

SEMINARIA MAGISTERSKIE

Rok akademicki 2022/2023

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

**Kierunek:
zarządzanie publiczne**

1. Krótki opis zasad wyboru seminarium magisterskiego

Po dokonaniu rejestracji w USOS i uzyskaniu potwierdzenia zapisu na dane seminarium nie ma możliwości zmiany decyzji o wyborze seminarium magisterskiego.

Seminarium magisterskie zostanie uruchomione, jeżeli zgłosi w nim swój udział co najmniej 8 osób.

Na dane seminarium może zapisać się maksymalnie **10 osób**.

Dana osoba może wpisać się tylko na JEDNO SEMINARIUM.

Osoby, które nie dokonają wyboru seminarium w wyznaczonym przez ISP UJ terminie – zostaną wpisane decyzją Dyrekcji ISP UJ na wolne miejsca, bez możliwości zmiany.

W oferowanych seminariach mogą uczestniczyć tylko studenci kierunku: zarządzanie publiczne.

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 2022 r. (wtorek) od godziny 21:00.

Koniec zapisów:

18 maja 2022 r. (środa) do godziny 23:59.

TEMATYKA SEMINARIÓW MAGISTERSKICH

imię i nazwisko prowadzącego seminarium	dr hab. Grzegorz Baran, prof. UJ
temat seminarium	Zarządzanie marketingowe
zakres tematyczny seminarium	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.

Tytuły prac mgr zrealizowanych w ramach seminarium w poprzednich latach:	• Wykorzystanie marketingu społecznościowego w kształtowaniu zachowań i decyzji nabywczych konsumentów • Rola nowych mediów w kształtowaniu orientacji marketingowej organizacji publicznych • Wykorzystania archeologicznego dziedzictwa kulturowego w marketingu terytorialnym • Efektywność komunikacji w trybie zdalnym na przykładzie wybranych krakowskich uczelni • Metody zarządzania kryzysem wizerunkowym • Wpływ instrumentów promocji wykorzystywanych na platformie Instagram na zachowania i decyzje konsumenckie • Spółki non-profit jako forma realizacji przedsiębiorczości społecznej • Design Thinking jako metoda zarządzania zmianą w przestrzeni publicznej • Zarządzanie jakością pracy personelu pielęgniarstwa w jednostkach opieki zdrowotnej • Kanały Web 2.0 jako przestrzeń prowadzenia kampanii społecznych • Rola mediów społecznościowych w komunikowaniu się młodzieży i ich wpływ na wybór uczelni wyższej • Storytelling jako narzędzie kreowania marki • Employer branding jako narzędzie budowania tożsamości organizacyjnej i identyfikacji pracowników z organizacją publiczną • Imprezy sportowe jako instrument kształtowania wizerunku i promocji miasta • Znaczenie społecznego zaangażowania organizacji dla kształtowania jej wizerunku • Znaczenie wizerunku w budowaniu pozycji konkurencyjnej uczelni na przykładzie Uniwersytetu Jagiellońskiego • Specyfika marketingu na rynku ubezpieczeń na życie • Społeczne zaangażowanie organizacji – działalność charytatywna czy korzyści dla firmy • Polityka budowania tożsamości mieszkańców warunkiem zmian społecznych gminy • Marketing w promocji zdrowia i jego wpływ na kształtowanie świadomości konsumentów • Informacyjno-perswazyjna rola kampanii społecznych. Studium przypadku kampanii skierowanych do kierowców • Marketing partyzancki i ambient media jako alternatywne formy komunikacji marketingowej • Serwis internetowy Youtube jako platforma współtworzenia wartości z klientem • Rola i instrumenty partycypacji społecznej w procesie tworzenia Strategii Rozwoju Krakowa 2030 • Rynek LOHAS oparty na zdrowym i zrównoważonym stylu życia jako szansa rozwoju nowych modeli biznesu • Promocja sztuki na przykładzie teatru profesjonalnego i amatorskiego • Instrumenty przeciwdziałania wykluczeniu społecznemu w Małopolsce
---	---

imię i nazwisko prowadzącego seminarium	dr hab. Zbysław Dobrowolski, prof. UJ
temat seminarium	Przeciwdziałanie patologiom organizacyjnym
zakres tematyczny seminarium	Problematyka prowadzonych seminariów magisterskich dotyczy w szczególności identyfikacji zjawisk patologicznych oraz wprowadzania zmian organizacyjnych w celu ich wyeliminowania, m.in. przeciwdziałaniu korupcji, oszustwom i praniu pieniędzy oraz finansowaniu terroryzmu. Problematyka koncentruje się na aspektach związanych z zapewnieniem sprawności w funkcjonowaniu organizacji publicznych. Przedmiotem badań będą głównie organizacje publiczne: ich cele, zadania, struktura, zarządzanie poszczególnymi podsystemami, 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.
Tytuły prac mgr zrealizowanych w ramach seminarium w poprzednich latach:	• Dostęp Sektora Małych i Średnich Przedsiębiorstw do Zamówień Publicznych • Strategia Rzecznika Finansowego • Walory sprawności i funkcje Rzecznika Finansowego • Działalność Rzecznika Finansowego w Polsce i innych krajach. Analiza komparatywna • Skuteczność funkcji prewencyjnej działalności Komisji Nadzoru Finansowego w latach 2015-2019 • Implementacja strategii antykorupcyjnej w szkołach w latach 2018-2020 • Funkcjonowanie kontroli zarządczej w jednostkach samorządu terytorialnego

imię i nazwisko prowadzącego seminarium	dr hab. Roman Dorczak, prof. UJ
temat seminarium	Psychologiczne uwarunkowania zarządzania organizacjami edukacyjnymi
zakres tematyczny seminarium	Seminarium poświęcone jest problemowi zarządzania organizacjami edukacyjnymi (szkołami i innymi organizacjami świadczącymi usługi edukacyjne) dla maksymalizacji edukacyjnych korzyści, jakie wynoszą 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:	• Komunikacja w zespole w wirtualnym środowisku pracy. • Motywowanie wolontariuszy na przykładzie działalności Stowarzyszenia Centrum Młodzieży Arka w Radomiu. • E-zdrowie i jego wpływ na zarządzanie w centrach medycznych w opinii pracowników medycznych. • Stres w zawodzie nauczyciela. • Wpływ rodziców na zarządzanie szkołą. • Polityka edukacyjna wobec potrzeb rynku pracy. • Mobbing w szkole. • Ocena usług elektronicznych świadczonych przez Starostwo Powiatowe w Nowym Targu. • Ocena pracowników samorządowych jako element zarządzania na przykładzie Gminy Spytkowice. • Alternatywne formy organizacji i finansowania szkół na przykładzie programu "Mała Szkoła". • Rozumienie zjawiska wypalenia zawodowego przez przedstawicieli kadry pedagogicznej a zarządzanie szkołą. • Rekrutacja jako element procesów zarządzania personelem na przykładzie Policji.

imię i nazwisko prowadzącego seminarium	dr hab. Regina Lenart-Gansiniec, prof. UJ
temat seminarium	Zarządzanie wiedzą i organizacje uczące się – perspektywa organizacji publicznych i pozarządowych
zakres tematyczny seminarium	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. Zakres tematyczny seminarium: - 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 - 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
Tytuły prac mgr zrealizowanych w ramach seminarium w poprzednich latach:	• Organizacja ucząca się • Dzielenie się wiedzą • Ukrywanie wiedzy • Strategie wiedzy • Strategie zarządzania wiedzą

imię i nazwisko prowadzącego seminarium	dr hab. Justyna Maciąg
temat seminarium	Projakościowe koncepcje i metody zarządzania organizacjami
zakres tematyczny seminarium	W ramach seminarium eksplorowany jest obszar badawczy oscylujący wokół problematyki: • projakościowych 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; • oceny jakości usług w organizacjach publicznych (szkoły wyższe, starostwa powiatowe, gminy i miasta) oraz organizacjach biznesowych (m.in. usług hotelarskich, gastronomicznych, rekreacyjnych, medycznych); • oceny skuteczności i efektywności systemów zarządzania, zmian kultury organizacyjnej w procesie wdrażania projakościowych i procesowych koncepcji zarządzania m.in. kultura nieustannego doskonalenia.
Tytuły prac mgr zrealizowanych w ramach seminarium w poprzednich latach:	• Organizacja ucząca się • Dzielenie się wiedzą • Ukrywanie wiedzy • Strategie wiedzy • Strategie zarządzania wiedzą