

UCHWAŁA NR 62/2026

Senatu Uniwersytetu Andrzeja Frycza Modrzewskiego w Krakowie

z dnia 29 czerwca 2026 roku

w sprawie ustalenia programu studiów na kierunku

Zarządzanie, studia I stopnia, profil ogólnoakademicki.

Działając na podstawie art. 28 ust. 1 pkt 11 ustawy z dnia 20 lipca 2018 r. – Prawo o szkolnictwie wyższym i nauce (Dz. U. z 2024 r. poz. 1571 z późn. zm.), § 9 ust.2 pkt. 1 rozporządzenia Ministra Nauki i Szkolnictwa Wyższego z dnia 27 września 2018 r. w sprawie studiów (Dz.U. 2023.2787 t.j.) oraz § 8 ust. 1 pkt 12 Statutu Uniwersytetu Andrzeja Frycza Modrzewskiego w Krakowie Senat Uniwersytetu Andrzeja Frycza Modrzewskiego w Krakowie uchwala, co następuje:

§ 1

1. Senat Uniwersytetu Andrzeja Frycza Modrzewskiego w Krakowie ustala program studiów od cyklu kształcenia rozpoczynającego się w roku akademickim 2026/2027 na kierunku **Zarządzanie**, studia I stopnia, profil ogólnoakademicki.
2. Program studiów na kierunku **Zarządzanie** stanowi załącznik do niniejszej uchwały.

§ 2

1. Uchwała wchodzi w życie z dniem jej podjęcia.

Przewodniczący Senatu

/ wersja podpisana do wglądu w Biurze Rektora /

dr hab. Radosław Wiśniewski, prof. UAFM

**Załącznik
do Uchwały Nr 62/2026
Senatu Uniwersytetu Andrzeja Frycza
Modrzewskiego
z dnia 29 czerwca 2026 r.**



PROGRAM STUDIÓW

ZARZĄDZANIE

STUDIA I STOPNIA

PROFIL OGÓLNOAKADEMICKI

Rok akademicki rozpoczęcia cyklu kształcenia: 2026/2027

Ogólne informacje i wskaźniki dotyczące programu studiów

Tytuł zawodowy nadawany absolwentom	Licencjat
Forma/formy studiów	Studia stacjonarne i niestacjonarne
Liczba semestrów konieczna do ukończenia studiów na danym poziomie	6
Liczba punktów ECTS konieczna do ukończenia studiów na danym poziomie	180
Łączna liczba godzin zajęć dydaktycznych	Studia stacjonarne: 2053 godz. Studia niestacjonarne: 1220 godz.
Łączna liczba punktów ECTS, jaką student musi uzyskać w ramach zajęć prowadzonych z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich lub innych osób prowadzących zajęcia	Studia stacjonarne: 90 (50%) Studia niestacjonarne: 58 (32%)
Procentowy udział liczby punktów ECTS dla każdej z dyscyplin, do których przyporządkowany jest kierunek w liczbie punktów ECTS koniecznej do ukończenia studiów na danym poziomie – w przypadku kierunku przyporządkowanego do więcej niż jednej dyscypliny	Nauki o zarządzaniu i jakości: 80% Ekonomia i finanse: 20%
Łączna liczba punktów ECTS, jaką student musi uzyskać w ramach zajęć związanych z działalnością naukową	90 pkt. ECTS (50%)
Liczba punktów ECTS, jaką student musi uzyskać w ramach zajęć z dziedziny nauk humanistycznych lub nauk społecznych – w przypadku kierunków studiów przyporządkowanych do dyscyplin w ramach dziedzin innych niż odpowiednio nauki humanistyczne lub nauki społeczne	5 pkt. ECTS* *W tym za zajęcia/grupy zajęć: Wprowadzenie do filozofii
Liczba punktów ECTS przyporządkowana zajęciom lub grupom zajęć do wyboru	55 pkt. ECTS (31%)
Wymiar praktyk zawodowych oraz liczba punktów ECTS, jaką student musi uzyskać w ramach tych praktyk	Nie dotyczy
Liczba godzin zajęć z wychowania fizycznego – w przypadku stacjonarnych studiów pierwszego stopnia i jednolitych studiów magisterskich	60 godz.

**Zajęcia przewidziane programem studiów
w podziale na moduły kształcenia wraz z liczbą godzin i punktów ECTS**

	Nazwa zajęć	ECTS	Liczba godzin zajęć	
			Studia stacjonarne	Studia niestacjonarne
I. KSZTAŁCENIE OGÓLNE				
1.	BHP	0	8	8
2.	Język obcy (DW)	9	120	64
3.	Wychowanie fizyczne	0	60	0
4.	Umiejętności akademickie	1	15	8
5.	Wprowadzenie do filozofii	5	35	20
6.	Podstawy komunikacji społecznej	4	30	24
7.	Wprowadzenie do psychologii	5	30	24
8.	Wstęp do nauki o państwie i prawie (DW)	5	30	24
	Geografia gospodarcza (DW)			
9.	Metodologia badań naukowych	4	30	16
Razem		33	358	188
II. KSZTAŁCENIE KIERUNKOWE				
10.	Podstawy ekonomii	5	30	24
11.	Teoria organizacji i zarządzania	5	30	24
12.	Podstawy arkusza kalkulacyjnego	2	30	16
13.	Zarządzanie projektami	3	45	24
14.	Podstawy rachunkowości	5	60	40
15.	Statystyka opisowa	4	60	40
16.	Podstawy finansów prywatnych i publicznych	3	30	24
17.	Zarządzanie organizacjami	4	30	24
18.	Prawo publiczne gospodarcze	3	30	16
19.	Zarządzanie kapitałem ludzkim	5	60	40
20.	Finanse przedsiębiorstwa	5	60	40
21.	Podstawy marketingu	5	60	40
22.	Mikroekonomia	6	60	40
23.	Zarządzanie wiedzą	4	30	16
24.	Zachowania organizacyjne	3	45	24
25.	Analiza finansowa przedsiębiorstwa	5	60	40
26.	Badania marketingowe	5	60	40
27.	Makroekonomia	3	30	24
28.	Podstawy public relations	3	30	16
29.	Zarządzanie zmianą	4	45	24
30.	Zarządzanie ryzykiem	3	30	16
31.	Analiza danych biznesowych w j. Python	2	30	16
32.	Zarządzanie jakością	3	30	16
33.	Metodyka przygotowania projektu	3	30	16
34.	Rynki finansowe (DW)	3	45	24
	Zarządzanie podatkiem dochodowym w mikroprzedsiębiorstwie (DW)			
35.	Zastosowania AI w zarządzaniu /Informatyka w zarządzaniu (DW)	3	45	16
36.	Podstawy negocjacji i mediacji	5	60	40
37.	Podstawy przedsiębiorczości (DW)	3	45	16

	Różnice kulturowe w biznesie międzynarodowym (DW)				
38.	Digital marketing (en) (DW)		3	45	24
	E-commerce (DW)				
39.	Zarządzanie zrównoważonym rozwojem		4	60	32
40.	Projekt społeczny		4	30	24
Razem			118	1335	816
III. KSZTAŁCENIE SPECJALNOŚCIOWE (DW)					
Specjalności do wyboru: MiR – Marketing i Reklama; ZP – Zarządzanie Przedsiębiorstwem; ZPR – Zarządzanie Projektami;					
41.	Podstawy reklamy	MiR	5	60	40
	Planowanie finansowe i biznesplan	ZP			
	Projektowanie modeli biznesu	ZPR			
42.	Zachowania konsumentów	MiR	4	45	24
	Controlling operacyjny	ZP			
	Zarządzanie i komunikacja w zespole projektowym	ZPR			
43.	Zarządzanie marką	MiR	4	45	24
	Controlling w przedsiębiorstwie	ZP			
	Analiza projektów inwestycyjnych	ZPR			
44.	Marketing w handlu i usługach	MiR	5	60	40
	Zarządzanie relacjami z klientami (CRM)	ZP			
	Zarządzanie projektami na rzecz bezpieczeństwa publicznego	ZPR			
45.	Strategie konkurencji	MiR	5	60	40
	Analiza rynku	ZP			
	Zarządzanie projektami informatycznymi	ZPR			
46.	Psychologia reklamy	MiR	3	45	24
	Społeczna odpowiedzialność biznesu	ZP			
	Zarządzanie portfelem projektów	ZPR			
47.	Planowanie marketingowe	MiR	3	45	24
	Komunikacja biznesowa w praktyce	ZP			
	Scrum mastering	ZPR			
Razem			29	360	216
DW – zajęcia do wyboru					
Ogółem w toku studiów			180	2053	1220

** W ramach kierunku studiów część punktów ECTS może być uzyskana w ramach kształcenia z wykorzystaniem metod i technik kształcenia na odległość z zachowaniem limitu, o którym mowa w §13 Rozporządzenia Ministra Nauki i Szkolnictwa Wyższego z dnia 27 września 2018 r. w sprawie studiów (Dz. U. 2018 poz. 2787).

W przypadku zajęć kształtujących umiejętności praktyczne metody i techniki kształcenia na odległość mogą być wykorzystywane pomocniczo.

Zajęcia lub grupy zajęć związane z prowadzoną w uczelni działalnością naukową w dyscyplinie lub dyscyplinach, do których przyporządkowany jest kierunek studiów, uwzględniające udział studentów w zajęciach przygotowujących do prowadzenia działalności naukowej lub udział w tej działalności

Nazwa zajęć lub grupy zajęć	Forma/formy zajęć	Łączna liczba godzin		Liczba punktów ECTS
		Studia stacjonarne	Studia niestacjonarne	
Umiejętności akademickie	W	15	8	1
Podstawy ekonomii	W	30	24	5
Teoria organizacji i zarządzania	W	30	24	5
Metodologia badań naukowych	W	30	16	4
Podstawy rachunkowości	W, Ć	60	40	5
Statystyka opisowa	W, lab	60	40	4
Podstawy finansów prywatnych i publicznych	W	30	24	3
Finanse przedsiębiorstwa	W, Ć	60	40	5
Podstawy marketingu	W	60	40	5
Mikroekonomia	W, Ć	60	40	6
Prawo publiczne gospodarcze	W	30	16	3
Analiza finansowa przedsiębiorstwa	W, Ć	60	40	5
Makroekonomia	W	30	24	3
Podstawy public relations	W	30	16	3
Zarządzanie zmianą	W	45	24	4
Metodyka przygotowania projektu	K	30	16	3
Informatyka w zarządzaniu	K	45	16	3
Moduł zajęć kształcenia specjalnościowego (wybrane zestawy)	W/Ć/K	240	136	19
Projekt społeczny	K	30	24	4
Razem		975	608	90

Oznaczenia: W – wykłady; Ć – ćwiczenia, K – konwersatoria, lab - laboratoria

Zajęcia lub grupy zajęć do wyboru

L.p.	Nazwa zajęć lub grupy zajęć	Forma/formy zajęć	Łączna liczba godzin (studia stacjonarne)	Łączna liczba godzin (studia niestacjonarne)	Liczba punktów w ECTS
1.	Wstęp do nauki o państwie i prawie/Geografia gospodarcza	W	30	24	5
2.	Język obcy	Lektorat	120	64	9
3.	Digital marketing (eng.)/ E-commerce	W	45	24	3
4.	Rynki finansowe/Zarządzanie podatkiem dochodowym w mikroprzedsiębiorstwie	K	45	24	3
5.	Digital marketing (en)/ E-commerce	W	45	24	3
6.	Podstawy przedsiębiorczości / Różnice kulturowe w biznesie międzynarodowym	K	45	16	3
7.	Moduł zajęć kształcenia specjalnościowego	W/Ć/K	360	216	29
Razem			690	392	55

Oznaczenia: W – wykłady; Ć – ćwiczenia, K – konwersatoria

Efekty uczenia się

Efekty uczenia się uwzględniają uniwersalne charakterystyki pierwszego stopnia dla poziomów 6-7 określone w ustawie z dnia 22 grudnia 2015 r. o Zintegrowanym Systemie Kwalifikacji (*Dz. U. z 2016 r., poz. 64 i 1010*) oraz charakterystyki drugiego stopnia określone w rozporządzeniu Ministra Nauki i Szkolnictwa Wyższego z dnia 14 listopada 2018 r. w sprawie charakterystyk drugiego stopnia efektów uczenia się dla kwalifikacji na poziomach 6-8 Polskiej Ramy Kwalifikacji.

Absolwent **studiów pierwszego stopnia** o profilu ogólnoakademickim na kierunku **ZARZĄDZANIE** uzyskuje kwalifikację pełną na poziomie 6 Polskiej Ramy Kwalifikacji.

Kategoria charakterystyki efektów uczenia się	Symbol kierunkowych efektów uczenia się	Po ukończeniu studiów I stopnia na kierunku Z A R Z Ą D Z A N I E absolwent:	Odniesienie do	
			uniwersalnych charakterystyk pierwszego stopnia PRK	charakterystyki drugiego stopnia PRK
W ZAKRESIE WIEDZY				
WIEDZA - zakres i głębia	Zarz_WG01_Lic	Zna i rozumie w zaawansowanym stopniu charakter, miejsce i rolę współczesnych dyscyplin nauk społecznych, w tym nauk o zarządzaniu i jakości, zachodzących między nimi wzajemnych zależności oraz stosowane w nich metody wnioskowania naukowego.	P6U_W	P6S_WG
	Zarz_WG02_Lic	Zna i rozumie w zaawansowanym stopniu prawne, ekonomiczne i społeczne uwarunkowania rozwoju zarządzania oraz terminologię wykorzystywaną w różnych obszarach badawczych i praktycznych z zakresu zarządzania.	P6U_W	P6S_WG
	Zarz_WG03_Lic	Zna i rozumie w zaawansowanym stopniu teorie, procesy, prawidłowości i mechanizmy społeczne współczesnego zarządzania.	P6U_W	P6S_WG
	Zarz_WG04_Lic	Zna i rozumie w zaawansowanym stopniu istotę struktur w podmiotach działających w gospodarce oraz o relacje zachodzące między nimi w skali krajowej i międzynarodowej.	P6U_W	P6S_WG
	Zarz_WG05_Lic	Zna i rozumie w zaawansowanym stopniu formy organizacyjne przedsiębiorstw i innych instytucji oraz zasady ich tworzenia, funkcjonowania i rozwoju.	P6U_W	P6S_WG
	Zarz_WG06_Lic	Zna i rozumie w zaawansowanym stopniu pojęcia i zasady z zakresu ochrony własności przemysłowej i prawa autorskiego.	P6U_W	P6S_WG
	Zarz_WG07_Lic	Zna i rozumie w zaawansowanym stopniu metody, techniki i narzędzia zarządzania zasobami przedsiębiorstw i instytucji w kontekście diagnozowania ich kondycji ekonomicznej oraz podejmowania decyzji gospodarczych.	P6U_W	P6S_WG
	Zarz_WG08_Lic	Zna i rozumie w zaawansowanym stopniu metody diagnozowania i szacowania potencjału rynkowego oraz strategicznego przedsiębiorstw i instytucji oraz istotę, i rodzaje systemów zarządzania, ich ewolucję oraz projektowanie.	P6U_W	P6S_WG
	Zarz_WG09_Lic	Zna i rozumie w zaawansowanym stopniu terminologię, metodykę i zastosowanie praktyczne wybranej specjalności zarządzania.	P6U_W	P6S_WG

	Zarz_WG10_Lic	Zna i rozumie w stopniu zaawansowanym uwarunkowania otoczenia organizacji, jego elementów składowych oraz zmian w nim zachodzących, a także wpływu otoczenia na podmioty gospodarcze..	P6U_W	P6S_WG
	Zarz_WG11_Lic	Zna i rozumie w stopniu zaawansowanym metody diagnozowania i prognozowania zjawisk w otoczeniu przedsiębiorstw i instytucji oraz relacje zachodzące pomiędzy nimi, w tym ma wiedzę o formach międzyorganizacyjnych konkurowania i kooperowania z uwzględnieniem aspektów regionalnych, międzynarodowych i globalnych.	P6U_W	P6S_WG
	Zarz_WG12_Lic	Zna i rozumie w zaawansowanym stopniu funkcje przedsiębiorstwa i innych instytucji, ich wzajemne relacje oraz rolę w procesie osiągania celów.	P6U_W	P6S_WG
	Zarz_WG13_Lic	Zna i rozumie w stopniu zaawansowanym formy indywidualnej przedsiębiorczości, ich rozwój, a także determinanty kształtujące efektywność działalności gospodarczej.	P6U_W	P6S_WG
	Zarz_WG14_Lic	Zna i rozumie w stopniu zaawansowanym funkcje i modele zarządzania, ich ewolucję oraz rolę kadry kierowniczej w procesie zarządzania.	P6U_W	P6S_WG
WIEDZA - kontekst	Zarz_WK01_Lic	Zna i rozumie w zaawansowanym stopniu zasady etyczno-moralne obowiązujące podczas wykonywania czynności badawczych i praktyki zawodowej w zakresie zarządzania.	P6U_W	P6S_WK
	Zarz_WK02_Lic	Zna i rozumie w zaawansowanym stopniu fundamentalne dylematy współczesnej cywilizacji oraz funkcje i zadania nauk społecznych, w tym zarządzania, w ich opisie, wyjaśnianiu i rozwiązywaniu.	P6U_W	P6S_WK
	Zarz_WK03_Lic	Zna i rozumie w zaawansowanym stopniu uwarunkowania ochrony danych osobowych, własności przemysłowej i prawa autorskiego w kontekście decyzji zarządczych .	P6U_W	P6S_WK
	Zarz_WK04_Lic	Zna i rozumie w zaawansowanym stopniu zasady tworzenia i rozwoju form przedsiębiorczości oraz społeczne uwarunkowania tych procesów.	P6U_W	P6S_WK
	Zarz_WK05_Lic	Zna i rozumie w zaawansowanym stopniu wielorakie uwarunkowania społeczne (ekonomiczne, prawne, etyczne, inne) wykonywania swojej roli zawodowej, a także możliwe konsekwencje społeczne wynikające z działalności zawodowej.	P6U_W	P6S_WK
W ZAKRESIE UMIEJĘTNOŚCI				
UMIEJĘTNOŚCI – wykorzystanie wiedzy	Zarz_UW01_Lic	Potrafi identyfikować i interpretować podstawowe zjawiska i procesy społeczne z wykorzystaniem wiedzy z zakresu zarządzania.	P6U_U	P6S_UW
	Zarz_UW02_Lic	Potrafi wykorzystywać wiedzę teoretyczną z zakresu nauk o zarządzaniu i jakości oraz powiązanych dyscyplin naukowych w celu analizy złożonych i interpretacji przyczyn, przebiegu i konsekwencji złożonych oraz nietypowych problemów w zarządzaniu i innych dylematów współczesnej cywilizacji.	P6U_U	P6S_UW
	Zarz_UW03_Lic	Potrafi identyfikować i interpretować podstawowe zjawiska i procesy społeczne z wykorzystaniem wiedzy z zakresu przedsiębiorczości, ze szczególnym uwzględnieniem kreowania postaw przedsiębiorczych i podejmowania wyzwań związanych z rozwojem przedsiębiorczości.	P6U_U	P6S_UW
	Zarz_UW04_Lic	Potrafi identyfikować i formułować specyfikę zadań oraz sposoby ich rozwiązywania, w tym dobierać i wykorzystywać właściwe metody i narzędzia wspomagające dokonywanie oceny opłacalności wdrożenia tych rozwiązań.	P6U_U	P6S_UW

	Zarz_UW05_Lic	Potrafi projektować nowe rozwiązania, jak również doskonalić istniejące, zgodnie z przyjętymi założeniami ich realizacji i wdrożenia.	P6U_U	P6S_UW
	Zarz_UW06_Lic	Potrafi analizować i prognozować procesy oraz zjawiska społeczne z wykorzystaniem standardowych metod oraz narzędzi diagnostycznych i badawczych właściwych dla zarządzania.	P6U_U	P6S_UW
	Zarz_UW07_Lic	Potrafi zaplanować i zrealizować proces twórczy mający za zadanie rozwiązywanie określonych problemów badawczych i praktycznych z zakresu zarządzania, wykorzystując w tym celu odpowiednie narzędzia, dokonując statystycznej analizy danych i ich prezentacji, z poszanowaniem zasad etyki zawodowej oraz własności przemysłowej i prawa autorskiego	P6U_U	P6S_UW
	Zarz_UW08_Lic	Potrafi przygotować prace pisemne, prezentacje oraz wystąpienia ustne dotyczące problemów zarządzania z wykorzystaniem wiedzy oraz dostępnych źródeł.	P6U_U	P6S_UW
	Zarz_UW09_Lic	Potrafi prawidłowo interpretować i analizować zjawiska społeczno-gospodarcze, w tym bieżące wydarzenia w otoczeniu przedsiębiorstw i innych instytucji, wykorzystując metody i techniki analizy danych rynkowych oraz wspomagających podejmowanie decyzji gospodarczych.	P6U_U	P6S_UW
	Zarz_UW10_Lic	Potrafi prognozować określone zjawiska gospodarcze i społeczne w otoczeniu z wykorzystaniem ilościowych i jakościowych metod prognozowania i planowania.	P6U_U	P6S_UW
	Zarz_UW11_Lic	Potrafi uwzględniać skutki społeczne i etyczne w procesie zarządzania i podejmowania decyzji gospodarczych.	P6U_U	P6S_UW
UMIEJĘTNOŚCI – komunikowanie się	Zarz_UK01_Lic	Potrafi efektywnie komunikować się z innymi specjalistami w zakresie zarządzania oraz różnorodnymi interesariuszami, korzystając przy tym z nowoczesnych rozwiązań technologicznych.	P6U_U	P6S_UK
	Zarz_UK02_Lic	Potrafi zorganizować i poprowadzić debatę umożliwiającą jej uczestnikom przedstawienie, ocenę i dyskusję różnych opinii i stanowisk dotyczących zagadnień z zakresu zarządzania.	P6U_U	P6S_UK
	Zarz_UK03_Lic	Potrafi posługiwać się językiem obcym na poziomie B2 Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego.	P6U_U	P6S_UK
UMIEJĘT- NOŚCI – organizacja pracy	Zarz_UO01_Lic	Potrafi współdziałać z innymi osobami w ramach prac zespołowych w szczególności w zespołach projektujących zastosowania różnych rozwiązań z zakresu zarządzania.	P6U_U	P6S_UO
UMIEJĘT- NOŚCI – uczenie się	Zarz_UU01_Lic	Potrafi samodzielnie zaplanować i realizować własny rozwój osobisty i zawodowy poprzez ciągłe uczenie się i pogłębianie posiadanych kompetencji zawodowych przez całe życie, a także potrafi ukierunkowywać innych w tym zakresie.	P6U_U	P6S_UU
W ZAKRESIE KOMPETENCJI SPOŁECZNYCH				
KO MP ET EN C	Zarz_KK01_Lic	Jest gotowy do krytycznej oceny różnych źródeł i odbieranych treści, w szczególności treści o różnym stopniu pewności naukowej z zakresu zarządzania.	P6U_K	P6S_KK

	Zarz_KK02_Lic	Jest gotów do przyswajania zaawansowanej wiedzy naukowej z zakresu zarządzania w rozwiązywaniu problemów o charakterze teoretycznym i praktycznym pojawiających się w działalności zawodowej.	P6U_K	P6S_KK
	Zarz_KK03_Lic	Jest gotów do odpowiedzialnej oceny granic swoich kompetencji zawodowych i rozumie potrzebę zasięgania opinii innych ekspertów, w przypadku trudności z samodzielnym rozwiązywaniem problemów zawodowych.	P6U_K	P6S_KK
KOMPETENCJE - odpowiedzialność	Zarz_KO01_Lic	Jest gotów do brania odpowiedzialności za wypełnianie zobowiązań społecznych wynikających z działalności zawodowej i jest gotowy do inspirowania, organizowania i przygotowywania różnorodnych projektów gospodarczych z uwzględnieniem aspektów zarządzania.	P6U_K	P6S_KO
	Zarz_KO02_Lic	Jest gotów rozwiązywać podstawowe problemy związane z uczestnictwem w życiu społeczno-gospodarczym, w tym z wykonywaniem różnych zawodów z obszaru zarządzania.	P6U_K	P6S_KO
	Zarz_KO03_Lic	Jest gotów myśleć i działać w sposób przedsiębiorczy przewidując konsekwencje podejmowanych działań przedsiębiorczych.	P6U_K	P6S_KO
	Zarz_KO04_Lic	Jest gotów myśleć i działać w życiu zawodowym w sposób etyczny i społecznie odpowiedzialny.	P6U_K	P6S_KO
	Zarz_KO05_Lic	Ujawnia postawę wypełniania zobowiązań społecznych oraz współorganizowania działalności na rzecz środowiska społecznego.	P6U_K	P6S_KO
KOMPETENCJE – rola zawodowa	Zarz_KR01_Lic	Jest gotów przestrzegać zasad etyki zawodowej i wymagać tego od innych osób.	P6U_K	P6S_KR
	Zarz_KR02_Lic	Jest gotów działać rozważnie, dojrzałe i z zaangażowaniem w wykonywaniu różnorodnych czynności zawodowych z zakresu zarządzania.	P6U_K	P6S_KR
	Zarz_KR03_Lic	Jest gotowy dbać o dorobek teoretyczny i praktyczny z zakresu zarządzania oraz tradycje i etos wykonywanego zawodu związanego z zarządzaniem.	P6U_K	P6S_KR

Zajęcia lub grupy zajęć, niezależnie od formy ich prowadzenia, wraz z przypisaniem do nich efektów uczenia się i treści programowych zapewniających uzyskanie tych efektów oraz liczby punktów ECTS

1. KSZTAŁCENIE OGÓLNE		
Kierunkowe efekty uczenia się	BHP	ECTS: 0
Zajęciom tym nie przypisuje się efektów uczenia się	Definicja i istota bezpieczeństwa i higieny pracy. Podstawowe akty prawne z zakresu BHP (Kodeks Pracy, Rozporządzenie w sprawie BHP na uczelniach, Ustawa o Ochronie Przeciwpożarowej, Rozporządzenie w sprawie ogólnych przepisów BHP, Rozporządzenie w sprawie szkolenia z zakresu BHP, Rozporządzenie w sprawie warunków technicznych, jakim powinny odpowiadać budynki i ich usytuowanie). Instytucje pełniące nadzór nad przestrzeganiem przepisów BHP. Obowiązki i uprawnienia rektora w zakresie przestrzegania zasad BHP na uczelni. Ogólne zasady BHP obowiązujące na terenie uczelni. Ogólne zasady dotyczące budynków, pomieszczeń, maszyn i urządzeń oraz wymagania, jakie powinny spełniać. Zasady wyposażenia budynków/pomieszczeń w sprzęt gaśniczy, apteczki. Zasady poruszania się w ciągach komunikacyjnych. Definicja czynników szkodliwych oraz działania optymalizujące działania czynników. Zagrożenia wypadkowe, rodzaje wypadków. Przyczyny wypadków. Podstawowe zasady ochrony przeciwpożarowej. Akty prawne w zakresie PPOŻ. Zapobieganie zagrożeniom pożarowym. Zasady postępowania w przypadku wystąpienia zagrożenia pożaru. Zasady posługiwania się sprzętem gaśniczym. Rodzaje gaśnic. Procedury ewakuacyjne. Stosowane znaki ewakuacji. Znaki bezpieczeństwa stosowane w ochronie przeciwpożarowej. Postępowanie w razie wypadku. Przepisy regulujące obowiązek udzielenia pierwszej pomocy poszkodowanemu. Podstawowe zabiegi resuscytacyjne. Pozycja boczna ustalona. Opatrywanie zranień, złamań, zwichnięć, oparzeń. Postępowanie w przypadku porażenia prądem elektrycznym. Postępowanie w przypadku zatrucia.	
Kierunkowe efekty uczenia się	Wychowanie fizyczne (tylko studia stacjonarne)	ECTS: 0
Zajęciom tym nie przypisuje się efektów uczenia się	Zasady bezpiecznego uczestnictwa w zajęciach sportowo-rekreacyjnych. Trening zdrowotny. Formy aktywności ruchowej przy muzyce - aerobik, TBC, joga. Ćwiczenia kształtujące sylwetkę z wykorzystaniem sprzętu fitness. Zajęcia aerobowe. Rodzaje zajęć aerobowych. Trening aerobowy i jego funkcje. Nauka i demonstracja techniki ćwiczeń. Tenis stołowy - nauka i doskonalenie wykonania podstawowych elementów technicznych. Elementy tańca towarzyskiego. Zajęcia korekcyjno-kompensacyjne wsparte ćwiczeniami relaksacyjnymi. Zespołowe gry sportowe – koszykówka, piłka siatkowa, ręczna i nożna. Badminton - nauka i doskonalenie podstawowych elementów technicznych. Futsal - nauka i doskonalenie techniki gry. Kształtowanie sprawności ruchowej oraz umiejętności technicznych przez gry i ćwiczenia ogólnorozwojowe.	
Kierunkowe efekty uczenia się	Język angielski (DW)	ECTS: 9
Zarz_UK03_Lic Zarz_UU01_Lic Zarz_KO04_Lic	Liczba godzin poświęcona poszczególnym sprawnościom, umiejętnościom i podsystemom języka będzie uzależniona od indywidualnych potrzeb grupy. <u>Ogólny zakres leksykalny.</u> Tematyka tekstów oraz zadań językowych w ramach nauki ogólnego języka obcego: dane osobowe; dom, mieszkanie, otoczenie; życie codzienne, czas wolny, rozrywka; podróżowanie i turystyka; stosunki międzyludzkie; zdrowie i higiena; edukacja; praca; kultura; sport; nauka i technika; świat przyrody; zakupy i usługi; żywienie; państwo i społeczeństwo; język. <u>Funkcje językowe.</u> Rozwijanie różnych funkcji językowych, a w szczególności: opisywanie; opowiadanie; wyrażanie opinii; pytanie o informacje, udzielanie informacji; rozwiązywanie nieporozumień (wyjaśnianie); udzielanie rad, ostrzeżeń; telefonowanie; przepraszanie; wydawanie poleceń; wyrażanie prośb; instruowanie; zwroty grzecznościowe. <u>Zagadnienia gramatyczne.</u> Zagadnienia gramatyczne odrębne dla każdego nauczanego języka, typowe dla poziomu B2. <u>Sprawności językowe.</u> Rozwijanie czterech podstawowych sprawności językowych w sposób częściowo zintegrowany: słuchanie, mówienie, czytanie, pisanie.	
	Język niemiecki (DW)	ECTS: 9
Zarz_UK03_Lic Zarz_UU01_Lic Zarz_KO04_Lic	Liczba godzin poświęcona poszczególnym sprawnościom, umiejętnościom i podsystemom języka będzie uzależniona od indywidualnych potrzeb grupy. <u>Ogólny zakres leksykalny.</u> Tematyka tekstów oraz zadań językowych w ramach nauki ogólnego języka obcego: dane osobowe; dom, mieszkanie, otoczenie; życie codzienne, czas wolny, rozrywka; podróżowanie i turystyka; stosunki międzyludzkie; zdrowie i higiena; edukacja; praca; kultura; sport; nauka i technika; świat przyrody; zakupy i usługi; żywienie; państwo i społeczeństwo; język.	

	<u>Funkcje językowe.</u> Rozwijanie różnych funkcji językowych, a w szczególności: opisywanie; opowiadanie; wyrażanie opinii; pytanie o informacje, udzielanie informacji; rozwiązywanie nieporozumień (wyjaśnianie); udzielanie rad, ostrzeżeń; telefonowanie; przeproszanie; wydawanie poleceń; wyrażanie prośb; instruowanie; zwroty grzecznościowe. <u>Zagadnienia gramatyczne.</u> Zagadnienia gramatyczne odrębne dla każdego nauczanego języka, typowe dla poziomu B2. <u>Sprawności językowe.</u> Rozwijanie czterech podstawowych sprawności językowych w sposób częściowo zintegrowany: słuchanie, mówienie, czytanie, pisanie.		
	<table> <tr> <th>Umiejętności akademickie</th><th>ECTS: 1</th></tr> </table>	Umiejętności akademickie	ECTS: 1
Umiejętności akademickie	ECTS: 1		
Zarz_WG01_Lic Zarz_WK03_Lic Zarz_KK01_Lic	Wartości akademickie. Odróżnienie nauki od pseudonauki. Obiektywizm, sceptycyzm, dążenie do prawdy, otwartość na nowe informacje, dążenie do zdobywania kompetencji, sumiennosc. Ochrona wartości intelektualnej i przemysłowej, bezstronne, niezafałszowane prezentowanie danych. Identyfikowanie problemu. Prezentacja konkretnych przykładów problemów. Poszukiwanie zagadnienia, które dla studenta jest ważne, które wzbudza jego zainteresowanie i potrzebę działania. Przedstawienie opisu problemu. Rozumowanie. Myślenie racjonalne i intuicyjne. Błędy i zniekształcenia myślenia racjonalnego, błędy logiczne. Wnioskowanie. Komunikowanie. Styl pisanie tekstów akademickich. Struktura różnych rodzajów tekstów akademickich. Przedstawianie i ocena argumentów obu stron sporu akademickiego. Analiza dyskusji problemu. Wyjaśnienie różnicy pomiędzy cytowaniem a bezprawnym wykorzystaniem cudzego tekstu. Dbalosc o prawa autorskie i prawa pokrewne.		
	<table> <tr> <th>Podstawy komunikacji społecznej</th><th>ECTS: 4</th></tr> </table>	Podstawy komunikacji społecznej	ECTS: 4
Podstawy komunikacji społecznej	ECTS: 4		
Zarz_WG03_Lic Zarz_WG10_Lic Zarz_UK01_Lic Zarz_KK01_Lic	Komunikacja społeczna – definicje, modele i tradycje badawcze. Komunikacja interpersonalna – teorie poświęcone przekazom interpersonalnym, budowaniu i podtrzymywaniu relacji oraz wywieraniu wpływu. Komunikacja publiczna i grupowa – teorie poświęcone komunikacji grupowej, publicznej i w organizacjach. Komunikacja masowa – teorie poświęcone kulturze i mediom oraz efektom medialnym. Komunikacja interkulturowa – teorie poświęcone kontaktom interkulturowym i procesom adaptacji. Integracja teorii komunikacji.		
	<table> <tr> <th>Wprowadzenie do psychologii</th><th>ECTS: 5</th></tr> </table>	Wprowadzenie do psychologii	ECTS: 5
Wprowadzenie do psychologii	ECTS: 5		
Zarz_WG01_Lic Zarz_WK01_Lic Zarz_UW01_Lic Zarz_KK01_Lic	Relacje pomiędzy psychologią i innymi dyscyplinami nauk społecznych oraz nauk humanistycznych. Nowoczesna wiedza psychologiczna a jej społeczne i humanistyczne korzenie. Psychologia świadomości; przedstawiciele, kontrowersje. Introspekcja jako metoda badawcza i jej krytycy. Funkcjonalizm i teoria czynności Tomaszewskiego. Wielkie szkoły psychologiczne: behawioryzm, psychoanaliza, psychologia humanistyczna, psychologia poznawcza, psychologia pozytywna. Psychologiczne koncepcje człowieka. Psychologiczne podstawy zachowania. Podstawowe aspekty psychiki człowieka. Wybrane eksperymenty psychologiczne i ich znaczenie dla współczesnej nauki. Podstawowe zasady metodologii w badaniach psychologicznych. Nowe kierunki rozwoju psychologii.		
	<table> <tr> <th>Wprowadzenie do filozofii</th><th>ECTS: 5</th></tr> </table>	Wprowadzenie do filozofii	ECTS: 5
Wprowadzenie do filozofii	ECTS: 5		
Zarz_WG01_Lic Zarz_WK01_Lic Zarz_WK02_Lic Zarz_UW01_Lic Zarz_KO04_Lic	Filozofia jako refleksja i wiedza o świecie. Struktura filozofii. Metoda filozofii. Cele filozofii. Gatunki wiedzy ludzkiej. Filozofia a nauka. Spory o naturę rzeczywistości (pytanie o arche, spór o substancje: monizm, dualizm, pluralizm, spór o istnienie świata: realizm - idealizm). Wielkie systemy ontologiczno-metafizyczne (Platona, Arystotelesa, św. Augustyna, św. Tomasza, Kartezjusza, Kanta, Hegla). Spór o źródła poznania: racjonalizm genetyczny (natywizm), empiryzm genetyczny, racjonalizm-irracjonalizm. Spór o metodę poznania (aprioryzm, aposterioryzm). Spór o przedmiot (granice) poznania (realizm, sceptycyzm, agnostycyzm). Wybrane koncepcje prawdy: klasyczna (arystotelesowska) koncepcja prawdy, nieklasyczne teorie prawdy. Problem absolutności i względności prawdy. Antropologia filozoficzna: problem psychofizyczny, dualizm antropologiczny (Platon, Kartezjusz), hylemorfizm Arystotelesa, chrześcijańskie koncepcje człowieka, egzystencjalistyczna wizja człowieka). Zagadnienia sensu i celu życia. Filozofia społeczna. Podstawowe wartości społeczne: sprawiedliwość, równość, wolność. Wizje dobrego państwa.		
	<table> <tr> <th>Wstęp do nauki o państwie i prawie (DW)</th><th>ECTS: 5</th></tr> </table>	Wstęp do nauki o państwie i prawie (DW)	ECTS: 5
Wstęp do nauki o państwie i prawie (DW)	ECTS: 5		
Zarz_WG02_Lic Zarz_WG05_Lic Zarz_UW01_Lic Zarz_KK01_Lic	Pojęcie państwa. Geneza państwa. Typologiczna charakterystyka państwa. Państwo jako organizacja społeczna. Władza publiczna. Terytorium. Ludność. Pojęcie narodu i społeczeństwa. Państwo jako organizacja polityczna, hierarchiczna. Państwo jako organizacja suwerenna. Przymusowy charakter państwa. Aparat państwowy. Zasady ustroju państwa. Suwerenność państwa. Forma państwa a forma rządów. Funkcje państwa. Struktura prawna państwa. Reżim polityczny. System wyborczy. Pojęcie i funkcje prawa. Źródła prawa. Prawo jako zjawisko polityczne. System prawa i jego tworzenie. Obowiązywanie prawa.		
	<table> <tr> <th>Geografia gospodarcza</th><th>ECTS: 5</th></tr> </table>	Geografia gospodarcza	ECTS: 5
Geografia gospodarcza	ECTS: 5		
Zarz_WG10_Lic Zarz_WG11_Lic Zarz_UW01_Lic Zarz_KK01_Lic	Geografia gospodarcza w systemie nauk geograficznych. Przestrzeń geograficzna, pojemność środowiska geograficznego, modele systemu osadniczego, teoria regionu, dynamika struktur przestrzennych. Zasoby naturalne Ziemi i ich znaczenie gospodarcze. Gospodarka surowcami mineralnymi i bezpieczeństwo surowcowe. Rolnictwo – światowa produkcja roślinna i zwierzęca. Rybołówstwo. Kryzysy żywnościowe.		

	Przemysł na świecie. Ewolucja modelu organizacji produkcji przemysłowej. Usługi i ich rola w rozwoju gospodarczym. Współczesne tendencje w międzynarodowym handlu towarami i usługami. Światowe i regionalne przepływy czynników produkcji.	
	Metodologia badań naukowych	ECTS: 4
Zarz_WG01_Lic Zarz_WG11_Lic Zarz_WK01_Lic Zarz_UW06_Lic Zarz_UW07_Lic Zarz_KK01_Lic	Podstawy nauk społecznych - wprowadzenie w zasady dziedziny, wyjaśnienie podstawowych pojęć i kategorii. Dialektyka badań społecznych - wybrane zestawienia (indukcja, dedukcja, wyjaśnianie idiograficzne, nomotetyczne). Paradygmaty w naukach społecznych. Tradycyjny model nauki - zasady i założenia. Teoria indukcyjna i dedukcyjna - wyjaśnienie, teoria, przykłady, budowa. Pojęcie i kategoria przyczynowości w badaniach społecznych. Struktura procesu badawczego - plan badań, operacjonalizacja, konceptualizacja, pomiar. Typy obserwacji - eksperyment, badania sondażowe. Analiza danych jakościowych - odkrywanie prawidłowości, przetwarzanie danych. Podstawy analizy ilościowej. Etyka i polityka w badaniach społecznych - społeczny kontekst badań.	
2. KSZTAŁCENIE KIERUNKOWE		
Kierunkowe efekty uczenia się	Podstawy ekonomii	ECTS: 5
Zarz_WG02_Lic Zarz_WK02_Lic Zarz_UW02_Lic Zarz_KK01_Lic	Wprowadzenie i wyjaśnienie podstawowych pojęć. Kierunki rozwoju ekonomii jako nauki. Proces badawczy w ekonomii. Proces wnioskowania w ekonomii. Metody badawcze w ekonomii. Wyjaśnianie i prognozowanie w ekonomii. Osobliwości ekonomii. Subdyscypliny ekonomiczne. Wewnętrzny podział ekonomii. Ekonomia głównego nurtu. Ekonomia poza głównym nurtem. Teorie ludnościowe. Problem ubóstwa i wykluczenia zawodowego. Problem aktywności zawodowej i bezrobocia. Wzrost i rozwój gospodarczy. Inflacja i deflacja.	
	Teoria organizacji i zarządzania	ECTS: 5
Zarz_WG03_Lic Zarz_WG05_Lic Zarz_WG14_Lic Zarz_UW01_Lic Zarz_KK01_Lic	Teoria organizacji i zarządzania jako dyscyplina naukowa. Uwarunkowania powstania nauk o zarządzaniu i jakości. Organizacja i zarządzanie jako obiekt badań. Ujęcie organizacji - czynnościowe, atrybutowe, rzeczowe, spojrzenie statyczne, dynamiczne, przestrzenne. Organizacja jako system - teoria systemów, podsystemy organizacji. Szkoły i kierunki w naukach organizacji i zarządzania. Modele organizacji. Typologia organizacji i zarządzania. Charakterystyczne cechy i cele organizacji. Rola wiedzy w organizacji. Wiedza jako zasób, tworzenie wiedzy, konkurencja oparta na wiedzy. Rola otoczenia organizacji. Wpływ otoczenia na sposoby zarządzania. Podstawowe funkcje zarządzania. Planowanie, kierowanie (przewodzenie, realizacja, motywowanie), kontrola. Kierowanie organizacją - autorytet, przywództwo, władza, delegowanie, podejmowanie decyzji. Rola zarządzania kapitałem ludzkim w organizacji.	
	Podstawy rachunkowości	ECTS: 5
Zarz_WG07_Lic Zarz_WG12_Lic Zarz_UW04_Lic Zarz_UW09_Lic Zarz_KK01_Lic Zarz_KR01_Lic Zarz_KR03_Lic	Definicja i rodzaje rachunkowości (rachunkowość finansowa, zarządcza, podatkowa). Przedmiot i podmioty rachunkowości. Rachunkowość jako część systemu informacyjnego jednostki gospodarczej. Zasady rachunkowości i ich przykłady. Memoriałowe i kasowe zapisy rachunkowo-księgowe. Organizacja rachunkowości w przedsiębiorstwie. Sprawozdanie finansowe jako produkt rachunkowości i źródło informacji finansowej. Bilans, jego budowa i wartości poznawcze. Klasyfikacja aktywów i pasywów. Sporządzanie bilansu. Ewidencja bilansowa. Rodzaje i zasady funkcjonowania kont księgowych. Plany kont. Operacje gospodarcze bilansowe i wynikowe. Zasady ewidencji księgowej. Konstrukcja rachunku zysków i strat. Rodzaje rachunku zysków i strat. Sporządzanie rachunku zysków i strat. Wartości poznawcze rachunku zysków i strat. Rachunek z przepływów pieniężnych, jego konstrukcja i wartości poznawcze.	
	Statystyka opisowa	ECTS: 4
Zarz_WG07_Lic Zarz_WG11_Lic Zarz_UW06_Lic Zarz_UW07_Lic Zarz_KK01_Lic Zarz_KK03_Lic	Statystyka i badanie statystyczne. Cechy statystyczne oraz ich prezentacja. Miary tendencji centralnej: mediana, modalna, dominanta, średnie: arytmetyczna, geometryczna, harmoniczna. Miary położenia – kwantyle. Miary rozproszenia. Miary koncentracji i asymetrii. Miary podobieństwa struktur. Współzależność zjawisk i korelacja. Regresja liniowa i trend. Przyrosty i indeksy. Indeksy cenowe, ilościowe, stosunkowe.	
	Podstawy finansów prywatnych i publicznych	ECTS: 3
Zarz_WG02_Lic Zarz_WG12_Lic Zarz_UW01_Lic Zarz_UW09_Lic Zarz_KK01_Lic	Pojęcie finansów, zakres, systematyka, istota pieniądza - formy, rodzaje, obieg, funkcje finansów. Mechanizm kreacji pieniądza, rodzaje kredytów, różnice między kredytem a pożyczką. System finansowy gospodarki - pojęcie, instrumenty finansowe, segmenty rynku finansowego. instytucje finansowe, zasady funkcjonowania system finansowego. Pojęcia sektora finansów publicznych i jego segmenty, źródła finansowania wydatków publicznych (w tym struktura finansowa sektora), pojęcie, klasyfikacja oraz rodzaje podatków, dotacje i subwencje, finanse jednostek samorządu terytorialnego. Planowanie finansowe w sektorze finansów publicznych, istota budżetu państwa i charakterystyka procedury budżetowej, analiza budżetu państwa danego roku, istota deficytu budżetowego oraz sposoby jego finansowania, problematyka długu publicznego (w tym zarządzanie długiem publicznym), polityka finansowa: pojęcie, rodzaje i narzędzia. Inteligencja finansowa, czynniki odpowiedzialne za tworzenie bogactwa, budżet domowy, zasady wydawania i oszczędzania pieniędzy, dochód aktywny oraz pasywny. Finanse behawioralne	

	a klasyczna teoria finansów (racjonalność ekonomiczna i zasady efektywnego rynku), anomalie - przykłady. Konstrukcja budżetu UE, wpływy, struktura wydatków, strefa euro. Polska a strefa euro.
	Zarządzanie organizacjami ECTS: 4
Zarz_WG04_Lic Zarz_WG05_Lic Zarz_WG14_Lic Zarz_UW01_Lic Zarz_UW02_Lic Zarz_KK01_Lic	Rola zarządzania w prowadzeniu działalności gospodarczej. Geneza nauki o zarządzaniu. Ewolucja poglądów-różne style zarządzania. Pojęcia podstawowe: sterowanie, kierowanie, zarządzanie, administrowanie, organizacja. Role i umiejętności kierownicze. Style kierowania. Źródła władzy: autorytet formalny oraz nieformalny, przywództwo. Proces zarządzania-motywowanie i kontrola. Modele organizacji. Typy struktur organizacyjnych (struktury sztywne i elastyczne; struktury smukłe oraz płaskie; struktury scentralizowane i zdecentralizowane). Optymalne wykorzystanie poszczególnych struktur. Omówienie wad oraz zalet poszczególnych form organizacji. Zarządzanie jako proces informacyjno-decyzyjny. Proces podejmowania decyzji. Elementy składowe systemu informacyjnego. Wady i zalety decyzji grupowych oraz indywidualnych. Planowanie. Rola planowania w zarządzaniu. Pojęcie i zasady zarządzania strategicznego. Wizja, misja, cele strategiczne, strategia. Planowanie operacyjne. Organizowanie. Model cyklu życia organizacji. Zarządzanie w kontekście zmian. Opory przeciwko zmianom. Etyczny kontekst zarządzania. Kulturowe uwarunkowania zarządzania.
	Zarządzanie projektami ECTS: 3
Zarz_WG14_Lic Zarz_UW04_Lic Zarz_UO01_Lic Zarz_KO01_Lic Zarz_KR02_Lic Zarz_KR03_Lic	Podstawowe pojęcia: projekt, portfel projektów, program, zakres projektu, interesariusze projektu, typowe problemy projektów, projekt w różnych typach organizacji. Procesy zarządzania projektem: procesy rozpoczęcia projektu, procesy planowania projektu, procesy realizacji projektu, procesy kontroli projektu, procesy zakończenia projektu. Obszary zarządzania projektami: zarządzanie integralnością projektu, zarządzanie zakresem, zarządzanie czasem, zarządzanie kosztami, zarządzanie jakością, zarządzanie zasobami ludzkimi, zarządzanie komunikacją, zarządzanie ryzykiem, zarządzanie zaopatrzeniem. Metody, techniki i narzędzia zarządzania projektami. Krytyczne czynniki sukcesu projektu, przyczyny porażek w realizacji projektów, zapobieganie niepowodzeniom. Budowanie zespołu projektowego: struktury zespołów projektowych, komunikacja w zespole projektowym, koncepcja ról zespołowych, kompetencje menedżera projektu, współpraca w zespole projektowym. Monitoring i ewaluacja projektów: system raportowania, elektroniczne bazy danych.
	Prawo publiczne gospodarcze ECTS: 3
Zarz_WG02_Lic Zarz_WG06_Lic Zarz_WK03_Lic Zarz_WK05_Lic Zarz_UW01_Lic Zarz_UW02_Lic Zarz_KK01_Lic	Źródła prawa gospodarczego na poziomie międzynarodowym, unijnym, polskim oraz relacja prawa międzynarodowego do prawa unijnego, polskiego. Koncepcja monistyczna i dualistyczna w prawie. Prawo gospodarcze publiczne i prywatne. Zasady działalności gospodarczej przedsiębiorców zagranicznych i uznawanie kwalifikacji zawodowych nabytych w państwach członkowskich UE oraz działalność rzecznika małych i średnich przedsiębiorców. Prowadzenie działalności gospodarczej w formie spółki cywilnej. Pojęcie, rodzaje i formy pomocy publicznej oraz zwolnienia bezwzględne i względne. Zasady prowadzenia działalności gospodarczej w formie spółek osobowych (spółki jawnej, partnerskiej, komandytowej, komandytowo-akcyjnej) oraz kapitałowych (spółki z o.o, akcyjnej, prostej spółki akcyjnej). Zakończenie działalności gospodarczej - podstawowe regulacje z prawa upadłościowego i restrukturyzacyjnego.
	Podstawy arkusza kalkulacyjnego ECTS: 2
Zarz_WG07_Lic Zarz_WG12_Lic Zarz_UW04_Lic Zarz_UW07_Lic Zarz_KK02_Lic	Przygotowanie do pracy z arkuszem kalkulacyjnym. Przedstawienie podstawowych funkcji arkusza kalkulacyjnego. Przygotowanie danych do analizy – sortowanie i filtrowanie, tworzenie zautomatyzowane dużych serii danych. Tworzenie formuł przy użyciu: stałych i operatorów obliczeń, za pomocą odwołań do komórek i nazw, przy użyciu funkcji. Formatowanie daty i formuł z nią związanych. Funkcje do pracy z tekstem. Rozdzielanie i przekształcanie liczb (danych). Funkcje wyszukiwania. Tworzenie tabel i wykresów. Konsolidacja wielu zakresów danych. Analiza danych przy pomocy tabel przestawnych.
	Zarządzanie kapitałem ludzkim ECTS: 5
Zarz_WG14_Lic Zarz_WK03_Lic Zarz_WK05_Lic Zarz_UK01_Lic Zarz_UO01_Lic Zarz_KO04_Lic Zarz_KR01_Lic Zarz_KR03_Lic	Ewolucja funkcji personalnej. Pojęcie funkcji personalnej i jej ewolucja (zarządzanie personelem, zarządzanie zasobami ludzkimi, zarządzanie kapitałem ludzkim). Związki pomiędzy strategią personalną a strategią organizacji. Organizacyjne modele realizacji funkcji personalnej. Planowanie i organizacja zasobów ludzkich. Analiza pracy i metody jej prowadzenia. Planowanie potrzeb personalnych. Metody reagowania na zmiany zapotrzebowania na pracę w organizacji. Metody doboru kadr. Etapy doboru i ich cele. Rekrutacja – jej rodzaje i metody. Motywowanie i wynagradzanie. Podstawowe teorie motywacji i ich zastosowanie w motywowaniu i systemach motywacyjnych. Wynagradzanie – cele i funkcje. Teorie uzasadniające sposoby i wyjaśniające skutki różnych rozwiązań w zakresie wynagradzania. Ocena pracy i systemy ocen okresowych. Sądy opisowe i oceniające. Cele i struktury systemów ocen okresowych. Rozwój kompetencji pracowników. Modele polityki personalnej. Controlling personalny. Kultura organizacji.
	Finanse przedsiębiorstwa ECTS: 5
Zarz_WG07_Lic Zarz_WG12_Lic Zarz_UW04_Lic	Cel i przedmiot finansów przedsiębiorstwa; Podstawowe zasady finansów przedsiębiorstwa; Kryterium wartości ekonomicznej w podejmowaniu decyzji finansowych; Rodzaje decyzji i podstawowe problemy decyzyjne w zarządzaniu finansami przedsiębiorstwa; Strategie finansowe przedsiębiorstw w zakresie

Zarz_UW09_Lic Zarz_KK01_Lic Zarz_KR02_Lic Zarz_KR03_Lic	zarządzania zasobami; Cykl finansowy przedsiębiorstwa; Rola przepływów pieniężnych w decyzjach finansowych; Klasyfikacja i cechy źródeł finansowania przedsiębiorstw; Pomiar i ocena struktury kapitału; Główne teorie struktury kapitału; Strategie finansowania przedsiębiorstw; Kryteria wyboru źródeł finansowania; Zjawisko dźwigni w zarządzaniu finansami; Koszt kapitału w decyzjach finansowych; Istota decyzji inwestycyjnych przedsiębiorstw; Rodzaje inwestycji przedsiębiorstw; Procedura oceny efektywności ekonomicznej inwestycji; Budżetowanie finansowe w ocenie inwestycji; Mierniki oceny efektywności inwestycji; Metody oceny ryzyka projektu inwestycyjnego; Zakres krótkoterminowych decyzji finansowych; Zarządzanie kapitałem obrotowym; Metody zarządzania płynnością finansową oraz aktywami obrotowymi i zobowiązaniami bieżącymi.
Zarządzanie wiedzą	
ECTS: 3	
Zarz_WG06_Lic Zarz_WG08_Lic Zarz_UW02_Lic Zarz_UW05_Lic Zarz_KK02_Lic	Wykorzystanie zarządzania wiedzą do rozwiązywania problemów strategicznych i operacyjnych w zarządzaniu przedsiębiorstwem. Istota wiedzy i informacji; wiedza a mądrość. Cele zarządzania wiedzą osobistą. Transfer wiedzy w otoczeniu przedsiębiorstwa. Transfer wiedzy we wnętrzu przedsiębiorstwa - dzielenie się wiedzą – kultura organizacyjna sprzyjająca dzieleniu się wiedzą. Intranet jako narzędzie wspierające transfer wiedzy. Miejsca i okoliczności powstawania wiedzy. Klasa kreatywna i pracownicy wiedzy (knowledge workers). Gromadzenie wiedzy i metody zatrzymywania wiedzy w organizacji. Metody wartościowania wiedzy. Strategie kodyfikacji i personalizacji wiedzy.
Mikroekonomia	
ECTS: 6	
Zarz_WG02_Lic Zarz_WG10_Lic Zarz_UW02_Lic Zarz_UW10_Lic Zarz_KK01_Lic Zarz_KO02_Lic	Mikroekonomia a makroekonomia i ekonomie stosowane, przedmiot, zakres, ujęcie, podejście, klasyfikacje, uogólnienie, znaczenie teorii dla praktyki gospodarczej. Relacja konsument – producent w ruchu okrężnym w gospodarce - konsument tworzy popyt a producent podaż na rynku dóbr konsumpcyjnych, wydatki konsumenta a przychody producenta i zmienne je określające (wielkość i cena), cena a koszty - perspektywa producenta, cena a użyteczność - perspektywa konsumenta, produkt a dobro - weryfikacja rynkowa, równowaga, podstawowe prawa rynku dóbr konsumpcyjnych, elastyczności popytu i podaży, cenowa wrażliwość podaży. Teoria wyboru konsumenta, funkcja preferencji i użyteczności, ograniczenie budżetowe, użyteczności krańcowe dóbr i ich ceny, trzy warunki maksymalizacji funkcji celu. Teoria wyboru producenta, warunki maksymalizacji funkcji celu, produktywności przeciętne i krańcowe czynników a sfery racjonalnego gospodarowania, równość produktywności i wynagrodzeń czynników produkcji, koncepcja ULC, źródła zmian opłacalności produkcji, relacje zmian produktywności czynników (TFP) do zmian relacji cen otrzymywanych do płaconych, zmiany technik wytwarzania u producenta, rozwiązanie funkcji Lagrange'a dla maksymalizacji funkcji zysku producenta, warunkowa funkcja popytu producenta na czynniki produkcji, reakcje producentów na zmiany i prawa rynku czynników produkcji. Nierówności dopuszczające a transakcje kupna sprzedaży między producentem i konsumentem na rynku (hipoteza Hurwicza), korzyści konsumenta i producenta.
Podstawy marketingu	
ECTS: 4	
Zarz_WG08_Lic Zarz_WG10_Lic Zarz_UW02_Lic Zarz_UW05_Lic Zarz_KK01_Lic	Orientacja marketingowa jako koncepcja działania na konkurencyjnym rynku. Rynek i otoczenie rynkowe przedsiębiorstwa a marketing. Segmentacja rynku. Postępowanie konsumentów na rynku. Badania marketingowe w systemie informacji marketingowej w przedsiębiorstwie. Zarządzanie produktem. Strategie cen i dystrybucji. Promocja jako narzędzie komunikacji przedsiębiorstwa z rynkiem. Zarządzanie i planowanie marketingowe w przedsiębiorstwie.
Zachowania organizacyjne	
ECTS: 3	
Zarz_WG03_Lic Zarz_WG14_Lic Zarz_UW01_Lic Zarz_UW02_Lic Zarz_UW03_Lic Zarz_KK01_Lic Zarz_KO04_Lic	Rola pasji i dyscypliny niezbędnych w kształtowaniu kompetencji poznawczych, związanych z pozytywnym stosunkiem studenta do studiowanego kierunku. Wprowadzenie do nauki o zachowaniach organizacyjnych. Istota i cele zachowań organizacyjnych. Indywidualne uwarunkowania zachowań ludzi w organizacji. Osobowość i jej wpływ na postrzeganie człowieka w organizacji. Wybrane koncepcje osobowości. Zachowania organizacyjne w wymiarze grupowym. Koncepcje grupy i zespołów, i ich wpływ na zachowania organizacyjne. Motywacja i motywowanie. Istota i źródła motywacji. Wybrane teorie motywacji. Wzmacnianie motywacji. Syndrom wypalenia zawodowego. Istota satysfakcji z pracy. Kształtowanie i pomiar. Koncepcja zaangażowania - aspekty psychologiczne i organizacyjne. Rodzaje zaangażowania. Wpływ komunikacji na zachowania w grupie. Istota komunikacji w organizacji. Komunikacja werbalna i niewerbalna. Zjawisko konfliktów w organizacji i metody ich rozwiązywania. Podejmowanie decyzji w organizacji - indywidualne i grupowe. Władza- autorytet a przywództwo. Wybrane style kierowania a zachowania organizacyjne. Organizacyjny kontekst zachowań ludzi w organizacji. Kultura organizacyjna - istota i wybrane typologie kultury organizacyjnej. Znaczenie kultury organizacyjnej w kształtowaniu zachowań pracowników.
Analiza finansowa przedsiębiorstwa	
ECTS: 5	
Zarz_WG07_Lic Zarz_WG12_Lic Zarz_UW04_Lic	Istota i rodzaje analiz sporządzanych w przedsiębiorstwie. Definicje analiz, kryteria klasyfikacji analiz, zakres przedmiotowy poszczególnych analiz. Bazy porównań wykorzystywane w analizach finansowych. Czynniki zakłócające porównywalność danych. Metody analizy finansowej. Wstępna analiza bilansu.

Zarz_UW09_Lic Zarz_KK01_Lic Zarz_KR02_Lic Zarz_KR03_Lic	Wstępna analiza rachunku zysków i strat. Warianty rachunku zysków i strat. Dynamika poszczególnych pozycji przychodów oraz kosztów. Relacje oparte na różnych kategoriach zysku. Wykorzystanie mierników oceny płynności finansowej do podejmowania decyzji dotyczących krótkoterminowej równowagi finansowej. Ocena zadłużenia podmiotów gospodarczych. Analiza rentowności oraz czynników ją kształtujących. Ocena rentowności sprzedaży na poszczególnych poziomach rachunku zysków i strat. Wykorzystane wskaźników rentowności i determinant je kształtujących do podejmowania decyzji finansowych. Model Du Pont. Ocena aktywności gospodarczej przedsiębiorstw. Wskaźniki oparte na kosztach. Wskaźniki rotacji.
Badania marketingowe	
ECTS: 5	
Zarz_WG08_Lic Zarz_WG11_Lic Zarz_UW06_Lic Zarz_UW09_Lic Zarz_KK01_Lic Zarz_KK03_Lic Zarz_KR01_Lic	Istota i znaczenie badań marketingowych. Proces badawczy - projektowanie badania i dobór próby do badania. Proces badawczy - pomiar, skalowanie i budowa kwestionariusza. Proces badawczy - metody gromadzenia danych wtórne i sondażowe. Proces badawczy - pozostałe metody gromadzenia danych. Proces badawczy – redukcja i analiza danych. Metodologia badań i analiz rynku - wykorzystanie badań marketingowych. System informacji marketingowej, organizacja badań, etyka badań i rynek badań.
Makroekonomia	
ECTS: 3	
Zarz_WG02_Lic Zarz_WG10_Lic Zarz_UW01_Lic Zarz_UW09_Lic Zarz_KK01_Lic	Wprowadzenie do makroekonomii. Przedmiot, metody i narzędzia analizy makroekonomicznej. Rachunek dochodu narodowego. Ruch okrężny w gospodarce. Produkt krajowy brutto oraz kategorie pokrewne. Popytowy model równowagi J.M. Keynesa. Agregatowy popyt i jego składniki. Mechanizm mnożnikowy. Równowaga makroekonomiczna w ujęciu teorii popytowej. Model IS-LM. Zarządzanie popytem. Klasyczny model równowagi makroekonomicznej. Rola czynników podażyowych. Konkurencyjny rynek pracy - podaż, popyt, równowaga. Teoria bezrobocia i metody zwalczania bezrobocia. Teoria inflacji oraz polityka antyinflacyjna. Wzrost gospodarczy. Modele wzrostu. Wahania wzrostu. Polityka wspierania wzrostu. Gospodarka otwarta. Kurs walutowy i bilans płatniczy.
Podstawy public relations	
ECTS: 3	
Zarz_WG08_Lic Zarz_WG10_Lic Zarz_UK01_Lic Zarz_UW11_Lic Zarz_KK01_Lic Zarz_KO04_Lic	Podstawowe pojęcia, cele i zadania public relations (PR). Historia, rozwój, dziedziny pokrewne PR. Relacje z mediami. Komunikowanie podstawową metodą w PR. Zasady etyczne w zawodzie PR. Organizacja działalności PR. Fazy procesu PR. Czarny PR. Narzędzia PR. Obszary PR. Koncepcje PR, modele narzędzia. Budowanie wizerunku organizacji. Elementy systemu identyfikacji wizualnej, wartość wizerunku organizacji.
Zarządzanie ryzykiem	
ECTS: 3	
Zarz_WG07_Lic Zarz_WG11_Lic Zarz_UW06_Lic Zarz_UW10_Lic Zarz_UK01_Lic Zarz_KK03_Lic	Ryzyko – podstawowe pojęcia. Rodzaje ryzyka. Ryzyko finansowe i określenie warunków szczególnych dla każdego rodzaju ryzyka. Statystyczne wyznaczanie wysokości ryzyka. Teoretyczne podstawy pomiaru ryzyka. Miary ryzyka wynikające z rozkładu statystycznego zmiennej ryzyka. Miary zmienności. Kwantyle rozkładu. Wartości dystrybucyjnego rozkładu. Koncepcja miar wrażliwości. Miary zmienności. Kontrakty terminowe - charakterystyka, zasady obrotu, sposób wyceny i zastosowanie do hedgingu, arbitrażu i spekulacji. Opcje - charakterystyka, zasady obrotu, zastosowanie w arbitrażu, spekulacji oraz zarządzaniu ryzykiem. Opcje - sposoby wyceny, alfabet grecki dla współczynników kształtujących wycenę opcji. Swapy - charakterystyka, zasady obrotu i sposoby wyceny. Krótka sprzedaż jako forma inwestowania na rynku.
Zarządzanie zmianą	
ECTS: 4	
Zarz_WG14_Lic Zarz_WK05_Lic Zarz_UW02_Lic Zarz_UO01_Lic Zarz_KR02_Lic	Prezentacja wybranych teorii zarządzania zmianą. Rys historyczny zarządzania zmianą. Główne obszary i kierunki zmian w organizacjach. Istota zmiany. Systemowe podejście do zarządzania zmianą (przedmiotowe). Podejście behawioralne (podmiotowe). Podejście zintegrowane (kompleksowe). Czynniki wywołujące konieczność zmian. Analiza otoczenia bliższego (mikro) i dalszego (makro). Typologia (rodzaje zmian) zmian organizacyjnych. Podstawowe modele i metody przeprowadzania zmian. Etapy procesu zarządzania zmianami. Podstawowe bariery w procesie wprowadzania zmian. Czynniki ludzkie w procesie wprowadzania zmian. Opór wobec zmian. Zmiana kulturowa. Istota zmian kulturowych. Lider i agent zmiany – wyzwania stojące przed osobą kierującą procesami zmian.
Analiza danych biznesowych w języku Python	
ECTS: 2	
Zarz_WG07_Lic Zarz_WG11_Lic Zarz_UW06_Lic Zarz_UW07_Lic Zarz_KK01_Lic	Wprowadzenie do analizy danych biznesowych i roli Pythona w pracy analityka. Import, eksport i przygotowanie danych do analizy. Struktury danych w Pythonie oraz podstawowe operacje na danych. Czyszczenie danych: braki danych, wartości odstające, poprawność typów i formatów. Łączenie zbiorów danych, transformacje i przekształcanie danych biznesowych. Wizualizacja danych. Podstawy analizy szeregów czasowych w ujęciu biznesowym. Wprowadzenie do prostych metod predykcyjnych

Zarz_KR01_Lic	i klasyfikacyjnych. Interpretacja wyników analizy w kontekście problemów biznesowych. Opracowanie mini-projektu analitycznego na bazie danych biznesowych. Prezentacja wyników i wnioski menedżerskie.
Zarządzanie jakością	
ECTS: 3	
Zarz_WG08_Lic Zarz_WG14_Lic Zarz_UW05_Lic Zarz_UW10_Lic Zarz_KR01_Lic	Ewolucja podejścia do jakości i zarządzania jakością. Prekursorzy i ich poglądy na jakość oraz zarządzanie jakością. Zasady i strategię zarządzania jakością. Historia normalizacji. Systemy zarządzania jakością normy ISO. Metody i narzędzia zarządzania jakością. Narzędzia i metody projakościowego planowania i projektowania. Audyty systemów zarządzania jakością. Dokumentacja jakości. Certyfikacja systemów zarządzania jakością.
Zastosowania AI w zarządzaniu	
ECTS: 3	
Zarz_WG06_Lic Zarz_WG07_Lic Zarz_WG08_Lic Zarz_UW05_Lic Zarz_UW07_Lic Zarz_KK01_Lic Zarz_KO04_Lic	Podstawowe pojęcia i narzędzia AI, kierunki rozwoju i obszary zastosowań sztucznej inteligencji w zarządzaniu organizacją. Wykorzystanie AI we wspomaganiu procesów decyzyjnych, analizie danych, prognozowaniu zjawisk gospodarczych, automatyzacji procesów operacyjnych i administracyjnych oraz optymalizacji działań organizacyjnych. Zastosowania AI w marketingu, zarządzaniu projektami, obsłudze klienta, planowaniu zasobów, zarządzaniu wiedzą i tworzeniu innowacyjnych rozwiązań biznesowych. Możliwości i ograniczeń wdrażania AI w przedsiębiorstwach oraz etyczne, prawne, społeczne i organizacyjne uwarunkowania wykorzystania sztucznej inteligencji w praktyce zarządzania.
Informatyka w zarządzaniu	
ECTS: 3	
Zarz_WG07_Lic Zarz_WG08_Lic Zarz_UW04_Lic Zarz_UW07_Lic Zarz_KK02_Lic Zarz_KR02_Lic	Informatyka w zarządzaniu – podstawy. Ujęcie systemowe w informatyce. Źródła informacji do zarządzania. Zarządzanie – informacja – informatyka. Powiązania informacji i informatyki. Ośrodki informacyjno-decyzyjne. Klasyfikacja systemów informatycznych w zarządzaniu. Integracja, system zintegrowany. Bazy danych w zarządzaniu. Zastosowanie informatyki do przetwarzania danych. Urządzenia ewidencyjne w rachunkowości. Informatyka a zarządzanie produkcją. CIM a PPS. MRP/ERP. Komponenty systemu CIM. Obsługa zleceń produkcyjnych. System PPS, logistyka PPS. Modele sterowania produkcją. Produkcja a system zintegrowany. CIM a PPS. MRP/ERP. Komponenty systemu CIM. Obsługa zleceń produkcyjnych. System PPS, logistyka PPS. Modele sterowania produkcją. Produkcja a system zintegrowany. Rozwinięcia konstrukcyjno-technologiczne. Modelowanie danych produkcyjnych.
Podstawy negocjacji i mediacji	
ECTS: 5	
Zarz_WG03_Lic Zarz_WK05_Lic Zarz_UK01_Lic Zarz_UK02_Lic Zarz_KO04_Lic Zarz_KR01_Lic	Definicja negocjacji. Powody negocjowania. Specyfika sytuacji negocjacyjnych. Funkcje i dysfunkcje konfliktu. Skuteczne zarządzanie konfliktem. Negocjacje jako proces. Proces planowania. Określenie celów negocjacyjnych. Zdefiniowanie głównych problemów związanych z osiągnięciem celu. Poznanie alternatywnych rozwiązań. Ustalenie granic i punktów oporu. Analizowanie i rozumienie celów, problemów i punktów oporu drugiej strony. Wyznaczanie ofert otwarcia. Komunikacja w procesie negocjacji. Dzielenie się informacjami o interesach. Tworzenie dodatkowej wartości z różnic. Preferencje obu stron. Identyfikowanie możliwych ustępstw. Strategia w negocjacjach. Możliwe wyniki (wygrana-przegrana, przegrana-przegrana, częściowa wygrana-częściowa przegrana, wygrana-wygrana). Taktyki i kontrtaktyki negocjacyjne. Oferty wstępne i kontroferty. Zasady prowadzenia negocjacji dystrybucyjnych. Odkrycie punktu oporu drugiej strony. Wywieranie wpływu na punkt oporu drugiej strony. Pozycje przyjmowane w trakcie negocjacji dystrybucyjnych. Oferty otwarcia. Wstępne ustępstwa. Rola ustępstw. Zasady ustępowania. Oferty ostateczne. Radzenie sobie z obiekcjami i finalizowanie negocjacji. Obiekcje praktyczne i psychologiczne. Oferta ostateczna. Zakończenie podsumowujące. Zamknięcie z ustępstwami. Zamknięcie alternatywne.
Rynki finansowe (DW)	
ECTS: 3	
Zarz_WG07_Lic Zarz_WG10_Lic Zarz_UW09_Lic Zarz_UW10_Lic Zarz_UU01_Lic Zarz_KK01_Lic Zarz_KR02_Lic	Kryteria podziału rynków finansowych, idea i specyfika: rynek pierwotny i wtórny, rynek pieniężny, natychmiastowy, kapitałowy, terminowy, międzybankowy, pozabankowy, depozytowy, kredytowy; miejsce i rola banków na rynku finansowym, Zadania nadzoru nad rynkiem finansowym, działania Komisji Nadzoru Finansowego, NBP. Reguły, transakcje i obroty na rynku walutowym krajowym i międzynarodowym, pozycje walutowe, kursy krzyżowe, terminowe walut, rozwój walut wirtualnych. Giełda Papierów Wartościowych, rynek NewConnect, Centralna Tabela Ofert, rynki pozagiełdowe. Zasady wprowadzania instrumentów do obrotu i notowań, problem efektywności rynku giełdowego. Dłużne papiery wartościowe krótkoterminowe (bony skarbowe i pieniężne, papiery komercyjne) i długoterminowe sposoby i mechanizmy emisji, emitenci, pośrednicy i nabywcy, Czynniki i wydarzenia wpływające na wysokość stóp procentowych. Rodzaje akcji, emisja i wprowadzanie do obrotu publicznego. Idea wyceny papierów wartościowych. Instrumenty pochodne, rodzaje i funkcje (w tym zabezpieczająca), istota wyceny opcji, elementy tworzenia portfela papierów wartościowych i inżynierii finansowe. Dystrybucja i analiza informacji z rynku finansowego. Wykorzystanie elementów analizy fundamentalnej i technicznej do prognozowania cen instrumentów finansowych.

	Zarządzanie podatkiem dochodowym w mikroprzedsiębiorstwie (DW)	ECTS: 3
Zarz_WG02_Lic Zarz_WG13_Lic Zarz_WK04_Lic Zarz_UW04_Lic Zarz_UW09_Lic Zarz_UU01_Lic Zarz_KO03_Lic Zarz_KR01_Lic	Dostarczenie wiedzy i praktycznych umiejętności związanych z powołaniem oraz efektywnym prowadzeniem mikroprzedsiębiorstw w polskich uwarunkowaniach prawno-społeczno-gospodarczych, ze szczególnym uwzględnieniem prawa podatkowego (w tym form opodatkowania podatkiem dochodowym od osób fizycznych na zasadach ogólnych bądź zryczałtowanych). Ukazanie relacji pomiędzy mikroprzedsiębiorcą a instytucjami poprzez system różnego rodzaju rozliczeń. Przygotowanie do otworzenia i poprowadzenia działalności gospodarczej na własny rachunek, bądź obsługi klientów biura rachunkowego w zakresie ewidencji rozliczeń dla celów podatkowych. Znajomość procedury zakładania mikroprzedsiębiorstwa jednoosobowej działalności gospodarczej lub spółki osobowej, umiejętność wyboru najkorzystniejszej formy opodatkowania mikroprzedsiębiorstwa podatkiem dochodowym od osób fizycznych	
	Podstawy przedsiębiorczości (DW)	ECTS: 3
Zarz_WG13_Lic Zarz_WK04_Lic Zarz_UW03_Lic Zarz_UW05_Lic Zarz_UU01_Lic Zarz_KO03_Lic Zarz_KR02_Lic	Pojęcie przedsiębiorczości, jej zakres i charakterystyka. Cechy charakteryzujące postawy przedsiębiorcze, intencje przedsiębiorcze. Przedsiębiorczość indywidualna a organizacyjna- tworzenie firm i zmiany w organizacjach. Kompetencje przedsiębiorcze, rola menadżera w kreowaniu postaw przedsiębiorczych, praca w zespołach. Przedsiębiorczość ekonomiczna, społeczna i administracyjna, podstawy odpowiedzialnej przedsiębiorczości. Przedsiębiorczość a formy działalności gospodarczej. Przedsiębiorczość a internacjonalizacja przedsiębiorstw, wprowadzenie do przedsiębiorczości międzynarodowej. Przedsiębiorczość a innowacje, przedsiębiorczość MSP, wprowadzenie do regionalnych i lokalnych aspektów przedsiębiorczości Zapoznanie studentów z badaniami naukowymi w w/w zakresie pod kątem przyszłego wyboru tematu pracy dyplomowej, własnych badań i włączenia w badania prowadzone na uczelni.	
	Różnice kulturowe w biznesie międzynarodowym (DW)	ECTS: 3
Zarz_WG10_Lic Zarz_WK05_Lic Zarz_UK01_Lic Zarz_UW11_Lic Zarz_KO04_Lic Zarz_KR02_Lic Zarz_KR03_Lic	Podstawowe pojęcia, w tym: kultura, wielokulturowość, biznes międzynarodowy. Ludność na świecie: rozmieszczenie, gęstość zaludnienia, koncentracja przestrzenna, ruchy migracyjne ludności, struktura etniczna i językowa, zróżnicowanie wyznaniowe ludności na świecie, rozmieszczenie głównych religii. Regiony świata w ujęciu społeczno-kulturowym. Zróżnicowanie ludnościowe i kulturowe współczesnej Europy. Zróżnicowanie ludnościowe i kulturowe wybranych państw pozaeuropejskich. Różnorodność kulturowa a zarządzanie. Strategie zarządzania różnicami kulturowymi. Kompetencje międzykulturowe w zarządzaniu. Problemy wielokulturowości w korporacjach międzynarodowych. Etykieta biznesu w kontaktach międzynarodowych. Kobiety w biznesie międzynarodowym i życiu publicznym.	
	Metodyka przygotowania projektu	ECTS: 3
Zarz_WG01_Lic Zarz_WG08_Lic Zarz_UW05_Lic Zarz_UW08_Lic Zarz_KK02_Lic Zarz_KO01_Lic	Projekt - istota, cele, fazy realizacji. Źródła możliwe do wykorzystania przy planowaniu i realizacji projektu. Sposoby dokumentowania wykorzystanych źródeł z poszanowaniem praw własności intelektualnej. Identyfikacja obszarów problemowych z zakresu finansów i rachunkowości mogących stanowić przedmiot projektu. Ustalanie tematu i celów projektu, grupy docelowej oraz przewidywanych skutków projektu. Ustalanie działań projektowych, ich harmonogramu, budżetu oraz ewentualnych źródeł finansowania. Szczegółowa koncepcja projektu - zasady opracowania. Źródła wiedzy o różnej wartości i wiarygodności naukowej. Przeszukiwanie baz danych. Zasady ochrony własności intelektualnej, rodzaje systemów cytowań i prawidłowa dokumentacja wykorzystanych źródeł. Identyfikacja ryzyk związanych z realizacją projektu oraz sposobów ich minimalizacji. Szczegółowe zaplanowanie poszczególnych działań projektowych. Sposoby dokumentowania działań projektowych Metody ewaluacji działań projektowych oraz całości projektu. Zasady modyfikacji założeń i działań projektowych w przypadku wystąpienia okoliczności uniemożliwiających ich realizację.	
	Projekt społeczny	ECTS: 4
Zarz_WG12_Lic Zarz_WK04_Lic Zarz_WK05_Lic Zarz_UO01_Lic Zarz_UK02_Lic Zarz_UW03_Lic Zarz_UW08_Lic Zarz_UU01_Lic Zarz_KO01_Lic Zarz_KO05_Lic	Techniki, narzędzia i etapy przygotowania projektu. Omówienie merytoryczne indywidualnych projektów studentów. Raport z realizacji działań projektowych. Raport końcowy z realizacji projektu - zasady, wymagania, sposób przygotowania, zakres treści. Prezentacja przebiegu i wyników projektu - jako przykład wystąpienia publicznego. Zasady wystąpień publicznych. Prezentacja multimedialna - jako narzędzie pomocnicze w wystąpieniu publicznym. Zasady prawidłowego przygotowania prezentacji multimedialnych. Cechy dobrych prezentacji i najczęstsze błędy w prezentacjach multimedialnych. Analiza przykładowych prezentacji. Omówienie merytoryczne indywidualnych projektów studentów. Omówienie merytoryczne raportów końcowych indywidualnych projektów studentów. Omówienie merytoryczne prezentacji multimedialnych poszczególnych studentów. Ćwiczenia w ustnym omawianiu swojego projektu z jednoczesnym wykorzystaniem prezentacji multimedialnej - na forum grupy.	

	Controlling operacyjny	ECTS: 4
Zarz_WG07_Lic Zarz_WG09_Lic Zarz_WG12_Lic Zarz_UW04_Lic Zarz_UW10_Lic Zarz_KK01_Lic Zarz_KR02_Lic	Istota i zadania controllingu w przedsiębiorstwie. Rodzaje controllingu w przedsiębiorstwie. Sylwetka i zadania controllera, komórka controllingu i jej podporządkowanie. Narzędzia controllingu i etapy jego wdrażania. Budowa controllingowej struktury przedsiębiorstwa. Funkcjonowanie centrów kosztów i centrów kosztowo-wydatkowych. Centra przychodów. Zasady funkcjonowania centrów zysku, budżetowanie, rachunek marż pokrycia kosztów. System ocen centrów zysku. Budżet centrum inwestycji, zasady budowy i jego struktura. System ocen i motywacji w centrach inwestycji – mierniki krótko i długoterminowe. Kontrakty menedżerskie i biznesowe w centrach odpowiedzialności.	
	Podstawy reklamy	ECTS: 5
Zarz_WG08_Lic Zarz_WG09_Lic Zarz_UW05_Lic Zarz_UW08_Lic Zarz_UU01_Lic Zarz_KK01_Lic Zarz_KO03_Lic	Historia, funkcje i rola reklamy we współczesnym społeczeństwie. Miejsce reklamy w marketingu-mix. Modele reklamy. Miejsce reklamy w komunikacji marketingowej przedsiębiorstwa.. Strategia reklamy. Strategia medialna i strategia kreatywna. Reklama w mediach transmisyjnych. Reklama w mediach drukowanych. Reklama internetowa i pozostałe formy reklamy. Metody oceny skuteczności i efektywności reklamy. Etyka reklamy. Zachowania konsumentów pod wpływem reklamy. Organizacja działalności reklamowej. Komunikacja marketingowa – pozareklamowe formy promocji.	
	Planowanie finansowe i biznesplan	ECTS: 5
Zarz_WG07_Lic Zarz_WG13_Lic Zarz_UW04_Lic Zarz_UW08_Lic Zarz_KO03_Lic Zarz_KR02_Lic	Zasady poprawnego planowania. Fazy planowania ekonomicznego. Istota i znaczenie biznesplanu. Struktura biznesplanu. Cechy dobrych biznesplanów. Funkcje biznesplanów. Formy biznesplanów w podziale na funkcje przez nich realizowane: reorganizacja wewnętrzna (zarządzanie strategiczne); zakładanie nowych biznesów; zarządzanie przedsięwzięciami inwestycyjnymi; pozyskiwanie kapitału; restrukturyzacja; wycena; likwidacja; kontrakty menedżerskie. Biznesplan dla małego i dużego przedsiębiorstwa. Zarządcza część biznesplanów. Analiza strategiczna nowego przedsięwzięcia – analiza SWOT, analiza PEST, analiza KCS, analiza 5. sił Portera. Marketingowo-rynkowa część biznesplanów. Zasady budowy planu finansowego. Zasady budowy planu finansowego. Planowanie krótkookresowe (operacyjne) – konstrukcja planów rocznych. Plan roczny dla małego przedsiębiorstwa. Plan roczny dla dużej firmy. Planowanie aktywów bieżących i pasywów bieżących. Planowanie finansowe długoterminowe. Wskaźniki efektywności planów finansowych. Powiązania elementów sprawozdania finansowego. Przykład (w formie arkusza Excel) prezentujący zasady powiązania pomiędzy trzema najważniejszymi elementami sprawozdania finansowego. Biznesplan dla projektu inwestycyjnego. Zasady budowy planów dla różnych rodzajów projektów inwestycyjnych. Roczny budżet gotówkowy.	
	Zarządzanie relacjami z klientami (CRM)	ECTS: 5
Zarz_WG08_Lic Zarz_WG12_Lic Zarz_UW05_Lic Zarz_UK01_Lic Zarz_KO02_Lic Zarz_KR02_Lic	Istota i ewolucja CRM: definicje, cele, znaczenie strategiczne w organizacji. Orientacja na klienta i tworzenie wartości dla klienta. Segmentacja klientów i analiza portfela klientów (CLV, rentowność klienta). Procesy CRM: pozyskiwanie, utrzymanie i rozwój relacji z klientem. Systemy informatyczne CRM: funkcjonalności, wdrożenie i integracja z innymi systemami. Zarządzanie doświadczeniem klienta (Customer Experience, CX). Komunikacja z klientem i zarządzanie kanałami kontaktu (omnichannel). Analiza danych klientów i wykorzystanie narzędzi analitycznych (Big Data, AI w CRM). Lojalność klientów i programy lojalnościowe. Etyka, ochrona danych i regulacje prawne w zarządzaniu relacjami z klientami (np. RODO)	
	Spółeczna odpowiedzialność biznesu	ECTS: 4
Zarz_WK02_Lic Zarz_WK05_Lic Zarz_UW02_Lic Zarz_UW11_Lic Zarz_KO04_Lic Zarz_KO05_Lic	Historyczne poglądy na społeczną odpowiedzialność organizacji. Istota społecznej odpowiedzialności organizacji. Teoria interesariuszy organizacji (Stakeholders Theory). Obszary społecznej odpowiedzialności organizacji. Państwo a społeczna odpowiedzialność. Cele społeczne w strukturze celów organizacji gospodarczej. Argumenty za i przeciw społecznej odpowiedzialności. Podejście organizacji do kwestii społecznej odpowiedzialności Mała firma a koncepcja społecznej odpowiedzialności. Sponsoring jako skuteczny instrument odpowiedzialności organizacji	
	Zarządzanie marką	ECTS: 4
Zarz_WG08_Lic Zarz_WG09_Lic Zarz_UW05_Lic Zarz_UW08_Lic Zarz_KO03_Lic Zarz_KR02_Lic	Istota, tożsamość, wizerunek i siła marki. Proces wprowadzania nowej marki na rynek. Nazwa marki. System identyfikacji wizualnej. Znak graficzny marki - rodzaje, istota koloru, liternictwa, kształtu. Prawne aspekty zastrzegania marką. Architektura marki. Zarządzanie portfelem. Analiza pozycji rynkowej i wycena marki. Marki globalne. Marki narodowe. Zarządzanie marką w działach marketingu przedsiębiorstw krajowych i globalnych. Metody wyceny wartości marki. Pozycjonowanie marki na rynku. Strategia marki narodowej i marki globalnej. Strategia marki handlowej. Nazwa marki. Logo marki	
	Komunikacja biznesowa w praktyce	ECTS: 4
Zarz_WG03_Lic Zarz_WK05_Lic	Wprowadzenia do komunikacji biznesowej. Otoczenie biznesowe i budowa relacji. Rola CSR współcześnie i w przyszłości. Cele zrównoważonego rozwoju w odniesieniu do biznesu. Ochrona marki, kryzys	

Zarz_UK01_Lic Zarz_UK02_Lic Zarz_KO04_Lic Zarz_KR01_Lic	w komunikacji korporacyjnej. Jak wygląda proces zakupów w sektorze publicznym. Rozwój biznesu na przykładzie partnerstw strategicznych. Meandrów komunikacji korporacyjnej oraz ukazanie kluczowych obszarów, w jakich dane firmy i marki komunikują się ze swoim otoczeniem i realizują swojej cele biznesowe, lobbying, komunikacji marki i budowania eko-systemu relacji biznesowych wokół korporacji. Studia przypadku	
	Controlling w przedsiębiorstwie	ECTS: 4
Zarz_WG07_Lic Zarz_UW04_Lic Zarz_UW09_Lic Zarz_KK01_Lic Zarz_KR02_Lic Zarz_KK03_Lic	Pojęcie i istota controllingu – definicja, geneza, miejsce w systemie zarządzania przedsiębiorstwem. Controlling strategiczny i operacyjny – rodzaje controllingu, ich zadania, instrumenty i różnice funkcyjne. Centra odpowiedzialności – charakterystyka centrów kosztów, przychodów, zysku i inwestycji. Budżetowanie jako narzędzie controllingu – zasady, metody, system budżetowy i procedura budżetowania. Controlling kosztów produkcji – wyodrębnianie kosztów stałych i zmiennych, systemy rachunku kosztów. Analiza odchyleń budżetowych – rozliczanie budżetów, wykrywanie odchyleń, ocesruna centrów odpowiedzialności. Controlling funkcyjny – controlling projektów, produkcji, logistyki, marketingu, jakości i personalny. Narzędzia wspomagające controlling – rachunek kosztów standardowych, Balanced Scorecard, Lean Management. Systemy informacyjne controllingu – informatyczne narzędzia wsparcia, wybór rozwiązań informatycznych. Motywowanie w systemie controllingu – systemy wynagradzania, premiowanie centrów odpowiedzialności, motywacja kierowników	
	Digital marketing	ECTS: 3
Zarz_WG08_Lic Zarz_WG10_Lic Zarz_UW05_Lic Zarz_UW11_Lic Zarz_KK01_Lic	Zagadnienia digital marketingu, w tym planowanie i realizacja działań promocyjnych w kanałach cyfrowych, wykorzystanie mediów społecznościowych, marketingu treści, narzędzi SEO i SEM oraz analityki internetowej	
	E-commerce	ECTS: 3
Zarz_WG08_Lic Zarz_WG10_Lic Zarz_UW05_Lic Zarz_UW11_Lic Zarz_KO03_Lic	Pojęcie handlu elektronicznego i e-biznesu. Modele e-commerce: B2B, B2C, C2C, C2B. Platformy sprzedażowe, sklepy internetowe, marketplace’y i aukcje online. Zachowania konsumentów w handlu elektronicznym i ścieżka zakupu klienta. Projektowanie i funkcjonowanie sklepu internetowego. Systemy płatności elektronicznych i bezpieczeństwo transakcji online. Obsługa klienta w e-commerce oraz budowanie relacji z klientem. Marketing internetowy w e-commerce: e-mail marketing, social media. Logistyka, magazynowanie i realizacja zamówień w sprzedaży internetowej. Prawne aspekty e-commerce, w tym ochrona konsumenta i danych osobowych. Analiza efektywności sprzedaży internetowej i podstawowe wskaźniki e-commerce. Trendy rozwoju e-commerce, w tym mobile commerce, omnichannel i automatyzacja.	
	Strategie konkurencji	ECTS: 6
Zarz_WK02_Lic Zarz_WG04_Lic Zarz_WK05_Lic Zarz_UW02_Lic Zarz_UW11_Lic Zarz_KO04_Lic Zarz_KO05_Lic	Metody segmentacji strategicznej przedsiębiorstwa. Wyodrębnianie strategicznych jednostek biznesowych (SJB) w działalności przedsiębiorstwa. Zasady definiowania sektora działalności. Metody analizy atrakcyjności sektora. Koncepcja cyklu życia sektora, produktu i technologii. Otoczenie przedsiębiorstwa i jego wpływ na wybory strategiczne menedżerów. Ryzyko w zarządzaniu strategicznym i sposoby jego ograniczania. Analiza konkurencji w sektorze. Mapy grup strategicznych w sektorze. Analiza struktury konkurencji. Sektory rozproszone i sektory skoncentrowane. Przeciwdziałanie nadmiernemu rozproszeniu sektora i nadmiernej koncentracji. Analiza zagrożenia nowymi wejściami do sektora. Bariery wejścia i bariery wyjścia z sektora. Analiza opłacalności wejścia. Analiza substytutów. Zasady obrony sektora przed substytutami. Segmentacja i analiza dostawców i nabywców sektora. Zasady osłabiania wpływu dostawców i nabywców na sektor. Strategie zarządzania dostawcami. Przegląd i ocena różnych metod analizy potencjału strategicznego przedsiębiorstwa. Analiza kluczowych czynników sukcesu. Analiza łańcucha wartości. Bilans strategiczny przedsiębiorstwa. Ocena pozycji konkurencyjnej przedsiębiorstwa. Analiza SWOT. Przegląd modeli konkurencji. Istota konkurencyjności przedsiębiorstwa. Rodzaje przewag konkurencyjnych i sposób ich budowy. Zasoby i kompetencje jako źródło przewag konkurencyjnych. Modele biznesowe (modele działalności) a strategię konkurencji. Problemy realizacji strategii konkurencji. Strategiczne systemy informowania kierownictwa.	
	Analiza rynku	ECTS: 6
Zarz_WG08_Lic Zarz_WG11_Lic Zarz_UW06_Lic Zarz_UW09_Lic Zarz_KK01_Lic Zarz_KR02_Lic	Pojęcie, cele, zakres merytoryczny analiz i badań rynkowych. Informacyjne podstawy analizy rynku (źródła wtórne i pierwotne). Organizacja badań i analiz rynkowych (badania własne i zlecane agencjom badań rynkowych). Badania rynkowe - cele i rodzaje, współczynniki elastyczności cenowej i dochodowej, prawa rynkowe i anomalie związku popytu z cenami. Badania ilościowe - cele, metody, organizacje i zastosowanie. Badania jakościowe - cele, metody i techniki, organizacja i zastosowanie. Badania segmentacyjne, badania związane z produktem, badania cen. Praca nad projektem analizy rynkowej wybranej firmy.	

	Marketing w handlu i usługach	ECTS: 6
Zarz_WG08_Lic Zarz_WG10_Lic Zarz_UW05_Lic Zarz_UW09_Lic Zarz_KO03_Lic Zarz_KR02_Lic	Usługi w systemie gospodarki narodowej. Zarządzanie marketingiem w firmie usługowej. Produkt usługowy. Ceny i dystrybucja usług. Promocja usług i świadectwo materialne w usługach. Proces usługowy i jego wydajność. Personel firmy usługowej. Przedsiębiorstwo handlowe jako podmiot rynku usług. Marketing w przedsiębiorstwie handlowym. Merchandising w przedsiębiorstwie handlowym. Tendencje rozwojowe i perspektywy usług i handlu w Polsce. Firma na rynku konkurencji doskonałej i monopolistycznej. Metody i narzędzia marketingowe stosowane przez firmy, w tym na rynku międzynarodowym. Otoczenie firmy. Działania marketingowe na rynku. Marketing-mix - różne podejścia. Narzędzia analityczne stosowane w marketingu. Opis i wnioskowanie	
	Zachowania konsumentów	ECTS: 4
Zarz_WG08_Lic Zarz_WG10_Lic Zarz_UW01_Lic Zarz_UW09_Lic Zarz_KK01_Lic Zarz_KO02_Lic	Teoria zachowania konsumentów. Konsumpcja w ujęciu makro- i mikroekonomicznym. uwarunkowania wewnętrzne zachowań konsumentów. Czynniki kształtujące zachowania konsumenta. uwarunkowania zewnętrzne zachowań konsumentów. Profil demograficzno-ekonomiczny: zmienne demograficzne, dochody i wydatki, styl życia. proces postępowania konsumentów na rynku. Rynek a zachowania konsumentów. satysfakcja konsumenta a kształtowanie lojalności. Wrażenia pozakupowe – satysfakcja i dysonans pozakupowy. wartość dla konsumenta. modele satysfakcji. satysfakcja transakcyjna i skumulowana. modele zachowań konsumenta. Modele strukturalne a modele sekwencyjne. marketingowe implikacje zachowań konsumentów. Segmentacja konsumentów. współczesne trendy w konsumpcji. Ochrona konsumentów.	
	Zarządzanie relacjami z klientem (CRM)	ECTS: 6
Zarz_WG08_Lic Zarz_WG12_Lic Zarz_UW01_Lic Zarz_UW05_Lic Zarz_UK01_Lic Zarz_KO02_Lic Zarz_KR02_Lic	Wybrane definicje. Zarządzania relacjami z klientem. Zarządzanie relacjami z klientem jako filozofia podejścia firmy do klienta. Zarządzanie relacjami z klientem na różnych etapach cyklu życia relacji z klientem. Tworzenie wizji pielęgnowania stosunków z kontrahentami (sposób pozyskiwania potencjalnych klientów, utrzymanie dotychczasowych klientów, pozyskiwanie rekomendacji, przeciwdziałanie odejściom klientów, zakres i sposób pozyskiwanych informacji, itd.). Sztuka komunikacji z klientem w środowisku online (zasady netykiety, zasady komunikacji z klientem w mediach społecznościowych, aspekty prawne i finansowe prowadzenia e-mail marketingu). Podstawy skutecznego zarządzania kryzysem wizerunkowym organizacji (identyfikacja potencjalnych źródeł kryzysu, tworzenie planu komunikacji kryzysowej online, przykłady postępowania organizacji w sytuacji kryzysów wizerunkowych). Spodziewane wskaźniki efektywności pozyskiwania i utrzymania klienta, sposoby poprawy wskaźników marketingowych, najczęściej pomijane wskaźniki, pułapki związane z analizowaniem wskaźników. Wybór dostawcy systemu CRM (funkcjonalność pod względem potrzeb firmy, modularność systemu, możliwość rozbudowy, możliwość integracji, zakres usługi powdrożeniowej).	
	Planowanie marketingowe	ECTS: 4
Zarz_WG08_Lic Zarz_WG11_Lic Zarz_UW05_Lic Zarz_UW09_Lic Zarz_KO03_Lic Zarz_KR02_Lic	Planowanie i plany marketingowe w systemie planistycznym przedsiębiorstwa (planowanie a zarządzanie, istota i zakres planowania marketingowego, rodzaje planów marketingowych, funkcje oraz miejsce planów marketingowych w strukturze planów przedsiębiorstwa, plan i program marketingowy a strategia marketingowa). Strategiczny i taktyczno-operacyjny plan marketingowy przedsiębiorstwa. Proces tworzenia planów i programów marketingowych (podejście synoptyczne i inkrementalne, tradycyjne i alternatywne modele planowania). Metody i narzędzia wykorzystywane w procesie opracowania planów i programów marketingowych. Proces wdrażania planu i programu marketingowego (podejścia do procesu wdrażania, elementy procesu i sposoby wdrażania). Monitorowanie oraz kontrola planów i programów marketingowych (istota i rodzaje kontroli marketingowej, konstruowanie systemu kontroli marketingowej, mierniki kontrolne). Planowanie marketingowe w warunkach niepewności.	
	Psychologia reklamy	ECTS: 3
Zarz_WG03_Lic Zarz_WG09_Lic Zarz_WG11_Lic Zarz_UW11_Lic Zarz_KK03_Lic Zarz_KO04_Lic Zarz_KR02_Lic	Podstawy psychologii reklamy: mechanizmy percepcji, uwagi i pamięci konsumenta. Emocje w reklamie: rola afektu, nastroju i warunkowania emocjonalnego. Perswazja i wpływ społeczny: modele (ELM, HSM), heurystyki i błędy poznawcze. Motywacje i potrzeby konsumenta: teoria Masłowa, motywy jawne i ukryte. Postawy konsumenckie: kształtowanie, zmiana i pomiar postaw wobec marki. Psychologia decyzji zakupowych: proces decyzyjny, impulsywność, efekt framingu. Język i narracja w reklamie: metafory, storytelling, framing językowy. Neuromarketing i badania konsumenckie: eye-tracking, EEG, metody jakościowe i ilościowe. Segmentacja psychograficzna i personsy: styl życia, wartości, typologie odbiorców. Etyka i regulacje w reklamie: manipulacja, reklama wobec dzieci, odpowiedzialność społeczna	
	Projektowanie modeli biznesu	ECTS: 5
Zarz_WG08_Lic Zarz_WG13_Lic Zarz_UW05_Lic Zarz_UO01_Lic Zarz_KO03_Lic Zarz_KR02_Lic	Istota koncepcji modelu biznesu. Komponenty modelu biznesu, charakterystyka, relacje między nimi. Typologia modeli biznesu i uwarunkowania wyboru modelu dla danego przedsięwzięcia. Relacja między modelem biznesowym a strategią firmy. Rola CSR i ESG w modelach biznesu. Analiza modelu biznesowego wybranego przedsiębiorstwa	

	Zarządzanie i komunikacja w zespole projektowym	ECTS: 4
Zarz_WG14_Lic Zarz_WK05_Lic Zarz_UK01_Lic Zarz_UO01_Lic Zarz_UW01_Lic Zarz_KO04_Lic Zarz_KR02_Lic	Wprowadzenie do problematyki zarządzania projektami. Fazy prac projektowych, cykl życia projektu. Metodyki zarządzania projektami: Project Management Body of Knowledge PMBOK, PRINCE - obszary i wykorzystanie w zarządzaniu projektami. Organizacja i zarządzanie zespołami projektowymi. Zarządzanie ryzykiem w realizacji projektów. Otoczenie projektu - analiza interesariuszy projektu. Analiza uwarunkowań organizacyjnych oraz uwarunkowań zewnętrznych, kształtujących proces zarządzania projektami. Wybrane metody i techniki wspomagające zarządzanie projektami np. WBS, QFD, metody sieciowe, metodyki zwinne). Wprowadzenie do komunikacji biznesowej. Otoczenie biznesowe i budowa relacji. Rola CSR współcześnie i w przyszłości. Cele zrównoważonego rozwoju w odniesieniu do biznesu. Ochrona marki, kryzys w komunikacji korporacyjnej. Jak wygląda proces zakupów w sektorze publicznym. Rozwój biznesu na przykładzie partnerstw strategicznych. Meandrów komunikacji korporacyjnej oraz ukazanie kluczowych obszarów, w jakich dane firmy i marki komunikują się ze swoim otoczeniem i realizują swojej cele biznesowe, lobbying, komunikacji marki i budowania eko-systemu relacji biznesowych wokół korporacji. Studia przypadku	
	Analiza projektów inwestycyjnych	ECTS: 4
Zarz_WG09_Lic Zarz_WG11_Lic Zarz_UW04_Lic Zarz_UW10_Lic Zarz_KK03_Lic Zarz_KR02_Lic	Podstawowe techniki finansowej i ekonomicznej oceny efektywności projektów inwestycyjnych w aktywa rzeczowe w działalności. Pojęcie, źródła i rodzaje ryzyka projektu inwestycyjnego. Techniki szacowania premii za ryzyko. Standardy zarządzania ryzykiem. Metody analizy i oceny ryzyka inwestycyjnego (m.in. rachunek wrażliwości, analiza scenariuszowa, metody statystyczno-probabilistyczne, drzewa decyzyjne, równoważnik pewności, korygowanie efektywności). Praktyczne wykorzystanie metod oceny opłacalności i ryzyka inwestycji rzeczowych.	
	Zarządzanie projektami na rzecz bezpieczeństwa publicznego	ECTS: 6
Zarz_WG08_Lic Zarz_WK05_Lic Zarz_UW04_Lic Zarz_UO01_Lic Zarz_KO01_Lic Zarz_KO04_Lic	Podstawy zarządzania projektami, ocenę ryzyka i identyfikację zagrożeń w kontekście bezpieczeństwa, zarządzanie ludźmi i interesariuszami, etapy realizacji projektu oraz zarządzanie budżetem i czasem w kontekście specyfiki działań na rzecz bezpieczeństwa publicznego. Zarządzanie jakością i zgodność. Monitorowanie i kontrola. Komunikacja.	
	Zarządzanie projektami informatycznymi	ECTS: 6
Zarz_WG08_Lic Zarz_WG14_Lic Zarz_UW04_Lic Zarz_UO01_Lic Zarz_KK03_Lic	Role w projekcie (Scrum Master, Product Owner, Deweloperzy). Narzędzia i techniki zarządzania zespołami zdalnymi i wielokulturowymi. Prawne uwarunkowania prowadzenia projektów. Procedury zakupowe. Powiązanie celów biznesowych z architekturą rozwiązań IT Analiza ryzyk technicznych i organizacyjnych w projektach technologicznych... Analiza kamieni milowych. Zarządzanie projektem Gra symulacyjna: planowanie, harmonogramowanie. Działania naprawcze. Kończenie projektu.	
	Zarządzanie portfelem projektów	ECTS: 4
Zarz_WG08_Lic Zarz_WG14_Lic Zarz_UW04_Lic Zarz_UO01_Lic Zarz_KO01_Lic Zarz_KR02_Lic	Wprowadzenie do zarządzania programami i portfelami projektów - istota i struktura portfela projektów. Strategiczne podejście do zarządzania projektami. Metody porównywania i doboru portfela. Zarządzanie zespołem projektowym oraz PMO (Projects Management Office). Przegląd i analiza danych dotyczących programów i projektów aktualnie realizowanych w instytucjach i organizacjach: charakterystyka obszarów, instrumentów, przegląd dobrych praktyk.	
	Scrum mastering	ECTS: 4
Zarz_WG14_Lic Zarz_WG09_Lic Zarz_UO01_Lic Zarz_UW05_Lic Zarz_KO01_Lic Zarz_KR02_Lic	Wprowadzenie do Agile i Scrum Scrum Framework: Role, Artefakty i Wydarzenia Rola Scrum Mastera: obowiązki i nastawienie Prowadzenie wydarzeń Scrum (Sprint Planning, Daily Scrum) Prowadzenie Sprint Review i Retrospektywy Usuwanie przeszkód i wspieranie zespołu developerskiego Coaching zespołów Agile: techniki i dobre praktyki Rozwiązywanie konfliktów i zarządzanie interesariuszami w Scrum Metryki Agile, raportowanie i narzędzia Wdrażanie Scrum: wyzwania i rozwiązania Przegląd certyfikacji Scrum Mastera i ścieżki kariery Prezentacje projektów końcowych i podsumowanie kursu.	

Sposoby weryfikacji i oceny efektów uczenia się osiągniętych przez studenta w trakcie całego cyklu kształcenia

Do metod weryfikacji efektów uczenia się uzyskiwanych w procesie kształcenia zalicza się:

- 1) egzaminy – ustne, pisemne (opisowe, testowe);
- 2) zaliczenia – ustne, pisemne (opisowe, testowe);
- 3) kolokwium;
- 4) przygotowanie indywidualnie lub zespołowo referatu, eseju itp.;
- 5) przygotowanie indywidualnie lub zespołowo projektu;
- 6) wykonanie sprawozdań, raportów, zadanych prac domowych itp. – indywidualnie lub zespołowo;
- 7) rozwiązywanie zadań problemowych w trakcie oraz poza zajęciami – indywidualnie lub zespołowo;
- 8) prezentacje multimedialne prowadzone i przygotowywane indywidualnie lub zespołowo;
- 9) wypowiedzi ustne, aktywność w trakcie zajęć, udział w dyskusji;
- 10) analizy przypadków;
- 11) egzamin dyplomowy;
- 12) inne, specyficzne i szczególne formy weryfikacji zakładanych efektów uczenia się wskazane w kartach poszczególnych przedmiotów (sylabusach).

Ocena stopnia osiągnięcia założonych efektów uczenia się obejmuje wszystkie kategorie efektów uczenia się (wiedzę, umiejętności, kompetencje społeczne). Wybór metod weryfikacji powinien uwzględniać specyfikę poszczególnych kategorii efektów uczenia się, a także specyfikę przedmiotu oraz współczesne uwarunkowania społeczne i możliwości technologiczne ich weryfikacji.

W uczelni obowiązuje zasada, iż weryfikacja efektów uczenia się na zajęciach prowadzonych w formie wykładów jest dokonywana w drodze egzaminu końcowego na ocenę (w czasie sesji egzaminacyjnej), a pozostałe formy zajęć pozwalają zarówno na bieżącą weryfikację efektów uczenia się w trakcie trwania semestru, jak też na koniec semestru i kończą się wystawieniem zaliczenia na ocenę. W przypadku studentów z niepełnosprawnościami, w zależności od ich indywidualnych potrzeb, są ustalane alternatywne metody weryfikacji efektów uczenia się, które uwzględniają indywidualne potrzeby tych osób.

Metodą weryfikacji efektów uczenia się uzyskanych z całości cyklu kształcenia na poziomie studiów jest egzamin dyplomowy.

Przy weryfikacji efektów uczenia się przyjmuje się założenie, że uzyskanie pozytywnej oceny z egzaminu lub zaliczenia kończącego przedmiot oraz egzaminu dyplomowego potwierdza osiągnięcie wszystkich efektów uczenia się ustalonych dla elementów procesu uczenia się. Poziom uzyskania efektów uczenia się wynika z wystawionej oceny.

Regulamin studiów określa skalę stosowanych ocen w ramach procesu weryfikacji efektów uczenia się, a Zarządzenie Rektora określa wewnętrzny system oceniania, będący zbiorem zasad dotyczących oceniania studentów w zakresie opanowania przez nich efektów uczenia się oraz kryteria ogólne wystawienia danej oceny z przedmiotu (por. Tabela). W Regulaminie studiów przewidziane są także zaliczenia na: zaliczony/niezaliczony (odpowiednio: zal/nzal). Dotyczy to głównie zajęć niewymagających weryfikacji efektów uczenia się na ocenę (np. zajęcia sportowo-rekreacyjne, BHP).

Kryteria ocen w procesie weryfikacji efektów uczenia się

Ocena	Opis wymagań	Wymagany procent osiągniętych efektów uczenia się dla przedmiotu
celujący (6,0)	Student osiągnął efekty uczenia ilościowo lub jakościowo wykraczające poza zakres przewidziany programem kształcenia dla przedmiotu, w szczególności: posiada wiedzę znacznie przekraczającą zakres określony programem kształcenia dla przedmiotu, samodzielnie określa i rozwiązuje problemy teoretyczne i praktyczne, potrafi wykorzystać wiedzę w nowych sytuacjach problemowych, poprawnie i swobodnie posługuje się terminologią naukową oraz zawodową.	> 90% oraz dodatkowe osiągnięcia wykraczające ilościowo lub jakościowo poza te przewidziane na ocenę bardzo dobrą
bardzo dobry (5,0)	Student opanował pełen zakres wiedzy i umiejętności określony w programie kształcenia dla przedmiotu, samodzielnie rozwiązuje problemy teoretyczne i praktyczne, potrafi wykorzystać wiedzę w nowych sytuacjach problemowych, poprawnie posługuje się terminologią naukową oraz zawodową.	min. 90%
dobry plus (4,5)	Student osiągnął efekty uczenia się powyżej wymagań dla oceny dobrej, ale niewystarczające dla oceny bardzo dobrej.	min. 85%
dobry (4,0)	Student opanował większość wiadomości i umiejętności określonych programem kształcenia dla przedmiotu, rozwiązuje typowe zadania teoretyczne i praktyczne, ujmuje w terminach naukowych i zawodowych podstawowe pojęcia i prawa.	min. 70%
dostateczny plus (3,5)	Student osiągnął efekty uczenia się powyżej wymagań dla oceny dostatecznej, ale niewystarczające dla oceny dobrej.	min. 65%
dostateczny (3,0)	Student opanował podstawowe wiadomości i umiejętności określone programem kształcenia dla przedmiotu, rozwiązuje typowe zadania teoretyczne i praktyczne o średnim stopniu trudności, popełnia niewielkie błędy terminologiczne, a wiadomości przekazuje językiem zbliżonym do potocznego.	min. 50%
niedostateczny (2,0)	Student nie opanował niezbędnego minimum podstawowych wiadomości i umiejętności określonych programem kształcenia dla przedmiotu, nie potrafi rozwiązać zadań o niewielkim stopniu trudności, popełnia rażące błędy terminologiczne, a styl jego wypowiedzi jest nieporadny.	mniej niż 50%

Ocena osiągnięcia efektów uczenia się przeprowadzana jest w następujących etapach:

- w trakcie realizacji efektów uczenia się w ramach danego przedmiotu/modułu oraz po jej zakończeniu poprzez weryfikację efektów uczenia się dokonaną dla każdego studenta przez prowadzącego zajęcia/egzaminatora;
- po zrealizowaniu programu danego przedmiotu/modułu poprzez weryfikację efektów uczenia się dokonaną przez prowadzącego zajęcia/koordynatora przedmiotu/modułu;
- po zakończeniu każdego semestru poprzez weryfikację efektów uczenia się uzyskanych przez studentów kierunku;
- na egzaminie dyplomowym poprzez weryfikację efektów uczenia się dokonaną dla każdego studenta przez egzaminatorów biorących udział w egzaminie dyplomowym;
- na bieżąco poprzez ocenę realizacji efektów uczenia się dokonaną przez hospitujących zajęcia;
- po zakończeniu każdego cyklu kształcenia poprzez weryfikację efektów uczenia się według mierników ilościowych oraz w drodze monitorowania losów absolwentów i oceny ich funkcjonowania na rynku pracy.

Na studiach pierwszego stopnia na kierunku zarządzanie studenci zobowiązani są do realizacji projektu społecznego, który stanowi integralny element programu studiów oraz ważny komponent procesu dyplomowania. Projekt społeczny ma charakter analityczno-badawczy i jest ukierunkowany na rozwój kompetencji badawczych studenta, w szczególności umiejętności formułowania problemów badawczych, doboru metod analizy oraz krytycznej interpretacji wyników.

Realizacja projektu społecznego służy połączeniu wiedzy teoretycznej zdobytej w toku studiów z jej praktycznym zastosowaniem w analizie rzeczywistych problemów społecznych lub społeczno-gospodarczych, związanych z aspektami zarządzania, funkcjonowania społeczeństwa, lokalnych społeczności, organizacji (przedsiębiorstw, organizacji non-profit, prowadzenia działalności gospodarczej, fundacji), edukacji ekonomicznej, przedsiębiorczości. Projekt powinien uwzględniać uwarunkowania zarządcze, ekonomiczne, finansowe, organizacyjne i społeczne analizowanego zagadnienia oraz wykazywać zdolność studenta do prowadzenia samodzielnej refleksji analitycznej.

Projekt społeczny realizowany jest w ramach dwóch następujących po sobie przedmiotów: *Metodyka przygotowania projektu* oraz *Projekt społeczny*, które tworzą spójną sekwencję dydaktyczną rozłożoną na kolejne semestry studiów. W ramach tych zajęć student, pod opieką promotora (opiekuna projektu), opracowuje koncepcję projektu badawczego, określa jego cele, zakres oraz uzasadnienie, a następnie przygotowuje plan realizacji projektu, obejmujący dobór metod badawczych, źródeł danych oraz narzędzi analizy. Kolejnym etapem jest realizacja zaplanowanych działań projektowych oraz ewaluacja uzyskanych rezultatów.

Projekt społeczny może być realizowany indywidualnie lub grupowo, przy zachowaniu ogólnej metodologii realizacji projektów o charakterze badawczym. Zakres tematyczny projektu jest ustalany w porozumieniu z promotorem i powinien stanowić praktyczną aplikację wiedzy i umiejętności zdobytych przez studenta w toku studiów, właściwych dla dyscyplin nauk społecznych, do których przyporządkowany jest kierunek zarządzanie. Dopuszcza się również realizację projektów o charakterze interdyscyplinarnym, o ile zachowany jest ich wyraźny związek z problematyką zarządczą i ekonomiczną.

W trakcie realizacji projektu student zobowiązany jest do systematycznego dokumentowania wszystkich etapów pracy projektowej, zgodnie z obowiązującymi w uczelni wzorami dokumentacji. Dokumentacja ta obejmuje m.in.: opis problemu badawczego, cele projektu, uzasadnienie doboru metod i narzędzi analitycznych, harmonogram działań, raporty cząstkowe z realizacji projektu oraz raport końcowy, zawierający prezentację wyników, ich analizę oraz sformułowane wnioski i rekomendacje. Student po każdym semestrze zajęć przedstawia promotorowi dokumentację odpowiadającą aktualnemu etapowi realizacji projektu.

Istotnym elementem projektu społecznego jest również rozwijanie kompetencji w zakresie komunikowania wyników badań. W ramach zajęć studenci przygotowują prezentację multimedialną, prezentującą przebieg oraz rezultaty projektu, oraz doskonałą umiejętność wystąpień publicznych. Omówieniu podlegają zasady prawidłowego przygotowania prezentacji, struktura wystąpień, a także najczęściej popełniane błędy w prezentowaniu wyników analiz. Przygotowana prezentacja stanowi element egzaminu dyplomowego.

Projekt społeczny podlega ocenie merytorycznej i formalnej według uprzednio opracowanych, wystandaryzowanych kryteriów, które są przedstawiane studentom na początku realizacji przedmiotów *Metodyka przygotowania projektu* i *Projekt społeczny*. Zaliczenie przedmiotu *Projekt społeczny* następuje po zaakceptowaniu przez promotora kompletnej dokumentacji zrealizowanego projektu.

Kompleksowa weryfikacja osiągniętych w toku całych studiów efektów uczenia się następuje w drodze procesu dyplomowania i egzaminu dyplomowego, którego celem jest weryfikacja wiedzy i umiejętności oraz kompetencji społecznych studenta zdobytych w toku studiów.

W toku studiów studenci realizują projekt społeczny o charakterze analityczno-badawczym, którego rezultaty są wykorzystywane i omawiane podczas egzaminu dyplomowego jako jedno z trzech zagadnień weryfikujących osiągnięcie efektów uczenia się.

Do egzaminu dyplomowego może zostać dopuszczony student, który spełnia następujące warunki:

- osiągnął wszystkie efekty uczenia się przewidziane w programie studiów;
- uzyskał pozytywne wyniki zaliczeń i egzaminów ze wszystkich przedmiotów i rodzajów zajęć przewidzianych w programie studiów oraz wymaganej łącznej liczby punktów ECTS;

- uregulował wszystkie należne zobowiązania – w tym finansowe – wobec Uczelni;
- złożył wszystkie wymagane dokumenty.

Egzamin dyplomowy jest egzaminem zamkniętym i ma formę ustną. Egzamin przeprowadza komisja egzaminacyjna powoływana przez dziekana, w skład której wchodzi co najmniej trzy osoby: przewodniczący, promotor oraz członek komisji wyznaczany przez Dziekana spośród nauczycieli akademickich prowadzących zajęcia na kierunku zarządzanie. W składzie komisji powinna znajdować się co najmniej jedna osoba ze stopniem doktora. W wyjątkowych sytuacjach, gdy obecność promotora podczas egzaminu dyplomowego jest niemożliwa, dziekan lub prorektor ds. kształcenia wyznacza do składu komisji nauczyciela akademickiego zatrudnionego w Uczelni jako osobę zastępującą promotora.

Na egzaminie dyplomowym kończącym studia pierwszego stopnia, student dokonuje prezentacji zrealizowanego przez siebie projektu, wykorzystując przygotowaną wcześniej przez siebie prezentację multimedialną. Każdy z członków komisji ocenia prezentację studenta oraz jego odpowiedzi w zakresie kryteriów obejmujących aspekty merytoryczne i formalne prezentacji. Egzamin dyplomowy obejmuje trzy pytania, w tym co najmniej dwa z zakresu kierunku (z wykazu pytań ogłoszonego studentom najpóźniej na początku przedostatniego semestru studiów) oraz jedno zadawane przez komisję z tematyki zaprezentowanego projektu. Z egzaminu dyplomowego sporządza się protokół, w którym są zapisywane m.in. pytania zadane studentowi, oceny za odpowiedzi na nie, ocena ostateczna egzaminu dyplomowego oraz końcowy wynik studiów. Protokół jest podpisywany przez wszystkich członków komisji i archiwizowany w teczce osobowej studenta.

Zasady i forma odbywania praktyk zawodowych

Program studiów pierwszego stopnia o profilu ogólnoakademickim na kierunku *zarządzanie* nie przewiduje praktyk zawodowych dla studentów.