

Studia stacjonarne

ROK NABORU 2009/2010

Imię i nazwisko promotora	Zakres zainteresowań naukowych
<p>prof. dr hab. Mieczysław Adamowicz</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ zarządzanie rozwojem regionalnym i lokalnym, ▪ funkcjonowanie samorządu terytorialnego, ▪ zarządzanie produkcją.... ▪ strategia rozwoju i strategia konkurencji, ▪ innowacje, kapitału ▪ marketing terytorialny (miast, gmin).
<p>dr Paweł J. Dabrowski</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ przedsiębiorczość, ▪ stymulowanie przedsiębiorczości w organizacji, regionie i grupach społecznych, ▪ stymulowanie innowacyjności, ▪ marketing międzynarodowy, ▪ negocjacje międzykulturowe, ▪ wykorzystanie potencjału innowacyjnego, ▪ coopetition (strategia współkonkurencji).
<p>dr Ewelina Dresler</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ rynek pracy w Polsce i w Unii Europejskiej, ▪ zarządzanie zasobami ludzkimi w organizacjach, ▪ kapitał intelektualny, ▪ audyt personalny, ▪ zachowania organizacyjne, ▪ badania marketingowe jako podstawa decyzji marketingowych w organizacji, ▪ zarządzanie strategiczne w organizacjach, strategiczna karta wyników, ▪ jakość życia w Polsce i w Unii Europejskiej.
<p>dr inż. Jarosław Gołębiowski</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ polityka produktu i asortymentu w przedsiębiorstwach produkcyjnych i usługowych (bankach firmach ubezpieczeniowych), ▪ strategie marki na rynkach dóbr konsumpcyjnych (FMCG), ▪ kanały marketingowe i organizacja dystrybucji dóbr FMCG i usług, ▪ technologie teleinformatyczne w zarządzaniu kanałami dystrybucji dóbr konsumpcyjnych i usług, ▪ polityka promocji w przedsiębiorstwach produkcyjnych,

	<p>handlowych, usługowych sektora publicznego,</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ działalność marketingowa i zarządzanie sprzedażą w przedsiębiorstwach handlowych i usługowych, ▪ rynki dóbr konsumpcyjnych (sektor FMCG) i usług (sektor usług logistycznych) – analiza zmian strukturalnych, sytuacja konkurencyjna, zachowania nabywców.
doc. dr Jacek Kamiński	<ul style="list-style-type: none"> ▪ wykorzystanie badań marketingowych w działalności przedsiębiorstw, ▪ systemy dystrybucji, sprzedaż, negocjacje, ▪ znaczenie różnicowań kulturowych w kontekście biznesowym (kultura organizacyjna, regionów, narodowa), ▪ zarządzanie organizacjami publicznymi , ▪ (menedżerowie organizacji publicznych, zarządzanie obszarami organizacji publicznych), ▪ strategii konkurencji (strategie stosowane przez organizacje).
prof. dr hab. Krystyna Krzyżanowska	<ul style="list-style-type: none"> ▪ pozarolnicza przedsiębiorczość na obszarach wiejskich, ▪ funkcje turystyczne obszarów wiejskich, ▪ miejsce i rola środków masowego przekazu w rozwoju turystyki, ▪ działalność marketingowa przedsiębiorstw, ▪ system motywowania i wynagradzania pracowników, ▪ polityka komunikacyjna w organizacjach.
dr Agnieszka Siedlecka	<ul style="list-style-type: none"> ▪ marketing terytorialny ▪ marketing internetowy ▪ strategia marketingowa przedsiębiorstw ▪ zarządzanie zasobami ludzkimi w organizacji ▪ system motywowania pracowników ▪ zachowanie przedsiębiorców na rynku (np. rola marki, zachowania nabywców itp.).
prof. dr hab. Izabella Sikorska-Wolak	<ul style="list-style-type: none"> ▪ działalność innowacyjna przedsiębiorstw, ▪ zarządzanie innowacjami w środowiskach lokalnych, ▪ pozarolnicza przedsiębiorczość na obszarach wiejskich, ▪ funkcje turystyczne obszarów wiejskich (na przykładzie konkretnej gminy), ▪ miejsce i rola turystyki w strategiach rozwoju lokalnego, ▪ czynniki stymulujące rozwój przedsiębiorczości i innowacyjności przedsiębiorstw i środowisk lokalnych.

<p>prof. dr hab. Joanna Szwacka-Mokrzycka</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ zachowania i postawy nabywców na rynku konsumpcyjnym, ▪ działania segmentacyjne i marketingowe przedsiębiorstw produkcyjnych, handlowych i usługowych, ▪ tworzenie i realizacja strategii marketingowej przedsiębiorstwa na rynku krajowym i zagranicznym, ▪ innowacje produktowe i strategie wprowadzania nowych produktów na rynek, ▪ budowanie wizerunku marki na rynku konsumpcyjnym, ▪ strategii promocji przedsiębiorstw produkcyjnych, handlowych i usługowych, ▪ tworzenie i realizacja kampanii reklamowej w mediach tradycyjnych i Internecie, ▪ promocja w ujęciu regionalnym (miast, gmin i regionów), ▪ koncepcja zarządzania logistyczno-marketingowego.
<p>dr inż. Magdalena Zwolińska-Ligaj</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ zarządzanie rozwojem lokalnym i regionalnym, ▪ przedsiębiorczość, innowacyjność i konkurencyjność organizacji i układów lokalnych, ▪ wykorzystanie badań marketingowych w działalności organizacji, ▪ analiza strategiczna przedsiębiorstwa.

Studia niestacjonarne

Imię i nazwisko promotora	Zakres zainteresowań naukowych
<p style="text-align: center;">dr Danuta Guzal-Dec</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ zarządzanie rozwojem regionalnym i lokalnym, ▪ funkcjonowanie samorządu terytorialnego, ▪ strategia rozwoju gmin, ▪ konkurencyjność organizacji i układów lokalnym, ▪ wykorzystanie badań marketingowych w działalności organizacji, ▪ marketing terytorialny, ▪ zagraniczna i międzynarodowa polityka ekonomiczna, ▪ handel zagraniczny Polski, ▪ międzynarodowy przepływ kapitału, inwestycje zagraniczne, ▪ międzynarodowa migracja ludności.
<p style="text-align: center;">doc. dr Jacek Kamiński</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ wykorzystanie badań marketingowych w działalności przedsiębiorstw, ▪ systemy dystrybucji, sprzedaż, negocjacje, ▪ znaczenie różnicowań kulturowych w kontekście biznesowym (kultura organizacyjna, regionów, narodowa), ▪ zarządzanie organizacjami publicznymi , ▪ (menedżerowie organizacji publicznych, zarządzanie obszarami organizacji publicznych), ▪ strategię konkurencji (strategie stosowane przez organizacje).
<p style="text-align: center;">dr inż. Magdalena Zwolińska-Ligaj</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ zarządzanie rozwojem lokalnym i regionalnym, ▪ przedsiębiorczość, innowacyjność i konkurencyjność organizacji i układów lokalnych, ▪ wykorzystanie badań marketingowych w działalności organizacji, ▪ analiza strategiczna przedsiębiorstwa.