

POLITECHNIKA CZĘSTOCHOWSKA

PROGRAM STUDIÓW

Nazwa kierunku studiów: Zarządzanie

Cykl kształcenia rozpoczynający się od roku akademickiego 2025/2026

Poziom: **studia drugiego stopnia**

Profil: **ogólnoakademicki**

Forma studiów: **studia stacjonarne i niestacjonarne**

Tytuł zawodowy: **magister**

- Ogólna charakterystyka kierunku studiów:

Podstawowe informacje o kierunku			
Nazwa kierunku studiów:		Zarządzanie	
Poziom:		studia drugiego stopnia, 7 poziom PRK	
Profil:		ogólnoakademicki	
Forma lub formy studiów:		studia stacjonarne i niestacjonarne	
Liczba semestrów:		4	
Język kształcenia:		polski lub angielski	
Klasyfikacja ISCED:		0413	
Łączna liczba punktów ECTS, konieczna do ukończenia studiów na danym poziomie:		120	
Łączna liczba godzin zajęć konieczna do ukończenia studiów:		1534 (studia stacjonarne)/ 919 (studia niestacjonarne)	
Praca dyplomowa		TAK	
Tytuł zawodowy uzyskiwany przez absolwenta:		magister	
Zakresy (jeśli dotyczy)		1. Ekoprzedsiębiorczość. 2. Zarządzanie zasobami ludzkimi. 3. Marketing i e-biznes. 4. Analityka biznesowa.	
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 studiów drugiego stopnia kierunku Zarządzanie w trakcie przyswajania wiedzy przedmiotowej z programu studiów nabywa teoretyczną wiedzę i praktyczne umiejętności jej zastosowania w dziedzinie prawidłowego funkcjonowania przedsiębiorstw oraz innego typu podmiotów w obrocie gospodarczym i życiu publicznym. Nabywa umiejętności dostosowania i właściwego zastosowania poznanych teorii w konkretnych problemach zawodowych związanych z zarządzaniem w praktyce. W trakcie nauki rozwija takie kompetencje, jak: innowacyjność, przedsiębiorczość, kreatywność, elastyczność, umiejętność pracy zespołowej, wykorzystanie mentoringu i coachingu, skutecznego radzenia sobie ze stresem, krytycznego myślenia, oceny stopnia ryzyka i jego optymalizacji przy podejmowaniu decyzji. Wykształca w sobie zdolność rozumienia mechanizmów rządzących gospodarką rynkową w dobie globalizacji, ubezpieczeniami gospodarczymi i źródłami finansowania organizacji. Opanowuje umiejętność w zakresie przeprowadzenia analizy strategicznej przedsiębiorstwa oraz optymalizacji procesów zachodzących w organizacjach, zastosowania metod jakościowych i ilościowych w zarządzaniu organizacjami, a także wdrażania rozwiązań IT w sferze decyzyjnej zarządzania firmą. Dzięki umiejętnościom prognozowania gospodarczego, kreowania innowacyjności, budowania kultury organizacyjnej, zarządzania różnorodnością i kompetencjami w organizacjach posiada większe szanse na dopasowanie się do rynku pracy. Absolwent posiada umiejętność budowania relacji z interesariuszami organizacji, programów employer brandingowych, budowania wizerunku w sieciach społecznościowych, a także zna technologie przemysłu 4.0. Równocześnie, absolwent w toku studiów uzyskuje wiedzę z obszaru ekonomii menedżerskiej, zarządzania inwestycjami w organizacji, analizy strategicznej i ryzyka projektowego marketingu oraz public relations, dzięki której potrafi on samodzielnie ocenić sytuację finansową przedsiębiorstwa, dbać o jego stały rozwój, jednocześnie kształtując wizerunek firmy na zewnątrz we współpracy z mediami. W efekcie absolwent kierunku zarządzanie drugiego stopnia posiada umiejętności menedżerskie niezbędne do kierowania przedsiębiorstwem produkcyjnym, usługowym małej lub średniej wielkości oraz jednostkami administracji rządowej i samorządowej.

Absolwent studiów drugiego stopnia kierunku Zarządzanie ma szerokie perspektywy w wyborze przyszłego zawodu. Studia te kierowane są do osób, które swoją przyszłość wiążą z pracą na stanowiskach kierowniczych. Jest to kierunek interdyscyplinarny, łączący w sobie wiele dziedzin i zagadnień. W trakcie kształcenia ma do wyboru możliwość kształcenia się w wybranym zakresie kształcenia:

- 1) Ekoprzedsiębiorczość;
- 2) Zarządzanie zasobami ludzkimi;
- 3) Marketing i e-biznes;
- 4) Analityka biznesowa.

Absolwent jest przygotowany do prowadzenia własnego biznesu, zarządzania firmą i pracy w dużej korporacji. Absolwenci kierunku mogą zostać:

- 1) właścicielami MSP;
- 2) sukcesorami rodzinnych biznesów;
- 3) kierownikami średnich i wyższych szczebli organizacyjnych w różnego rodzaju organizacjach, tj. przedsiębiorstwach, instytucjach otoczenia biznesu, organizacjach pozarządowych, samorządach.

Absolwent zna język obcy na poziomie biegłości B2+ Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego Rady Europy. Posługuje się językiem specjalistycznym umożliwiającym porozumiewanie się w działalności zawodowej.

Absolwenci studiów drugiego stopnia uzyskują tytuł magistra i mogą kontynuować naukę w Szkole doktorskiej.

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	1534/ 919	
Liczba punktów ECTS, którą student musi uzyskać w ramach zajęć z języka obcego		6/ 6
Wymiar praktyk zawodowych oraz liczba punktów ECTS, jaką student musi uzyskać w ramach tych praktyk	nie dotyczy	nie dotyczy
Liczba punktów ECTS dla dyscypliny wiodącej		120
Łączna liczba punktów ECTS, jaką student musi uzyskać w ramach zajęć prowadzonych z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich lub innych osób prowadzących zajęcia		61,36 / 36,76
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		110 / 111
Liczba punktów ECTS, którą student musi uzyskać w ramach zajęć podlegających wyborowi przez studenta		42/ 42
Liczba godzin zajęć z wychowania fizycznego, którym nie przypisuje się ani efektów uczenia się, ani punktów ECTS	nie dotyczy	
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		16/ 14
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.

Nie dotyczy

5. Opis efektów uczenia się dla kierunku: Zarządzanie

Poziom i forma studiów:	drugiego stopnia	stacjonarne i niestacjonarne	
Profil:	ogólnoakademicki		
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**)
		7	7
Osoba posiadająca kwalifikacje drugiego stopnia:			
w zakresie wiedzy****			
K_W01	Zna i rozumie w pogłębionym stopniu wybrane fakty, obiekty i zjawiska związane z naukami o zarządzaniu i jakości oraz dotyczące ich metody i teorie wyjaśniające złożone zależności między nimi, stanowiące zaawansowaną wiedzę ogólną z zakresu nauk o zarządzaniu i jakości tworzących podstawy teoretyczne kierunku zarządzanie.	P7U_W	P7S_WG
K_W02	Zna i rozumie w pogłębionym stopniu cechy postawy przedsiębiorczej, rozpoznaje je u siebie oraz określa związek zachowania się osoby przedsiębiorczej z szansami, jakie stwarza gospodarka rynkowa, rozumie rolę umiejętności menedżerskich jako elementu postawy przedsiębiorczej, dostrzega znaczenie przedsiębiorczości, w tym innowacyjności	P7U_W	P7S_WG P7S_WK

	i kreatywności w życiu osobistym i rozwoju społeczno-gospodarczym w skali lokalnej, regionalnej, krajowej i globalnej.		
K_W03	Zna i rozumie zagadnienia związane z: funkcjonowaniem przedsiębiorstwa w przestrzeni mediów społecznościowych w szczególności dla kreowania właściwych relacji z klientem i zarządzanie jego wartością, także z kreowaniem właściwego obrazu organizacji jako pracodawcy.	P7U_W	P7S_WG P7S_WK
K_W04	Zna i rozumie w pogłębionym stopniu ekonomiczne, prawne i inne uwarunkowania różnych rodzajów działań zachodzących w organizacjach, w tym zasady ochrony własności przemysłowej, prawa autorskiego i gospodarczego oraz ubezpieczeń społecznych.	P7U_W	P7S_WK
K_W05	Zna i rozumie w pogłębionym stopniu zagadnienia związane z analityką danych i ich prezentacją dzięki wykorzystaniu technologii informacyjnych i komunikacyjnych w kontekście rozwijających się technologii przemysłu 4.0.	P7U_W	P7S_WG
K_W06	Zna i rozumie zagadnienia związane z wykorzystaniem pogłębionej wiedzy z zakresu ekonomii menedżerskiej w szczególności z zakresu zastosowania metod ilościowych i jakościowych w zarządzaniu organizacjami.	P7U_W	P7S_WG P7S_WK
K_W07	Zna i rozumie zagadnienia związane z kreowaniem współczesnych modeli biznesu w oparciu o instrumentarium wykorzystywane w analizie strategicznej.	P7U_W	P7S_WG P7S_WK
K_W08	Zna i rozumie w pogłębionym stopniu zagadnienia z zakresu: kreowania i zarządzania kompetencjami, różnorodnością oraz wykorzystania psychologii w pracy menadżera, istotności nowoczesnego przywództwa i wsparcia dla pracowników, wykorzystywania symulacji, gier oraz negocjacji w zarządzaniu współczesnym przedsiębiorstwem.	P7U_W	P7S_WG P7S_WK

K_W09	Zna i rozumie fundamentalne dylematy współczesnej cywilizacji, w szczególności związane z globalną gospodarką, w tym zagadnienia związane z: pozyskiwaniem finansowania i controllingiem w działalności gospodarczej, identyfikowaniem ryzyka i zarządzaniem inwestycjami w podmiocie gospodarczym.	P7U_W	P7S_WG P7S_WK
K_W10	Zna i rozumie w pogłębionym stopniu zagadnienia związane z zarządzaniem procesami w przedsiębiorstwie oraz zarządzaniem w administracji publicznej.	P7U_W	P7S_WG P7S_WK
w zakresie umiejętności****			
K_U01	Potrafi pozyskiwać informacje z literatury, baz danych i innych źródeł, w tym w języku obcym; potrafi integrować uzyskane informacje, dokonywać ich interpretacji, a także wyciągać wnioski, formułować i uzasadniać opinie.	P7U_U	P7S_UW P7S_UK
K_U02	Potrafi posługiwać się językiem obcym na poziomie B2+ Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego oraz w wyższym stopniu w zakresie specjalistycznej terminologii z dziedzin nauki i dyscyplin naukowych właściwych dla studiowanego kierunku.	P7U_U	P7S_UK
K_U03	Potrafi dokonać wyboru właściwych metod i narzędzi zarządzania, a także zaawansowanych technologii informacyjno-komunikacyjnych i odpowiednio je zastosować.	P7U_U	P7S_UW
K_U04	Potrafi planować i prowadzić badania naukowe w zakresie prostych problemów badawczych, a także samodzielnie planować i realizować własne uczenie się przez całe życie.	P7U_U	P7S_UW PS7_UU
K_U05	Potrafi komunikować się na tematy specjalistyczne ze zróżnicowanymi kręgami odbiorców, wykorzystując m.in. umiejętności prowadzenia debaty i kierowania pracą zespołu.	P7U_U	P7S_UK P7S_UO
K_U06	Potrafi podejmować decyzje strategiczne związane z zarządzaniem organizacją z wykorzystaniem odpowiednich narzędzi, w tym informatycznych.	P7U_U	P7S_UW
K_U07	Potrafi planować działania menedżerskie oraz stosować nowoczesne metody zarządzania.	P7U_U	P7S_UW

K_U08	Potrafi konstruktywnie funkcjonować i komunikować się w różnorodnych środowiskach i społecznościach, w tym w otoczeniu międzynarodowym oraz budować zaufanie w organizacji w oparciu o strategię win-win.	P7U_U	P7S_UW P7S_UK
K_U09	Potrafi wykorzystać nowoczesne techniki menedżerskie.	P7U_U	P7S_UW
K_U10	Potrafi zastosować zasady zarządzania we współczesnych organizacjach wykorzystać zdobytą wiedzę do rozwiązywania zadań i nietypowych problemów.	P7U_U	P7S_UW
w zakresie kompetencji społecznych****			
K_K01	Jest gotów do tworzenia i rozwijania wzorców postępowania w zakresie wdrażania nowoczesnych metod zarządzania, przestrzegania zasad etyki i uczciwości zawodowej, rozwiązywania dylematów związanych z wykonywaniem przyszłego zawodu.	P7U_K	P7S_KR
K_K02	Jest gotów do krytycznej oceny posiadanej wiedzy, właściwego określania priorytetów służących rozwiązywaniu określonych problemów poznawczych i praktycznych z zakresu zarządzania współczesną organizacją.	P7U_K	P7S_KK
K_K03	Jest gotów do współdziałania i pracy w grupie oraz działania w sposób przedsiębiorczy.	P7U_K	P7S_KO
K_K04	Jest gotów do wypełniania zobowiązań społecznych, inspirowania i organizowania działalności na rzecz otoczenia społecznego.	P7U_K	P7S_KO
K_K05	Jest gotów do poprawnego wyboru i wykorzystania zasobów wiedzy z zakresu zarządzania oraz zasięgania opinii ekspertów w przypadku pojawiających się trudności w rozwiązywaniu problemu.	P7U_K	P7S_KK

*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 i niestacjonarne drugiego stopnia kierunek Zarządzanie, profil ogólnoakademicki

Lp.	Rok I semestr 1	E	ECTS	W	C	P	S	L
1	Język obcy		2/2		30/30			
2	Psychologia menedżerska		3/3	15/12	30/12			
3	Kształtowanie postaw innowacyjnych		2/2	15/9	15/9			
4	Przedmiot do wyboru 4.1. Prognozowanie gospodarcze 4.2. Modelowanie procesów gospodarczych		3/3	15/12				30/15
5	Decyzje finansowe i podatkowe		2/2	15/9	15/9			
6	Ekonomia menedżerska	E	4/4	15/12	30/12			
7	Ubezpieczenia gospodarcze		2/2	15/9	15/9			
8	Metody badań ilościowych i jakościowych w zarządzaniu	E	5/5	30/12				30/15
9	Ochrona własności intelektualnej II		1/1	15/9				
10	Zaawansowane systemy analizy i wizualizacji danych		4/3	30/12				30/12
11	Prawo gospodarcze		2/3	15/12	15/9			
12	Szkolenie dotyczące bezpiecznych i higienicznych warunków kształcenia		0/0	4/4				
			30/30	184/112	150/90	-/-	-/-	90/42

Lp.	Rok I semestr 2	E	ECTS	W	C	P	S	L
13	Język obcy		2/2		30/30			
14	Zarządzanie procesami	E	4/4	15/9		15/9		15/9

15	Zarządzanie relacjami i wartością klienta		2/2	15/9	15/9			
16	Media społecznościowe w organizacji		2/-	15/-				15/-
17	Przedmiot do wyboru 17.1. Kultura organizacyjna i zarządzanie różnorodnością 17.2. Wielokulturowość w organizacji i biznesie		5/5	30/18	30/18			
18	Zarządzanie inwestycjami w organizacji		2/2	15/9		15/9		
19	Zarządzanie ryzykiem w przedsiębiorstwie		2/3	15/9	30/12			
20	Analiza strategiczna	E	4/4	30/12		30/15		
21	Finansowanie przedsiębiorstw		2/3	15/12	30/12			
22	Przedsiębiorczość i sztuczna inteligencja		1/1	15/9				
23	Zarządzanie procesami logistycznymi w przedsiębiorstwie		2/2	15/9		15/12		
24	Seminarium dyplomowe		2/2				15/12	
			30/30	180/96	135/81	75/45	15/12	30/9

Zakres kształcenia 1. Ekoprzsiębiorczość

Rok II semestr 3		E	ECTS	W	C	P	S	L
25	Język obcy		2/2		30/18			
26	Modele biznesu		2/3	15/15		30/15		
27	Treningi kreatywności		2/2		30/18			
28	Zarządzanie publiczne/Public management		2/-	15/-		15/-		
29	Budowanie tożsamości i wizerunku organizacji		2/-	15/-		30/-		
30	Negocjacje w biznesie/Negotiations in business		-/3	-/12	-/12			
31	Zarządzanie kompetencjami w organizacjach		2/2	15/12		15/12		

32	Seminarium dyplomowe		4/4				30/15	
33.1	Warsztaty rozwoju postaw ekopresiębiorczych	E	5/5	15/12	30/15			
34.1	Zielona ekonomia	E	4/4	15/9	15/12			
35.1	Ekosystemy przedsiębiorczości		1/1	15/12				
36.1	Zarządzanie cyklem życia produktów		2/2	15/9		15/9		
37.1	Pozyskiwanie i zarządzanie środkami na ekoinnowacje		2/2	15/9		15/9		
			30/30	135/90	105/75	120/45	30/15	-/-

Rok II semestr 4		E	ECTS	W	C	P	S	L
38	Mentoring i coaching		2/2	15/9	15/9			
39	Menedżerskie gry strategiczne		2/1		15/12			
40	Technologie przemysłu 4.0		1/1	15/9				
30	Negocjacje w biznesie/Negotiations in business		3/-	15/-	15/-			
28	Zarządzanie publiczne/Public management		-/2	-/9		-/12		
29	Budowanie tożsamości i wizerunku organizacji		-/2	-/9		-/12		
41	Seminarium dyplomowe		8/8				45/24	
42.1	Zarządzanie odnawialnymi źródłami energii	E	4/4	15/12				15/12
43.1	Modele biznesu w gospodarce obiegu zamkniętego	E	3/3	15/9		15/12		
44.1	Narzędzia rozwoju ekoinnowacji		3/3	15/9		15/12		
45.1	Systemy ekozarządzania		2/2	15/9	15/9			
46.1	Ekologia miejska		2/2	15/9	15/9			
			30/30	120/84	75/39	30/48	45/24	15/12
			120/120	619/382	465/285	225/135	90/51	135/63

Zakres kształcenia 2. Zarządzanie zasobami ludzkimi

Rok II semestr 3		E	ECTS	W	C	P	S	L
25	Język obcy		2/2		30/18			
26	Modele biznesu		2/3	15/15		30/15		
27	Treningi kreatywności		2/2		30/18			
28	Zarządzanie publiczne/Public management		2/-	15/-		15/-		
29	Budowanie tożsamości i wizerunku organizacji		2/-	15/-		30/-		
30	Negocjacje w biznesie/Negotiations in business		-/3	-/12	-/12			
31	Zarządzanie kompetencjami w organizacjach		2/2	15/12		15/12		
32	Seminarium dyplomowe		4/4				30/15	
33.2	Administrowanie wynagrodzeniami	E	5/5	15/12	30/15			
34.2	Zarządzanie projektami HR	E	4/4	15/9	15/12			
35.2	Kształtowanie relacji pracowniczych		2/2	15/9	15/9			
36.2	Analiza rynku pracy		2/2	15/9		15/9		
37.2	Zarządzanie efektywnością pracowników		1/1			15/12		
			30/30	120/78	120/84	120/48	30/15	-/-

Rok II semestr 4		E	ECTS	W	C	P	S	L
38	Mentoring i coaching		2/2	15/9	15/9			
39	Menedżerskie gry strategiczne		2/1		15/12			
40	Technologie przemysłu 4.0		1/1	15/9				
30	Negocjacje w biznesie/Negotiations in business		3/-	15/-	15/-			

28	Zarządzanie publiczne/Public management		-/2	-/9		-/12		
29	Budowanie tożsamości i wizerunku organizacji		-/2	-/9		-/12		
41	Seminarium dyplomowe		8/8				45/24	
42.2	Audyt personalny	E	4/4	15/12	15/12			
43.2	Zarządzanie przez zaangażowanie	E	3/3	15/9	15/12			
44.2	Grywalizacja i wykorzystanie sztucznej inteligencji w HRM		3/3	15/9		15/12		
45.2	Optymalizacja kosztów pracy		2/2	15/9	15/9			
46.2	Analiza potrzeb szkoleniowych organizacji		2/2	15/9	15/9			
			30/30	120/84	105/63	15/36	45/24	-/-
			120/120	604/370	510/318	210/126	90/51	120/51

Zakres kształcenia 3. Marketing i e-biznes

Rok II semestr 3		E	ECTS	W	C	P	S	L
25	Język obcy		2/2		30/18			
26	Modele biznesu		2/3	15/15		30/15		
27	Treningi kreatywności		2/2		30/18			
28	Zarządzanie publiczne/Public management		2/-	15/-		15/-		
29	Budowanie tożsamości i wizerunku organizacji		2/-	15/-		30/-		
30	Negocjacje w biznesie/Negotiations in business		-/3	-/12	-/12			
31	Zarządzanie kompetencjami w organizacjach		2/2	15/12		15/12		
32	Seminarium dyplomowe		4/4				30/15	
33.3	Marketing relacji	E	5/5	15/12		30/15		
34.3	Marketing sensoryczny	E	4/4	15/9		15/12		
35.3	E-biznes		2/2	15/9		15/9		

36.3	Zarządzanie treścią w e-marketingu		2/2	15/9		15/9		
37.3	Podstawy projektowania katalogów internetowych		1/1			15/12		
			30/30	120/78	60/48	180/84	30/15	-/-

Rok II semestr 4		E	ECTS	W	C	P	S	L
38	Mentoring i coaching		2/2	15/9	15/9			
39	Menedżerskie gry strategiczne		2/1		15/12			
40	Technologie przemysłu 4.0		1/1	15/9				
30	Negocjacje w biznesie/Negotiations in business		3/-	15/-	15/-			
28	Zarządzanie publiczne/Public management		-/2	-/9		-/12		
29	Budowanie tożsamości i wizerunku organizacji		-/2	-/9		-/12		
41	Seminarium dyplomowe		8/8				45/24	
42.3	Marketing zrównoważony	E	4/4	15/12	15/12			
43.3	Narzędzia wspierające kampanie marketingowe i sprzedaż	E	3/3	15/9	15/12			
44.3	Komunikacja omnichannel i marketing automation		3/3	15/9		15/12		
45.3	Kreatywność artystyczna w marketingu		2/2	15/9		15/9		
46.3	Wirtualne platformy współpracy biznesowej		2/2	15/9	15/9			
			30/30	120/84	90/54	30/45	45/24	-/-
			120/120	604/370	435/273	285/171	90/51	120/51

Zakres kształcenia 4. Analityka biznesowa

Rok II semestr 3		E	ECTS	W	C	P	S	L
25	Język obcy		2/2		30/18			
26	Modele biznesu		2/3	15/15		30/15		

27	Treningi kreatywności		2/2		30/18			
28	Zarządzanie publiczne/Public management		2/-	15/-		15/-		
29	Budowanie tożsamości i wizerunku organizacji		2/-	15/-		30/-		
30	Negocjacje w biznesie/Negotiations in business		-/3	-/12	-/12			
31	Zarządzanie kompetencjami w organizacjach		2/2	15/12		15/12		
32	Seminarium dyplomowe		4/4				30/15	
33.4	Modelowanie danych wysokiej częstotliwości	E	5/5	15/12				30/15
34.4	Podstawy baz danych	E	4/4	15/9				15/12
35.4	Zarządzanie ryzykiem kredytowym		2/2	15/9	15/9			
36.4	Analiza danych z wykorzystaniem pakietu R		2/2	15/9				15/9
37.4	Metody analizy rynku		1/1					15/12
			30/30	120/78	75/57	90/27	30/15	75/48

Rok II semestr 4		E	ECTS	W	C	P	S	L
38	Mentoring i coaching		2/2	15/9	15/9			
39	Menedżerskie gry strategiczne		2/1		15/12			
40	Technologie przemysłu 4.0		1/1	15/9				
30	Negocjacje w biznesie/Negotiations in business		3/-	15/-	15/-			
28	Zarządzanie publiczne/Public management		-/2	-/9		-/12		
29	Budowanie tożsamości i wizerunku organizacji		-/2	-/9		-/12		
41	Seminarium dyplomowe		8/8				45/24	
42.4	Rozproszone bazy danych na przykładzie technologii blockchain	E	4/4	30/12				15/12
43.4	Wykorzystanie baz danych w analizie rynku	E	3/3	15/9				15/12

44.4	Wykorzystanie pakietów komputerowych w badaniach rynkowych i marketingowych		2/2					15/12
45.4	Doradztwo finansowe w biznesie		2/2	15/12	15/12			
46.4	Analiza danych biznesowych		3/3	15/9				15/12
			30/30	120/78	60/33	-/24	45/24	60/48
			120/120	604/364	420/261	165/93	90/51	255/147

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

7. Matryca efektów uczenia się dla kierunku

Studia stacjonarne i niestacjonarne drugiego stopnia, profil ogólnoakademicki

NrP*	SEU*																								
	K_W01	K_W02	K_W03	K_W04	K_W05	K_W06	K_W07	K_W08	K_W09	K_W10	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
1											x	x						x							
2	x	x						x			x			x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
3		x						x						x			x			x	x		x		
4.1 / 4.2					x	x		x			x			x		x							x		
5	x			x		x			x	x	x					x				x					x
6		x				x											x						x		
7				x					x											x		x			
8					x	x					x		x	x		x						x			
9				x							x														x
10	x			x			x	x			x	x		x					x		x				x
11				x							x												x		
12				x														x							
13											x	x						x							
14	x	x	x							x			x			x	x			x			x		
15	x	x	x								x		x	x		x				x	x	x	x		
16		x	x	x	x						x		x			x	x					x	x		
17.1 / 17.2	x							x					x							x	x				
18	x								x							x							x		x
19									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_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
20	x						x				x		x		x	x				x			x		x
21						x			x								x								x
22		x	x	x	x						x		x								x				
23					x					x	x			x								x			
24		x										x				x	x				x				
25											x	x						x							
26	x						x		x		x						x					x			
27		x						x			x			x									x		
28	x						x		x	x	x					x	x							x	
29		x	x												x					x		x	x		
31								x			x									x			x		x
32		x										x	x			x	x				x	x	x		x
38								x			x								x				x		
39		x				x	x	x	x		x		x			x	x		x	x		x	x		x
40	x	x			x			x	x		x		x			x				x					x
30	x	x						x			x						x	x		x	x				x
41		x										x	x			x	x				x	x	x		x

Zakres kształcenia 1 – Ekopresiębiórçóść

NrP*	SEU*																								
	K_W01	K_W02	K_W03	K_W04	K_W05	K_W06	K_W07	K_W08	K_W09	K_W10	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
33.1		x					x						x								x		x	x	
34.1				x					x		x													x	
35.1		x							x									x						x	
36.1	x				x						x											x			
37.1									x							x				x		x			x
42.1				x				x		x		x		x					x			x		x	
43.1	x		x				x	x	x	x	x	x		x		x				x	x				x
44.1		x					x				x									x		x	x		
45.1		x	x		x								x				x			x			x		x
46.1	x	x							x	x	x											x			

*SEU – symbol efektu uczenia się

**NrP – numer identyfikacyjny przedmiotu (format dowolny)

Zakres kształcenia 2 – Zarządzanie zasobami ludzkimi

NrP*	SEU*																								
	K_W01	K_W02	K_W03	K_W04	K_W05	K_W06	K_W07	K_W08	K_W09	K_W10	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
33.2	x			x		x							x				x		x		x		x		x
34.2	x										x		x		x							x	x		
35.2	x							x					x							x	x				
36.2	x	x	x		x						x		x	x								x	x	x	x
37.2	x			x		x							x				x		x		x		x		x
42.2	x							x			x		x		x							x	x		
43.2	x	x				x		x		x	x		x	x			x		x	x	x	x	x		
44.2					x			x			x				x							x	x		
45.2	x	x		x							x		x				x			x	x	x	x		x
46.2	x			x				x	x	x	x		x				x		x		x		x		x

*SEU – symbol efektu uczenia się

**NrP – numer identyfikacyjny przedmiotu (format dowolny)

Zakres kształcenia 3 – Marketing i e-biznes

NrP*	SEU*																								
	K_W01	K_W02	K_W03	K_W04	K_W05	K_W06	K_W07	K_W08	K_W09	K_W10	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
33.3	x		x								x				x							x	x		
34.3	x	x					x		x		x		x	x	x	x	x	x		x	x	x			x
35.3	x	x	x	x	x		x		x	x	x		x		x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
36.3			x		x							x	x									x		x	
37.3					x								x		x								x		
42.3	x	x					x				x	x	x	x	x		x		x	x	x	x		x	x
43.3	x	x	x								x									x	x				
44.3	x	x	x								x		x		x	x				x		x	x		
45.3								x			x			x				x						x	
46.3	x	x	x		x						x		x				x			x	x		x		

*SEU – symbol efektu uczenia się

**NrP – numer identyfikacyjny przedmiotu (format dowolny)

Zakres kształcenia 4 – Analityka biznesowa

NrP*	SEU*																								
	K_W01	K_W02	K_W03	K_W04	K_W05	K_W06	K_W07	K_W08	K_W09	K_W10	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
33.4					x	x			x		x		x			x							x		
34.4					x						x		x												
35.4					x				x	x	x									x		x			x
36.4	x				x						x		x			x						x			
37.4						x				x	x		x	x							x	x			x
42.4	x			x			x	x			x	x		x					x		x				x
43.4	x	x			x	x	x				x		x	x	x	x					x		x		
44.4		x	x	x	x	x							x	x	x	x				x	x	x	x		
45.4										x							x								x
46.4					x		x	x			x		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): 424/244

*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		30/30							30/30	2/2	K_U01, K_U02, K_U08
	Treści programowe	Rozwijanie kompetencji zawodowych (korespondencja biznesowa, umiejętność prezentacji, komunikacja w miejscu pracy); Ćwiczenie słownictwa zawodowego w oparciu o materiały specjalistyczne.										
2	Psychologia menedżerska	15/12	30/12							45/24	3/3	K_W01, K_W02, K_W08, K_U01, K_U04, K_U05, K_U06, K_U07, K_U08, K_U09, K_U010, K_K01, K_K02, K_K03, K_K04, K_K05
	Treści programowe	Celem przedmiotu jest zapoznanie studentów z zagadnieniami i problemami z zakresu psychologii menedżerskiej ze szczególnym uwzględnieniem procesów związanych z kierowaniem zespołem pracowniczym. Program zajęć ma służyć wykształceniu umiejętności rozumienia psychologicznych podstaw zachowań pracowniczych i działań menedżerskich. W ramach zajęć studenci zdobędą wiedzę dotyczącą psychologicznych uwarunkowań funkcjonowania jednostki w organizacji w tym m.in. specyfiki przywództwa w organizacji, procesów grupowych, czy charakterystyki wybranych patologii organizacyjnych. W trakcie zajęć studenci zdobędą umiejętności menedżerskie z zakresu: usprawniania komunikacji interpersonalnej w organizacji, podejmowania decyzji kierowniczych, budowania zespołów pracowniczych oraz kierowania										

		zespołami pracowniczymi, przeciwdziałania i radzenia sobie z sytuacjami trudnymi w miejscu pracy czy kształtowania satysfakcji z pracy i lojalności pracowników.										
3	Kształtowanie postaw innowacyjnych	15/9	15/9							30/18	2/2	K_W02; K_W08; K_U04; K_U07; K_U10; K_K01; K_K03;
	Treści programowe	Pojęcie i uwarunkowania innowacyjności – zajęcia wprowadzające. Osobowościowe wyznaczniki kształtowania postaw innowacyjnych. Relacje między kreatywnością, twórczością a postawą innowacyjną. Społeczno-etyczne wyznaczniki kształtowania postaw innowacyjnych. Postawy innowacyjne a nowoczesne koncepcje menedżerskie										
4.1	Prognozowanie gospodarcze	15/12		30/15						45/27	3/3	K_W05; K_W06; K_W08; K_U01; K_U04; K_U06; K_K03
	Treści programowe	Celem przedmiotu jest zapoznanie studentów z podstawowymi metodami prognostycznymi w ramach problemów zarządzania oraz nabycie przez studentów praktycznych umiejętności rozwiązywania wybranych zadań w obszarze prognozowania. Program zajęć obejmuje prognozowania zjawisk ekonomicznych z wykorzystaniem klasycznych modeli tendencji rozwojowej oraz modeli szeregów czasowych ze stałym poziomem zmiennej prognozowania. W ramach zajęć studenci potrafią skonstruować prognozę z wykorzystaniem różnych metod prognostycznych oraz dostępnych pakietów komputerowych oraz potrafią ocenić wielkość błędu popełnionego w procesie predykcji zjawisk w praktyce decyzyjnej przedsiębiorstw.										
4.2	Modelowanie procesów gospodarczych	15/12		30/15						45/27	3/3	K_W05; K_W06; K_W08; K_U01; K_U04; K_U06; K_K03

	Treści programowe	Celem przedmiotu jest zapoznanie studentów z metodami oraz narzędziami służącymi do modelowania i prognozowania złożonych procesów biznesowych. Program zajęć obejmuje prognozowania zjawisk gospodarczych z wykorzystaniem klasycznych modeli tendencji rozwojowej oraz modeli szeregów czasowych ze stałym poziomem zmiennej prognozowania. W ramach zajęć studenci potrafią skonstruować model procesu gospodarczego i jego prognozę z wykorzystaniem różnych narzędzi stworzonych przez nauki ekonomiczne oraz z wykorzystaniem dostępnych programów obliczeniowych. Potrafią również ocenić wielkość błędu popełnionego w procesie predykcji zjawisk w praktyce decyzyjnej przedsiębiorstw.										
5	Decyzje finansowe i podatkowe	15/9	15/9							30/18	2/2	K_W01, K_W04, K_W06, K_W09, K_W10, K_U01, K_U06, K_U10, K_K05,
	Treści programowe	Przedstawienie problematyki prowadzenia działalności gospodarczej w otoczeniu finansowym i podatkowym. Przekazanie wiedzy w zakresie podstawowych narzędzi zarządzania finansami i podatkami w przedsiębiorstwie.										
6	Ekonomia menedżerska	15/12	30/12							45/24	4/4	K_W02, K_W06, K_U07, K_K03
	Treści programowe	Zagadnienia dotyczące podejmowania decyzji i optymalizacji działalności przedsiębiorstw na podstawie analizy marginalnej, funkcji popytu i podaży przedsiębiorstwa oraz w obszarze kosztów. Decyzje przedsiębiorstwa w warunkach niepewności i ryzyka. Wartość informacji oraz funkcjonowanie przedsiębiorstw w różnych strukturach rynkowych.										
7	Ubezpieczenia gospodarcze	15/9	15/9							30/18	2/2	K_W04, K_W09, K_U10, K_K02
	Treści programowe	Celem przedmiotu jest zapoznanie studentów z zagadnieniami dotyczącymi podstaw teoretycznych funkcjonowania systemu ubezpieczeń gospodarczych w Polsce. Ponadto studentom zostaje przekazana wiedza dotycząca rodzajów ubezpieczeń oferowanych na polskim rynku ubezpieczeń oraz mechanizmów funkcjonowania ubezpieczeń gospodarczych w Polsce. W trakcie zajęć zostają omówione m.in. takie										

		zagadnienia jak: marketing ubezpieczeniowy, ubezpieczenia na życie, ubezpieczenia mienia, ubezpieczenia odpowiedzialności cywilnej i ochrony prawnej, ubezpieczenia komunikacyjne, ubezpieczenia finansowe, ubezpieczenia w logistyce, ubezpieczenia w turystyce i sporcie.										
8	Metody badań ilościowych i jakościowych w zarządzaniu	30/12		30/15						60/27	5/5	K_W05, K_W06, K_U01, K_U03, K_U04, K_U06, K_K02
	Treści programowe	Wprowadzenie do badań naukowych, formułowanie problemów badawczych w działalności przedsiębiorstw, konstrukcja badań ankietowych, badania jakościowe wykorzystywane w zarządzaniu, programowanie liniowe, zagadnienia transportowe, teoria gier, modelowanie procesów gospodarczych.										
9	Ochrona własności intelektualnej II	15/9								15/9	1/1	K_W04, K_U01, K_K05
	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	Zaawansowane systemy analizy i wizualizacji danych	30/12		30/12						60/24	4/3	K_W01, K_W04, K_W07, K_W08, K_U01, K_U02, K_U04, K_U09, K_K01, K_K05

	Treści programowe	Przedmiot ma na celu rozwijanie umiejętności analizy i wizualizacji danych z użyciem zaawansowanych narzędzi i metod. Program rozpoczyna się od wprowadzenia do struktur i typów danych oraz operacji na nich, obejmuje metody prezentacji danych i skale pomiarowe. Kolejne zagadnienia dotyczą eksploracji danych, zarządzania nimi oraz importu z różnych źródeł. Studenci poznają techniki modelowania, takie jak klasyfikacja, grupowanie i predykcja, a także zaawansowane metody uczenia maszynowego, w tym uczenie głębokie. W programie uwzględniono również nowoczesne podejścia, takie jak AutoML oraz narzędzia low-code i no-code. Kluczowe podczas realizacji przedmiotu jest projektowanie wizualizacji w Power BI, uwzględniające hierarchie, mapy i kartogramy. Wiedza praktyczna zdobywana jest podczas laboratoriów									
11	Prawo gospodarcze	15/12	15/9						30/21	2/3	K_W04, K_U01, K_K03
	Treści programowe	Celem przedmiotu jest zaprezentowanie studentom podstaw prawnych funkcjonowania przedsiębiorców w Polsce, zapoznanie ich z przepisami dotyczącymi terminów w obrocie gospodarczym oraz wykształcenie umiejętności interpretacji i stosowania prawa gospodarczego w praktyce zarządzania przedsiębiorstwem. Na zajęciach przedstawione zostaną pojęcia działalność gospodarcza, działalność zawodowa. Scharakteryzowane zostaną poszczególne kategorie przedsiębiorców oraz zasady ich rejestracji. Przedstawione zostanie także znaczenie terminów dla prawidłowego funkcjonowania przedsiębiorcy. Omówione zostaną również zagadnienia odsetek oraz przedawnienia roszczeń.									
12	Szkolenie dotyczące bezpiecznych i higienicznych warunków kształcenia	4/4							4/4	0/0	K_W04, K_U08
	Treści programowe	Podstawowe pojęcia z zakresu BHP oraz zasady bezpiecznego postępowania podczas korzystania z infrastruktury Uczelni; zagrożenia i ich szkodliwe następstwa; zachowania w czasie wypadku innych osób; udzielenie pierwszej pomocy; zagrożenia pożarowe; postępowanie w razie pożaru lub innych zagrożeń.									

Rok studiów: pierwszy

Semestr: drugi

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

Łączna liczba godzin zajęć (w semestrze): 435/243

*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	Język obcy		30/30							30/30	2/2	K_U01, K_U02, K_U08
	Treści programowe	Rozwijanie kompetencji zawodowych (korespondencja biznesowa, umiejętność prezentacji, komunikacja w miejscu pracy); Ćwiczenie słownictwa zawodowego w oparciu o materiały specjalistyczne.										
14	Zarządzanie procesami	15/9		15/9	15/9					45/27	4/4	K_W01, K_W02, K_W03, K_W10, K_U03, K_U06, K_U07, K_U10, K_K03
	Treści programowe	Celem przedmiotu jest przedstawienie studentom roli podejścia procesowego we współczesnych procesach gospodarczych. Na zajęciach przedstawiono rolę procedur w funkcjonowaniu danego środowiska biznesowego i różne formy współpracy. Przedstawiono cykl życia procesów oraz dużą wagę poświęcono kwestii modelowania procesów biznesowych. W tym celu przedstawione zostaną narzędzia modelowania procesów biznesowych w notacji BPMN. Zadaniem studentów będzie budowanie procesów korzystając z notacji BPMN, a następnie dokonanie analiz i oceny efektywności zaprojektowanych procesów. Przedstawiono również elementy opisu procesów obejmujące algorytmy procesów, aktorów, dokumentację, wymagane zasoby i wskaźniki efektywności procesów.										

15	Zarządzanie relacjami i wartością klienta	15/9	15/9							30/18	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 aktualnymi zasadami i pojęciami dotyczącymi zarządzania relacjami w kontekście cyfrowej transformacji i gospodarki opartej na danych. W ramach zajęć studenci zdobędą wiedzę na temat tworzenia strategii i budowania wartości klientów z wykorzystaniem nowoczesnych technologii oraz narzędzi opartych na analizie danych. W trakcie zajęć omówione są zagadnienia, takie jak transformacja cyfrowa i ich wpływ na potrzeby klientów, personalizacja usług, nowoczesne podejście do zarządzania relacjami z klientami. Zostaną przedstawione praktyczne narzędzia niezbędne w zarządzaniu relacjami z klientem. Praktyczne zastosowanie zdobytej wiedzy przewidziane jest poprzez analizę i opracowanie zadań częściowych, które również ukierunkowane są na współpracę zespołową.										
16	Media społecznościowe w organizacji	15/-		15/-						30/-	2/-	K_W02, K_W03, K_W04, K_W05, K_U01, K_U03, K_U06, K_U07, K_K02, K_K03
	Treści programowe	Przybliżenie specyfiki współczesnej komunikacji rynkowej i jej instrumentarium w sieci internetowej. Zapoznanie się z zagadnieniami technologii społecznych i społeczności wirtualnych. Charakterystyka najpopularniejszych mediów społecznościowych. Wskazanie szans i zagrożeń związanych z wykorzystywaniem mediów społecznościowych przez organizacje. Promocja mix w mediach społecznościowych. Obsługa klienta w mediach społecznościowych. Prosumenci i społeczności wokół marek. Marketing personalny i employer branding. Ocena skuteczności działań organizacji prowadzonych w mediach społecznościowych										
17.1	Kultura organizacyjna i zarządzanie różnorodnością	30/18	30/18							60/36	5/5	K_W01, K_W08, K_U03, K_U10, K_K01

	Treści programowe	Celem przedmiotu jest zapoznanie studentów z zagadnieniami z zakresu kultury organizacyjnej oraz zarządzania różnorodnością we współczesnych organizacjach. Studenci zdobędą umiejętności analizowania i diagnozowania kultury organizacyjnej i procesów zarządzania różnorodnością oraz dysfunkcji w ich obrębie we współczesnych organizacjach. W ramach zajęć studenci zdobędą wiedzę na temat istoty kultury organizacyjnej jej składników i modeli. - typologie. Omówione są zagadnienia, takie jak struktura zatrudnienia w organizacjach a różnorodność i jej znaczenie dla organizacji, zarządzanie różnorodnością. Na zajęciach studenci zdobędą wiedzę uwzględniającą różnorodności w procesach ZZL (tj. zatrudnianie, rozwój zawodowy, awanse, wynagrodzenia, zwalnianie itp.). Omówione zostaną problemy dysfunkcji w zakresie kultury organizacyjnej oraz zarządzania różnorodnością.										
17.2	Wielokulturowość w organizacji i biznesie	30/18	30/18							60/36	5/5	K_W01, K_W08, K_U03, K_U10, K_K01
	Treści programowe	Celem przedmiotu jest rozwijanie kompetencji w zakresie zarządzania różnorodnością i efektywnej współpracy w środowisku wielokulturowym. Zajęcia łączą teorię z praktyką, obejmując kluczowe zagadnienia, takie jak różnorodność kulturowa, komunikacja międzykulturowa i strategie zarządzania inkluzywnego. Studenci uczestniczą w analizie studiów przypadków, warsztatach praktycznych, symulacjach negocjacji międzykulturowych oraz pracy projektowej w zespołach wielokulturowych. Przedmiot przygotowuje do radzenia sobie z wyzwaniami i wykorzystywania potencjału wynikającego z różnorodności w organizacji i biznesie.										
18	Zarządzanie inwestycjami w organizacji	15/9			15/9					30/18	2/2	K_W01, K_W09, K_U06, K_K03, K_K05

	Treści programowe	Celem przedmiotu jest zapoznanie studentów z kluczowymi aspektami zarządzania inwestycjami. W ramach zajęć studenci zdobędą wiedzę na temat istoty inwestycji finansowych i rzeczowych oraz zarządzania nimi, a także funkcjonowania rynku finansowego i projektu inwestycyjnego. W trakcie zajęć omawiane są zagadnienia, takie jak: istota i rodzaje inwestycji; projekty inwestycyjne produkcyjne i nieprodukcyjne; techniki finansowania inwestycji; inwestycje na rynku pierwotnym i wtórnym; inwestycje w wybrane instrumenty finansowe. Efektem praktycznym zdobytej wiedzy jest opracowanie projektu dotyczącego zarządzania i porównania efektywności inwestycji finansowych i rzeczowych. Zajęcia projektowe odbywają się w małych grupach, co również przyczynia się do nabywania przez studentów umiejętności współpracy zespołowej w procesie zarządzania.										
19	Zarządzanie ryzykiem w przedsiębiorstwie	15/9	30/12							45/21	2/3	K_W09, K_U10, K_K02, K_K05
	Treści programowe	Celem przedmiotu jest zapoznanie studentów z zasadami i etapami zarządzania ryzykiem w przedsiębiorstwie, w szczególności z wybranymi metodami identyfikacji, pomiaru ryzyka oraz ze sposobami reakcji na ryzyko. W ramach zajęć studenci zdobędą wiedzę na temat tego, w jaki sposób należy zarządzać ryzykiem w przedsiębiorstwie oraz jakie warunki powinny być spełnione, by proces ten był skutecznie realizowany w praktyce gospodarczej. W trakcie zajęć omówione zostaną zagadnienia, takie jak pojęcie, cechy i czynniki ryzyka towarzyszącego funkcjonowaniu przedsiębiorstw. Rodzaje i klasyfikacje ryzyka towarzyszącego funkcjonowaniu przedsiębiorstwa. Zarządzanie ryzykiem w przedsiębiorstwie. Zintegrowane zarządzanie ryzykiem (ERM). Apetyt na ryzyko. Wybrane standardy zarządzania ryzykiem. Wybrane metody identyfikacji ryzyka. Wybrane metody pomiaru ryzyka. Sposoby reakcji na ryzyko. Konstruowanie mapy ryzyka. Monitorowanie i analiza procesu zarządzania ryzykiem. Kultura ryzyka.										
20	Analiza strategiczna	30/12			30/15					60/27	4/4	K_W01, K_W07, K_U01, K_U03, K_U05, K_U06, K_U10, K_K03, K_K05.

	Treści programowe	Podstawowym celem zajęć jest pozyskanie przez studentów wiedzy teoretycznej i praktycznych umiejętności z zakresu analizy strategicznej organizacji. W ramach zajęć studenci zdobędą wiedzę z następujących zagadnień: istota, definicja oraz podstawowe pojęcia dotyczące analizy strategicznej. Misja, wizja i strategia współczesnego przedsiębiorstwa. Analiza otoczenia - otoczenie bliższe i makrootoczenie (wybrane metody badania). Analiza SWOT jako metoda strategicznej diagnozy organizacji. Analiza sektorowa. Metoda Pięciu sił M.E. Portera. Analiza konkurencji w badanym sektorze. Mapa Grup Strategicznych. – Badanie zasobów oraz umiejętności przedsiębiorstwa. Analiza Kluczowych czynników sukcesu. Wykorzystanie metod portfelowych w analizie potencjału strategicznego przedsiębiorstwa. Planowanie strategiczne.										
21	Finansowanie przedsiębiorstw	15/12	30/12							45/24	2/3	K_W06, K_W09, K_U07, K_K05
	Treści programowe	Celem przedmiotu jest zapoznanie studentów z istotą finansowania funkcjonowania przedsiębiorstw w gospodarce. Program zajęć ma na celu przybliżenie problematyki rentowności różnych metod finansowania. Podczas zajęć studenci zdobywają wiedzę na temat podstaw zarządzania przedsiębiorstwem niezbędną do planowania i wyboru metod finansowania przedsiębiorstw w aktualnej sytuacji rynkowej. W trakcie zajęć omówione są zagadnienia, takie jak przychody i koszty oraz kapitały przedsiębiorstw a także pojęcie progu rentowności oraz charakterystyka i analiza porównawcza wybranych źródeł finansowania. Zdobyta wiedza jest weryfikowana poprzez dwa kolokwia a także udział w dyskusji podczas zajęć.										
22	Przedsiębiorczość i sztuczna inteligencja	15/9	-	-	-	-	-	-	-	15/9	1/1	K_W02, K_W03, K_W04, K_W05, K_U01, K_U03, K_K01
	Treści programowe	Celem przedmiotu jest zapoznanie studentów z zaawansowanymi zagadnieniami przedsiębiorczości w kontekście nowoczesnych technologii, w szczególności sztucznej inteligencji. W trakcie zajęć przedstawiona zostanie problematyka nowoczesnej przedsiębiorczości w erze cyfrowej, sztuczna inteligencja jako narzędzie dla przedsiębiorców oraz aspekty etyki i wyzwań związanych z wykorzystaniem AI w biznesie.										

23	Zarządzanie procesami logistycznymi w przedsiębiorstwie	15/9			15/12					30/21	2/2	K_W05, K_W10, K_U01, K_U04, K_K02
	Treści programowe	Zajęcia będą poświęcone kompleksowemu zarządzaniu procesowemu i jego zastosowaniu w przedsiębiorstwach. Następnie studenci dowiedzą się, czym różni się orientacja funkcjonalna od procesowej i dlaczego podejście procesowe zyskuje na znaczeniu w dynamicznym środowisku. W kolejnych wykładach zostaną omówione kluczowe koncepcje zarządzania procesowego, a także definicje i klasyfikacje procesów biznesowych, co umożliwi uczestnikom identyfikację i analizę procesów logistycznych. Studenci poznają także miary procesów logistycznych oraz zasady standaryzacji tych procesów, co pozwoli im zrozumieć, jak utrzymać efektywność i jakość działań operacyjnych. W ramach zarządzania procesami studenci nauczą się planować, monitorować i doskonalić procesy, wykorzystując modelowanie do wizualizacji i analizy działań. Dowiedzą się, kiedy stosować doskonalenie procesów, a kiedy radykalne przeprojektowanie oraz zapoznają się z metodami i narzędziami wspierającymi te podejścia.										
24	Seminarium dyplomowe					15/12				15/12	2/2	K_W02, K_U02, K_U06, K_U07, K_K01
	Treści programowe	Celem przedmiotu jest omówienie 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, celu i struktury pracy realizowanej w ramach seminarium.										

Rok studiów: drugi

Semestr: trzeci

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

Łączna liczba godzin zajęć (w semestrze): 390/225

Łączna liczba godzin zajęć: Zakres 1: 150/96

Łączna liczba godzin zajęć: Zakres 2: 150/96

Łączna liczba godzin zajęć: Zakres 3: 150/96

Łączna liczba godzin zajęć: Zakres 4: 150/96

*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			
25	Język obcy		30/18							30/18	2/2	K_U01, K_U02, K_U08
	Treści programowe	Rozwijanie kompetencji zawodowych (korespondencja biznesowa, umiejętność prezentacji, komunikacja w miejscu pracy); Ćwiczenie słownictwa zawodowego w oparciu o materiały specjalistyczne.										
26	Modele biznesu	15/15			30/15					45/30	2/3	K_W01, K_W07, K_W09, K_U01, K_U07, K_K02,
	Treści programowe	Celem przedmiotu jest zapoznanie Studentek i Studentów z zagadnieniami dotyczącymi współczesnych uwarunkowań społecznych, gospodarczych i technologicznych związanych z koncepcjami modeli biznesu oraz ich rodzajami. W toku zajęć zostaną zaprezentowane różne podejścia do teorii i praktyki projektowania struktur modeli biznesu. W aspekcie praktycznym, celem zajęć jest przyswojenie wiedzy i umiejętności samodzielnego projektowania elementów i struktur modeli biznesu.										
27	Trening kreatywności		30/18							30/18	2/2	K_W02, K_W08, K_U01, K_U04, K_K03

	Treści programowe	Celem zajęć jest zapoznanie studenta z podstawowymi założeniami treningu twórczości oraz pogłębienie jego wiedzy i praktycznych umiejętności z zakresu kreatywności. W ramach zajęć studenci zdobędą wiedzę na temat podstawowych założeń i etapów treningu twórczości, poznają podstawowe pojęcia z zakresu kreatywności, nauczą się odróżniać i charakteryzować procesy twórcze oraz poznają metody twórczego rozwiązywania problemów. W trakcie zajęć omówione są zagadnienia, takie jak: cechy i znaczenie twórczej postawy; czynniki sprzyjające i przeszkadzające kreatywności; poziomy twórczości i procesy twórcze (eksploracje, kombinacje i transformacje); podstawowe założenia treningu twórczości; etapy treningu kreatywności wg K. J. Szmidta; metody twórczego rozwiązywania problemów. Omówiona zostanie również problematyka wykorzystania kreatywności w biznesie.										
28	Zarządzanie publiczne/Public Management	15/9			15/12					30/21	2/2	K_W01, K_W07, K_W09, K_W10, K_U01, K_U06, K_U07, K_K04
	Treści programowe	Celem przedmiotu jest zapoznanie studentów z wiedzą w zakresie zarządzania publicznego oraz uzyskanie umiejętności łatwiejszej orientacji w szczegółowych kwestiach dotyczących realizacji zadań publicznych. W ramach przedmiotu omówione zostaną w szczególności struktura administracji państwowej i samorządowej w Polsce, planowanie strategiczne rozwoju gminy/miasta/województwa, marketing terytorialny, instrumenty rozwoju gospodarczego gminy/miasta/województwa, nowoczesne trendy w zarządzaniu publicznym w celu jednoczesnego zapoznania studentów z aspektami dotyczącymi efektywnego zarządzania w obszarze publicznego zarządzania. prawami w tym zakresie, w tym dochodzeniem roszczeń związanych z tymi prawami. Planowane jest również nabywanie dobrych umiejętności komunikacji ustnej i pisemnej.										
29	Budowanie tożsamości i wizerunku organizacji	15/9			30/12					45/21	2/2	K_W02, K_W03, K_U05, K_U10 K_K02, K_K03

	Treści programowe	Celem przedmiotu jest zapoznanie studentów z różnicami pomiędzy tożsamością organizacji a jej wizerunkiem w grupie/grupach klientów docelowych. Tożsamość i wizerunek nie są pojęciami jednoznacznymi jednak wspólnie mają wpływ na to w jaki sposób tworzona jest marka organizacji oraz w jaki sposób jest ona postrzegana na rynku. Realizowane przez studentów projekty będą miały na celu wypracowanie nawyków korzystania z narzędzi, za pomocą których organizacja może sprawdzić czy jej wizerunek odpowiada tożsamości. Bazą projektów będą wiedza teoretyczna, materiały źródłowe oraz analizy przykładów praktycznych. Dzięki temu studenci będą mogli porównywać działania różnych organizacji i wyciągać samodzielne wnioski.										
31	Zarządzanie kompetencjami w organizacjach	15/12			15/12					30/24	2/2	K_W08, K_U01, K_U10, K_K03, K_K05
	Treści programowe	Celem przedmiotu jest zapoznanie studentów z podstawami teoretycznymi z zakresu kompetencji, zarówno zawodowych, jak i personalnych oraz kształtowanie umiejętności tworzenia profili oraz modeli kompetencyjnych. Program zajęć ma na celu przekazanie wiedzy na temat znaczenia i wymagań kompetencyjnych pracowników we współczesnych organizacjach, zarówno obecnych, jak i perspektywicznych, z ukierunkowaniem na wymagania kompetencyjne stawiane kadrom kierowniczym. W trakcie zajęć przedstawiane są zagadnienia, takie jak: definicja, kategorie i modele kompetencji, system zarządzania kompetencjami i jego budowa, metody pomiaru i rozwoju kompetencji oraz zagadnienie kompetencji menedżerskich. Praktyczne zastosowanie zdobytej wiedzy przewidziane jest poprzez opracowanie projektów, których przedmiotem jest budowa profili i modeli kompetencyjnych oraz diagnozowanie potencjału kompetencyjnego.										
32	Seminarium dyplomowe						30/15			30/15	4/4	K_W02, K_U02, K_U03, K_U06, K_U07, K_K01, K_K02, K_K03, K_K05

	Treści programowe	Przedstawienie celów i hipotez badawczych. Prezentacja studentów i omówienie postawionych celów i hipotez badawczych. Przedstawienie podstaw metodycznych stosowanych w procesie przygotowania pracy dyplomowej magisterskiej, w tym: materiałów źródłowych, metod i technik badawczych, metod obróbki materiałów i systematyzacji wyników. Prezentacje studenckie i dyskusja na temat podstaw merytorycznych prac dyplomowych magisterskich. Zasady tworzenia redakcyjnej pracy dyplomowej magisterskiej, w tym formuła wpisu i zakończenia pracy, logika treści, stylistyka, projekt graficzny, załączniki. Dyskusja o stronie edytorskiej pracy.
--	--------------------------	---

Kształcenie w zakresie 1 - Ekoprzedsiębiorczości – 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			
	Warsztaty rozwoju postaw ekoprzedsiębiorczych	15/12	30/15							45/27	5/5	K_W02, K_W07, K_U03, K_K01, K_K03, K_K04
33.1 Zakres 1	Treści programowe	Celem przedmiotu jest rozwinięcie wiedzy, umiejętności i świadomości w zakresie przedsiębiorczości ekologicznej i zrównoważonego biznesu. Przedmiot umożliwia zrozumienie podstaw eko-przedsiębiorczości. Uczestnicy poznają regulacje prawne, zasady zarządzania ryzykiem środowiskowym i możliwości finansowania działań ekologicznych, a także rozwijają kompetencje kluczowe dla eko-przedsiębiorców, takie jak kreatywność, etyczne podejście i zrównoważone zarządzanie zasobami. Kluczowym efektem jest umiejętność tworzenia i wdrażania strategii zrównoważonego rozwoju, które sprzyjają realizacji celów środowiskowych, społecznych i ekonomicznych.										

34.1 Zakres 1	Zielona ekonomia	15/9	15/12							30/21	4/4	K_W04, K_W09, K_U01, K_K04
	Treści programowe	Celem przedmiotu jest zapoznanie studentów z koncepcjami zielonej gospodarki oraz wprowadzenie, przeanalizowanie i przyswojenie przez studentów teoretycznego i praktycznego znaczenia wskaźników zielonej gospodarki. W ramach zajęć studenci zapoznają się z pojęciem zielonej gospodarki, także w ujęciu makroekonomicznym, sektorowym i mikroekonomicznym, oraz jej pojęcia w dokumentach strategicznej organizacji globalnych i UE oraz instrumentach finansowych jej wdrażania. Studenci przygotowują się do liczenia wskaźników zielonej gospodarki w odniesieniu do szeregu zmiennych o charakterze gospodarczym, społecznym i środowiskowym.										
35.1 Zakres 1	Ekosystemy przedsiębiorczości	15/12								15/12	1/1	K_W02, K_W09, K_U08, K_K04
	Treści programowe	Celem przedmiotu jest zapoznanie studentów z kluczowymi aspektami dotyczącymi uwarunkowań i form ekosystemów przedsiębiorczości oraz znaczenia przedsiębiorczości i innowacyjności, w stymulowaniu rozwoju społeczno-gospodarczego w regionie i w całej gospodarce. W trakcie zajęć omówione są zagadnienia dotyczące społecznych, ekologicznych oraz globalnych aspektów ekosystemów. Student będzie umiał wykorzystywać w praktyce rozwiązania, oparte o modele ekosystemów przedsiębiorczości w kontekście zarządzania organizacją.										
36.1 Zakres 1	Zarządzanie cyklem życia produktów	15/9			15/9					30/18	2/2	K_W01; K_W05; K_U01; K_K02

	Treści programowe	Celem przedmiotu jest przekazanie wiedzy i umiejętności w zakresie zintegrowanego podejścia do modelowania i zarządzania cyklem życia produktu, wykształcenie umiejętności prowadzenia środowiskowej oceny cyklu życia oraz wypracowanie umiejętności z zakresu zastosowania narzędzi komputerowych do inwentaryzacji i oceny wpływu cyklu życia. Studencie zdobędą wiedzę nt. koncepcji cyklu życia, jego faz i uczestników, oraz przepływów materiałowych i energetycznych, emisji i odpadów w cyklu życia. Studenci zdobędą praktyczne umiejętności w zakresie modelowania cyklu życia, wykorzystania dedykowanych temu narzędzie oraz oceny cyklu życia przy wykorzystaniu takich metod jak LCA, PCF oraz PEF. Studenci zdobędą kompetencje w zakresie wprowadzania zmian w cyklu życia dla zmniejszania presji środowiskowych.										
37.1 Zakres 1	Pozyskiwanie i zarządzanie środkami na ekoinnowacje	15/9			15/9					30/18	2/2	K_W09, K_U06, K_U10, K_K02, K_K05
	Treści programowe	Celem przedmiotu jest zapoznanie studentów z metodami, narzędziami i warunkami inwestowania w ekoinnowacje. Pozyskiwanie i zarządzanie funduszami na ekoinnowacje to wieloaspektowe wyzwanie, które obejmuje różne strategie i mechanizmy zapewniające zrównoważony rozwój. Skuteczne wsparcie finansowe ma kluczowe znaczenie dla skalowania ekoinnowacji. W ramach przedmiotu zostaną poruszone m.in. następujące zagadnienia: Źródła i rodzaje pozyskiwania środków na ekoinnowacje, Mechanizmy i strategie finansowe, Raportowanie i ewaluacja źródeł pozyskiwania środków. Praktyczne zastosowanie zdobytej wiedzy przewidziane jest poprzez opracowanie projektu związanego z pozyskaniem środków na ekoinnowację. W ramach zajęć aktywowana będzie również współpraca w ramach zespołów projektowych co bezpośrednio wpływa na wzmocnienie umiejętności interdyscyplinarnych.										

Kształcenie w zakresie 2 - Zarządzania zasobami ludzkimi - 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			
33.2 Zakres 2	Administrowanie wynagrodzeniami	15/12	30/15							45/27	5/5	K_W01, K_W04, K_W06, K_U03, K_U07, K_U09, K_K01, K_K03, K_K05
	Treści programowe	Celem przedmiotu jest przekazanie studentom wiedzy dotyczącej podstawowych zagadnień z zakresu wynagradzania pracowniczego oraz zapoznanie studentów z teoretycznymi i praktycznymi aspektami administrowania wynagrodzeniami pracowniczymi. Program zajęć ma na celu zapoznanie z podstawowymi terminami dotyczącymi istoty administrowania wynagrodzeniami, funkcjami i determinantami wynagrodzeń. W ramach zajęć studenci zdobędą wiedzę na temat kształtowania strategii wynagrodzeń i projektowania zakładowego systemu wynagrodzeń oraz zasad budowania tabel płac. W trakcie zajęć omówione zostaną zasady podwyższania stawek płac i skutecznego premiowania, a także zróżnicowane formy wynagrodzeń – materialne i pozamaterialne. Praktyczne zastosowanie zdobytej wiedzy przewidziane jest poprzez analizę i opracowanie projektu.										
34.2 Zakres 2	Zarządzanie projektami HR	15/9	15/12							30/21	4/4	K_W01, K_U01, K_U03, K_U05, K_K02, K_K03.
	Treści programowe	Celem przedmiotu jest zapoznanie studentów z kluczowymi aspektami zarządzania projektami w obszarze HR koncentrującymi się na poznaniu założeń i uzyskaniem przez studentów umiejętności opracowania projektu HR w celu zarządzania działem kadr (personalnym) w organizacjach. W ramach zajęć studenci zdobędą wiedzę na temat różnych podejść do zarządzania projektami w HR w kontekście zarządzania										

		strategicznego, opartego na kompetencjach, dotyczących kampanii rekrutacyjno-selekcyjnej, procesu onboarding, preboardingu oraz reboardingu. Praktyczne zastosowanie zdobytej wiedzy przewidziane jest poprzez analizę i opracowanie projektu w obszarze HR, który weźmie pod uwagę turbulentne otoczenie biznesu i specyfikę aktualnego rynku pracy.										
35.2 Zakres 2	Kształtowanie relacji pracowniczych	15/9	15/9							30/18	2/2	K_W01, K_W08, K_U03, K_U10, K_K01
	Treści programowe	Celem jest wykształcenie umiejętności u studentów rozumienia istoty i prawidłowości relacji pracowniczych w organizacjach, ich uwarunkowań oraz wpływu na funkcjonowanie organizacji i zarządzanie oraz rozwiązywania wybranych problemów wiążących się z relacjami, interakcjami i koniecznością współpracy z ludźmi w zakresie organizacyjnym. W ramach zajęć studenci zdobędą wiedzę na temat istoty oraz uwarunkowań relacji w organizacji, oraz rola kierownika w budowaniu relacji pracowniczych. Przedstawiony zostanie kapitał relacyjny w organizacji, jak również budowanie relacji w oparciu o kulturę organizacyjną i sieci komunikacji. Przekazana zostanie wiedza na temat klastry jako przykładu budowania relacji międzyorganizacyjnych. Omówione będzie zagadnienia dysfunkcje relacji w organizacji.										
36.2 Zakres 2	Analiza rynku pracy	15/9			15/9					30/18	2/2	K_W01, K_W02, K_W03, K_W05, K_U01, K_U03, K_U04, K_K02, K_K03, K_K04, K_K05,
	Treści programowe	Celem przedmiotu jest zapoznanie studentów z istotą rynku pracy i mechanizmami jego funkcjonowania oraz rozwijanie ich wiedzy i umiejętności w zakresie poszukiwania pracy. Studenci zdobędą wiedzę odnośnie aktywnej i pasywnej polityki rynku pracy, podmiotów realizujących zadania z zakresu promocji zatrudnienia, łagodzenia skutków bezrobocia i aktywizacji zawodowej. Zostaną omówione kwestie segmentacji rynku pracy, struktur i mechanizmów, które go kształtują, co pozwoli studentom orientować się w dynamicznie zmieniającym się rynku pracy, umożliwiając świadomy wybór odpowiednich ścieżek edukacyjnych i adaptację do wyzwań zawodowych. Praktyczne wykorzystanie nabytej wiedzy będzie miało miejsce poprzez analizę rynku pracy, opracowanie projektu dotyczącego skutecznego poruszania się po nim.										

37.2 Zakres 2	Zarządzanie efektywnością pracowników				15/12					15/12	1/1	K_W01, K_W04, K_W06, K_U03, K_U07, K_U09, K_K01, K_K03, K_K05
	Treści programowe	Celem przedmiotu jest zapoznanie studentów z zagadnieniami efektywnościowego gospodarowania kapitałem ludzkim oraz wykształcenie u studentów umiejętności wykorzystania mierników efektywności pracowników i ich analizy. Program zajęć ma na celu przybliżenie efektywnościowego ujęcia gospodarowania kapitałem ludzkim. W ramach zajęć studenci zdobędą wiedzę na temat wymiarów i składowych kapitału ludzkiego. W trakcie zajęć omówione zostaną różne wskaźniki efektywności procesów HR. Praktyczne zastosowanie zdobytej wiedzy przewidziane jest poprzez analizę i opracowanie projektu.										

Kształcenie w zakresie 3 - Marketing i e-biznes - 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 laboratoryjne	Seminarium	Praktyka	Inne			
33.3 Zakres 3	Marketing relacji	15/12			30/15					45/27	5/5	K_W01, K_W03, K_U01, K_U05, K_K02, K_K03
	Treści programowe	Celem przedmiotu jest zapoznanie studentów z koncepcją marketing relacji. Program zajęć ma na celu przybliżenie różnorodnych narzędzi marketingu relacji i koncepcji lojalności. W trakcie zajęć omówione są zagadnienia, takie jak zasady tworzenia relacji, marketing wewnętrzny, wewnętrzny kapitał relacyjny, employer branding, modele lojalności klientów, narzędzia do analiz skuteczności wdrażanych programów lojalnościowych. Praktyczne zastosowanie zdobytej wiedzy przewidziane jest poprzez przygotowanie projektu, który analizować będzie strategie marketingu relacyjnego i zawierać będzie propozycje nowych rozwiązań w tym zakresie.										

34.3 Zakres 3	Marketing sensoryczny	15/9			15/12					30/21	4/4	K_W01, K_W02, K_W07, K_W09, K_U01, K_U03, K_U04, K_U05, K_U06, K_U07, K_U08, K_U10, K_K01, K_K02, K_K05
	Treści programowe	Celem przedmiotu jest zapoznanie studentów z zakresem i technikami marketingu sensorycznego. Wykraczającego poza tradycyjne sposoby oddziaływania na konsumentów angażujące wyłącznie zmysł wzroku i słuchu. Angażuje on również zmysł węchu, smaku i dotyku u osób zainteresowanych zakupem produktów lub usług. Wielozmysłowe doświadczanie marki przyspiesza uzyskanie przewagi konkurencyjnej na współczesnych rynkach. Podczas zajęć student uzyskuje wiedzę na temat sposobów marketingowego oddziaływania na wszystkie zmysły klientów w aspekcie strategicznym i operacyjnym. Takie oddziaływanie wywołujące sensoryczną satysfakcję zwiększa zainteresowanie ofertą przedsiębiorstwa i pozytywnie wpływa na jego wizerunek. Praktyczne zastosowanie zdobytej wiedzy znajdzie odzwierciedlenie w sporządzonym projekcie.										
35.3 Zakres 3	E-biznes	15/9			15/9					30/18	2/2	K_W01, K_W02, K_W03, K_W04, K_W05, K_W07, K_W09 K_W10; K_U01, K_U03, K_U05, K_U06, K_U07, K_U08, K_U09, K_U10; K_K01, K_K02, K_K03, K_K04, K_K05
	Treści programowe	Omówienie pojęcia gospodarki elektronicznej, jej historii oraz współczesnych trendów jej rozwoju; przedstawienie rozwiązań z zakresu marketingu internetowego, wykorzystania sieci społecznościowych, metod kolaboracji zdalnej, narzędzi elektronicznych do zarządzania przedsiębiorstwem. Przygotowanie projektu firmy opartej na gospodarce elektronicznej.										
36.3 Zakres 3	Zarządzanie treścią w e-marketingu	15/9			15/9					30/18	2/2	K_W03, K_W05, K_U02, K_U03, K_K02, K_K04,

	Treści programowe	Celem przedmiotu jest zapoznanie studentów z podstawowymi elementami komunikacji w Internecie poprzez umiejętne stosowanie marketingu treści. Program zajęć ma na celu przybliżenie wiedzy na temat różnorodnych form komunikacji z potencjalnym i obecnym klientem. W ramach zajęć studenci zdobędą wiedzę na temat różnych specyfiki marketingu treści oraz form komunikacji w sektorze przemysłowym i usługowym. W trakcie zajęć omówione są zagadnienia podstaw e-marketingu, zarys narzędzi e-marketingu, specyfika e-commerce i e-dystrybucja. Następnie problematyka kreowania produktu w Internecie i narzędzi pozycjonowania marketingu w blogosferze oraz w mediach społecznościowych, gdzie student w praktyczny sposób uzyska wiedzę na temat zastosowań marketingu treści w zarządzaniu informacją.										
37.3 Zakres 3	Podstawy projektowania katalogów internetowych				15/12					15/12	1/1	K_W05, K_U03, K_U05, K_K03
	Treści programowe	Celem przedmiotu jest przygotowanie studentów do tworzenia funkcjonalnych i nowoczesnych katalogów internetowych, takich jak katalogi produktów czy zasobów edukacyjnych. Studenci poznają zasady projektowania użytecznych (usability) i dostępnych (accessibility) interfejsów, podstawy narzędzi technologii budowy stron internetowych oraz obsługi narzędzi typu CMS (Content Management System), a także techniki optymalizacji SEO. Przedmiot obejmuje również wprowadzenie do zarządzania dynamiczną treścią oraz analizy wymagań końcowych użytkowników katalogów internetowych. Zajęcia kończą się realizacją projektu katalogu dostosowanego do rzeczywistych potrzeb.										

Kształcenie w zakresie 4 - Analitik biznesowy - 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			
33.4 Zakres 4	Modelowanie danych wysokiej częstotliwości	15/12		30/15						45/27	5/5	K_W05, K_W06, K_W09, K_U01, K_U03, K_U06, K_K03
	Treści programowe	Celem przedmiotu jest zapoznanie studentów z kluczowymi zagadnieniami z analizy szeregów czasowych oraz etapami modelowania danych wysokiej częstotliwości. W ramach zajęć studenci wykształcą umiejętności do samodzielnej identyfikacji własności danych wysokiej częstotliwości, konstrukcji modeli autoregresji i średniej ruchomej czy modeli warunkowej heteroskedastyczności z zastosowaniem programu <i>Gretl</i> . W trakcie zajęć przedstawione zostaną zagadnienia związane z estymacją paramentów inwestycji w instrumenty finansowe w kontekście wykorzystania modeli szeregów czasowych wysokiej częstotliwości do oceny dochodu i ryzyka rynkowego. Praktyczne zastosowanie zdobytej wiedzy przewidziane jest poprzez analizę parametrów inwestycji w instrumenty finansowe notowane na GPW z wykorzystaniem programu <i>Gretl</i> i arkusza kalkulacyjnego Excel.										
34.4 Zakres 4	Podstawy baz danych	15/9		15/12						30/21	4/4	K_W05, K_U01, K_U03
	Treści programowe	Celem przedmiotu jest przedstawienie podstaw baz danych, relacyjnego modelu danych oraz języka SQL jako standardu języków zapytań. Założeniem przedmiotu jest nabycie przez studenta wiedzy w przedstawionym zakresie oraz umiejętności w zakresie projektowania baz danych, obsługi wybranych systemów zarządzania bazami danych, a także wykorzystania języka SQL do wykonywania typowych zadań w bazach danych.										

35.4 Zakres 4	Zarządzanie ryzykiem kredytowym	15/9	15/9							30/18	2/2	K_W05; K_W09; K_W10; K_U01; K_U10; K_K02; K_K05
	Treści programowe	Celem przedmiotu jest usystematyzowanie wiedzy na temat źródeł pozyskiwania kapitału, pojęcia i typów ryzyka w działalności gospodarczej, pojęcia i rodzajów ryzyka kredytowego w działalności przedsiębiorstw. Studenci podczas zajęć poznają etapy zarządzania ryzykiem kredytowym w banku komercyjnym, wniosek kredytowy i jego elementy oraz ocenę zdolności kredytowej. Ponadto Studenci poznają metody analizy ryzyka kredytowego pojedynczej transakcji, klasyfikację metod ograniczania ryzyka kredytowego, charakterystykę i formy operacji aktywnych banku oraz shadow banking, politykę kredytową, metody analizy i ograniczania ryzyka kredytowego, a także kalkulację rat kredytowych.										
36.4 Zakres 4	Analiza danych z wykorzystaniem pakietu R	15/9		15/9						30/18	2/2	K_W01; K_W05; K_U01; K_U03; K_U06; K_K02
	Treści programowe	Wprowadzenie do programowania oraz analizy danych w języku R, Praca z danymi oraz relacyjnymi bazami danych. Regresja liniowa i logistyczna oraz eksploracja danych statystyki podsumowujące modele. Wizualizacja danych.										
37.4 Zakres 4	Metody analizy rynku			15/12						15/12	1/1	K_W06, K_W10, K_U01, K_U03, K_U04, K_K01, K_K02, K_K05
	Treści programowe	Celem przedmiotu jest zapoznanie studentów z wybranymi analizami statystycznymi stosowanymi w analizie rynku oraz wykształcenie umiejętności analizowania informacji płynących z modeli zawierających dane rynkowe. Zasadnicza część przedmiotu odnosi się zatem do gromadzenia danych oraz przedstawia metody prowadzenia analizy danych i interpretacji wyników. W ramach metod wielowymiarowej analizy statystycznej uwagę poświęca się metodzie analizy skupień. Ponadto przedstawione zostają: tworzenie odpowiedniej bazy danych oraz sposoby prawidłowości badania kwestionariusza wykorzystywanego w analizie rynku. 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): 285/207

Łączna liczba godzin zajęć: Zakres 1: 150/102

Łączna liczba godzin zajęć: Zakres 2: 150/102

Łączna liczba godzin zajęć: Zakres 3: 150/102

Łączna liczba godzin zajęć: Zakres 4: 150/102

*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			
38	Mentoring i coaching	15/9	15/9							30/18	2/2	K_W08, K_U01, K_U09, K_K03
	Treści programowe	Celem zajęć jest pogłębienie i usystematyzowanie wiedzy studenta z zakresu mentoringu i coachingu oraz poznanie przez niego wybranych modeli, metod i narzędzi przydatnych w mentoringu i coachingu. W trakcie zajęć omówione są zagadnienia, takie jak: pojęcie, rodzaje i formy mentoringu, skuteczność różnych form mentoringu, mocne i słabe strony różnych form mentoringu; pojęcie, rodzaje i cele coachingu, podstawowe zasady i etapy coachingu; zadania mentora/mentee (podopiecznego mentora) i coacha/coachee (klienta coacha) w organizacjach; kompetencje mentora i coacha; modele pracy mentora i coacha; kodeksy etyczne w mentoringu i coachingu; zarządzanie zmianą w oparciu o Transteoretyczny Model Zmiany (TMZ); metody i narzędzia pracy mentora i coacha przydatne w organizacjach.										

39	Menedżerskie gry strategiczne		15/12							15/12	2/1	K_W02, K_W06, K_W07, K_W08, K_W09, K_U01, K_U03, K_U06, K_U07, K_U09, K_U10, K_K02, K_K03, K_K05
	Treści programowe	Gry strategiczne menedżerskie służą jako innowacyjne narzędzia edukacyjne, symulują rzeczywiste scenariusze biznesowe, pozwalając uczestnikom podejmować decyzje oraz stawiać czoła wyzwaniom. Ich celem jest: rozwijanie umiejętności strategicznego myślenia - pozwalają uczestnikom na opracowanie i realizację długoterminowych planów w zmiennym i często nieprzewidywalnym środowisku.; rozwiązywanie problemów - stawiają uczestników w sytuacjach, które wymagają szybkiego reagowania na problemy i wyzwania, wymagają kreatywności w szukaniu rozwiązań: Nauczanie podejmowania decyzji pod presją - uczestnicy muszą podejmować decyzje w warunkach niepełnych informacji, rozważanie konsekwencji swoich działań oraz reagowanie na zmieniające się okoliczności; Doskonalenie umiejętności zarządzania zasobami – czyli efektywnego zarządzania zasobami oraz maksymalizowanie efektywności przy ograniczonych zasobach.										
40	Technologie przemysłu 4.0	15/9								15/9	1/1	K_W01, K_W02, K_W05, _W08, K_W09, K_U01, K_U03, K_U06, K_U10, K_K05
	Treści programowe	Celem przedmiotu jest zapoznanie studentów z kluczowymi zagadnieniami związanymi z Przemysłem 4.0 oraz jego znaczeniem w kontekście współczesnych rewolucji przemysłowych. Program zajęć obejmuje szeroki zakres tematów, umożliwiających zrozumienie wyzwań, szans i zagrożeń związanych z rozwojem technologii przemysłowych, jak również ich wpływu społecznego. Studenci zostaną wprowadzeni m.in. w tematykę Internetu Rzeczy, rozproszonych baz danych, a także zasad integracji pionowej i poziomej oprogramowania. W programie uwzględniono również kwestię cyberbezpieczeństwa przemysłowego, druku przestrzennego, rzeczywistości wirtualnej oraz przetwarzania danych w chmurze. Zwrócono uwagę sztuczną										

		inteligencję oraz jej zastosowanie w przemyśle, a także robotykę.										
30	Negocjacje w biznesie/ Negotiations in business	15/12	15/12							30/24	3/3	K_W01, K_W02, K_W08, K_U01, K_U07, K_U08, K_U10, K_K01, K_K05
	Treści programowe	Celem zajęć jest zapoznanie studentów z teorią i praktyką zarządzania konfliktami i negocjacji. Zapewniają kompleksowe poznanie podstawowych zasad, teorii i praktycznych zastosowań negocjacji w środowisku biznesowym. Mają na celu wyposażenie studentów w niezbędne umiejętności i wiedzę, aby skutecznie zarządzać konfliktami i je rozwiązywać oraz tworzyć porozumienia typu wygrana-wygrana. Przedmiot przekazuje teorie źródeł i sposobów rozwiązywania konfliktów oraz różne strategie rozwiązywania konfliktów. Studenci zostaną zapoznani z głównymi stylami negocjacji, będą analizować, w jaki sposób różne podejścia mogą być stosowane w celu osiągnięcia optymalnych wyników, a także poznają taktyki negocjacyjne, w tym techniki manipulacji, ze szczególnym uwzględnieniem rozpoznawania i obrony przed nieetycznymi praktykami. Studenci nauczą się, jak tworzyć handlowe kontrakty negocjacyjne. Przedmiot przedstawia również projekt procesu negocjacyjnego, rozwija umiejętności komunikacji interpersonalnej, które są ujęte w kontekście negocjacji, ze szczególnym uwzględnieniem aktywnego słuchania, komunikacji perswazyjnej i wskazówek niewerbalnych. Ponadto przedmiot prezentuje zasady wpływu społecznego i ich wpływ na dynamikę podejmowania decyzji i negocjacji. Po ukończeniu przedmiotu studenci będą przygotowani do prowadzenia skutecznych negocjacji w różnych kontekstach zawodowych.										
41	Seminarium dyplomowe						45/ 24			45/24	8/8	K_W02, K_U02, K_U03, K_U06, K_U07, K_K01, K_K02, K_K03, K_K05
	Treści programowe	Celem przedmiotu jest omówienie podstaw merytorycznych i metodologicznych przygotowania pracy dyplomowej magisterskiej. Podczas zajęć podejmowane są następujące zagadnienia: prezentacja problemów badawczych, prezentacje studentów i dyskusja nad problemami badawczymi; zasady tworzenia										

		redakcyjnej pracy dyplomowej magisterskiej, w tym formuła wpisu i zakończenia pracy, logika treści, stylistyka, projekt graficzny, załączniki. Ponadto omawiane są prezentacje studenckie i dyskusja o podstawie redakcyjnej prac dyplomowych magisterskich. Prezentacja i dyskusja na temat obrony prac dyplomowych i przeprowadzenia egzaminu dyplomowego.
--	--	--

Kształcenie w zakresie 1 - Ekoprzedsiębiorczości – przedmioty do wyboru

42.1 Zakres 1	Zarządzanie odnawialnymi źródłami energii	15/12		15/12						30/24	4/4	K_W04, K_W08, K_W10, K_U02, K_U04, K_U09, K_K02, K_K04
	Treści programowe	Zasadniczym celem zajęć jest zapoznanie studentów z zasadami funkcjonowania różnych rodzajów odnawialnych źródeł energii. Istotnym jest również przedstawienie zasad wyboru rozwiązania technicznego w zakresie instalacji wykorzystujących odnawialne źródła energii, w szczególności w lokalnej energetyce prosumenckiej. Ponadto, studenci pozyskają wiedzę, umiejętności i kompetencje w obszarze aspektów ekonomicznych i środowiskowych wykorzystywania systemów energetyki odnawialnej oraz kryteriów doboru właściwych technologii w stosunku do potencjału energetycznego i zapotrzebowania na energię. Na zajęciach laboratoryjnych studenci zapoznają się z metodami zarządzania i bilansowania podaży-popytu energii w układach odnawialnych źródeł energii w konwergencji z scentralizowanymi systemami elektroenergetycznymi.										
43.1 Zakres 1	Modele biznesu w gospodarce obiegu zamkniętego	15/9			15/12					30/21	3/3	K_W01, K_W03, K_W07, K_W08, K_W09, K_W10, K_U01, K_U02, K_U04, K_U06, K_U10, K_K01, K_K05

	Treści programowe	Celem przedmiotu jest zapoznanie studentów z modelami biznesu w gospodarce o obiegu zamkniętym. W ramach zajęć studenci zdobywają wiedzę z zakresu pojęć oraz przykładów związanych z modelami biznesu w gospodarce o obiegu zamkniętym. Omawiane są nowoczesne koncepcje, metody i narzędzia zarządzania w przedsiębiorstwach związane z wdrażaniem zasad gospodarki o obiegu zamkniętym. W ramach przedmiotu analizowane są poszczególne komponenty w budowie modelu biznesu dla gospodarki obiegu zamkniętego. Praktyczna część przedmiotu obejmuje zdobycie umiejętności związanych z zaprojektowaniem modelu biznesu dla gospodarki obiegu zamkniętego.										
44.1 Zakres 1	Narzędzia rozwoju ekoinnowacji	15/9			15/12					30/21	3/3	K_W02, K_W07, K_U01, K_U10, K_K02, K_K03
	Treści programowe	Celem przedmiotu jest zapoznanie studentów z podstawami teoretycznymi z zakresu ekoinnowacji i ich wpływu na zmiany w organizacjach oraz metodami i narzędziami rozwoju ekoinnowacji w przedsiębiorstwach. Program zajęć ma na celu kształtowanie umiejętności projektowania ekoinnowacyjnych produktów i usług. W trakcie zajęć przedstawiane są zagadnienia, takie jak: cechy charakterystyczne, rodzaje i typy ekoinnowacji, źródła ekoinnowacji, metody i narzędzia stosowane w ekoprojektowaniu. Praktyczne zastosowanie zdobytej wiedzy przewidziane jest poprzez opracowanie projektów, których przedmiotem są projektowanie ekoinnowacyjnego produktu i ekoinnowacyjnej usługi.										
45.1 Zakres 1	Systemy ekozarządzania	15/9	15/9							30/18	2/2	K_W02, K_W03, K_W05, K_U03, K_U07, K_U10, K_K03, K_K05,

	Treści programowe	Celem przedmiotu jest zapoznanie studentów z kluczowymi aspektami dotyczącymi wdrożenia systemów zarządzania środowiskowego w przedsiębiorstwie. Program zajęć ma na celu przygotowanie konceptu systemu zarządzania środowiskowego dla wybranego przedsiębiorstwa. W ramach zajęć studenci zdobędą wiedzę na temat różnych podejść do ek zarządzania oraz warunków niezbędnych do skutecznego planowania i realizacji projektów w odniesieniu do zrównoważonego rozwoju przedsiębiorstwa. W trakcie zajęć omówione są zagadnienia, takie jak: ek zarządzanie, zrównoważony rozwój, ekoinnowacje, system zarządzania środowiskowego, wyszczuplone zarządzanie. Praktyczne zastosowanie zdobytej wiedzy przewidziane jest poprzez analizę i opracowanie konspektu, który oparty jest na zastosowaniu zrównoważonego rozwoju w przedsiębiorstwie										
46.1 Zakres 1	Ekologia miejska	15/9	15/9							30/18	2/2	K_W01, K_W02, K_W09, K_W10, K_U01, K_K02
	Treści programowe	Student posiada wiedzę teoretyczną i umiejętności praktyczne w zakresie identyfikacji i klasyfikacji tematyki związanej z ekologią współczesnego miasta, posiada wiedzę na temat podejść do ekologii miasta, zrównoważony rozwój miast, znaczenie zieleni miejskiej do pracy i wypoczynku, projekty ekologiczne w miastach.										

Kształcenie w zakresie 2 - Zarządzania zasobami ludzkimi - przedmioty do wyboru

42.2 Zakres 2	Audyt personalny	15/12	15/12							30/24	4/4	K_W01, K_W08, K_U01, K_U03, K_U05, K_K02, K_K03.
	Treści programowe	Celem przedmiotu jest zapoznanie studentów z pojęciami, przedmiotem i znaczeniem audytu personalnego w przedsiębiorstwach oraz z narzędziami wykorzystywanymi w trakcie przeprowadzania audytu personalnego. Program zajęć ma na celu przybliżenie tematyki dotyczącej różnic pomiędzy audytem personalnym, a audytem funkcji personalnej, zaznajomienia z zasadami pracy audytora, z ryzykiem personalnym, przyczynami przeprowadzania audytów. W ramach zajęć studenci										

		zdobędą wiedzę na temat etapów planowania audytu, procedur personalnych oraz zasad tworzenia raportu. Praktyczne zastosowanie zdobytej wiedzy przewidziane jest poprzez opracowanie projektu audytu personalnego na przykładzie wybranej firmy.										
43.2 Zakres 2	Zarządzanie przez zaangażowanie	15/9	15/12							30/21	3/3	K_W01, K_W02, K_W06, K_W08, K_W10, K_U01, K_U03, K_U04, K_U07, K_U09, K_U10, K_K01, K_K02, K_K03
	Treści programowe	Celem przedmiotu jest zapoznanie studentów z wiedzą na temat kształtowania zaangażowania pracowników w organizacji, rozwinięcie umiejętności diagnozowania poziomu zaangażowania oraz kompetencji w zakresie wyzwalania aktywności członków organizacji. W trakcie zajęć studenci poszerzą wiedzę z zakresu teoretycznych i metodologicznych podstawy zarządzania przez zaangażowanie w kontekście współczesnego zarządzania organizacjami oraz poznają czynniki kształtujące poziom zaangażowania pracowników, sposoby budowania zaangażowania oraz badania poziomu zaangażowania pracowniczego. Praktyczne zastosowanie zdobytej wiedzy przewiduje nabycie umiejętności z zakresu: kreowania i zarządzania kompetencjami, różnorodnością oraz wykorzystania psychologii w pracy menadżera, istotności nowoczesnego przywództwa i wsparcia dla pracowników oraz kierowania pracą zróżnicowanego zespołu realizującego innowacyjne przedsięwzięcia organizacyjne, społeczne, zarządcze oraz projektowe.										
44.2 Zakres 2	Grywalizacja i wykorzystywanie sztucznej inteligencji w HRM	15/9			15/12					30/21	3/3	K_W05, K_W08, K_U01, K_U05, K_K02, K_K03

	Treści programowe	Celem przedmiotu jest zapoznanie studentów z podstawami teoretycznymi z zakresu grywalizacji oraz sztucznej inteligencji w obszarze HRM. Program zajęć ma na celu kształtowanie wiedzy na temat metod usprawniania podstawowych procesów personalnych realizowanych w organizacjach poprzez grywalizację i wykorzystanie sztucznej inteligencji. W trakcie zajęć przedstawiane są zagadnienia, takie jak: budowa i zasada działania sieci neuronowych, systemów ekspertowych, uczenie maszynowe, zastosowania sztucznej inteligencji w obszarze HRM, chatboty rekrutacyjne, cyfrowy asystent pracownika, grywalizacja w HRM. Praktyczne zastosowanie zdobytej wiedzy przewidziane jest poprzez opracowanie projektów, których przedmiotem będzie projektowanie inteligentnych narzędzi w obszarze HRM.										
45.2 Zakres 2	Optymalizacja kosztów pracy	15/9	15/9							30/18	2/2	K_W01, K_W02, K_W04, K_U01, K_U03, K_U07, K_U10, K_K01, K_K02, K_K03, K_K05
	Treści programowe	Wiedza z zakresu narzędzi wspomagających zarządzanie kosztami pracy, zasad planowania, monitorowania i raportowania kosztów pracy. Możliwości zastosowań praktycznych rozwiązań optymalizujących koszty pracy w przedsiębiorstwie. Wpływ motywacji płacowej i pozapłacowej pracowników na optymalizację kosztów pracy.										
46.2 Zakres 2	Analiza potrzeb szkoleniowych organizacji	15/9	15/9							30/18	2/2	K_W01; K_W04; K_W08; K_W09; K_W10; K_U01; K_U03; K_U07; K_U09; K_K01; K_K03; K_K05

	Treści programowe	Celem przedmiotu jest zapoznanie studentów z kluczowymi aspektami analizy potrzeb szkoleniowych jako elementu procesu kadrowego i teorii zarządzania zasobami ludzkimi. W ramach zajęć studenci zdobędą wiedzę na temat różnych metod, technik i narzędzi szkolenia pracowników oraz warunków ich stosowania, planowania i weryfikowania w ramach procesu kadrowego. W trakcie zajęć omówione będą zagadnienia rozpoznawania potrzeb szkoleniowych, cele jakim szkolenia mają służyć, analizy otoczenia oraz identyfikacji interesariuszy w procesach szkoleniowych. Praktyczne zastosowanie zdobytej wiedzy przewidziane jest poprzez analizę i opracowanie projektu, który weźmie pod uwagę wytyczne oraz zasady analizy potrzeb szkoleniowych dla wybranego przez studentów podmiotu.
--	--------------------------	--

Kształcenie w zakresie 3 - Marketing i e-biznes - przedmioty do wyboru

42.3 Zakres 3	Marketing zrównoważony	15/12	15/12							30/24	4/4	K_W01, K_W02, K_W07, K_U01, K_U02, K_U03, K_U04, K_U05, K_U07, K_U09, K_U10, K_K01, K_K02, K_K04, K_K05
	Treści programowe	W ramach przedmiotu omawiane są zagrożenia ekologiczne i społeczne ze szczególnym uwzględnieniem roli zrównoważonego rozwoju w przezwyciężaniu ich. Jest to podstawa do prezentacji istoty, celów i zakresu marketingu zrównoważonego. Studenci zapoznają się z możliwościami zrównoważonego, marketingowego kształtowania ofert rynkowych, dystrybucji, zintegrowanej komunikacji z klientami oraz z organizacją marketingu zrównoważonego w przedsiębiorstwie, sposobami rekrutacji i rozwoju zrównoważonego personelu marketingowego. Szczególne miejsce zajmuje marketingowe kształtowanie proekologicznych i prospołecznych ofert rynkowych oraz dystrybucja. Zrównoważenie w procesach zintegrowanej komunikacji marketingowej jest omawiane w kontekście prezentowania stanu i perspektyw rozwoju zrównoważonej konsumpcji.										

43.3 Zakres 3	Narzędzia wspierające kampanie marketingowe i sprzedaż	15/9	15/12							30/21	3/3	K_W01, K_W02, K_W03, K_U01, K_U10, K_K01
	Treści programowe	Zapoznanie i usystematyzowanie z najważniejszymi narzędziami wspierającymi kampanie marketingowe i sprzedaż. Istota i znaczenie tradycyjnych i nowoczesnych narzędzi wspierających kampanie marketingowe i sprzedaż. Systematyka i przykłady takich narzędzi jak: marketing ambientowy, marketing partyzancki, content marketing, marketing szeptany, marketing społecznościowy, mobilny, wirusowy, marketing wydarzeń, marketing doświadczeń, gry marketingowe, trendsetting, telemarketing, marketing pocztowy, etyczna aspekty i nadużycia w marketingu. ¹⁵										
44.3 Zakres 3	Komunikacja omnichannel i marketing automation	15/9			15/12					30/21	3/3	K_W01, K_W02, K_W03, K_U01, K_U03, K_U05, K_U06, K_U10, K_K02, K_K03
	Treści programowe	Przybliżenie istoty zintegrowanej komunikacji marketingowej, wyjaśnienie specyfiki komunikacji marketingowej w środowisku omnichannel, charakterystyka nowych mediów w procesie komunikacji marketingowej, komunikacja marketingowa offline, online, mobile i social, wyjaśnienie najważniejszych funkcji systemu Marketing Automation, przybliżenie roli i znaczenia Big Data, omówienie zastosowań sztucznej inteligencji w marketingu oraz nowych wyzwań technologii marketingowych.										

45.3 Zakres 3	Kreatywność artystyczna w marketingu	15/9			15/9					30/18	2/2	K_W08, K_U01, K_U04, K_U08, K_K04
	Treści programowe	Celem przedmiotu jest zapoznanie studentów z kluczowymi aspektami Kreatywności artystycznej w marketingu (KAM). Program zajęć ma na celu przybliżenie różnorodnych projektów realizowanych w kontekście KAM., ich specyfikacji oraz wyzwań, które są z nimi związane. W ramach zajęć studenci zdobędą wiedzę na temat różnych podejść do KAM oraz warunków niezbędnych do skutecznego planowania i realizacji kreatywnych projektów w tym obszarze. W trakcie zajęć omówione są zagadnienia, takie jak problematyka definiowania kreatywności w kontekście wyzwań marketingu, granice kreatywności uwarunkowanej oczekiwaniami odbiorców, analiza wyników badań eyetrackingowych. Praktyczne zastosowanie zdobytej wiedzy przewidziane jest poprzez analizę i opracowanie projektu dotyczącego KAM.										
46.3 Zakres 3	Wirtualne platformy współpracy biznesowej	15/9	15/9							30/18	2/2	K_W01, K_W02, K_W03, K_W05, K_U01, K_U03, K_U07, K_U10, K_K01, K_K03
	Treści programowe	Znaczenie informacji i wiedzy w zarządzaniu w warunkach globalizacji i dynamiczności zmian. Otoczenie przedsiębiorstwa - relacje i współpraca rynkowa jako obszar zarządzania i wykorzystania: informacji, wiedzy i rozwiązań technologii ICT. Stacjonarna i zdalna forma współpracy rynkowej. Przestrzeń Internetu jako obszar działalności gospodarczej. Wirtualne platformy współpracy. Bezpieczeństwo: danych, informacji i wiedzy w warunkach współdziałania na płaszczyźnie wirtualnej. Relacje biznesowe w wymiarze wirtualnym: zalety, wady, wymagania, korzyści i zagrożenia.										

Kształcenie w zakresie 4 - Analitik biznesowy - przedmioty do wyboru

42.4 Zakres 4	Rozproszone bazy danych na przykładzie technologii blockchain	30/12		15/12						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	Przedmiot ma na celu zapoznanie studentów z kluczowymi aspektami technologii blockchain oraz jej zastosowaniami. Program obejmuje wprowadzenie do systemów rozproszonych baz danych, zarządzania własnością cyfrową i podstaw kryptografii, w tym funkcji skrótu i kryptografii asymetrycznej. Studenci poznają genezę technologii blockchain, algorytmy konsensu, funkcjonowanie Bitcoin i Ethereum, a także zdecentralizowane organizacje (DAO) i inteligentne kontrakty w języku Solidity. Zajęcia poruszają różne typy blockchainów (publiczne, prywatne, federacyjne), modele decyzyjne oraz kwestie bezpieczeństwa. Szczególny nacisk kładzie się na zastosowania w finansach, analizę kryptowalut oraz otoczenie regulacyjne technologii. Laboratoria obejmują instalację środowisk programistycznych, takie jak Ethereum Virtual Machine, oraz tworzenie portfeli cyfrowych i inteligentnych kontraktów.										
43.4 Zakres 4	Wykorzystanie baz danych w analizie rynku	15/9		15/12						30/21	3/3	K_W01, K_W02, K_W05, K_W06, K_W07, K_U01, K_U03, K_U04, K_U05, K_U06, K_K01, K_K03
	Treści programowe	Celem przedmiotu jest zapoznanie studentów z teoretycznymi i praktycznymi podstawami analizy rynku oraz jej znaczeniem w procesie podejmowania decyzji w przedsiębiorstwie. Program zajęć obejmuje kluczowe zagadnienia związane z metodami analizy rynku, wykorzystaniem danych oraz ich wpływem na strategię biznesowe. Studenci poznają narzędzia i techniki analizy rynku oraz zasady etyczne, jakie należy uwzględniać w tym procesie. W części laboratoryjnej studenci rozwiną umiejętności praktyczne w zakresie przekształcani, analizy oraz wizualizacji danych w kontekście podejmowania decyzji biznesowych.										

44.4 Zakres 4	Wykorzystanie pakietów komputerowych w badaniach rynkowych i marketingowych			15/12						15/12	2/2	K_W02, K_W03, K_W04, K_W05, K_W06, K_U03, K_U04, K_U05, K_U06, K_U10, K_K01, K_K02, K_K03
	Treści programowe	Podstawowe elementy badań rynkowych. Metody zbierania danych ze źródeł pierwotnych i wtórnych. Wady i zalety danych w zależności od ich rodzaju. Implementacja danych do poszczególnych pakietów komputerowych. Projektowanie badania marketingowego. Instrumenty pomiarowe w badaniach marketingowych. Metody analizy danych badań rynkowych i marketingowych i ich prezentacji z wykorzystaniem pakietu komputerowego: Statistica, Gretl, Excel, R.										
45.4 Zakres 4	Doradztwo finansowe w biznesie	15/12	15/12							30/24	2/2	K_W10, K_U07, K_K05
	Treści programowe	Pojęcie i cele doradztwa finansowego. Doradztwo w obszarze operacyjnej działalności przedsiębiorstwa – płynność, rentowność, poprawa wydajności. Doradztwo w obszarze strategicznej działalności – efektywność inwestycyjna projektów gospodarczych, biznes plan, restrukturyzacja przedsiębiorstw, fuzje i przejęcia, wycena przedsiębiorstwa. Doradztwo w obszarze finansowania krótko i długoterminowego przedsiębiorstwa. Doradztwo podatkowe.										

46.4 Zakres 4	Analiza danych biznesowych	15/9		15/12						30/21	3/3	K_W05, K_W07, K_W08, K_U01, K_U03, K_U05, K_K01, K_K02, K_K04, K_K05
	Treści programowe	Celem przedmiotu jest nabycie wiedzy i umiejętności pozwalających efektywnie wykorzystywać narzędzia oraz techniki analityczne w zarządzaniu informacją biznesową oraz wykorzystywanie ich w podejmowaniu decyzji i w kontaktach biznesowych. W ramach zajęć Studenci zdobędą wiedzę teoretyczną i praktyczną w zakresie wykorzystywania nowoczesnych narzędzi informatycznych do pozyskiwania, selekcjonowania, opracowywania, analizy i prezentacji danych w raportach biznesowych. Praktyczne zastosowanie zdobytej wiedzy przewidziane jest poprzez analizę i opracowanie raportu biznesowego z zastosowaniem poznanych narzędzi i technik analitycznych.										

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