

POLITECHNIKA CZĘSTOCHOWSKA

PROGRAM STUDIÓW

Nazwa kierunku studiów: Zarządzanie – studia w języku angielskim

Cykl kształcenia rozpoczynający się od roku akademickiego 2025/2026

Poziom: **studia drugiego stopnia**

Profil: **ogólnoakademicki**

Forma studiów: **studia stacjonarne**

Tytuł zawodowy: **magister**

- Ogólna charakterystyka kierunku studiów:

Podstawowe informacje o kierunku			
Nazwa kierunku studiów:	Zarządzanie – studia w języku angielskim		
Poziom:	studia drugiego stopnia, 7 poziom PRK		
Profil:	ogólnoakademicki		
Forma lub formy studiów:	studia stacjonarne		
Liczba semestrów:	4		
Język kształcenia:	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)		
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.

A graduate of the second-cycle studies in Management acquires theoretical knowledge and practical skills in applying it to ensure the proper functioning of enterprises and other entities in economic transactions and public life. They gain the ability to adapt and appropriately apply the acquired theories to specific professional challenges related to practical management. During their studies, they develop competencies such as innovation, entrepreneurship, creativity, flexibility, teamwork, the use of mentoring and coaching, effective stress management, critical thinking, risk assessment, and optimization when making decisions. The graduate learns to understand the mechanisms governing the market economy in the era of globalization, economic insurance, and sources of organizational financing. They master skills in conducting strategic analysis of enterprises, optimizing organizational processes, applying qualitative and quantitative methods in organizational management, and implementing IT solutions in managerial decision-making. With skills in economic forecasting, fostering innovation, building organizational culture, managing diversity, and competencies within organizations, graduates are well-prepared to adapt to the labor market. A graduate of this program can build relationships with organizational stakeholders, develop employer branding programs, enhance social media presence, and understand Industry 4.0 technologies. Simultaneously, they gain knowledge in managerial economics, investment management within organizations, strategic analysis, project risk assessment, marketing, and public relations. This enables them to independently assess the financial situation of an enterprise, ensure its continuous development, and shape its external image in cooperation with the media. As a result, graduates of the second-cycle studies in Management possess managerial skills essential for leading small or medium-sized production or service enterprises, as well as governmental and local administrative units.

Graduates of the second-cycle studies in Management have broad career opportunities. This program is designed for individuals aspiring to leadership roles. It is an interdisciplinary field, combining various domains and topics.

During their education, they have the option to specialize in a selected area of study:

- 1) Business Analytics,
- 2) Eco-Entrepreneurship,
- 3) Marketing and E-Business,
- 4) Human Resource Management.

Graduates are prepared to run their own businesses, manage companies, and work in large corporations. Career opportunities for graduates include:

- 1) Owners of SMEs (Small and Medium-sized Enterprises),
- 2) Successors of family businesses,
- 3) Managers at mid-level and senior organizational levels in various types of organizations, such as enterprises, business environment institutions, NGOs, and local governments.

Graduates have foreign language proficiency at the B2+ level of the Common European Framework of Reference for Languages (CEFR) and can use specialized language for professional communication.

Second-cycle graduates receive the title of Master's degree holder and may pursue third-cycle (doctoral) studies.

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	
Liczba punktów ECTS, którą student musi uzyskać w ramach zajęć z języka obcego		Nie dotyczy
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
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		115
Liczba punktów ECTS, którą student musi uzyskać w ramach zajęć podlegających wyborowi przez studenta		36
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
Liczba punktów ECTS przypisanych do zajęć przygotowujących studentów do prowadzenia działalności naukowej lub udział w tej działalności		16
Liczba punktów ECTS przypisanych do zajęć kształtujących umiejętności praktyczne		9-16

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	Psychologia menedżerska - Managerial psychology		3	15	30			
2	Kształtowanie postaw innowacyjnych - Shaping innovative attitudes		2	15	15			
3	Przedmiot do wyboru: 3.1. Prognozowanie gospodarcze - Economic forecasting 3.2. Modelowanie procesów gospodarczych - Modeling of economic processes		3	15				30
4	Decyzje finansowe i podatkowe - Financial and tax decisions		2	30	15			
5	Ekonomia menedżerska - Managerial economics	E	4	15	30			
6	Ubezpieczenia gospodarcze - Business insurance		2	15	15			
7	Metody badań ilościowych i jakościowych w zarządzaniu - Quantitative and qualitative research methods in management	E	5	30				30
8	Ochrona własności intelektualnej II - Intellectual property protection II		1	15				
9	Zaawansowane systemy analizy i wizualizacji danych - Advanced data analysis and visualization systems		5	30				30
10	Prawo gospodarcze - Business law		3	30	15			
11	Szkolenie dotyczące bezpiecznych i higienicznych warunków kształcenia - Training on safe and hygienic learning conditions		0	4				
3			30	214	120	-	-	90

Lp.	Rok I semestr 2	E	ECTS	W	C	P	S	L
12	Zarządzanie procesami - Process Management	E	3	15		15		15
13	Zarządzanie relacjami i wartością klienta - Customer relationship and value management		2	30	15			
14	Media społecznościowe w organizacji - Social media in the organization		2	15				15
15	Przedmiot do wyboru 15.1. Kultura organizacyjna i zarządzanie różnorodnością - Organizational culture and diversity management 15.2. Wielokulturowość w organizacji i biznesie - Multiculturalism in organization and business		5	30	30			
16	Zarządzanie inwestycjami w organizacji - Investment management in the organization		3	15		30		
17	Zarządzanie ryzykiem w przedsiębiorstwie - Enterprise risk management		3	15	30			
18	Analiza strategiczna - Strategic analysis	E	4	30		30		
19	Finansowanie przedsiębiorstw - Enterprise financing		3	15	30			
20	Przedsiębiorczość i sztuczna inteligencja - Entrepreneurship and artificial intelligence		1	15				
21	Zarządzanie procesami logistycznymi w przedsiębiorstwie - Logistics process management in the enterprise		2	15		15		
22	Seminarium dyplomowe - Diploma seminar		2				15	
			30	195	105	90	15	30

ZAKRES KSZTAŁCENIA 1. EKOPRZEDSIĘBIORCZOŚĆ

Rok II semestr 3		E	ECTS	W	C	P	S	L
23	Modele biznesu - Business models		3	15		30		
24	Treningi kreatywności - Creativity training		2		30			
25	Zarządzanie publiczne - Public management		2	15		15		
26	Budowanie tożsamości i wizerunku organizacji - Building the Image and identity of organizations		3	15		30		
27	Zarządzanie kompetencjami w organizacjach - Competency management in organizations		2	15		15		
28	Seminarium dyplomowe - Diploma seminar		4				30	
29.1.	Warsztaty rozwoju postaw ekoprzedsiębiorczych - Workshops on developing eco-entrepreneurial attitudes	E	5	15	30			
30.1	Zielona ekonomia - Green economy	E	4	15	30			
31.1	Ekosystemy przedsiębiorczości - Entrepreneurship ecosystems		1	15				
32.1	Zarządzanie cyklem życia produktów - Product lifecycle management		2	15		15		
33.1	Pozyskiwanie i zarządzanie środkami na ekoinnowacje - Acquiring and managing funds for eco-Innovations		2	15		15		
			30	135	90	120	30	-

Rok II semestr 4		E	ECTS	W	C	P	S	L
34	Mentoring i coaching - Mentoring and coaching		2	15	15			
35	Menadżerskie gry strategiczne - Managerial strategic games		2		30			

36	Technologie przemysłu 4.0 - Industry 4.0 technologies		1	15				
37	Negocjacje w biznesie - Negotiations in business		3	15	15			
38	Seminarium dyplomowe - Diploma seminar		8				45	
39.1	Zarządzanie odnawialnymi źródłami energii - Renewable energy management	E	4	15				15
40.1	Modele biznesu w gospodarce obiegu zamkniętego - Business models in the circular economy	E	3	15		15		
41.1	Narzędzia rozwoju ekoinnowacji - Tools for eco-innovation development		3	15		15		
42.1	Systemy ek zarządzania - Eco-management systems		2	15	15			
43.1	Ekologia miejska - Urban ecology		2	15	15			
			30	120	90	30	45	15
RAZEM DLA CAŁEGO CYKLU			120	664	405	240	90	135

ZAKRES KSZTAŁCENIA 2. ZARZĄDZANIE ZASOBAMI LUDZKIMI									
Rok II semestr 3			E	ECTS	W	C	P	S	L
23	Modele biznesu - Business models			3	15		30		
24	Treningi kreatywności - Creativity training			2		30			
25	Zarządzanie publiczne - Public management			2	15		15		
26	Budowanie tożsamości i wizerunku organizacji - Building the Image and identity of organizations			3	15		30		
27	Zarządzanie kompetencjami w organizacjach - Competency management in organizations			2	15		15		

28	Seminarium dyplomowe		4				30	
29.2	Administrowanie wynagrodzeniami - Compensation administration	E	5	15	30			
30.2	Zarządzanie projektami HR - HR project management	E	4	15	30			
31.2	Kształtowanie relacji pracowniczych - Employee relations shaping		2	15	15			
32.2	Analiza rynku pracy - Labour market analysis		2	15		15		
33.2	Zarządzanie efektywnością pracowników - Employee performance management		1			15		
			30	120	105	120	30	-

Rok II semestr 4		E	ECTS	W	C	P	S	L
34	Mentoring i coaching - Mentoring and coaching		2	15	15			
35	Menadżerskie gry strategiczne - Managerial strategic games		2		30			
36	Technologie przemysłu 4.0 - Industry 4.0 technologies		1	15				
37	Negocjacje w biznesie - Negotiations in business		3	15	15			
38	Seminarium dyplomowe - Diploma seminar		8				45	
39.2	Audyt personalny - HR audit	E	4	15	15			
40.2	Zarządzanie przez zaangażowanie - Management by commitment	E	3	15		15		
41.2	Grywalizacja i wykorzystanie sztucznej inteligencji w HRM - Gamification and the use of artificial intelligence in HRM		3	15		15		
42.2	Optymalizacja kosztów pracy - Optimization of labor costs		2	15	15			
43.2	Analiza potrzeb szkoleniowych - Training needs analysis		2	15	15			
			30	120	105	30	45	-
RAZEM DLA CAŁEGO CYKLU			120	629	550	240	60	120

ZAKRES KSZTAŁCENIA 3. MARKETING I E-BIZNES

Rok II semestr 3		E	ECTS	W	C	P	S	L
23	Modele biznesu - Business models		3	15		30		
24	Treningi kreatywności - Creativity training		2		30			
25	Zarządzanie publiczne - Public management		2	15		15		
26	Budowanie tożsamości i wizerunku organizacji - Building the Image and identity of organizations		3	15		30		
27	Zarządzanie kompetencjami w organizacjach - Competency management in organizations		2	15		15		
28	Seminarium dyplomowe		4				30	
29.3	Marketing relacji - Relationship marketing	E	5	15		30		
30.3	Marketing sensoryczny - Sensory marketing	E	4	15		30		
31.3	E-biznes-E-Business		2	15		15		
32.3	Zarządzanie treścią w e-marketingu - Content management in e-marketing		2	15		15		
33.3	Podstawy projektowania katalogów internetowych - Fundamentals of designing web catalogs		1			15		
			30	120	30	195	30	-

Rok II semestr 4		E	ECTS	W	C	P	S	L
34	Mentoring i coaching - Mentoring and coaching		2	15	15			
35	Menadżerskie gry strategiczne - Managerial strategic games		2		30			
36	Technologie przemysłu 4.0 - Industry 4.0 Technologies		1	15				

37	Negocjacje w biznesie - Negotiations in business		3	15	15			
38	Seminarium dyplomowe - Diploma seminar		8				45	
39.3	Marketing zrównoważony - Sustainable marketing	E	4	15	15			
40.3	Narzędzia wspierające kampanie marketingowe i sprzedaż - Tools supporting marketing and sales campaigns	E	3	15	15			
41.3	Komunikacja omnichannel i marketing automation - Omnichannel communication and marketing automation		3	15		15		
42.3	Kreatywność artystyczna w marketingu - Artistic creativity in marketing		2	15		15		
43.3	Wirtualne platformy współpracy biznesowej - Virtual platforms for business collaboration		2	15	15			
			30	120	105	30	45	-
RAZEM DLA CAŁEGO CYKLU			120	649	360	315	60	135

ZAKRES KSZTAŁCENIA 4. ANALITYKA BIZNESOWA								
Rok II semestr 3		E	ECTS	W	C	P	S	L
23	Modele biznesu - Business models		3	15		30		
24	Treningi kreatywności - Creativity training		2		30			
25	Zarządzanie publiczne - Public management		2	15		15		
26	Budowanie tożsamości i wizerunku organizacji - Building the Image and identity of organizations		3	15		30		
27	Zarządzanie kompetencjami w organizacjach - Competency		2	15		15		

	management in organizations							
28	Seminarium dyplomowe - Diploma seminar		4				30	
29.4	Modelowanie danych wysokiej częstotliwości - High-frequency data modeling	E	5	15				30
30.4	Podstawy baz danych - Fundamentals of databases	E	4	15				30
31.4	Zarządzanie ryzykiem kredytowym - Credit risk management		2	15	15			
32.4	Analiza danych z wykorzystaniem pakietu R - Data Analysis using the R Package		2	15				15
33.4	Metody analizy rynku - Market analysis methods		1					15
			30	120	45	90	30	60

Rok II semestr 4		E	ECTS	W	C	P	S	L
34	Mentoring i coaching - Mentoring and coaching		2	15	15			
35	Menadżerskie gry strategiczne - Managerial strategic games		2		30			
36	Technologie przemysłu 4.0 - Industry 4.0 technologies		1	15				
37	Negocjacje w biznesie - Negotiations in business		3	15	15			
38	Seminarium dyplomowe - Diploma seminar		8				45	
39.4	Rozproszone bazy danych na przykładzie technologii blockchain - Distributed databases using the example of blockchain technology	E	4	30				15
40.4	Wykorzystanie baz danych w analizie rynku- The use of databases in market analysis	E	3	15				15
41.4	Wykorzystanie pakietów komputerowych w badaniach rynkowych i marketingowych - The use of computer packages in market and		2					15

	marketing research						
42.4	Doradztwo finansowe w biznesie - Financial consulting in business		2	15	15		
43.4	Analiza danych biznesowych - Business data analysis		3	15			15
			30	120	75	-	45
RAZEM DLA CAŁEGO CYKLU			120	559	345	180	90
							60
							255

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

7. Matryca efektów uczenia się dla kierunku Zarządzanie/Management

Studia stacjonarne 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			x			x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
2		x						x						x			x			x	x		x		
3.1/3.2					x	x		x			x			x		x							x		
4	x			x		x			x	x	x					x				x					x
5		x				x											x						x		
6				x					x											x		x			
7					x	x					x		x	x		x						x			
8				x							x														x
9	x			x			x	x			x	x		x					x		x				x
10				x							x												x		
11				x														x							
12	x	x	x							x			x			x	x			x			x		
13	x	x	x								x		x			x				x	x	x	x		
14		x	x	x	x						x		x			x	x					x	x		
15.1/15.2	x							x					x							x	x				
16	x								x							x							x		x
17									x											x		x			x
18	x						x				x		x		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				
21					x					x	x			x								x			
22		x										x				x	x				x				
23	x						x		x		x						x					x			
24		x						x			x			x									x		
25	x						x		x	x	x					x	x							x	
26		x	x												x					x		x	x		
27								x			x									x			x		x
28		x										x				x	x				x				
34								x			x			x									x		
35		x				x	x	x	x		x		x			x	x		x	x		x	x		x
36	x	x			x			x	x		x		x			x				x					x
37	x	x						x			x						x	x		x	x				x
38		x										x	x			x	x				x	x	x		x

*SEU – symbol efektu uczenia się **NrP – numer identyfikacyjny przedmiotu (format dowolny)

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
29.1		x					x						x								x		x	x	
30.1				x					x		x													x	
31.1		x							x									x						x	
32.1	x				x						x											x			
33.1									x							x				x		x			x
39.1				x				x		x		x		x					x			x		x	
40.1	x		x				x	x	x	x	x	x		x		x				x	x				x
41.1		x					x				x									x		x	x		
42.1		x	x		x								x				x			x			x		x
43.1	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
29.2	x			x		x							x				x		x		x		x		x
30.2	x										x		x		x							x	x		
31.2	x												x							x	x				
32.2	x	x	x		x						x		x	x								x	x	x	x
33.2	x			x		x							x				x		x		x		x		x
39.2	x							x			x		x		x							x	x		
40.2	x	x				x		x		x	x		x	x			x		x	x	x	x	x		
41.2					x			x			x				x							x	x		
42.2	x	x		x							x		x				x			x	x	x	x		x
43.2	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
29.3	x		x								x				x							x	x		
30.3	x	x					x		x		x		x	x	x	x	x	x		x	x	x			x
31.3	x	x	x	x	x		x		x	x	x		x		x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
32.3			x		x							x	x									x		x	
33.3					x								x		x								x		
39.3	x	x					x				x	x	x	x	x		x		x	x	x	x		x	x
40.3	x	x	x								x									x	x				
41.3	x	x	x								x		x		x	x				x		x	x		
42.3								x			x			x				x						x	
43.3	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
29.4					x	x			x		x		x			x							x		
30.4					x						x		x												
31.4					x				x	x	x									x		x			x
32.4	x				x						x		x			x						x			
33.4						x				x	x		x	x							x	x			x
39.4	x			x			x	x			x	x		x					x		x				x
40.4	x	x			x	x	x				x		x	x	x	x					x		x		
41.4			x	x									x	x	x	x				x	x	x	x		
42.4										x							x								x
43.4					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

Rok studiów: pierwszy

Semestr: pierwszy

Łączna liczba punktów ECTS (w semestrze): 30

Łączna liczba godzin zajęć (w semestrze): 424

*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	Psychologia menedżerska Managerial psychology	15	30							45	3	K_W01, K_W02, K_W08, K_U01, K_U04, K_U05, K_U06, K_U07, K_U08, K_U09, K_U10, K_K01, K_K02, K_K03, K_K04, K_K05
	Treści programowe	Celem przedmiotu jest zapoznanie studentów z 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.										

		The purpose of the course is to familiarize students with issues and problems in the field of managerial psychology, with particular emphasis on the processes related to managing a team of employees. The course program is designed to develop the ability to understand the psychological basis of employee behavior and managerial activities. As part of the course, students will acquire knowledge about the psychological conditions of an individual's functioning in an organization, including: the specificity of leadership in an organization, group processes, or the characteristics of selected organizational pathologies. During the course, students will acquire managerial skills in the field of: improving interpersonal communication in the organization, making managerial decisions, building and leading employee teams, counteracting and dealing with difficult situations in the workplace, and shaping job satisfaction and employee loyalty.										
2	Kształtowanie postaw innowacyjnych Shaping innovative attitudes	15	15							30	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 The concept and conditions of innovation - introductory classes Personal determinants of shaping innovative attitudes Relationships between creativity, creativity and innovative attitude Socio-ethical determinants of shaping innovative attitudes Innovative attitudes and modern managerial concepts										
3.1.	Prognozowanie gospodarcze Economic forecasting	15		30						45	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. The purpose of the course is to familiarize students with basic forecasting methods within the framework of management problems and to acquire practical skills for solving selected tasks in the area of forecasting. The course program covers forecasting of economic phenomena using classical models of development tendency and time series models with a fixed level of the forecasting variable. As part of the course, students are able to construct a forecast using various forecasting methods and available computer packages, and are able to assess the amount of error made in the process of forecasting phenomena in the decision-making practice of enterprises.									
3.2.	Modelowanie procesów gospodarczych Modeling of economic processes	15		30					45	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. The objective of the course is to familiarize students with methods and tools for modeling and forecasting complex business processes. The curriculum includes forecasting economic phenomena using classical trend models and time series models with a constant level of the forecast variable. During the course, students will learn to construct a model of an economic process and its forecast using various tools developed by economic sciences as well as available computational software. They will also be able to assess the magnitude of errors made during the prediction process in the practical decision-making of enterprises.									
4	Decyzje finansowe i podatkowe Financial and tax decisions	30	15						45	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. To present the problems of doing business in the financial and tax environment. To impart knowledge of the basic tools of financial and tax management in an enterprise.									
5	Ekonomia menedżerska Managerial economics	15	30						45	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. Topics concerning decision-making and optimization of business operations based on marginal analysis, demand and supply functions of the firm, as well as in the area of costs. Business decision-making under conditions of uncertainty and risk. The value of information and the functioning of businesses in various market structures.										
6	Ubezpieczenia gospodarcze Business insurance	15	15							30	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. The aim of the course is to familiarize students with issues related to the theoretical foundations of the functioning of the business insurance system in Poland. In addition, students are provided with knowledge regarding the types of insurance offered on the Polish insurance market and the mechanisms of functioning of business insurance in Poland. During the classes, issues such as: insurance marketing, life insurance, property insurance, civil liability and legal protection insurance, motor insurance, financial insurance, insurance in logistics, insurance in tourism and sports are discussed.										

7	Metody badań ilościowych i jakościowych w zarządzaniu - Quantitative and qualitative research methods in management	30		30						60	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. Introduction to scientific research, formulation of research problems in enterprise activities, construction of survey research, qualitative research used in management, linear programming, transport issues, game theory, modeling of economic processes										
8	Ochrona własności intelektualnej II Intellectual property protection II	15								15	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. The aim of the course is to present selected legal issues used in the management of intellectual property law. The course program allows you to become acquainted with contemporary competitiveness strategies										

		of enterprises based on innovative activities. The effect of teaching will be the ability to practically use the acquired knowledge in practice and the ability to assert one's rights under intellectual and industrial property law.										
9	Zaawansowane systemy analizy i wizualizacji danych Advanced data analysis and visualization systems	30		30						60	5	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 The course aims to develop skills in data analysis and visualization using advanced tools and methods. The program begins with an introduction to data structures and types, as well as operations on them, covering data presentation methods and measurement scales. Subsequent topics include data exploration, management, and importing from various sources. Students will learn modeling techniques such as classification, clustering, and prediction, as well as advanced machine learning methods, including deep learning. The program also incorporates modern approaches such as AutoML and low-code/no-code										

		tools. A key aspect of the course is designing visualizations in Power BI, taking into account hierarchies, maps, and cartograms. Practical knowledge is gained during laboratory sessions.										
10	Prawo gospodarcze Business law	30	15							45	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. The goal of the subject is presenting overall legal basis of functioning of entrepreneurs in Poland, introducing to legal regulations regarding terms in business transactions and helping students develop the skill of interpreting and using economic law in the process of managing an enterprise. During the classes, the concept of business and professional activity will be introduced. The particular categories of entrepreneurs and their register will be characterized. The meaning of deadline for the right functioning of an entrepreneur will be presented. The issue of statutory interest and statute of limitations of claims will be discussed.										

11	Szkolenie dotyczące bezpiecznych i higienicznych warunków kształcenia Training on safe and hygienic educational conditions	4								4	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. Basic concepts of occupational health and safety (OHS) and rules for safe conduct while using University infrastructure; hazards and their harmful consequences; behavior during accidents involving others; providing first aid; fire hazards; procedures in case of fire or other emergencies.										

Rok studiów: pierwszy

Semestr: drugi

Łączna liczba punktów ECTS (w semestrze): 30

Łączna liczba godzin zajęć (w semestrze): 435

*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 laboratoryjne	Seminarium	Praktyka	Inne			
12	Zarządzanie procesami Process management	15		15	15					45	3	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. The purpose of the course is to introduce students to the role of the process-oriented approach in modern economic processes. In this context, the environments in which it can be applied and the forms of collaboration are presented. The classes focus on the role of procedures in the functioning of a given business environment and various forms of collaboration. The course covers the lifecycle of processes, with significant emphasis placed on business process modeling. To this end, tools for modeling business										

		processes using BPMN notation are introduced. Students are tasked with building processes using BPMN notation, followed by analyzing and evaluating the efficiency of the designed processes. The course also includes elements of process description, encompassing process algorithms, actors, documentation, required resources, and process performance indicators.									
13	Zarządzanie relacjami i wartością klienta Customer relationship and value management	30	15						45	2	K_W01, K_W02, K_W03, K_U01, K_U03, 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 cząstkowych, które również ukierunkowane są na współpracę zespołową. The aim of the subject is to familiarize students with the current principles and concepts related to relationship management in the context of digital transformation and the data-driven economy. During the classes, students will gain knowledge on creating strategies and building customer value using modern technologies and tools based on data analysis. During the classes, issues such as digital transformation and their impact on customer needs, personalization of services, modern approach to customer relationship management will be discussed. Practical tools necessary in customer relationship management will be presented. The practical application of the acquired knowledge is planned through analysis and									

		development of partial tasks, which are also focused on team cooperation.										
14	Media społecznościowe w organizacji Social media in the organisation	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. Presentation of the specifics of contemporary market communication and its tools on the Internet. Exploration of social technologies and virtual communities. Characteristics of the most popular social media platforms. Identification of opportunities and threats associated with the use of social media by organisations. Promotion mix on social media. Customer service on social media. Prosumer behavior and brand-related communities. Personal marketing and employer branding. Evaluation of the effectiveness of company activities on social media.										
15.1	Kultura organizacyjna i zarządzanie różnorodnością Organizational culture and diversity management	30	30							60	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. The aim of the course is to familiarize students with issues related to organizational culture and diversity management in modern organizations. Students will acquire skills to analyze and diagnose organizational culture, diversity management processes, and dysfunctions within these areas in contemporary organizations. The course will provide students with knowledge about the essence of organizational culture, its components, and models, including typologies. Topics such as the structure of employment in organizations, diversity, and its significance for organizations, as well as diversity management, will be discussed. Students will gain knowledge encompassing diversity considerations in HRM processes (such as recruitment, professional development, promotions, remuneration, termination, etc.). Issues related to dysfunctions in organizational culture and diversity management will also be addressed.										
15.2	Wielokulturowość w organizacji i biznesie Multiculturalism in organization and business	30	30							60	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. The aim of the course is to develop competencies in diversity management and effective collaboration in a multicultural environment. The classes combine theory with practice, covering key topics such as cultural diversity, intercultural communication, and inclusive management strategies. Students engage in case study analysis, practical workshops, simulations of intercultural negotiations, and project work in multicultural teams. The course prepares participants to address challenges and leverage the potential arising from diversity in organizations and business contexts.										
16	Zarządzanie inwestycjami w organizacji Investment management in the organization	15			30					45	3	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. The aim of the course is to familiarize students with the concepts of organizational culture and diversity management in contemporary organizations. Students will acquire skills in analyzing and diagnosing organizational culture and diversity management processes, as well as identifying dysfunctions within these areas in modern organizations. During the course, students will gain knowledge about the essence of organizational culture, its components, models, and typologies. Topics such as workforce structure in organizations, diversity, and its significance for organizations, as well as diversity management, will be discussed. The course will provide students with knowledge encompassing diversity in HRM processes (e.g., recruitment, professional development, promotions, remuneration, terminations, etc.). Issues related to dysfunctions in organizational culture and diversity management will also be addressed.									
17	Zarządzanie ryzykiem w przedsiębiorstwie Enterprise risk management	15	30						45	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. The aim of the course is to familiarize students with the principles and stages of risk management in an enterprise, in particular with selected methods of risk identification, assessment and risk response. During the course, students will gain knowledge on how to manage risk in an enterprise and what conditions should be met for this process to be effectively implemented in business practice. During the course, issues such as the concept, characteristics and risk factors accompanying the functioning of enterprises will be discussed. Types and classifications of risk accompanying the functioning of an enterprise. Risk management in an enterprise. Enterprise risk management (ERM). Risk appetite. Selected risk management standards. Selected risk identification methods. Selected risk assessment methods. Risk response methods. Constructing a risk map. Monitoring and analysis of the risk management process. Risk culture.										
18	Analiza strategiczna Strategic analysis	30			30					60	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. The primary objective of the course is to provide students with theoretical knowledge and practical skills in the field of strategic analysis of organizations. During the course, students will gain knowledge on the										

		following topics: the essence, definition, and fundamental concepts related to strategic analysis; the mission, vision, and strategy of modern enterprises; environmental analysis – closer and macro-environment (selected research methods); SWOT analysis as a method of strategic diagnosis for organizations; sectoral analysis; M.E. Porter's Five Forces Method; competition analysis in the studied sector; Strategic Group Map; analysis of resources and capabilities of enterprises; analysis of key success factors; the use of portfolio methods in the analysis of the strategic potential of enterprises; strategic planning.									
19	Finansowanie przedsiębiorstw Enterprise financing	15	30						45	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 przedsiębiorstwa 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. The objective of the course is to familiarize students with the essence of financing business operations in the economy. The curriculum aims to provide insights into the profitability of various financing methods. During the course, students acquire knowledge about the basics of business management necessary for planning and selecting financing methods suitable for the current market conditions. Topics covered include revenues and costs, business capital, the concept of the break-even point, as well as the characteristics and comparative analysis of selected financing sources. The acquired knowledge is assessed through two									

		written tests and participation in class discussions.										
20	Przedsiębiorczość i sztuczna inteligencja Entrepreneurship and artificial intelligence	15								15	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 w wykorzystaniem AI w biznesie. The aim of the course is to introduce students to advanced topics in entrepreneurship in the context of modern technologies, particularly artificial intelligence. During the classes, students will explore issues related to modern entrepreneurship in the digital era, artificial intelligence as a tool for entrepreneurs, as well as ethical aspects and challenges associated with the use of AI in business.										
21	Zarządzanie procesami logistycznymi w przedsiębiorstwie Logistics process management in the enterprise	15			15					30	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. The classes will focus on comprehensive process management and its application in businesses. Students will then learn the differences between functional and process orientation and why the process approach is gaining importance in a dynamic environment. In subsequent lectures, key concepts of process management will be discussed, along with definitions and classifications of business processes, enabling participants to identify and analyze logistical processes. Students will also learn about metrics for logistical processes and the principles of standardizing these processes, helping them understand how to maintain the efficiency and quality of operational activities. As part of process management, students will learn to plan, monitor, and improve processes using modeling for visualization and activity analysis. They will explore when to apply process improvement versus radical redesign and will become familiar with methods and tools supporting these approaches.
--	---------------------------------	---

22	Seminarium dyplomowe Diploma seminar						15			15	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. Preliminary characteristics of issues undertaken in the selected field of study; proposals for diploma thesis topics; determining the volume of the bachelor's thesis; outlining the need to divide work into theoretical and practical parts; providing binding deadlines Determining the topic of work carried out as part of the seminar.										

Rok studiów: drugi

Semestr: trzeci

Łączna liczba punktów ECTS (w semestrze): 30

Łączna liczba godzin zajęć (w semestrze): 375

Łączna liczba godzin zajęć: Zakres 1: 165

Łączna liczba godzin zajęć: Zakres 2: 165

Łączna liczba godzin zajęć: Zakres 3: 165

Łączna liczba godzin zajęć: Zakres 4: 165

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

*NrP	Nazwa zajęć lub grupy zajęć	Forma zajęć – liczba godzin								Razem (liczba godzin zajęć)	Razem (punkty ECTS)	Symbole efektów uczenia się
		Wykład	Ćwiczenia	Laboratorium	Projekt	Zajęcia terenowe	Seminarium	Praktyka	Inne			
23	Modele biznesu Business models	15			30					45	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. The purpose of the course is to introduce Students to the issues of contemporary social, economic and technological conditions related to the concepts of business models. In the course of the course, various										

		approaches to the theory and practice of designing business model structures will be presented. In the practical aspect, the aim of the class is to acquire knowledge and skills for independent design of elements and structures of business models.									
	Trening kreatywności Creativity training		30						30	2	K_W02, K_W08, K_U01, K_U04 K_K03
24	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. The aim of the classes is to familiarize the student with the basic assumptions of creativity training and to deepen their knowledge and practical skills in the field of creativity. As part of the course, students will gain knowledge about the basic assumptions and stages of creativity training, learn the basic concepts of creativity, learn to distinguish and characterize creative processes and learn methods of creative problem solving. During the classes, issues such as: features and importance of a creative attitude; factors that promote and hinder creativity; levels of creativity and creative processes (explorations, combinations and transformations); basic assumptions of creativity training; stages of creativity training according to K. J. Szmidt; methods of creative problem solving. The issue of using creativity in business will also be discussed.									

25	Zarządzanie publiczne Public management	15			15					30	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. The aim of the course is to familiarize students with knowledge in the field of public management and to obtain easier orientation in detailed issues related to the implementation of public tasks. The subject will discuss, in particular, the structure of state and local government administration in Poland, strategic planning for the development of a commune/city/voivodeship, territorial marketing, instruments of economic development of a commune/city/voivodeship, modern trends in public management in order to familiarize students with aspects related to effective management in the area of public management. rights in this regard, including pursuing claims related to these rights. It is also planned to acquire good oral and written communication skills										
26	Budowanie tożsamości i wizerunku organizacji Building the image and identity of organizations	15			30					45	3	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. The aim of the course is to familiarize students with the differences between an organization's identity and its image in relation to its target group(s) of customers. While identity and image are not synonymous, they collectively influence how an organization's brand is created and perceived in the market. The projects conducted by students will aim to develop habits of using tools that help organizations verify whether their image aligns with their identity. These projects will be based on theoretical knowledge, source materials, and analysis of practical examples. As a result, students will be able to compare the actions of different organizations and draw independent conclusions.										
27	Zarządzanie kompetencjami w organizacjach Competency management in organizations	15			15					30	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. The course's objective is to familiarize students with the theoretical foundations of competencies, both professional and personal, and develop skills in creating profiles and competency models. The course program aims to provide knowledge of the competency requirements of employees in modern organizations, both current and prospective, and their importance, focusing on competency requirements for managers. The course presents issues such as the definition, categories, and models of competencies, the competence management system and its structure, methods of measuring and developing competencies, and managerial competencies. Practical application of the acquired knowledge is envisaged through the development of projects whose subject is the construction of competency profiles and models, as well as the diagnosis of competence potential.										
28	Seminarium dyplomowe Diploma seminar						30			30	4	K_W02, K_U02, K_U06, K_U07, K_K01

	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. Presentation of research goals and hypotheses. Student presentation and discussion of the research goals and hypotheses. Presentation of the methodological foundations used in the process of preparing a master's thesis, including: source materials, research methods and techniques, methods of processing materials and systematization of results. Student presentations and discussion on the substantive basis of master's theses. Rules for creating an editorial master's thesis, including the entry and conclusion formula, content logic, style, graphic design, and attachments. Discussion about the editorial side of the work.
--	--

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			
29.1 Zakres 1	Warsztaty rozwoju postaw ekoprzedsiębiorczych Workshops on developing eco-entrepreneurial attitudes	15	30							45	5	K_W02, K_W07, K_U03, K_K01, K_K03, K_K04

	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. The aim of the course is to develop knowledge, skills, and awareness in the field of ecological entrepreneurship and sustainable business. The course provides an understanding of the fundamentals of eco-entrepreneurship. Participants will learn about legal regulations, principles of environmental risk management, and opportunities for financing ecological initiatives. They will also develop key competencies for eco-entrepreneurs, such as creativity, ethical approaches, and sustainable resource management. A key outcome is the ability to create and implement sustainable development strategies that support the achievement of environmental, social, and economic goals.									
30.1 Zakres 1	Zielona ekonomia Green economy	15	30						45	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.									

		The aim of the course is to familiarize students with the concepts of the green economy and to introduce, analyze, and help students assimilate the theoretical and practical significance of green economy indicators. During the course, students will become acquainted with the concept of the green economy, including its macroeconomic, sectoral, and microeconomic perspectives, as well as its interpretation in strategic documents of global organizations and the EU, and the financial instruments for its implementation. Students will also prepare to calculate green economy indicators in relation to a range of economic, social, and environmental variables.									
31.1 Zakres 1	Ekosystemy przedsiębiorczości Entrepreneurship ecosystems	15							15	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. The objective of the course is to familiarize students with the key aspects related to the conditions and forms of entrepreneurial ecosystems, as well as the importance of entrepreneurship and innovation in stimulating socio-economic development at both the regional and broader economic levels. During the classes, issues concerning the social, ecological, and global aspects of ecosystems are discussed. Students will acquire the ability to practically apply solutions based on entrepreneurial ecosystem models in the context of organizational management.									

32.1 Zakres 1	Zarządzanie cyklem życia produktów Product lifecycle management	15			15					30	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. The aim of the course is to provide knowledge and skills in the integrated approach to modeling and managing the product life cycle, to develop the ability to conduct environmental life cycle assessments, and to enhance skills in using computer tools for inventory and life cycle impact assessment. Students will gain knowledge about the concept of the life cycle, its phases and participants, as well as material and energy flows, emissions, and waste in the life cycle. They will acquire practical skills in life cycle modeling, the use of dedicated tools, and life cycle assessment using methods such as LCA (Life Cycle Assessment), PCF (Product Carbon Footprint), and PEF (Product Environmental Footprint). Students will develop competencies in implementing changes in the life cycle to reduce environmental pressures.										

33.1 Zakres 1	Pozyskiwanie i zarządzanie środkami na ekoinnowacje Acquiring and managing funds for eco-innovations	15			15					30	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. The aim of the course is to familiarize students with methods, tools, and conditions for investing in eco-innovations. Securing and managing funds for eco-innovations is a multifaceted challenge that involves various strategies and mechanisms to ensure sustainable development. Effective financial support is crucial for scaling eco-innovations. The course will cover, among others, the following topics: - Sources and types of funding for eco-innovations, - Financial mechanisms and strategies, - Reporting and evaluation of funding sources. Practical application of the acquired knowledge is planned through the development of a project related to obtaining funds for eco-innovation. The course will also activate collaboration within project teams, which directly enhances interdisciplinary skills.										

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			
	Administrowanie wynagrodzeniami - Compensation administration	15	30							45	5	K_W01, K_W04, K_W06, K_U03, K_U07, K_U09, K_K01, K_K03, K_K05
29.2 Zakres 2	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. The aim of the course is to provide students with knowledge of the fundamental issues related to employee remuneration and to familiarize them with the theoretical and practical aspects of administering employee compensation. The course curriculum is designed to introduce basic concepts concerning the essence of remuneration administration, as well as the functions and determinants of compensation. During the course, students will gain knowledge about shaping remuneration strategies, designing workplace										

		compensation systems, and principles for building pay scales. The classes will cover the rules for increasing wage rates and effective incentive schemes, as well as diverse forms of remuneration—both material and non-material. Practical application of the acquired knowledge will be ensured through the analysis and development of a project.									
30.2 Zakres 2	Zarządzanie projektami HR HR project management	15	30						45	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 onboardingu, 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. The aim of the course is to familiarize students with the key aspects of project management in the HR field, focusing on understanding its principles and enabling students to develop HR projects for managing personnel departments in organizations. During the course, students will gain knowledge about various approaches to project management in HR within the context of strategic, competency-based management, recruitment and selection campaigns, onboarding, preboarding, and reboarding processes. Practical application of the acquired knowledge will be ensured through the analysis and development of HR projects that consider the turbulent business environment and the specifics of the current labor market.									

31.2 Zakres 2	Kształtowanie relacji pracowniczych Employee relations shaping	15	15							30	2	K_W01, K_U03, K_U10, K_K01
	Treści programowe	Celem jest wykształcenie umiejętności u studentów rozumienia istoty i prawidłowości relacji pracowniczych w organizacyjnych, ich uwarunkowań oraz wpływu na funkcjonowanie organizacji i zarządzani 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. The goal is to develop students' ability to understand the essence and dynamics of employee relations within organizations, their determinants, and their impact on organizational functioning and management, as well as to address selected problems related to relationships, interactions, and the necessity of collaboration within the organizational context. Through the course, students will acquire knowledge about the nature and determinants of relationships in organizations and the role of managers in building employee relations. The concept of relational capital in organizations will be introduced, along with building relationships based on organizational culture and communication networks. Students will also gain insight into clusters as an example of building inter-organizational relationships. Issues related to dysfunctions in organizational relationships will also be discussed.										
32.2 Zakres 2	Analiza rynku pracy Labour market analysis	15			15					30	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. The purpose of the course is to familiarize students with the nature of the labor market and its mechanisms and to enhance their knowledge and skills in job searching. Students will gain knowledge about active and passive labor market policies, entities implementing tasks in employment promotion, mitigating unemployment, and professional activation. Topics such as labor market segmentation, structures, and shaping mechanisms will be discussed, enabling students to navigate the dynamically changing labor market and make informed choices about educational paths and adapt to professional challenges. Practical application of the acquired knowledge will take place through labor market analysis and the development of a project focused on effective labor market navigation.										
33.2 Zakres 2	Zarządzanie efektywnością pracowników Employee performance management				15					15	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. The aim of the course is to introduce students to the issues of effective management of human capital and to develop students' ability to use and analyze employee efficiency metrics. The program is designed to present an efficiency-oriented approach to managing human capital. Students will gain knowledge about the dimensions and components of human capital. Various HR process efficiency indicators will be discussed. Practical application of the acquired knowledge is planned through analysis and project development.
--	--------------------------	--

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 terenowe	Seminarium	Praktyka	Inne			
29.3 Zakres 3	Marketing relacji Relationship marketing	15			30					45	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. The objective of the course is to introduce students to the concept of relationship marketing. The course program aims to familiarize students with various tools of relationship marketing and loyalty concepts. During the classes, topics such as the principles of building relationships, internal marketing, internal relational capital, employer branding, customer loyalty models, and tools for analyzing the effectiveness of implemented loyalty programs are discussed. Practical application of the acquired knowledge will be implemented through the preparation of a project analyzing relationship marketing strategies and proposing new solutions in this area.									
30.3 Zakres 3	Marketing sensoryczny Sensory marketing	15			30				45	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. The objective of the course is to acquaint students with the scope and techniques of sensory marketing. This field extends beyond traditional methods of influencing consumers by engaging only the senses of sight and hearing. It also involves the senses of smell, taste, and touch of individuals interested in purchasing products or services. Multisensory brand experiences accelerate the achievement of competitive advantage in contemporary markets. During the course, students will gain knowledge about methods of marketing impact on all customer senses, both strategically and operationally. Such sensory-driven satisfaction increases interest in the company's offerings and positively influences its image. Practical application of the acquired knowledge will be reflected in a prepared project.										
31.3 Zakres 3	E-biznes E-business	15			15					30	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. The course covers the concept of the digital economy, its history, and current development trends. It presents solutions in the field of internet marketing, the use of social networks, remote collaboration methods, and electronic tools for business management. The course culminates in the preparation of a project for a company based on the digital economy.										

32.3 Zakres 3	Zarządzanie treścią w e-marketingu Content management in e-marketing	15			15					30	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. The objective of the course is to introduce students to the fundamental elements of online communication through skillful use of content marketing. The program aims to provide knowledge about various forms of communication with potential and current customers. Students will gain insights into the specifics of content marketing and communication forms in both the industrial and service sectors. The course covers topics such as the basics of e-marketing, an overview of e-marketing tools, the specifics of e-commerce, and e-distribution. Furthermore, it addresses issues related to product creation on the internet and marketing positioning tools in the blogosphere and social media. Students will acquire practical knowledge about applying content marketing in information management.										

33.3 Zakres 3	Podstawy projektowania katalogów internetowych Fundamentals of designing web catalogs				15					15	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. The objective of the course is to prepare students to create functional and modern online catalogs, such as product catalogs or educational resource directories. Students will learn the principles of designing usable (usability) and accessible (accessibility) interfaces, basics of web page building tools, CMS (Content Management System) tools, and SEO optimization techniques. The course also includes an introduction to managing dynamic content and analyzing end-user requirements for online catalogs. The course concludes with the creation of a catalog tailored to real-world needs.										

Kształcenie w zakresie 4 - Analityk 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			
	Modelowanie danych wysokiej częstotliwości High-frequency data modeling	15		30						45	5	K_W05, K_W06, K_W09, K_U01, K_U03, K_U06, K_K03
29.4 Zakres 4	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. The objective of this course is to familiarize students with key issues in time series analysis and the stages of modeling high-frequency data. During the course, students will develop the skills to independently identify the properties of high-frequency data, construct autoregressive and moving average models, as well as conditional heteroskedasticity models using the <i>Gretl</i> software. Topics										

		related to parameter estimation for investments in financial instruments will be covered, focusing on using high-frequency time series models to assess income and market risk. Practical application of the acquired knowledge will be implemented through the analysis of investment parameters in financial instruments listed on the Warsaw Stock Exchange using Gretl and Excel.									
30.4 Zakres 4	Podstawy baz danych Fundamentals of databases	15		30					45	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. The goal of this course is to introduce the basics of databases, the relational data model, and SQL as the standard query language. The course aims to provide students with knowledge in these areas and skills in database design, working with selected database management systems, and using SQL to perform typical database tasks									
31.4 Zakres 4	Zarządzanie ryzykiem kredytowym Credit risk management	15	15						30	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. The aim of this course is to systematize knowledge about sources of capital acquisition, concepts, and types of risks in business activities, and the notion and types of credit risk in corporate activities. During the course, students will learn about the stages of credit risk management in commercial banks, the credit application and its elements, and creditworthiness assessment. Furthermore, students will explore methods of analyzing the credit risk of individual transactions, classifications of methods for mitigating credit risk, characteristics and forms of active bank operations, shadow banking, credit policies, methods of analyzing and mitigating credit risk, and loan repayment calculations.									
32.4 Zakres 4	Analiza danych z wykorzystaniem pakietu R Data Analysis using the R Package	15		15					30	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. This course introduces students to programming and data analysis using the R programming language. It covers data manipulation, working with relational databases, linear and logistic regression, and data exploration, including summary statistics and modeling. The course also includes data visualization techniques.									
33.4 Zakres 4	Metody analizy rynku Market analysis methods			15					15	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. The course aims to acquaint students with selected statistical analyses applied in market analysis and to develop skills in analyzing information derived from market data models. The main part of the course focuses on data collection and presents methods of data analysis and result interpretation. Particular attention is paid to cluster analysis as a method of multivariate statistical analysis. Additionally, the course covers creating appropriate databases and methods for ensuring the validity of questionnaires used in market analysis. Acquired knowledge enables proper execution of analyses from the perspective of business management.
--	---------------------------------	--

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

Łączna liczba godzin zajęć (w semestrze): 300

Łączna liczba godzin zajęć: Zakres 1: 150

Łączna liczba godzin zajęć: Zakres 2: 150

Łączna liczba godzin zajęć: Zakres 3: 150

Łączna liczba godzin zajęć: Zakres 4: 150

*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 laboratoryjne	Seminarium	Praktyka	Inne			
	Mentoring i coaching Mentoring and coaching	15	15							30	2	K_W08, K_U01, K_U04 K_K03
34	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 ramach zajęć studenci zdobędą wiedzę na temat podstawowych pojęć z zakresu mentoringu i coachingu. Nauczą się odróżniać i porządkować procesy oraz stadia zmiany występujące w trans teoretycznym modelu zmiany. Będą umieli wymienić i scharakteryzować zadania oraz kompetencje mentora/mentee (podopiecznego mentora) i coacha/coachee (klienta coacha) w organizacjach, a także poznają metody i narzędzia pracy mentora i coacha przydatne w środowisku pracy. 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. The aim of the course is to deepen and systematize the student's knowledge in the field of mentoring and coaching and to learn selected models, methods and tools useful in mentoring and coaching. As part of the course, students will gain knowledge of the basic concepts of mentoring and coaching. They will learn to distinguish and organize processes and stages of change occurring in the transtheoretical model of change. They will be able to list and characterize the tasks and competencies of a mentor/mentee and coach/coachee (coach's client) in organizations, as well as learn about the methods and tools of the mentor and coach useful in the work environment. During the course, issues such as: the concept, types and forms of mentoring, the effectiveness of various forms of mentoring, strengths and weaknesses of various forms of mentoring are discussed; the concept, types and goals of coaching, the basic principles and stages of coaching; tasks of a mentor/mentee (mentor's mentee) and coach/coachee (coach's client) in organizations; competences of a mentor and coach; models of mentor and coach work; codes of ethics in mentoring and coaching; change management based on the Transtheoretical Change Model (TMZ); methods and tools of the mentor and coach useful in organizations.
--	--	---

35	Menedżerskie gry strategiczne Managerial strategic games		30							30	2	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: (1) Rozwijanie umiejętności strategicznego myślenia - pozwalają uczestnikom na opracowanie i realizację długoterminowych planów w zmiennym i często nieprzewidywalnym środowisku.; (2) Rozwiązywanie problemów - stawiają uczestników w sytuacjach, które wymagają szybkiego reagowania na problemy i wyzwania, wymagają kreatywności w szukaniu rozwiązań; (3) Nauczanie podejmowania decyzji pod presją - uczestnicy muszą podejmować decyzje w warunkach niepełnych informacji, rozważanie konsekwencji swoich działań oraz reagowanie na zmieniające się okoliczności; (4) Doskonalenie umiejętności zarządzania zasobami – czyli efektywnego zarządzania zasobami oraz maksymalizowanie efektywności przy ograniczonych zasobach. Strategic management games serve as innovative educational tools, they simulate real business scenarios, allowing participants to make decisions and face challenges. Their goals are: (1) Developing strategic thinking skills - they allow participants to develop and implement long-term plans in a changing and often unpredictable environment; (2) Problem-solving - they put participants in situations that require quick response to problems and challenges, require creativity in finding solutions; (3) Decision-making under pressure - participants must make decisions in conditions of incomplete information, consider the consequences of their actions and respond to changing circumstances; (4) Improving resource management skills - i.e. effective resource management and maximizing efficiency with limited resources.										

36	Technologie przemysłu 4.0 Industry 4.0 technologies	15							15	1	K_W01, K_W02, K_W05, K_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 na sztuczną inteligencję oraz jej zastosowanie w przemyśle, a także robotykę. The aim of the lecture is to introduce students to the key issues related to Industry 4.0 and its significance in the context of modern industrial revolutions. The curriculum covers a wide range of topics that facilitate an understanding of the challenges, opportunities, and threats associated with the development of industrial technologies, as well as their social impact. Students will be introduced to topics such as the Internet of Things, distributed databases, and the principles of vertical and horizontal software integration. The course also addresses industrial cybersecurity, 3D printing, virtual reality, and cloud data processing. Emphasis is placed on artificial intelligence and its applications in industry, as well as robotics.									
37	Negocjacje w biznesie Negotiations in business	15	15						30	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.

The aim of the classes is to get students acquainted with the theory and practice of conflict management and negotiation. It provides a comprehensive study of the fundamental principles, theories, and practical applications of negotiation in the business environment. It is designed to equip students with the necessary skills and knowledge to effectively manage and resolve conflict, and create win-win agreements. The course examine theories of conflict sources and resolution, and the various strategies for resolving conflict. Students will be introduced to the major styles of negotiation, examining how different approaches can be used to achieve optimal outcomes, and will be introduced to negotiation tactics, including manipulation techniques, with a focus on recognizing and defending against unethical practices. The students will learn how to create commercial negotiation contracts. It also presents the design of the negotiation process and interpersonal communication skills, which are examined in the context of negotiation, with a focus on active listening, persuasive communication, and nonverbal cues. Finally, the course examines the principles of social influence and how they affect the dynamics of decision-making and negotiation. After completion of the course, students will be prepared to conduct effective negotiations in a variety of professional contexts.

38	Seminarium dyplomowe Diploma seminar						45			45	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. Discussion of the substantive and methodological basis for preparing a master's thesis. Presentation of research problems. Student presentations and discussion of research problems. Rules for creating an editorial master's thesis, including the entry and conclusion formula, content logic, style, graphic design, and attachments. Student presentations and discussion on the editorial basis of master's theses. Presentation and discussion on the defense of diploma theses and conducting the diploma examination.										

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 laboratoryjne	Seminarium	Praktyka	Inne			
39.1 Zakres 1	Zarządzanie odnawialnymi źródłami energii Renewable energy management	15		15						30	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. The primary goal of the course is to familiarize students with the principles of operation of various types of renewable energy sources. Another important aspect is to present the principles of selecting technical solutions for installations utilizing renewable energy sources, particularly in local prosumer energy systems. Additionally, students will gain knowledge, skills, and competencies in the economic and environmental aspects of renewable energy systems, as well as in selecting appropriate technologies in										

		relation to energy potential and demand. During laboratory sessions, students will learn methods of energy supply-demand management and balancing in renewable energy systems integrated with centralized power systems.										
40.1 Zakres 1	Modele biznesu w gospodarce obiegu zamkniętego Business models in the circular economy	15			15					30	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 model biznesu dla gospodarki obiegu zamkniętego. The aim of the course is to acquaint students with business models in the circular economy. Students will gain knowledge about concepts and examples related to business models in the circular economy. Modern concepts, methods, and management tools related to the implementation of circular economy principles in enterprises will be discussed. The course includes an analysis of individual components involved in building a business model for the circular economy. The practical part focuses on developing skills in designing business models for the circular economy.										

41.1 Zakres 1	Narzędzia rozwoju ekoinnowacji Tools for eco-innovation development	15			15					30	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. The course aims to introduce students to the theoretical foundations of eco-innovation and their impact on organizational changes, as well as to methods and tools for developing eco-innovation in enterprises. The program focuses on developing the ability to design eco-innovative products and services. Topics covered include the characteristics, types, and sources of eco-innovation, as well as methods and tools used in eco-design. Practical application of the acquired knowledge will be achieved through projects focused on designing eco-innovative products and services.										
42.1 Zakres 1	Systemy ek zarządzania Eco-management systems	15	15							30	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. The aim of the course is to introduce students to the key aspects of implementing environmental management systems in enterprises. The course prepares students to conceptualize an environmental management system for a selected enterprise. Students will acquire knowledge about various approaches to eco-management and the conditions necessary for effective planning and project implementation in relation to sustainable development. Topics include eco-management, sustainable development, eco-innovation, environmental management systems, and lean management. Practical application is ensured through analysis and development of a concept that applies sustainable development in an enterprise.										
43.1 Zakres 1	Ekologia miejska Urban ecology	15	15							30	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. The student possesses theoretical knowledge and practical skills in identifying and classifying topics related to the ecology of modern cities. They have knowledge about approaches to urban ecology,										

		sustainable urban development, the importance of urban greenery for work and leisure, and ecological projects in cities.
--	--	--

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			
	Audyt personalny HR audit	15	15							30	4	K_W01, K_W08, K_U01, K_U03, K_U05, K_K02, K_K03.
39.2 Zakres 2	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. The aim of the course is to acquaint students with the concepts, subject matter, and importance of personnel audits in enterprises, as well as with the tools used during the process of conducting such audits. The course content is designed to introduce the differences between personnel audits and audits of HR functions, familiarize students with the principles of an auditor's work, personnel risk, and the										

		reasons for conducting audits. During the course, students will gain knowledge about the stages of audit planning, HR procedures, and the principles of report creation. Practical application of the acquired knowledge is envisaged through the development of a personnel audit project based on a selected company.										
40.2 Zakres 2	Zarządzanie przez zaangażowanie- Management by commitment	15	15							30	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. The aim of the course is to provide students with knowledge on shaping employee engagement in organizations, developing the ability to diagnose engagement levels, and competencies in fostering the activity of organizational members. During the course, students will broaden their knowledge of the theoretical and methodological foundations of engagement-based management in the context of modern organizational management, and learn about the factors influencing employee engagement levels,										

		methods of building engagement, and methods of measuring employee engagement. Practical application includes developing skills in: creating and managing competencies, leveraging diversity, utilizing psychology in managerial roles, the importance of modern leadership, supporting employees, and managing diverse teams engaged in innovative organizational, social, managerial, and project ventures.										
41.2 Zakres 2	Grywalizacja i wykorzystywanie sztucznej inteligencji w HRM Gamification and the use of artificial intelligence in HRM	15			15					30	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. The aim of the course is to familiarize students with the theoretical foundations of gamification and artificial intelligence in the field of HRM. The program aims to develop knowledge about methods for enhancing basic HR processes in organizations through gamification and the use of AI. Topics covered include: the structure and functioning of neural networks, expert systems, machine learning, applications										

		of AI in HRM, recruitment chatbots, digital employee assistants, and gamification in HRM. Practical application is provided through the development of projects focused on designing intelligent tools in HRM.									
42.2 Zakres 2	Optymalizacja kosztów pracy Optimization of labor costs	15	15						30	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. Knowledge of tools supporting labor cost management, principles of planning, monitoring, and reporting labor costs. Practical applications of solutions for optimizing labor costs in enterprises. The impact of monetary and non-monetary motivation of employees on labor cost optimization.									
43.2 Zakres 2	Analiza potrzeb szkoleniowych Training needs analysis	15	15						30	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. The aim of the course is to familiarize students with key aspects of training needs analysis as an element of HR processes and human resource management theory. Students will gain knowledge about various methods, techniques, and tools for employee training, as well as the conditions for their application, planning, and verification within HR processes. The course will address topics such as identifying training needs, objectives of training programs, environmental analysis, and stakeholder identification in training processes. Practical application includes analyzing and preparing a project that considers the guidelines and principles of training needs analysis for a selected entity.
--	--	--

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 terenowe	Seminarium	Praktyka	Inne			
39.3 Zakres 3	Marketing zrównoważony Sustainable marketing	15	15							30	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. The course covers ecological and social threats with a particular emphasis on the role of sustainable development in overcoming them. This serves as the foundation for presenting the essence, objectives, and scope of sustainable marketing. Students are introduced to the possibilities of sustainable marketing approaches in shaping market offers, distribution, integrated communication with customers, and the organization of sustainable marketing within a company. It also explores recruitment and development of sustainable marketing personnel. Special attention is given to shaping eco-friendly and socially responsible market offers and distribution. Sustainability in integrated marketing communication processes is discussed in the context of presenting the current state and perspectives of sustainable consumption development.										
40.3 Zakres 3	Narzędzia wspierające kampanie marketingowe i sprzedaż Tools supporting marketing and sales campaigns	15	15							30	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. Introduction to and systematization of the most important tools supporting marketing campaigns and sales. The essence and significance of traditional and modern tools supporting marketing campaigns and sales. Systematics and examples of such tools include ambient marketing, guerrilla marketing, content marketing, word-of-mouth marketing, community marketing, mobile marketing, viral marketing, event marketing, experiential marketing, marketing games, trendsetting, telemarketing, postal marketing, as well as ethical aspects and abuses in marketing.										
41.3 Zakres 3	Komunikacja omnichannel i marketing automation Omnichannel communication and marketing automation	15			15					30	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.										

		Introduction to the essence of integrated marketing communication, explaining the specifics of marketing communication in an omnichannel environment, characterizing new media in the marketing communication process, offline, online, mobile, and social marketing communication, explaining the main functions of the Marketing Automation system, introducing the role and significance of Big Data, discussing the applications of artificial intelligence in marketing, and addressing new challenges in marketing technologies.										
42.3 Zakres 3	Kreatywność artystyczna w marketingu Artistic creativity in marketing	15			15					30	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 defininiowania 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. The objective of the course is to familiarize students with key aspects of Artistic Creativity in Marketing (ACM). The course program aims to introduce various projects carried out in the context of ACM, their specifications, and the challenges associated with them. During the course, students will acquire knowledge about different approaches to ACM and the conditions necessary for effectively planning and executing creative projects in this area. Topics include defining creativity in the context of marketing										

		challenges, the boundaries of creativity shaped by audience expectations, and analyzing results of eye-tracking studies. Practical application of the acquired knowledge is ensured through the analysis and development of a project related to ACM.										
43.3 Zakres 3	Wirtualne platformy współpracy biznesowej Virtual platforms for business collaboration	15	15							30	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. The significance of information and knowledge in management in the context of globalization and dynamic change. The enterprise environment: market relationships and collaboration as areas for managing and utilizing information, knowledge, and ICT technology solutions. Stationary and remote forms of market collaboration. The internet space as a domain of economic activity. Virtual collaboration platforms. Security of data, information, and knowledge in the context of virtual collaboration. Business relationships in the virtual dimension: advantages, disadvantages, requirements, benefits, and threats.										

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			
39.4 Zakres 4	Rozproszone bazy danych na przykładzie technologii blockchain Distributed databases using the example of blockchain technology	30		15						45	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. The course aims to introduce students to key aspects of blockchain technology and its applications. The curriculum includes an introduction to distributed database systems, digital ownership management, and cryptography fundamentals, including hash functions and asymmetric cryptography. Students will learn										

		about the origins of blockchain technology, consensus algorithms, the functioning of Bitcoin and Ethereum, as well as decentralized organizations (DAOs) and smart contracts in the Solidity programming language. The course addresses various types of blockchains (public, private, federated), decision-making models, and security issues. Special emphasis is placed on applications in finance, cryptocurrency analysis, and the regulatory environment surrounding the technology. Laboratory sessions include setting up development environments such as Ethereum Virtual Machine, creating digital wallets, and programming smart contracts.									
40.4 Zakres 4	Wykorzystanie baz danych w analizie rynku The use of databases in market analysis	15		15					30	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. The goal of the course is to familiarize students with the theoretical and practical foundations of market analysis and its significance in business decision-making. The course covers key topics related to market analysis methods, data utilization, and their impact on business strategies. Students will learn tools and techniques for market analysis and the ethical principles that should guide the process. The laboratory component will develop practical skills in data transformation, analysis, and visualization in the context of business decision-making.									

41.4 Zakres 4	Wykorzystanie pakietów komputerowych w badaniach rynkowych i marketingowych The use of computer packages in market and marketing research			15						15	2	K_W03, K_W04, 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. Fundamental elements of market research. Methods of collecting data from primary and secondary sources. Advantages and disadvantages of data based on type. Data implementation into various software packages. Designing marketing research studies. Measurement instruments in marketing research. Data analysis methods for market and marketing research and their presentation using software packages such as Statistica, Gretl, Excel, R.										

42.4 Zakres 4	Doradztwo finansowe w biznesie Financial consulting in business	15	15							30	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. Advisory services in operational business activities – liquidity, profitability, performance improvement. Strategic advisory services – investment efficiency of economic projects, business plans, enterprise restructuring, mergers and acquisitions, enterprise valuation. Short- and long-term business financing advisory. Tax advisory.										
43.4 Zakres 4	Analiza danych biznesowych Business data analysis	15		15						30	3	K_W05, _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.										

		The objective of the course is to acquire knowledge and skills enabling effective use of analytical tools and techniques in managing business information and applying them in decision-making and business interactions. The course includes theoretical and practical knowledge of modern IT tools for acquiring, selecting, processing, analyzing, and presenting data in business reports. Practical application of the acquired knowledge is implemented through the analysis and preparation of a business report using the learned tools and analytical techniques.
--	--	---

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