

Zakres tematyczny seminarium magisterskiego

Zagadnienia z zakresu ekonomii, gospodarowania kapitałem ludzkim i ekonomiki ochrony środowiska

1. Analiza popytu i podaży na rynku pracy (lokalnym, regionalnym, wojewódzkim, ogólnopolskim).
2. Bezrobocie i metody jego ograniczania (w tym wykorzystanie funduszy unijnych na ograniczanie bezrobocia), a także koszty i skutki bezrobocia.
3. Analiza popytu i podaży na określonych rynkach dóbr i usług.
4. Dyskryminacja na rynku pracy (np. kobiet, niepełnosprawnych).
5. Migracje pracowników w Polsce po 2004 roku (przyczyny, koszty, skutki).
6. Analiza zachowań konsumentów na rynku.
7. Analiza przedsiębiorczości poszczególnych grup społecznych (np. modzieży).
8. Gospodarowanie kapitałem ludzkim (w tym zagadnienia naboru i doboru pracowników, oceny pracowników i ich wydajności, prawidłowości wynagradzania, szkoleń).
9. Analiza pozycji firmy na rynku czy konkurencyjności regionów lub gospodarki.
10. Czynniki i bariery rozwoju np. sektora MSP czy przedsiębiorczości.
11. Zagadnienia szarej strefy gospodarki.
12. Zagadnienia etycznego traktowania pracowników, etycznego konkurowania i narzędzi z tym związanych (w tym kodeksów etycznych).
13. Zagadnienia społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstwa (za środowisko przyrodnicze, pracowników itd.) a jego sukces rynkowy.
14. Wykorzystanie funduszy unijnych w różnych dziedzinach gospodarowania (np. na zwiększenie konkurencyjności MSP, rozwój pracowników, innowacje, ochronę środowiska i inwestycje ekologiczne).
15. Rachunek ekonomiczny ochrony środowiska w przedsiębiorstwie (w tym analiza opłat i kar ekologicznych).
16. Ocena efektywności inwestycji, w tym ekologicznych.
17. Skuteczność i efektywność systemu norm z serii ISO 14000, Czystszej Produkcji, „Odpowiedzialność i Troska” czy EMAS.
18. Polityka ekologiczna w przedsiębiorstwie i narzędzia jej realizacji.
19. Ekonomiczne zagadnienia gospodarowania odpadami, zasobami naturalnymi, energią.
20. Ekonomiczne aspekty ograniczania emisji zanieczyszczeń.
21. Zagadnienia realizacji zrównoważonego rozwoju na poziomie przedsiębiorstw, gmin, województw, kraju.
22. Zrównoważona konsumpcja (w tym konsument ekologiczny, produkty ekologiczne, marketing ekologiczny).