

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 Handlu i Marketingu	Instytut Marketingu	dr hab. Barbara Borusiak, prof. UEP	6	Zrównoważona konsumpcja	Kontakt mailowy lub osobisty z promotorem w celu uzyskania zgody na zapisanie się na seminarium, kolejność zgłoszeń
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, kolejność zgłoszeń
Katedra Strategii Marketingowych	Instytut Marketingu	dr hab. Ewa Jerzyk, prof. UEP	12	Multisensoryczna komunikacja marketingowa, zrównoważone zachowania nabywców, konsument wobec Internetu Rzeczy, przekazy społeczne w komunikacji marek komercyjnych, tendencje w zachowaniach konsumentów na rynku żywności, kreatywność i innowacje w marketingu	Zainteresowanie tematyką seminarium; 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	Marketing i sprzedaż w gospodarce 4.0: wykorzystanie sztucznej inteligencji w marketingu i sprzedaży, Internet rzeczy w marketingu i sprzedaży, augmented/virtual reality w marketingu i sprzedaży, gospodarka współdzielenia i platformowa, marketing i sprzedaż opartych na nowoczesnych technologiach	Proszę o zgłoszenie chęci udziału w seminarium za pomocą poczty elektronicznej z adresu studenckiego NIU@student.ue.poznan.pl na: g.leszczyński@ue.poznan.pl. W e-mailu proszę podać: specjalność na obecnych studiach, uczelnię, wydział i specjalność ukończonych studiów licencjackich, średnią ze studiów licencjackich oraz ocenę na dyplomie z tych studiów. Preferencje dla studentów ze średnią > 4.0.
Katedra Handlu i Marketingu	Instytut Marketingu	dr hab. Jan Mikołajczyk, prof. UEP	5	Marketingowe zarządzanie przedsiębiorstwem; Zarządzanie w handlu i usługach; Zarządzanie sprzedażą	Kontakt mailowy lub osobisty z promotorem w celu uzyskania zgody na zapisanie się na seminarium, kolejność zgłoszeń
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 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, kolejność zgłoszeń
Katedra Badań Rynku i Usług	Instytut Marketingu	dr hab. Iwona Olejnik, prof. UEP	12	Badania ilościowe i jakościowe zachowań konsumentów; Zrównoważony rozwój a marketing; Nowe trendy w marketingu	Zainteresowanie tematyką seminarium; 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	Neuromarketing; Marketing sensoryczny; Prośrodowiskowe / zrównoważone zachowania konsumentów; Zachowanie nabywców w przestrzeni wewnętrzzsklepowej	Kontakt mailowy lub osobisty z promotorem w celu uzyskania zgody na zapisanie się na seminarium, kolejność zgłoszeń
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, kolejność zgłoszeń
Katedra Badań Rynku i Usług	Instytut Marketingu	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 Strategii Marketingowych	Instytut Marketingu	dr hab. Magdalena Stefańska, prof. UEP	12	Zrównoważony rozwój w strategiach marketingowych przedsiębiorstw. Społeczna odpowiedzialność biznesu. Zrównoważona konsumpcja	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 mediemarketing; Zachowania konsumentów	Kontakt mailowy lub osobisty z promotorem w celu uzyskania zgody na zapisanie się na seminarium, kolejność zgłoszeń
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, zarządzanie sprzedażą	Zainteresowanie tematyką seminarium; Kontakt mailowy lub osobisty z promotorem w celu uzyskania zgody na zapisanie się na seminarium

Katedra Strategii Marketingowych	Instytut Marketingu	dr hab. Zygmunt Waškowski, prof. UEP	12	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 konsumenckich	Zainteresowanie tematyką seminarium; Kontakt mailowy lub osobisty z promotorem w celu uzyskania zgody na zapisanie się na seminarium
----------------------------------	---------------------	---	----	---	--