



Karta przedmiotu				
Nazwa przedmiotu:		Seminarium doktorskie <i>Marketingowe zarządzanie ludźmi w budowaniu partnerstwa między podmiotami rynku</i>		
Stopień studiów:		Tryb studiów:		
doktoranckie		niestacjonarne		
		obowiązkowy		
Kod przedmiotu:	Rok studiów:	Semestr:	Język:	
	1-4	1-8	polski	
Rodzaj zajęć w przedmiocie:		Forma zaliczenia	Liczba godzin dla:	
			rodzaju zajęć	przedmiotu
Seminarium doktorskie		Zaliczenie na ocenę	15h+30h×7 = 225 h	225 h
Koordynator przedmiotu:				
dr hab. E. Jadwiga Biesaga-Słomczewska, prof. UŁ				
A. Skrócony (ogólny) opis przedmiotu:				
Celem przedmiotu jest:				
- poszerzenie wiedzy uczestników seminarium dotyczącej szczegółowych zagadnień z zakresu zarządzania, marketingu wewnętrznego, zarządzania ludźmi, zarządzania wielopokoleniowymi zespołami pracowników, wykorzystania negocjacji w procesach zarządczych -poprzez studia literaturowe i dyskusje na zajęciach,				
- przedyskutowanie z seminarzystami problemu naukowego i tematu pracy doktorskiej oraz koncepcji,				
- pomoc w doborze literatury, opracowaniu na jej podstawie pierwszych rozdziałów rozprawy o charakterze teoretycznym, wstępnym sformułowaniu hipotez badawczych, określeniu obszaru badań, doborze metod i technik badawczych oraz w przeprowadzeniu badań empirycznych,				
- konsultowanie w trakcie pisemnego prezentowania wyników badań, formułowania wniosków, weryfikacji hipotez i opracowania praktycznej części rozprawy.				
B. Wymagania wstępne				
Dyplom ukończenia studiów II stopnia na kierunku z zakresu dyscypliny nauki o zarządzaniu				
C. Efekty kształcenia:		Kod efektu kształcenia		
Wiedzy	- Wykazuje znajomość tendencji rozwoju teorii i praktyki z zakresu zarządzania ludźmi, Marketingu wewnętrznego i negocjacji	08Z3A_W01		
	- Zna główne kierunki badawcze w nauce o zarządzaniu oraz jej rolę i powiązania z wiedzą z zakresu zarządzania ludźmi, negocjacji			
	- Posiada wiedzę o charakterze szczegółowym związaną z wybraną problematyką , zna najnowsze kierunki i wyniki badań naukowych	08Z3A_W01		



	w tym zakresie oraz ich wpływ na zastosowania praktyczne	
	- Zna zasady pisania prac o charakterze naukowym, w tym rozprawy doktorskiej	08Z3A_W02
	- Zna zasady i metody prowadzenia badań empirycznych, opracowywania ich wyników i wyciągania wniosków dla możliwości ich praktycznych zastosowań	08Z3A_W03
Umiejętności	- Potrafi umiejętnie wykorzystać posiadaną wiedzę do krytycznej oceny wyników badań własnych w zakresie Marketingu wewnętrznego, zarządzania ludźmi, negocjacji i konfrontowania ich z wynikami badań innych osób	08Z3A_U01
	- Potrafi dostrzegać i rozwiązywać problemy występujące w obszarze nauk o zarządzaniu, wykorzystując posiadaną wiedzę specjalistyczną w zakresie marketingu wewnętrznego, zarządzania ludźmi, negocjacji, wyniki prac badawczych o charakterze praktycznym	08Z3A_U02
	- Umie prezentować wyniki przeprowadzonych studiów literaturowych oraz formułować własne opinie i oceny na tematy z zakresu zarządzania, marketingu wewnętrznego i negocjacji - Ma umiejętność inicjowania i rozwijania dyskusji na tematy naukowe w dziedzinie marketingu wewnętrznego i negocjacji	08Z3A_U03
	- Potrafi znajdować pozycje literatury, akty prawne i inne regulacje w zbiorach literatury oraz w innych źródłach informacji krajowych i zagranicznych - Potrafi formułować problemy, cele i hipotezy badawcze w pracy naukowej - Umie przygotować i przeprowadzić badania empiryczne w odniesieniu do problematyki z zakresu marketingu wewnętrznego, zarządzania ludźmi i negocjacji	08Z3A_U04
Kompetencji społecznych (postaw)	- Odczuwa potrzebę i potrafi samodzielnie i krytycznie rozszerzać swoją wiedzę i umiejętności z zakresu zarządzania, w tym z marketingu i negocjacji	08Z3A_K01
	- Ma umiejętność pracy w zespołach badawczych w obszarze marketingu i negocjacji w tym kierowania takimi zespołami	08Z3A_K02
	- Wykazuje kreatywność i otwartość na nowe idee i koncepcje dotyczące zarządzania i obszarów funkcjonalnych. Poszukuje nowych inicjatyw, rozwiązań i nowych obszarów badań	08Z3A_K02
	- Zachowuje się w sposób odpowiedzialny i etyczny w procesie prowadzenia badań naukowych	08Z3A_K05



D. Treści kształcenia (tematy/zagadnienia zajęć):	L. g. dydak- tycznyc h
<p>Rok I, Semestr 1-2</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Przedstawienie wymagań i warunków zaliczenia seminarium w poszczególnych latach i semestrach.</li> <li>2. Omówienie ogólnych zasad pisania artykułu naukowego i rozprawy doktorskiej, prowadzenia badań literaturowych i empirycznych.</li> <li>3. Rola uczonego w społeczeństwie i gospodarce, rzetelność w badaniach naukowych i poszanowanie własności intelektualnej – przedstawienie tez i dyskusja.</li> <li>4. Współczesne kierunki rozwoju nauki o zarządzaniu</li> <li>5. Prezentacja zainteresowań badawczych przez doktorantów i zarysowanie problemu badawczego jako podstawy przygotowania pracy doktorskiej.</li> <li>6. Dyskusja na wybrane tematy z zakresu problematyki zainteresowania doktorantów w kontekście teorii i metodologii marketingu i negocjacji</li> <li>7. Określenie problemu badawczego, sformułowanie tematu i głównego celu pracy doktorskiej przez każdego doktoranta.</li> <li>8. Przedstawienie koncepcji pracy doktorskiej (wstępnej struktury pracy) przez doktorantów oraz wykazu podstawowych pozycji literatury.</li> </ol>	45
<p>Rok II, Semestr 3-4</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Prezentowanie przez seminarzystów wstępnych planów rozpraw doktorskich, przedyskutowanie i weryfikacja planów.</li> <li>2. Dyskusja na temat głównego i szczegółowych celów oraz tez rozpraw doktorskich poszczególnych doktorantów.</li> <li>3. Sformułowanie przez doktorantów hipotez badawczych oraz omówienie zakresu i metody planowanych badań empirycznych.</li> <li>4. Dyskusja na szczegółowe tematy z zakresu problematyki zainteresowania doktorantów w kontekście przygotowywanych artykułów naukowych i referatów konferencyjnych.</li> <li>5. Pogłębienie wiedzy na wybrane tematy dotyczące współczesnych kierunków rozwoju Marketingu wewnętrznego, zarządzania ludźmi i negocjacji, na podstawie zaleconych przez opiekuna artykułów z przedmiotowych czasopism krajowych i zagranicznych.</li> <li>6. Przedstawienie przez doktorantów raportu z przeprowadzonych studiów literaturowych (rozszerzonego wykazu pozycji literatury).</li> <li>7. Prezentacja przez doktorantów treści co najmniej pierwszego rozdziału pracy doktorskiej.</li> </ol>	60
<p>Rok III, Semestr 5-6</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kontynuacja poznawania i pogłębienie problematyki związanej z realizowaną pracą doktorską.</li> <li>2. Dyskusja na szczegółowe tematy z zakresu problematyki zainteresowania doktorantów w kontekście przygotowywanych artykułów naukowych i referatów konferencyjnych.</li> </ol>	60



3. Prezentowanie przez doktorantów napisanych kolejnych teoretycznych rozdziałów prac doktorskich.
4. Sformułowanie koncepcji badań empirycznych dla realizacji celów rozprawy.
5. Omówienie metod i technik oraz zakresu badań empirycznych planowanych do przeprowadzenia przez doktorantów w celu napisania części empirycznej prac doktorskiej.
6. Analiza i weryfikacja układu i treści formularza ankiety lub kwestionariusza wywiadu opracowanych przez doktoranta.

Rok IV, Semestr 7-8

1. Zapoznanie się z wybranymi, najnowszymi pozycjami literatury związanymi z problematyką przygotowywanych rozpraw.
2. Prezentacja problemów wynikających z prowadzonych badań empirycznych i poszukiwanie sposobów ich rozwiązania. Omówienie wyników i wniosków z badania.
3. Dyskusja dotycząca założeń, struktury, warunków ograniczających i możliwości aplikacyjnych proponowanych przez seminarzystów modeli w rozprawach doktorskich.
4. Prezentowanie przez doktorantów ostatnich rozdziałów prac doktorskich.
5. Opracowanie i weryfikacja wstępu i zakończenia rozprawy doktorskiej.
6. Przygotowanie i prezentacja autoreferatu rozprawy doktorskiej na zebraniu katedry.

60

#### E. Metody i kryteria oceniania (algorytm obliczania oceny końcowej z przedmiotu):

Kryteria oceniania:

- zaangażowanie seminarzysty w wybór tematyki rozprawy doktorskiej,
- postępowanie w sformułowaniu celów i podstawowej tezy pracy oraz w opracowaniu wstępnego planu (struktury) rozprawy,
- postępowanie w doprecyzowaniu celów (głównego i szczegółowych) i hipotez badawczych pracy oraz w opracowaniu rozbudowanej koncepcji rozprawy,
- kompletność i jakość złożonych rozdziałów pracy do oceny opiekuna naukowego lub promotora,
- stopień i prawidłowość przygotowania badań empirycznych,
- przeprowadzenie i opis badań empirycznych oraz sformułowanie wniosków,
- znaczący postęp w pisaniu rozprawy doktorskiej,
- zakres, liczebność i innowacyjność pozycji literatury zebranych do rozprawy,
- złożenie do oceny przez opiekuna naukowego całej rozprawy doktorskiej na koniec 8 semestru.

Zaliczenie na ocenę:

- **I rok** na podstawie aktywnego uczestnictwa w seminarium, opracowania i złożenia koncepcji (wstępnego planu) pracy doktorskiej,
- **II rok** na podstawie aktywnego uczestnictwa w seminarium, opracowania i złożenia pełnej koncepcji pracy oraz przynajmniej jednego rozdziału pracy doktorskiej,
- **III rok** na podstawie postępu w pisaniu pracy doktorskiej - złożenie przez seminarzystę w każdym semestrze rozdziału pracy doktorskiej do weryfikacji opiekuna naukowego oraz poprawa przez doktoranta rozdziału poprzedniego, prezentacja koncepcji rozprawy na zebraniu katedry,
- **IV rok** na podstawie postępu w pisaniu pracy doktorskiej - złożenie przez seminarzystę w semestrze zimowym kolejnego rozdziału pracy doktorskiej, a w semestrze letnim tekstu całej pracy.

Uzyskanie pozytywnej oceny z zakresu 3 - 5 zależy od stopnia spełnienia przez doktoranta ww. kryteriów oceniania, oszacowanego przez opiekuna naukowego.



F. Metody dydaktyczne:

Dyskusja, prezentacja, wykład

G. Literatura:

**Literatura obowiązkowa:**

1. W. Czakon, *Podstawy metodologii badań w naukach o zarządzaniu*, Oficyna & Wolters Kluwer Warszawa 2011.
2. D. Silverman, *Interpretacja danych jakościowych*, PWN Warszawa 2007.
3. Frankfort-Nachmias Ch., Nachmias D., *Metody badawcze w naukach społecznych*, Zysk i S-ka Wydawnictwo, Poznań, 2001.
4. Kolman R., Szczepańska K., *Doktoraty i habilitacje. Poradnik realizacji*, TNOiZ, Toruń 2011.
5. Sławińska M., Witczak H., *Podstawy metodologiczne prac doktorskich w naukach ekonomicznych*, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 2008.
6. Literatura zależna od realizowanego tematu rozprawy doktorskiej.

**Literatura uzupełniająca:**

1. Babbie E., *Metodologia badań społecznych*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2008.
2. Wybrane artykuły naukowe, referaty i rozdziały monografii z zakresu dyscypliny zarządzanie, marketing, logistyka wskazane przez prowadzącą seminarium.

H. Informacje dodatkowe:

1. Wyniki własnej pracy naukowej są rozliczane w powiązaniu z seminarium doktorskim na podstawie wykazanych przez doktoranta rezultatów tej pracy w *Arkuszu oceny doktoranta*, składanym kierownikowi studiów doktoranckich, po zaopiniowaniu przez opiekuna naukowego, po zakończeniu każdego roku akademickiego, nie później niż do 30 września.
2. Doktorant jest zobowiązany do udokumentowania osiągnięć i przekazania do wglądu w wersji drukowanej lub elektronicznej (np. wydruk lub wersja elektroniczna kolejnych części rozprawy doktorskiej, oryginały lub nadbitki opublikowanych artykułów naukowych, potwierdzenie przez organizatorów udziału w konferencji naukowej i wygłoszenia referatu, potwierdzenie udziału w krajowych lub zagranicznych seminariach doktorskich, potwierdzenie uczestnictwa w projekcie badawczym).