

# **SEMINARIA MAGISTERSKIE**

**Rok akademicki 2021/2022**

**OFERTA DLA STUDENTÓW  
I ROKU  
STUDIÓW II STOPNIA  
stacjonarnych**

**Kierunek:  
zarządzanie publiczne**

## 1. Krótki opis zasad wyboru seminarium magisterskiego

- Student wybiera seminarium magisterskie.
- Limit osób na danym seminarium jest następujący - **maksymalnie 10, minimum: 8.**
- W roku akademickim 2021/2022 planowane jest uruchomienie 3 seminariów.
- Po dokonaniu rejestracji w USOS i uzyskaniu potwierdzenia zapisu na dane seminarium **NIE MA MOŻLIWOŚCI ZMIANY DECYZJI O WYBORZE SEMINARIUM MAGISTERSKIEGO.**
- Dana osoba może wpisać się tylko na **JEDNO SEMINARIUM.**

## 2. Rejestracja bezpośrednia do grup seminaryjnych

Rejestracja odbywać się będzie poprzez **rejestrację bezpośrednią.**

Pomocnicze informacje dotyczące rejestracji na przedmioty:

<http://usosownia.uj.edu.pl/rejestracje-na-zajecia>

## 3. Termin rejestracji

### **Początek zapisów:**

17 maja 2021 r. (poniedziałek) od godziny 21:00.

### **Koniec zapisów:**

18 maja 2021 r. (wtorek) do godziny 23:59.

## TEMATYKA SEMINARIÓW MAGISTERSKICH

imię i nazwisko prowadzącego seminarium	<b>dr hab. Grzegorz Baran, prof. UJ</b>
temat seminarium	<b>Zarządzanie marketingowe</b>
zakres tematyczny seminarium	<p>Celem seminarium, a więc i realizowanych w jego ramach prac, jest identyfikowanie, opisywanie, interpretowanie, wyjaśnianie, a w końcu próba projektowania nowatorskich rozwiązań w zakresie zarządzania marketingowego odpowiadających na współczesne problemy i potrzeby człowieka oraz zachodzące w otoczeniu zmiany. Zarządzanie marketingowe, jako nauka o silnie interdyscyplinarnym charakterze, stoi obecnie przed poważnymi wyzwaniami związanymi z głębokimi przeobrażeniami społeczno-gospodarczymi. Będąc jednocześnie zbiorem praktyk menedżerskich i obszarem nauki, marketing generuje istotne problemy w zakresie konceptualizacji związanych z nim pojęć i zależności. Determinuje to określony sposób myślenia oraz formułowania i rozwiązywania problemów badawczych i praktycznych. Obiecującą perspektywą badawczą jest ujęcie marketingu w postaci procesu społecznego ukierunkowanego na tworzenie wartości dla klientów i użytkowników. W ten sposób określona podstawa pozwala wyłonić szereg problemów badawczych, koncentrujących koncepcje i metody zarządzania marketingowego między innymi wokół takich zagadnień jak: ekonomia współdzielenia, innowacyjne modele biznesu, projektowanie (design) bardziej przyjaznych człowiekowi i środowisku produktów, zmieniające się sposoby komunikacji (Internet, blogi, media społecznościowe, inteligentne urządzenia), przełomowe innowacje (np. sieci 5G, sztuczna inteligencja, internet rzeczy, druk 3D, wiedza w otwartym dostępie, drony, cyfrowe waluty, płatności mobilne), marketing terytorialny, marketing relacji, marketing doświadczeń, strategia marketingowa, klient jako współtwórca wartości, zarządzanie marką i wizerunkiem organizacji, społeczna rola marketingu, marketingowe źródła przewagi konkurencyjnej, zarządzanie zintegrowaną komunikacją marketingową, zarządzaniem produktem, zarządzanie ceną i wiele innych ważnych współcześnie problemów mających wpływ na jakość życia współczesnego człowieka.</p>

<p>Tytuły prac mgr zrealizowanych w ramach seminarium w poprzednich latach:</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Wykorzystanie marketingu społecznościowego w kształtowaniu zachowań i decyzji nabywczych konsumentów</li> <li>• Rola nowych mediów w kształtowaniu orientacji marketingowej organizacji publicznych</li> <li>• Wykorzystania archeologicznego dziedzictwa kulturowego w marketingu terytorialnym</li> <li>• Efektywność komunikacji w trybie zdalnym na przykładzie wybranych krakowskich uczelni</li> <li>• Metody zarządzania kryzysem wizerunkowym</li> <li>• Wpływ instrumentów promocji wykorzystywanych na platformie Instagram na zachowania i decyzje konsumenckie</li> <li>• Spółki non-profit jako forma realizacji przedsiębiorczości społecznej</li> <li>• Design Thinking jako metoda zarządzania zmianą w przestrzeni publicznej</li> <li>• Zarządzanie jakością pracy personelu pielęgniarskiego w jednostkach opieki zdrowotnej</li> <li>• Kanały Web 2.0 jako przestrzeń prowadzenia kampanii społecznych</li> <li>• Rola mediów społecznościowych w komunikowaniu się młodzieży i ich wpływ na wybór uczelni wyższej</li> <li>• Storytelling jako narzędzie kreowania marki</li> <li>• Employer branding jako narzędzie budowania tożsamości organizacyjnej i identyfikacji pracowników z organizacją publiczną</li> <li>• Imprezy sportowe jako instrument kształtowania wizerunku i promocji miasta</li> <li>• Znaczenie społecznego zaangażowania organizacji dla kształtowania jej wizerunku</li> <li>• Znaczenie wizerunku w budowaniu pozycji konkurencyjnej uczelni na przykładzie Uniwersytetu Jagiellońskiego</li> <li>• Specyfika marketingu na rynku ubezpieczeń na życie</li> <li>• Społeczne zaangażowanie organizacji – działalność charytatywna czy korzyści dla firmy</li> <li>• Polityka budowania tożsamości mieszkańców warunkiem zmian społecznych gminy</li> <li>• Marketing w promocji zdrowia i jego wpływ na kształtowanie świadomości konsumentów</li> <li>• Informacyjno-perswazyjna rola kampanii społecznych. Studium przypadku kampanii skierowanych do kierowców</li> <li>• Marketing partyzancki i ambient media jako alternatywne formy komunikacji marketingowej</li> <li>• Serwis internetowy Youtube jako platforma współtworzenia wartości z klientem</li> <li>• Rola i instrumenty partycypacji społecznej w procesie tworzenia Strategii Rozwoju Krakowa 2030</li> <li>• Rynek LOHAS oparty na zdrowym i zrównoważonym stylu życia jako szansa rozwoju nowych modeli biznesu</li> <li>• Promocja sztuki na przykładzie teatru profesjonalnego i amatorskiego</li> <li>• Instrumenty przeciwdziałania wykluczeniu społecznemu w Małopolsce</li> </ul>
<p>Przedmioty fakultatywne tworzące ścieżkę</p>	<p>kierowanie zmianą kultury organizacji  marketing społeczny  współdziałanie międzyorganizacyjne i międzysektorowe  zarządzanie kadrami w organizacjach publicznych i obywatelskich  zarządzanie partycypacyjne  zarządzanie programami i portfelami projektów  zarządzanie projektami  instrumenty rozwoju lokalnego i regionalnego  zarządzanie zaufaniem jednostek sfery publicznej</p>

imię i nazwisko prowadzącego seminarium	<b>dr hab. Ewa Bogacz-Wojtanowska, prof. UJ</b>
temat seminarium	<b>Społeczność lokalna w działaniu – czyli jak skutecznie poprawiać jakość życia swoich mieszkańców</b>
zakres tematyczny seminarium	Przy pomocy badań w działaniu, studenci wraz z lokalnymi liderami, mieszkańcami, grupami nieformalnymi, organizacjami pozarządowymi i lokalnymi instytucjami publicznymi będą identyfikować i diagnozować istotne problemy społeczności lokalnych (oraz szczególnie grup defaworyzowanych), planować działania usprawniające, jak również ewentualnie przygotowywać lub realizować działania i projekty dla społeczności lokalnej. Ich celem będzie poprawa jakości życia wybranych grup społecznych czy też całej społeczności lokalnej, przy wykorzystaniu lokalnych zasobów instytucjonalnych, ekonomicznych, kulturowych i społecznych
Tytuły prac mgr zrealizowanych w ramach seminarium w poprzednich latach:	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Jak wspierać potrzeby różnych odbiorców biblioteki? Studium przypadku Biblioteki Kraków.</li> <li>• Proces rekrutacji pracowników naukowo-dydaktycznych w publicznych uczelniach wyższych. Studium przypadku.</li> <li>• Narzędzia wspierające wymianę informacji pomiędzy jednostkami samorządu terytorialnego a organizacjami pozarządowymi. Studium przypadku Urzędu Miasta Krakowa.</li> <li>• Marketing "jednego procenta". Studium przypadku Fundacji Hipoterapia - Na Rzecz Rehabilitacji Dzieci Niepełnosprawnych.</li> <li>• Komunikowanie się z odbiorcami usług i produktów w organizacji publicznej. Studium przypadku KIPPiM.</li> <li>• Komunikacja Urzędu Miasta Krakowa z lokalnymi organizacjami pozarządowymi.</li> <li>• Skuteczność zarządzania obiektem sportowym - studium przypadku.</li> <li>• Komunikacja w zarządzaniu kryzysowym na poziomie gminy. Studium przypadku.</li> <li>• Rebranding jako sposób na zdobycie nowych odbiorców organizacji pozarządowej. Studium przypadku Fundacji Hipoterapia - Na Rzecz Rehabilitacji Dzieci Niepełnosprawnych.</li> <li>• Kampania marketingowa organizacji pożytku publicznego w celu pozyskania środków z jednego procenta podatków. Studium przypadku Fundacji Ukryte Skrzydła.</li> </ul>
Przedmioty fakultatywne tworzące ścieżkę	<p>audyt w organizacjach publicznych  przywództwo w sferze publicznej  współdziałanie międzyorganizacyjne i międzysektorowe  zarządzanie finansami i ryzykiem w projekcie  zarządzanie kadrami w organizacjach publicznych i obywatelskich  zarządzanie międzynarodowe  zarządzanie partycypacyjne  zarządzanie programami i portfelami projektów  zarządzanie projektami</p>

imię i nazwisko prowadzącego seminarium	<b>Dr hab. Zbysław Dobrowolski, prof. UJ</b>
temat seminarium	<b>Przeciwdziałanie patologiom organizacyjnym</b>
zakres tematyczny seminarium	Problematyka prowadzonych seminariów magisterskich dotyczy w szczególności identyfikacji zjawisk patologicznych oraz wprowadzania zmian organizacyjnych w celu ich wyeliminowania. Badania koncentrują się na różnych aspektach sprawności funkcjonowania organizacji publicznych. Przedmiotem badań są głównie organizacje publiczne: ich cele, zadania, struktura, sposoby zarządzania, jak też ich wpływ na zapewnienie bezpieczeństwa państwa i jego obywateli. Ponadto problemy zarządzania organizacjami korzystającymi ze środków publicznych lub zobligowanymi do realizacji obowiązków względem państwa. Podczas seminarium studenci będą realizować własny projekt badawczy związany z ww. problematyką. Da im to możliwość analizy i krytycznej oceny stosowanych rozwiązań. Pozwoli zapoznać się z wybranymi problemami i sposobami ich rozwiązywania. Praca magisterska powinna być oparta nie tylko na analizie i krytyce piśmiennictwa ale także na wynikach własnych badań empirycznych.
Tytuły prac mgr zrealizowanych w ramach seminarium w poprzednich latach:	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Skuteczność funkcji prewencyjnej działalności Komisji Nadzoru Finansowego w latach 2015-2019.</li> <li>• Funkcjonowanie kontroli zarządczej w jednostkach samorządu terytorialnego.</li> <li>• Implementacja strategii antykorupcyjnej w szkołach w latach 2018-2020.</li> <li>• Wykorzystanie narzędzi projektowych jako element optymalizacji działań w organizacjach pożytku publicznego.</li> <li>• Skuteczność funkcji kontrolnej Centralnego Biura Antykorupcyjnego w latach 2015-2019.</li> </ul>
Przedmioty fakultatywne tworzące ścieżkę	<p>audyt w organizacjach publicznych  przywództwo w sferze publicznej  współdziałanie międzyorganizacyjne i międzysektorowe  zarządzanie finansami i ryzykiem w projekcie  zarządzanie kadrami w organizacjach publicznych i obywatelskich  zarządzanie międzynarodowe  zarządzanie partycypacyjne  zarządzanie programami i portfelami projektów  zarządzanie projektami</p>

imię i nazwisko prowadzącego seminarium	<b>dr hab. Roman Dorczak, prof. UJ</b>
temat seminarium	<b>Psychologiczne uwarunkowania zarządzania organizacjami edukacyjnymi</b>
zakres tematyczny seminarium	Seminarium poświęcone jest problemowi zarządzania organizacjami edukacyjnymi (szkołami i innymi organizacjami świadczącymi usługi edukacyjne) dla maksymalizacji edukacyjnych korzyści, jakie wnoszą osoby korzystające z ich działalności. Szczegółowe problemy stawiane w ramach seminarium dotyczą różnych aspektów zarządzania procesem edukacyjnym wobec wyzwań wynikających z potrzeb edukacyjnych pojawiających się w odpowiedzi na dynamiczne zmiany zachodzące w otaczającym świecie. Obejmują zarówno zagadnienia zarządzania konkretną organizacją (szkołą) jak też zagadnienia występujące w obrębie systemu edukacyjnego oraz relacji zachodzących pomiędzy organizacjami edukacyjnymi a ich otoczeniem. Prace realizowane na seminarium mają charakter empiryczny. Seminarzyści wykonują indywidualne projekty badawcze w oparciu o samodzielnie przygotowaną technikę gromadzenia danych. Projekty ukierunkowane są na zbadanie specyfiki zarządzania organizacjami edukacyjnymi wynikającej z unikalności ich celów na tle celów innych organizacji publicznych, organizacji społecznych oraz rynkowych. Seminarium adresowane jest do studentów zainteresowanych zagadnieniami związanymi z działalnością edukacyjną w szerokim znaczeniu tego terminu.
Tytuły prac mgr zrealizowanych w ramach seminarium w poprzednich latach:	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Komunikacja w zespole w wirtualnym środowisku pracy.</li> <li>• Motywowanie wolontariuszy na przykładzie działalności Stowarzyszenia Centrum Młodzieży Arka w Radomiu.</li> <li>• E-zdrowie i jego wpływ na zarządzanie w centrach medycznych w opinii pracowników medycznych.</li> <li>• Stres w zawodzie nauczyciela.</li> <li>• Wpływ rodziców na zarządzanie szkołą.</li> <li>• Polityka edukacyjna wobec potrzeb rynku pracy.</li> <li>• Mobbing w szkole.</li> <li>• Ocena usług elektronicznych świadczonych przez Starostwo Powiatowe w Nowym Targu.</li> <li>• Ocena pracowników samorządowych jako element zarządzania na przykładzie Gminy Spytkowo.</li> <li>• Alternatywne formy organizacji i finansowania szkół na przykładzie programu "Mała Szkoła".</li> <li>• Rozumienie zjawiska wypalenia zawodowego przez przedstawicieli kadry pedagogicznej a zarządzanie szkołą.</li> <li>• Rekrutacja jako element procesów zarządzania personelem na przykładzie Policji.</li> </ul>
Przedmioty fakultatywne tworzące ścieżkę	<p>kierowanie zmianą kultury organizacji</p> <p>marketing społeczny</p> <p>współdziałanie międzyorganizacyjne i międzysektorowe</p> <p>zarządzanie kadrami w organizacjach publicznych i obywatelskich</p> <p>zarządzanie partycypacyjne</p> <p>zarządzanie programami i portfelami projektów</p> <p>zarządzanie projektami</p> <p>instrumenty rozwoju lokalnego i regionalnego</p> <p>zarządzanie zaufaniem jednostek sfery publicznej</p>

imię i nazwisko prowadzącego seminarium	<b>dr hab. Regina Lenart-Gansiniec, prof. UJ</b>
temat seminarium	<b>Zarządzanie wiedzą i organizacje uczące się – perspektywa organizacji publicznych i pozarządowych</b>
zakres tematyczny seminarium	<p>Wiedza jest szczególnym i najważniejszym zasobem każdej organizacji. Dzięki wiedzy organizacja nabywa zdolność do rozwiązywania problemów. Wiedza jako zasób strategiczny powinna podlegać stałej identyfikacji, pomiarowi, pozyskiwaniu, rozwojowi, wykorzystaniu i ochronie. W szczególności wiedza nabiera znaczenia strategicznego w chwili jej wykorzystania. Wiedza niestosowana nie ma wartości, a przestarzała, nieadekwatna ma wartość ujemną. W ramach seminarium poruszane są kwestie związane z zarządzaniem wiedzą oraz organizacją uczącą się w kontekście zarządzania organizacjami publicznymi i pozarządowymi. Przy czym zarządzanie wiedzą rozumiane jest jako: <i>ogół procesów umożliwiających tworzenie, upowszechnianie i wykorzystywanie wiedzy do realizacji celów organizacji</i> (Murray, Myers, 1997), a organizacja ucząca się to taka, która „nieustannie się uczy i zmienia względem tego doświadczenia. Proaktywnie wykorzystuje uczenie się w zintegrowany sposób w celu wspierania i przyspieszania rozwoju dla członków organizacji, zespołów i organizacji jako całości oraz związanych z nią instytucji i społeczności” (Marsick, Watkins, 1996). Seminarium nie obejmuje swoim zakresem problematyki zarządzania zasobami ludzkimi.</p> <p>Zakres tematyczny seminarium:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- zarządzanie wiedzą w organizacjach publicznych: znaczenie, typologia wiedzy, uwarunkowania zarządzania wiedzą, dzielenie się wiedzą, transfer wiedzy, identyfikacja, rozwijanie wiedzy, zdolność absorpcyjna, ochrona, gromadzenie wiedzy, wykorzystywanie wiedzy, nowe technologie wspierające zarządzanie wiedzą, znaczenie, bariery zarządzania wiedzą</li> <li>- organizacja ucząca się: uwarunkowania, znaczenie, bariery, rezultaty, pomiar, procesy, praktyki uczenia się organizacji, nowe technologie ułatwiające uczenie się organizacji, organizacyjne uczenie się, organizacyjne zapominanie, pamięć organizacyjna, organizacyjne oduczanie się</li> </ul>
Tytuły prac mgr zrealizowanych w ramach seminarium w poprzednich latach:	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Organizacja ucząca się</li> <li>• Dzielenie się wiedzą</li> <li>• Strategie wiedzy</li> <li>• Strategie zarządzania wiedzą</li> <li>• Strategie promocyjne</li> <li>• Przewaga konkurencyjna</li> <li>• Nowoczesne metody i instrumenty zarządzania organizacją publiczną</li> </ul>
Przedmioty fakultatywne tworzące ścieżkę	<p>kierowanie zmianą kultury organizacji</p> <p>marketing społeczny</p> <p>współdziałanie międzyorganizacyjne i międzysektorowe</p> <p>zarządzanie kadrami w organizacjach publicznych i obywatelskich</p> <p>zarządzanie partycypacyjne</p> <p>zarządzanie programami i portfelami projektów</p> <p>zarządzanie projektami</p> <p>instrumenty rozwoju lokalnego i regionalnego</p> <p>zarządzanie zaufaniem jednostek sfery publicznej</p>

imię i nazwisko prowadzącego seminarium	<b>dr hab. Justyna Maciąg</b>
temat seminarium	<b>Projakściowe koncepcje i metody zarządzania organizacjami</b>
zakres tematyczny seminarium	<p>W ramach seminarium eksplorowany jest obszar badawczy oscylujący wokół problematyki:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• projakściowych koncepcji zarządzania takie jak: Lean Management, Green Lean, zarządzanie jakością (w tym standardy ISO), zarządzanie procesami, zarządzanie ciągłością działania w organizacjach publicznych, pozarządowych oraz biznesowych;</li> <li>• oceny jakości usług w organizacjach publicznych (szkoły wyższe, starostwa powiatowe, gminy i miasta) oraz organizacjach biznesowych (m.in. usług hotelarskich, gastronomicznych, rekreacyjnych, medycznych);</li> <li>• oceny skuteczności i efektywności systemów zarządzania, zmian kultury organizacyjnej w procesie wdrażania projakściowych i procesowych koncepcji zarządzania m.in. kultura nieustannego doskonalenia</li> </ul>
Tytuły prac mgr zrealizowanych w ramach seminarium w poprzednich latach:	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ocena skuteczności i efektywności wykorzystania Kaizen w usprawnieniu procesów na przykładzie firmy SMA Magnetics Sp. z o. o.</li> <li>• Usprawnienie działalności Studenckiej Poradni Prawnej KAAFM poprzez standaryzację pracy.</li> <li>• Społeczna odpowiedzialność biznesu - identyfikacja i ocena skuteczności na przykładzie banku BGŻ BNP PARIBAS</li> <li>• Ocena jakości produktu turystycznego na przykładzie Kopalni Soli w Bochni.</li> <li>• Zarządzanie jakością życia w miejscu pracy i jego doskonalenie na przykładzie lekarzy rezydentów zatrudnionych w polskich szpitalach</li> <li>• Ocena jakości usług rekreacyjnych na przykładzie gminy Skrzyszów</li> <li>• Kształtowanie postaw zero waste wśród młodych ludzi na przykładzie studentów UJ</li> <li>• Ocena jakości usług w zakresie opieki nad osobami starszymi na przykładzie Domu Radosnej Starości w Kupieninie</li> <li>• Kształtowanie kultury organizacyjnej jednostki samorządu terytorialnego na przykładzie Urzędu Gminy i Miasta Czerwionka-Leszczyny</li> </ul>
Przedmioty fakultatywne tworzące ścieżkę	<p>audyt w organizacjach publicznych  przywództwo w sferze publicznej  współdziałanie międzyorganizacyjne i międzysektorowe  zarządzanie finansami i ryzykiem w projekcie  zarządzanie kadrami w organizacjach publicznych i obywatelskich  zarządzanie międzynarodowe  zarządzanie partycypacyjne  zarządzanie programami i portfelami projektów  zarządzanie projektami</p>