

Studia stacjonarne

Imię i nazwisko promotora	Zakres zainteresowań naukowych
<p>dr hab. inż. Jarosław Gołębiowski</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ polityka produktu i asortymentu w przedsiębiorstwach produkcyjnych i usługowych (bankach firmach ubezpieczeniowych), ▪ strategię 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, handlowych, usługowych sektora publicznego, ▪ 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.
<p>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>prof. dr hab. Krystyna Krzyżanowska</p>	<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.
<p>dr inż. Marzena Lemanowicz</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ strategia marketingowa przedsiębiorstw, ▪ marketing turystyczny miast i regionów, ▪ polityka cenowa, promocyjna przedsiębiorstw, ▪ zachowanie przedsiębiorców na rynku (itp. rola marki, zachowania nabywców itp.), ▪ zarządzanie jakością (system zapewnienia jakości).

<p>dr Agnieszka Siedlecka</p>	<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.).
<p>prof. dr hab. Izabella Sikorska-Wolak</p>	<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, ▪ strategie 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
dr Ewelina Dresler	<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.
dr inż. Agnieszka Smarzewska	<ul style="list-style-type: none">▪ zarządzanie rozwojem lokalnym w oparciu o koncepcję zrównoważonego rozwoju,▪ zarządzanie zasobami ludzkimi,▪ zachowanie przedsiębiorców na rynku (w zakresie marketingu mix, np. rola marki, zachowania nabywców, efektywność narzędzi promocyjnych itp.),▪ działalność marketingowa i zarządzanie sprzedażą w przedsiębiorstwach handlowych i usługowych,▪ zarządzanie produkcją.