

studia niestacjonarne II stopnia, kierunek: Marketing

Katedra	Instytut	imię i nazwisko promotora	maksymalna liczba osób, które dany promotor może przyjąć na seminarium na tym kierunku studiów	temat seminarium - maksymalnie 300 znaków (ze spacjami)	zasady przyjęć
Katedra Badań Rynku i Usług	Instytut Marketingu	dr hab. Sylwester Białowąs, prof. UEP	5	Marketing sztuki	Kontakt mailowy lub osobisty z promotorem w celu uzyskania zgody na zapisanie się na seminarium
Katedra Badań Rynku i Usług	Instytut Marketingu	dr hab. Monika Dobska, prof. UEP	3	Zarządzanie przedsiębiorstwami usługowymi, znaczenie personelu kontaktowego. Systemy zarządzania jakością. Marketing relacyjny w przedsiębiorstwach usługowych	Kontakt mailowy lub osobisty z promotorem w celu uzyskania zgody na zapisanie się na seminarium. Adres mailowy:monika.dobska@ue.poznan.pl; tel. 501 23 26 23
Katedra Handlu i Marketingu	Instytut Marketingu	dr hab. Paweł Dobski, prof. UEP	4	Zarządzanie jakością; Marketing relacyjny; Zarządzanie relacjami z klientami; Obsługa klienta; Zarządzanie marketingowe	Kontakt mailowy lub osobisty z promotorem w celu uzyskania zgody na zapisanie się na seminarium
Katedra Strategii Marketingowych	Instytut Marketingu	dr hab. Ewa Jerzyk, prof. UEP	12	Zachowania nabywców: konsument wobec technologii i innowacji produktowych; cyfrowe doświadczenie konsumenta; zaangażowanie; prosumpcja; personalizacja; pokolenia nabywców; inkluzyjna komunikacja marketingowa; zrównoważone i prospołeczne zachowania konsumentów; zakupy emocjonalne i kompulsywne; neuromarketing	Kontakt mailowy lub osobisty z promotorem w celu uzyskania zgody na zapisanie się na seminarium
Katedra Handlu i Marketingu	Instytut Marketingu	dr hab. Jan Mikołajczyk, prof. UEP	4	Marketingowe zarządzanie przedsiębiorstwem; Zarządzanie w handlu i usługach; Zarządzanie sprzedażą; Strategie promocji przedsiębiorstw	Kontakt mailowy lub osobisty z promotorem w celu uzyskania zgody na zapisanie się na seminarium
Katedra Strategii Marketingowych	Instytut Marketingu	dr hab. Renata Nestorowicz, prof. UEP	6	Uwarunkowania skuteczności komunikacji marketingowej. Komunikacja marketingowa na rynkach żywnościowych. Asymetria informacji a komunikacja marketingowa	Kontakt mailowy lub osobisty z promotorem w celu uzyskania zgody na zapisanie się na seminarium
Katedra Marketingu Produktu	Instytut Marketingu	dr hab. Tomasz Olejniczak	6	Zachowania konsumentów na rynku	Kontakt mailowy lub osobisty z promotorem w celu uzyskania zgody na zapisanie się na seminarium

Katedra Handlu i Marketingu	Instytut Marketingu	dr hab. Bartłomiej Pierański, prof. UEP	6	Prośrodowiskowe / zrównoważone zachowania konsumentów; Zachowanie nabywców w przestrzeni wewnątrzsklepowej; Neuromarketing	Kontakt mailowy lub osobisty z promotorem w celu uzyskania zgody na zapisanie się na seminarium
Katedra Handlu i Marketingu	Instytut Marketingu	dr hab. Robert Romanowski, prof. UEP	3	Zarządzanie innowacjami; Marketing terytorialny; Zarządzanie relacjami w modelu potrójnej helisy; Innowacje 4.0	Kontakt mailowy lub osobisty z promotorem w celu uzyskania zgody na zapisanie się na seminarium
Katedra Inwestycji i Nieruchomości	Instytut Zarządzania	prof. dr hab. Ireneusz Rutkowski	6	Zarządzanie ofertą produktową w przedsiębiorstwach. Procesy i metody innowacji produktu. Strategie wprowadzania nowych produktów na rynek. Zarządzanie marketingowe w przedsiębiorstwie. Systemy informacyjne wspomagania decyzji w przedsiębiorstwach. Badania i analiza sytuacji produktu. Marketing automation	Kontakt mailowy lub osobisty z promotorem w celu uzyskania zgody na zapisanie się na seminarium
Katedra Zarządzania Strategicznego	Instytut Zarządzania	dr hab. Magdalena Stefańska, prof. UEP	6	Strategie przedsiębiorstw wobec zrównoważonego rozwoju. Społeczna odpowiedzialność organizacji. Społecznie nieodpowiedzialne organizacje. Zrównoważona konsumpcja. Raportowanie ESG i CSR	Kontakt mailowy lub osobisty z promotorem w celu uzyskania zgody na zapisanie się na seminarium
Katedra Strategii Marketingowych	Instytut Marketingu	dr hab. Zygmunt Waśkowski, prof. UEP	4	Marketing w sporcie, komunikacja marketingowa, marketing w organizacjach non-profit, zarządzanie publiczne, kreowanie wartości dla klienta, marketing doświadczeń, zarządzanie relacjami, marketing na rynku b2b, otwarte innowacje, nowe trendy zachowań konsumenckich	Kontakt mailowy lub osobisty z promotorem w celu uzyskania zgody na zapisanie się na seminarium