

*Szanowni Państwo*

*Podczas Waszych studiów spotykaliśmy się na przedmiotach związanych z zarządzaniem i ekonomiką przedsiębiorstw. Zarządzanie przedsiębiorstwem mediowym będzie również tematem wiodącym prowadzonego przeze mnie seminarium dyplomowego.*

*Dla ułatwienia podjęcia decyzji i wyboru tematu zgodnego z Państwa zainteresowaniami przedstawiam listę zagadnień, które mogą być inspiracją do sformułowania własnego tematu pracy licencjackiej.*

- Inwestowanie w kapitał ludzki w firmie (np. poligraficznej, internetowej, telewizyjnej, radiowej).
- Kobiety – menedżerowie w firmie (np. poligraficznej, internetowej, telewizyjnej, radiowej).
- Zarządzanie kadrami o wysokim potencjale w firmie (np. poligraficznej, internetowej, telewizyjnej, radiowej).
- Konkurencyjność polskich firm poligraficznych w Unii Europejskiej.
- Handel elektroniczny.
- Internetowe serwisy informacji gospodarczej.
- Alianse strategiczne, fuzje i konsolidacje przedsiębiorstw mediowych.
- Procesy przekształceń własnościowych w przedsiębiorstwach mediowych.
- Struktury organizacyjne przedsiębiorstw mediowych.
- Rozwój przedsiębiorstwa mediowego (cykl życia organizacji) w branży (np. poligraficznej, internetowej, telewizyjnej, radiowej).
- Biznes-plany w działalności gospodarczej.
- Finansowanie produkcji filmowej.
- Kreowanie nowych podmiotów gospodarczych.
- Analizy ekonomiczno-finansowe w przedsiębiorstwie.
- Rachunek ekonomiczny w procesach decyzyjnych.
- Małe i średnie przedsiębiorstwa w gospodarce rynkowej w branży (np. poligraficznej, internetowej, telewizyjnej, radiowej).
- Zarządzanie strategiczne i operacyjne małym przedsiębiorstwem mediowym.
- Budowanie przewagi konkurencyjnej małego przedsiębiorstwa mediowego.
- System wspomagania małych i średnich przedsiębiorstw mediowych (inkubatory, parki technologiczne, programy pomocowe z UE itp.).
- Małe i średnie przedsiębiorstwa mediowe w Unii Europejskiej.
- Zarządzanie usługami w przedsiębiorstwach poligraficznych, wydawniczych i internetowych.
- Zarządzanie jakością (aspekty organizacyjne i społeczne).
- Ocena działalności przedsiębiorstwa mediowego.
- Źródła maksymalizacji zysków w firmie mediowej.
- Konkurencja a rozwój firmy mediowej.
- Struktury holdingowe i koncernowe w przedsiębiorstwach mediowych.
- "Szczipłe zarządzanie" (lean management), outsourcing, benchmarking i inne nowoczesne metody organizacji i zarządzania w przedsiębiorstwie mediowym.
- Zarządzanie przedsiębiorstwem w sytuacjach kryzysowych.

- Ryzyko w działalności gospodarczej przedsiębiorstwa mediowego.
- Zarządzanie przedsiębiorstwami nowych technologii.
- Zarządzanie wiedzą, organizacje uczące się, kapitał intelektualny przedsiębiorstwa mediowego.
- Wycena wartości firmy mediowej.
- Metody oceny pozycji rynkowej przedsiębiorstw mediowych.
- Zarządzanie informacją, jako proces decyzyjny.
- Prognozowanie sprzedaży w przedsiębiorstwie mediowym.
- Zarządzanie przedsiębiorstwem mediowym w zmiennym otoczeniu organizacji.
- Zarządzanie strategiczne – koncepcja i praktyka.
- Zarządzanie sytuacją kryzysową.
- Konkurencja, jako czynnik rozwoju firmy.
- Rola innowacji w rozwoju przedsiębiorczości – aspekty praktyczne.
- Przedsiębiorczość intelektualna i możliwości jej rozwoju.
- Czynniki determinujące budowę strategii.
- Innowacje i ich dyfuzja w skali międzynarodowej.
- Transformacja systemowa gospodarki, a problemy innowacji przedsiębiorstw mediowych w Polsce.
- Analiza innowacji w przedsiębiorstwie w warunkach transformacji gospodarczej.
- e-marketing (modele, strategie, rozwiązania praktyczne).
- e-business (modele, strategie, rozwiązania praktyczne).
- Badania marketingowe on-line.
- Wsparcie technologią informacyjną zarządzania (systemy, projektowanie, zastosowania).
- Społeczne skutki rozwoju społeczeństwa informacyjnego.
- Systemy dystrybucji.
- Zarządzanie łańcuchem dostaw we współczesnym przedsiębiorstwie mediowym.
- Małe i średnie przedsiębiorstwo w Internecie.
- Strategie technologii informacyjnej dla małych i średnich przedsiębiorstw.

*Dr inż. Wiesław Cetera*  
*Warszawa 2014-07-01*