|  |  |
| --- | --- |
| imię i nazwisko prowadzącego seminarium | Prof. dr hab. Bogusław Nierenberg |
| temat seminarium | Moje seminarium nie ma jednego tematu, bowiem dotyczy obszarów związanych z zarządzaniem mediami, ekonomiką mediów i reklamą |
| liczba studentów przyjmowanych na seminarium | minimalnie 8 osób, maksymalnie 14 osób |
| zakres tematyczny seminarium | Tematyka seminarium dotyczy obszarów związanych z zarządzaniem mediami, ekonomiką mediów i reklamą, ale także prace dotyczące podstawowych kwestii dotyczących zarządzania |
| przykładowe tytuły prac, w tym zrealizowane w latach ubiegłych | Tematyka kilku prac z ostatniego roku:  *Zarządzanie marką (zmiana marki) – Biedronka*  *Zarządzanie różnorodnością kulturową; Konflikty w organizacji*  *Reklama ambientowa*  *Zarządzanie formatem radiowym*  *Visual merchandisang*  *Kampanie dezinformacyjne - zarządzanie informacją w kampaniach politycznych*  *Zarządzanie marką własną – Tesco*  *Wpływ nowych mediów dystrybucję dzieła filmowego*  *Fluktuacja kadr w organizacji*  *Start up modowy*  *social media - content marketing*  *Nurt krytyczny w reklamie*  *Kampanie społeczne*  *Kultura organizacyjna samorządu terytorialnego - analiza porównawcza*  *Aspekty komunikacyjne działalności firm typu start-up*  *Zarządzanie organizacją medialną na przykładzie TV Kraków*  *Etyczne aspekty zarządzania mediam*  *W stronę teleologiczności zarządzania - MKiDN studium przypadku*  *Komunikowanie perswazyjne w organizacjach religijnych*  *Zarządzanie wizerunkiem; studium przypadku B. Szydło i E. Kopacz* |
| Ewentualne uwagi |  |