studia niestacjonarne II stopnia, kierunek: Marketing (2026/2027)

Katedra	Instytut	imię i nazwisko promotora	maksymalna liczba osób, które dany promotor może przyjąć na seminarium na tym kierunku studiów	temat seminarium - maksymalnie 350 znaków (ze spacjami)	zasady przyjęć
Katedra Badań Rynku i Usług	Instytut Marketingu	dr hab. Sylwester Białowąs, prof. UEP	5	Marketing kultury	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	Zrównoważone modele 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 hab. Wiesław Ciechomski, prof. UEP	6	Zarządzanie marketingowe przedsiębiorstwem; Zarządzanie logistyką i kanałami dystrybucji; Promocja, merchandising i zarządzanie marką; Marketing internetowy i terytorialny	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	4	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. Ewa Jerzyk, prof. UEP	3	Zaufanie do rekomendacji AI w decyzjach zakupowych. Impulsywne zakupy w środowisku cyfrowym. Emocje a wybory żywieniowe konsumentów. Hybrydowe doświadczenie zakupowe konsumentów (online–offline)	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 osobisty
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; Aplikacje AI - informacyjne wspomaganie decyzji marketingowych; 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 Badań Rynku i Usług	Instytut Marketingu	dr hab. Piotr Tarka, prof. UEP	10	Etyka w biznesie i zachowaniach nabywczych konsumentów. Wykorzystanie modeli zmiennych ukrytych w badaniach 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	7	Psychologiczne uwarunkowania podejmowania decyzji nabywców, eMerchandising, współpraca człowiek-AI w zarządzaniu	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	6	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