

studia stacjonarne 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 Białowś, prof. UEP	5	Marketing sztuki	Kontakt mailowy lub osobisty z promotorem w celu uzyskania zgody na zapisanie się na seminarium
Katedra Handlu i Marketingu	Instytut Marketingu	dr hab. Barbara Borusiak, prof. UEP	6	Modele biznesu w warunkach zrównoważonej gospodarki; Zrównoważona konsumpcja	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	12	Zarządzanie przedsiębiorstwem usługowym: marketing relacyjny, systemy zarządzania jakością, zarządzanie zasobami ludzkimi, kultura organizacji usługowej	Wcześniejsze ustalenie zainteresowań z promotorem
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. Grzegorz Leszczyński, prof. UEP	12	Współpraca ze sztuczną inteligencją. Wykorzystanie sztucznej inteligencji w marketingu, sprzedaży i obsłudze klienta. Interakcje ludzi z maszynami: niechęć i zachwyt użytkowników. Marketing i sprzedaż B2B	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	12	Komunikacja marketingowa - uwarunkowania kulturowe i demograficzne. Aktywność komunikacyjna konsumentów. Komunikacja marketingowa na rynkach żywnościowych	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 Badań Rynku i Usług	Instytut Marketingu	dr hab. Iwona Olejnik, prof. UEP	12	Metody badań ilościowych i jakościowych w marketingu. Marketing ukierunkowany na seniorów	Zainteresowanie tematyką seminarium i kontakt 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 wewnętrzkolepowej; 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	6	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	12	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 Handlu i Marketingu	Instytut Marketingu	dr Andrzej Szymkowiak, prof. UEP	6	Digital marketing; Social media marketing; Zachowania konsumentów	Kontakt mailowy lub osobisty z promotorem w celu uzyskania zgody na zapisanie się na seminarium
Katedra Strategii Marketingowych	Instytut Marketingu	dr hab. Tomasz Wanat, prof. UEP	12	Zachowania zakupowe nabywców w erze cyfrowej, merchansiding internetowy, budowanie perswazyjnej architektury wyboru w Internecie, emocjonalne skutki interakcji pomiędzy agentem AI a nabywcą	Kontakt mailowy lub osobisty z promotorem w celu uzyskania zgody na zapisanie się na seminarium, kolejność zgłoszeń
Katedra Strategii Marketingowych	Instytut Marketingu	dr hab. Zygmunt Waśkowski, prof. UEP	8	Marketing w sporcie, zarządzanie marketingowe w przedsiębiorstwie, marketing w organizacjach non-profit, zarządzanie publiczne, kreowanie wartości dla klienta, marketing doświadczeń, zarządzanie relacjami, marketing na rynku b2b, otwarte innowacje, nowe trendy zachowań konsumentów	Zainteresowanie tematyką seminarium; Kontakt mailowy lub osobisty z promotorem w celu uzyskania zgody na zapisanie się na seminarium