jImię i Nazwisko Prowadzącego seminarium magisterskie	Dr Michał Wójciak
Temat seminarium	Moda i trendy/Specyfiki współczesnego zarządzania
Liczba studentów przyjmowanych na seminarium	**Minimalnie 8 osób, maksymalnie 14 osób**
Zakres tematyczny seminarium	Do udziału w seminarium zapraszam wszystkie osoby zainteresowane tematyką mody, mediów, trendów oraz współczesnego zarządzania. Moda jest pojęciem szerokim, definiowanym na wiele różnych sposobów, może dotyczyć kontekstu odzieżowego, ale nie jest to warunek konieczny. Z modą często utożsamiamy trendy – potocznie postrzegane jako sezonowe tendencje dotyczące wymiaru estetycznego ubierania się. W literaturze zwraca się jednak uwagę na długofalowy wymiar trendów jako kierunków rozwoju dotyczących nie tylko naszych gustów, ale również sposobów myślenia. Zarządzenie zaś zarówno w swoim wymiarze praktycznym, jak i teoretycznym, również ulega różnego rodzaju trendom. Pojawia się zatem pytanie o to, jaka jest specyfika/specyfiki współczesnego zarządzania? Zarządzanie obecne jest na wielu poziomach: makro, mezo i mikro. Dotyczy zarówno globalnych struktur i organizacji, poszczególnych państw i społeczności, a przede wszystkim nas jako jednostek. Śmiało można stwierdzić, że żyjemy w czasach obsesji zarządzania – kultu pracy, powszechności występowania struktur korporacyjnych, projektyzacji, medializacji i wszechobecności poradnictwa. O tym, jak żyć opowiadają współcześnie autorzy i autorki poradników, *influencerzy* i *influencerki* oraz innego rodzaju osobowości medialne. Jesteśmy nieustannie nakłaniani do podnoszenia poziomu indywidualnej efektywności. Zachęcam by przyjrzeć się tym i podobnym zjawiskom przy wykorzystaniu jakościowych metod badawczych takich jak wywiady, etnografia , autoetnografia itp., jak również do analizy filmów, spektakli, książek pod kątem występowania wątków dotyczących zarządzania. Akceptowane są również tematy dotyczące reklamy i zarządzania mediami. Proponowany zakres tematyczny prac: • Zarządzanie w branży mody – zagadnienia dotyczące rynku mody, strategii marketingowych, *brandingu*, promocji mody • Zarządzanie mediami

	• Reklama jako element procesu komunikowania
	• Popkultura i zarządzanie – kulturotwórcza rola współczesnych organizacji
	• Zarządzanie w tekstach kultury – obecność wątków dotyczących zarządzania w filmach, serialach, teledyskach, muzyce, literaturze
	• Metafory w zarządzaniu
	• Kultura organizacyjna współczesnych organizacji
	• Nurty i wyzwania współczesnego zarządzania
	• Perspektywa humanistyczna w zarządzaniu
	• Konteksty współczesnego zarządzania
	• Psychologia zarządzania – sny, archetypy, motywacja, osobowość i tożsamość marek oraz organizacji, badania konsumenckie
	• Teoria kultury w kontekście nauk o zarządzaniu
	• Zarządzanie projektami – wymiary projektyzacji we współczesnych organizacjach, projektyzacja w życiu jednostek
	• Twórczość i kreatywność w zarządzaniu organizacjami
	• Globalny przemysł kulturowy i zjawisko medializacji
	
	UWAGA: Prace muszą być osadzone metodologicznie w naukach o zarządzaniu!
	
	Wymagana jest obecność na seminarium oraz realizacja kolejnych etapów pracy w następującym trybie:
	
	• I semestr:
	  ○ Lektura i omówienie wybranej literatury
	  ○ Zasady pisania prac naukowych
	  ○ Opracowanie planu pracy (konspekt + harmonogram)
	  ○ Przygotowanie pierwszego rozdziału pracy (warunkiem uzyskania zaliczenia jest przekazanie pierwszego rozdziału pracy do końca czerwca 2022 roku)
	• II semestr:
	  ○ Prezentacja dotycząca tematu pracy na forum
	  ○ Przygotowanie drugiego rozdziału pracy (warunkiem uzyskania zaliczenia jest przekazanie drugiego rozdziału pracy do końca stycznia 2023 roku)

- III semestr:
    - Prezentacja dotycząca przeprowadzonego postępowania badawczego na forum
    - Przygotowanie trzeciego rozdziału pracy (warunkiem uzyskania zaliczenia jest przekazanie trzeciego rozdziału pracy do końca czerwca 2023 roku)

Proponowana literatura (część literatury zostanie omówiona w trakcie seminarium):

- *Badania jakościowe. Tom 1: Podejścia i teorie*, Jemielniak D. (red.), Wydawnictwo naukowe PWN, Warszawa 2012.
- *Badania jakościowe. Tom 2: Metody i narzędzia*, Jemielniak D. (red.), Wydawnictwo naukowe PWN, Warszawa 2012.
- Bauman Z., Bauman I., Kostera M., Kociatkiewicz J., *Zarządzanie w płynnej nowoczesności*, Fundacja Bęc Zmiana, Warszawa 2017.
- Bauman Z., *Retrotopia. Jak rządzi nami przeszłość?*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2018.
- Czarniawska B., *Badacz w terenie, pisarz przy biurku. Jak powstają nauki społeczne*, Wydawnictwo SIZ, Łódź 2021.
- Eco U., *Jak napisać pracę dyplomową. Poradnik dla humanistów*, Wydawnictwo Uniwersytetu Warszawskiego, Warszawa 2007.
- Gogłoza W., Księski K., *Historia myśli organizatorskiej*, Difin, Warszawa 2013.
- Kall J., *Reklama*, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 2002.
- Laloux F., *Pracować inaczej*, Wydawnictwo Studio EMKA, Warszawa 2016.
- Lash S., Lury C., *Globalny przemysł kulturowy: medializacja rzeczy*, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2011.
- Latusek-Jurczak D. (red.), Olejniczak T. (red.), Piotrowski W. (red.), *Teoria organizacji. Nauka dla praktyki*, Wydawnictwo Poltext, Warszawa 2018.
- Lenart-Gansiniec R., *Systematyczny przegląd literatury w naukach społecznych. Przewodnik dla studentów, doktorantów i nie tylko*, Wydawnictwo Naukowe Scholar, Warszawa 2021.

	• Lisiński M., Szarucki M., Metody badawcze w naukach o zarządzaniu i jakości, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 2020. • Maćkiewicz J., *Jak dobrze pisać. Od myśli do tekstu*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2010. • Maison D., Stasiuk K., *Psychologia konsumenta*, Wydawnictwo naukowe PWN, Warszawa 2021. • McQuail D., *Teoria komunikowania masowego*, Wydawnictwo naukowe PWN, Warszawa 2021. • McStay A., *Reklama cyfrowa: podręcznik*, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź 2020. • *Metody badawcze w zarządzaniu humanistycznym*, Kostera M. (red.), Wydawnictwo Akademickie SEDNO, Warszawa 2015. • Morgan G., *Obrazy organizacji*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 1997. • Nierenberg B., *Zarządzanie mediami. Ujęcie systemowe*, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2015. • Nowacki R., *Reklama: podręcznik*, Difin, Warszawa 2006. • Posner H., *Marketing mody. Strategia, branding i promocja*, Warszawa: Wydawnictwo ARKADY, 2019. • Spałek S., *Zarządzanie projektami w przedsiębiorstwie. Perspektywa czwartej rewolucji przemysłowej*, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 2020. • Szreder K., *ABC projektariatu: o nędzy projektowego życia*, Fundacja Nowej Kultury Bęc Zmiana, Warszawa 2016. • *Thinking through fashion: guide to key theorists*, Rocamora A. (red.), Smelik A. (red.), I.B. Tauris, Londyn, Nowy Jork 2016. • *Trendy: interpretacje i konfrontacje*, Pacewicz T. (red.), Uniwersytet Warmińsko-Mazurski w Olsztynie, Olsztyn 2018. • Vejlgaard H., *Anatomia trendu*, Oficyna a Wolters Kluwer business, Kraków 2008. • Wójciak M., *Metafory mody. Zarządzanie marką autorską w kontekście przemian rynkowych – perspektywa projektantów*, Wydawnictwo Attyka, Kraków 2021. • Wszołek M., *Reklama: operacjonalizacja pojęcia*, Współpraca wydawnicza Wydziału Filologicznego i Wydawnictwa LIBRON, Wrocław 2015.

	• Zaltman G., Zaltman L. H., *Metafora w marketingu. Jak przeniknąć umysły klientów dzięki metaforom głębokim?*, Dom Wydawniczy Rebis, Poznań 2010. Filmografia: • *Czeski sen* (2004, Czechy) • *Człowiek na linie* (2008, Stany Zjednoczone, Wielka Brytania) • *Idioci* (1998, Dania, Francja, Hiszpania, Holandia, Szwecja, Włochy) • *Julie & Julia* (2009, Stany Zjednoczone) • *Kierunek: Noc* (2020, Belgia) • *Matrix* (1999, Australia, Stany Zjednoczone) • *Na rauszu* (2020, Dania, Holandia, Szwecja) • *Park Jurajski* (1993, Stany Zjednoczone) • *Plan doskonały* (2006, Stany Zjednoczone, Wielka Brytania) • *Seaspiracy* (2021, Stany Zjednoczone)
Przykładowe tytuły prac, w tym zrealizowane w latach ubiegłych	
Ewentualne uwagi	