

TEMATYKA SEMINARIÓW 2020/2021

prof. dr hab. Małgorzata Bednarczyk

Media społecznościowe w zarządzaniu

- E-management organizacji a media społecznościowe
- Zastosowanie mediów społecznościowych w zarządzaniu przedsiębiorstwem
- Marka organizacji a zastosowanie mediów społecznościowych
- Strategie promocji przedsiębiorstwa w Internecie
- Zastosowanie mediów społecznościowych w komunikacji marketingowej organizacji
- Zastosowanie mediów społecznościowych w komunikacji wizualnej

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. Jarema Batorski, prof. UJ

Zarządzanie w turystyce i w sporcie

- Organizacyjne uczenie się i organizacje uczące się w turystyce
- Zarządzanie kryzysowe w turystyce
- Kultura organizacyjna przedsiębiorstwa turystycznego
- Zarządzanie wiedzą i informacją w turystyce
- Kierowanie zmianą w firmie turystycznej
- Modele biznesu organizacji turystycznej
- Rozwiązywanie realnego problemu zarządzania w przedsiębiorstwie turystycznym

- Kształtowanie wizerunku: miasta, regionu lub biznesu turystycznego
- Władza i politykowanie w przedsiębiorstwie turystycznym
- Konkurencyjność biznesu turystycznego
- Organizacyjne uczenie się i organizacje uczące się w sporcie
- Kultura organizacyjna klubu sportowego
- Zarządzanie wiedzą i informacją w sporcie
- Kierowanie zmianą w biznesie sportowym
- Modele biznesu w sporcie
- Rozwiązanie realnego problemu zarządzania w biznesie sportowym
- Zarządzanie kryzysowe w organizacji sportowej
- Konkurencyjność biznesu sportowego
- Władza i politykowanie w organizacji sportowej
- Kształtowanie wizerunku klubu sportowego

Media społecznościowe w zarządzaniu

- Media społecznościowe jako narzędzie kształtowania wizerunku – organizacji, miasta, regionu
- Organizacyjne uczenie się a media społecznościowe
- Zarządzanie wiedzą w organizacji a media społecznościowe
- Media społecznościowe w zarządzaniu kryzysowym
- Social media w politykowaniu organizacyjnym
- Social media w wywiadzie gospodarczym
- Media społecznościowe w budowaniu kultury organizacyjnej

dr hab. Małgorzata 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 strategię 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, aliance 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 strategię 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
- Wykorzystanie 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 zarządzania 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 strategię 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 hab. Marek Zawartka

Zarządzanie w turystyce i w sporcie

- Marketing oraz sponsoring w organizacjach sportowych
- Organizacja i bezpieczeństwo imprez masowych sportowych
- Zarządzanie bezpieczeństwem w turystyce sportowej
- Zarządzanie czasem wolnym poprzez udział w sporcie i rekreacji
- Zarządzanie turystyką do miejsc niebezpiecznych.
- Zarządzanie turystyką ekstremalną
- Krajowe i Międzynarodowe Organizacje w Sporcie
- Zarządzanie turystyką w aspekcie zagrożeń cywilizacyjnych oraz zagrożeń naturalnych;
- Zarządzanie bezpieczeństwem w obiektach hotelarskich;
- Zarządzanie organizacją sportową;
- Zarządzanie sportem osób niepełnosprawnych w Polsce, formy działalności, system organizacji
- Doping, korupcja, agresywne zachowania widzów sportowej zagrożeńami współczesnego sportu

- Zarządzanie bezpieczeństwem w turystyce górskiej;
- Infrastruktura obiektów sportowych i jej wpływ na bezpieczeństwo imprez masowych sportowych;
- Organizacja i bezpieczeństwo rozgrywek w piłce nożnej szczebla centralnego PZPN;
- Promowanie nowatorskich dyscyplin sportowych w Polsce i na Świecie
- Zachowania rasistowskie i ksenofobiczne w trakcie imprez masowych sportowych, zagrożeniami dla współczesnego sportu;
- Kreowanie marki na przykładzie klubów sportowych, sportowców oraz wybranych wydarzeń sportowych;
- Organizacja bezpiecznych imprez rekreacyjnych;
- Organizacja usług sportowo-rekreacyjnych na przykładzie klubów fitness
- System sportu amatorskiego w Polsce, organizacja imprez sportowych dla zawodników niezrzeszonych.

dr Jacek Gancarczyk

Media Społecznościowe w zarządzaniu

Temat seminarium: 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

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

Wymagania:

- Ponadprzeciętne zainteresowanie nowymi technologiami i możliwościami ich wykorzystania w biznesie i organizacjach non-profit.
- 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 dokonaniem przedsiębiorstw społecznych, sportowych
- Controlling strategiczny i finansowy
- Społeczna odpowiedzialność biznesu (CSR)
- Cele zrównoważonego rozwoju w sporcie
- Rynek sportowy
- Ocena opłacalności
- Zarządzanie dokonaniem 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