

Katedra Zarządzania i Finansów Przedsiębiorstw

Zakres tematyczny seminarium

dr Rafał Drewniak

1. Metody i koncepcje zarządzania w przedsiębiorstwie.
2. Analiza narzędzi analizy strategicznej w przedsiębiorstwie.
3. Porozumienia strategiczne (alianse strategiczne, joint-venture i inne).
4. Analiza otoczenia przedsiębiorstwa.
5. Zarządzanie marketingowe w przedsiębiorstwie.
6. Strategie rozwoju przedsiębiorstwa.
7. Zastosowanie elementów marketingowych w przedsiębiorstwie i ich skuteczność.
8. Strategie marketingowe w przedsiębiorstwie.
9. Proces komunikowania się przedsiębiorstwa z otoczeniem (Public Relations).
10. Zarządzanie marką.
11. Analiza cyklu życia produktu.
12. E-commerce (handel elektroniczny, działalność przedsiębiorstw w Internecie).
13. Konkurencyjność przedsiębiorstw w warunkach globalizacji.
14. Strategie rozwoju produktu.
15. Zarządzanie w warunkach globalizacji.
16. Istota i znaczenie narzędzi marketingowych w działalności przedsiębiorstwa.
17. Determinanty satysfakcji i lojalności klientów.
18. Nowoczesne koncepcje marketingowe (marketing sensoryczny, partyzancki, wielopoziomowy, wirusowy, aromamarketing, one-to-one i inne).
19. Uwarunkowania i znaczenie segmentacji rynku.
20. Uwarunkowania społecznej odpowiedzialności biznesu (koncepcja CSR).

Powyższe zagadnienia stanowią ogólnie i szeroko zakreśloną problematykę, podejmowaną na seminarium. W ramach każdego zagadnienia będą poszukiwane szczególnie tematy przygotowywanych prac.

Dr Iwona Posadzińska

1. Strategiczne i operacyjne aspekty zarządzania organizacjami
2. Nowoczesne koncepcje zarządzania
3. Metody i techniki zarządzania
4. Techniki organizatorskie i decyzyjne

5. Strategie, elementy i narzędzia marketingowe
6. Koncepcja marketingu na rynku konsumpcyjnym, przemysłowym, usługowym i organizacji non-profit
7. Przedsiębiorstwo międzynarodowe
8. Kultura organizacyjna w zarządzaniu
9. Praca kierownicza
10. System komunikacji i informacji w przedsiębiorstwie

Dr Monika Klemke-Pitek

1. Ocena kondycji ekonomiczno-finansowej podmiotów gospodarczych
2. Metody oceny zdolności kredytowej stosowane w bankach komercyjnych
3. Kredytowanie podmiotów gospodarczych
4. Kredytowanie osób fizycznych
5. Pozyskiwanie kapitału na rozwój przedsiębiorstw
6. Pozyskiwanie środków z UE w Polsce
7. Zarządzanie projektami
8. Zarządzanie finansami