

**Wykaz osób proponowanych na promotora
i tematyka seminariów magisterskich,
Gospodarka przestrzenna II stopnia,
studia 3 semestralne od II 2017 r.**



Nazwiska promotorów w kolejności alfabetycznej:

Prof. dr hab. Józefa Famielec

Prof. dr hab. Bogusław Luchter

Prof. dr hab. Jacek Purchla

Prof. dr hab. Andrzej Szromnik

Dr Bernadetta Zawilińska

Seminarium prowadzone będzie przez 3 semestry, od III 2017-IX 2018 r.

Zapisy na seminarium odbędą się przez Wirtualny Dziekanat, w marcu 2017 r.

Kryterium przydziału do danego promotora: kolejność zgłoszeń oraz limit ok. 10 osób u danego promotora.

Prof. dr hab. Józefa Famielec

Katedra Polityki Przemysłowej i Ekologicznej

**Problematyka seminarium magisterskiego
dla Gospodarki Przestrzennej**

1. Funkcjonowanie przedsiębiorstw w mieście - rola przedsiębiorczości w rozwoju i finansowaniu jst
2. Sektor publiczny i prywatny w mieście
3. Finansowanie przedsiębiorstw i jednostek samorządu terytorialnego
4. Partnerstwo publiczno-prywatne
5. Inwestycje i procesy inwestowania w mieście
6. Efektywność energetyczna i przedsięwzięcia jej poprawy - powiązanie z dokumentami rozwoju gminy i regionów
7. Polityka ekologiczna w polityce regionalnej
8. Gospodarka komunalna - przedsiębiorstwa komunalne - przedsiębiorstwa użyteczności publicznej
9. Zintegrowane systemy gospodarki odpadami komunalnymi miasta
10. Obiekty i instalacje gospodarki odpadami komunalnymi
11. Składowisko odpadów i zakłady termicznego unieszkodliwiania odpadów komunalnych (spalarnie)
12. Badanie oddziaływania przedsięwzięć i obiektów na środowisko
13. Ocena ekonomiczna i ekologiczna projektów inwestycyjnych
14. Pozyskiwanie finansowania z funduszy UE dla rozwoju regionu i przedsiębiorstw
15. Zagospodarowanie przestrzenne miast i osiedli mieszkaniowych oraz obszarów poprzemysłowych w mieście (w tym procesy rewitalizacyjne)

Dr hab. prof. UEK Bogusław Luchter

Katedry Gospodarki Regionalnej

**Problematyka seminarium magisterskiego
dla Gospodarki Przestrzennej**

- 1) Geografia ekonomiczna świata
- 2) Geografia ekonomiczna Polski
- 3) Geografia osadnictwa miejskiego
- 4) Użytkowanie ziemi na terenach miejskich i wiejskich
- 5) Użytkowanie ziemi przestrzeni miejskiej
- 6) Struktura przestrzenna miast
- 7) Zagospodarowanie przestrzenne
- 8) Zagospodarowanie turystyczne

Prof. dr hab. Jacek Purchla

Katedra Historii Gospodarczej i Społecznej

**Problematyka seminarium magisterskiego
dla Gospodarki Przestrzennej**

Metropolia w procesie zmiany

Miasto rozumiane: jako idea, funkcja, forma i proces jest też pretekstem do refleksji metodologicznej. Interdyscyplinarne spojrzenie na procesy urbanizacji ze szczególnym uwzględnieniem fenomenu metropolii. Wśród proponowanych zagadnień znajdują się m.in. takie problemy jak np.: urbanizacja a globalizacja, Kraków w Europie Środkowej, metropolitalne funkcje miast, rozwój Krakowa na przełomie XX i XXI wieku, samorząd terytorialny, historyczny krajobraz miejski i jego ochrona.

Prof. dr hab. Andrzej Szromnik

Katedra Handlu i instytucji Rynkowych

**Problematyka seminarium magisterskiego
dla Gospodarki Przestrzennej**

- 1) Marketingowe strategie rozwoju demograficznego miast, wsi i regionów,
- 2) Marketingowe strategie rozwoju turystyki,
- 3) Marketingowe strategie pozyskiwania inwestycji zagranicznych,
- 4) Marketingowe kwalifikacje pracowników samorządów terytorialnych,
- 5) Marketingowa orientacja miast i regionów,
- 6) Programy promocyjne jednostek osadniczych,
- 7) Społeczna akceptacja nowych osadników - migrantów,
- 8) Emocjonalne przywiązanie mieszkańców do miast i regionów,
- 9) Słabe i mocne strony warunków rozwoju osobistego w miejscu zamieszkania,
- 10) Skłonność do wyjazdu zarobkowego za granicę mieszkańców
- 11) Wydatki marketingowe w budżetach miast i regionów,
- 12) Image miasta - regionu w świetle badań mieszkańców,
- 13) Idealne miejsce zamieszkania - badania wśród mieszkańców,
- 14) Marketingowa atrakcyjność miast i regionów,
- 15) Inwestycje i kapitał zagraniczny jako czynnik rozwoju - społeczna akceptacja programów,
- 16) Reklama zewnętrzna miast i regionów,
- 17) Slogany reklamowe miast w Polsce i Europie,
- 18) Rekonstrukcje historyczne jako środek podnoszenia atrakcyjności miast i regionów,
- 19) Obiekty dziedzictwa kulturowego w kształtowaniu atrakcyjności miast i regionów,
- 20) Partnerstwo miast i regionów jako czynnik kształtowania konkurencyjności miast i regionów,
- 21) Sponsoring jako narzędzie marketingu jednostek samorządu terytorialnego,
- 22) Jakość obsługi klientów w instytucjach samorządu terytorialnego.

Dr Bernadetta Zawilińska

Katedra Gospodarki Regionalnej

**Problematyka seminarium magisterskiego
dla Gospodarki Przestrzennej**

- 1) Przemiany społeczne i ekonomiczne obszarów wiejskich w Polsce
- 2) Problemy gospodarowania na terenach górskich i terenach chronionych
- 3) Turystyka w rozwoju regionalnym i lokalnym
- 4) Rola samorządów w rozwoju regionalnym i lokalnym
- 5) Rola organizacji pozarządowych w rozwoju lokalnym
- 6) Współpraca instytucji sektora publicznego z organizacjami pozarządowymi i podmiotami prywatnymi
- 7) Planowanie rozwoju lokalnego