

WYKAZ TEMATYKI SEMINARIÓW DOKTORSKICH W SZKOLE DOKTORSKIEJ NAUK SPOŁECZNYCH UŁ

W ROKU AKADEMICKIM 2024/2025

JEDNOSTKA ORGANIZACYJNA - WYDZIAŁ, KATEDRA	PROWADZĄCY SEMINARIUM DOKTORSKIE (imię i nazwisko wraz z tytułem naukowym i adresem email)	ORCID	DYSCYPLINA	TEMATYKA z opisem (max 450 znaków)
Wydział Zarządzania, Katedra Marketingu	dr hab. Grazyna Golik-Górecka, prof. Uł grazyna.golik@uni.lodz.pl	0000-0002-0154-4363	Nauki o zarządzaniu i jakości	<p>Tematyka seminarium koncentruje się wokół problematyki innowacyjnych, współczesnych strategii marketingowych, strategii zarządzania klientami, marketingu relacyjnego, marketingu wartości, strategii sprzedaży e-commerce, wykorzystania cyfryzacji w marketingu itp. Zakres seminarium obejmuje zaawansowane zagadnienia z dziedziny marketingu w odniesieniu do najlepszych praktyk realizowanych w polskich jak i zagranicznych przedsiębiorstwach.</p> <p>W tematyce seminarium także ujęte będą w szerokim zakresie wskaźniki wykorzystywane w analizie marketingowej, analizie internetowej w czasie realizacji współcześnie wdrażanych strategii rozwoju przedsiębiorstw. Zagadnienia poruszane na seminarium koncentrują się wokół innowacyjnych strategii pozyskiwania klientów oraz budowy strategii relacji z klientami z uwzględnieniem analityki marketingowej wraz z systemem pomiarów. Dodana jest także problematyka dot. procesu budowy startupów. Dokonywana może być analiza najlepszych praktyk biznesowych i marketingowych jak i strategii również w sytuacjach kryzysowych w postpandemicznych latach.</p> <p>W ramach tego seminarium są możliwości prowadzenia badań we współpracy z uczelniami zagranicznymi co może wzbogacić przyszłe badania prowadzone w ramach rozprawy doktorskiej.</p>
Wydział Zarządzania, Katedra Zarządzania	dr hab. Beata Glinkowska-Krauze, prof. Uł beata.glinkowska@uni.lodz.pl	0000-0002-6915-3297	Nauki o zarządzaniu i jakości	<p>Funkcjonowanie współczesnych organizacji. Problematyka seminarium dotyczy następujących zagadnień problemowych: uwarunkowania i determinanty funkcjonowania, zarządzanie, wpływ czynników otoczenia: problemy, możliwości, wyzwania; formy współdziałania organizacji (proste, złożone); strategie funkcjonowania organizacji; modele biznesowe; internacjonalizacja; zarządzanie międzynarodowe; zagadnienia narodowych kultur biznesowych.</p>

<p>Wydział Zarządzania Katedra Zarządzania</p>	<p>dr hab. Ilona Świątek-Barylska, prof. UŁ ilona.swiatek@uni.lodz.pl</p>	<p>0000-0001-7467-2887</p>	<p>Nauki o zarządzaniu i jakości</p>	<p>Zarządzanie podsystemem społecznym organizacji – kontekst kulturowy. Podsystem społeczny w organizacji pełni kluczową rolę we współczesnej gospodarce i stanowi przedmiot zainteresowania badaczy. Uczestnicy seminarium doktorskiego włączą się w ten ogólnościowy nurt poprzez własne badania naukowe. Celem seminarium jest poszukiwanie odpowiedzi na pytania badawcze dotyczące podsystemu społecznego organizacji na trzech poziomach: indywidualnym, grupowym oraz organizacyjnym z uwzględnieniem aspektu różnorodności kulturowej. Przykładowe zagadnienie, które mogą zostać podjęte w ramach seminarium:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Wpływ Kultury Narodowej i/lub Organizacyjnej na Procesy Zarządzania: Badanie, jak różnice kulturowe wpływają na podejmowanie decyzji, zarządzanie konfliktami, czy też komunikację w organizacjach. 2. Zarządzanie Działaniami Międzykulturowymi: Analiza strategii zarządzania w środowiskach międzykulturowych, w tym rozwój kompetencji międzykulturowych u liderów organizacji. 3. Budowanie Współpracy w Zróżnicowanych Środowiskach Kulturowych: Badanie procesów budowania zespołów w kontekście różnorodności kulturowej oraz strategii efektywnego zarządzania różnicami. 4. Etnografia Organizacyjna w Zarządzaniu Międzykulturowym: Wykorzystanie metod etnograficznych do zrozumienia i analizy kulturowych kontekstów organizacyjnych. 5. Różnorodność Kulturowa a Innowacje Organizacyjne (w tym AI): Badanie wpływu różnorodności kulturowej na procesy innowacyjne oraz adaptację organizacji do zmian. 6. Kultura Organizacyjna w Globalnym Kontekście: Analiza wpływu kultury organizacyjnej na efektywność działania w międzynarodowym środowisku biznesowym. <p>Wymienione tematy mają charakter przykładowy. Z uwagi na interdyscyplinarny charakter Szkoły Doktorskiej, możliwe jest przygotowanie dysertacji przy współudziale promotora/promotora pomocniczego reprezentującego dodatkową dyscyplinę naukową w ramach nauk społecznych.</p>
--	---	----------------------------	--------------------------------------	--

<p>Wydział Zarządzania, Katedra Logistyki</p>	<p>dr hab. T. Bartosz Kalinowski, prof. UŁ tbkalinowski@uni.lodz.pl</p>	<p>0000-0001-6713-9574</p>	<p>Nauki o zarządzaniu i jakości</p>	<p>Zarządzanie procesami i łańcuchem dostaw, ciągłe doskonalenie, zrównoważony rozwój. Seminarium obejmuje tematykę: 1. Zarządzanie procesami (business process management - BPM), orientacja procesowa (business process orientation - BPO) 2. Dojrzałość procesowa (business process maturity), modele dojrzałości procesowej (business process maturity models). 3. Zarządzanie projektami (project management) 4. Ciągłe doskonalenie (continuous improvement) procesów i organizacji. Metody, techniki i narzędzia doskonalenia procesów i organizacji. 5. Zarządzanie łańcuchem dostaw (supply chain management) 6. Zrównoważony rozwój (sustainable development) 7. Odpowiedzialne badania i innowacje (responsible research and innovation – RRI)</p>
<p>Wydział Zarządzania, Katedra Marketingu</p>	<p>dr hab. Anna Łaszkiewicz, prof. UŁ, anna.laszkiewicz@uni.lodz.pl</p>	<p>0000-0001-6202-6239</p>	<p>Nauki o zarządzaniu i jakości</p>	<p>Tematyka seminarium skupia się na zagadnieniach strategii marketingowych i brandingowych w środowisku cyfrowym i phygital. Uczestnicy zgłębiają zagadnienia z obszaru eCommerce, Digital Marketing, Influencer Marketing oraz wykorzystanie sztucznej inteligencji w marketingu, analizując ich wpływ na zachowania konsumentów i efektywność biznesową. Przez pryzmat najnowszych trendów i studiów przypadku, seminarium oferuje wiedzę o skutecznym wykorzystaniu narzędzi cyfrowych do budowania silnej marki i zwiększania sprzedaży online.</p>