

Wydział Zarządzania
Katedra Ekonomiki, Organizacji i Zarządzania

Tematy prac inżynierskich

1. Jakość życia w wybranej grupie społecznej.
2. Poziom życia w wybranej grupie społecznej.
3. Poziom i jakość życia w wybranej gminie.
4. Analiza poziomu zróżnicowania cen na przykładzie wybranej grupy produktów lub usług.
5. Zjawisko sezonowości sprzedaży wybranych produktów.
6. Wpływ działań promocyjnych na zachowania konsumenta.
7. Dystrybucja produktów.
8. Społeczna odpowiedzialność biznesu jako funkcja marketingu.
9. Analiza rynku na przykładzie wybranych produktów lub usług (np.: produkty żywnościowe, usługi, nieruchomości).
10. Strategie marketingowe w przedsiębiorstwach.
11. Systemy motywacyjne w przedsiębiorstwach.
12. Sposoby wynagradzania pracowników.
13. Zalety i wady systemów premiowania.
14. Znaczenie marki w zachowaniach konsumentkich.
15. Identyfikacja stylów kierowania w przedsiębiorstwie usługowym.
16. Czynniki rozwoju przedsiębiorczości w wybranej gminie.
17. Style kierowania w przedsiębiorstwach.
18. Style kierowania i kultura organizacyjna w wybranym przedsiębiorstwie.
19. Analiza budżetu wybranej gminy.
20. Wpływ rachunku kosztów na poziom cen.
21. Organizacja rachunkowości w przedsiębiorstwie.
22. Wskaźnikowa analiza finansowa w przedsiębiorstwie produkcyjnym.
23. Ocena skuteczności systemu zarządzania jakością w procesie produkcyjnym.
24. Zarządzanie oddziaływaniem na środowisko w procesie produkcji.
25. Optymalizacja procesu produkcji z zastosowaniem wybranych systemów zarządzania.
26. Znaczenie opakowania w marketingu ekologicznym.
27. Kreowanie strategii marketingowej na przykładzie wybranego przedsiębiorstwa ekologicznego.
28. Ocena stron internetowych wybranych przedsiębiorstw ekologicznych.
29. Istota i znaczenie reklamy internetowej w kreowaniu wizerunku przedsiębiorstwa ekologicznego.
30. Ocena wyników produkcyjno-ekonomicznych wybranej uprawy w warunkach ekologicznego systemu produkcji.
31. Funkcjonowanie i rozwój ekologicznych/grup producenckich w Polsce.
32. Cele prowadzenia przedsiębiorstw.

Tematy prac licencjackich

1. Analiza finansowa (budżetu) jednostki budżetowej.
2. New public management – wyzwania dla jednostki budżetowej.

3. Controlling w jednostce sektora finansów publicznych.
4. Ewidencja budżetowa i poza budżetowa na przykładzie urzędu gminy.
5. Zarządzanie strategiczne w organizacji.
6. Analiza otoczenia branży lub przedsiębiorstwa.
7. Styl kierowania jako element przewagi konkurencyjnej w przedsiębiorstwie.
8. Rozwój kapitału ludzkiego w urzędzie gminy, przedsiębiorstwie np. znaczenie szkoleń oceny, sposobów doboru w rozwoju kompetencji kadry.
9. Kultura organizacyjna w wybranej organizacji.
10. Zarządzanie informacją jako element tworzenia przewagi konkurencyjnej w przedsiębiorstwach.
11. Uwarunkowania e-handlu produktami ekologicznymi.
12. Kształtowanie cen ekologicznych produktów mleczarskich.
13. Kształtowanie cen ekologicznych produktów zbożowych.
14. Kształtowanie cen ekologicznych owoców i warzyw.
15. Międzynarodowy marketing produktów ekologicznych.
16. Szanse i ograniczenia rozwoju rolnictwa ekologicznego.
17. Uwarunkowania rozwoju eko-turystyki w województwie kujawsko-pomorskim.
18. Szanse i ograniczenia rozwoju agroturystyki w Polsce.
19. Badania marketingowe na rynku produktów ekologicznych.
20. Sprzedaż hurtowa na rynku produktów ekologicznych.
21. Nowoczesne formy reklamy zewnętrznej w marketingu ekologicznym.
22. Rola public relations w marketingu ekologicznym.
23. Preferencje konsumentów.
24. Zarządzanie zasobami ludzkimi w organizacji.

Tematy prac magisterskich

1. Społeczna odpowiedzialność w organizacji– case study.
2. Analiza rynku dóbr szybko rotujących, znaczenia analizy rynku w zarządzaniu przedsiębiorstwem.
3. Zarządzanie równowagą praca-życie jako narzędzie podnoszenia efektywności w organizacji.
4. Finansowa analiza porównawcza przedsiębiorstw rolniczych lub innych podmiotów sektora rolno-żywnościowego.
5. Ocena efektywności wybranych czynników z obszaru zarządzania.
6. Styl kierowania jako element przewagi konkurencyjnej w przedsiębiorstwie analiza. porównawcza, problemy kształtowania stylów kierowania w przedsiębiorstwach.

7. New public management – wyzwania dla jednostki budżetowej.
8. Controlling w jednostce sektora finansów publicznych.
9. Ekonomiczne, prawne, społeczne determinanty zrównoważonego rozwoju.
10. Znaczenie opakowania w marketingu ekologicznym.
11. Kreowanie strategii marketingowej na przykładzie wybranego przedsiębiorstwa ekologicznego.
12. Ocena stron internetowych wybranych przedsiębiorstw ekologicznych.
13. Istota i znaczenie reklamy internetowej w kreowaniu wizerunku przedsiębiorstwa ekologicznego.
14. Ocena wyników produkcyjno-ekonomicznych wybranej uprawy w warunkach ekologicznego systemu produkcji.
15. Funkcjonowanie i rozwój ekologicznych/grup producenckich w Polsce.
16. Znaczenie reklamy internetowej w zarządzaniu przedsiębiorstwem.
17. Polski handel rolno-spożywczy z wybranymi krajami Unii Europejskiej.
18. Marketing produktów regionalnych.
19. Organizacja badań marketingowych w przedsiębiorstwach województwa kujawsko-pomorskiego.
20. Organizacja dystrybucji produktów ekologicznych na przykładzie przedsiębiorstw produkcyjnych.
21. Znaczenie reklamy internetowej w zarządzaniu przedsiębiorstwem.
22. Polski handel rolno-spożywczy z wybranymi krajami Unii Europejskiej.
23. Marketing produktów regionalnych.
24. Organizacja badań marketingowych w przedsiębiorstwach województwa kujawsko-pomorskiego.
25. Organizacja dystrybucji produktów ekologicznych na przykładzie przedsiębiorstw produkcyjnych.
26. Analiza porównawcza wybranych przedsiębiorstw Agencji Nieruchomości Rolnych.
27. Organizacja rachunkowości w Lasach Państwowych.
28. Style kierowania w wybranym przedsiębiorstwie.
29. Zarządzanie instrumentami finansowymi dla bezrobotnych.
30. Znaczenie inkubatorów przedsiębiorczości w regionie.
31. Czynniki rozwoju przedsiębiorczości w danej gminie.
32. Rachunek kosztów w zarządzaniu przedsiębiorstwem.
33. Zarządzanie zasobami pracy w jednostce budżetowej.
34. Znaczenie marki w zachowaniach konsumenckich.
35. Zarządzanie usługami kredytowymi dla konsumentów sieci handlowych.
36. Zarządzanie outsourcingiem w szpitalach.