

POLITECHNIKA CZĘSTOCHOWSKA

PROGRAM STUDIÓW

Nazwa kierunku studiów: Zarządzanie

Cykl kształcenia rozpoczynający się od roku akademickiego 2025/2026

Poziom: **studia pierwszego stopnia**

Profil: **ogólnoakademicki**

Forma studiów: **studia stacjonarne i niestacjonarne**

Tytuł zawodowy: **licencjat**

- Ogólna charakterystyka kierunku studiów:

Podstawowe informacje o kierunku			
Nazwa kierunku studiów:	Zarządzanie		
Poziom:	studia pierwszego stopnia, 6 poziom PRK		
Profil:	ogólnoakademicki		
Forma lub formy studiów:	studia stacjonarne i niestacjonarne		
Liczba semestrów:	6		
Język kształcenia:	polski		
Klasyfikacja ISCED:	0413		
Łączna liczba punktów ECTS, konieczna do ukończenia studiów na danym poziomie:	180		
Łączna liczba godzin zajęć konieczna do ukończenia studiów:	2269 – studia stacjonarne 1366 – studia niestacjonarne		
Praca dyplomowa	TAK		
Tytuł zawodowy uzyskiwany przez absolwenta:	licencjat		
Zakresy (jeśli dotyczy)	1. Zarządzanie działalnością gospodarczą. 2. Zarządzanie kadrami. 3. Marketing i komunikacja rynkowa. 4. E-commerce.		
Dziedziny i dyscypliny naukowe, do których odnoszą się efekty uczenia się			
	Dziedzina	Dyscyplina	Udział % (liczby łączne całkowite)
Dyscyplina wiodąca* (przypisano ponad 50% efektów uczenia się):	dziedzina nauk społecznych	Nauki o zarządzaniu i jakości	100%

*dyscypliny, które stanowią poniżej 10%, należy przypisać do dyscypliny wiodącej

2. Opis sylwetki absolwenta, obejmujący opis ogólnych celów kształcenia oraz możliwości zatrudnienia i kontynuacji kształcenia przez absolwentów studiów.

Absolwent posiada pogłębioną wiedzę o charakterze nauk o zarządzaniu i jej miejscu w systemie nauk społecznych oraz o jej przedmiotowych i metodologicznych powiązaniach z innymi dyscyplinami naukowymi. Postrzega zarządzanie jako naukę interdyscyplinarną. Absolwent kierunku Zarządzanie pierwszego stopnia nabywa kompleksową i rzetelną wiedzę teoretyczną i praktyczną z dziedziny nauk o zarządzaniu i jakości oraz nauk pokrewnych dotyczącą istoty, prawidłowości, problemów funkcjonowania organizacji – przedsiębiorstw, instytucji publicznych, organizacji non-profit. Absolwent kierunku zarządzanie nabywa umiejętności rozpoznawania, diagnozowania i rozwiązywania problemów gospodarowania zasobami ludzkimi, rzeczowymi, finansowymi oraz informacjami. Ponieważ absolwent charakteryzuje się kreatywnością i elastycznością, to zdobytą wiedzę potrafi zaadaptować do potrzeb zmieniającego się rynku pracy. Jest proaktywny i wykazuje postawę innowacyjną, otwartą na nowe rozwiązania. W toku studiów nabywa umiejętności interpersonalnych, a także związanych z autoprezentacją i pracą w grupie, które są niezbędne na stanowiskach kierowniczych różnych szczebli. Ważnym elementem procesu dydaktycznego jest pozostawienie studentowi dużej samodzielności, co ma wpływ na kształtowanie społecznej dojrzałości absolwenta i jego wewnętrznej motywacji do osiągania wytyczonych celów. W trakcie studiów nacisk skierowany jest na rozwój umiejętności z zakresu wszystkich subdyscyplin zarządzania (zarządzanie jakością, innowacjami, inwestycjami, produkcją, projektami, personelem, procesami, marketing, finanse, ekonomia, rachunkowość) przydatnych na kierowniczych stanowiskach. Jest przygotowany do realizacji podstawowych funkcji zarządzania zachodzących w każdego rodzaju organizacji. W perspektywie możliwości zatrudnienia w zawodzie wyuczonym absolwent zna również podstawowy zakres regulacji prawnych pozwalających na właściwe wykorzystanie własnych zainteresowań. Nabywa wiedzę teoretyczną i poznaje prawne możliwości praktyczne samozatrudnienia poprzez tworzenie i organizację oraz rozwój i przekształcanie podmiotów gospodarczych zarówno w formie spółek cywilnoprawnych, jak i spółek prawa handlowego. Takie przygotowanie pozwoli na ukształtowanie umiejętności samodzielnego budowania struktur i kierowania strukturami przedsiębiorstwa w znaczeniu administracyjnym i gospodarczym. Absolwent zna język obcy na poziomie biegłości B2 Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego Rady Europy oraz posługuje się językiem specjalistycznym umożliwiającym porozumiewanie się w działalności zawodowej. Student ma możliwość rozwijać swoje umiejętności zdobywać wiedzę w zakresie:

- 1) Zarządzania działalnością gospodarczą;
- 2) Zarządzania kadrami;
- 3) Marketingu i komunikacji rynkowej;
- 4) E-commerce.

Celem kształcenia jest:

- 1) przekazanie podstawowej wiedzy z zakresu nauk o zarządzaniu i jakości oraz pokrewnych, a także kształtowanie umiejętności wykorzystania jej w praktyce;
- 2) przygotowanie absolwentów do podjęcia sukcesji rodzinnej, założenia własnej firmy, pracy w roli samodzielnych menedżerów;
- 3) kształtowanie aktywnej postawy wobec wyzwań rynkowych.

Absolwent jest przygotowany do pracy w charakterze specjalisty organizacji i zarządzania oraz menedżera/kierownika niższego i średniego szczebla zarządzania w przedsiębiorstwach, a także do prowadzenia własnej działalności gospodarczej, czy przejęcia biznesu rodzinnego. Posiada umiejętności skutecznego komunikowania się, negocjowania i przekonywania oraz do pracy w zespole. Absolwenci studiów pierwszego stopnia uzyskują tytuł licencjata i mogą kontynuować naukę na studiach drugiego stopnia, kończących się uzyskaniem dyplomu magistra.

3. Parametryczna charakterystyka kierunku studiów:

Sumaryczne wskaźniki charakteryzujące program studiów		
Opis wskaźnika	Liczba godzin	Punkty ECTS
Liczba godzin zajęć prowadzonych na kierunku studiów przez nauczycieli zatrudnionych w Uczelni jako podstawowym miejscu pracy	2269/1366	
Liczba punktów ECTS, którą student musi uzyskać w ramach zajęć z języka obcego		10/10
Wymiar praktyk zawodowych oraz liczba punktów ECTS, jaką student musi uzyskać w ramach tych praktyk	120 godzin	4
Liczba punktów ECTS dla dyscypliny wiodącej		180
Łączna liczba punktów ECTS, jaką student musi uzyskać w ramach zajęć prowadzonych z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich lub innych osób prowadzących zajęcia		94,76/54,64
Liczba punktów ECTS, którą student musi uzyskać w ramach zajęć z dziedziny nauk humanistycznych lub nauk społecznych (nie mniejszą niż 5 punktów ECTS), w przypadku kierunków studiów przyporządkowanych do dyscyplin w ramach dziedzin innych niż odpowiednio nauki humanistyczne lub nauki społeczne		163/163
Liczba punktów ECTS, którą student musi uzyskać w ramach zajęć podlegających wyborowi przez studenta		55/55

Liczba godzin zajęć z wychowania fizycznego, którym nie przypisuje się ani efektów uczenia się, ani punktów ECTS	60 godzin (nie dotyczy studiów niestacjonarnych)	
Liczba punktów ECTS przypisanych do zajęć związanych z prowadzoną w Uczelni działalnością naukową w dyscyplinie lub dyscyplinach, do których przyporządkowany jest kierunek studiów		83-92/ 82-90
Liczba punktów ECTS przypisanych do zajęć przygotowujących studentów do prowadzenia działalności naukowej lub udział w tej działalności		27/25
Liczba punktów ECTS przypisanych do zajęć kształtujących umiejętności praktyczne		9-16/ 6-16

4. Opis zasad i formy odbywania praktyk studenckich, o ile przewiduje je program studiów.

Studenci studiów stacjonarnych pierwszego stopnia na kierunku *Zarządzanie* są zobowiązani do odbycia 4 tygodniowej praktyki zawodowej (120 godzin) na IV semestrze studiów. W ramach praktyki zawodowej student musi uzyskać 4 pkt ECTS. Zasady oraz tryb realizacji i zaliczenie praktyki zawodowej przewidzianej w programie studiów określone są w aktualnie obowiązującym Zarządzeniu Rektora w sprawie wprowadzenia Regulaminu praktyk zawodowych Politechniki Częstochowskiej. Podstawowym celem praktyki jest uzupełnienie teoretycznej wiedzy zdobytej podczas zajęć dydaktycznych objętych planem studiów z zasadami obowiązującymi w przedsiębiorstwach/instytucjach związanych z kierunkiem studiów.

Praktyka zawodowa jest ujęta w planie studiów i programie studiów, traktowana jest jako pełnoprawny przedmiot, z którego student otrzymuje zaliczenie. Praktyka na kierunku *Zarządzanie* powinna być realizowana w czasie przerwy wakacyjnej (w miesiącach lipiec, sierpień, wrzesień).

Nadzór na praktykami sprawuje Pełnomocnik Dziekana ds. praktyk zawodowych powołany przez Rektora oraz opiekunowie praktyk. Student kierunku *Zarządzanie* może samodzielnie wybrać miejsce odbywania praktyk, po weryfikacji wybranego przez studenta miejsca przez Pełnomocnika Dziekana ds. praktyk zawodowych.

Szczegółowe procedury odbywania praktyk zawarto w procedurach Wydziałowego Systemu Zapewnienia Jakości Kształcenia, w których opisano szczegółowo zasady organizacji praktyk.

5. Opis efektów uczenia się dla kierunku: Zarządzanie

Poziom i forma studiów:	<i>pierwszego stopnia</i>	<i>stacjonarne i niestacjonarne</i>	
Profil:	<i>ogólnoakademicki</i>		
Symbol kierunkowego efektu uczenia się	Opis kierunkowego efektu uczenia się	Symbol uniwersalnej charakterystyki pierwszego stopnia dla poziomu*)	Symbol charakterystyki drugiego stopnia efektów uczenia się dla kwalifikacji na poziomie**)
		6	6
Osoba posiadająca kwalifikacje <i>pierwszego stopnia</i> :			
w zakresie wiedzy****			
K_W01	Zna i rozumie w zaawansowanym stopniu podstawowe zagadnienia z zakresu nauk o zarządzaniu i jakości oraz ich miejsce w praktyce gospodarczej.	P6U_W	P6S_WG
K_W02	Zna i rozumie w zaawansowanym stopniu zagadnienia związane z zarządzaniem strukturami i instytucjami społeczno- gospodarczymi, a także współczesnymi problemami funkcjonowania tych instytucji.	P6U_W	P6S_WG
K_W03	Zna i rozumie w zaawansowanym stopniu wybrane procesy, a także związane z nimi metody i teorie wyjaśniające złożone zależności między nimi.	P6U_W	P6S_WG
K_W04	Zna i rozumie w zaawansowanym stopniu możliwości wykorzystania technologii informacyjnych oraz nowoczesne metody i techniki pozyskiwania potrzebnych danych w procesach zarządzania przedsiębiorstwami i instytucjami.	P6U_W	P6S_WG

K_W05	Zna i rozumie w zaawansowanym stopniu zagadnienia dotyczące norm prawnych i organizacyjnych, etycznych i moralnych w zarządzaniu.	P6U_W	P6S_WG P6S_WK
K_W06	Zna i rozumie pojęcia i zasady z zakresu ochrony prawnej własności przemysłowej i prawa autorskiego oraz konieczności zarządzania zasobami własności intelektualnej.	P6U_W	P6S_WK
K_W07	Zna i rozumie w zaawansowanym stopniu podstawowe pojęcia ekonomiczne, rachunkowe i finansowe oraz prawne i społeczne przewidziane dla kierunku zarządzanie.	P6U_W	P6S_WG P6S_WK
K_W08	Zna i rozumie zasady funkcjonowania innowacyjnej gospodarki, z uwzględnieniem nowych trendów i wyzwań stojących przed przedsiębiorstwami, a także zna fundamentalne dylematy współczesnej cywilizacji.	P6U_W	P6S_WG P6S_WK
K_W09	Zna i rozumie zasady funkcjonowania współczesnych przedsiębiorstw na rynku, w oparciu o społeczno-gospodarcze uwarunkowania zachodzące w relacjach pomiędzy przedsiębiorstwami a innymi podmiotami.	P6U_W	P6S_WG P6S_WK
K_W10	Zna i rozumie zasady tworzenia i rozwoju różnych form przedsiębiorczości.	P6U_W	P6S_WK
K_W11	Zna i rozumie w zaawansowanym stopniu mechanizmy i zasady funkcjonowania współczesnych podmiotów gospodarczych oraz nowoczesne metody i narzędzia do rozwiązywania problemów praktycznych.	P6U_W	P6S_WG P6S_WK
w zakresie umiejętności****			
K_U01	Potrafi prawidłowo rozróżniać podstawowe pojęcia z zakresu nauk o zarządzaniu i jakości; potrafi dokonywać diagnozy prowadzonej działalności z uwzględnieniem uwarunkowań otoczenia posługując się specjalistyczną terminologią z zakresu poszczególnych przedmiotów studiów na kierunku Zarządzanie.	P6U_U	P6S_UW P6S_UK
K_U02	Potrafi formułować i rozwiązywać złożone i nietypowe problemy dotyczące procesów i zjawisk społeczno- gospodarczych posługując się przy tym umiejętnością korzystania i pozyskiwania informacji oraz dokonywać krytycznej oceny, analizy, a także syntezy tych informacji.	P6U_U	P6S_UW

K_U03	Na podstawie wiedzy teoretycznej potrafi identyfikować, interpretować i prognozować zjawiska społeczne, kulturowe, demograficzne, polityczne, prawne i ekonomiczne.	P6U_U	P6S_UW
K_U04	Potrafi odpowiednio dobrać i zastosować metody i narzędzia oraz proste procedury zarządzania, a także stosować zaawansowane techniki informacyjno-komunikacyjne (ICT) w działalności zawodowej.	P6U_U	P6S_UW
K_U05	Potrafi prawidłowo przygotować plan działalności zawodowej z uwzględnieniem zmiennych oraz korygować go stosownie do okoliczności i występujących problemów.	P6U_U	P6S_UW
K_U06	Potrafi przygotować projekty, w których prezentuje szczegółowe zagadnienia, z zakresu zarządzania, ekonomii i prawa; potrafi brać udział w debacie wykorzystując w uzasadnianiu swojego stanowiska specjalistyczną terminologię.	P6U_U	P6S_UW P6S_UK
K_U07	Potrafi wykorzystać zdobytą wiedzę i terminologię do rozwiązywania złożonych i nietypowych problemów pojawiających się w pracy zawodowej oraz oceniać możliwości rozwoju zawodowego podległych pracowników.	P6U_U	P6S_UW P6S_UK
K_U08	Posiada umiejętność samokształcenia się, planowania i działania na rzecz własnego rozwoju, posiada umiejętności pracy w zespole, a także potrafi samodzielnie planować i organizować pracę swoją i innych oraz realizować uczenie się przez całe życie	P6U_U	P6S_UO P6S_UU
K_U09	Posiada umiejętność wykorzystywania wiedzy teoretycznej do opisu i analizowania procesów zarządzania we współczesnych przedsiębiorstwach i instytucjach, poszerzoną o formułowanie własnych opinii oraz o krytyczny dobór danych i metod analizy.	P6U_U	P6S_UW
K_U10	Potrafi stosować współczesne koncepcje zarządzania i działać w sposób przedsiębiorczy.	P6U_U	P6S_UW
K_U11	Potrafi posługiwać się językiem obcym na poziomie B2 Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego.	P6U_U	P6S_UK

w zakresie kompetencji społecznych****			
K_K01	Jest gotów do indywidualnego podejmowania decyzji zarządczych zgodnie z zasadami etyki zawodowej i ponoszenia odpowiedzialności za ich skutki oraz krytycznej oceny działań własnych i zespołów, którymi kieruje, w których uczestniczy.	P6U_K	P6S_KK P6S_KR
K_K02	Jest gotów do współorganizowania własnych inicjatyw oraz wypełniania zobowiązań społecznych i działalności na rzecz otoczenia społecznego.	P6U_K	P6S_KO
K_K03	Jest gotów do przestrzegania zasad etyki zawodowej podczas prowadzenia wszystkich działań rozwojowych.	P6U_K	P6S_KR
K_K04	Jest gotów do indywidualnego działania na rzecz interesu publicznego poprzez podejmowanie inicjatyw społecznych i przedsiębiorczych.	P6U_K	P6S_KO
K_K05	Jest gotów do odpowiedniego pełnienia różnych ról zawodowych z uwzględnieniem posiadanej wiedzy podczas rozwiązywania problemów poznawczych i praktycznych. Potrafi określić priorytety podczas realizacji zadań i brać odpowiedzialność za efekty pracy zespołu.	P6U_K	P6S_KR

*Symbol uniwersalnej charakterystyki pierwszego stopnia dla poziomu 6 lub 7, zawartej w załączniku do ustawy z dnia 22 grudnia 2015 r. o Zintegrowanym Systemie Kwalifikacji.

**Symbol charakterystyki drugiego stopnia efektów uczenia się dla kwalifikacji na poziomie 6 lub 7, zawartej w załączniku do Rozporządzenia 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.

***Dotyczy wyłącznie kierunków studiów umożliwiających uzyskanie kompetencji inżynierskich – symbol charakterystyki drugiego stopnia efektów uczenia się dla kwalifikacji umożliwiających uzyskanie kompetencji inżynierskich, zawartej w załączniku do Rozporządzenia 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.

****Należy wpisać maksymalnie 10 kierunkowych efektów uczenia się.

6. Harmonogram realizacji programu studiów (siatka dydaktyczna) z podziałem na semestry i lata cyklu kształcenia, z zaznaczeniem modułów podlegających wyborowi przez studenta oraz zakresów studiów.

Studia stacjonarne/ niestacjonarne pierwszego stopnia kierunek Zarządzanie, profil ogólnoakademicki

Lp.	Rok I semestr 1	E	ECTS	W	C	P	S	L	PZ
1	Język obcy		2/2		30/24				
2	Zarządzanie E	E	4/4	15/12	30/15				
3	Matematyka w zarządzaniu		3/3	15/12	30/15				
4	Podstawy prawa		2/2	15/9	15/9				
5	Makroekonomia E	E	4/4	15/12	30/15				
6	Etykieta w biznesie		2/2	15/12	15/12				
7	Podstawy marketingu E	E	4/4	15/9	15/9	15/9			
8	Informatyka w zarządzaniu		3/3	15/9				30/12	
9	Ochrona własności intelektualnej I		1/1	15/9					
10	Etyka i społeczna odpowiedzialność biznesu		3/3	15/9		15/12			
11	Podstawy inwestycji		2/2	15/9	15/12				
12	Szkolenie dotyczące bezpiecznych i higienicznych warunków kształcenia		0/0	4/4					
			30/30	154/106	180/111	30/21	-/-	30/12	-/-

Lp.	Rok I semestr 2	E	ECTS	W	C	P	S	L	PZ
13	Wychowanie fizyczne		0/-		30/-				
14	Język obcy		2/2		30/24				
15	Finanse przedsiębiorstwa E	E	5/5	30/15	15/15				
16	Projektowanie organizacji		2/2			30/15			
17	Mikroekonomia E	E	5/5	15/15	30/15				
18	Socjologia organizacji		3/3	15/12	15/12				
19	Podstawy przedsiębiorczości		4/4	15/12		30/15			
20	Statystyka w zarządzaniu		4/4	15/12				30/18	
21	Nauki o organizacji		2/2	15/12	15/15				
22	Informacyjne systemy wspomagania zarządzania		3/3	15/12				30/15	
			30/30	120/90	135/81	60/30	-/-	60/33	-/-

Lp.	Rok II semestr 3	E	ECTS	W	C	P	S	L	PZ
23	Wychowanie fizyczne		0/-		30/-				
24	Język obcy		2/2		30/24				
25	Podstawy rachunkowości E	E	5/5	15/12	30/15				
26	Logistyka		2/2	15/9	15/9				
27	Zarządzanie jakością i produkcją		2/2	15/12	15/12				
28	Zarządzanie strategiczne E	E	5/5	15/12		30/15			
29	E-marketing		2/2	15/12		15/12			
30	Zarządzanie projektami		3/3	15/9		30/15			

31	Prowadzenie działalności gospodarczej E	E	4/4	15/12	30/15				
32	Rozwój umiejętności personalnych		2/2	15/9	15/9				
33	Ekonometria		3/3	15/12	30/15				
			30/30	135/99	195/99	75/42	-/-	-/-	-/-

Zakres kształcenia 1. Zarządzania działalnością gospodarczą									
Rok II semestr 4		E	ECTS	W	C	P	S	L	PZ
34	Język obcy		2/2		30/24				
35	Współczesne problemy zarządzania / Contemporary management problems		2/1	15/9	15/-				
36	Zarządzanie innowacjami		1/1	15/9					
37	Analiza finansowa E	E	3/4	15/12	30/12				
38	Badania marketingowe i analiza rynku		2/2	15/9		30/12			
39	Zarządzanie zasobami ludzkimi		2/2	30/12	15/12				
40	Seminarium dyplomowe		1/1				15/12		
41	Praktyka zawodowa		4/4						120/120
42.1	Specyfika prowadzenia małego przedsiębiorstwa E	E	4/4	15/12		30/15			
43.1	Finanse i podatki w działalności gospodarczej E	E	3/3	15/9	30/15				
44.1	Wdrażanie nowych produktów		2/2	15/12		15/12			
45.1	Projekty inwestycyjne w małych i średnich przedsiębiorstwach		2/2	15/9		15/12			
46.1	Orientacja przedsiębiorcza		2/2	15/9	15/9				
			30/30	165/102	135/72	90/51	15/12	-/-	120/120
Rok III semestr 5		E	ECTS	W	C	P	S	L	PZ

47	Język obcy		2/2		30/18				
48	Ubezpieczenia		2/2	15/12		15/12			
49	Zarządzanie informacją i wiedzą E	E	2/2	15/12	15/12				
50	Biznesplan		2/2	15/9		15/12			
51	Ryzyko w zarządzaniu organizacją		2/2	15/9	15/12				
52	Piśmiennictwo akademickie/Academic research and writing		1/1		15/12				
53	Seminarium dyplomowe		4/4				30/15		
54.1	E-business w przedsiębiorstwach E	E	4/4	15/12	30/15				
55.1	Strategia marketingowa małego przedsiębiorstwa E	E	4/4	15/9		30/15			
56.1	Innowacje produktowe w biznesie		3/3	15/12		15/9			
57.1	Startupy i inkubatory przedsiębiorczości		2/2	15/9	15/12				
58.1	Kształtowanie kompetencji menedżerskich		2/2	15/9	15/12				
			30/30	135/93	135/93	75/48	30/15	-/-	-/-

Rok III semestr 6		E	ECTS	W	C	P	S	L	PZ
59	Technologie informacyjno-komunikacyjne w małych przedsiębiorstwach/ ICT in small business		4/2	15/9	30/-				
60	Teamworking		2/2	15/0	15/12				
61	Zarządzanie zmianą		1/1	15/9					
62	Seminarium dyplomowe		6/8				45/18		
63.1	Strategie konkurencyjności w małym przedsiębiorstwie E	E	4/4	15/12		30/12			
64.1	Budowa projektu rozwojowego E	E	4/4	15/12		30/12			
65.1	Organizacja pracy w małym przedsiębiorstwie		3/3	15/9		15/9			
66.1	Zarządzanie sprzedażą		3/3	15/9	15/12				

67.1	Rozliczenia międzynarodowe przedsiębiorstw		3/3	15/9	15/12				
			30/30	120/69	75/36	75/33	45/18	-/-	-/-
			180/180	829/559	855/492	405/225	90/45	90/45	120/120

Zakres kształcenia 2. Zarządzania kadrami

Rok II semestr 4		E	ECTS	W	C	P	S	L	PZ
34	Język obcy		2/2		30/24				
35	Współczesne problemy zarządzania/ Contemporary management problems		2/1	15/9	15/-				
36	Zarządzanie innowacjami		1/1	15/9					
37	Analiza finansowa E	E	3/4	15/12	30/12				
38	Badania marketingowe i analiza rynku		2/2	15/9		30/12			
39	Zarządzanie zasobami ludzkimi		2/2	30/12	15/12				
40	Seminarium dyplomowe		1/1				15/12		
41	Praktyka zawodowa		4/4						120/120
42.2	Teorie i praktyki motywacyjne w organizacji E	E	4/4	15/12	30/15				
43.2	Prawo pracy E	E	3/3	15/9	30/15				
44.2	Psychologia podejmowania decyzji kierowniczych		2/2	15/9	15/15				
45.2	Komputerowe wspomaganie działu personalnego		2/2					30/18	
46.2	Procesy zatrudniania i wdrażania pracowników		2/2	15/9	15/12				
			30/30	150/90	180/105	30/12	15/12	30/18	120/120

Rok III semestr 5		E	ECTS	W	C	P	S	L	PZ
47	Język obcy		2/2		30/18				
48	Ubezpieczenia		2/2	15/12		15/12			
49	Zarządzanie informacją i wiedzą E	E	2/2	15/12	15/12				
50	Biznesplan		2/2	15/9		15/12			
51	Ryzyko w zarządzaniu organizacją		2/2	15/9	15/12				
52	Piśmiennictwo akademickie/Academic research and writing		1/1		15/12				
53	Seminarium dyplomowe		4/4				30/15		
54.2	Organizacja i zadania działu personalnego E	E	4/4	15/12	30/15				
55.2	Analiza kosztów pracy E	E	4/4	15/9	30/15				
56.2	Zarządzanie talentami w organizacji		3/3	15/9	15/12				
57.2	Automatyzacja i digitalizacja procesów personalnych		2/2	15/9	15/12				
58.2	Komunikacja interpersonalna w organizacji		2/2	15/12	15/9				
			30/30	135/93	180/117	30/24	30/15	-/-	-/-

Rok III semestr 6		E	ECTS	W	C	P	S	L	PZ
59	Technologie informacyjno-komunikacyjne w małych przedsiębiorstwach/ ICT in small business		4/2	15/9	30/-				
60	Teamworking		2/2	15/0	15/12				
61	Zarządzanie zmianą		1/1	15/9					
62	Seminarium dyplomowe		6/8				45/18		
63.2	Systemy ocen pracowniczych E	E	4/4	15/12	30/12				
64.2	Nowoczesne systemy płacowe E	E	4/4	15/12	30/12				
65.2	Employer Branding		3/3	15/9	15/12				

66.2	Zachowania proefektywnościowe w organizacji		3/3	15/9	15/12				
67.2	Controlling personalny		3/3	15/9	15/9				
			30/30	120/69	150/69	-/-	45/18	-/-	-/-
			180/180	814/547	1020/582	225/129	90/45	120/63	120/120

Zakres kształcenia 3. Marketingu i komunikacji rynkowej

Rok II semestr 4		E	ECTS	W	C	P	S	L	PZ
34	Język obcy		2/2		30/24				
35	Współczesne problemy zarządzania/ Contemporary management problems		2/1	15/9	15/-				
36	Zarządzanie innowacjami		1/1	15/9					
37	Analiza finansowa E	E	3/4	15/12	30/12				
38	Badania marketingowe i analiza rynku		2/2	15/9		30/12			
39	Zarządzanie zasobami ludzkimi		2/2	30/12	15/12				
40	Seminarium dyplomowe		1/1				15/12		
41	Praktyka zawodowa		4/4						120/120
42.3	Zintegrowana komunikacja marketingowa E	E	4/4	15/12	30/15				
43.3	Strategie marketingowe w organizacji E	E	3/3	15/9		30/15			
44.3	Metodyka badań rynkowych		2/2	15/9	15/12				
45.3	Psychologia marketingu		2/2	15/9	15/12				
46.3	Zarządzanie marketingiem w sektorze MŚP		2/2	15/12		15/9			
			30/30	165/102	150/87	75/36	15/12	-/-	120/120

Rok III semestr 5		E	ECTS	W	C	P	S	L	PZ
-------------------	--	---	------	---	---	---	---	---	----

47	Język obcy		2/2		30/18				
48	Ubezpieczenia		2/2	15/12		15/12			
49	Zarządzanie informacją i wiedzą E	E	2/2	15/12	15/12				
50	Biznesplan		2/2	15/9		15/12			
51	Ryzyko w zarządzaniu organizacją		2/2	15/9	15/12				
52	Piśmiennictwo akademickie/ Academic research and writing		1/1		15/12				
53	Seminarium dyplomowe		4/4				30/15		
54.3	Zachowania konsumentów na rynku E	E	4/4	15/12		30/15			
55.3	Nowoczesne koncepcje marketingu E	E	4/4	15/9		30/15			
56.3	Analizy rynkowe		3/3	15/9	15/12				
57.3	Marketing internetowy i mobilny		2/2	15/9	15/12				
58.3	Wybrane aspekty prawne marketingu		2/2	15/12	15/9				
			30/30	135/93	120/87	90/54	30/15	-/-	-/-

Rok III semestr 6		E	ECTS	W	C	P	S	L	PZ
59	Technologie informacyjno-komunikacyjne w małych przedsiębiorstwach/ICT in small business		4/2	15/9	30/-				
60	Teamworking		2/2	15/0	15/12				
61	Zarządzanie zmianą		1/1	15/9					
62	Seminarium dyplomowe		6/8				45/18		
63.3	Zarządzanie marką w organizacji E	E	4/4	15/12		30/12			
64.3	Pozycjonowanie stron i internetowe kampanie marketingowe		3/3	15/9		30/12			
65.3	Elementy sztuki w marketingu		3/3	15/9		15/12			
66.3	Marketing na rynku B2B E	E	4/4	15/12	15/12				

67.3	Nowoczesne techniki sprzedaży		3/3	15/9	15/9				
			30/30	120/69	75/33	75/36	45/18	-/-	-/-
			180/180	829/559	855/486	405/231	90/45	90/45	120/120

Zakres kształcenia 4. E-commerce

Rok II semestr 4		E	ECTS	W	C	P	S	L	PZ
34	Język obcy		2/2		30/24				
35	Współczesne problemy zarządzania / Contemporary management problems		2/1	15/9	15/-				
36	Zarządzanie innowacjami		1/1	15/9					
37	Analiza finansowa E	E	3/4	15/12	30/12				
38	Badania marketingowe i analiza rynku		2/2	15/9		30/12			
39	Zarządzanie zasobami ludzkimi		2/2	30/12	15/12				
40	Seminarium dyplomowe		1/1				15/12		
41	Praktyka zawodowa		4/4						120/120
42.4	Grafika w procesach promocji produktów i usług		2/2	15/9				15/12	
43.4	Media społecznościowe w zarządzaniu marketingiem przedsiębiorstw E	E	3/3	15/9	30/15				
44.4	Multimedia w reklamie internetowej		2/2	15/12	15/9				
45.4	Bazy danych w procesach handlu elektronicznego E	E	4/4	15/12	30/15				
46.4	Fotografia produktowa		2/2	15/9				15/12	
			30/30	165/102	165/87	30/12	15/12	30/24	120/120
Rok III semestr 5		E	ECTS	W	C	P	S	L	PZ
47	Język obcy		2/2		30/18				

48	Ubezpieczenia		2/2	15/12		15/12			
49	Zarządzanie informacją i wiedzą E	E	2/2	15/12	15/12				
50	Biznesplan		2/2	15/9		15/12			
51	Ryzyko w zarządzaniu organizacją		2/2	15/9	15/12				
52	Piśmiennictwo akademickie/Academic research and writing		1/1		15/12				
53	Seminarium dyplomowe		4/4				30/15		
54.4	Podstawy tworzenia i obsługi sklepów internetowych E	E	4/4	15/9				30/15	
55.4	Zarządzanie relacjami z klientami w oparciu o systemy klasy CRM		2/2	15/9				15/12	
56.4	Narzędzia informatyczne i oprogramowanie e-commerce		3/3	15/9	15/12				
57.4	Systemy CMS w e-commerce E	E	4/4	15/12	30/15				
58.4	Narzędzia w chmurze obliczeniowej wspierające e-commerce		2/2	15/9	15/12				
			30/30	135/90	135/93	30/24	30/15	45/27	-/-

Rok III semestr 6		E	ECTS	W	C	P	S	L	PZ
59	Technologie informacyjno-komunikacyjne w małych przedsiębiorstwach/ICT in small business		4/2	15/9	30/-				
60	Teamworking		2/2	15/0	15/12				
61	Zarządzanie zmianą		1/1	15/9					
62	Seminarium dyplomowe		6/8				45/18		
63.4	Promocja produktów i usług w sieci Internet		3/3	15/9	15/9				
64.4	Bezpieczeństwo informacji w handlu elektronicznym E	E	4/4	30/12		15/12			
65.4	Aspekty prawne w handlu elektronicznym		3/3	15/9	15/12				
66.4	SEO i SEM w sieci Internet E	E	4/4	15/12	30/12				

67.4	Analityka internetowa w e-commerce		3/3	15/9	15/12				
			30/30	135/69	120/57	15/12	45/18	0/0	-/-
			180/180	844/556	930/528	240/141	90/45	165/96	120/120

E – egzamin, **W** – wykład, **C** – ćwiczenia, **P** – projekt, **S** - seminarium, **L** – laboratorium, **PZ** - praktyka zawodowa

7. Matryca efektów uczenia się dla kierunku.

Studia stacjonarne i niestacjonarne pierwszego stopnia, profil ogólnoakademicki

Zakres kształcenia 1 – Zarządzanie działalnością gospodarczą

SEU* NrP*	K_W01	K_W02	K_W03	K_W04	K_W05	K_W06	K_W07	K_W08	K_W09	K_W10	K_W11	K_U01	K_U02	K_U03	K_U04	K_U05	K_U06	K_U07	K_U08	K_U09	K_U10	K_U11	K_K01	K_K02	K_K03	K_K04	K_K05
1																			x			x					
2	x		x						x		x	x	x	x				x			x		x	x			x
3							x													x							x
4					x						x			x				x					x				
5							x	x	x					x													
6			x				x	x			x	x	x	x	x							x		x		x	x
7	x			x			x		x		x	x	x	x	x										x		x
8	x		x	x				x	x	x	x		x		x				x	x	x			x			x
9					x	x															x				x		
10	x						x			x	x			x			x		x					x			x
11	x						x					x								x			x				
12					x																						
13																											x
14																			x			x					
15	x	x	x		x								x				x		x		x						x
16	x	x					x		x				x			x		x									
17							x							x													x
18		x	x						x		x		x	x					x				x	x		x	

NrP* \ SEU*	K_W01	K_W02	K_W03	K_W04	K_W05	K_W06	K_W07	K_W08	K_W09	K_W10	K_W11	K_U01	K_U02	K_U03	K_U04	K_U05	K_U06	K_U07	K_U08	K_U09	K_U10	K_U11	K_K01	K_K02	K_K03	K_K04	K_K05
19	x		x	x						x	x	x								x	x		x	x		x	
20				x			x					x	x										x				x
21		x							x	x									x	x	x						x
22				x							x	x			x					x				x			
23																											x
24																			x			x					
25							x				x	x		x									x				
26	x											x											x				
27	x		x								x	x	x							x			x				x
28	x						x					x		x		x	x				x				x		x
29			x	x				x	x	x	x		x	x	x					x	x					x	x
30	x	x					x		x				x			x		x									
31	x				x		x			x	x	x	x								x		x				
32							x												x								x
33			x	x				x			x			x	x		x				x		x		x	x	
34																			x			x					
35	x	x							x			x									x						x
36	x							x				x											x				
37		x	x		x			x										x					x				
38	x	x										x	x										x	x			
39	x		x				x	x				x					x						x				x

SEU* NrP*	K_W01	K_W02	K_W03	K_W04	K_W05	K_W06	K_W07	K_W08	K_W09	K_W10	K_W11	K_U01	K_U02	K_U03	K_U04	K_U05	K_U06	K_U07	K_U08	K_U09	K_U10	K_U11	K_K01	K_K02	K_K03	K_K04	K_K05
40		x											x				x	x					x				
41	x	x							x		x	x	x					x	x		x	x		x	x		x
42.1	x						x			x	x			x			x		x					x			x
43.1							x			x	x								x	x					x		
44.1	x	x		x			x		x	x		x				x		x		x	x			x	x	x	
45.1	x						x					x								x			x				x
46.1	x									x	x	x							x		x						x
47																			x			x					
48							x										x										x
49	x			x				x	x		x	x			x					x	x		x				x
50									x		x			x					x					x			x
51		x					x													x							x
52			x	x							x		x			x				x							
53	x						x					x	x				x		x					x			x
54.1	x			x			x	x				x	x		x					x			x				x
55.1									x		x	x	x	x	x	x	x		x	x						x	
56.1	x										x	x								x			x				
57.1									x	x	x			x	x		x				x					x	x
58.1	x		x					x	x		x					x		x	x				x				x
59				x		x		x			x	x	x		x				x						x		
60		x	x										x					x	x							x	x

NrP* \ SEU*	K_W01	K_W02	K_W03	K_W04	K_W05	K_W06	K_W07	K_W08	K_W09	K_W10	K_W11	K_U01	K_U02	K_U03	K_U04	K_U05	K_U06	K_U07	K_U08	K_U09	K_U10	K_U11	K_K01	K_K02	K_K03	K_K04	K_K05
61	x	x	x					x	x		x	x	x	x			x	x		x	x		x	x	x	x	x
62	x																x				x		x				x
63.1	x						x					x		x		x	x				x				x		x
64.1	x	x	x	x				x		x			x			x		x		x	x			x	x	x	
65.1	x		x					x	x		x					x		x	x				x				x
66.1	x	x	x	x								x	x	x		x							x	x	x	x	
67.1			x		x		x		x		x	x	x					x		x			x				x

*SEU – symbol efektu uczenia się

**NrP – numer identyfikacyjny przedmiotu (format dowolny)

Studia stacjonarne i niestacjonarne pierwszego stopnia, profil ogólnoakademicki.

Zakres kształcenia 2 - Zarządzanie kadrami

SEU* NrP*	K_W01	K_W02	K_W03	K_W04	K_W05	K_W06	K_W07	K_W08	K_W09	K_W10	K_W11	K_U01	K_U02	K_U03	K_U04	K_U05	K_U06	K_U07	K_U08	K_U09	K_U10	K_U11	K_K01	K_K02	K_K03	K_K04	K_K05
1																			x			x					
2	x		x						x		x	x	x	x				x			x		x	x			x
3							x													x							x
4					x						x			x				x					x				
5							x	x	x					x													
6			x				x	x			x	x	x	x	x						x		x			x	x
7	x			x			x		x		x	x	x	x	x										x		x
8	x		x	x				x	x	x	x		x		x				x	x	x			x			x
9					x	x															x				x		
10	x						x			x	x			x			x		x					x			x
11	x						x					x								x			x				
12					x																						
13																											x
14																			x			x					
15	x	x	x		x								x				x		x		x						x
16	x	x					x		x				x			x		x									
17							x							x													x
18		x	x						x		x		x	x					x				x	x		x	
19	x		x	x						x	x	x								x	x		x	x		x	

NrP* \ SEU*	K_W01	K_W02	K_W03	K_W04	K_W05	K_W06	K_W07	K_W08	K_W09	K_W10	K_W11	K_U01	K_U02	K_U03	K_U04	K_U05	K_U06	K_U07	K_U08	K_U09	K_U10	K_U11	K_K01	K_K02	K_K03	K_K04	K_K05
20				x			x					x	x										x				x
21		x							x	x										x	x	x					x
22				x							x	x			x						x			x			
23																											x
24																				x			x				
25							x				x	x		x										x			
26	x											x												x			
27	x		x								x	x	x								x			x			x
28	x						x					x		x		x	x					x			x		x
29			x	x				x	x	x	x		x	x	x						x	x				x	x
30	x	x					x		x				x			x		x									
31	x				x		x			x	x	x	x									x		x			
32							x													x							x
33			x	x				x			x			x	x		x					x		x		x	x
34																				x			x				
35	x	x							x			x										x					x
36	x							x				x												x			
37		x	x		x			x											x					x			
38	x	x										x	x											x	x		
39	x		x				x	x				x					x							x			x
40		x											x				x	x						x			

NrP* \ SEU*	K_W01	K_W02	K_W03	K_W04	K_W05	K_W06	K_W07	K_W08	K_W09	K_W10	K_W11	K_U01	K_U02	K_U03	K_U04	K_U05	K_U06	K_U07	K_U08	K_U09	K_U10	K_U11	K_K01	K_K02	K_K03	K_K04	K_K05
41	x	x							x		x	x	x					x	x		x	x		x	x		x
42.2	x		x				x	x			x	x					x						x				x
43.2					x		x							x			x							x			
44.2	x		x								x	x	x			x		x					x				
45.2		x		x	x		x				x	x		x	x												x
46.2		x	x											x		x											x
47																			x			x					
48							x										x										x
49	x			x				x	x		x	x			x					x	x		x				x
50									x		x			x						x				x			x
51		x					x													x							x
52			x	x							x		x			x				x							
53	x						x					x	x				x		x					x			x
54.2		x			x		x						x							x							x
55.2		x	x		x	x	x				x	x		x	x	x				x			x				x
56.2	x		x				x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x		x	x	x	x	x
57.2			x	x									x		x				x								x
58.2	x																			x							x
59				x		x		x			x	x	x		x				x						x		
60		x	x										x					x	x							x	x
61	x	x	x					x	x		x	x	x	x			x	x		x	x		x	x	x	x	x

NrP* \ SEU*	K_W01	K_W02	K_W03	K_W04	K_W05	K_W06	K_W07	K_W08	K_W09	K_W10	K_W11	K_U01	K_U02	K_U03	K_U04	K_U05	K_U06	K_U07	K_U08	K_U09	K_U10	K_U11	K_K01	K_K02	K_K03	K_K04	K_K05
62	x																x				x		x				x
63.2	x				x						x			x				x		x			x		x		x
64.2			x					x										x		x			x				x
65.2	x	x		x	x			x				x	x	x	x		x	x		x			x		x		x
66.2	x											x															x
67.2			x				x		x			x	x		x					x			x				x

*SEU – symbol efektu uczenia się

**NrP – numer identyfikacyjny przedmiotu (format dowolny)

Studia stacjonarne i niestacjonarne pierwszego stopnia, profil ogólnoakademicki.

Zakres kształcenia 3 – Marketing i komunikacja rynkowa

SEU* NrP*	K_W01	K_W02	K_W03	K_W04	K_W05	K_W06	K_W07	K_W08	K_W09	K_W10	K_W11	K_U01	K_U02	K_U03	K_U04	K_U05	K_U06	K_U07	K_U08	K_U09	K_U10	K_U11	K_K01	K_K02	K_K03	K_K04	K_K05
1																			x			x					
2	x		x						x		x	x	x	x				x			x		x	x			x
3							x													x							x
4					x						x			x				x					x				
5							x	x	x					x													
6			x				x	x			x	x	x	x	x						x		x			x	x
7	x			x			x		x		x	x	x	x	x										x		x
8	x		x	x				x	x	x	x		x		x				x	x	x			x			x
9					x	x															x				x		
10	x						x			x	x			x			x		x					x			x
11	x						x					x								x			x				
12					x																						
13																											x
14																			x			x					
15	x	x	x		x								x				x		x		x						x
16	x	x					x		x				x			x		x									
17							x							x													x
18		x	x						x		x		x	x					x				x	x		x	
19	x		x	x						x	x	x								x	x		x	x		x	

NrP* \ SEU*	K_W01	K_W02	K_W03	K_W04	K_W05	K_W06	K_W07	K_W08	K_W09	K_W10	K_W11	K_U01	K_U02	K_U03	K_U04	K_U05	K_U06	K_U07	K_U08	K_U09	K_U10	K_U11	K_K01	K_K02	K_K03	K_K04	K_K05
20				x			x					x	x										x				x
21		x							x	x										x	x	x					x
22				x							x	x			x						x			x			
23																											x
24																				x			x				
25							x				x	x		x										x			
26	x											x												x			
27	x		x								x	x	x								x			x			x
28	x						x					x		x		x	x					x			x		x
29			x	x				x	x	x	x		x	x	x						x	x				x	x
30	x	x					x		x				x			x		x									
31	x				x		x			x	x	x	x									x		x			
32							x													x							x
33			x	x				x			x			x	x		x					x		x		x	x
34																				x			x				
35	x	x							x			x										x					x
36	x							x				x												x			
37		x	x		x			x											x					x			
38	x	x										x	x											x	x		
39	x		x				x	x				x					x							x			x
40		x											x				x	x						x			

SEU* NrP*	K_W01	K_W02	K_W03	K_W04	K_W05	K_W06	K_W07	K_W08	K_W09	K_W10	K_W11	K_U01	K_U02	K_U03	K_U04	K_U05	K_U06	K_U07	K_U08	K_U09	K_U10	K_U11	K_K01	K_K02	K_K03	K_K04	K_K05
41	x	x							x		x	x	x					x	x		x	x		x	x		x
42.3			x					x	x			x		x			x		x				x				x
43.3	x	x			x			x		x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x		x		x	x	x
44.3	x	x										x	x										x	x			
45.3	x	x							x		x	x	x	x					x				x	x			
46.3	x	x			x			x		x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x		x		x	x	x
47																			x			x					
48							x										x										x
49	x			x				x	x		x	x			x					x	x		x				x
50									x		x			x					x					x			x
51		x					x													x							x
52			x	x							x		x			x				x							
53	x						x					x	x				x		x					x			x
54.3			x					x	x			x		x			x		x				x				x
55.3	x			x				x					x	x			x		x		x		x				x
56.3	x	x		x		x		x	x	x	x	x	x	x	x	x					x		x	x			x
57.3			x	x				x	x	x	x		x	x	x					x	x			x		x	x
58.3					x	x	x					x	x										x				
59				x		x		x			x	x	x		x				x						x		
60		x	x										x					x	x							x	x
61	x	x	x					x	x		x	x	x	x			x	x		x	x		x	x	x	x	x

NrP* \ SEU*	K_W01	K_W02	K_W03	K_W04	K_W05	K_W06	K_W07	K_W08	K_W09	K_W10	K_W11	K_U01	K_U02	K_U03	K_U04	K_U05	K_U06	K_U07	K_U08	K_U09	K_U10	K_U11	K_K01	K_K02	K_K03	K_K04	K_K05
62	x																x				x		x				x
63.3	x	x										x	x										x	x			
64.3				x											x												x
65.3			x				x												x					x			
66.3			x					x						x													x
67.3		x	x					x	x		x		x				x										x

*SEU – symbol efektu uczenia się

**NrP – numer identyfikacyjny przedmiotu (format dowolny)

Studia stacjonarne i niestacjonarne pierwszego stopnia, profil ogólnoakademicki.

Zakres kształcenia 4 – E-commerce

SEU* NrP*	K_W01	K_W02	K_W03	K_W04	K_W05	K_W06	K_W07	K_W08	K_W09	K_W10	K_W11	K_U01	K_U02	K_U03	K_U04	K_U05	K_U06	K_U07	K_U08	K_U09	K_U10	K_U11	K_K01	K_K02	K_K03	K_K04	K_K05
1																			x			x					
2	x		x						x		x	x	x	x				x			x		x	x			x
3							x													x							x
4					x						x			x				x					x				
5							x	x	x					x													
6			x				x	x			x	x	x	x	x						x		x			x	x
7	x			x			x		x		x	x	x	x	x										x		x
8	x		x	x				x	x	x	x		x		x				x	x	x			x			x
9					x	x															x				x		
10	x						x			x	x			x			x		x					x			x
11	x						x					x								x			x				
12					x																						
13																											x
14																			x			x					
15	x	x	x		x								x				x		x		x						x
16	x	x					x		x				x			x		x									
17							x							x													x
18		x	x						x		x		x	x					x				x	x		x	
19	x		x	x						x	x	x								x	x		x	x		x	

NrP* \ SEU*	K_W01	K_W02	K_W03	K_W04	K_W05	K_W06	K_W07	K_W08	K_W09	K_W10	K_W11	K_U01	K_U02	K_U03	K_U04	K_U05	K_U06	K_U07	K_U08	K_U09	K_U10	K_U11	K_K01	K_K02	K_K03	K_K04	K_K05
20				x			x					x	x										x				x
21		x							x	x									x	x	x						x
22				x							x	x			x					x				x			
23																											x
24																			x			x					
25							x				x	x		x									x				
26	x											x											x				
27	x		x								x	x	x							x			x				x
28	x						x					x		x		x	x				x				x		x
29			x	x				x	x	x	x		x	x	x					x	x					x	x
30	x	x					x		x				x			x		x									
31	x				x		x			x	x	x	x								x		x				
32							x												x								x
33			x	x				x			x			x	x		x				x		x		x	x	
34																			x			x					
35	x	x							x			x									x						x
36	x							x				x											x				
37		x	x		x			x										x					x				
38	x	x										x	x										x	x			
39	x		x				x	x				x					x						x				x
40		x											x				x	x					x				

SEU* NrP*	K_W01	K_W02	K_W03	K_W04	K_W05	K_W06	K_W07	K_W08	K_W09	K_W10	K_W11	K_U01	K_U02	K_U03	K_U04	K_U05	K_U06	K_U07	K_U08	K_U09	K_U10	K_U11	K_K01	K_K02	K_K03	K_K04	K_K05
41	x	x							x		x	x	x					x	x		x	x		x	x		x
42.4			x															x	x					x			
43.4									x	x	x			x	x		x				x					x	x
44.4				x		x		x			x		x		x		x		x				x	x			
45.4				x							x		x		x									x			x
46.4			x															x	x					x			
47																			x			x					
48							x										x										x
49	x			x				x	x		x	x			x					x	x		x				x
50									x		x			x					x					x			x
51		x					x													x							x
52			x	x							x		x			x				x							
53	x						x					x	x				x		x					x			x
54.4				x				x	x	x	x	x		x	x						x		x				x
55.4	x	x	x									x		x	x		x				x		x	x	x		
56.4	x	x	x	x				x	x		x	x		x	x		x			x	x		x		x		x
57.4				x							x				x												x
58.4				x				x		x		x			x												x
59				x		x		x			x	x	x		x				x						x		
60		x	x										x					x	x							x	x
61	x	x	x					x	x		x	x	x	x			x	x		x	x		x	x	x	x	x

NrP* \ SEU*	K_W01	K_W02	K_W03	K_W04	K_W05	K_W06	K_W07	K_W08	K_W09	K_W10	K_W11	K_U01	K_U02	K_U03	K_U04	K_U05	K_U06	K_U07	K_U08	K_U09	K_U10	K_U11	K_K01	K_K02	K_K03	K_K04	K_K05
62	x																x				x		x				x
63.4								x	x						x				x		x			x			
64.4				x	x						x				x		x										x
65.4				x	x		x				x	x	x		x		x						x				x
66.4	x			x			x	x				x	x		x					x			x				x
67.4				x							x				x					x			x		x		

*SEU – symbol efektu uczenia się

**NrP – numer identyfikacyjny przedmiotu (format dowolny)

8. Sposoby weryfikacji i oceny efektów uczenia się w Politechnice Częstochowskiej (nie dotyczy praktyk)

L.p.	Sposób weryfikacji i oceny efektów uczenia się	Opis
1.	Egzamin pisemny	Egzamin pisemny może przyjąć formę odpowiedzi na pytania lub testy typu jedno lub wielokrotnego wyboru (MCQ – Multiple Choice Questions), wielokrotnej odpowiedzi (MRQ – Multiple Response Questions), dopasowanie odpowiedzi, wyboru TAK/NIE.
2.	Egzamin ustny	Egzamin ustny ma na celu weryfikację wiedzy, poziomu zrozumienia oraz umiejętności dokonania analizy, syntezy i rozwiązania problemu.
3.	Kolokwium	Kolokwium może przyjąć formę kartkówki, pisemnej formy odpowiedzi na pytania lub rozwiązania problemu (zadania).
4.	Test	Test może przyjąć formę: jedno lub wielokrotnego wyboru (MCQ – Multiple Choice Questions), wielokrotnej odpowiedzi (MRQ – Multiple Response Questions), dopasowanie odpowiedzi, wyboru TAK/NIE.
5.	Odpowiedź ustna	Odpowiedź ustna ma na celu weryfikację wiedzy, poziomu zrozumienia oraz umiejętności dokonania analizy, syntezy i rozwiązania problemu.
6.	Wykonanie ćwiczenia laboratoryjnego	Wykonanie ćwiczenia laboratoryjnego polega na zrealizowaniu założeń ćwiczenia laboratoryjnego oraz rozwiązywaniu przez studentów wskazanych problemów w oparciu o posiadaną wiedzę.
7.	Sprawozdanie z ćwiczeń laboratoryjnych	Sprawozdanie z ćwiczeń laboratoryjnych może przyjąć formę papierową lub elektroniczną w postaci raportu, zestawienia lub opisu, który będzie zawierać cel, przebieg wykonywanego ćwiczenia oraz wnioski.
8.	Wykonanie projektu	Wykonanie projektu polega na zrealizowaniu założeń projektu oraz rozwiązywaniu przez studentów wskazanych problemów w oparciu o posiadaną wiedzę.
9.	Przygotowanie prezentacji, sprawozdania lub referatu	Przygotowanie prezentacji multimedialnej może być realizowane indywidualnie lub zespołowo. Przygotowanie sprawozdania lub referatu może przyjąć formę papierową lub elektroniczną w postaci raportu, zestawienia lub opisu, który będzie zawierać cel, przebieg oraz wnioski.

10.	Udział w dyskusji (aktywność na zajęciach)	Udział w dyskusji (aktywność na zajęciach), podczas której ocenie podlega przygotowanie studenta do zajęć, podjęcie dyskusji, udział w dyskusji, odpowiedź na pytania prowadzącego, zaangażowanie w dyskusję, umiejętność podsumowania dyskusji i wyciągnięcia wniosków. Dyskusja może przyjąć charakter panelu (dyskusji obserwowanej), wywiadu, dialogu, okrągłego stołu lub dyskusji typu seminaryjnego.
11.	Prace przejściowe	Prace przejściowe to pisemne opracowania, które mają na celu szczegółowe opisanie oraz analizę rozwiązywanego problemu lub omawianego zagadnienia. Prace przejściowe powinny zawierać stronę tytułową z tematem, spis treści, wstęp, zawierający krótkie omówienie tematyki, celu oraz zakresu pracy, merytoryczna treść pracy, zgodna z jej zakresem i tematem, wnioski wraz z oceną rozwiązywanego problemu, spis wykorzystanej literatury źródłowej, załączniki: tabele, rysunki, itp.
12.	Praca dyplomowa	Praca dyplomowa jest samodzielnym opracowaniem określonego zagadnienia, prezentującym wiedzę i umiejętności studenta integralne z danym kierunkiem studiów, poziomem i profilem oraz potwierdzającym umiejętności samodzielnego analizowania i wnioskowania. Forma jest szczegółowo opisana w rozdziale VI Regulaminu studiów Politechniki Częstochowskiej.
13.	Projekt inżynierski	Zrealizowanie i udokumentowanie działań o charakterze projektowym. Wykonanie zadania konstrukcyjnego, projektowego, informatycznego lub pomiarowego.
14.	Egzamin dyplomowy	Egzamin dyplomowy – zgodnie z zapisami zawartymi w rozdziale VII i VIII Regulaminu studiów Politechniki Częstochowskiej.

9. Warunki ukończenia studiów.

Warunkiem ukończenia studiów jest:

- 1) uzyskanie efektów uczenia się określonych w programie studiów,
- 2) złożenie egzaminu dyplomowego,
- 3) pozytywna ocena pracy dyplomowej.

10. 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 sposoby weryfikacji i oceny efektów uczenia się osiągniętych przez studenta w trakcie całego cyklu kształcenia.

Zajęcia lub grupy zajęć przypisane do danego etapu studiów w trakcie całego cyklu kształcenia – studia stacjonarne i niestacjonarne

Rok studiów: pierwszy

Semestr: pierwszy

Łączna liczba punktów ECTS (w semestrze): 30/30

Łączna liczba godzin zajęć (w semestrze): 394/250

*NrP – numer identyfikacyjny zajęć lub grupy zajęć (format dowolny)

*NrP	Nazwa zajęć lub grupy zajęć	Forma zajęć – liczba godzin								Razem (liczba godzin zajęć)	Razem (punkty ECTS)	Symbole efektów uczenia się
		Wykład	Ćwiczenia	Laboratorium	Projekt	Zajęcia terenowe	Seminarium	Praktyka	Inne			
1	Język obcy		30/24							30/24	2/2	K_U08, K_U11
	Treści programowe	Ćwiczenie i rozwijanie podstawowych sprawności językowych (rozumienia, mówienia, czytania i pisania); Ćwiczenia komunikacyjne i leksykalne; Ćwiczenia kompetencji zawodowych; Język specjalistyczny w miejscu pracy; Korespondencja służbowa; Konstrukcje językowe w użyciu praktycznym; Zastosowanie słownictwa ogólnotechnicznego i specjalistycznego; Praca z tekstem specjalistycznym; Praca z materiałem audiowizualnym.										
2	Zarządzanie	15/12	30/15							45/27	4/4	K_W01, K_W03, K_W09, K_W11, K_U01, K_U02, K_U03, K_U07, K_U10, K_K01, K_K02, K_K05
	Treści programowe	Celem przedmiotu jest zapoznanie studentów z zagadnieniami związanymi z funkcjonowaniem organizacji i ich zarządzaniem. Treści programowe obejmują: genezę i ewolucję zarządzania przedsiębiorstwem, relacje między organizacją a otoczeniem, proces decyzyjny i narzędzia go wspomagające, planowanie i podejmowanie decyzji, organizowanie, przewodzenie i władzę w organizacji, style kierowania, zarządzanie stosunkami interpersonalnymi, kontrolowanie, etyczny i kulturowy aspekt zarządzania, przegląd										

		współczesnych podejść do zarządzania.										
3	Matematyka w zarządzaniu	15/12	30/15							45/27	3/3	K_W07, K_U09, K_K05
	Treści programowe	Celem przedmiotu jest zapoznanie studentów z podstawowymi metodami rozwiązywania zagadnień matematycznych i matematycznego formalizowania problemów z zakresu algebry oraz analizy matematycznej, a także nabycie przez studentów praktycznych umiejętności rozwiązywania zadań i interpretacji wyników z wybranych działów matematyki. W ramach zajęć studenci poznają różne algorytmy obliczeniowe z zakresu rachunku macierzowego, które będą mogli implementować do identyfikacji typu układu równań liniowych, a także do poszukiwania rozwiązania/rozwiązań układu równań liniowych. Studenci nauczą się identyfikować własności asymptotyczne funkcji wykorzystując teorię granic, a także rozwiązywać problemy rachunku różniczkowego prowadzące do zbadania przebiegu zmienności funkcji jednej zmiennej. Studenci poznają podstawowe algorytmy obliczeniowe w zakresie rachunku całkowego funkcji jednej zmiennej.										
4	Podstawy prawa	15/9	15/9							30/18	2/2	K_W05, K_W11, K_U03, K_U07, K_K01
	Treści programowe	Celem przedmiotu jest wykształcenie u studentów umiejętności interpretacji i stosowania prawa w praktyce zarządzania przedsiębiorstwem oraz przedstawienie im natury i źródeł prawa. Na zajęciach przedstawione zostaną źródła prawa i jego gałęzie. Scharakteryzowane zostaną podmioty i przedmioty prawa. Omówione zostaną zagadnienia czynności prawnych- rodzaje, forma. Przedstawione zostaną również zagadnienia terminów oraz przedawnienia roszczeń.										
5	Makroekonomia	15/12	30/15							45/27	4/4	K_W07, K_W08, K_W09, K_U03

	Treści programowe	Celem przedmiotu jest zapoznanie studentów z kluczowymi zagadnieniami makroekonomicznymi. Program zajęć ma na celu przybliżenie, czy też przedstawienie i omówienie podstawowych kategorii ekonomicznych ze szczególnym uwzględnieniem kategorii makroekonomicznych, w tym wskaźników makroekonomicznych. Ponadto studentom zostaje przekazana wiedza pozwalającej na opis i interpretację zjawisk ekonomicznych oraz realnych problemów gospodarczych. W trakcie zajęć zostają omówione takie zagadnienia jak: sposoby pomiaru gospodarki oraz determinanty dochodu narodowego, podstawowe agregaty i zjawiska gospodarcze, istota, przyczyn oraz sposoby przeciwdziałania inflacji i bezrobociu, metody pomiaru inflacji i bezrobocia, istota polityki fiskalnej i polityki monetarnej, rola państwa oraz banku centralnego w gospodarce, problematyka gospodarki otwartej.										
6	Etykieta w biznesie	15/12	15/12							30/24	2/2	K_W03, K_W07, K_W08, K_W11, K_U01, K_U02, K_K03, K_U04, K_U10, K_K01, K_K04, K_K05
	Treści programowe	Celem przedmiotu jest zapoznanie studentów z wiedzą na temat etykiety w biznesie i elementów protokołu w nim obowiązujących. Obejmuje zagadnienia dotyczące zasad savoir-vivre'u, norm dotyczących ubioru, autoprezentacji, komunikacji werbalnej i niewerbalnej w środowisku biznesowym. Studenci poznają, jak poprawnie organizować oraz prowadzić spotkania biznesowe. Program przedmiotu obejmuje zagadnienia dotyczące różnic kulturowych i ich wpływu na etykietę w międzynarodowych relacjach biznesowych. Praktyczne zastosowanie zdobytej wiedzy przewiduje nabycie umiejętności z zakresu: zachowania się w formalnych, sytuacjach biznesowych, stosowania savoir-vivre i protokołu w relacjach biznesowych oraz organizowania wydarzeń biznesowych.										

7	Podstawy marketingu	15/9	15/9		15/9					45/27	4/4	K_W01, K_W04, K_W07, K_W09, K_W11, K_U01, K_U02, K_U03, K_U04, K_K03, K_K05
	Treści programowe	Celem przedmiotu jest zapoznanie studentów z podstawowymi zagadnieniami związanymi z koncepcją marketingu i różnymi interpretacjami tego pojęcia. Na zajęciach studenci wypracowują umiejętności postępowania zgodnie z założeniami działalności marketingowej – poznają teorię marketingu i stopniowo, w ramach zajęć ćwiczeniowych i projektowych, uczą się wdrażać w życie różne strategie marketingowe reagując na zmieniającą się sytuację w otoczeniu organizacji, projektując odpowiednio poszczególne instrumenty marketingowe i poznając sposoby analizowania ich skuteczności.										
8	Informatyka w zarządzaniu	15/9		30/12						45/21	3/3	K_W01, K_W03, K_W04, K_W08, K_W09, K_W10, K_W11, K_U02, K_U04, K_U08, K_U09, K_U10, K_K02, K_K05
	Treści programowe	Podstawowe pojęcia i terminy związane z informatyką w zarządzaniu. Współczesne komputery, ich przeznaczenie i istotne parametry. Definicja i rola systemu operacyjnego. Komputerowe systemy operacyjne. Informacje i słowa cyfrowe. Systemy liczbowe. Operacje arytmetyczne w pozycyjnych systemach liczbowych. System informacyjny w organizacji. System informatyczny. Ewolucja Systemów Informatycznych Zarządzania. Informatyczne systemy jednodziedzinowe i wielodziedzinowe. Wspomaganie podejmowania decyzji oraz zarządzanie wiedzą. Programowanie komputerów: rodzaje języków programowania i ich przeznaczenia, programowanie w środowiskach graficznych sterowane zdarzeniami. Podstawy inteligencji biznesowej: bazy danych i zarządzanie informacją. Handel elektroniczny: handel elektroniczny a biznes elektroniczny, zalety i zagrożenia handlu on-line dla klientów i dla firm. Zarządzanie projektami										

		informatycznymi: geneza zarządzania projektami, charakterystyka projektów informatycznych. Techniki i metody zarządzania projektami informatycznymi, zarządzanie ryzykiem w projektach informatycznych. Oprogramowanie Open Source dla biznesu. Istota oprogramowania, technologie Open Source w firmie. Bezpieczeństwo w sieci: ochrona komputera, ochrona danych i uprawnione z nich korzystanie, tworzenie zapasowych kopii danych i oprogramowania. Wirusy, ochrona antywirusowa. Podstawowe i zaawansowane operacje w edytorach tekstu. Podstawowe i zaawansowane funkcje w arkuszach kalkulacyjnych. Wprowadzenie do optymalizacji procesów biznesowych. Definiowanie modelu optymalizacji do rozwiązywania problemów biznesowych. Tworzenie i obsługa baz danych.										
9	Ochrona własności intelektualnej I	15/9								15/9	1/1	K_W05, K_W06, K_U10, K_K03
	Treści programowe	Celem przedmiotu jest prezentacja wybranych zagadnień prawnych stosowanych w problematyce zarządzania prawami własności intelektualnej. Program zajęć pozwala na zapoznanie się ze współczesnymi strategiami konkurencyjności przedsiębiorstw opartych na działalności innowacyjnej. Efektem nauczania będzie umiejętność praktycznego wykorzystania zdobytej wiedzy w praktyce oraz umiejętność dochodzenia swoich praw wynikających z przepisów prawa własności intelektualnej i przemysłowej.										
10	Etyka i społeczna odpowiedzialność biznesu	15/9			15/12					30/21	3/3	K_W01, K_W07, K_W10, K_W11, K_U03, K_U06, K_U08, K_K02, K_K05
	Treści programowe	Celem przedmiotu jest zapoznanie studentów z fundamentalnymi pojęciami oraz zasadami dotyczącymi odpowiedzialnego i etycznego prowadzenia działalności gospodarczej. Treści programowe obejmują: obszary działań etycznych i odpowiedzialnych w zarządzaniu przedsiębiorstwem, motywy, teorie, strategie, modele i standardy społecznej odpowiedzialności, założenia koncepcji interesariuszy, raportowanie i komunikowanie działań etycznych i społecznie odpowiedzialnych, zasady i narzędzia etycznie i społecznie odpowiedzialne w praktyce współczesnych przedsiębiorstw.										

11	Podstawy inwestycji	15/9	15/12							30/21	2/2	K_W01, K_W07, K_U01, K_U09, K_K01
	Treści programowe	Celem przedmiotu jest zapoznanie studentów z kluczowymi pojęciami z zakresu inwestowania, w tym z założeniami teorii zmienności wartości pieniądza w czasie, jak również z zagadnieniem oceny przedsięwzięć inwestycyjnych w aktywa finansowe i rzeczowe. W ramach zajęć studenci pozyskają kluczową wiedzę dotyczącą różnych rodzajów inwestycji, w podziale na inwestycje finansowe i rzeczowe. Ponadto, zostaną im przybliżone zasady określania wartości obecnej i przyszłej inwestycji, jak również treści z zakresu specyfiki funkcjonowania funduszy inwestycyjnych, źródeł finansowania inwestycji rzeczowych, faz i etapów projektu inwestycyjnego oraz ryzyka w decyzjach inwestycyjnych. Studenci zostaną również zapoznani z podstawowymi zasadami oceny efektywności inwestowania w aktywa finansowe i rzeczowe.										
12	Szkolenie dotyczące bezpiecznych i higienicznych warunków kształcenia	4/4								4/4	0	K_W05
	Treści programowe	Informacje organizacyjne, podstawowe pojęcia i przepisy prawne w dziedzinie BHP. Omówienie rozporządzenia Rektora PCz, zasad korzystania z infrastruktury. Zagrożenia wypadkowe i zagrożenia dla zdrowia mogące wystąpić w środowisku Uczelni. Profilaktyczna opieka lekarska i zasady jej sprawowania w stosunku do osób podlegających kształceniu. Ochrona przeciwpożarowa.										

Zajęcia lub grupy zajęć przypisane do danego etapu studiów w trakcie całego cyklu kształcenia

Rok studiów: pierwszy

Semestr: drugi

Łączna liczba punktów ECTS (w semestrze): 30/30

Łączna liczba godzin zajęć (w semestrze): 375/234

*NrP – numer identyfikacyjny zajęć lub grupy zajęć (format dowolny)

*NrP	Nazwa zajęć lub grupy zajęć	Forma zajęć – liczba godzin								Razem (liczba godzin zajęć)	Razem (punkty ECTS)	Symbole efektów uczenia się
		Wykład	Ćwiczenia	Laboratorium	Projekt	Zajęcia terenowe	Seminarium	Praktyka	Inne			
13	Wychowanie fizyczne		30/0							30/0	0/0	K_K05
	Treści programowe	Piłka siatkowa, Piłka koszykowa, Piłka nożna (sporty zespołowe). Podstawowe przepisy z zakresu wybranej dyscypliny sportu, podstawowe umiejętności techniczne z zakresu wybranej dyscypliny sportu, współpraca w: parze, grupie, zespole, zasady fair play. Trening funkcjonalny, Trening zdrowotny, Fitness/Pilates, Tenis stołowy, Tenis ziemny/Tenis plażowy, Pływanie, Siłownia (sporty indywidualne). Teoretyczne podstawy z zakresu wybranej dyscypliny, podstawowe umiejętności z zakresu techniki wykonywanych ćwiczeń, samokontrola w trakcie wykonywania zadań ruchowych, współpraca w: parach, grupach.										
14	Język obcy		30/24							30/24	2/2	K_U08, K_U11
	Treści programowe	Ćwiczenie i rozwijanie podstawowych sprawności językowych (rozumienia, mówienia, czytania i pisanie); Ćwiczenia komunikacyjne i leksykalne; Ćwiczenia kompetencji zawodowych; Język specjalistyczny w miejscu pracy; Korespondencja służbowa; Konstrukcje językowe w użyciu praktycznym; Zastosowanie słownictwa ogólnotechnicznego i specjalistycznego; Praca z tekstem specjalistycznym; Praca z materiałem audiowizualnym.										

15	Finanse przedsiębiorstwa	30/15	15/15							45/30	5/5	K_W01, K_W02, K_W03, K_W05, K_U02, K_U06, K_U08, K_U10, K_K05
	Treści programowe	Celem przedmiotu jest zapoznanie studentów z kluczowymi aspektami finansowymi we współczesnym świecie w aspekcie nauk o zarządzaniu. W ramach zajęć studenci zdobędą wiedzę na temat podstawowych typologii struktur organizacyjnych systemu finansowego i ich charakterystyki; podstawowych zjawisk i kategorii finansowych. W trakcie zajęć przedstawione zostaną instrumenty finansowe na rynku finansowym. Student zapoznają się z system bankowym w Polsce oraz podstawowymi zagadnieniami finansów publicznych. Ponadto studenci kwantyfikują i interpretują wartość pieniądza w czasie, przepływy pieniądza, renty proste i renty wieczyste.										
16	Projektowanie organizacji				30/15					30/15	2/2	K_W01, K_W02, K_W07, K_W09, K_U02, K_U05, K_U07
	Treści programowe	Celem zajęć jest rozwinięcie umiejętności projektowania organizacji poprzez praktyczne zastosowanie zdobytej wiedzy. Zajęcia rozpoczynają się od przedstawienia celu, programu oraz zasad zaliczania projektu. Studenci zostają podzieleni na zespoły, które przez semestr realizują projekt pt. „Projektowanie organizacji na przykładzie przedsiębiorstwa X”. Następnie omawiane są podstawy projektowania organizacji, zasady organizowania i budowania struktur organizacyjnych oraz ich rodzaje. Zespoły analizują środowisko organizacji i definiują strukturę. Pracują nad zasobami ludzkimi, zadaniami, hierarchią władzy i stanowiskami pracy. Na zakończenie prezentują swoje projekty, które są omawiane i poddawane dyskusji.										

17	Mikroekonomia	15/15	30/15							45/30	5/5	K_W07, K_U03, K_K05
	Treści programowe	Celem przedmiotu jest zapoznanie studentów z kluczowymi aspektami mikroekonomii, w tym z funkcjonowaniem producentów i konsumentów na rynku, w ramach różnych struktur rynkowych. W trakcie zajęć omówione są zagadnienia, takie jak: podstawowe kategorie ekonomiczne; gospodarka rynkowa; analiza popytu i podaży; cena równowagi - model statyczny; cena równowagi - model dynamiczny; elastyczność popytu i podaży; teoria wyboru konsumenta; teoria popytu konsumenta; teoria producenta; teoria kosztów produkcji; próg rentowności przedsiębiorstwa; konkurencja doskonała; monopol; konkurencja monopolistyczna i oligopol.										
18	Socjologia organizacji	15/12	15/12							30/24	3/3	K_W02, K_W03, K_W09, K_W11, K_U02, K_U03, K_U08, K_K01, K_K02, K_K04
	Treści programowe	Głównymi celami prowadzenia zajęć są: znajomość podstawowych kategorii socjologicznych niezbędnych do opisu zjawisk i procesów społecznych w organizacjach, nabycie umiejętności analizy socjologicznych uwarunkowań funkcjonowania organizacji i nabycie umiejętności postrzegania powiązań pomiędzy kształtowaniem się stosunków międzyludzkich a ich strukturą organizacyjną. Do realizacji powyższych celów wykorzystano następujące ogólne treści: Osobowość społeczna, kultura, społeczeństwo, organizacja jako twór społeczny, podstawy zachowań ludzi w organizacji, grupy społeczne, przywództwo i władza, kultura organizacyjna, komunikacja, konflikty i sposoby ich rozwiązywania, patologie społeczne, kapitał społeczny.										
19	Podstawy przedsiębiorczości	15/12			30/15					45/27	4/4	K_W01, K_W03, K_W04, K_W10, K_W11 K_U01, K_U09, K_U10, K_K01, K_K02, K_K04

	Treści programowe	Celem zajęć jest rozwinięcie u studentów wiedzy, umiejętności i kompetencji związanych z przedsiębiorczością, w tym zrozumienia jej istoty, rodzajów i przejawów. Studenci nauczą się identyfikować i wykorzystywać przedsiębiorcze szanse, oceniać ryzyko i możliwości, a także formułować i realizować przedsiębiorcze plany. Zajęcia przygotowują ich do pozyskiwania, analizy i interpretacji informacji z różnych źródeł oraz do oceny poziomu przedsiębiorczości w organizacjach, wspierając rozwój postaw proaktywnych i kreatywnego podejścia do rozwiązywania problemów.										
20	Statystyka zarządzaniu w	15/12		30/18						45/30	4/4	K_W04, K_W07, K_U01, K_U02, K_K01, K_K05
	Treści programowe	Celem przedmiotu jest zapoznanie studentów z podstawowymi zagadnieniami związanymi z badaniem zjawisk społeczno-ekonomicznych oraz metodami ich pomiaru. Wykształcenie umiejętności przeprowadzenia takich badań i prezentacji uzyskanych w ten sposób danych statystycznych. W ramach zajęć studenci zdobędą wiedzę na temat teoretycznych podstaw miar statystycznych, które są wykorzystywane do opisu struktury zbiorowości, analizy dynamiki oraz współzależności zjawisk. Ponadto na zajęciach studenci wykształcają umiejętności samodzielnej interpretacji oraz weryfikacji merytorycznej uzyskanych wyników obliczeń empirycznych.										
21	Nauki o organizacji	15/12	15/15							30/27	2/2	K_W02, K_W09, K_W10, K_U08, K_U09, K_U10, K_K05
	Treści programowe	Celem przedmiotu jest przedstawienie i omówienie organizacji jako podmiotów zarządzania oraz zaprezentowanie ewolucji form organizacji ze szczególnym uwzględnieniem współczesnych koncepcji zarządzania organizacją. Ponadto celem jest charakterystyka, określenie roli i znaczenia zasobów, funkcji, procesów i przedsięwzięć w sprawnym funkcjonowaniu organizacją. W ramach zajęć studenci zdobędą wiedzę na temat postaw teoretycznych teorii organizacji i nauk o organizacji, ogólnych zasad funkcjonowania organizacji ze szczególnym uwzględnieniem uwarunkowań rozwoju organizacji przyszłości.										

		Przedmiot ma na celu rozwinięcie umiejętności praktycznych polegających na właściwym zastosowaniu wybranych form organizacji przedsięwzięć.										
22	Informacyjne systemy wspomagania zarządzania	15/12		30/15						45/27	3/3	K_W04, K_W11, K_U01, K_U04, K_U09, K_K02
	Treści programowe	Celem przedmiotu jest zapoznanie studentów z teoretycznymi i praktycznymi aspektami informacyjnych systemów wspomagania zarządzania organizacją. Program zajęć ma na celu przybliżenie zagadnień związanych z cyklem życia systemów informacyjnych, przedstawienie charakterystyki wybranych informatycznych systemów wspomagania zarządzania. W ramach zajęć laboratoryjnych studenci zdobędą umiejętności modelowania systemów informacyjnych wspomagania zarządzania w postaci diagramów przedstawiających ich funkcjonalność oraz strukturę przechowywanych danych. Zajęcia podkreślają również znaczenie integracji nowoczesnych technologii w zarządzaniu przedsiębiorstwem, zwiększając efektywność procesów zarządzania.										

Zajęcia lub grupy zajęć przypisane do danego etapu studiów w trakcie całego cyklu kształcenia

Rok studiów: drugi

Semestr: trzeci

Łączna liczba punktów ECTS (w semestrze): 30/30

Łączna liczba godzin zajęć (w semestrze): 405/240

*NrP – numer identyfikacyjny zajęć lub grupy zajęć (format dowolny)

*NrP	Nazwa zajęć lub grupy zajęć	Forma zajęć – liczba godzin								Razem (liczba godzin zajęć)	Razem (punkty ECTS)	Symbole efektów uczenia się
		Wykład	Ćwiczenia	Laboratorium	Projekt	Zajęcia terenowe	Seminarium	Praktyka	Inne			
23	Wychowanie fizyczne		30/0							30/0	0/0	K_K05
	Treści programowe	Piłka siatkowa, Piłka koszykowa, Piłka nożna (sporty zespołowe). Podstawowe przepisy z zakresu wybranej dyscypliny sportu, podstawowe umiejętności techniczne z zakresu wybranej dyscypliny sportu, współpraca w: parze, grupie, zespole, zasady fair play. Trening funkcjonalny, Trening zdrowotny, Fitness/Pilates, Tenis stołowy, Tenis ziemny/Tenis plażowy, Pływanie, Siłownia (sporty indywidualne). Teoretyczne podstawy z zakresu wybranej dyscypliny, podstawowe umiejętności z zakresu techniki wykonywanych ćwiczeń, samokontrola w trakcie wykonywania zadań ruchowych, współpraca w: parach, grupach.										
24	Język obcy		30/24							30/24	2/2	K_U08, K_U11
	Treści programowe	Ćwiczenie i rozwijanie podstawowych sprawności językowych (rozumienia, mówienia, czytania i pisanie); Ćwiczenia komunikacyjne i leksykalne; Ćwiczenia kompetencji zawodowych; Język specjalistyczny w miejscu pracy; Korespondencja służbowa; Konstrukcje językowe w użyciu praktycznym; Zastosowanie słownictwa ogólnotechnicznego i specjalistycznego; Praca z tekstem specjalistycznym; Praca z materiałem audiowizualnym.										

25	Podstawy rachunkowości	15/12	30/15							45/27	5/5	K_W07, K_W11, K_U01, K_U03, K_K01
	Treści programowe	Celem przedmiotu jest nabycie przez Studentów wiedzy i umiejętności z zakresu podstaw rachunkowości poprzez: ukazanie systemu rachunkowości jako elementu systemu informacyjnego przedsiębiorstwa, zapoznanie z problematyką istoty i ewidencji aktywów i pasywów oraz problematyką kształtowania wyniku finansowego. W ramach zajęć Studenci zdobędą wiedzę teoretyczną i umiejętności w zakresie następujących obszarów tematycznych: prawne podstawy rachunkowości, identyfikacja i klasyfikacja składników aktywów i pasywów przedsiębiorstwa, ewidencjonowanie działalności przedsiębiorstwa, wynik finansowy i warianty jego ustalania.										
26	Logistyka	15/9	15/9							30/18	2/2	K_W01, K_U01, K_K01
	Treści programowe	Celem przedmiotu jest zapoznanie studentów z podstawowymi zagadnieniami z zakresu logistyki w zarządzaniu podmiotami gospodarczymi. Program zajęć ma na celu przybliżenie głównych i pomocniczych obszarów logistyki, jak również metod rozwiązywania problemów logistycznych w zarządzaniu. W ramach zajęć studenci zdobędą wiedzę na temat istoty logistyki, ze szczególnym uwzględnieniem jej kluczowych celów, zadań, funkcji oraz organizacyjnych aspektów w zarządzaniu przedsiębiorstwami. Fundamentalne znaczenie i zakres logistyki w ujęciu systemowym oraz procesów zaopatrzenia, produkcji, dystrybucji, magazynowania i transportu, stanowią kolejne zagadnienia przedstawiane studentom. Program zajęć podejmuje także problematykę uwarunkowań zarządzania łańcuchami dostaw oraz roli usługodawców logistycznych.										
27	Zarządzanie jakością i produkcją	15/12	15/12							30/24	2/2	K_W01, K_W03, K_W11, K_U01, K_U02, K_U09, K_K01, K_K05

	Treści programowe	Celem przedmiotu jest poznanie przez studenta podstawowych zagadnień z zakresu zarządzania jakością oraz zarządzania produkcją i usługami jak również wykorzystanie w praktyce wybranych metod i narzędzi zarządzania jakością i wybranych technik zarządzania produkcją. Student zaznajamia się z narzędziami i metodami zarządzania jakością, z procesem świadczenia usług, poznaje zagadnienia związane z normami, procesami specjalnymi, certyfikacją systemów jakościowych oraz jak postępować z wyrobem niezgodnym. Student poznaje model systemu produkcyjnego i jego elementy, zdobywa wiedzę z zakresu procesów produkcyjnych, cyklu produkcyjnego, produktywności oraz typów i form organizacji produkcji. Zaznajamia się z nowoczesnymi koncepcjami planowania i sterowania produkcją.										
28	Zarządzanie strategiczne	15/12			30/15					45/27	5/5	K_W01, K_W07, K_U01, K_U03, K_U05, K_U06, K_U10, K_K03, K_K05
	Treści programowe	Celem zajęć jest nabycie przez studentów wiedzy, teoretycznej i praktycznej umiejętności z zakresu analizy, planowania, implementacji i kontroli strategii realizowanych przez przedsiębiorstwa. W trakcie zajęć studenci zapoznają się z zagadnieniami zarządzania strategicznego. Nabiorą umiejętności tworzenia misji, wizji oraz wyznaczania celów strategicznych organizacji. Ponadto, studenci poznają różne rodzaje strategii oraz metody badania konkurencyjności w otoczeniu przedsiębiorstwa.										
29	E-marketing	15/12			15/12					30/24	2/2	K_W03, K_W04, K_W08, K_W09, K_W10, K_W11, K_U02, K_U03, K_U04, K_U09, K_U10, K_K04, K_K05

	Treści programowe	Celem zajęć jest prowadzenie, omówienie i przyswojenie przez studentów praktycznego wykorzystania narzędzi internetowych i mobilnych do realizacji podstawowych elementów procesu zarządzania. Treści programowe: Marketing online i marketing tradycyjny. Podstawy e-marketingu. Zarys narzędzi e-marketingu. Specyfika e-commerce i e-dystrybucja. Kreowanie produktu w Internecie. Wykorzystanie narzędzi pozycjonowania Google - SEM, SEO, AdWords, Analytics Narzędzia. Zastosowanie reklamy online. Marketing w blogosferze. Znaczenie influencer marketing. Marketing w mediach społecznościowych. Specyfika mobile marketing.										
30	Zarządzanie projektami	15/9			30/15					45/24	3/3	K_W01, K_W02, K_W07, K_W09, K_U02, K_U05, K_U07
	Treści programowe	Celem zajęć jest rozwinięcie umiejętności zarządzania projektami, w tym planowania, realizacji i oceny projektów z uwzględnieniem efektywności, ryzyka oraz zarządzania zasobami i interesariuszami. Wprowadzenie obejmuje literaturę, wymogi zaliczenia, historię i rolę projektów w organizacjach. Omawiane są cechy, rodzaje projektów, aspekty instytucjonalne i funkcjonalne zarządzania. Przedstawiane są etapy zarządzania: formowanie zespołu, inicjowanie, planowanie, realizacja, sterowanie i zakończenie. Zajęcia praktyczne obejmują diagnozę organizacji, definiowanie celów, interesariuszy, tworzenie Kart Projektów, harmonogramów, budżetów, analizę ryzyka oraz przygotowanie i prezentację projektów, zakończoną ich oceną i podsumowaniem.										
31	Prowadzenie działalności gospodarczej	15/12	30/15							45/27	4/4	K_W01, K_W05, K_W07, K_W10, K_W11, K_U01, K_U02, K_U10, K_K01

	Treści programowe	Celem przedmiotu jest przedstawienie zagadnień odnoszących się do problematyki prowadzenia działalności gospodarczej w warunkach współczesnej gospodarki rynkowej oraz nabycie przez studenta umiejętności podejmowania bieżących i strategicznych decyzji w przedsiębiorstwie. Student zapoznaje się z praktyczną wiedzą o przedsiębiorcach oraz zasadach podejmowania i prowadzenia działalności gospodarczej. Opisuje i charakteryzuje formy prowadzenia działalności gospodarczej, aspekty publiczno-prawne prowadzenia działalności a także posługuje się podstawowymi metodami i technikami rozwiązywania problemów w działalności gospodarczej. Nabywa umiejętność praktycznych wyliczeń w zakresie efektywności źródeł finansowania, opłacalności projektu biznesowego.										
32	Rozwój umiejętności personalnych	15/9	15/9							30/18	2/2	K_W07, K_U08, K_K05
	Treści programowe	Celem prowadzonych zajęć jest pogłębienie wiedzy i praktycznych umiejętności studentów z zakresu komunikacji interpersonalnej oraz rozwój umiejętności personalnych niezbędnych w pracy menedżera. Student rozszerzy i uporządkuje swoją wiedzę na temat procesu porozumiewania się ludzi (modele porozumiewania się, komunikacja niewerbalna, techniki ułatwiające aktywne słuchanie, bariery komunikacyjne po stronie nadawcy i odbiorcy komunikatu, wykorzystanie Porozumienie Bez Przemocy w miejscu pracy), nauczy się odróżniać i charakteryzować techniki wpływu społecznego, rozwinie umiejętności personalne niezbędne w przyszłej pracy oraz pogłębi wiedzę na temat asertywności.										
33	Ekonometria	15/12	30/15							45/27	3/3	K_W03, K_W04, K_W08, K_W11, K_U03, K_U04, K_U06, K_U10, K_K01, K_K03, K_K04

	Treści programowe	Celem przedmiotu jest zapoznanie studentów z estymacją i weryfikacją liniowego modelu ekonometrycznego i wykształcenie umiejętności konstrukcji tych modeli z wykorzystaniem pakietów komputerowych Gretl i Excel oraz samodzielnej interpretacji uzyskanych informacji. Zasadnicza część przedmiotu odnosi się zatem do doboru zmiennych oraz przedstawia metody prowadzenia analizy danych i interpretacji wyników. W analizie modeli nieliniowych uwagę poświęca się analizie funkcji produkcji typu Cobba –Douglasa. Ponadto podanie typów modeli wielorówaniowych pozwoli na prawidłowe określenie powiązań pomiędzy rozpatrywanymi zmiennymi. Wykorzystanie zdobytej wiedzy umożliwia prawidłowe przeprowadzenie analiz z punktu widzenia zarządzania przedsiębiorstwem.
--	--------------------------	---

Zajęcia lub grupy zajęć przypisane do danego etapu studiów w trakcie całego cyklu kształcenia

Rok studiów: drugi

Semestr: czwarty

Łączna liczba punktów ECTS (w semestrze): 30/30

Łączna liczba godzin zajęć (w semestrze): 405/237

Łączna liczba godzin zajęć: Zakres 1: 180/114

Łączna liczba godzin zajęć: Zakres 2: 180/114

Łączna liczba godzin zajęć: Zakres 3: 180/114

Łączna liczba godzin zajęć: Zakres 4: 180/114

*NrP – numer identyfikacyjny zajęć lub grupy zajęć (format dowolny)

*NrP	Nazwa zajęć lub grupy zajęć	Forma zajęć – liczba godzin								Razem (liczba godzin zajęć)	Razem (punkty ECTS)	Symbole efektów uczenia się
		Wykład	Ćwiczenia	Laboratorium	Projekt	Zajęcia terenowe	Seminarium	Praktyka	Inne			
34	Język obcy		30/24							30/24	2/2	K_U08, K_U11
	Treści programowe	Ćwiczenie i rozwijanie podstawowych sprawności językowych (rozumienia, mówienia, czytania i pisania); Ćwiczenia komunikacyjne i leksykalne; Ćwiczenia kompetencji zawodowych; Język specjalistyczny w miejscu pracy; Korespondencja służbowa; Konstrukcje językowe w użyciu praktycznym; Zastosowanie słownictwa ogólnotechnicznego i specjalistycznego; Praca z tekstem specjalistycznym; Praca z materiałem audiowizualnym.										
35	Współczesne problemy zarządzania/ Contemporary management problems	15/9	15/-							30/9	2/1	K_W01, K_W02, K_W09, K_U01, K_U10, K_K05

	Treści programowe	Przedmiot realizowany w języka angielskim. Głównymi celami przedmiotu są zapoznanie studentów z funkcjonowaniem i problemami współczesnych organizacji oraz nabycie przez studentów umiejętności rozwiązywania problemów w podstawowych obszarach funkcjonowania współczesnego przedsiębiorstwa. Student pozyska wiedzę m.in. dotyczącą diagnozy czynników sukcesu nowoczesnie zarządzanych przedsiębiorstw, problemów związanych z zarządzaniem środowiskiem wielokulturowym oraz organizacją wirtualną i inteligentną, i ogólnie problemami zarządzania, które są następstwem procesów globalizacyjnych. The main objectives of the course are to familiarize students with the functioning and problems of modern organizations and to acquire the ability to solve problems in the basic areas of functioning of a modern enterprise. The student will gain knowledge, among others, regarding the diagnosis of success factors of modernly managed enterprises, problems related to the management of a multicultural environment and a virtual and intelligent organization, and generally management problems that are a consequence of globalization processes.										
	Zarządzanie innowacjami	15/9								15/9	1/1	K_W01, K_W08, K_U01, K_K01
36	Treści programowe	Przedmiot „zarządzanie innowacjami” ma na celu zdefiniowanie nowych lub znacząco ulepszonych produktów, procesów, usług lub modeli biznesowych. Kluczowym elementem zarządzania innowacjami jest zdolność do tworzenia wartości, zarówno dla organizacji, jak i dla jej klientów. Innowacje mogą przybierać różne formy, w tym innowacje produktowe, które dotyczą nowych lub ulepszonych produktów, innowacje procesowe, które koncentrują się na poprawie efektywności operacyjnej, oraz innowacje organizacyjne, które obejmują nowe modele zarządzania i struktury organizacyjne. W obliczu rosnącej konkurencji i dynamicznych zmian, umiejętność efektywnego zarządzania innowacjami staje się niezbędna dla każdej organizacji, która pragnie utrzymać swoją pozycję na rynku i rozwijać się w przyszłości.										

37	Analiza finansowa	15/12	30/12							45/24	3/4	K_W02, K_W03, K_W05, K_W08, K_U07, K_K01
	Treści programowe	Celem przedmiotu jest przedstawienie zagadnień dotyczących analizy finansowej przedsiębiorstwa. Omawiane aspekty dotyczą analizy wstępnej oraz analizy wskaźnikowej przy wykorzystaniu elementów sprawozdania finansowego, omówienie zależności występujących między poszczególnymi grupami wskaźników, a także zagadnień dotyczących modeli dyskryminacyjnych prognozowania upadłości przedsiębiorstw. W trakcie zajęć student nabywa umiejętności kompleksowej oceny kondycji finansowej przedsiębiorstwa na podstawie sprawozdań finansowych.										
38	Badania marketingowe i analiza rynku	15/9			30/12					45/21	2/2	K_W01, K_W02, K_U01, K_U02, K_K01, K_K02
	Treści programowe	Celem przedmiotu jest zapoznanie studentów z kluczowymi zagadnieniami dotyczącymi przeprowadzania badań marketingowych a także analizy rynku. Program zajęć ma na celu ukazanie studentom po co oraz w jaki sposób przeprowadzać badania marketingowe oraz analizę rynku. Studenci nauczą się tworzyć część metodologiczną procedury badawczej. W ramach zajęć studenci również zdobędą wiedzę na temat analizy i interpretacji wyników badań. W trakcie zajęć studenci nauczą się współpracy w grupie w ramach opracowywania procedury badawczej. Ostateczny wynik pracy będzie prezentowany na forum grupy.										
39	Zarządzanie zasobami ludzkimi	30/12	15/12							45/24	2/2	K_W01, K_W03, K_W07, K_W08, K_U01, K_U06, K_K01, K_K05

	Treści programowe	Celem przedmiotu jest zapoznanie studentów z wiedzą oraz z teoretycznymi uwarunkowaniami oraz praktycznymi narzędziami zarządzania zasobami ludzkimi. Program zajęć ma na celu zapoznanie studentów z etapami procesu kadrowego i wykształcenie umiejętności skonstruowania systemu ZZL w organizacji. W ramach zajęć omówione zostaną kwestie dotyczące zatrudnienia pracownika, szkoleń, ocen, wynagrodzeń pracowniczych oraz kwestie motywacji, realizacji ścieżki kariery zawodowej i zwolnień pracowniczych w określonym klimacie organizacji. Zajęcia uwypuklają również istotę współpracy zespołowej niezbędną w realizacji procesu zarządzania zasobami ludzkimi.										
40	Seminarium dyplomowe						15/12			15/12	1/1	K_W02, K_U02, K_U06, K_U07, K_K01
	Treści programowe	Wstępna charakterystyka zagadnień podejmowanych na wybranym kierunku studiów; propozycje tematów pracy dyplomowej; określenie objętości pracy licencjackiej; nakreślenie konieczności podziału pracy na część teoretyczną i praktyczną; podanie wiążących terminów Ustalenie tematu pracy realizowanej w ramach seminarium.										
41	Praktyki zawodowe									120/120	4/4	K_W01, K_W02, K_W09, K_W11, K_U01, K_U02, K_U07, K_U08, K_U10, K_U11, K_K02, K_K03, K_K05

	Treści programowe	Celem praktyk jest zdobycie praktycznych umiejętności i doświadczenia zawodowego, pozwalających na zastosowanie wiedzy teoretycznej w rzeczywistym środowisku pracy oraz rozwój kompetencji interpersonalnych i zawodowych. W trakcie praktyk student zapoznaje się z zasadami pracy na stanowisku, w tym z przepisami BHP, tajemnicą służbową, Kodeksem Pracy oraz wewnętrznymi regulaminami organizacji. Poznaje profil działalności firmy, jej strukturę organizacyjną oraz rodzaj realizowanych działań. Analizuje podstawowe procesy gospodarcze, dostosowane do jego kierunku studiów. Identyfikuje współczesne problemy i uwarunkowania wpływające na funkcjonowanie organizacji. Aktywnie uczestniczy w zadaniach organizacji oraz rozwija umiejętności komunikacyjne i współpracę w zespole na przydzielonym stanowisku pracy.
--	--------------------------	---

Kształcenie w zakresie 1 – Zarządzanie działalnością gospodarczą – przedmioty do wyboru

*NrP	Nazwa zajęć lub grupy zajęć	Forma zajęć – liczba godzin								Razem (liczba godzin zajęć)	Razem (punkty ECTS)	Symbole efektów uczenia się
		Wykład	Ćwiczenia	Laboratorium	Projekt	Zajęcia terenowe	Seminarium	Praktyka	Inne			
42.1 Zakres 1	Specyfika prowadzenia małego przedsiębiorstwa	15/12			30/15					45/27	4/4	K_W01, K_W07, K_W10, K_W11, K_U03, K_U06, K_U08, K_K02, K_K05
	Treści programowe	Celem przedmiotu jest zapoznanie studentów z kluczowymi aspektami funkcjonowania małych przedsiębiorstw, w tym z wyzwaniem, jakie napotykają w codziennej działalności. Treści programowe obejmują: regulacje prawne, determinanty rozwoju małego przedsiębiorstwa; formy prowadzenia, źródła finansowania i możliwości wsparcia małych przedsiębiorstw, planowanie biznesowe, strategie marketingowe i sprzedażowe, budowanie sieci kontaktów i współpracy, zarządzanie ryzykiem.										

43.1 Zakres 1	Finanse i podatki w działalności gospodarczej	15/9	30/15							45/24	3/3	K_W07, K_W10, K_W11, K_U08, K_U09, K_K03
	Treści programowe	Celem przedmiotu jest zapoznanie studentów z ogólnymi problemami finansów przedsiębiorstw oraz podatkami związanymi z prowadzeniem działalności gospodarczej. W ramach zajęć studenci dowiedzą się o skutkach decyzji finansowych w przedsiębiorstwie, znaczeniu płynności, zasad jej pomiaru i narzędziach kształtowania płynności finansowej. Istotną częścią zajęć będą problemy finansowania działalności gospodarczej. W obszarze podatków omawiane będą na zajęciach podatki dochodowe i pośrednie oraz sposoby kształtowania ich wielkości.										
44.1 Zakres 1	Wdrażanie nowych produktów	15/12			15/12					30/24	2/2	K_W01, K_W02, K_W04, K_W07, K_W09, K_W10, K_U01, K_U05, K_U07, K_U09, K_U10, K_K02, K_K03, K_K04
	Treści programowe	Celem zajęć jest zdobycie wiedzy i praktycznych umiejętności w zakresie tworzenia, wdrażania i zarządzania nowymi produktami na rynku. Studenci poznają kluczowe pojęcia, klasyfikację oraz rolę produktów w strategii firmy. Omawiane są strategie rozwoju, wybór wariantów i typy strategii, a także wyzwania i trendy w obszarze innowacji. Uczestnicy uczą się wdrażania innowacji przełomowych, identyfikacji szans i barier rynkowych oraz roli komunikacji marketingowej w kreowaniu wizerunku. Praktyczne zadania obejmują analizę rynku, generowanie pomysłów, opracowanie unikalnej propozycji wartości, analizę biznesową i finansową oraz definiowanie strategii marketingowych i planowanie komercjalizacji. Zajęcia kończą się prezentacją i oceną projektów, co umożliwia rozwój umiejętności analitycznych i zespołowych.										

45.1 Zakres 1	Projekty inwestycyjne w małych i średnich przedsiębiorstwach	15/9			15/12					30/21	2/2	K_W01, K_W07, K_U01, K_U09, K_K01, K_K05
	Treści programowe	Celem przedmiotu jest nabycie przez studentów umiejętności rozumienia i swobodnego posługiwania się przedstawionymi pojęciami związanymi z projektami inwestycyjnymi, zastosowania metod oceny inwestycji rzeczowych oraz korelowania uzyskanych wniosków z systemem decyzyjnym małego i średniego przedsiębiorstwa. W ramach zajęć studenci zdobędą wiedzę na temat istoty inwestycji rzeczowych oraz zarządzania nimi, a także przygotowania i oceny opłacalności projektu inwestycyjnego. W trakcie zajęć omawiane są zagadnienia, takie jak: istota i rodzaje inwestycji; projekty inwestycyjne produkcyjne i nieprodukcyjne; źródła finansowania inwestycji; ocena efektywności inwestycji; zarządzanie inwestycjami. Efektem praktycznym zdobytej wiedzy jest opracowanie projektu dotyczącego inwestycji rzeczowych. Zajęcia projektowe odbywają się w małych grupach, co również przyczynia się do nabywania przez studentów umiejętności współpracy zespołowej w procesie zarządzania.										
46.1 Zakres 1	Orientacja przedsiębiorcza	15/9	15/9							30/18	2/2	K_W01, K_W10, K_W11, K_U01, K_U08, K_U10, K_K05
	Treści programowe	Cele przedmiotu to zapoznanie studentów z wiedzą teoretyczną dotyczącej orientacji przedsiębiorczej w naukach o zarządzaniu oraz przedstawienie wymiarów orientacji przedsiębiorczej wewnętrznej i zewnętrznej przedsiębiorstwa. Student pozna wiedzę na temat przejawów, rezultatów, technik i metod wsparcia dla orientacji przedsiębiorczych.										

Kształcenie w zakresie 2 – Zarządzanie kadrami– przedmioty do wyboru

*NrP	Nazwa zajęć lub grupy zajęć	Forma zajęć – liczba godzin								Razem (liczba godzin zajęć)	Razem (punkty ECTS)	Symbole efektów uczenia się
		Wykład	Ćwiczenia	Laboratorium	Projekt	Zajęcia terenowe	Seminarium	Praktyka	Inne			
42.2 Zakres 2	Teorie i praktyki motywacyjne w organizacji	15/12	30/15							45/27	4/4	K_W01, K_W03, K_W07, K_W08, K_W11, K_U01, K_U06, K_K01, K_K05
	Treści programowe	Celem przedmiotu jest zapoznanie studentów z wiedzą oraz z wybranymi teoriami dotyczącymi motywacji materialnej i niematerialnej pracowników w organizacji. Program zajęć ma na celu zapoznanie studentów z narzędziami, metodami i praktykami pobudzającymi zaangażowanie pracownicze oraz motywację do pracy. W ramach zajęć będą przedstawione czynniki oraz sposoby konstruowania systemu motywacji materialnej i pozamaterialnej na przykładzie określonych organizacji. Zajęcia uwypuklają również istotę współpracy zespołowej niezbędną w realizacji procesu motywacji pracowniczej.										
43.2 Zakres 2	Prawo pracy	15/9	30/15							45/24	3/3	K_W05, K_W07, K_U03, K_U06 K_K02
	Treści programowe	Celem przedmiotu jest zapoznanie studentów z wybranymi aspektami i przepisami prawa pracy. W ramach przedmiotu omówione zostaną w szczególności stosunek pracy- pojęcie, podmioty, przedmiot; rodzaje umów o pracę; ustanie umownego stosunku o pracę; prawa o obowiązki pracownika i pracodawcy; czas pracy; uprawnienia pracownika związane z rodzicielstwem; orzeczenia sądowe dotyczące prawa pracy. Planowane jest również nabywanie dobrych umiejętności komunikacji ustnej i pisemnej.										

44.2 Zakres 2	Psychologia podejmowania decyzji kierowniczych	15/9	15 /15							30/24	2/2	K_W01, K_W03, K_W11, K_U01, K_U02, K_U05, K_U07, K_K01
	Treści programowe	Celem przedmiotu jest zapoznanie studentów z zagadnieniami i problemami z zakresu podejmowania decyzji kierowniczych ze szczególnym uwzględnieniem formułowania problemu decyzyjnego i prognozowania efektów podejmowanych decyzji. Program zajęć ma służyć wykształceniu umiejętności rozumienia procesu decyzyjnego identyfikując przy tym zaangażowane procesy i schematy poznawcze, a także inne psychologiczne uwarunkowania tego procesu. W ramach zajęć studenci zdobędą wiedzę dotyczącą m.in.: wybranych modeli podejmowania decyzji, wpływu zmiennych psychologicznych na proces podejmowania decyzji kierowniczych, błędów w podejmowaniu decyzji. W trakcie zajęć studenci zdobędą umiejętności z zakresu m.in. formułowania procesu decyzyjnego z uwzględnieniem różnych warunków (ryzyka i niepewności), grupowego podejmowania decyzji czy stosowania narzędzi wspomagających podejmowanie decyzji kierowniczych.										
45.2 Zakres 2	Komputerowe wspomaganie działu personalnego			30/18						30/18	2/2	K_W02, K_W04, K_W05, K_W07, K_W11, K_U01, K_U03, K_U04, K_K05
	Treści programowe	Celem przedmiotu jest zapoznanie studentów z wdrażaniem i zakresem funkcjonowania modułów kadrowo-płacowych oraz ich obsługa. Wiedza dotycząca regulacji prawa pracy i zasad prowadzenia spraw pracowniczych przy pomocy modułu kadrowo-płacowego programu Sage Symfonia lub Optima w aspekcie zarządzania przedsiębiorstwem. Nabycie umiejętności obsługi modułu kadrowo-płacowego programu Sage Symfonia lub Optima przez wykonanie wybranych procesów we wskazanych elementach modułu kadrowo-płacowego oraz wydruki przykładowych dokumentów i raportów.										

46.2 Zakres 2	Procesy zatrudniania i wdrażania pracowników	15/9	15 /12							30/21	2/2	K_W02, K_W03, K_U03, K_U05, K_K05
	Treści programowe	Przedmiot ma na celu przygotowanie studentów do świadomego zarządzania procesami rekrutacji, selekcji i wdrażania pracowników w organizacji. W trakcie zajęć studenci zdobędą wiedzę teoretyczną oraz praktyczne umiejętności niezbędne do planowania zasobów ludzkich. Studenci nauczą się analizować procesy rekrutacji, od pozyskiwania pracowników z rynku pracy, przez selekcję, po wdrażanie nowych pracowników. Poznają funkcję employer branding w rekrutacji, znaczenie efektywnego onboardingu w ramach sposobów adaptacji społeczno-zawodowej pracownika. Zdobędą wiedzę o metodach i systemach zatrudniania, innowacjach w adaptacji i elastyczności zatrudnienia, co umożliwi dostosowanie rozwiązań kadrowych do współczesnych wyzwań rynkowych. Utrwalanie wiedzy będzie realizowane poprzez rzeczowe dyskusje prowadzone podczas zajęć.										

Kształcenie w zakresie 3 – Marketing i komunikacja rynkowa – przedmioty do wyboru

*NrP	Nazwa zajęć lub grupy zajęć	Forma zajęć – liczba godzin								Razem (liczba godzin zajęć)	Razem (punkty ECTS)	Symbole efektów uczenia się
		Wykład	Ćwiczenia	Laboratorium	Projekt	Zajęcia terenowe	Seminarium	Praktyka	Inne			
42.3 Zakres 3	Zintegrowana komunikacja marketingowa	15/12	30/15							45/27	4/4	K_W03, K_W08, K_W09, K_U01, K_U03, K_U06, K_U08, K_K01, K_K05

	Treści programowe	Celem przedmiotu jest nauczenie studentów jak spójnie integrować różne kanały i narzędzia komunikacji, tak aby strategia marketingowa przedsiębiorstwa związana z polityką komunikacji z segmentem docelowym była skuteczna. W trakcie zajęć studenci poznają podstawowe koncepcje Zintegrowanej Komunikacji Marketingowej (ZKM). Uczą się analizować przykładowe działania wybranych marek oraz analizują w jaki sposób odnoszą się one do segmentacji. Obserwacja przykładów i tworzenie na tej bazie projektów ma rozwijać kreatywność, samodzielne myślenie i umiejętność wyciągania wniosków.										
43.3 Zakres 3	Strategie marketingowe w organizacji	15/9			30/15					45/24	3/3	K_W01, K_W02, K_W05, K_W08, K_W10, K_W11, K_U01, K_U02, K_U03, K_U04, K_U05, K_U06, K_U07, K_U08, K_U09, K_U10, K_K01, K_K03, K_K04, K_K05
	Treści programowe	Zapoznanie studentów z podstawowymi pojęciami dotyczącymi strategii marketingowych. Poznanie narzędzi tworzenia strategii marketingowych. Nabycie umiejętności opracowania strategii marketingowych. Przedstawienie założeń różnych rodzajów strategii marketingowych: rynkowych, produktu, ceny, dystrybucji, komunikacji rynkowej, marketingu usług. Segmentacja rynku.										
44.3 Zakres 3	Metodyka badań rynkowych	15/9	15/12							30/21	2/2	K_W01, K_W02, K_U01, K_U02, K_K01, K_K02
	Treści programowe	Celem przedmiotu jest zapoznanie studentów z kluczowymi zagadnieniami dotyczącymi metodyki badań rynkowych. Program zajęć ma na celu ukazanie studentom po co oraz w jaki sposób przeprowadzać badania marketingowe. Studenci uczą się tworzyć część metodologiczną procedury badawczej. W ramach zajęć studenci również zdobędą wiedzę na temat analizy i interpretacji wyników badań. W trakcie zajęć studenci uczą się współpracy w grupie w ramach opracowywania procedury badawczej. Ostateczny wynik pracy										

		będzie prezentowany na forum grupy.										
45.3 Zakres 3	Psychologia marketingu	15/9	15/12							30/21	2/2	K_W01, K_W02, K_W09, K_W11, K_U01, K_U02, K_U03, K_U08, K_K01, K_K02
	Treści programowe	Głównymi celami prowadzenia zajęć są: znajomość podstawowych kategorii psychologicznych niezbędnych do opisu procesów marketingowych, nabycie umiejętności analizy psychologicznych uwarunkowań marketingu i nabycie wiedzy związanej z praktycznym zastosowaniem psychologii w działalności marketingowej. Do realizacji powyższych celów wykorzystano następujące ogólne treści: społeczne i kulturowe uwarunkowania zachowań konsumenckich, modele zachowań konsumenckich, postawy, procesy postrzegania, potrzeby, emocje i motywacja, osobowość i styl poznawczy w marketingu, proces decyzyjny, psychologiczne uwarunkowania konstruowania reklam, procesy posprzedażne, negatywne skutki oddziaływania marketingu na zachowania konsumenckie.										
46.3 Zakres 3	Zarządzanie marketingiem w sektorze MŚP	15/12			15/9					30/21	2/2	K_W01, K_W02, K_W05, K_W08, K_W10, K_W11, K_U01, K_U02, K_U03, K_U04, K_U05, K_U06, K_U07, K_U08, K_U09, K_U10, K_K01, K_K03, K_K04, K_K05

	Treści programowe	Celem zajęć jest zapoznanie studentów z podstawowymi pojęciami dotyczącymi istoty i funkcji zarządzania marketingiem. Poznanie narzędzi zarządzania marketingiem w MŚP oraz nabycie umiejętności zarządzania marketingiem w MŚP. Omówienie organizacji marketingu w przedsiębiorstwie z uwzględnieniem sektora MŚP. Cechy charakterystyczne MŚP. Funkcje organizacji marketingowej. Organizacja działań marketingowych oraz zadania specjalistów marketingu. Działania zarządcze związane marketingiem mix. Kontrola działań marketingowych.
--	--------------------------	--

Kształcenie w zakresie 4 – E- commerce – przedmioty do wyboru

*NrP	Nazwa zajęć lub grupy zajęć	Forma zajęć – liczba godzin								Razem (liczba godzin zajęć)	Razem (punkty ECTS)	Symbole efektów uczenia się
		Wykład	Ćwiczenia	Laboratorium	Projekt	Zajęcia terenowe	Seminarium	Praktyka	Inne			
	Grafika w procesach promocji produktów i usług	15/9		15/12						30/21	2/2	K_W03, K_U07, K_U08, K_K02
42.4 Zakres 4	Treści programowe	Celem przedmiotu jest opanowanie przez Studentów wiedzy z zakresu grafiki uczestniczącej w procesach promocji produktów i usług oraz na temat procesów promocji produktów i usług. Do wymagań wstępnych w zakresie wiedzy, umiejętności i innych kompetencji należy podstawowa wiedza na temat z zakresu grafiki w procesach promocji produktów i usług. W efekcie uczenia Student powinien potrafić wykorzystać zdobytą wiedzę i terminologię do rozwiązywania złożonych i nietypowych problemów pojawiających się w pracy zawodowej oraz oceniać możliwości rozwoju zawodowego podległych pracowników. Ponadto także uczestnik zajęć powinien być gotów do współorganizowania własnych inicjatyw oraz wypełniania zobowiązań społecznych i działalności na rzecz otoczenia społecznego.										

43.4 Zakres 4	Media społecznościowe w zarządzaniu marketingiem przedsiębiorstw	15/9	30/15							45/24	3/3	K_W09, K_W10, K_W11, K_U03, K_U04, K_U06, K_U10, K_K04, K_K05
	Treści programowe	Celem zajęć jest zapoznanie studentów z tematyką mediów społecznościowych w ujęciu marketingowym, narzędzi promocji w różnych mediach społecznościowych oraz narzędzi wspierających prowadzenie działań marketingowych w mediach społecznościowych. Problematyka zajęć skupia się wokół: idei i rodzajów mediów społecznościowych, zasad promocji przedsiębiorstwa w internecie, planowania, opracowywania i monitorowania kampanii w mediach społecznościowych.										
44.4 Zakres 4	Multimedia w reklamie internetowej	15/12	15/9							30/21	2/2	K_W04, K_W06, K_W08, K_W11, K_U02, K_U04, K_U06, K_U08, K_K01, K_K02
	Treści programowe	Celem przedmiotu jest zapoznanie studentów z kluczowymi zagadnieniami związanymi z multimediami oraz ich zastosowaniem w reklamie internetowej. Program zajęć obejmuje szeroki zakres tematów, które pozwalają na zrozumienie roli, funkcji oraz współczesnych trendów w dziedzinie multimedii i reklamy online. Studenci zostaną wprowadzeni w takie zagadnienia, jak edycja dźwięku, grafika, animacja, wideo marketing oraz reklama w mediach społecznościowych. Uwzględnione zostanie również zastosowanie sztucznej inteligencji w reklamie internetowej.										
45.4 Zakres 4	Bazy danych w procesach handlu elektronicznego	15/12	30/15							45/27	4/4	K_W04, K_W11, K_U02, K_U04, K_K02, K_K05

	Treści programowe	Celem przedmiotu jest zapoznanie studentów z systemami bazodanowymi mającymi zastosowanie w witrynach WWW i aplikacjach e-commerce oraz z wybranymi językami bazodanowymi stosowanymi przy tworzeniu, zarządzaniu i bezpieczeństwie danych w aplikacjach webowych. Przedmiot ma na celu wykształcenie umiejętności praktycznego zastosowania wybranego typu bazy danych. Praktyczne zastosowanie zdobytej wiedzy przewidziane jest poprzez realizację projektu bazy danych w procesach handlu elektronicznego.										
46.4 Zakres 4	Fotografia produktowa	15/12		15/9						30/21	2/2	K_W03, K_U07, K_U08, K_K02
	Treści programowe	Celem przedmiotu jest opanowanie przez Studentów wiedzy z zakresu fotografii produktowej oraz wykształcenie umiejętności jej tworzenia i edytowania. Do wymagań wstępnych w zakresie wiedzy, umiejętności i innych kompetencji należy podstawowa wiedza na temat podstawowej terminologii dotyczącej fotografii produktowej. W efekcie uczenia Student powinien potrafić wykorzystać zdobytą wiedzę i terminologię do rozwiązywania złożonych i nietypowych problemów pojawiających się w pracy zawodowej oraz oceniać możliwości rozwoju zawodowego podległych pracowników. Ponadto tenże uczestnik zajęć powinien być gotów do współorganizowania własnych inicjatyw oraz wypełniania zobowiązań społecznych i działalności na rzecz otoczenia społecznego.										

Zajęcia lub grupy zajęć przypisane do danego etapu studiów w trakcie całego cyklu kształcenia

Rok studiów: trzeci

Semestr: piąty

Łączna liczba punktów ECTS (w semestrze): 30/30

Łączna liczba godzin zajęć (w semestrze): 375/249

Łączna liczba godzin zajęć: Zakres 1: 180/114

Łączna liczba godzin zajęć: Zakres 2: 180/114

Łączna liczba godzin zajęć: Zakres 3: 180/114

Łączna liczba godzin zajęć: Zakres 4: 180/114

*NrP – numer identyfikacyjny zajęć lub grupy zajęć (format dowolny)

*NrP	Nazwa zajęć lub grupy zajęć	Forma zajęć – liczba godzin								Razem (liczba godzin zajęć)	Razem (punkty ECTS)	Symbole efektów uczenia się
		Wykład	Ćwiczenia	Laboratorium	Projekt	Zajęcia terenowe	Seminarium	Praktyka	Inne			
47	Język obcy		30/18							30/18	2/2	K_U08, K_U11
	Treści programowe	Ćwiczenie i rozwijanie podstawowych sprawności językowych (rozumienia, mówienia, czytania i pisanie); Ćwiczenia komunikacyjne i leksykalne; Ćwiczenia kompetencji zawodowych; Język specjalistyczny w miejscu pracy; Korespondencja służbowa; Konstrukcje językowe w użyciu praktycznym; Zastosowanie słownictwa ogólnotechnicznego i specjalistycznego; Praca z tekstem specjalistycznym; Praca z materiałem audiowizualnym.										
48	Ubezpieczenia	15/12			15/12					30/24	2/2	K_W07, K_U06, K_K05
	Treści programowe	Ryzyko jako podstawa dla funkcjonowania ubezpieczeń; pojęcie ubezpieczenia i podstawowa terminologia; klasyfikacja ubezpieczeń. umowy ubezpieczenia; system ubezpieczeń społecznych i zdrowotnych w Polsce; ubezpieczenia emerytalne; ubezpieczenia rentowe; ubezpieczenia chorobowe; ubezpieczenia wypadkowe; ubezpieczenia zdrowotne; ubezpieczenia gospodarcze osobowe; ubezpieczenia gospodarcze majątkowe										

49	Zarządzanie informacją i wiedzą	15/12	15/12							30/24	2/2	K_W01, K_W04, K_W08, K_W09, K_W11, K_U01, K_U04, K_U09, K_U10, K_K01, K_K05
	Treści programowe	Przedstawienie i omówienie podstawowych zagadnień związanych z zasobami informacji i wiedzy w organizacjach. Zaprezentowanie roli, cech i rodzajów informacji i wiedzy we współczesnych przedsiębiorstwach. Omówienie podstawowych koncepcji zarządzania wspierających zarządzanie informacją i wiedzą w organizacjach oraz roli nowoczesnych technologii informacyjnych i narzędzi zarządzania wiedzą we współczesnych organizacjach.										
50	Biznesplan	15/9			15/12					30/21	2/2	K_W09, K_W11, K_U03, K_U08, K_K02, K_K05
	Treści programowe	Celem zajęć jest przekazanie studentom wiedzy na temat typów biznesplanów, zasad budowy i zastosowań biznesplanów, jak również nabycie przez studentów umiejętności tworzenia biznesplanu przedsiębiorstwa. Charakterystyka zasobów ludzkich, technicznych i technologicznych przy realizacji przedsięwzięcia biznesowego. Analiza strategiczna przedsięwzięcia ze szczególnym uwzględnieniem mikro i makrootoczenia (analiza SWOT, analiza 5 sił Portera, metody scenariuszowe). Tworzenie strategii marketingowej z wykorzystaniem marketingu mix. Analiza finansowa oraz ocena efektywności przedsiębiorstwa. Błędy i kontrola w biznesplanie.										
51	Ryzyko w zarządzaniu organizacją	15/9	15/12							30/21	2/2	K_W02, K_W07, K_U09, K_K05

	Treści programowe	Celem przedmiotu jest zapoznanie studentów z pojęciami z zakresu ryzyka, z rodzajami i klasyfikacjami ryzyka towarzyszącego funkcjonowaniu organizacji, z wybranymi metodami identyfikacji ryzyka towarzyszącego funkcjonowaniu organizacji, z problematyką kultury ryzyka w organizacji. W trakcie zajęć zaprezentowany zostanie przebieg, organizacja pracy i zasady uzyskania zaliczenia. Zostaną omówione takie zagadnienia, jak pojęcie i cechy ryzyka, ryzyko a niepewność, czynniki ryzyka towarzyszącego funkcjonowaniu organizacji, apetyt na ryzyko, rodzaje i klasyfikacje ryzyka towarzyszącego funkcjonowaniu organizacji, identyfikacja ryzyka towarzyszącego funkcjonowaniu organizacji oraz wybrane jej metody, kultura ryzyka w organizacji, a także wybrane problemy zarządzania ryzykiem.										
52	Piśmiennictwo akademickie		15/12							15/12	1/1	K_W03, K_W04, K_W11, K_U02, K_U05, K_U09
	Treści programowe	Identyfikacja przedmiotu badania, formułowanie istotnych problemów badawczych, analiza szczegółowa problemu badawczego, tworzenie modeli badanego problemu, zasady konstrukcji celów pracy i stawiania hipotez oraz możliwości ich weryfikacji, modele matematyczne, statystyczne opisowe i ekonometryczne, pozyskiwanie danych wtórnych, badania pierwotne – konstrukcja kwestionariuszy, plan badań, skale pomiarowe, kodowanie, analizy przestrzenne i czasowe.										
53	Seminarium dyplomowe						30/15			30/15	4/4	K_W01, K_W07, K_U01, K_U02, K_U06, K_U08, K_K02, K_K05
	Treści programowe	Charakterystyka zagadnień podejmowanych na wybranym kierunku studiów; propozycje tematów pracy dyplomowej; określenie objętości pracy licencjackiej; nakreślenie konieczności podziału pracy na część teoretyczną i praktyczną; podanie wiążących terminów Zdefiniowanie celów badawczych Prezentacje i dyskusja nad problemami i celami badawczymi oraz zawartością pierwszego rozdziału pracy Przedstawienie techniki pisania pracy; zaprezentowanie wymagań dotyczących edycji tekstu, zakresu merytorycznego pracy Przedstawienie prostych metod ilościowych										

Kształcenie w zakresie 1 – Zarządzanie działalnością gospodarczą – przedmioty do wyboru

*NrP	Nazwa zajęć lub grupy zajęć	Forma zajęć – liczba godzin								Razem (liczba godzin zajęć)	Razem (punkty ECTS)	Symbole efektów uczenia się
		Wykład	Ćwiczenia	Laboratorium	Projekt	Zajęcia terenowe	Seminarium	Praktyka	Inne			
54.1 Zakres 1	E-business w przedsiębiorstwach	15/12	30/15							45/27	4/4	K_W01, K_W04, K_W07, K_W08, K_U01, K_U02, K_U04, K_U09, K_K01, K_K05
	Treści programowe	W ramach przedmiotu studenci poznają modele i strategie e-biznesu oraz ich zastosowanie w nowoczesnych przedsiębiorstwach. Omawiane są technologie Big Data i ich wpływ na działalność gospodarczą, narzędzia internetowe wykorzystywane w komunikacji marketingowej oraz strategie e-marketingu, takie jak content marketing, reklama natywna, storytelling, social media i marketing automation. Analizowane są funkcjonalności platform aukcyjnych, serwisów ogłoszeniowych oraz e-commerce. Przedmiot obejmuje również systemy informatyczne wspierające e-biznes oraz zastosowanie tokenizacji. Ćwiczenia obejmują formułowanie celów i strategii e-biznesu, analizę konkurencji przy użyciu SWOT, projektowanie makiet aplikacyjnych i interfejsów graficznych, opracowanie kampanii e-marketingowej oraz realizację projektów e-biznesowych w oparciu o rozwiązania open source (wybrany CMS, osCommerce).										
55.1 Zakres 1	Strategia marketingowa małego przedsiębiorstwa	15/9			30/15					45/24	4/4	K_W09, K_W11, K_U01, K_U02, K_U03, K_U04, K_U05, K_U06, K_U08, K_U09, K_K04

	Treści programowe	Celem zajęć jest zapoznanie studentów z zagadnieniami strategii marketingowych małego przedsiębiorstwa. Ponadto celem jest wskazanie miejsca marketingu w planowaniu strategicznym oraz roli strategii marketingowych w planowaniu marketingowym. Istota i znaczenie marketingu w działalności małych przedsiębiorstw, analiza zasobów przedsiębiorstwa, analiza otoczenia rynkowego. Wybór instrumentów marketingowych jako etap kończący proces definiowania strategii marketingowej. Strategie produktowe, cenowe, dystrybucji i strategie promocji.										
56.1 Zakres 1	Innowacje produktowe w biznesie	15/12	15/9							30/21	3/3	K_W01, K_W11, K_U01, K_U09, K_K01
	Treści programowe	Celem zajęć jest zapoznanie studentów z teoretyczną wiedzą dotyczącą możliwości innowacji w przedsiębiorstwie oraz zapoznanie studentów z praktycznych możliwości wprowadzania innowacyjnych produktów i usług w biznesie. Studenci poznają procesy innowacyjne, typologie innowacji oraz praktyczne zastosowanie tej wiedzy w strategii przedsiębiorstwa.										
57.1 Zakres 1	Startupy i inkubatory przedsiębiorczości	15/9	15/12							30/21	2/2	K_W09, K_W10, K_W11, K_U03, K_U04, K_U06, K_U10, K_K04, K_K05
	Treści programowe	Celem zajęć jest zapoznanie studentów z tematyką przedsiębiorczości, wykształcenie umiejętności kreatywnego myślenia i szukania rozwiązań oraz nabycie umiejętności pracy w zespole. Tematyka wykładów obejmuje: istotę startupów i uwarunkowania ich rozwoju – organizacyjne, prawne i finansowe, wykorzystanie wsparcia inkubatorów przedsiębiorczości oraz zasady budowanie modeli biznesowych, problematykę pozyskania inwestora oraz umiejętność zaprezentowania założeń startupa.										
58.1 Zakres 1	Kształtowanie kompetencji menedżerskich	15/9	15/12							30/21	2/2	K_W01, K_W03, K_W08, K_W09, K_W11, K_U05, K_U07, K_U08, K_K01, K_K05

	Treści programowe	Celem przedmiotu jest zapoznanie studentów z teoretycznymi koncepcjami zarządzania kompetencjami menedżerskimi oraz ukazanie praktycznych aspektów kształtowania tych kompetencji w kontekście przygotowania studentów do uruchomienia i prowadzenia konkurencyjnej firmy. Program zajęć koncentruje się na identyfikacji i analizie głównych problemów dotyczących tworzenia modeli kompetencji menedżerskich oraz profili kompetencyjnych jak i charakterystyce głównych sposobów rozwoju tychże kompetencji. Zajęcia podkreślają znaczenie właściwego zaplanowania ścieżki rozwoju kluczowych kompetencji menedżerskich.
--	--------------------------	---

Kształcenie w zakresie 2 – Zarządzanie kadrami– przedmioty do wyboru

*NrP	Nazwa zajęć lub grupy zajęć	Forma zajęć – liczba godzin								Razem (liczba godzin zajęć)	Razem (punkty ECTS)	Symbole efektów uczenia się
		Wykład	Ćwiczenia	Laboratorium	Projekt	Zajęcia terenowe	Seminarium	Praktyka	Inne			
54.2 Zakres 2	Organizacja i zadania działu personalnego	15/12	30/15							45/27	4/4	K_W02, K_W05, K_W07, K_U02, K_U09, K_K05
	Treści programowe	Celem przedmiotu jest zapoznanie studentów z zasadami systemu prawa pracy i wykształcenie umiejętności posługiwania się przepisami z zakresu prawa pracy również w odniesieniu do funkcjonowania działu personalnego w organizacji. W trakcie zajęć student nabywa wiedzę na temat zadań realizowanych przez dział personalny ze uwzględnieniem specyfiki organizacji np. w zakresie branży, struktury, fazy rozwoju w zakresie wymagań prawa pracy ogólnokrajowego oraz wewnątrzzorganizacyjnych regulacji prawa pracy. Na zajęciach analizowane są różnorodne praktyki organizacyjne w omawianym zakresie oraz analizy przypadków kadrowych.										
55.2	Analiza kosztów pracy	15/9	30/15							45/24	4/4	K_W02, K_W03, K_W05, K_W06,

Zakres 2												K_W07, K_W11, K_U01, K_U03, K_U04, K_U05, K_U09, K_K01, K_K05
	Treści programowe	Celem zajęć jest przekazanie studentom wiedzy z zakresu istoty i podstaw prawnych wynagrodzeń, zapoznanie z zasadami naliczania i ewidencji wynagrodzeń oraz elementami składowymi kosztów pracy. Wiedza dotycząca istoty i podstaw prawnych systemu wynagrodzeń oraz identyfikacji i charakteryzowania elementów kosztów pracy i wynagrodzeń. Umiejętność naliczania wynagrodzenia wg obowiązujących podstaw prawnych oraz ujęcia kosztów wynagrodzeń w ewidencji przedsiębiorstwa i zastosowania mierników efektywności tych kosztów.										
56.2 Zakres 2	Zarządzanie talentami w organizacji	15/9	15/12							30/21	3/3	K_W01, K_W03, K_W07, K_W08, K_W09, K_W10, K_W11, K_U01, K_U02, K_U03, K_U04, K_U05, K_U06, K_U07, K_U08, K_U09, K_U10, K_K01, K_K02, K_K03, K_K04, K_K05
	Treści programowe	Celem przedmiotu jest zapoznanie studentów z wiedzą na temat zarządzania talentami oraz jego znaczenia dla funkcjonowania i rozwoju organizacji w długim czasie. Obejmuje zagadnienia dotyczące roli utalentowanych pracowników we współczesnych organizacjach i gospodarce opartej na wiedzy, ich mobilności, pozyskiwania, utrzymywania w organizacji oraz motywowania i rozwoju. Studenci zdobywają również wiedzę na temat kreowania kariery pracowniczej w oparciu o zarządzanie talentami. Praktyczne zastosowanie zdobytej wiedzy przewiduje nabycie umiejętności z zakresu: świadomego budowania własnej kariery zawodowej oraz poznawania i rozwijania własnego rozwoju, dla których wykorzystają wiedzę dotyczącą zarządzania talentami.										
57.2	Automatyzacja	15/9	15/12							30/21	2/2	K_W03, K_W04, K_U02, K_U04,

Zakres 2	i digitalizacja procesów personalnych											K_U08, K_K05
	Treści programowe	Celem przedmiotu jest zapoznanie studentów z podstawami teoretycznymi oraz metodami usprawniania procesów personalnych, realizowanych w organizacjach, poprzez ich automatyzację i cyfryzację. W trakcie zajęć przedstawione zostaną nowoczesne technologie stosowane w rekrutacji i selekcji, nauce i rozwoju pracowników, employee journey oraz zaangażowaniu i well-being w miejscu pracy. Praktyczne zastosowanie zdobytej wiedzy przewidziane jest poprzez opracowanie projektu, którego przedmiotem będzie budowa bazy wiedzy systemu ekspertowego wspomagającego proces zatrudnienia w organizacji.										
58.2 Zakres 2	Komunikacja interpersonalna w organizacji	15/12	15/9							30/21	2/2	K_W01, K_U09, K_K05
	Treści programowe	Kurs koncentruje się na komunikacji interpersonalnej w organizacjach, kładąc nacisk na jej rolę w zarządzaniu ludźmi. Studenci zdobywają wiedzę na temat procesów komunikacyjnych, modeli komunikacji, różnych jej typów i technik. Omówione są werbalne, jak i niewerbalne aspekty komunikacji, identyfikowanie barier w komunikacji, w tym te związane z różnicami kulturowymi oraz konfliktami. Studenci uczą się rozwiązywać problemy komunikacyjne, stosując nowoczesne narzędzia i techniki. Istotnym elementem kursu są zagadnienia związane z komunikowaniem się w sytuacjach formalnych, takich jak wystąpienia publiczne. Dodatkowo, omawiane są metody wywierania wpływu w komunikacji. Kurs przygotowuje studentów do efektywnej komunikacji w różnych kontekstach organizacyjnych.										

Kształcenie w zakresie 3 – Marketing i komunikacja rynkowa – przedmioty do wyboru

*NrP	Nazwa zajęć lub grupy zajęć	Forma zajęć – liczba godzin								Razem (liczba godzin zajęć)	Razem (punkty ECTS)	Symbole efektów uczenia się
		Wykład	Ćwiczenia	Laboratorium	Projekt	Zajęcia terenowe	Seminarium	Praktyka	Inne			
54.3 Zakres 3	Zachowania konsumentów na rynku	15/12			30/15					45/27	4/4	K_W03, K_W08, K_W09, K_U01, K_U03, K_U06, K_U08, K_K01, K_K05
	Treści programowe	Celem przedmiotu jest zapoznanie studentów z zagadnieniami związanymi z zachowaniami rynkowymi konsumentów. Znajomość tych zagadnień jest podstawą do umiejętności analizy zmiennych mogących wpływać na podejmowanie decyzji oraz na przebieg procesu decyzyjnego. Obecnie konsument przetwarza każdego dnia bardzo dużą ilość informacji; w tym tych związanych z ofertami przedsiębiorstw. Studenci uczą się analizować proces decyzyjny oraz determinanty podejmowania decyzji. Zapoznają się z problematyką kształtowania potrzeb i ich hierarchiczności. Poznają także znaczenie badań rynkowych w odniesieniu do analiz zmian zachodzących w zachowaniach rynkowych konsumentów oraz uczą się przeprowadzać samodzielne badanie.										
55.3 Zakres 3	Nowoczesne koncepcje marketingu	15/9			30/15					45/24	4/4	K_W01, K_W04, K_W08, K_U02, K_U03, K_U06, K_U08, K_U10, K_K01, K_K05

	Treści programowe	Celem zajęć jest przekazanie studentom wiedzy na temat ewolucji marketingu i jego nowoczesnych koncepcji, zapoznanie studentów z najpopularniejszymi strategiami i narzędziami nowoczesnego marketingu oraz rozwijanie u studentów umiejętności stosowania w praktyce nowoczesnych praktyk marketingowych, w tym modelu 4E, wielokanałowej komunikacji marketingowej, nowych mediów i technologii cyfrowych, neuromarketingu, nowoczesnych form i środków budowania relacji z klientem, marketingu angażującego w życie marki oraz narzędzi i form marketingu rekomendacji.										
56.3 Zakres 3	Analizy rynkowe	15/9	15/12							30/21	3/3	K_W01, K_W02, K_W04, K_W06, K_W08, K_W09, K_W10, K_W11, K_U01, K_U02, K_U03, K_U04, K_U05, K_U10, K_K01, K_K02, K_K05
	Treści programowe	Celem przedmiotu jest zapoznanie studentów z praktycznymi metodami analizy rynkowej. W ramach zajęć studenci zdobędą wiedzę na temat etapów badania symulacyjnego oraz zastosowania symulacji i prognozy w procesie podejmowania decyzji. Praktyczne zastosowanie zdobytej wiedzy przewidziane jest poprzez wykorzystywanie nowoczesnych narzędzi informatycznych do analizy, prezentacji danych rynkowych i interpretacji otrzymanych wyników badań.										
57.3 Zakres 3	Marketing internetowy i mobilny	15/9	15/12							30/21	2/2	K_W03, K_W04, K_W08, K_W09, K_W10, K_W11, K_U02, K_U03, K_U04, K_U09, K_U10, K_K02, K_K04, K_K05

	Treści programowe	Celem przedmiotu jest przedstawienie i omówienie podstawowych czynników wpływających na marketing internetowy i mobilny oraz praktyczne zastosowanie form marketingu internetowego i mobilnego. Przedmiot obejmuje takie treści jak: Marketing online i marketing tradycyjny. Podstawy marketingu urządzeń mobilnych. Zarys narzędzi marketingowych w Internecie i na urządzeniach mobilnych. Specyfika marketingu mobilnego. Kreowanie produktu w Internecie. Wykorzystanie narzędzi AI. Zastosowanie reklamy online. Marketing w mediach społecznościowych. Narzędzia marketingu mobilnego.										
58.3 Zakres 3	Wybrane aspekty prawne marketingu	15/12	15/9							30/21	2/2	K_W05, K_W06, K_W07, K_U01, K_U02, K_K01
	Treści programowe	Celem przedmiotu jest zapoznanie studentów z wybranymi aspektami prawnymi marketingu. W ramach przedmiotu omówione zostaną w szczególności zawieranie umów w prawie cywilnym w odniesieniu do marketingu; Nieuczciwa reklama i praktyki w marketingu i odpowiedzialność odszkodowawcza; Prawo autorskie i znaki towarowe w działalności reklamowej; Ochrona danych osobowych w marketingu. Podstawa prawna przetwarzania danych osobowych. Dane wrażliwe; Sponsoring w radiu i telewizji, internecie. Prawne relacje- sponsor-sponsorowany. Planowane jest również nabywanie dobrych umiejętności komunikacji ustnej i pisemnej.										

Kształcenie w zakresie 4 – E- commerce – przedmioty do wyboru

*NrP	Nazwa zajęć lub grupy zajęć	Forma zajęć – liczba godzin								Razem (liczba godzin zajęć)	Razem (punkty ECTS)	Symbole efektów uczenia się
		Wykład	Ćwiczenia	Laboratorium	Projekt	Zajęcia terenowe	Seminarium	Praktyka	Inne			
54.4 Zakres 4	Podstawy tworzenia i obsługi sklepów internetowych	15/9		30/15						45/24	4/4	K_W04, K_W08, K_W09, K_W10, K_W11, K_U01, K_U03, K_U04, K_U10, K_K01, K_K05

	Treści programowe	Przedstawienie i omówienie podstawowych zagadnień związanych z projektowaniem, budową i obsługą sklepów internetowych. Zapoznanie studentów z praktycznymi możliwościami założenia e-sklepu, od określenia potrzeb do zaprojektowania i obsługi sklepu internetowego. Specyfika biznesu w Internecie. Modele biznesowe, platformy i aplikacje e-sklepów. Opracowanie koncepcji, wymagań i strategii dotyczących stworzenia sklepu internetowego. Projektowanie sklepu internetowego.										
55.4 Zakres 4	Zarządzanie relacjami z klientami w oparciu o systemy klasy CRM	15/9		15/12						30/21	2/2	K_W01, K_W02, K_W03, K_U01, K_U03, K_U04, K_U06, K_U10, K_K01, K_K02, K_K03
	Treści programowe	Celem przedmiotu jest zapoznanie studentów z zasadami i narzędziami zarządzania relacjami z klientami w oparciu o systemy klasy CRM. Zajęcia mają na celu przedstawienie kluczowych strategii budowania i utrzymywania relacji z klientami przy wykorzystaniu nowoczesnych technologii informatycznych, ze szczególnym uwzględnieniem automatyzacji procesów oraz analizy danych. Studenci poznają praktyczne zastosowanie systemów CRM poprzez analizę przypadków oraz realizację zadań związanych z zarządzaniem bazami klientów, budowaniem strategii retencyjnych i projektowaniem kampanii marketingowych, rozwijając umiejętności pracy zespołowej i podejmowania decyzji w oparciu o dostępne dane oraz narzędzia analityczne.										
56.4 Zakres 4	Narzędzia informatyczne i oprogramowanie e-commerce	15/9	15/12							30/21	3/3	K_W01, K_W02, K_W03, K_W04, K_W08, K_W09, K_W11, K_U01, K_U03, K_U04, K_U06, K_U09, K_U10, K_K01, K_K03, K_K05

	Treści programowe	Celem przedmiotu jest zapoznanie studentów z nowoczesnymi rozwiązaniami informatycznymi i modelami oprogramowania wykorzystywanymi w e-commerce. Studenci zdobędą wiedzę na temat narzędzi wspierających sprzedaż internetową, różnych modeli oprogramowania sklepów internetowych oraz metod zakładania i zarządzania własnym e-sklepem. Studenci zdobędą umiejętności w zakresie definiowania i modyfikowania produktów, zarządzania promocjami, przygotowywania newsletterów oraz analizy danych internetowych w celu optymalizacji działalności e-sklepu. Zajęcia ukierunkowane są na rozwój praktycznych kompetencji niezbędnych do samodzielnego prowadzenia sklepu internetowego i wykorzystania narzędzi informatycznych w biznesie online.										
57.4 Zakres 4	Systemy CMS w e-commerce	15/12	30/15							45/27	4/4	K_W04, K_W11, K_U04, K_K05
	Treści programowe	Celem przedmiotu jest zapoznanie studentów z rodzajami współczesnych rozwiązań CMS do tworzenia platform sprzedażowych, zasadami wykorzystywania platform CMS oraz tworzeniem platformy sprzedażowej w wybranym systemie CMS. W części wykładowej poruszana jest tematyka związana z systemami zarządzania treścią umożliwiającymi tworzenie platform sprzedażowych. Omówione są możliwości poszczególnych systemów CMS w kontekście wykorzystania ich w platformach sprzedażowych oraz poruszone są zagadnienia dotyczące przyszłości systemów CMS w e-commerce. W części ćwiczeniowej studenci zapoznają się z jednym z systemów CMS i realizują własny projekt sklepu internetowego.										
58.4 Zakres 4	Narzędzia w chmurze obliczeniowej wspierające e-commerce	15/9	15/12							30/21	2/2	K_W04, K_W08, K_W10, K_U01, K_U04, K_K05
	Treści programowe	Celem zajęć jest zapoznanie studentów z możliwościami narzędzi IT wspierających e-commerce w chmurze obliczeniowej oraz omówienie i praktyczne wykorzystanie narzędzi IT dostępnych w chmurze obliczeniowej wspomagających działalność e-commerce. Wprowadzenie do gospodarki cyfrowej, E-commerce – geneza,										

		rozwój, cele i założenia, Typy i modele, rodzaje platform e-commerce, Korzyści i ograniczenia e-commerce, Rynek e-commerce w Polsce i na świecie, Warunki sukcesu w e-commerce, Kluczowe elementy modelu biznesowego w działalności e-commerce, Trendy w e-commerce, Istota i znaczenie chmury obliczeniowej, Rynek usług chmury obliczeniowej, Podstawowe narzędzia wspierające e-commerce dostępne w modelu chmury. Uwarunkowania zastosowania narzędzi IT dostępnych w chmurze obliczeniowej do wspierania działalności e-commerce, Prezentacja przypadków realizacji działalności e-commerce na bazie rozwiązań Cloud Computing, Bezpieczeństwo i ochrona danych w systemach e-commerce. Etapy implementacji działalności e-commerce. Oferta narzędzi wspierających e-commerce dostępnych w chmurze obliczeniowej. Uruchamianie działalności e-commerce w chmurze obliczeniowej. Planowanie i organizacja wybranej działalności e-commerce w chmurze obliczeniowej. Implementacja ustalonej działalności e-commerce w chmurze obliczeniowej. Analiza i ocena wybranej działalności e-commerce w chmurze obliczeniowej. Doskonalenie wybranej działalności e-commerce w chmurze obliczeniowej.
--	--	--

Zajęcia lub grupy zajęć przypisane do danego etapu studiów w trakcie całego cyklu kształcenia

Rok studiów: trzeci

Semestr: szósty

Łączna liczba punktów ECTS (w semestrze): 30/30

Łączna liczba godzin zajęć (w semestrze): 315/156

Łączna liczba godzin zajęć: Zakres 1: 180/108

Łączna liczba godzin zajęć: Zakres 2: 180/108

Łączna liczba godzin zajęć: Zakres 3: 180/108

Łączna liczba godzin zajęć: Zakres 4: 180/108

*NrP – numer identyfikacyjny zajęć lub grupy zajęć (format dowolny)

*NrP	Nazwa zajęć lub grupy zajęć	Forma zajęć – liczba godzin								Razem (liczba godzin zajęć)	Razem (punkty ECTS)	Symbole efektów uczenia się
		Wykład	Ćwiczenia	Laboratorium	Projekt	Zajęcia terenowe	Seminarium	Praktyka	Inne			
59	Technologie informacyjno-komunikacyjne w małych przedsiębiorstwach/ ICT in small business	15/9	30/0							45/9	4/2	K_W04, K_W06 K_W08, K_W11, K_U01, K_U02, K_U04, K_U08, K_K03
	Treści programowe	Przedmiot realizowany w języku angielskim. Celem jest zapoznanie studentów z podstawowymi pojęciami zarządzania informacją z wykorzystaniem ICT, rozwiązań ICT i narzędzi wspomagających funkcjonowanie małych i średnich przedsiębiorstw. Ponadto studenci zostaną nauczeni, jak wykorzystywać rozwiązania ICT i narzędzia w prowadzeniu małych i średnich przedsiębiorstw. Treść kursu obejmuje podstawowe pojęcia informacji, danych, wiedzy, a następnie										

		praktyczne zastosowanie technologii informatycznych w małych przedsiębiorstwach z wykorzystaniem wybranego oprogramowania wykorzystywanego w małych przedsiębiorstwach. Ponadto studentom przedstawiane są takie pojęcia, jak przetwarzanie w chmurze, wykorzystanie baz danych oraz zasady ochrony danych i informacji w przedsiębiorstwach. The goal is to make students acquainted with basic notions of information management with the use of ICT, ICT solutions and tools supporting the functioning of small and medium-sized enterprises. Additionally, the students will be taught how to utilise the ICT solutions and tools in running small and medium-sized enterprises. The course content includes basic concepts of information, data, knowledge, followed by practical application of information technologies in small business using selected software utilised in Small Business. In addition, such concepts as cloud computing, use of databases and principles of data and information protection in enterprises are presented to the students.										
60	Teamworking	15/-	15/12							30/12	2/2	K_W02, K_W03, K_U02, K_U07, K_U08, K_K04, K_K05
	Treści programowe	Celami prowadzenia zajęć będzie: zapoznanie studentów z problematyką teamworkingu uwzględniającą nowe formy pracy, w tym pracy zdalnej, a także wyjaśnienie zjawisk i procesów społecznych zachodzących w zespołach zadaniowych, ich uwarunkowań oraz skutków. W ramach zajęć studenci będą opanowywać wiedzę na temat szeregu uwarunkowań pracy zespołowej (czynników psychoewolucyjnych, strukturalnych, sytuacyjnych), formalnych i nieformalnych sposobów kreowania się zespołów pracowniczych, ról przywódczych w grupach zadaniowych, roli emocji w kreowaniu więzi społecznych, teamworkingu w środowisku wirtualnym oraz pomiaru efektywności pracy zespołowej.										

61	Zarządzanie zmianą	15/9								15/9	1/1	K_W01, K_W02, K_W03, K_W08, K_W09, K_W11, K_U01, K_U02, K_U03, K_U06, K_U07, K_U09, K_U10, K_K01, K_K02, K_K03, K_K04, K_K05
	Treści programowe	W ramach przedmiotu studenci zapoznają się z pojęciem i rodzajami zmian w organizacji. Omówione zostaną metody oceny konieczności, gotowości i skuteczności wprowadzania zmian, a także ich utrwalania. Przedstawione zostaną strategię oraz modele wprowadzania zmian. W ramach przedmiotu studenci powinni nabyć umiejętności komunikacji i reakcji na opór przed zmianami, tym samym wykształcając u siebie postawy liderskie.										
62	Seminarium dyplomowe						45/18			45/18	6/8	K_W01, K_U06, K_U10, K_K01, K_K05
	Treści programowe	Nakreślenie charakteru części badawczej pracy; omówienie dostępności danych mogących stanowić przedmiot badań (zwrócenie uwagi na ogólnodostępność pewnych informacji oraz na ochronę danych poufnych). Ustalenie układu rozdziałów części empirycznej pracy Omówienie metod badawczych, obejmujących m.in.: analizę dokumentów źródłowych, badania ankietowe Przedstawienie prostych metod ilościowych Omówienie metod prezentacji danych (m.in. wskaźniki struktury, dynamiki); wizualizacja danych; elementy i zasady prezentacji danych w postaci tabel, wykresów, rysunków, schematów Omówienie uwag do złożonych rozdziałów i zapoznanie studenta z przebiegiem obrony pracy dyplomowej Redagowanie wstępu i zakończenia pracy										

Kształcenie w zakresie 1 – Zarządzanie działalnością gospodarczą – przedmioty do wyboru

*NrP	Nazwa zajęć lub grupy zajęć	Forma zajęć – liczba godzin								Razem (liczba godzin zajęć)	Razem (punkty ECTS)	Symbole efektów uczenia się
		Wykład	Ćwiczenia	Laboratorium	Projekt	Zajęcia	Seminarium	Praktyka	Inne			
63.1 Zakres 1	Strategie konkurowania w małym przedsiębiorstwie	15/12			30/12					45/24	4/4	K_W01, K_W07, K_U01, K_U03, K_U05, K_U06, K_U10, K_K03, K_K05
	Treści programowe	Celem zajęć jest przekazanie studentom wiedzy teoretycznej oraz praktycznych umiejętności niezbędnych do projektowania i wdrażania strategii konkurowania w małych firmach. Podczas zajęć studenci zapoznają się z istotą konkurencyjności i jej znaczeniem we współczesnej gospodarce, poznając kluczowe pojęcia, takie jak konkurowanie i przewaga konkurencyjna. Szczególny nacisk zostanie położony na analizę potencjału konkurencyjnego oraz identyfikację źródeł przewagi rynkowej. Zajęcia obejmują także omówienie instrumentów konkurowania, w tym elementów marketingu-mix, oraz tradycyjnych strategii, takich jak teoretyczne modele Ansoffa, Model 5-ciu sił Portera). Istotą zajęć będzie analiza strategiczna małych firm, uwzględniająca zarówno podejścia klasyczne, jak i współczesne, w celu zaprojektowania strategii dostosowanej do ich specyficznych potrzeb i możliwości.										
64.1 Zakres 1	Budowa projektu rozwojowego	15/12			30/12					45/24	4/4	K_W01, K_W02, K_W03, K_W04, K_W08, K_W10, K_U02, K_U05, K_U07, K_U09, K_U10, K_K02, K_K03, K_K04

	Treści programowe	Celem przedmiotu jest rozwinięcie umiejętności zarządzania projektami badawczo-rozwojowymi, w tym planowania, realizacji, analizy ryzyka, wdrożenia i komercjalizacji wyników z wykorzystaniem narzędzi takich jak PMBOK, PRINCE2 i Agile. Studenci poznają charakterystykę projektów, źródła innowacji, politykę innowacyjną oraz społeczną odpowiedzialność biznesu. W części praktycznej pracują w zespołach nad analizą potrzeb organizacji, definiowaniem i realizacją projektów, harmonogramowaniem, zarządzaniem zasobami, budową zespołów i komunikacją. Praktyka obejmuje także ocenę wyników i ich komercjalizację. Na zakończenie studenci podsumowują i omawiają swoje projekty.										
65.1 Zakres 1	Organizacja pracy w małym przedsiębiorstwie	15/9	15/9							30/18	3/3	K_W01, K_W03, K_W08, K_W09, K_W11, K_U05, K_U07, K_U08, K_K01, K_K05
	Treści programowe	Celem przedmiotu jest zapoznanie studentów z zasadami organizacji pracy w małym przedsiębiorstwie oraz ukazanie praktycznych aspektów organizacji pracy w kontekście przygotowania studentów do uruchomienia i prowadzenia konkurencyjnej firmy. Program zajęć koncentruje się na identyfikacji i analizie głównych problemów dotyczących uwarunkowań organizacji pracy oraz organizacji przyjaznego miejsca pracy w małej firmie. W ramach zajęć studenci zdobywają wiedzę na temat implementacji elastycznych form organizacji pracy. Zajęcia podkreślają znaczenie efektywności procesów pracy w funkcjonowaniu małego przedsiębiorstwa.										
66.1 Zakres 1	Zarządzanie sprzedażą	15/9	15/12							30/21	3/3	K_W01, K_W02, K_W03, K_W04, K_U01, K_U02, K_U03, K_U05, K_K01, K_K02, K_K03, K_K04
	Treści programowe	Student posiada wiedzę na temat podstaw zarządzania organizacją zajmującą się sprzedażą, ma wiedzę na temat branż gospodarki i sposobów handlu w nich, posiada ogólną wiedzę co do wykorzystania współczesnych narzędzi w sprzedaży.										

67.1 Zakres 1	Rozliczenia międzynarodowe przedsiębiorstw	15/9	15/1 2							30/21	3/3	K_W03, K_W05, K_W07, K_W09, K_W11, K_U01, K_U02, K_U07, K_U09, K_K01, K_K05
	Treści programowe	Celem przedmiotu jest zapoznanie studentów z zasadami rozliczeń międzynarodowych oraz przekazanie wiedzy na temat form i sposobów tych rozliczeń. W ramach zajęć studenci zdobędą wiedzę odnośnie rodzajów i przebiegu transakcji finansowych w handlu międzynarodowym. Omówione zostaną zagadnienia dotyczące istoty i form ryzyka kursowego, a także przedstawione wybrane techniki zabezpieczenia przed ryzykiem kursowym. Przeprowadzona zostanie analiza nieuwarunkowanych i uwarunkowanych sposobów zapłaty w handlu międzynarodowym. Studenci zapoznają się także z podstawowymi dokumentami finansowymi oraz zasadami i formami ewidencji w transakcjach międzynarodowych.										

Kształcenie w zakresie 2 – Zarządzanie kadrami– przedmioty do wyboru

*NrP	Nazwa zajęć lub grupy zajęć	Forma zajęć – liczba godzin								Razem (liczba godzin zajęć)	Razem (punkty ECTS)	Symbole efektów uczenia się
		Wykład	Ćwiczenia	Laboratorium	Projekt	Zajęcia terenowe	Seminarium	Praktyka	Inne			
63.2 Zakres 2	Systemy ocen pracowniczych	15/12	30/12							45/24	4/4	K_W01, K_W05, K_W11, K_U03, K_U07, K_U09, K_K01, K_K03, K_K05
	Treści programowe	Celem przedmiotu jest zapoznanie studentów z podstawowymi zasadami, metodami i technikami stosowanymi w ocenach pracowniczych oraz omówienie procesu oceniania i budowy arkuszy ocen pracowniczych. Program zajęć ma na celu zapoznanie z podstawowymi terminami dotyczącymi istoty oceniania pracowników. W ramach zajęć studenci zdobędą wiedzę na temat kształtowania systemów ocen w zarządzaniu personelem. W trakcie zajęć omówione zostaną cele, funkcje, zasady, kryteria i narzędzia ocen pracowniczych. Praktyczne zastosowanie zdobytej wiedzy przewidziane jest poprzez analizę i opracowanie arkuszy oceny pracowniczej.										
64.2 Zakres 2	Nowoczesne systemy płacowe	15/12	30/12							45/24	4/4	K_W03, K_W08, K_U07, K_U09 K_K01, K_K05
	Treści programowe	Celem przedmiotu jest przekazanie studentom wiedzy dotyczącej podstawowych zagadnień z zakresu problemów płacowych oraz zapoznanie ich z teoretycznymi i praktycznymi aspektami kształtowania nowoczesnych systemów płac. Na zajęciach kształtowana jest umiejętność wykorzystywania wiedzy teoretycznej na temat płac, spostrzegania i obserwacji efektywności systemów płacowych oraz przekazywana wiedza dotycząca determinant oraz zasady kształtowania strategii wynagrodzeń w organizacji. W trakcie zajęć student pozna sposoby identyfikowania zadania z zakresu płac realizowane										

		przez dział personalny.										
65.2 Zakres 2	Employer Branding	15/9	15/12							30/21	3/3	K_W01, K_W02, K_W04, K_W05, K_W08, K_U01, K_U02, K_U03, K_U04, K_U06, K_U07, K_U09, K_K01, K_K03, K_K05
	Treści programowe	Celem przedmiotu jest zapoznanie studentów z zasadami Employer Brandingu oraz elementami kształtującymi wizerunek pracodawcy. W ramach zajęć studenci poznają korzyści EB, uczą się identyfikować elementy oferty pracodawcy wykorzystywane w EB, analizować zmiany w otoczeniu organizacji wpływające na EB, rozpoznawać najnowsze trendy w zakresie praktyk EB oraz dokonywać oceny skuteczności Employer Brandingu organizacji.										
66.2 Zakres 2	Zachowania proefektywnościowe w organizacji	15/9	15/12							30/21	3/3	K_W01, K_U01, K_K05
	Treści programowe	Celem przedmiotu jest zapoznanie studentów z problematyką efektywności i produktywności w kontekście zachowań organizacyjnych oraz zapoznanie z problematyką zachowań kontrproduktywnych. W ramach przedmiotu omawiane będą również takie tematy jak: humanistyczne podejście do zarządzania, koncepcja człowieka a zarządzanie ludźmi, zachowania obywatelskie w organizacji, klimat organizacyjny a zachowania proefektywnościowe, przywództwo służebne, norma w organizacji, morale zespołów pracowniczych, zaangażowanie pracowników w organizacji, style kierowania a efektywność zespołu pracowniczego.										
67.2 Zakres 2	Controlling personalny	15/9	15/9							30/18	3/3	K_W03, K_W07, K_W09, K_U01, K_U02, K_U04, K_U09, K_K01, K_K05

	Treści programowe	Celem przedmiotu jest zapoznanie studentów z ideą controllingu personalnego oraz miernikami wykorzystywanymi w controllingu personalnym. W trakcie uczestnictwa w zajęciach studenci poznają narzędzia controllingu wykorzystywane w jakościowej i ilościowej analizie kapitału ludzkiego oraz w poszczególnych procesach zarządzania zasobami ludzkimi w organizacjach
--	--------------------------	---

Kształcenie w zakresie 3 – Marketing i komunikacja rynkowa – przedmioty do wyboru

*NrP	Nazwa zajęć lub grupy zajęć	Forma zajęć – liczba godzin								Razem (liczba godzin zajęć)	Razem (punkty ECTS)	Symbole efektów uczenia się
		Wykład	Ćwiczenia	Laboratorium	Projekt	Zajęcia terenowe	Seminarium	Praktyka	Inne			
	Zarządzanie marką w organizacji	15/12			30/12					45/24	4/4	K_W01, K_W02, K_U01, K_U02, K_K01, K_K02
63.3 Zakres 3	Treści programowe	Celem przedmiotu jest zapoznanie studentów z istotą zarządzania marketingowego w organizacji ze szczególnym uwzględnieniem zagadnień dotyczących zarządzania marką w organizacji. Studenci poznają pojęcia związane z marką a program zajęć ma na celu ukazanie po co oraz w jaki sposób zarządzać marką. W trakcie zajęć studenci nauczą się współpracy w grupie w ramach opracowywania strategii marki. Ostateczny wynik prac studentów będzie prezentowany na forum grupy.										
64.3 Zakres 3	Pozycjonowanie stron i internetowe kampanie marketingowe	15/9			30/12					45/21	3/3	K_W04, K_U04, K_K05

	Treści programowe	Celem zajęć jest zapoznanie studentów z istotą i narzędziami pozycjonowania stron internetowych oraz zasadami i narzędziami tworzenia kampanii marketingowych. Treści programowe dotyczą funkcjonowania sieci Web, budowę stron internetowych, CMS, techniki i cele pozycjonowania, analizę ruchu, badanie słów kluczowych, kampanie marketingowe oraz rolę mediów społecznościowych. Zagadnienia teoretyczne prezentowane są na wykładach. Na zajęciach projektowych studenci stosują poznaną wiedzę i przekładają na praktyczne zastosowania. Zajęcia te kończą się prezentacją projektu strony z pełnym planem marketingowym.										
65.3 Zakres 3	Elementy sztuki w marketingu	15/9			15/12					30/21	3/3	K_W03, K_U07, K_U08, K_K02
	Treści programowe	Celem przedmiotu jest opanowanie przez Studentów wiedzy z zakresu elementów sztuki w marketingu. oraz wykształcenie umiejętności wyodrębniania i analizowania elementów sztuki w marketingu. Do wymagań wstępnych w zakresie wiedzy, umiejętności i innych kompetencji należy podstawowa wiedza na temat terminologii dotyczącej elementów sztuki w marketingu. Student powinien posiadać również podstawową wiedzę na temat procesów zachodzących pomiędzy sztuką a marketingiem z zakresu tworzenia komunikatu marketingowego zawierającego element z obszaru sztuki. W efekcie uczenia Student powinien znać i rozumieć w zaawansowanym stopniu wybrane procesy, a także związane z nimi metody i teorie wyjaśniające złożone zależności między nimi. Ponadto tenże uczestnik zajęć powinien być gotów do współorganizowania własnych inicjatyw oraz wypełniania zobowiązań społecznych i działalności na rzecz otoczenia społecznego.										
66.3 Zakres 3	Marketing na rynku B2B	15/12	15/12							30/24	4/4	K_W03, K_W08, K_U03, K_K05

	Treści programowe	Celem przedmiotu jest przedstawienie specyfiki działalności marketingowej na rynku B2B. Program zajęć ma na celu przybliżenie różnorodnych narzędzi marketingu, które zastosowane mogą być w przypadku klientów biznesowych. W trakcie zajęć omówione są zagadnienia, takie jak charakterystyka klienta biznesowego, procedura zakupów realizowanych w przedsiębiorstwach, działania marketingu mix ukierunkowane na rynek B2B czy budowanie relacji z klientami biznesowymi. Praktyczne zastosowanie zdobytej wiedzy przewidziane jest poprzez przygotowanie projektu, który zawierać będzie propozycje działań marketingowych ukierunkowanych na klientów na rynku B2B.										
67.3 Zakres 3	Nowoczesne techniki sprzedaży	15/9	15/9							30/18	3/3	K_W02, K_W03, K_W08, K_W09, K_W11, K_U02, K_U06, K_K05
	Treści programowe	Celem zajęć jest przekazanie wiedzy na temat zarządzania sprzedażą i budowania relacji z klientem. W trakcie zajęć studenci poznają najpopularniejsze narzędzia i techniki sprzedaży oraz obsługi klienta. Zajęcia skonstruowane są tak, aby rozwinąć kompetencje sprzedażowe i wskazać sposoby efektywnej komunikacji oraz budowania długotrwałych relacji z klientem poprzez zaprezentowanie najbardziej skutecznych obecnie technik sprzedażowych oraz ich praktycznych implikacji na rynku. W trakcie zajęć studenci uczą się technik obsługi klienta i sprzedaży a poprzez zajęcia praktyczne wykorzystują swą wiedzę w konkretnych sytuacjach rynkowych.										

Kształcenie w zakresie 4 – E- commerce – przedmioty do wyboru

*NrP	Nazwa zajęć lub grupy zajęć	Forma zajęć – liczba godzin								Razem (liczba godzin zajęć)	Razem (punkty ECTS)	Symbole efektów uczenia się
		Wykład	Ćwiczenia	Laboratorium	Projekt	Zajęcia terenowe	Seminarium	Praktyka	Inne			
63.4 Zakres 4	Promocja produktów i usług w sieci Internet	15/9	15/9							30/18	3/3	K_W08, K_W09, K_U04, K_U08, K_U10, K_K02
	Treści programowe	Celem przedmiotu jest zapoznanie studentów z różnymi formami promocji produktów i usług w Internecie. Studenci zdobędą wiedzę na temat możliwości promocji produktów i usług w wybranych mediach społecznościowych. W ramach zajęć zostaną zaprezentowane narzędzia informatyczne wspierające promocję produktów i usług w Internecie. Przedmiot ma na celu wykształcenie umiejętności praktycznego zastosowania wybranych narzędzi informatycznych wspierającymi promocję produktów i usług w Internecie.										
64.4 Zakres 4	Bezpieczeństwo informacji w handlu elektronicznym	30/12			15/12					45/24	4/4	K_W04, K_W05, K_W11, K_U04, K_U06, K_K05
	Treści programowe	Celem przedmiotu jest zapoznanie studentów ze współczesnymi rodzajami zagrożeń dla zasobów informacyjnych oraz zapoznanie ze sposobami ograniczania zagrożeń dla informacji ze szczególnym uwzględnieniem handlu elektronicznego. Przedmiot porusza zagadnienia związane z elementami funkcjonalnymi zapewniającymi bezpieczeństwo informacji. Omawiane jest zarządzanie ryzykiem w zapewnianiu bezpieczeństwa informacji, polityka bezpieczeństwa informacji, klasyczny System Zarządzania Bezpieczeństwem Informacji. Poruszane są zagadnienia związane z rolą czynnika ludzkiego w procesie zarządzania bezpieczeństwem informacji oraz sposoby ograniczania negatywnego wpływu tego czynnika. W części projektowej studenci realizują projekt z zakresu bezpieczeństwa informacji w handlu elektronicznym										

		dla fikcyjnego podmiotu gospodarczego.										
65.4 Zakres 4	Aspekty prawne w handlu elektronicznym	15/9	15/12							30/21	3/3	K_W04, K_W05, K_W07, K_W11, K_U01, K_U02, K_U04, K_U06, K_K01, K_K05
	Treści programowe	Celem przedmiotu jest zapoznanie studentów z prawnymi uwarunkowaniami prowadzenia działalności w handlu elektronicznym. W ramach przedmiotu omówione zostaną w szczególności podstawowe pojęcia prawa cywilnego dotyczącego zawierania umów drogą elektroniczną, podstawowe źródła prawa regulujące handel elektroniczny (e-commerce) oraz prowadzenie działalności gospodarczej w obszarze e-commerce, ochrona danych osobowych w Internecie. ochrona własności intelektualnej w komunikacji elektronicznej, prawo konsumenckie mające zastosowanie w e-commerce. Proces reklamacji i zwrotów. Planowane jest również nabywanie dobrych umiejętności komunikacji ustnej i pisemnej.										
66.4 Zakres 4	SEO i SEM w sieci Internet	15/12	30/12							45/24	4/4	K_W01, K_W04, K_W07, K_W08, K_U01, K_U02, K_U04, K_U09, K_K01, K_K05
	Treści programowe	Zajęcia koncentrują się na optymalizacji stron internetowych oraz promocji w wyszukiwarkach. Studenci zapoznają się z podstawami SEO i SEM, procesem indeksowania treści oraz działaniem algorytmów Google. Omawiane są metody analizy struktury linków, wybór słów kluczowych i wykorzystanie narzędzi do pozycjonowania. Poruszane są zagadnienia dotyczące Google Ads oraz marketingu w wyszukiwarkach, w tym wykorzystanie sztucznej inteligencji w analizie danych. Ćwiczenia obejmują praktyczne techniki poprawy widoczności stron. Studenci uczą się interpretacji wyników wyszukiwania, stosowania operatorów Google i optymalizacji treści pod kątem SEO. Przeprowadzają analizę słów kluczowych, tworzą kampanie reklamowe i wykorzystują Google Analytics do monitorowania skuteczności działań.										

67.4 Zakres 4	Analityka internetowa w e-commerce	15/9	15/12							30/21	3/3	K_W04, K_W11, K_U04, K_U09, K_K01, K_K03
	Treści programowe	Celem przedmiotu jest zapoznanie studentów z podstawowymi pojęciami związanymi z analityką internetową w środowisku e-commerce. Program zajęć koncentruje się wykorzystaniu m.in. takich narzędzi analitycznych jak Google Analytics w optymalizacji działań handlu elektronicznego. W ramach zajęć studenci zdobędą wiedzę na temat implementacji narzędzi analitycznych na stronach internetowych oraz interpretacji danych w celu wspierania decyzji biznesowych. Praktyczne zastosowanie zdobytej wiedzy realizowane jest poprzez ćwiczenia, obejmujące tworzenie raportów, analizę ruchu oraz monitorowanie kluczowych metryk w Google Analytics. Zajęcia podkreślają znaczenie integracji technologii analitycznych w e-commerce, akcentując ich wpływ na zwiększenie efektywności operacyjnej.										

Prorektor ds. nauczania
dr hab. inż. Izabela Major, prof. PCz