organizacje non-profit
* Modele biznesu sportowego
* Zarządzanie strategiczne w sporcie
* Finanse w sporcie i organizacjach sportowych
* Wartość i wycena wartości organizacji i zawodników
* Sponsoring
* Finansowanie przedsięwzięć sportowych
* Społeczna stopa zwrotu
* Wartość ekonomiczna i społeczna przedsięwzięć sportowych
* Ocena opłacalności
* Zarządzanie dokonaniami przedsiębiorstw społecznych, sportowych
* Controlling strategiczny i finansowy
* Społeczna odpowiedzialność biznesu (CSR)
* Cele zrównoważonego rozwoju w sporcie
* Rynek sportowy
* Ocena opłacalności
* Zarządzanie dokonaniami przedsiębiorstw
* Controlling strategiczny i finansowy
* Społeczna odpowiedzialność biznesu (CSR)
* Cele zrównoważonego rozwoju a turystyka i rekreacja
* Organizacje non-profit
* Ekoturystyka

**Propozycje tematów prac:**

* Wartość zawodników w kontekście wyników sportowych – analiza przypadku
* Efektywność biznesowa i sportowa klubów piłkarskich w Polsce
* Wpływ interesariuszy klubu sportowego na zarządzanie
* Klub sportowy jako narzędzie CSR dla biznesu
* Zmiany na rynku szkół i akademii sportowych w Polsce
* Propozycja strategicznej karty wyników dla klubów sportowych w dyscyplinie
* Kondycja finansowa polskich klubów piłkarskich na przestrzeni ostatnich lat
* Zagrożenie bankructwem hotelarstwie
* Koopetycja w agroturystyce
* Ekoturystyka – szanse i zagrożenia dla branży
* Udział trzeciego sektora w rekreacji