

Załącznik  
do Uchwały Nr 7/2026  
Senatu Uniwersytetu Andrzeja  
Frycza Modrzewskiego  
z dnia 9 marca 2026 r.



**PROGRAM STUDIÓW**

**ZARZĄDZANIE**

**STUDIA II STOPNIA**

**PROFIL OGÓLNOAKADEMICKI**

Rok akademicki rozpoczęcia cyklu kształcenia: 2025/2026

## Ogólne informacje i wskaźniki dotyczące programu studiów

Tytuł zawodowy nadawany absolwentom	<b>Magister</b>
Forma/formy studiów	<b>Studia stacjonarne i niestacjonarne</b>
Liczba semestrów konieczna do ukończenia studiów na danym poziomie	<b>4</b>
Liczba punktów ECTS konieczna do ukończenia studiów na danym poziomie	<b>120</b>
Łączna liczba godzin zajęć	<b>Studia stacjonarne: 1 088 godz.</b> <b>Studia niestacjonarne: 656 godz.</b>
Łączna liczba punktów ECTS, jaką student musi uzyskać w ramach zajęć prowadzonych z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich lub innych osób prowadzących zajęcia	<b>Studia stacjonarne: 61 (51%)</b> <b>Studia niestacjonarne: 44 (36%)</b>
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	<b>Nauki o zarządzaniu i jakości: 87%</b> <b>Ekonomia i finanse: 13%</b>
Łączna liczba punktów ECTS przyporządkowana zajęciom związanym z prowadzoną w uczelni działalnością naukową w dyscyplinie lub dyscyplinach, do których przyporządkowany jest kierunek studiów	<b>83 pkt. ECTS (69,2%)</b>
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	<b>5 pkt. ECTS*</b>  <small>* W tym za zajęcia/grupy zajęć: Kultura i etyka</small>
Liczba punktów ECTS przyporządkowana zajęciom lub grupom zajęć do wyboru	<b>62 pkt. ECTS (51,7%)</b>
Wymiar praktyk zawodowych oraz liczba punktów ECTS, jaką student musi uzyskać w ramach tych praktyk	<b>Nie dotyczy</b>
Liczba godzin zajęć z wychowania fizycznego – w przypadku stacjonarnych studiów pierwszego stopnia i jednolitych studiów magisterskich	<b>Nie dotyczy</b>

**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	
<b>I. Kształcenie ogólne</b>					
1.	BHP	0	8	8	
2.	Język obcy	5	60	32	
3.	Kultura i etyka	5	30	16	
<b>Razem</b>		<b>10</b>	<b>98</b>	<b>56</b>	
<b>II. Kształcenie kierunkowe</b>					
4.	Metody statystyczne	7	60	40	
5.	Przedsiębiorczość	7	60	40	
6.	Public relations	3	30	16	
7.	Koncepcje zarządzania	4	30	24	
8.	Prawo cywilne	4	30	24	
9.	Zarządzanie strategiczne	5	60	40	
10.	Sztuka negocjacji	5	60	40	
11.	Marketing międzynarodowy	5	45	24	
12.	Nowoczesne zarządzanie procesami biznesowymi	4	45	24	
13.	Zaawansowane narzędzia informatyczne w biznesie	5	45	24	
14.	Prawo handlowe	4	30	24	
15.	Zarządzanie finansami osobistymi /Sztuczna inteligencja w zarządzaniu (DW)	3	30	16	
16.	Zarządzanie nieruchomościami / Zarządzanie bezpieczeństwem informacji (DW)	3	30	16	
17.	Strategie marketingowe w sektorze energetycznym (DW)/Zarządzanie ekologiczne (DW)	4	30	16	
18.	Seminarium magisterskie	12	60	32	
<b>Razem</b>		<b>75</b>	<b>645</b>	<b>400</b>	
<b>III. Kształcenie specjalnościowe</b>					
Specjalności do wyboru:					
<b>ZPP – zarządzanie procesami i projektami; MZP – marketingowe zarządzanie przedsiębiorstwem; ZF – Zarządzanie firmą; PZKL – psychologia w zarządzaniu kapitałem ludzkim</b>					
19.	Metodyka zarządzania projektami	ZPP	6	60	40
	Marketing internetowy i handel elektroniczny	MZP			
	Zarządzanie w turystyce	ZF			
	Anomia pracownicza	PZKL			
20.	Marketing internetowy i handel elektroniczny	ZPP	6	60	40
	Metodyka zarządzania projektami	MZP			
	Badania operacyjne	ZF			
	Umiejętności trenerskie	PZKL			
21.	Procesowe zarządzanie przedsiębiorstwem	ZPP	4	45	24
	Zarządzanie innowacjami	MZP			
	Zarządzanie wynagrodzeniami	ZF			

	Budowanie zespołu i przywództwo	PZKL			
22.	Zarządzanie innowacjami	ZPP	4	45	24
	Zarządzanie marketingowe	MZP			
	Odpowiedzialny biznes	ZF			
	Trening asertywności pracowniczey	PZKL			
23.	Społeczno-organizacyjne zarządzanie procesami	ZPP	5	45	24
	Strategiczne zarządzanie marketingowe	MZP			
	Marketing terytorialny i branding narodowy	ZF			
	Zarządzanie godnościowe przez wartości	PZKL			
24.	Strategiczne zarządzanie marketingowe	ZPP	5	45	24
	Marketing na rynku przedsiębiorstw	MZP			
	Rynek MICE	ZF			
	Psychologia pracy i organizacji	PZKL			
25.	Kompleksowe zarządzanie jakością	ZPP	5	45	24
	Zarządzanie sprzedażą i dystrybucją	MZP			
	Zarządzanie zmianą	ZF			
	Program wspierania pracowników (EAP)	PZKL			
<b>Razem</b>			<b>35</b>	<b>345</b>	<b>200</b>
<b>Ogółem w toku studiów</b>			<b>120</b>	<b>1088</b>	<b>640</b>

\*\* 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	
Metody statystyczne	W, Ć	60	40	7
Przedsiębiorczość	W, Ć	60	40	7
Public relations	W	30	16	3
Sztuka negocjacji	W, Ć	60	40	5
Nowoczesne zarządzanie procesami biznesowymi	W	30	24	4
Zarządzanie finansami osobistymi / Sztuczna inteligencja w zarządzaniu (DW)	W	30	16	3
Zarządzanie nieruchomościami / Zarządzanie bezpieczeństwem informacji (DW)	W	30	16	3
Strategie marketingowe w sektorze energetycznym (DW)/Zarządzanie ekologiczne (DW)	K	30	16	4
Moduł zajęć specjalnościowych	W/Ć/K	345	200	35
Seminarium magisterskie	Sem	60	32	12
<b>Razem</b>		<b>735</b>	<b>440</b>	<b>83</b>

Oznaczenia: W – wykłady; Ć – ćwiczenia; K – konwersatoria; Sem – seminaria

**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 ECTS
1	Język obcy	Lektorat	60	32	5
2	Zarządzanie finansami osobistymi / Sztuczna inteligencja w zarządzaniu	W	30	16	3
3	Zarządzanie nieruchomościami / Zarządzanie bezpieczeństwem informacji	W	30	16	3
4	Strategie marketingowe w sektorze energetycznym/Zarządzanie ekologiczne	K	30	16	4
5	Seminarium magisterskie	Sem	60	32	12
6	Moduł zajęć kształcenia specjalnościowego	W/Ć/K	345	200	35
<b>Razem</b>			<b>555</b>	<b>312</b>	<b>62</b>

Oznaczenia: W – wykłady; Ć – ćwiczenia, K – konwersatoria; Sem - seminaria

## 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 drugiego stopnia** o profilu ogólniakademickim na kierunku **ZARZĄDZANIE** uzyskuje kwalifikację pełną na poziomie 7 Polskiej Ramy Kwalifikacji.

Kategoria charakterystyki efektów uczenia się	Symbol kierunkowych efektów uczenia się	Po ukończeniu <b>studiów II stopnia</b> na kierunku <b>ZARZĄDZANIE</b> absolwent:	Odniesienie do	
			uniwersalnych charakterystyk pierwszego stopnia PRK	charakterystyki drugiego stopnia PRK
<b>W ZAKRESIE WIEDZY</b>				
WIEDZA - zakres i głębia	Zarz_WG01_Mgr	Zna i rozumie w pogłębionym zakresie charakter, miejsce i rolę współczesnych nauk społecznych, w tym zarządzania, zachodzących między nimi wzajemnych zależności oraz stosowane w nich metody wnioskowania naukowego.	P7U_W	P7S_WG
	Zarz_WG02_Mgr	Zna w pogłębionym stopniu prawne, ekonomiczne i społeczne uwarunkowania oraz główne trendy rozwoju zarządzania oraz terminologię wykorzystywaną w różnych obszarach badawczych z tego zakresu.	P7U_W	P7S_WG
	Zarz_WG03_Mgr	Posiada pogłębioną wiedzę z zakresu kluczowych teorii, zjawisk, procesów, prawidłowości i mechanizmów oraz skutków społecznych współczesnego zarządzania.	P7U_W	P7S_WG
	Zarz_WG04_Mgr	Posiada pogłębioną wiedzę dotyczącą teorii, metod, technik i narzędzi zarządzania zasobami podmiotów gospodarczych i innych instytucji oraz podejmowania decyzji gospodarczych i zarządczych w przedsiębiorstwach i innych jednostkach organizacyjnych oraz diagnozowania ich kondycji ekonomicznej.	P7U_W	P7S_WG
	Zarz_WG05_Mgr	Posiada pogłębioną wiedzę z zakresu wybranej specjalności zarządzania, obejmującą teorię, terminologię, metodykę i zastosowanie praktyczne tej specjalności.	P7U_W	P7S_WG
	Zarz_WG06_Mgr	Zna i rozumie w stopniu pogłębionym relacje między strukturami i instytucjami w odniesieniu do wybranych struktur i kategorii więzi społecznych lub wybranych kręgów kulturowych.	P7U_W	P7S_WG
	Zarz_WG07_Mgr	Zna i rozumie w stopniu pogłębionym funkcjonowanie człowieka jako twórcy kultury w odniesieniu do wybranych obszarów jego aktywności.	P7U_W	P7S_WG
	Zarz_WG08_Mgr	Posiada pogłębioną wiedzę o metodach i narzędziach oraz technikach pozyskiwania danych, pozwalających opisywać struktury i instytucje oraz wybrane metody i narzędzia opisu oraz modelowania struktur społecznych i procesów w nich zachodzących, a także identyfikowania prawidłowości rządzących nimi, w tym norm i reguł.	P7U_W	P7S_WG
	Zarz_WG09_Mgr	Posiada pogłębioną wiedzę w zakresie prawa, ze szczególnym uwzględnieniem uwarunkowań działalności i funkcjonowania podmiotów gospodarczych i innych instytucji.	P7U_W	P7S_WG

	Zarz_WG10_Mgr	Zna i rozumie w stopniu pogłębionym procesy i procedury zachodzące w przedsiębiorstwach i innych instytucjach na rynku regionalnym, międzynarodowym i globalnym.	P7U_W	P7S_WG
	Zarz_WG11_Mgr	Zna i rozumie w stopniu pogłębionym charakter, miejsce i znaczenie nauk społecznych w ogólnym systemie nauk oraz ich relacje do zarządzania, a także kompetencji pracowniczych.	P7U_W	P7S_WG
	Zarz_WG12_Mgr	Possada pogłębioną wiedzę w zakresie przedsiębiorczości i ogólnej metodyki jej badań, ze szczególnym uwzględnieniem kreowania postaw przedsiębiorczych i podejmowania wyzwań związanych z rozwojem przedsiębiorczości.	P7U_W	P7S_WG
WIEDZA - kontekst	Zarz_WK01_Mgr	Zna i rozumie zasady etyczno-moralne obowiązujące podczas wykonywania czynności naukowo-badawczych i praktyki zawodowej w zakresie zarządzania.	P7U_W	P7S_WK
	Zarz_WK02_Mgr	Zna i rozumie fundamentalne dylematy współczesnej cywilizacji oraz funkcje i zadania nauk społecznych, w tym nauk o zarządzaniu i jakości w ich opisie, wyjaśnianiu i rozwiązywaniu.	P7U_W	P7S_WK
	Zarz_WK03_Mgr	Zna zasady ochrony własności przemysłowej i intelektualnej oraz prawa autorskiego.	P7U_W	P7S_WK
	Zarz_WK04_Mgr	Zna zasady tworzenia i rozwoju form przedsiębiorczości oraz rozumie społeczne uwarunkowania tych procesów.	P7U_W	P7S_WK
	Zarz_WK05_Mgr	Rozumie wielorakie uwarunkowania społeczne (ekonomiczne, prawne, etyczne, inne) wykonywania swojej roli zawodowej, a także możliwe konsekwencje społeczne wynikające z praktyki zawodowej w zakresie zarządzania.	P7U_W	P7S_WK
<b>W ZAKRESIE UMIEJĘTNOŚCI</b>				
UMIEJĘTNOŚCI - wykorzystanie wiedzy	Zarz_UW01_Mgr	Potrafi wykorzystać wiedzę teoretyczną z zakresu zarządzania oraz powiązanych z nimi innych dyscyplin nauk społecznych w celu analizy i interpretacji przyczyn, przebiegu i konsekwencji złożonych oraz nietypowych problemów zarządzania i innych dylematów współczesnej cywilizacji.	P7U_U	P7S_UW
	Zarz_UW02_Mgr	Potrafi właściwie dobrać i innowacyjnie wykorzystać metody i narzędzia, w tym zaawansowane techniki informacyjno-komunikacyjne, w celu rozwiązywania złożonych oraz nowych i nietypowych problemów z zakresu zarządzania.	P7U_U	P7S_UW
	Zarz_UW03_Mgr	Potrafi dokonać właściwego doboru, krytycznej analizy źródeł wiedzy z zakresu zarządzania oraz twórczej interpretacji pochodzących z nich informacji w celu efektywnego i innowacyjnego rozwiązywania złożonych oraz nowych i nietypowych problemów w zarządzaniu współczesnej cywilizacji.	P7U_U	P7S_UW
	Zarz_UW04_Mgr	Potrafi analizować, prognozować i modelować procesy oraz zjawiska społeczne i ekonomiczne z wykorzystaniem zaawansowanych metod oraz narzędzi diagnostycznych i badawczych właściwych dla zarządzania.	P7U_U	P7S_UW
	Zarz_UW05_Mgr	Potrafi zaplanować i zrealizować proces badawczy mający na celu testowanie hipotez związanych z prostymi problemami badawczymi w zarządzaniu.	P7U_U	P7S_UW
	Zarz_UW06_Mgr	Potrafi w twórczy i adekwatny sposób modyfikować istniejące lub opracowywać nowe narzędzia i metody potrzebne do rozwiązywania nowych lub nietypowych problemów w zakresie zarządzania.	P7U_U	P7S_UW
	Zarz_UW07_Mgr	Potrafi przygotować w języku polskim i angielskim prace pisemne oraz wystąpienia ustne dotyczące problemów zarządzania z wykorzystaniem wiedzy oraz dostępnych źródeł.	P7U_U	P7S_UW

	Zarz_UW08_Mgr	Dostrzega i interpretuje zjawiska społeczne, a ocena jest pogłębiona i wzbogacona o wyjaśnianie wzajemnych relacji między zjawiskami społecznymi rozmaitej natury.	P7U_U	P7S_UW
	Zarz_UW09_Mgr	Potrafi określić przyczyny i przebieg procesów i zjawisk społecznych, poszerzone o formułowanie własnych opinii na ten temat oraz stawianie prostych hipotez badawczych z ich weryfikacją.	P7U_U	P7S_UW
	Zarz_UW10_Mgr	Potrafi przewidywać ludzkie zachowania, analizować ich motywy oraz społeczne konsekwencje, pogłębione w odniesieniu do wybranych rodzajów ludzkich zachowań lub obszarów, w jakich powstają w odniesieniu do zachowań organizacyjnych.	P7U_U	P7S_UW
	Zarz_UW11_Mgr	Potrafi samodzielnie proponować rozwiązania konkretnego problemu i przeprowadzenia procedury podjęcia decyzji i rozstrzygnięć w tym zakresie.	P7U_U	P7S_UW
UMIEJĘTNOŚCI – komunikowanie się	Zarz_UK01_Mgr	Potrafi efektywnie komunikować się z użyciem specjalistycznej terminologii z zakresu zarządzania, korzystając przy tym z nowoczesnych rozwiązań technologicznych.	P7U_U	P7S_UK
	Zarz_UK02_Mgr	Potrafi efektywnie zorganizować i poprowadzić debatę, umożliwiającą jej uczestnikom przedstawienie, ocenę i dyskusję różnych opinii i stanowisk dotyczących zagadnień z zakresu zarządzania.	P7U_U	P7S_UK
	Zarz_UK03_Mgr	Potrafi posługiwać się językiem angielskim na poziomie B2+ Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego oraz w wyższym stopniu w zakresie specjalistycznej terminologii z zakresu zarządzania.	P7U_U	P7S_UK
UMIEJĘTNOŚCI – organizacja pracy	Zarz_UO01_Mgr	Potrafi planować i kierować pracą zespołową, realizując zadania zawodowe oraz upowszechniając zdobytą wiedzę z zakresu zarządzania.	P7U_U	P7S_UO
	Zarz_UO02_Mgr	Potrafi współdziałać z innymi osobami w ramach prac zespołowych w szczególności w zespołach projektujących różne zastosowania wiedzy z zakresu zarządzania, a także jest przygotowany do podejmowania roli wiodącej i kierowania takimi zespołami.	P7U_U	P7S_UO
UMIEJĘTNOŚCI – uczenie się	Zarz_UU01_Mgr	Potrafi samodzielnie korzystać z różnorodnych źródeł informacji, w tym krajowych i międzynarodowych cyfrowych baz danych ekonomicznych i biznesowych, w celu poszerzania i uaktualniania własnej wiedzy z zakresu zarządzania.	P7U_U	P7S_UU
	Zarz_UU02_Mgr	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.	P7U_U	P7S_UU
<b>W ZAKRESIE KOMPETENCJI SPOŁECZNYCH</b>				
KOMPETENCJE – oceny – krytyczne podejście	Zarz_KK01_Mgr	Jest gotowy do krytycznej oceny wiarygodności różnych źródeł i odbieranych treści z zakresu zarządzania, w szczególności do różnicowania treści o różnym stopniu pewności naukowej.	P7U_K	P7S_KK
	Zarz_KK02_Mgr	Uznaje znaczenia wiedzy naukowej z zakresu zarządzania w rozwiązywaniu problemów o charakterze teoretycznym i praktycznym - pojawiających się w działalności zawodowej.	P7U_K	P7S_KK
	Zarz_KK03_Mgr	Potrafi odpowiedzialnie ocenić granice swoich kompetencji zawodowych i rozumie potrzebę zasięgnięcia opinii innych osób czy ekspertów, szczególnie w przypadku trudności z samodzielnym rozwiązywaniem problemów zawodowych.	P7U_K	P7S_KK

KOMPETENCJE - odpowiedzialność	Zarz_KO01_Mgr	Ujawnia wysoką odpowiedzialność za wypełnianie zobowiązań społecznych wynikających z działalności zawodowej, a także jest gotowy do inspirowania, organizowania i przygotowywania różnorodnych projektów gospodarczych z uwzględnieniem aspektów z zakresu zarządzania.	P7U_K	P7S_KO
	Zarz_KO02_Mgr	Jest gotowy rozwiązywać zaawansowane problemy związane z uczestnictwem w życiu społeczno-gospodarczym, w tym z wykonywaniem różnych zawodów z obszaru zarządzania.	P7U_K	P7S_KO
	Zarz_KO03_Mgr	Jest gotowy do wspierania innych w formie doradztwa lub innych działań w zakresie podejmowania i rozwijania aktywności przedsiębiorczej, zachowując przy tym obiektywizm zawodowy.	P7U_K	P7S_KO
	Zarz_KO04_Mgr	Jest gotów myśleć i działać w sposób przedsiębiorczy, przewidując konsekwencje podejmowanych działań przedsiębiorczych.	P7U_K	P7S_KO
	Zarz_KO05_Mgr	Jest gotów myśleć i działać zgodnie z potrzebą postępowania w życiu zawodowym w sposób etyczny i społecznie odpowiedzialny.	P7U_K	P7S_KO
	Zarz_KO06_Mgr	Jest wrażliwy na niekorzystne zjawiska społeczne przejawiające się dyskryminacją, szkodliwymi stereotypami, uprzedzeniami społecznymi i rozumie potrzebę podejmowania działań na rzecz ich korygowania oraz ograniczania.	P7U_K	P7S_KO
	Zarz_KO07_Mgr	Ujawnia postawę wypełniania zobowiązań społecznych oraz współorganizowania działalności na rzecz środowiska społecznego.	P7U_K	P7S_KO
KOMPETENCJE - rola zawodowa	Zarz_KR01_Mgr	Jest gotowy dbać o dorobek teoretyczny i praktyczny z zakresu zarządzania oraz tradycje i etos wykonywanego zawodu związanego z zarządzaniem.	P7U_K	P7S_KR
	Zarz_KR02_Mgr	Zdaje sobie sprawę z powagi konsekwencji wynikających z własnych działań zawodowych dla indywidualnego życia człowieka lub dla grup społecznych i w związku z tym ujawnia wysoki stopień odpowiedzialności za efekty i konsekwencje swoich poczynań zawodowych, w tym wydawanych opinii i podejmowanych decyzji, a także wypowiedzi publicznych.	P7U_K	P7S_KR
	Zarz_KR03_Mgr	Jest gotowy przestrzegać zasad etyki zawodowej i wymagać tego od innych osób.	P7U_K	P7S_KR

**Objaśnienia oznaczeń:**

<b>Zarz</b>	- kierunek studiów: „zarządzanie”
<b>Mgr</b>	- poziom studiów: studia drugiego stopnia
<b>WG</b>	- kategoria efektów uczenia się: „wiedza” – „zakres i głębina”
<b>WK</b>	- kategoria efektów uczenia się: „wiedza” – „kontekst”
<b>UW</b>	- kategoria efektów uczenia się: „umiejętności” – „wykorzystanie wiedzy”
<b>UK</b>	- kategoria efektów uczenia się: „umiejętności” – „komunikowanie się”
<b>UO</b>	- kategoria efektów uczenia się: „umiejętności” – „organizacja pracy”
<b>UU</b>	- kategoria efektów uczenia się: „umiejętności” – „uczenie się”
<b>KK</b>	- kategoria efektów uczenia się: „kompetencje społeczne” – „krytyczne podejście”
<b>KO</b>	- kategoria efektów uczenia się: „kompetencje społeczne” – „odpowiedzialność”
<b>KR</b>	- kategoria efektów uczenia się: „kompetencje społeczne” – „rola zawodowa”
<b>01 i kolejne</b>	- numery efektów uczenia się w poszczególnych kategoriach

**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**

<b>1. KSZTAŁCENIE OGÓLNE</b>		
<b>Kierunkowe efekty uczenia się</b>	<b>BHP</b>	<b>ECTS: 0</b>
—	<p>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.</p>	
<b>Kierunkowe efekty uczenia się</b>	<b>Język obcy – język angielski (DW)</b>	<b>ECTS: 5</b>
Zarz_WG01_Mgr, Zarz_WG05_Mgr, Zarz_WG07_Mgr, Zarz_UK01_Mgr, Zarz_UK03_Mgr, Zarz_UO02_Mgr, Zarz_UU01_Mgr, Zarz_UW03_Mgr, Zarz_UW07_Mgr, Zarz_KK01_Mgr	<p>Liczba godzin poświęcona poszczególnym sprawnościom, umiejętnościom i podsystemom języka oraz poszczególnym aktywnościom będzie uzależniona od indywidualnych potrzeb grupy. W trakcie lektoratu studenci będą poznawać terminologię specjalistyczną zgodną z kierunkiem studiów i doskonalić umiejętności w zakresie czterech sprawności językowych (słuchanie, mówienie, czytanie, pisanie) na poziomie wykraczającym ponad B2 wg Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego (ESOKJ).</p> <p>Język obcy I</p> <p>1. Doskonalenie umiejętności czytania autentycznych tekstów o tematyce specjalistycznej z zakresu studiowanej dziedziny. 2. Ustna prezentacja artykułów o tematyce fachowej opracowanych przez studentów. 3. Praca ze słownictwem specjalistycznym na podstawie opracowanych artykułów o tematyce specjalistycznej.</p> <p>Język obcy II</p> <p>1. Wprowadzenie do zasad tworzenia i przedstawiania skutecznych prezentacji w języku obcym. 2. Przygotowanie i przedstawianie własnych prezentacji studenckich dotyczących tematów specjalistycznych. Ewaluacja prezentacji (ocena koleżeńska i ocena nauczycielska) i dyskusja. 3. Praca z wybranym z prezentacji studenckich słownictwem specjalistycznym.</p>	
<b>Kierunkowe efekty uczenia się</b>	<b>Język obcy – język niemiecki (DW)</b>	<b>ECTS: 5</b>
Zarz_WG01_Mgr, Zarz_WG05_Mgr, Zarz_WG07_Mgr, Zarz_UK01_Mgr, Zarz_UK03_Mgr, Zarz_UO02_Mgr, Zarz_UU01_Mgr, Zarz_UW03_Mgr, Zarz_UW07_Mgr, Zarz_KK01_Mgr	<p>Liczba godzin poświęcona poszczególnym sprawnościom, umiejętnościom i podsystemom języka oraz poszczególnym aktywnościom będzie uzależniona od indywidualnych potrzeb grupy. W trakcie lektoratu studenci będą poznawać terminologię specjalistyczną zgodną z kierunkiem studiów i doskonalić umiejętności w zakresie czterech sprawności językowych (słuchanie, mówienie, czytanie, pisanie) na poziomie wykraczającym ponad B2 wg Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego (ESOKJ).</p> <p>Język obcy I</p> <p>1. Doskonalenie umiejętności czytania autentycznych tekstów o tematyce specjalistycznej z zakresu studiowanej dziedziny. 2. Ustna prezentacja artykułów o tematyce fachowej opracowanych przez studentów. 3. Praca ze słownictwem specjalistycznym na podstawie opracowanych artykułów o tematyce specjalistycznej.</p> <p>Język obcy II</p>	

	1. Wprowadzenie do zasad tworzenia i przedstawiania skutecznych prezentacji w języku obcym. 2. Przygotowanie i przedstawianie własnych prezentacji studenckich dotyczących tematów specjalistycznych. Ewaluacja prezentacji (ocena koleżeńska i ocena nauczycielska) i dyskusja. 3. Praca z wybranym z prezentacji studenckich słownictwem specjalistycznym.	
<b>Kierunkowe efekty uczenia się</b>	<b>Kultura i etyka</b>	<b>ECTS: 5</b>
Zarz_WG01_Mgr, Zarz_WK01_Mgr, Zarz_WK02_Mgr, Zarz_WK05_Mgr, Zarz_UW01_Mgr, Zarz_UW03_Mgr, Zarz_UW08_Mgr, Zarz_KK02_Mgr, Zarz_KK03_Mgr, Zarz_KO01_Mgr, Zarz_KO02_Mgr, Zarz_KO05_Mgr	Różne rozumienia kultury. Cywilizacje jako kultury. Cywilizacje: bramińska, żydowska, chińska, turańska, bizantyjska, łacińska, islamska, buddyjska i inne. Kultura duchowa i jej typy. Kultury religijne i ich przesłania. Kultura antropogenu. Kultura fizyczna. Kultura materialna i techniczna. Kultura polityczna i rządzenia. Kultura wojskowa i organizacji. Kultury współczesne i międzykulturowość. Istota etyki i moralności. Inspiracje filozoficzne etyki (Tales z Miletu, Pitagoras, sofisci, Sokrates, Platon, hedonizm grecki, szkoła cynicka, etyka umiaru Arystotelesa, stoicyzm). Inspiracje filozoficzne ze starożytnych Chin w etyce (taoizm, konfucjanizm, starochińskie wyznaczniki moralne). Era nowożytna w etyce (utilitaryzm, relatywizm, etyka sytuacyjna, deontologia, egzystencjalizm, personalizm chrześcijański, liberalizm, ordoliberalizm, socjaldemokracja, postmodernizm). Elementy aksjologii. Najważniejsze i najszersze normy etyczne. Etyka i dobre obyczaje. Zawodowe kodeksy etyczne. Etyka badań naukowych.	
<b>2. KSZTAŁCENIE KIERUNKOWE</b>		
<b>Kierunkowe efekty uczenia się</b>	<b>Metody statystyczne</b>	<b>ECTS: 7</b>
Zarz_WG08_Mgr, Zarz_UW04_Mgr, Zarz_UW05_Mgr, Zarz_KK01_Mgr, Zarz_KK02_Mgr,	Statystyka opisowa – przypomnienie. Elementy kombinatoryki. Prawdopodobieństwo. Aksjomaty rachunku prawdopodobieństwa. Prawdopodobieństwo warunkowe. Zdarzenia niezależne. Schemat Bernoulli'ego. Pojęcie zmiennej losowej. Zmienne losowe o rozkładzie skokowym. Zmienne losowe o rozkładzie ciągłym. Funkcja prawdopodobieństwa. Funkcja gęstości. Dystrybuanta zmiennej losowej. Podstawowe parametry: wartość oczekiwana, wariancja. Przykładowe rozkłady zmiennych losowych. Rozkłady: dwumianowy, geometryczny, Poissona, jednostajny, wykładniczy, gamma, Weibulla, normalny, normalny standaryzowany, logarytmiczno-normalny, t-Studenta, chi-kwadrat, F-Snedecora. Tablice statystyczne. Ilustracje w arkuszu kalkulacyjnym Excel. Istota badań reprezentatywnych. Populacja generalna. Próba losowa. Schemat losowania i operat losowania. Idea losowania prostego. Idea losowania warstwowego. Wybrane statystyki z próby. Rozkłady statystyk z próby: średniej, frakcji elementów wyróżnionych w próbie. Estymacja punktowa i przedziałowa podstawowych parametrów rozkładu. Pojęcie estymatora i jego własności. Przedziały ufności. Estymacja średniej w populacji. Estymacja frakcji elementów wyróżnionych. Estymacja wariancji i odchylenia standardowego. Zagadnienie liczebności próby. Weryfikacja hipotez statystycznych – idea i zasady formułowania hipotezy zerowej i hipotezy alternatywnej. Błędy przy weryfikacji hipotez. Testy istotności. Weryfikacja hipotez dotyczących średniej, frakcji elementów wyróżnionych, wariancji. Weryfikacja hipotez statystycznych: porównanie dwóch prób. Hipotezy dotyczące średniej, frakcji elementów wyróżnionych. Test niezależności chi-kwadrat. Miary zależności cech jakościowych. Analiza dyskryminacyjna. Metoda głównych składowych. Zastosowania metod statystycznych z wykorzystaniem arkusza kalkulacyjnego oraz programów statystycznych Statistica, Gretl, SPSS i PS Imago.	
<b>Kierunkowe efekty uczenia się</b>	<b>Przedsiębiorczość</b>	<b>ECTS: 7</b>
Zarz_WG12_Mgr, Zarz_WG10_Mgr, Zarz_UU01_Mgr, Zarz_UO01_Mgr, Zarz_UO02_Mgr, Zarz_KO03_Mgr,	Pojęcie i istota przedsiębiorczości. Wielowymiarowość zjawiska przedsiębiorczości. Przedsiębiorczość w ujęciu normatywnym, funkcjonalnym i opisowym. Przedsiębiorczość jako zespół cech człowieka. Przedsiębiorca i przedsiębiorstwo. Koncepcje przedsiębiorcy w teorii organizacji i zarządzania. Funkcje przedsiębiorcy. Uwarunkowania rozwoju przedsiębiorczości, egzo- i endogeniczne. Motywy uruchamiania nowych przedsięwzięć, przedsiębiorczy styl prowadzenia działalności. Małe i średnie firmy. Cykl życia przedsiębiorstwa, ewolucja małej firmy. Przejawy przedsiębiorczych zachowań. Prezentacja działań przedsiębiorczych. Instytucje wspierające przedsiębiorczość. Instytucje finansujące przedsiębiorczość. Rozwój przedsiębiorczości w Polsce. Stan sektora MSP w Polsce. Planowanie wstępnej koncepcji biznesu. Opracowanie projektu grupowego. Proces rejestracji działalności gospodarczej i wykorzystanie systemu CEiDG przez przedsiębiorców. Prowadzenie działalności gospodarczej. Wprowadzanie zmian w firmie. Ewaluacja projektów w ramach zespołowej pracy studentów	
<b>Kierunkowe efekty uczenia się</b>	<b>Public relations</b>	<b>ECTS: 3</b>

Zarz_WG02_Mgr, Zarz_WG09_Mgr, Zarz_WG05_Mgr, Zarz_WK01_Mgr, Zarz_WK04_Mgr, Zarz_UW02_Mgr, Zarz_UW05_Mgr, Zarz_UK01_Mgr, Zarz_UO01_Mgr, Zarz_UO02_Mgr, Zarz_UW11_Mgr, Zarz_UU01_Mgr, Zarz_KO03_Mgr, Zarz_KR01_Mgr,	Podstawowe pojęcia, cele i zadania public relations (PR). Historia, rozwój i dziedziny pokrewne PR. Relacje z mediami i komunikowanie z otoczeniem. Zasady etyczne w zawodzie PR. Organizacja działalności PR. Czarny PR. Narzędzia PR. Obszary public relations, definicje public relations, funkcje i cele public relations. Konceptcje public relations, modele public relations, czarny public relations. Narzędzia PR (klasyczne i nowoczesne, w tym e-PR), wizerunek wewnętrzny oraz zewnętrzny organizacji, rola komunikacji wewnętrznej i zewnętrznej. Elementy systemu identyfikacji wizualnej organizacji, wartość wizerunku organizacji. Specyfika komunikacji organizacji z otoczeniem; strategia komunikacji i kluczowe przesłania. Istota mediów i dialog z mediami w XXI wieku. Notatka prasowa, wywiad, briefing, konferencja prasowa. Komunikacja w kryzysie.
<b>Kierunkowe efekty uczenia się</b>	<b>Koncepcje zarządzania</b> <b>ECTS: 4</b>
Zarz_WG05_Mgr, Zarz_WK02_Mgr, Zarz_WG02_Mgr, Zarz_UW03_Mgr, Zarz_UW08_Mgr, Zarz_UU01_Mgr, Zarz_KK01_Mgr,	Wprowadzenie do koncepcji zarządzania - wybrane zagadnienia. Reengineering. Benchmarking. Outsourcing. Lean Management. Time Based Management. Organizacje oparte na wiedzy. Wewnętrzna konkurencja i kształtowanie jakości. TQM. Koła jakości. Metodyka myślenia sieciowego. Organizacje fraktalne, inteligentne, wirtualne, zwinne, turkusowe. Zarządzanie godnościowe. Miejsce i istota koncepcji zarządzania w nauce zarządzania. Klasyczne koncepcje zarządzania. Sytuacyjne koncepcje zarządzania. Zarządzanie procesowe i jego współczesne narzędzia. Zarządzanie jakością i rozwój jego narzędzi. Zarządzanie projektami i jego odmiany. Eklektyczne koncepcje zarządzania.
<b>Kierunkowe efekty uczenia się</b>	<b>Prawo cywilne</b> <b>ECTS: 4</b>
Zarz_WG01_Mgr, Zarz_WK01_Mgr, Zarz_WK04_Mgr, Zarz_UW01_Mgr, Zarz_UW03_Mgr, Zarz_UU02_Mgr, Zarz_KK01_Mgr, Zarz_KK02_Mgr, Zarz_KK03_Mgr	Pojęcie, systematyka i źródła prawa cywilnego. Normy i przepisy prawa cywilnego: rodzaje norm i przepisów prawa cywilnego, obowiązywanie norm prawa cywilnego w przestrzeni, czasie i co do osób. Stosowanie prawa cywilnego. Prawo podmiotowe: pojęcie prawa podmiotowego, uprawnienia, rodzaje praw podmiotowych, nabycie zmiana i wygaśnięcie praw podmiotowych, wykonywanie i ochrona praw podmiotowych. Stosunek cywilnoprawny: pojęcie stosunku cywilnoprawnego, zdarzenia cywilnoprawne. Osoby fizyczne: osoba fizyczna jako podmiot prawa cywilnego, zdolność prawna i zdolność do czynności prawnych osoby fizycznej, cechy indywidualizujące osobę fizyczną, stan cywilny, stan osobisty, miejsce zamieszkania, dobra osobiste. Osoby prawne: pojęcie osoby prawnej, nazwa, siedziba, przedmiot 15 działania, rodzaje osób prawnych, zdolność prawna i zdolność do czynności prawnych osoby prawnej, rejestry osób prawnych, dobra osobiste osób prawnych. Przedmioty stosunków cywilnoprawnych: uwagi ogólne, kategorie przedmiotów stosunków cywilnoprawnych. Czynności prawne: pojęcie czynności prawnej, oświadczenia woli i ich wykładnia, wady oświadczenia woli, treść czynności prawnej, rodzaje czynności prawnych, forma czynności praw. Przedstawicielstwo: Istota i rodzaje przedstawicielstw, pełnomocnictwo. Przedawnienie i terminy zawite: Istota i skutki przedawnienia, terminy przedawnienia, bieg terminu przedawnienia, terminy zawite i ich rodzaje
<b>Kierunkowe efekty uczenia się</b>	<b>Zarządzanie strategiczne</b> <b>ECTS: 5</b>
Zarz_WG04_Mgr, Zarz_WG05_Mgr, Zarz_WK05_Mgr, Zarz_UW03_Mgr, Zarz_UW04_Mgr, Zarz_UO02_Mgr, Zarz_KK01_Mgr, Zarz_KO04_Mgr,	Wprowadzenie do zarządzania strategicznego – definicja strategii, przedmiot i zakres zarządzania strategicznego. Geneza, ewolucja, istota strategii i zarządzania strategicznego. Etapy procesu zarządzania strategicznego, klasyfikacja strategii, planowanie strategiczne. Misja, wizja i kultura strategiczna-cele i zadania strategiczne organizacji, składniki misji, wizja i tożsamość. Analiza otoczenia przedsiębiorstwa-analiza zewnętrzna (makrootoczenie) i wewnętrzna, metody scenariuszowe i bezscenariuszowe. Model pięciu sił Portera. Model grup strategicznych, luka strategiczna, benchmarking strategiczny. Analiza zasobów przedsiębiorstwa. Cele przedsiębiorstwa. Wybrane metody badania pozycji rynkowej przedsiębiorstwa-metody planowania strategicznego, SWOT, metody portwelowe, analiza strategiczna SPACE. Generowanie i ocena opcji strategicznych. Wzrost i rozwój przedsiębiorstwa, klasyfikacja wzrostu, strategie stabilizacji, obronne, łączone. Wdrażanie strategii-proces wdrażania strategii przedsiębiorstwa, organizacja systemu kontroli strategicznej.
<b>Kierunkowe efekty uczenia się</b>	<b>Sztuka negocjacji</b> <b>ECTS: 5</b>
Zarz_WG05_Mgr, Zarz_WG06_Mgr,	Techniki wywierania wpływu wykorzystywane w negocjacjach. Argumentowanie w negocjacjach. Gry stosowane w negocjacjach. Ocena sytuacji i podejmowanie decyzji w

Zarz_WG07_Mgr, Zarz_WG10_Mgr, Zarz_UW01_Mgr, Zarz_UW02_Mgr, Zarz_UW08_Mgr, Zarz_UW10_Mgr, Zarz_UW11_Mgr, Zarz_KK01_Mgr, Zarz_KK02_Mgr	negocjacjach. Pozyskiwanie informacji w negocjacjach. Emocje w negocjacjach. Blefowanie w negocjacjach. Sygnały kłamstwa i zasady rozpoznawania kłamstwa. Mechanizmy wywierania wpływu. Argumentowanie w negocjacjach. Zasady obrony przed manipulacją argumentami. Gry stosowane w negocjacjach. Gry wywołujące stres. Gry ograniczające oczekiwania. Gry wpływające na emocje. Zasady obrony przed grami i manipulacjami. Ocena sytuacji i podejmowanie decyzji w negocjacjach. Pozyskiwanie informacji w negocjacjach. Emocje w negocjacjach.
<b>Kierunkowe efekty uczenia się</b>	<b>Marketing międzynarodowy</b> <b>ECTS: 5</b>
Zarz_WG02_Mgr, Zarz_WG04_Mgr, Zarz_WG05_Mgr, Zarz_WG08_Mgr, Zarz_UW01_Mgr, Zarz_UW03_Mgr, Zarz_UU01_Mgr, Zarz_KK01_Mgr, Zarz_KO04_Mgr, Zarz_KR03_Mgr, Zarz_KO01_Mgr,	Podstawy marketingu na rynku międzynarodowym – internacjonalizacja przedsiębiorstw. Orientacje w działalności na rynkach międzynarodowych. Globalizacja jako proces kształtujący współczesną działalność na rynkach zagranicznych. Międzynarodowe otoczenie przedsiębiorstwa. Strategie wejścia na rynki zagraniczne. Podstawy kształtowania strategii marketingowej na rynkach zagranicznych. Strategia produktu i ceny na rynkach zagranicznych. Dystrybucja i komunikacja na rynkach zagranicznych.
<b>Kierunkowe efekty uczenia się</b>	<b>Prawo handlowe</b> <b>ECTS: 4</b>
Zarz_WG01_Mgr, Zarz_WK04_Mgr, Zarz_WK05_Mgr, Zarz_UW01_Mgr, Zarz_UW11_Mgr, Zarz_UU02_Mgr, Zarz_KK01_Mgr, Zarz_KK03_Mgr, Zarz_KO05_Mgr	Prawo handlowe i jego miejsce w systemie obowiązującego prawa. Charakterystyczne cechy obrotu handlowego. Prawne metody regulacji obrotu gospodarczego. Źródła prawa handlowego i zasady prawa handlowego. Pojęcie przedsiębiorcy. Przesłanki działalności gospodarczej. Kwalifikacja podmiotów, które mogą występować jako przedsiębiorcy. Osoby prawne i inne jednostki organizacyjne mające zdolność prawną. Pojęcie przedsiębiorstwa. Składniki przedsiębiorstwa. Czynności dotyczące przedsiębiorstwa. Odpowiedzialność za zobowiązania związane z prowadzeniem przedsiębiorstwa. Przesłanki, zasady podejmowania i prowadzenia działalności gospodarczej. Reglamentacja publicznoprawna działalności gospodarczej. Ewidencjonowanie i rejestrowanie przedsiębiorców. Krajowy Rejestr Sądowy i Centralna Ewidencja i Informacja Działalności Gospodarczej. Rodzaje wpisów do rejestru. Firma przedsiębiorcy. Zasady prawa firmowego. Ochrona prawa do firmy. Pojęcie czynności handlowych i umów handlowych, zasady obrotu handlowego. Spółki i ich rodzaje. Umowy i ich rodzaje. Tworzenie, organizacja i funkcjonowanie spółek osobowych: jawnej, partnerskiej, komandytowej i komandytowo-akcyjnej. Tworzenie, organizacja i funkcjonowanie spółek kapitałowych: spółki z ograniczoną odpowiedzialnością i spółki akcyjnej.
<b>Kierunkowe efekty uczenia się</b>	<b>Zaawansowane narzędzia informatyczne w biznesie</b> <b>ECTS: 5</b>
Zarz_WG08_Mgr, Zarz_UW04_Mgr, Zarz_UW05_Mgr, Zarz_KK01_Mgr, Zarz_KK02_Mgr,	Ujęcie systemowe w informatyce. Źródła informacji do zarządzania. Zarządzanie – informacja – informatyka. Powiązania informacji i informatyki. Ośrodki informacyjno-decyzyjne. Klasyfikacja systemów informatycznych w zarządzaniu przedsiębiorstwem. Integracja, system zintegrowany. Zastosowanie informatyki do przetwarzania danych. Technologia przetwarzania danych. Elementy danych. Organizacja przetwarzania danych. Technologia baz danych. Architektura baz danych. Przetwarzanie klient-serwer. Interfejs klienta bazy danych. Serwer bazy danych. Struktura bazy danych. Język bazodanowy SQL. Skrypt bazy danych. Transakcje w bazie danych. Zintegrowany system zarządzania przedsiębiorstwem (ERP). Komponenty aplikacji użytkowej. Podział oprogramowania. Funkcjonalność aplikacji użytkowej do obsługi kasy. Obsługa raportów kasowych. Interfejs GUI. Model danych do obsługi aplikacji kasa. Zakres funkcjonalny podsystemu Sprzedaż. System klasy CRM. Schemat funkcjonalny fakturowania. Schemat funkcjonalny obsługi gospodarki materiałowej. Podsystem środka trwałe. Aplikacja użytkowa do zarządzania personelem. Schemat funkcjonalny księgowości informatycznej. Informatyczne wspomaganie decyzji. Przetwarzanie danych a wspomaganie decyzji. Typologia decyzji wspomaganých komputerowo. Systemy Wspomagania Decyzji. Techniki modelowania decyzji. Języki modelowania decyzji. Hurtownie danych. Przetwarzanie OLAP. Model danych systemu wspomaganie Modelowanie decyzji. Budowa kostki OLAP. Business Intelligence. Funkcjonalność Business Intelligence. OLAP Serwer (PALO). Drażenie danych. Funkcjonalność kokpitu menedżerskiego. Hurtowania danych. Inteligentne systemy informatyczne. Przetwarzanie wiedzy i systemy ekspertowe. Modelowanie wiedzy – sieci semantyczne, RDF, Topics Map. Ontologia. Metadane. Symulacja komputerowa a wspomaganie decyzji. Modelowanie decyzji strategicznych. Technika System Dynamics.

	Modelowanie dodatnich i ujemnych sprzężeń zwrotnych. Układy sprzężeń zwrotnych. Symulacja ciągła.	
<b>Kierunkowe efekty uczenia się</b>	<b>Nowoczesne zarządzanie procesami biznesowymi</b>	<b>ECTS: 4</b>
Zarz_WG05_Mgr, Zarz_WG03_Mgr, Zarz_UW11_Mgr, Zarz_UU02_Mgr, Zarz_KK01_Mgr, Zarz_KK02_Mgr,	Wprowadzenie do nowoczesnego zarządzania procesowego. Globalne spojrzenie na informatyzację przedsiębiorstw i urzędów. Klasyczne i współczesne podejście do procesów w organizacjach. Podstawowe definicje dotyczące nowoczesnych procesów biznesowych. Podejście procesowe w przedsiębiorstwie. Koncepcje zarządzania procesami biznesowymi. Funkcjonalność i architektura nowoczesnych systemów zarządzania procesami biznesowymi. Identyfikacja procesów w przedsiębiorstwie. Modelowanie procesów w przedsiębiorstwie. Wdrażanie koncepcji zarządzania procesami. Doskonalenie a radykalne przeprojektowanie procesów. Controling i doskonalenie procesów. Uwarunkowania nowoczesnego zarządzania procesami. Systemy informatyczne wspierające zarządzanie nowoczesnymi procesami biznesowymi. Koncepcje struktury organizacji procesowej.	
<b>Kierunkowe efekty uczenia się</b>	<b>Zarządzanie finansami osobistymi (DW)</b>	<b>ECTS: 3</b>
Zarz_WG01_Mgr, Zarz_WG03_Mgr, Zarz_WG04_Mgr, Zarz_WG10_Mgr, Zarz_WG12_Mgr, Zarz_WK05_Mgr, Zarz_UW08_Mgr, Zarz_UK01_Mgr, Zarz_UO01_Mgr,	Wprowadzenie do nowoczesnego zarządzania procesowego. Globalne spojrzenie na informatyzację przedsiębiorstw i urzędów. Klasyczne i współczesne podejście do procesów w organizacjach. Podstawowe definicje dotyczące nowoczesnych procesów biznesowych. Podejście procesowe w przedsiębiorstwie. Koncepcje zarządzania procesami biznesowymi. Funkcjonalność i architektura nowoczesnych systemów zarządzania procesami biznesowymi. Identyfikacja procesów w przedsiębiorstwie. Modelowanie procesów w przedsiębiorstwie. Wdrażanie koncepcji zarządzania procesami. Doskonalenie a radykalne przeprojektowanie procesów. Controling i doskonalenie procesów. Uwarunkowania nowoczesnego zarządzania procesami. Systemy informatyczne wspierające zarządzanie nowoczesnymi procesami biznesowymi. Koncepcje struktury organizacji procesowej.	
<b>Kierunkowe efekty uczenia się</b>	<b>Sztuczna inteligencja w zarządzaniu (DW)</b>	<b>ECTS: 3</b>
Zarz_WG01_Mgr, Zarz_WG03_Mgr, Zarz_WG04_Mgr, Zarz_WG10_Mgr, Zarz_WG12_Mgr, Zarz_WK05_Mgr, Zarz_UW08_Mgr, Zarz_UK01_Mgr, Zarz_UO01_Mgr,	Trendy i możliwości wykorzystania AI w różnych branżach i sektorach gospodarki (np. przemyśle, handlu, medycynie, rolnictwie). Tworzenia strategii wykorzystania AI w organizacji. Techniczne aspekty funkcjonowania sztucznej inteligencji (AI), w tym uczenia maszynowego, tworzenia sieci neuronowych. Wybrane platformy AI (frameworks) oraz rozwiązania AI oferowane przez kluczowych dostawców. Niezbędne do kompetentnej analizy potrzeb organizacji i wyboru dostawcy rozwiązania AI. Zarządzanie procesem wdrożenia rozwiązań AI w organizacji. Możliwości pozyskiwania środków finansowych na badania, rozwój i wdrażanie rozwiązań AI w organizacji (np. fundusze UE, finansowanie badań naukowych). Strategie rozwoju AI wybranych państw, wytyczne i strategie UE, OECD oraz stan rozwoju sfery regulacyjnej AI w Polsce, Wyzwania etyczne związane z rozwojem i wykorzystaniem AI. Wyzwania i uwarunkowania prawne wykorzystania AI, w tym kierunki zmian prawa związane z wykorzystaniem AI. Prawne aspekty wykorzystywania danych (osobowych i nieosobowych) na potrzeby rozwoju rozwiązań AI. Zasady sporządzania i negocjacji umów na nabywanie i wdrażanie rozwiązań AI w organizacji.	
<b>Kierunkowe efekty uczenia się</b>	<b>Zarządzanie nieruchomościami (DW)</b>	<b>ECTS: 3</b>
Zarz_WG01_Mgr, Zarz_WG03_Mgr, Zarz_WG04_Mgr, Zarz_WG10_Mgr, Zarz_WG12_Mgr, Zarz_WK05_Mgr, Zarz_UW08_Mgr, Zarz_UK01_Mgr, Zarz_UO01_Mgr,	Nieruchomości i ich rodzaje. Nieruchomości jako dobro ekonomiczne. Rynek nieruchomości. Czynniki wpływające na rozwój rynku nieruchomości. Znaczenie zarządzania nieruchomościami w gospodarce nieruchomościami. Segmentacja na rynku nieruchomości. Cechy i funkcje zarządzania nieruchomością oraz jej otoczeniem. Organizacja zarządzania nieruchomościami. Planowanie w zarządzaniu strategicznym nieruchomością. Modele zarządzania nieruchomością. Koszty utrzymania nieruchomości. Marketing nieruchomości komercyjnych. Property management. Assets management. Wymogi prawne a zarządzanie nieruchomościami.	
<b>Kierunkowe efekty uczenia się</b>	<b>Zarządzanie bezpieczeństwem informacji (DW)</b>	<b>ECTS: 3</b>
Zarz_WG01_Mgr, Zarz_WG03_Mgr, Zarz_WG04_Mgr, Zarz_WG10_Mgr, Zarz_WG12_Mgr, Zarz_WK05_Mgr,	Zasady i klasyfikacja przetwarzania informacji. Ogólny model przetwarzania informacji, a w tym klasy bezpieczeństwa systemów informatycznych. Nabycie umiejętności szacowania ryzyka. Zagrożenia, zarządzanie zagrożeniami. Podatność na zarządzania zagrożeniami. Podatność Internetu rzeczy (IoT) na zagrożenia. Bezpieczeństwo systemów operacyjnych. Bezpieczeństwo sieci komputerowych. Zarządzanie bezpieczeństwem sieci. Zagrożenia dla aplikacji webowych i środki przeciwdziałania. Ataki na serwery oraz ataki na aplikacje	

Zarz_UW08_Mgr, Zarz_UK01_Mgr, Zarz_UO01_Mgr,	webowe. Kontrola dostępu i kontrola do aplikacji. Podstawy i elementy kryptografii. Zabezpieczenia kryptograficzne i klucze kryptograficzne. Aktywacja i deaktywacja kluczy kryptograficznych. Zarządzanie bezpieczeństwem eksploatacji systemów informatycznych. Zasady bezpiecznej eksploatacji. Monitorowanie zdarzeń. Serwis systemów informatycznych. Transakcje elektroniczne i protokoły komunikacyjne. Zarządzanie incydentami bezpieczeństwa. Obsługa zdarzeń i incydentów bezpieczeństwa. Metodologia zarządzania incydentami bezpieczeństwa. Kryteria wyboru zabezpieczeń. Zasady ogólne. Wytyczne dotyczące różnych platform technologicznych. Technologie biometryczne. Wdrażanie systemów informatycznych. Zasady tworzenia bezpiecznego programowania. Projektowanie zabezpieczeń. Pomiary bezpieczeństwa systemów informatycznych. Problemy badawcze. Metodologia testów bezpieczeństwa systemów informatycznych. Audyt bezpieczeństwa. Ocena skuteczności zabezpieczeń. Metody i narzędzia zarządzania bezpieczeństwem informacji w jednostkach sektora finansowego.	
<b>Kierunkowe efekty uczenia się</b>	<b>Strategie marketingowe w sektorze energetycznym (DW)</b>	<b>ECTS: 3</b>
Zarz_WG03_Mgr, Zarz_WG06_Mgr, Zarz_WG10_Mgr, Zarz_WK05_Mgr, Zarz_UW01_Mgr, Zarz_UW11_Mgr, Zarz_KO05_Mgr	Charakterystyka rynku energii: uczestnicy rynku (wytwórcy, dystrybutorzy, sprzedawcy, prosumenci, agregatorzy), modele biznesowe, otoczenie regulacyjne. Cechy produktu energetycznego: niematerialność, krytyczna infrastruktura, niska zaangażowalność klienta, rosnące znaczenie usług towarzyszących (doradztwo energetyczne, smart home, magazyny energii). Pozycjonowanie oferty: cena vs. wartość dodana (zielona energia, bezpieczeństwo dostaw, serwis, digital self-service). Strategie cenowe w energetyce: taryfy dynamiczne, cenniki dwustrefowe, rabaty lojalnościowe, oferty czasowe. Kanaly tradycyjne i cyfrowe: biura obsługi klienta, call center, portale klienta, aplikacje mobilne, sprzedaż online. Tożsamość i wizerunek marek energetycznych, archetypy marki (opiekun, bohater, odkrywca). Edukacja klientów w obszarze efektywności energetycznej, OZE, bezpieczeństwa energetycznego. Rola mediów społecznościowych w budowaniu świadomości, edukacji i obsłudze klienta. Odpowiedzialność i etyka w komunikacji inżynierii taryf, promocji, zachęt inwestycyjnych. Zarządzanie kryzysem wizerunkowym, reakcja na awarie, przerwy w dostawach, protesty społeczne. Kampanie marketingowe dużych koncernów energetycznych	
<b>Kierunkowe efekty uczenia się</b>	<b>Zarządzanie ekologiczne (DW)</b>	<b>ECTS: 3</b>
Zarz_WG03_Mgr, Zarz_WG06_Mgr, Zarz_WG10_Mgr, Zarz_WK02_Mgr, Zarz_UW01_Mgr, Zarz_UW08_Mgr, Zarz_KO02_Mgr, Zarz_KO05_Mgr, Zarz_KO07_Mgr	Pojęcie i założenia zarządzania ekologicznego, źródła i założenia koncepcji zarządzania ekologicznego, wpływu tej koncepcji na pozycję konkurencyjną i budowane modele biznesu. Podstawowe dokumenty określające założenia zarządzania ekologicznego, praktyczne doświadczenia w tym zakresie (studia przypadków). Inicjatywy i praktyki ekologiczne na poziomie lokalnym. Inicjatywy organizacji non-profit na przykładzie problematyki odpadów niebezpiecznych. Zachowania proekologiczne przedsiębiorstw realizujących założenia CSR- studia przypadków. Klastry ekologiczno-energetyczne	
<b>Kierunkowe efekty uczenia się</b>	<b>Seminarium magisterskie</b>	<b>ECTS: 12</b>
Zarz_WG01_Mgr, Zarz_WG02_Mgr, Zarz_WG04_Mgr, Zarz_WG08_Mgr, Zarz_WG10_Mgr, Zarz_WK01_Mgr, Zarz_WK02_Mgr, Zarz_UW01_Mgr, Zarz_UW02_Mgr, Zarz_UW04_Mgr, Zarz_UW05_Mgr, Zarz_UW09_Mgr, Zarz_UU01_Mgr, Zarz_UU02_Mgr,	Podstawy metodyki badań z zarządzania. Wymagania formalne niezbędnych do przygotowania pracy dyplomowej. Zasady i dobre praktyki w przygotowywaniu pracy dyplomowej - sposób przygotowywania przypisów, powoływania się na źródła. Umiejętność analizy tekstu naukowego. Wybór tematu badawczego. Przygotowywanie poszczególnych części pracy. Uzasadnienie wyboru tematu, cel, hipoteza, metodyka badań, przegląd literatury przedmiotu, charakterystyka obiektu badawczego, wyniki badań. Przestrzeganie zasad prawa autorskiego, umiejętności praktycznego zastosowania wymagań dotyczących pracy dyplomowej w trakcie jej pisania, umiejętność posługiwania się naukową terminologią, zgodną z podjętym problemem badawczym. Prezentowanie tematów i zakresów prac dyplomowych, referowanie koncepcji (teoretycznej i empirycznej) pracy dyplomowej (prezentacja, dyskusja), przedstawienia wyników badań oraz przygotowanie do obrony pracy na egzaminie dyplomowym.	
<b>3. KSZTAŁCENIE SPECJALNOŚCIOWE</b>		
<b>Kierunkowe efekty uczenia się</b>	<b>Metodyka zarządzania projektami</b>	<b>ECTS: 6</b>

Zarz_WG04_Mgr, Zarz_WG08_Mgr, Zarz_WK05_Mgr, Zarz_UW01_Mgr, Zarz_UW04_Mgr, Zarz_UW11_Mgr, Zarz_UK01_Mgr, Zarz_KK01_Mgr, Zarz_KO01_Mgr	Wprowadzenie do zarządzania projektem, definicja projektu, klasyfikacje, trójkąt projektu - przykłady projektów. Podstawowe metodyki zarządzania projektami (PRINCE), (PMI). Identyfikacja wymagań projektowych (określenie interesariuszy, potrzeb i celów, wybór strategii działania). Fazy projektu, cykl życia, przygotowanie projektu (pozyskiwanie, planowanie, inicjowanie projektu). Czynniki sukcesu projektu. Zarządzanie ryzykiem projektu. Organizacja zespołu projektowego (zespół projektowy, komunikacja w projekcie). Harmonogram projektu. Źródła finansowania projektów. Rodzaje i rola procesów w projekcie, podział ze względu na rangę zadań, stanowiska, wagę decyzji, tworzenie wartości dodanej, układ organizacyjny, nadrzędność, wartość. Zagadnienie oddziaływanie procesów – wzajemne przenikanie procesów w fazie. Narzędzia wykorzystywane w zarządzaniu projektem (systemy komputerowe, harmonogramy, zlecenia, kontrola zakresu, kontrola jakości itp.). Indywidualna praca nad zarządzaniem projektem produkcyjnym. Identyfikacja i rola wskaźników produktu i rezultatu projektu. Zarządzanie jakością i ryzykiem w projekcie. Faza uruchomienia realizacji projektu - wybór wykonawcy. Procedury konkursowe i przetargowe. Praca komisji przetargowej, kryteria selekcji zgłoszeń i oceny ofert, zawieranie kontraktu. Zarządzanie projektem w trakcie wdrożenia. Zagrożenia i ryzyka związane z wdrażaniem projektu w metodyce PMI. Manager projektu. Monitoring i ewaluacja projektu.	
<b>Kierunkowe efekty uczenia się</b>	<b>Marketing internetowy i handel elektroniczny</b>	<b>ECTS: 6</b>
Zarz_WG05_Mgr, Zarz_WG09_Mgr, Zarz_WG10_Mgr, Zarz_UW02_Mgr, Zarz_UW08_Mgr, Zarz_UK01_Mgr, Zarz_KO01_Mgr, Zarz_KR01_Mgr,	Wstęp do e-marketingu. Wpływ Internetu na gospodarkę. Trendy w marketingu internetowym. Podmioty na rynku internetowym. Modele biznesowe w Internecie. Business Model Canvas. Off-line vs on-line, czyli dlaczego działania on-line nie mogą być prowadzone w oderwaniu od działań w rzeczywistym świecie. 4P w marketingu internetowym. Działania sprzedażowe vs działania wizerunkowe. Projektowanie i budowanie serwisów internetowych. Sposoby i narzędzia tworzenia stron Technologie mobilne stosowane w e-marketingu. Aplikacje mobilne vs strony responsywne. Mobile marketing - display ad, push, sms, wifi vs beacons. Trendy w aplikacjach mobilnych. W5 Search Engine Marketing – PPC, usługi marketingowe Google. Metody zapewnienia widoczności serwisów internetowych w globalnej sieci (SEO, pozycjonowanie stron). Automatyzacja marketingu, narzędzia i techniki stosowane do jej realizacji. E-mail marketing - narzędzia do e-mail marketingu, wysyłka newsletterowa, wysyłka reklamowa, obsługa klienta poprzez e-mail. Reklama odsłonowa (display) - sposoby targetowania, rodzaje reklamy odsłonowej, trendy i mody, RichMedia. Analityka internetowa – sposoby pomiaru działań na stronach WWW, określanie KPI dla działań e-marketingowych. Technologie i narzędzia IT wspierające analitykę e-marketingu. E-commerce - platformy sprzedażowe w Internecie, nomenklatura branżowa (dropshipping, optymalizacja konwersji, lejek sprzedażowy). Video i audio w Internecie – vlogerzy, kampanie na YouTube, podcasty. Rola virali w marketingu. Monitoring Internetu i jego znaczenie w e-marketingu. Prawne aspekty marketingu w Internecie. Business Intelligence jako wsparcie e-marketingu. Sztuczna inteligencja w e-marketingu. Internet of Things i jego następstwa w działaniach e-marketingowych.	
<b>Kierunkowe efekty uczenia się</b>	<b>Procesowe zarządzanie przedsiębiorstwem</b>	<b>ECTS: 4</b>
Zarz_WG02_Mgr, Zarz_WG08_Mgr, Zarz_WK03_Mgr, Zarz_UW06_Mgr, Zarz_UW09_Mgr, Zarz_UK01_Mgr, Zarz_KO01_Mgr, Zarz_KO07_Mgr, Zarz_KR03_Mgr,	Miejsce i rola zarządzania jakością w zarządzaniu organizacją. Ewolucja i zasady zarządzania jakością w tym TQM. Praktyka zarządzania jakością – przykłady. Zasady zarządzania jakością w organizacji. Zasady identyfikacji procesów zachodzących w organizacji. System jakości według norm serii ISO9000. Podstawy audytowania i certyfikacji systemów jakości. Doskonalenie systemów jakości. Metody rozwiązywania problemów w zarządzaniu jakością. Modele doskonałości. Kierunki doskonalenia TQM. System zarządzania jakością TQM. Wymagania, wytyczne, Ekonomika jakości. Koszty jakości dokumentacja. Normalizacja i certyfikacja systemu zarządzania jakością. Kształtowanie jakości w cyklu życia wyrobu. Podstawy dokumentowania systemu zarządzania jakością. Ochrona jakości wyrobów w procesach logistycznych. Branżowe standardy zarządzania jakością. Koszty jakości. Podejście procesowe w zarządzaniu jakością. Systemowe podejście zarządzania jakością.	
<b>Kierunkowe efekty uczenia się</b>	<b>Zarządzanie marketingowe</b>	<b>ECTS: 4</b>
Zarz_WG04_Mgr, Zarz_WG06_Mgr, Zarz_WG08_Mgr, Zarz_WK05_Mgr, Zarz_UW02_Mgr, Zarz_UW07_Mgr, Zarz_UO01_Mgr, Zarz_UU01_Mgr,	MARKETING I JEGO ZNACZENIE WE WSPÓŁCZESNYM ŚWIECIE. Rynek jako środowisko marketingu. Marketing i i orientacja rynkowa organizacji jako efekt ewolucja koncepcji biznesowych w przedsiębiorstwie – od orientacji produkcyjnej do marketingu strategicznego. Definicja marketingu. Funkcje i cele działalności marketingowej w przedsiębiorstwie. Przedmiotowy zakres zarządzania marketingowego. Nowe koncepcje marketingu. Marketing-mix. UWARUNKOWANIA DZIAŁALNOŚCI MARKETINGOWEJ PRZEDSIĘBIORSTWA - KONKURENCJA RYNKOWA I ZACHOWANIA NABYWCÓW. Rynek a przedsiębiorstwo. Otoczenie rynkowe w skali makro i mikro. Konkurencja i konkurencyjność w marketingu. Łańcuch przyczynowo- skutkowy	

Zarz_KK03_Mgr, Zarz_KR03_Mgr,	<p>konkurencyjności. Zasobowe i instrumentalne czynniki konkurencyjności. Konsument i jego potrzeby jako podstawa działalności marketingowej. Lojalność i jej znaczenie w marketingu. ZARZĄDZANIE MARKETINGOWE JAKO OBSZAR ZARZĄDZANIA PRZEDSIĘBIORSTWEM. Zarządzanie przedsiębiorstwem – istota i proces. Poziomy zarządzania: strategiczny, taktyczny, operacyjny. Funkcjonalne ujęcie procesów zarządzania. Przedmiotowe (zasobowe) ujęcie procesów zarządzania. Zarządzanie marketingowe a zarządzania marketingiem. Proces zarządzania marketingowego. Wizja – misja – wartości – zasady przedsiębiorstwa. Zasady kreowania misji przedsiębiorstwa. Cele strategiczne i cele wtórne przedsiębiorstwa. ANALIZA STRATEGICZNA W PRZEDSIĘBIORSTWIE. Zakres i rola analizy strategicznej w przedsiębiorstwie. Analiza makrootoczenia. Analiza otoczenia konkurencyjnego. Analiza potencjału strategicznego przedsiębiorstwa. Analiza pozycji konkurencyjnej przedsiębiorstwa. Wybrane metody analizy strategicznej: analiza luki strategicznej, analiza pięciu sił Portera, mapa grup strategicznych, analiza kluczowych czynników sukcesu, metody portfelowe, analiza SWOT. System informacji marketingowej w przedsiębiorstwie. Rola badań marketingowych w SIM. STRATEGIA MARKETINGOWA PRZEDSIĘBIORSTWA. Pojęcie i struktura strategii w przedsiębiorstwie. Proces formułowania strategii marketingowej: wybór rynku docelowego i stosowanie marketingu-mix na rynku docelowym. Segmentacja jako podstawa kształtowania strategii marketingowej. Procedura wyboru rynku docelowego. Rodzaje strategii marketingowych. Strategie segmentacyjne. Strategie konkurencyjne. Strategie produktowo-rynkowe. Strategie ze względu na udział w rynku. PLANOWANIE MARKETINGOWE I ZARZĄDZANIE NARZĘDZIAMI MARKETINGU. Taktyka marketingu. Pojęcie planu marketingowego. Planowanie marketingowe. Plany strategiczne, taktyczne i operacyjne. Struktura planu marketingowego. Zarządzanie produktem. Zarządzanie polityką cenową. Zarządzanie dystrybucją. Zarządzanie komunikacją z rynkiem. ORGANIZACJA I REALIZACJA DZIAŁALNOŚCI MARKETINGOWEJ. Miejsce marketingu w ogólnej strukturze organizacyjnej przedsiębiorstwa. Wewnętrzna organizacja marketingu: struktura funkcjonalna, produktowa, rynkowa, macierzowa. Czynniki determinujące organizację marketingu. Współpraca z partnerami zewnętrznymi. Wdrażanie planów marketingowych. KONTROLA DZIAŁAŃ MARKETINGOWYCH. Kontrola marketingowa – istota i proces. Funkcje kontroli marketingowej: diagnostyczna, prognostyczna i regulacyjna. Kontrola strategiczna i operacyjna. Metody kontroli operacyjnej: kontrola planu rocznego, kontrola rentowności, kontrola efektywności. Metody kontroli strategicznej: ranking efektywności marketingu, ocena doskonałości marketingu, audyt marketingowy. Obszary audytu marketingowego. Controlling marketingowy. Wskaźniki marketingowe.</p>	
<b>Kierunkowe efekty uczenia się</b>	<b>Zarządzanie innowacjami</b>	<b>ECTS: 4</b>
Zarz_WG03_Mgr, Zarz_WG05_Mgr, Zarz_WG11_Mgr, Zarz_WK03_Mgr, Zarz_WK04_Mgr, Zarz_UW02_Mgr, Zarz_UW03_Mgr, Zarz_UW11_Mgr, Zarz_UU01_Mgr, Zarz_KO04_Mgr,	Istota i rodzaje innowacji. Cele działalności innowacyjnej. Rodzaje innowacji i ich klasyfikacja. Źródła innowacji. Bariery innowacyjności. Cechy organizacji innowacyjnej. Procesy innowacyjne. Wybrane narzędzia i techniki stymulujące kreatywność. Metody poszukiwania innowacyjnych rozwiązań. Ochrona własności intelektualnej a działalność innowacyjna. Finansowanie działalności innowacyjnej przedsiębiorstw. Wybrane zagadnienia związane z transferem oraz komercjalizacją innowacyjnych technologii.	
<b>Kierunkowe efekty uczenia się</b>	<b>Anomia pracownicza</b>	<b>ECTS: 6</b>
Zarz_WG06_Mgr, Zarz_WG11_Mgr, Zarz_WK01_Mgr, Zarz_WK02_Mgr, Zarz_UW08_Mgr, Zarz_UW10_Mgr, Zarz_UK01_Mgr, Zarz_UK02_Mgr, Zarz_UU02_Mgr, Zarz_KR01_Mgr,	Wprowadzenie do Regulacyjnej Teorii Zachowań - przedstawienie założeń dotyczących motywacji pracowniczej. Proces powstawania anomii pracowniczej - uruchamianie motywów wartości i korzyści. Analiza badań dotyczących anomii: - powszechność, - uwarunkowania, - wpływ na funkcjonowanie organizacji. Rola usprawiedliwień oraz procesów społecznych w powstawaniu anomii. Analiza kultury organizacyjnej i środowiska pracy - wpływ na powstawanie anomii pracowniczej. Kompetencje miękkie a przeciwdziałanie anomii. Analiza przykładów z wykorzystaniem trójczynnиковego modelu anomii: struktura organizacyjna, metody zarządzania oraz świadomość pracownicza. Tworzenie mapy ryzyka anomii. Tworzenie planu optymalizacji struktury organizacji w celu przeciwdziałania anomii. Budowanie strategii ograniczania anomii pracowniczej dla konkretnych przykładów organizacji, z uwzględnieniem trójczynnиковego modelu anomii. Style zarządzania a ryzyko powstania anomii pracowniczej. Zarządzanie podmiotowe i przedmiotowe, stosowanie kar i nagród i ich rola w powstawaniu oraz ograniczaniu występowania anomii pracowniczej.	
<b>Kierunkowe efekty uczenia się</b>	<b>Umiejętności trenerskie</b>	<b>ECTS: 6</b>

Zarz_WG07_Mgr, Zarz_WG11_Mgr, Zarz_WK01_Mgr, Zarz_WK05_Mgr, Zarz_UW01_Mgr, Zarz_UW08_Mgr, Zarz_UW10_Mgr, Zarz_UU01_Mgr, Zarz_KO07_Mgr, Zarz_KR03_Mgr	Historia prowadzenia zajęć grupowych (nastawienie i gotowość społeczna, cele i charakter pierwszych grup, grupy rozwojowe). Różnice i podobieństwa między warsztatem a treningiem. Struktura i budowa warsztatu. Cechy prawidłowo skonstruowanego warsztatu (aksjomaty współpracy grupowej a „obowiązki trenera”, schemat warsztatu, techniki pracy warsztatowej w przykładach). Techniki pracy. Proces grupowy (definicja grupy w ujęciu psychoedukacyjnym, cechy charakteryzujące grupę, etapy budowania grupy, poziom zaangażowania w proces uczenia się). Normy grupowe formalne i nieformalne. Role grupowe (panorama pojawiających się ról grupowych oraz ich związki z procesem uczenia się i rozwoju grupy). Uczenie się dorosłych. Przełożenie wiedzy na praktykę pracy z grupą. Omówienie „check listy” 10 najważniejszych kwestii dotyczących warsztatu. Cechy trenera. Etos pracy. Regulacje prawne. Sytuacje trudne w pracy grupowej, panorama działań profilaktycznych. Najważniejsze wyzwania i trudności stojące przed trenerami w trakcie pracy online. Praca nad scenariuszem - przygotowanie planu zajęć z uwzględnieniem treści merytorycznych i ćwiczeń praktycznych umiejętności. Praca projektowa: prowadzenie pracy grupowej oraz działania informacji zwrotnej.	
<b>Kierunkowe efekty uczenia się</b>	<b>Budowanie zespołu i przywództwo</b>	<b>ECTS: 4</b>
Zarz_WG11_Mgr, Zarz_WK01_Mgr, Zarz_WK05_Mgr, Zarz_UW01_Mgr, Zarz_UW03_Mgr, Zarz_UW07_Mgr, Zarz_UW08_Mgr, Zarz_UW10_Mgr, Zarz_KO07_Mgr, Zarz_KR02_Mgr,	Skuteczne kierowanie: główne zadania i funkcje menadżerskie; siatka stylów kierowania; budowanie świadomości kompetencji lidera, współczesne modele przywództwa. Komunikacja w organizacji: schemat komunikacji jedno- i dwustronnej; omówienie szumów i barier komunikacyjnych; ćwiczenie narzędzi zwiększających efektywność komunikacji. Praktyczne zastosowanie - udzielanie informacji zwrotnej. Budowanie zespołu pracowniczego: różnice między grupą roboczą a zespołem; cykl i etapy pracy zespołu, role zespołowe, normy; rozwiązywanie problemów w funkcjonowaniu zespołu.	
<b>Kierunkowe efekty uczenia się</b>	<b>Trening asertywności pracowniczej</b>	<b>ECTS: 4</b>
Zarz_WG07_Mgr, Zarz_WG11_Mgr, Zarz_WK05_Mgr, Zarz_UW08_Mgr, Zarz_UW03_Mgr, Zarz_UW10_Mgr, Zarz_KO07_Mgr, Zarz_KR02_Mgr,	Charakterystyka oraz analiza postaw, określenie ich konsekwencji w kształtowaniu relacji interpersonalnych. Definicja postawy asertywnej. Praca nad rozwojem własnej postawy asertywnej. Omówienie znaczenia praw osobistych, praca nad monologiem wewnętrznym. Asertywna komunikacja: komunikaty typu JA, odmowa, przyjmowanie krytyki, radzenie sobie z niekonstruktywną krytyką, formułowanie asertywnej pochwały. Analiza trudnych sytuacji pracowniczych oraz budowanie rozwiązań.	
<b>Kierunkowe efekty uczenia się</b>	<b>Spoleczno-organizacyjne zarządzanie procesami</b>	<b>ECTS: 5</b>
Zarz_WG02_Mgr, Zarz_WG08_Mgr, Zarz_WK03_Mgr, Zarz_UW09_Mgr, Zarz_UK01_Mgr, Zarz_KR02_Mgr, Zarz_KO03_Mgr,	Metodyka wdrażania zarządzania procesowego. Organizacja procesowa i jej determinanty. Struktury organizacji procesowej. Kultura organizacji procesowej. Modele dojrzałości procesowej organizacji. Rola i zadania właściciela procesu. Budowa i funkcjonowanie zespołu procesowego. Zarządzanie zasobami ludzkimi w organizacji procesowej. Zarządzanie wiedzą w organizacji procesowej. Sytuacyjno-organizacyjne uwarunkowania (środowisko organizacji, w wymiarze czynników zewnętrznych na skuteczność wdrażania organizacji procesowej, w wymiarze czynników wewnętrznych m.in. celów, wartości społecznej, technicznej struktury. Omówienie wybranych czynników społeczno-organizacyjnych wpływających na zarządzanie procesami m.in. wykorzystanie technologii informatycznej, identyfikacja klientów wewnętrznych i zewnętrznych, przygotowanie pracowników (szkolenia), decentralizacja uprawnień decyzyjnych, cechy charakterystyczne właścicieli procesów, współdziałanie pracowników w opracowywaniu koncepcji zmian, udział konsultantów zewnętrznych, własność kapitału.	
<b>Kierunkowe efekty uczenia się</b>	<b>Marketing na rynku przedsiębiorstw</b>	<b>ECTS: 5</b>
Zarz_WG03_Mgr, Zarz_UW02_Mgr, Zarz_UW07_Mgr, Zarz_UU01_Mgr, Zarz_KK03_Mgr,	Firma na rynku konkurencji doskonałej i monopolistycznej. Metody i narzędzia marketingowe stosowane przez firmy. Otoczenie firmy. Ewolucja i kierunki rozwoju marketingu. Strategiczne planowanie marketingowe. Postawy, zachowania, lojalność konsumentów. Kompleksowe zarządzanie marką. Marketingowe zarządzanie produktem. Komunikacja marketingowa - metody, narzędzia, podejście kompleksowe. Nowoczesne narzędzia marketingowe, w tym e-marketing. Narzędzia analityczne stosowane w marketingu. Opis i	

	wnioskowanie. Efektywność marketingu – metody pomiaru Zastosowanie wskaźników marketingowych.	
<b>Kierunkowe efekty uczenia się</b>	<b>Strategiczne zarządzanie marketingowe</b>	<b>ECTS: 5</b>
Zarz_WG05_Mgr, Zarz_WG06_Mgr, Zarz_WG08_Mgr, Zarz_WG09_Mgr, Zarz_UW02_Mgr, Zarz_UW04_Mgr, Zarz_UU01_Mgr, Zarz_UK01_Mgr, Zarz_KK01_Mgr,	<p>Pojęcie i wymiary zarządzania. Struktura zarządzania przedsiębiorstwem. Przedmiot i funkcje marketingu. Naczelne zasady i główne zadanie marketingu. Proces marketingu. Pojęcie i składniki zarządzania marketingowego. Zakres i umiejscowienie zarządzania marketingowego. Strategiczny i operacyjny wymiar zarządzania marketingowego. Treść strategii marketingowej. Sposoby postępowania jako element strategii marketingowej. Opracowywanie strategii marketingowych. Wdrażanie strategii marketingowych. Decyzje marketingowe podejmowane przy opracowywaniu strategii marketingowych. Miejsce strategii marketingowych w strukturze zysków i strat. Konflikt i zgodność między strategiami. Proces zarządzania marketingowego. Proces zarządzania marketingiem. Misja przedsiębiorstwa. Rynek przedsiębiorstwa (pojęcie i wymiary). Przedmiotowy wymiar rynku. Podmiotowy wymiar rynku. Przestrzenny wymiar rynku. Pole rynkowe i strategiczne jednostki biznesu. Cechy, liczba i rodzaj strategicznych jednostek biznesu. Zarządzanie marketingowe w przedsiębiorstwach o zróżnicowanej działalności marketingowej. Projekt: Planowanie działań marketingowych w przedsiębiorstwie. Wpływ konkurencji i konkurentów na działania marketingowe. Produkt jako podstawa przewagi konkurencyjnej. Zarządzanie ofertą asortymentową. Nabywca, konsument, klient jako siłą napędową działań marketingowych. Dystrybucja w działaniach marketingowych. Sieć dystrybucji jako narzędzie przewagi marketingowej. Promocja produktu - siła informacji marketingowej. Metody i narzędzia pozyskiwania informacji dla marketingu.</p>	
<b>Kierunkowe efekty uczenia się</b>	<b>Kompleksowe zarządzanie jakością</b>	<b>ECTS: 5</b>
Zarz_WG03_Mgr, Zarz_WG05_Mgr, Zarz_WG08_Mgr, Zarz_WK03_Mgr, Zarz_UW05_Mgr, Zarz_UW09_Mgr, Zarz_UK02_Mgr, Zarz_KK01_Mgr,	<p>Miejsce i rola zarządzania jakością w zarządzaniu organizacją. Ewolucja i zasady zarządzania jakością w tym TQM. Praktyka zarządzania jakością – przykłady. Zasady zarządzania jakością w organizacji. Zasady identyfikacji procesów zachodzących w organizacji. System jakości według norm serii ISO9000. Podstawy audytowania i certyfikacji systemów jakości. Doskonalenie systemów jakości. Metody rozwiązywania problemów w zarządzaniu jakością. Modele doskonałości. Kierunki doskonalenia TQM. System zarządzania jakością TQM. Wymagania, wytyczne, Ekonomia jakości. Koszty jakości dokumentacja. Normalizacja i certyfikacja systemu zarządzania jakością. Kształtowanie jakości w cyklu życia wyrobu. Podstawy dokumentowania systemu zarządzania jakością. Ochrona jakości wyrobów w procesach logistycznych. Branżowe standardy zarządzania jakością. Koszty jakości. Podejście procesowe w zarządzaniu jakością. Systemowe podejście zarządzania jakością.</p>	
<b>Kierunkowe efekty uczenia się</b>	<b>Zarządzanie sprzedażą i dystrybucją</b>	<b>ECTS: 5</b>
Zarz_WG01_Mgr, Zarz_WG04_Mgr, Zarz_WG08_Mgr, Zarz_WK04_Mgr, Zarz_UW03_Mgr, Zarz_UW04_Mgr, Zarz_UW11_Mgr, Zarz_UK02_Mgr, Zarz_UO01_Mgr,	<p>Zapoznanie ze specyfiką zarządzania sprzedażą. Zapoznanie z wyzwaniami menedżerskimi, przed jakimi stają kierownicy i dyrektorzy zespołów i całych struktur sprzedaży. Przedstawienie najlepszych praktyk w organizacji służb sprzedaży przedsiębiorstw. Poznanie zasad organizowania sprzedaży i współpracy z klientami. Nawiązywanie i podtrzymywanie relacji sprzedażowych z klientami. Poznanie zasad przewodzenia, motywowania i kontrolowania sprzedawców i przedstawicieli handlowych. Dobór kanałów dystrybucji - poznanie zasad, najlepszych i najgorszych praktyk. Uwarunkowania funkcjonowania działów sprzedaży. Umiejscowienie działu sprzedaży w strukturze organizacji. Metody tworzenia struktur działów sprzedaży. Realizacja strategii organizacji na poziomie działu sprzedaży. Nawiązywanie i podtrzymywanie relacji sprzedażowych z klientami. Budowanie strategii sprzedaży. Dobór i weryfikacja służb sprzedaży. Dobór i wykorzystanie kanałów dystrybucji.</p>	
<b>Kierunkowe efekty uczenia się</b>	<b>Psychologia pracy i organizacji</b>	<b>ECTS: 5</b>
Zarz_WG11_Mgr, Zarz_WK01_Mgr, Zarz_WK05_Mgr, Zarz_UW01_Mgr, Zarz_UW03_Mgr, Zarz_UW07_Mgr, Zarz_UW10_Mgr, Zarz_KO07_Mgr, Zarz_KR02_Mgr,	<p>Psychologia pracy jako obszar zainteresowania psychologów Definiowanie obszaru zainteresowania psychologii pracy i historia dziedziny. Układ człowiek-zadanie w środowisku pracy. Klasyczna psychologia pracy i organizacji – analiza pracy w klasycznych koncepcjach zarządzania. Podmiotowe podejście do zarządzania jako rozpoznanie luk w podejściu zarządzania naukowego do zarządzania pracą. Zachowania organizacyjne i psychologiczne mechanizmy uczestnictwa organizacyjnego. Budowa motywującego środowiska pracy w organizacjach. Motywacja, motywowanie, systemy motywacyjne, teorie motywacji. Projektowanie stanowiska pracy i dyskusje o motywacji wewnętrznej. Wynagradzanie i jego funkcje. Składniki współczesnego systemu płacowego. Wskaźniki postaw pracowniczych wykorzystywane w monitorowaniu zaangażowania pracowników. Role w organizacji. Kierowanie a przywództwo. Władza i jej rodzaje. Style kierowania - definiowanie,</p>	

	rozpoznawanie, teorie, badania nad skutecznością. Przywództwo - tradycyjne i współczesne teorie przywództwa. Cechy człowieka a wykonywanie pracy. Zdolności ogólne potrzebne do realizacji zadań. Poczucie umiejscowienia kontroli. Klasyczne narzędzia analizy pracy i ich użycie. Współczesny i tradycyjny język analizy pracy. Narzędzia analizy pracy i ich zastosowania – zalecane i faktyczne. Naukowe badania nad analizą pracy. Współczesna krytyka analizy pracy i jej konsekwencje. Kontrakt psychologiczny w organizacji. Sytuacje trudne w organizacji, deprecjacji, przeciążenia, utrudnienia, konfliktowe, zagrożenia, mobbing. Wypalenie zawodowe, pracoholizm. Psychologiczne aspekty delegowania zadań, współpracy w zespołach zadaniowych, komunikacji w organizacji.	
<b>Kierunkowe efekty uczenia się</b>	<b>Zarządzanie godnościowe przez wartości</b>	<b>ECTS: 5</b>
Zarz_WG07_Mgr, Zarz_UW02_Mgr, Zarz_UW08_Mgr, Zarz_UW11_Mgr, Zarz_WK01_Mgr, Zarz_UO01_Mgr, Zarz_UO02_Mgr, Zarz_UO05_Mgr, Zarz_UO06_Mgr Zarz_KO07_Mgr Zarz_KK02_Mgr	Pojęcie godności, wartości godnościowych i zarządzania godnościowego. Analiza kultury organizacyjnej, jej przejawy i wpływ na zarządzanie godnościowe przez wartości. Ochrona i zaspokojenie potrzeb godnościowych. Rola motywacji i motywowania w zarządzaniu kapitałem ludzkim w organizacji. Motywy pracownicze i godnościowe. Modele polityki personalnej i ich rola w zarządzaniu godnościowym przez wartości. Rodzaje zarządzania i style zarządzania w organizacji. Sytuacje kontroli, upokorzenia i nadużycia władzy. Przywództwo i kompetencje miękkie a zarządzanie godnościowe przez wartości. Narzędzia zarządzania godnościowego przez wartości, dobre praktyki i kodeks wartości. Dysonans i konsonans godnościowy. Czynniki wpływające na satysfakcję z pracy. Czynniki wpływające na zachowania szkodzące organizacji m.in. kontrproduktywne. Wpływ czynników wewnętrznych i zewnętrznych wspomagających zachowania proorganizacyjne pracowników	
<b>Kierunkowe efekty uczenia się</b>	<b>Program wspierania pracowników (EAP)</b>	<b>ECTS: 5</b>
Zarz_WG06_Mgr, Zarz_WG07_Mgr, Zarz_WK01_Mgr, Zarz_UW08_Mgr, Zarz_UK02_Mgr, Zarz_UU02_Mgr, Zarz_KO05_Mgr, Zarz_KO06_Mgr, Zarz_KR02_Mgr, Zarz_KR03_Mgr,	Wprowadzenie do EAP – stworzenie grupowej mapy poznawczej. Definicja zagadnienia: program wspierania pracowników. Omówienie form i rodzajów działań EAP. Omówienie roli menedżera w programach wspierania pracowników. Podstawy interwencji kryzysowej (pojęcie interwencji kryzysowej, modele, niezbędne umiejętności oraz obszary działań). Podstawowe obszary udzielania wsparcia (przeciążenie stresem-różnice w funkcjonowaniu człowieka na różnych poziomach działania w stresie oraz przyczyn przeciążenia, uzależnienia-mechanizm powstawania uzależnień, symptomy rozpoznawania, sposoby postępowania, przemoc-formy przemocy, mechanizm funkcjonowania, sposoby postępowania). Kompetencje udzielania wsparcia a rola menedżera. Proces wspierającej rozmowy – omówienie na przykładach. Casy study – analiza organizacji prowadzących program EAP. Poznanie psychologicznych teorii dotyczących radzenia sobie ze stresem. Poznanie potrzeb rynkowych w zakresie EAP. Analiza projektów grupowych.	
<b>Kierunkowe efekty uczenia się</b>	<b>Zarządzanie w turystyce</b>	<b>ECTS: 6</b>
Zarz_WG06_Mgr, Zarz_WG10_Mgr, Zarz_WK05_Mgr, Zarz_UW10_Mgr, Zarz_UU01_Mgr, Zarz_KR02_Mgr	Podstawowe pojęcia z zakresu turystyki. Planowanie rozwoju turystyki (przestrzenne i społeczno-ekonomiczne). Turystyka w planach rozwoju kraju/regionu oraz na poziomie lokalnym. Organizacja turystyki w Polsce (organy państwowe, samorząd terytorialny, przedsiębiorstwa turystyczne, organizacje specjalistyczne). Kompetencje organów administracji rządowej i samorządowej ze szczególnym uwzględnieniem działań w zakresie turystyki. Samorząd gminy jako podstawowa jednostka kształtująca przestrzeń turystyczną. Przykłady i charakterystyka działalności przedsiębiorstw turystycznych (w tym: hotelarskich, gastronomicznych, transportowych, działalności związanej z pilotażem wycieczek i przewodnictwem turystycznym). Specyfika zarządzania przedsiębiorstwem turystycznym a rozwój zrównoważony. Marketing w turystyce. Współczesne problemy zarządzania turystyką. Konflikty związane z rozwojem turystyki i propozycje rozwiązań. Zarządzanie turystyką w kryzysie.	
<b>Kierunkowe efekty uczenia się</b>	<b>Badania operacyjne</b>	<b>ECTS: 6</b>
Zarz_WG04_Mgr Zarz_WG08_Mgr Zarz_UW02_Mgr Zarz_UW04_Mgr Zarz_KK01_Mgr	Wprowadzenie do badań operacyjnych, uwarunkowania historyczne, podstawowe definicje, pozyskiwanie informacji źródłowych, model procesu decyzyjnego. Wielokryterialna analiza porównawcza, wprowadzenie do AHP, budowa hierarchicznego modelu decyzyjnego, wyznaczanie wartości współczynników wagowych i kontrola poprawności wyników. Grupowe podejmowanie decyzji, inne metody WAP, solver. Programowanie liniowe, całkowitoliczbowe i nieliniowe. Zarządzanie zapasami. Zagadnienie transportowe, elementy teorii gier. Drzewo decyzyjne, metody programowania sieciowego.	

<b>Kierunkowe efekty uczenia się</b>	<b>Zarządzanie wynagrodzeniami</b>	<b>ECTS: 4</b>
Zarz_WG03_Mgr Zarz_WK05_Mgr Zarz_UW10_Mgr Zarz_UK01_Mgr Zarz_KO05_Mgr Zarz_KR02_Mgr	Rola wynagrodzeń w modelu biznesowym i strategii organizacji. Wynagrodzenia jako element systemu ZZL: powiązanie z rekrutacją, oceną okresową, rozwojem, sukcesją i zarządzaniem wynikami. Cele systemu wynagrodzeń: przyciąganie, motywowanie, utrzymanie pracowników, kształtowanie zachowań, optymalizacja kosztów pracy. Wynagrodzenie zasadnicze, zmienne (premie, prowizje, bonusy), dodatki, nagrody. Sprawiedliwość wewnętrzną (porównania wewnątrz organizacji). Sprawiedliwość zewnętrzną (rynek pracy, benchmarki płacowe). Formy zatrudnienia a wynagrodzenia. Zakaz dyskryminacji płacowej, różnice płacowe kobiet i mężczyzn. Regulaminy wynagradzania, polityka płacowa, regulaminy premiowania. Proste wartościowanie stanowisk. Projektowanie siatki płac dla wybranego działu. Budżet podwyżek, kryteria przydziału, macierze podwyżek (wyniki vs. pozycja płacowa). Prowizje sprzedażowe, bonusy roczne, programy udziałowe (np. akcje, opcje). Benefity obowiązkowe i dobrowolne (opieka medyczna, ubezpieczenia, karty sportowe, praca zdalna, elastyczny czas pracy, programy well-being). Teorie sprawiedliwości, porównań społecznych, oczekiwań.	
<b>Kierunkowe efekty uczenia się</b>	<b>Odpowiedzialny biznes</b>	<b>ECTS: 4</b>
Zarz_WG03_Mgr, Zarz_WG06_Mgr, Zarz_WG12_Mgr, Zarz_WK02_Mgr, Zarz_UW04_Mgr, Zarz_UW08_Mgr, Zarz_KO02_Mgr, Zarz_KO05_Mgr, Zarz_KO07_Mgr Zarz_KR03_Mgr	Pojęcie odpowiedzialnego biznesu. Pojęcie i podstawowe założenia społecznej i ekologicznej odpowiedzialności biznesu. Model społeczny przedsiębiorstwa - odpowiedzialność wobec interesariuszy, rozwój teorii interesariuszy. Rola organizacji międzynarodowych we wspieraniu koncepcji CSR (SOB). Modele CSR, modele: Carroll, Wood, wpływ społeczny. Odpowiedzialny rozwój przedsiębiorstwa, sustainability a CSR i ECSR. Sustainability Balanced Scorecard (SBSC). Systemy normalizacji CSR, kodeksy etyczne. Ocena i raportowanie dotyczące CSR, rola organizacji non-profit i administracji publicznej, aspekty lokalne. Indeksy giełdowe w realizacji CSR.	
<b>Kierunkowe efekty uczenia się</b>	<b>Marketing terytorialny i branding narodowy</b>	<b>ECTS: 5</b>
Zarz_WG07_Mgr Zarz_WK02_Mgr Zarz_UW01_Mgr Zarz_UK01_Mgr Zarz_UU01_Mgr Zarz_KO02_Mgr Zarz_KO07_Mgr	Wprowadzenie do tematyki marketingu terytorialnego i brandingu państw - ustalenia terminologiczne, geneza zjawisk. Marketing terytorialny - wartości, rozwój jednostek terytorialnych, pozycjonowanie w budowaniu strategii marketingu terytorialnego. Wizerunek w marketingu terytorialnym i elementy wpływające na kształtowanie wizerunku. Branding narodowy - narzędzia i metody kształtowania. Analiza wybranych case study, Innowacje i partnerstwa w marketingu terytorialnym. Współpraca międzynarodowa w kształtowaniu marketingu terytorialnego i brandingu narodowego. Rola mediów w marketingu terytorialnym oraz brandingu państw.	
<b>Kierunkowe efekty uczenia się</b>	<b>Rynek MICE</b>	<b>ECTS: 5</b>
Zarz_WG06_Mgr Zarz_WG07_Mgr Zarz_WG09_Mgr Zarz_WK03_Mgr Zarz_UK02_Mgr Zarz_UO02_Mgr Zarz_KO02_Mgr Zarz_KO07_Mgr	Definicja i zakres rynku MICE: Meetings, Incentives, Conferences, Exhibitions/Events – charakterystyka poszczególnych segmentów. MICE jako część turystyki biznesowej i gospodarki opartej na wiedzy. Klienci korporacyjni, stowarzyszenia, instytucje publiczne, NGO. Organizatorzy profesjonalni (PCO), agencje eventowe, operatorzy obiektów (centra kongresowe, hotele konferencyjne). Znaczenie rynku MICE: Wpływ ekonomiczny (wydatki uczestników, efekt mnożnikowy, sezonowość). Znaczenie dla wizerunku miasta/regionu, rozwoju innowacji i sieci kontaktów biznesowych. Partnerstwa publiczno-prywatne, sponsoring, współpraca z klastrami i izbami gospodarczymi. Segmentacja klientów MICE: klienci korporacyjni, stowarzyszeni, publiczni, międzynarodowi. Zróżnicowanie wymagań, cykliczność wydarzeń, budżety. Cykle życia wydarzeń. Zarządzanie projektem MICE: struktura zespołu, podział ról, budżetowanie, umowy, proces przygotowania oferty, marketing. Bezpieczeństwo fizyczne, sanitarne, cyberbezpieczeństwo (dane uczestników). Plany awaryjne, ubezpieczenia, procedury kryzysowe.	
<b>Kierunkowe efekty uczenia się</b>	<b>Zarządzanie zmianą</b>	<b>ECTS: 5</b>

Zarz_WG03_Mgr Zarz_WG10_Mgr Zarz_UW10_Mgr Zarz_UW11_Mgr Zarz_KK02_Mgr Zarz_KO04_Mgr,	Zjawiska występujące w otoczeniu współczesnego przedsiębiorstwa. Stopień elastyczności, a dynamika zmian w organizacji. Modele zmian w organizacji. Opór wobec zmian w organizacjach, a konieczność ich wprowadzenia. Wprowadzanie zmian w organizacjach - wyzwania dla menedżera. Kryteria i metody oceny zastosowanych zmian. Ewentualne błędy. Współpraca z interesariuszami podczas dokonywania zmian w organizacji. Zarządzanie zmianą w organizacji - analiza przykładów przedsiębiorstw.

## **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 II stopnia jest egzamin dyplomowy połączony z obroną pracy dyplomowej.

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.

### Zasady i forma odbywania praktyk zawodowych

Na studiach drugiego stopnia o profilu ogólnoakademickim na kierunku *zarządzanie* program studiów nie przewiduje praktyk zawodowych dla studentów.