

**Załącznik
do Uchwały Nr 4/07/10/2025
Senatu Uniwersytetu VIZJA
z dnia 7 października 2025 roku.**



UNIWERSYTET VIZJA

PROGRAM STUDIÓW

ZARZĄDZANIE

STUDIA I STOPNIA

PROFIL OGÓLNOAKADEMICKI

Rok akademicki rozpoczęcia cyklu kształcenia: 2025/2026

Data uchwalenia przez Senat Uczelni:

7 października 2025 r.

Ogólne informacje i wskaźniki dotyczące programu studiów

Tytuł zawodowy nadawany absolwentom	Licencjat
Forma/formy studiów	Studia stacjonarne i niestacjonarne
Liczba semestrów konieczna do ukończenia studiów na danym poziomie	6
Liczba punktów ECTS konieczna do ukończenia studiów na danym poziomie	180
Łączna liczba godzin zajęć dydaktycznych	Studia stacjonarne: 1801 godz. Studia niestacjonarne: 1116 godz.
Łączna liczba punktów ECTS, jaką student musi uzyskać w ramach zajęć prowadzonych z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich lub innych osób prowadzących zajęcia	Studia stacjonarne: 102,6 (57%) Studia niestacjonarne: 76,6 (43%)
Procentowy udział liczby punktów ECTS dla każdej z dyscyplin, do których przyporządkowany jest kierunek w liczbie punktów ECTS koniecznej do ukończenia studiów na danym poziomie – w przypadku kierunku przyporządkowanego do więcej niż jednej dyscypliny	Nauki o zarządzaniu i jakości: 79% Ekonomia i finanse: 21%
Łączna liczba punktów ECTS, jaką student musi uzyskać w ramach zajęć związanych z działalnością naukową	134 pkt. ECTS (74,4%)
Liczba punktów ECTS, jaką student musi uzyskać w ramach zajęć z dziedziny nauk humanistycznych lub nauk społecznych – w przypadku kierunków studiów przyporządkowanych do dyscyplin w ramach dziedzin innych niż odpowiednio nauki humanistyczne lub nauki społeczne	5 pkt. ECTS* *W tym za zajęcia/grupy zajęć: Wprowadzenie do filozofii
Liczba punktów ECTS przyporządkowana zajęciom lub grupom zajęć do wyboru	55 pkt. ECTS (31%)
Wymiar praktyk zawodowych oraz liczba punktów ECTS, jaką student musi uzyskać w ramach tych praktyk	Nie dotyczy
Liczba godzin zajęć z wychowania fizycznego – w przypadku stacjonarnych studiów pierwszego stopnia i jednolitych studiów magisterskich	60 godz.

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

Nazwa zajęć		ECTS	Liczba godzin zajęć	
			Studia stacjonarne	Studia niestacjonarne
I. KSZTAŁCENIE OGÓLNE				
1.	BHP	0	8	8
2.	Język obcy (DW)	9	120	64
3.	Zajęcia sportowo-rekreacyjne	0	60	0
4.	Umiejętności akademickie	1	15	8
5.	Wprowadzenie do filozofii	5	35	20
6.	Podstawy komunikacji społecznej	4	30	24
7.	Wprowadzenie do psychologii	5	30	24
8.	Wstęp do nauki o państwie i prawie	5	30	24
	Historia gospodarcza (DW)			
9.	Metodologia badań naukowych	4	30	16
Razem		33	358	188
II. KSZTAŁCENIE KIERUNKOWE				
10.	Podstawy ekonomii	5	30	24
11.	Teoria organizacji i zarządzania	5	30	24
12.	Podstawy arkusza kalkulacyjnego	1	15	8
13.	Zarządzanie projektami	3	30	16
14.	Podstawy rachunkowości	5	60	40
15.	Statystyka opisowa	4	60	40
16.	Podstawy finansów prywatnych i publicznych	4	30	24
17.	Zarządzanie organizacjami	4	30	24
18.	Prawo publiczne gospodarcze	3	30	16
19.	Zarządzanie kapitałem ludzkim	5	60	40
20.	Finanse przedsiębiorstwa	7	60	40
21.	Podstawy marketingu	4	30	24
22.	Mikroekonomia	6	60	40
23.	Zarządzanie wiedzą	3	30	16
24.	Zachowania organizacyjne	3	30	24
25.	Analiza finansowa przedsiębiorstwa	6	60	40
26.	Badania marketingowe	5	60	40
27.	Makroekonomia	4	30	24
28.	Podstawy public relations	4	30	16
29.	Zarządzanie zmianą	3	30	24
30.	Zarządzanie ryzykiem	3	30	16
31.	Zarządzanie jakością	3	30	16
32.	Metodyka przygotowania projektu	3	30	16
33.	Szkoła praktyków biznesu (DW)	4	48	32
34.	Informatyka w zarządzaniu	4	30	16
35.	Podstawy negocjacji i mediacji	5	60	40
36.	Wycena i zarządzanie wartością (DW)	4	30	16
37.	Zarządzanie zrównoważonym rozwojem (DW)			

38.	Projekt społeczny		4	30	24
Razem			114	1083	720
III. KSZTAŁCENIE SPECJALNOŚCIOWE (DW)					
Specjalności do wyboru: MiR – Marketing i Reklama; ZP – Zarządzanie Przedsiębiorstwem; LiHM – Logistyka i Handel Międzynarodowy; ZKL – Zarządzanie Kapitałem Ludzkim					
39.	Podstawy reklamy	MiR	5	60	40
	Planowanie finansowe i biznesplan	ZP			
	Międzynarodowe stosunki gospodarcze	LiHM			
	Dobór pracowników (rekrutacja, selekcja i adaptacja)	ZKL			
40.	Zachowania konsumentów	MiR	4	45	24
	Controlling operacyjny	ZP			
	Spedycja krajowa i międzynarodowa	LiHM			
	Organizacja i metody pracy	ZKL			
41.	Zarządzanie marką	MiR	4	45	24
	Zachowania konsumentów	ZP			
	Podstawy logistyki	LiHM			
	Psychologia społeczna	ZKL			
42.	Marketing w handlu i usługach	MiR	4	60	24
	Zarządzanie relacjami z klientami (CRM)	ZP			
	Strategie konkurencji	LiHM			
	Systemy motywowania, wynagradzania i oceniania pracowników	ZKL			
43.	Strategie konkurencji	MiR	6	60	40
	Analiza rynku	ZP			
	Zarządzanie relacjami z klientami (CRM)	LiHM			
	Rozwój kariery i szkolenie pracowników	ZKL			
44.	Psychologia reklamy	MiR	6	45	40
	Społeczna odpowiedzialność biznesu	ZP			
	Zarządzanie łańcuchem dostaw	LiHM			
	Relacje pracownik-pracodawca	ZKL			
45.	Planowanie marketingowe	MiR	4	45	24
	Komunikacja biznesowa w praktyce	ZP			
	Transport i logistyka miejska	LiHM			
	Kształtowanie pozytywnego klimatu organizacyjnego	ZKL			
Razem			33	360	216
Ogółem w toku studiów			180	1801	1124

DW – zajęcia do wyboru

IV. FAKULTATYWNE (NIEOBOWIĄZKOWE) MODUŁY KSZTAŁCENIA OGÓLNEGO*				
Moduł I				
L.p.	Nazwa zajęć	ECTS	Liczba godzin zajęć dydaktycznych ogółem	
			Studia stacjonarne	Studia niestacjonarne
1.	Język obcy specjalistyczny I	3	30	16
2.	Kulturowe dziedzictwo Europy	3	30	16
3.	Praktyczna nauka języka (leksyka i czytanie) (DW)	5	60	32
4.	Praktyczna nauka języka (gramatyka praktyczna) (DW)	5	60	32
5.	Praktyczna nauka języka (konwersacje) (DW)	5	60	32
6.	Praktyczna nauka języka (pisanie i stylistyka) (DW)	5	60	32
7.	Praktyczna nauka języka (umiejętności zintegrowane) (DW)	4	30	16
Razem		30	330	176
Moduł II				
L.p.	Nazwa zajęć	ECTS	Liczba godzin zajęć dydaktycznych ogółem	
			Studia stacjonarne	Studia niestacjonarne
1.	Język obcy specjalistyczny II	3	30	16
2.	Kulturowe dziedzictwo Polski	3	30	16
3.	Praktyczna nauka języka (leksyka i czytanie) (DW)	5	60	32
4.	Praktyczna nauka języka (gramatyka praktyczna) (DW)	5	60	32
5.	Praktyczna nauka języka (konwersacje) (DW)	5	60	32
6.	Praktyczna nauka języka (pisanie i stylistyka) (DW)	5	60	32
7.	Praktyczna nauka języka (umiejętności zintegrowane) (DW)	4	30	16
Razem		30	330	176

* Zajęcia kształcenia kulturowego i językowego, realizowane w ramach semestru lub roku wstępnego (tzw. *foundation programme*), przeznaczone w szczególności dla cudzoziemców lub osób o niewystarczających kompetencjach w zakresie języka, w którym realizowany jest program studiów.

V. FAKULTATYWNE (NIEOBOWIĄZKOWE) ZAJĘCIA KSZTAŁCENIA DODATKOWEGO – ZAJĘCIA SWOBODNEGO WYBORU W J. ANGIELSKIM**				
Semestr I				
L.p.	Nazwa zajęć	ECTS	Liczba godzin zajęć	
			Studia stacjonarne	Studia niestacjonarne
1.	Przedmiot (-y) dodatkowe (fakultatywne) w liczbie od 1 do 3	maks. 9	maks. 90	maks. 90
Semestr II				
L.p.	Nazwa zajęć	ECTS	Liczba godzin zajęć dydaktycznych ogółem	
			Studia stacjonarne	Studia niestacjonarne
1.	Przedmiot (-y) dodatkowe (fakultatywne) w liczbie od 1 do 3	maks. 9	maks. 90	maks. 90
Razem		maks. 18	maks. 180	maks. 180

** Fakultatywne (nieobowiązkowe) zajęcia dodatkowe swobodnego wyboru w j. angielskim są przeznaczone dla studentów I roku studiów I stopnia lub jednolitych studiów magisterskich. Student może zrealizować od jednego do trzech przedmiotów w semestrze. Lista przedmiotów jest ogłaszana na początek roku akademickiego.

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

Nazwa zajęć lub grupy zajęć	Forma/formy zajęć	Łączna liczba godzin		Liczba punktów ECTS
		Studia stacjonarne	Studia niestacjonarne	
Teoria organizacji i zarządzania	W	30	24	5
Metodologia badań naukowych	W	30	16	4
Zarządzanie projektami	W	30	16	3
Podstawy rachunkowości	W, Ć	60	40	5
Statystyka opisowa	W, Ć	60	40	4
Podstawy finansów prywatnych i publicznych	W	30	24	4
Zarządzanie organizacjami	W	30	24	4
Zarządzanie kapitałem ludzkim	W, Ć	60	40	5
Finanse przedsiębiorstwa	W, Ć	60	40	7
Podstawy marketingu	W	30	24	4
Mikroekonomia	W, Ć	60	40	6
Zarządzanie wiedzą	W	30	16	3
Zachowania organizacyjne	W	30	24	3
Analiza finansowa przedsiębiorstwa	W, Ć	60	40	6
Badania marketingowe	W, Ć	60	40	5
Makroekonomia	W	30	24	4
Podstawy public relations	W	30	16	4
Zarządzanie zmianą	W	30	24	3
Zarządzanie ryzykiem	W	30	16	3
Zarządzanie jakością	W	30	16	3
Metodyka przygotowania projektu	K	30	16	3
Informatyka w zarządzaniu	K	30	16	4
Moduł zajęć kształcenia specjalnościowego	W/Ć/K	420	256	38
Projekt społeczny	K	30	24	4
Razem		1320	856	134

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

Zajęcia lub grupy zajęć do wyboru

L.p.	Nazwa zajęć lub grupy zajęć	Forma/formy zajęć	Łączna liczba godzin (studia stacjonarne)	Łączna liczba godzin (studia niestacjonarne)	Liczba punktów w ECTS
1.	Wstęp do nauki o państwie i prawie/Historia gospodarcza	W	30	24	5
2.	Język obcy	Lektorat	120	64	9
3.	Wycena i zarządzanie wartością/Zarządzanie zrównoważonym rozwojem	W	30	16	4
4.	Szkoła praktyków biznesu	K	48	32	4
5.	Moduł zajęć kształcenia specjalnościowego	W/Ć/K	390	32	33
Razem			648	392	55

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

Efekty uczenia się

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

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

Kategoria charakterystyki efektów uczenia się	Symbol kierunkowych efektów uczenia się	Po ukończeniu studiów I stopnia na kierunku Z A R Z Ą D Z A N I E absolwent:	Odniesienie do	
			uniwersalnych charakterystyk pierwszego stopnia PRK	charakterystyki drugiego stopnia PRK
W ZAKRESIE WIEDZY				
WIEDZA - zakres i głębia	Zarz_WG01_Lic	Zna i rozumie w zaawansowanym stopniu charakter, miejsce i rolę współczesnych dyscyplin nauk społecznych, w tym nauk o zarządzaniu i jakości, zachodzących między nimi wzajemnych zależności oraz stosowane w nich metody wnioskowania naukowego.	P6U_W	P6S_WG
	Zarz_WG02_Lic	Zna w zaawansowanym stopniu prawne, ekonomiczne i społeczne uwarunkowania rozwoju zarządzania oraz terminologię wykorzystywaną w różnych obszarach badawczych i praktycznych z zakresu zarządzania.	P6U_W	P6S_WG
	Zarz_WG03_Lic	Ma zaawansowaną wiedzę z zakresu kluczowych teorii, zjawisk, procesów, prawidłowości i mechanizmów oraz skutków społecznych współczesnego zarządzania.	P6U_W	P6S_WG
	Zarz_WG04_Lic	Ma zaawansowaną wiedzę o strukturach i podmiotach działających w gospodarce oraz o relacjach zachodzących między nimi w skali krajowej i międzynarodowej.	P6U_W	P6S_WG
	Zarz_WG05_Lic	Ma zaawansowaną wiedzę na temat form organizacyjnych przedsiębiorstw i innych instytucji oraz zasady ich tworzenia, funkcjonowania i rozwoju.	P6U_W	P6S_WG
	Zarz_WG06_Lic	Zna podstawowe pojęcia i zasady z zakresu ochrony własności przemysłowej i prawa autorskiego.	P6U_W	P6S_WG
	Zarz_WG07_Lic	Ma zaawansowaną wiedzę dotyczącą teorii, metod, technik i narzędzi zarządzania zasobami podmiotów gospodarczych i innych instytucji oraz podejmowania decyzji gospodarczych i zarządczych w przedsiębiorstwach i innych jednostkach organizacyjnych oraz diagnozowania ich kondycji ekonomicznej.	P6U_W	P6S_WG
	Zarz_WG08_Lic	Zna w stopniu zaawansowanym metody diagnozowania i szacowania potencjału rynkowego oraz strategicznego przedsiębiorstw i innych instytucji oraz istotę i rodzaje systemów zarządzania, ich ewolucję oraz projektowanie.	P6U_W	P6S_WG
	Zarz_WG09_Lic	Ma uporządkowana i zaawansowaną wiedzę z zakresu wybranej specjalności zarządzania, obejmującą teorię, terminologię, metodykę i zastosowanie praktyczne tej specjalności.	P6U_W	P6S_WG

	Zarz_WG10_Lic	Zna i rozumie w stopniu zaawansowanym wiedzę z zakresu otoczenia organizacji, jego elementów składowych oraz zmian zachodzących w tym obszarze, a także wpływu otoczenia na podmioty gospodarcze i administracji publicznej.	P6U_W	P6S_WG
	Zarz_WG11_Lic	Zna i rozumie w stopniu zaawansowanym metody diagnozowania i prognozowania zjawisk w otoczeniu przedsiębiorstw i innych instytucji oraz relacje zachodzące pomiędzy nimi, w tym ma wiedzę o formach międzyorganizacyjnych konkurowania i kooperowania z uwzględnieniem aspektów regionalnych, międzynarodowych i globalnych.	P6U_W	P6S_WG
	Zarz_WG12_Lic	Zna w stopniu zaawansowanym funkcje przedsiębiorstwa i innych instytucji, ich wzajemne relacje oraz rolę w procesie osiągania celów.	P6U_W	P6S_WG
	Zarz_WG13_Lic	Zna i rozumie w stopniu zaawansowanym formy indywidualnej przedsiębiorczości, ich rozwój, a także determinanty kształtujące efektywność działalności gospodarczej.	P6U_W	P6S_WG
	Zarz_WG14_Lic	Zna i rozumie w stopniu zaawansowanym funkcje i modele zarządzania, ich ewolucję oraz rolę kadry kierowniczej w procesie zarządzania.	P6U_W	P6S_WG
WIEDZA - kontekst	Zarz_WK01_Lic	Zna i rozumie zasady etyczno-moralne obowiązujące podczas wykonywania czynności badawczych i praktyki zawodowej w zakresie zarządzania.	P6U_W	P6S_WK
	Zarz_WK02_Lic	Zna i rozumie fundamentalne dylematy współczesnej cywilizacji oraz funkcje i zadania nauk społecznych, w tym zarządzania, w ich opisie, wyjaśnianiu i rozwiązywaniu.	P6U_W	P6S_WK
	Zarz_WK03_Lic	Zna podstawowe zasady z zakresu ochrony własności przemysłowej i prawa autorskiego.	P6U_W	P6S_WK
	Zarz_WK04_Lic	Zna podstawowe zasady tworzenia i rozwoju form przedsiębiorczości oraz rozumie społeczne uwarunkowania tych procesów.	P6U_W	P6S_WK
	Zarz_WK05_Lic	Rozumie wielorakie uwarunkowania społeczne (ekonomiczne, prawne, etyczne, inne) wykonywania swojej roli zawodowej, a także możliwe konsekwencje społeczne wynikające z działalności zawodowej.	P6U_W	P6S_WK
W ZAKRESIE UMIEJĘTNOŚCI				
UMIEJĘTNOŚCI – wykorzystanie wiedzy	Zarz_UW01_Lic	Potrafi identyfikować i interpretować podstawowe zjawiska i procesy społeczne z wykorzystaniem wiedzy z zakresu zarządzania.	P6U_U	P6S_UW
	Zarz_UW02_Lic	Potrafi wykorzystywać wiedzę teoretyczną z zakresu nauk o zarządzaniu i jakości oraz powiązanych dyscyplin naukowych w celu analizy złożonych i interpretacji przyczyn, przebiegu i konsekwencji złożonych oraz nietypowych problemów w zarządzaniu i innych dylematów współczesnej cywilizacji.	P6U_U	P6S_UW
	Zarz_UW03_Lic	Potrafi identyfikować i interpretować podstawowe zjawiska i procesy społeczne z wykorzystaniem wiedzy z zakresu przedsiębiorczości, ze szczególnym uwzględnieniem kreowania postaw przedsiębiorczych i podejmowania wyzwań związanych z rozwojem przedsiębiorczości.	P6U_U	P6S_UW
	Zarz_UW04_Lic	Potrafi identyfikować i formułować specyfikę zadań oraz sposoby ich rozwiązywania, w tym dobierać i wykorzystywać właściwe metody i narzędzia wspomagające dokonywanie oceny opłacalności wdrożenia tych rozwiązań.	P6U_U	P6S_UW
	Zarz_UW05_Lic	Potrafi projektować nowe rozwiązania, jak również doskonalić istniejące, zgodnie z przyjętymi założeniami ich realizacji i wdrożenia.	P6U_U	P6S_UW

	Zarz_UW06_Lic	Potrafi analizować i prognozować procesy oraz zjawiska społeczne z wykorzystaniem standardowych metod oraz narzędzi diagnostycznych i badawczych właściwych dla zarządzania.	P6U_U	P6S_UW
	Zarz_UW07_Lic	Potrafi zaplanować i zrealizować proces twórczy mający za zadanie rozwiązywanie określonych problemów badawczych i praktycznych z zakresu zarządzania, wykorzystując w tym celu odpowiednie narzędzia, dokonując statystycznej analizy danych i ich prezentacji, z poszanowaniem zasad etyki zawodowej oraz własności przemysłowej i prawa autorskiego	P6U_U	P6S_UW
	Zarz_UW08_Lic	Potrafi przygotować w języku polskim i obcym prace pisemne, prezentacje oraz wystąpienia ustne dotyczące problemów zarządzania z wykorzystaniem wiedzy oraz dostępnych źródeł.	P6U_U	P6S_UW
	Zarz_UW09_Lic	Potrafi prawidłowo interpretować i analizować zjawiska społeczno-gospodarcze, w tym bieżące wydarzenia w otoczeniu przedsiębiorstw i innych instytucji, wykorzystując metody i techniki analizy danych rynkowych oraz wspomagających podejmowanie decyzji gospodarczych.	P6U_U	P6S_UW
	Zarz_UW10_Lic	Potrafi prognozować określone zjawiska gospodarcze i społeczne w otoczeniu z wykorzystaniem ilościowych i jakościowych metod prognozowania i planowania.	P6U_U	P6S_UW
	Zarz_UW11_Lic	Uwzględnia skutki społeczne i etyczne w procesie zarządzania i podejmowania decyzji gospodarczych.	P6U_U	P6S_UW
UMIEJĘTNOŚCI – komunikowanie się	Zarz_UK01_Lic	Potrafi efektywnie komunikować się, także w języku obcym, z innymi specjalistami w zakresie zarządzania oraz różnorodnymi interesariuszami, korzystając przy tym z nowoczesnych rozwiązań technologicznych.	P6U_U	P6S_UK
	Zarz_UK02_Lic	Potrafi zorganizować i poprowadzić debatę, także w języku obcym, umożliwiającą jej uczestnikom przedstawienie, ocenę i dyskusję różnych opinii i stanowisk dotyczących zagadnień z zakresu zarządzania.	P6U_U	P6S_UK
	Zarz_UK03_Lic	Potrafi posługiwać się językiem obcym na poziomie B2 Europejskiego Opisu Kształcenia Językowego oraz w wyższym stopniu w zakresie specjalistycznej terminologii z zakresu zarządzania.	P6U_U	P6S_UK
UMIEJĘTNOŚCI – organizacja pracy	Zarz_UO01_Lic	Potrafi współdziałać z innymi osobami w ramach prac zespołowych w szczególności w zespołach projektujących zastosowania różnych rozwiązań z zakresu zarządzania.	P6U_U	P6S_UO
UMIEJĘTNOŚCI – uczenie się	Zarz_UU01_Lic	Potrafi samodzielnie zaplanować i realizować własny rozwój osobisty i zawodowy poprzez ciągłe uczenie się i pogłębianie posiadanych kompetencji zawodowych przez całe życie, a także potrafi ukierunkowywać innych w tym zakresie.	P6U_U	P6S_UU
W ZAKRESIE KOMPETENCJI SPOŁECZNYCH				
KOMPETENCJE – oceny krytyczne	Zarz_KK01_Lic	Jest gotowy do krytycznej oceny różnych źródeł i odbieranych treści, w szczególności treści o różnym stopniu pewności naukowej z zakresu zarządzania.	P6U_K	P6S_KK
	Zarz_KK02_Lic	Uznaje znaczenia wiedzy naukowej z zakresu zarządzania w rozwiązywaniu problemów o charakterze teoretycznym i praktycznym pojawiających się w działalności zawodowej.	P6U_K	P6S_KK

	Zarz_KK03_Lic	Potrafi odpowiedzialnie ocenić granice swoich kompetencji zawodowych i rozumie potrzebę zasięgnięcia opinii innych ekspertów, w przypadku trudności z samodzielnym rozwiązywaniem problemów zawodowych.	P6U_K	P6S_KK
KOMPETENCJE - odpowiedzialność	Zarz_KO01_Lic	Ujawnia wysoką odpowiedzialność za wypełnianie zobowiązań społecznych wynikających z działalności zawodowej i jest gotowy do inspirowania, organizowania i przygotowywania różnorodnych projektów gospodarczych z uwzględnieniem aspektów zarządzania.	P6U_K	P6S_KO
	Zarz_KO02_Lic	Jest gotów rozwiązywać podstawowe problemy związane z uczestnictwem w życiu społeczno-gospodarczym, w tym z wykonywaniem różnych zawodów z obszaru zarządzania.	P6U_K	P6S_KO
	Zarz_KO03_Lic	Jest gotów myśleć i działać w sposób przedsiębiorczy, przewiduje konsekwencje podejmowanych działań przedsiębiorczych.	P6U_K	P6S_KO
	Zarz_KO04_Lic	Jest gotów myśleć i działać zgodnie z potrzebą postępowania w życiu zawodowym w sposób etyczny i społecznie odpowiedzialny.	P6U_K	P6S_KO
	Zarz_KO05_Lic	Ujawnia postawę wypełniania zobowiązań społecznych oraz współorganizowania działalności na rzecz środowiska społecznego.	P6U_K	P6S_KO
KOMPETENCJE – rola zawodowa	Zarz_KR01_Lic	Jest gotów przestrzegać zasad etyki zawodowej i wymagać tego od innych osób.	P6U_K	P6S_KR
	Zarz_KR02_Lic	Ujawnia rozagę, dojrzałość i zaangażowanie w wykonywaniu różnorodnych czynności zawodowych z zakresu zarządzania.	P6U_K	P6S_KR
	Zarz_KR03_Lic	Jest gotowy dbać o dorobek teoretyczny i praktyczny z zakresu zarządzania oraz tradycje i etos wykonywanego zawodu związanego z zarządzaniem.	P6U_K	P6S_KR

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

1. KSZTAŁCENIE OGÓLNE		
Kierunkowe efekty uczenia się	BHP	ECTS: 0
Zajęciom tym nie przypisuje się efektów uczenia się	Definicja i istota bezpieczeństwa i higieny pracy. Podstawowe akty prawne z zakresu BHP (Kodeks Pracy, Rozporządzenie w sprawie BHP na uczelniach, Ustawa o Ochronie Przeciwpowodziowej, Rozporządzenie w sprawie ogólnych przepisów BHP, Rozporządzenie w sprawie szkolenia z zakresu BHP, Rozporządzenie w sprawie warunków technicznych, jakim powinny odpowiadać budynki i ich usytuowanie). Instytucje pełniące nadzór nad przestrzeganiem przepisów BHP. Obowiązki i uprawnienia rektora w zakresie przestrzegania zasad BHP na uczelni. Ogólne zasady BHP obowiązujące na terenie uczelni. Ogólne zasady dotyczące budynków, pomieszczeń, maszyn i urządzeń oraz wymagania, jakie powinny spełniać. Zasady wyposażenia budynków/pomieszczeń w sprzęt gaśniczy, apteczki. Zasady poruszania się w ciągach komunikacyjnych. Definicja czynników szkodliwych oraz działania optymalizujące działania czynników. Zagrożenia wypadkowe, rodzaje wypadków. Przyczyny wypadków. Podstawowe zasady ochrony przeciwpożarowej. Akty prawne w zakresie PPOŻ. Zapobieganie zagrożeniom pożarowym. Zasady postępowania w przypadku wystąpienia zagrożenia pożaru. Zasady posługiwania się sprzętem gaśniczym. Rodzaje gaśnic. Procedury ewakuacyjne. Stosowane znaki ewakuacji. Znaki bezpieczeństwa stosowane w ochronie przeciwpożarowej. Postępowanie w razie wypadku. Przepisy regulujące obowiązek udzielenia pierwszej pomocy poszkodowanemu. Podstawowe zabiegi resuscytacyjne. Pozycja boczna ustalona. Opatrywanie zranień, złamań, zwichnięć, oparzeń. Postępowanie w przypadku porażenia prądem elektrycznym. Postępowanie w przypadku zatrucia.	
Kierunkowe efekty uczenia się	Zajęcia sportowo-rekreacyjne (tylko studia stacjonarne)	ECTS: 0
Zajęciom tym nie przypisuje się efektów uczenia się	Zasady bezpiecznego uczestnictwa w zajęciach sportowo-rekreacyjnych. Trening zdrowotny. Formy aktywności ruchowej przy muzyce - aerobik, TBC, joga. Ćwiczenia kształtujące sylwetkę z wykorzystaniem sprzętu fitness. Zajęcia aerobowe. Rodzaje zajęć aerobowych. Trening aerobowy i jego funkcje. Nauka i demonstracja techniki ćwiczeń. Tenisa stołowego - nauka i doskonalenie wykonania podstawowych elementów technicznych. Elementy tańca towarzyskiego. Zajęcia korekcyjno-kompensacyjne wsparte ćwiczeniami relaksacyjnymi. Zespołowe gry sportowe – koszykówka, piłka siatkowa, ręczna i nożna. Badminton - nauka i doskonalenie podstawowych elementów technicznych. Futsal - nauka i doskonalenie techniki gry. Kształtowanie sprawności ruchowej oraz umiejętności technicznych przez gry i ćwiczenia ogólnorozwojowe.	
Kierunkowe efekty uczenia się	Język obcy: Język angielski (DW)	ECTS: 9
Zarz_WG02_Lic, Zarz_WG09_Lic, Zarz_UK02_Lic, Zarz_UK03_Lic, Zarz_UU01_Lic, Zarz_UW08_Lic; Zarz_KK01_Lic	Część I. Przymiotniki opisujące wygląd, osobowość i zachowanie człowieka. Struktura i zastosowanie czasów teraźniejszych: czas teraźniejszy prosty - Present Simple. Środowisko naturalne i ochrona przyrody – leksyka. Struktura i zastosowanie czasów teraźniejszych: czas teraźniejszy ciągły - Present Continuous. Kontrastywne zastosowanie czasów teraźniejszych: Present Simple vs Present Continuous. Podróże i wakacje – leksyka. Struktura i zastosowanie czasów teraźniejszych: czas Present Perfect Simple and Continuous (skutek vs akcja). Czas wolny człowieka: hobby, sport, rekreacja – leksyka. Kontrastywne, kompleksowe zastosowanie wszystkich czasów teraźniejszych języka angielskiego. Część II. Środki płatności – leksyka. Struktura i zastosowanie czasów przeszłych: czas przeszły ciągły - Past Continuous. Handel, ekonomia, finanse, biznes i komunikacja biznesowa – leksyka. Kontrastywne zastosowanie czasów przeszłych: Past Simple vs Past Continuous. Kontrastywne, kompleksowe zastosowanie wszystkich czasów przeszłych języka angielskiego. Część III. Zarządzanie i marketing - leksyka. Struktura i zastosowanie czasów przyszłych: czas przyszły prosty - Will + infinitive. Ubezpieczenia i bankowość - leksyka. Struktura i zastosowanie czasów przyszłych: wyrażenie "going to" - plany i przewidywanie przyszłości. Struktura i zastosowanie czasów przyszłych: zaaranżowana przyszłość - Present Continuous for future. Życie na wsi i w mieście – leksyka. Kontrastywne zastosowanie czasów przyszłych: will = infinitive, going to, Present Continuous for future. Giełda – leksyka. Kontrastywne, kompleksowe zastosowanie wszystkich czasów przyszłych języka angielskiego (z uwzględnieniem Future Continuous, Future Perfect i form opisowych). Część IV. Zarządzanie i marketing – leksyka. Zdania złożone - struktura i zastosowanie - kompleksowe zastosowanie spójników. Podatki i systemy podatkowe – leksyka. Czasowniki frazowe - rozdzielne i nierozdzielne. Finanse przedsiębiorstwa i instytucji – leksyka. Czasowniki modalne - ich funkcje i formy. Analiza i tłumaczenie tekstów specjalistycznych z zakresu zarządzania, ekonomii i finansów. Mowa zależna w języku angielskim - zasady tworzenia i zastawiania. Prezentacja wybranego tematu z zakresu zarządzania, ekonomii i finansów w języku angielskim - wypowiedź ustna. Kompleksowe zastosowanie rzeczowników,	

	przymiotników, i przysłówków w różnych zdaniach z uwzględnieniem wszystkich czasów języka angielskiego (teraźniejszość, przeszłość, przyszłość). Przygotowanie do końcowego egzaminu językowego.	
Kierunkowe efekty uczenia się	Język obcy: Język niemiecki (DW)	ECTS: 9
Zarz_WG02_Lic, Zarz_WG09_Lic, Zarz_UK02_Lic, Zarz_UK03_Lic, Zarz_UU01_Lic, Zarz_UW08_Lic; Zarz_KK01_Lic	Część I. Przymiotniki opisujące wygląd, osobowość i zachowanie człowieka. Rodzajnik określony i nieokreślony, odmiana przez przypadki. Środowisko naturalne i ochrona przyrody – leksyka. Zaimek osobowy - odmiana przez przypadki. Rzeczownik niemiecki - odmiana przez przypadki - Nominativ, Genitiv, Dativ, Akkusativ. Turystyka, podróże i wakacje – leksyka. Czasowniki modalne, czasowniki haben i sein - odmiana i zastosowanie. Czas wolny człowieka: hobby, sport, rekreacja – leksyka. Przyimki niemieckie z Dativ i Akkusativ. Część II. Czas przeszły Perfekt z haben i sein - czasowniki słabe i mocne. Środki płatności – leksyka. Czas przeszły Praeteritum - odmiana czasowników. Handel, ekonomia, finanse, biznes i komunikacja biznesowa – leksyka. Czasowniki niemieckie wymagające przypadków Dativ i Akkusativ. Zdania złożone podrzędnie. Tryb rozkazujący języka niemieckiego. Część III. Gospodarka i handel - leksyka. Zdanie podrzędne dopełnieniowe i okolicznikowe celu (z dass i damit). Ubezpieczenia i bankowość - leksyka. Stopniowanie przymiotników niemieckich. Zdanie podrzędne warunkowe i przyczynowe (z wenn i weil). Czasowniki zwrotne w Dativ i Akkusativ. Giełda – leksyka. Zdanie podrzędne czasowe i ograniczające (z wenn, wachrend, obwohl). Część IV. Zarządzanie i marketing – leksyka. Zaimki i zdania względne. Podatki i systemy podatkowe – leksyka. Tryb przypuszczający czasowników słabych i mocnych Konjunktiv II. Finanse przedsiębiorstwa i instytucji – leksyka. Strona bierna Passiv - wszystkie czasy. Analiza i tłumaczenie tekstów specjalistycznych. Czas przeszły Plusquamperfekt. Prezentacja wybranego tematu z zakresu zarządzania, ekonomii i finansów w języku niemieckim - wypowiedź ustna. Czas przyszły Futur I i II.	
Kierunkowe efekty uczenia się	Umiejętności akademickie	ECTS: 1
Zarz_WG01_Lic, Zarz_WK02_Lic, Zarz_UW02_Lic, Zarz_UW08_Lic, Zarz_KK01_Lic	Wartości akademickie. Odróżnienie nauki od pseudonauki. Obiektywizm, sceptycyzm, dążenie do prawdy, otwartość na nowe informacje, dążenie do zdobywania kompetencji, sumienność. Ochrona wartości intelektualnej i przemysłowej, bezstronne, niezafałszowane prezentowanie danych. Identyfikowanie problemu. Prezentacja konkretnych przykładów problemów. Poszukiwanie zagadnienia, które dla studenta jest ważne, które wzbudza jego zainteresowanie i potrzebę działania. Przedstawienie opisu problemu. Rozumowanie. Myślenie racjonalne i intuicyjne. Błędy i zniekształcenia myślenia racjonalnego, błędy logiczne. Wnioskowanie. Komunikowanie. Styl pisanie tekstów akademickich. Struktura różnych rodzajów tekstów akademickich. Przedstawianie i ocena argumentów obu stron sporu akademickiego. Analiza dyskusji problemu. Wyjaśnienie różnicy pomiędzy cytowaniem a bezprawnym wykorzystaniem cudzego tekstu. Dbłość o prawa autorskie i prawa pokrewne.	
Kierunkowe efekty uczenia się	Podstawy komunikacji społecznej	ECTS: 4
Zarz_WG01_Lic, Zarz_WG08_Lic, Zarz_UW01_Lic, Zarz_UW05_Lic, Zarz_UW11_Lic, Zarz_UU01_Lic, Zarz_KO02_Lic, Zarz_KR02_Lic	Komunikacja społeczna – definicje, modele i tradycje badawcze. Komunikacja interpersonalna – teorie poświęcone przekazom interpersonalnym, budowaniu i podtrzymywaniu relacji oraz wywieraniu wpływu. Komunikacja publiczna i grupowa – teorie poświęcone komunikacji grupowej, publicznej i w organizacjach. Komunikacja masowa – teorie poświęcone kulturze i mediom oraz efektom medialnym. Komunikacja interkulturowa – teorie poświęcone kontaktom interkulturowym i procesom adaptacji. Integracja teorii komunikacji.	
Kierunkowe efekty uczenia się	Wprowadzenie do psychologii	ECTS: 5
Zarz_WG01_Lic, Zarz_WK01_Lic, Zarz_WK02_Lic, Zarz_UW01_Lic, Zarz_UW05_Lic, Zarz_UW11_Lic, Zarz_KR01_Lic, Zarz_KK01_Lic, Zarz_KR02_Lic	Relacje pomiędzy psychologią i innymi dyscyplinami nauk społecznych oraz nauk humanistycznych. Nowoczesna wiedza psychologiczna a jej społeczne i humanistyczne korzenie. Psychologia świadomości; przedstawiciele, kontrowersje. Introspekcja jako metoda badawcza i jej krytycy. Funkcjonalizm i teoria czynności Tomaszewskiego. Wielkie szkoły psychologiczne: behavioryzm, psychoanaliza, psychologia humanistyczna, psychologia poznawcza, psychologia pozytywna. Psychologiczne koncepcje człowieka. Psychologiczne podstawy zachowania. Podstawowe aspekty psychiki człowieka. Wybrane eksperymenty psychologiczne i ich znaczenie dla współczesnej nauki. Podstawowe zasady metodologii w badaniach psychologicznych. Nowe kierunki rozwoju psychologii.	
Kierunkowe efekty uczenia się	Wprowadzenie do filozofii	ECTS: 5
Zarz_WG01_Lic, Zarz_WK02_Lic, Zarz_WG03_Lic,	Filozofia jako refleksja i wiedza o świecie. Struktura filozofii. Metoda filozofii. Cele filozofii. Gatunki wiedzy ludzkiej. Filozofia a nauka. Spory o naturę rzeczywistości (pytanie o arche, spór o substancje: monizm, dualizm, pluralizm, spór o istnienie świata: realizm - idealizm). Wielkie systemy ontologiczno-	

Zarz_UW02_Lic, Zarz_UW05_Lic, Zarz_UO01_Lic, Zarz_KK01_Lic, Zarz_KR03_Lic	metafizyczne (Platona, Arystotelesa, św. Augustyna, św. Tomasza, Kartezjusza, Kanta, Hegla). Spór o źródła poznania: racjonalizm genetyczny (natywizm), empiryzm genetyczny, racjonalizm-irrationalizm. Spór o metodę poznania (aprioryzm, aposterioryzm). Spór o przedmiot (granice) poznania (realizm, sceptycyzm, agnostycyzm). Wybrane koncepcje prawdy: klasyczna (arystotelesowska) koncepcja prawdy, nieklasyczne teorie prawdy. Problem absolutności i względności prawdy. Antropologia filozoficzna: problem psychofizyczny, dualizm antropologiczny (Platon, Kartezjusz), hylemorfizm Arystotelesa, chrześcijańskie koncepcje człowieka, egzystencjalistyczna wizja człowieka). Podstawowe nurty współczesnej filozofii (pozytywizm i neopozytywizm, egzystencjalizm, filozofia dialogu, personalizm, pragmatyzm i postmodernizm). Fundamentalne pytania filozofii wartości (spór o istnienie wartości, ład aksjologiczny, poznanie wartości). Kierunki i szkoły w etyce. Etyka opisowa i etyka normatywna. Zagadnienia sensu i celu życia. Filozofia społeczna. Podstawowe wartości społeczne: sprawiedliwość, równość, wolność. Wizje dobrego państwa. Wybrane zagadnienia estetyki (piękno jako idea, subiektywizacja i indywidualizacja piękna w świetle krytyki smaku, doświadczenie estetyczne, piękno natury). Filozofia języka (język jako medium i jako przedmiot poznania, natura znaczenia, użycie języka, rozumienie języka, relacja między językiem a rzeczywistością). Spór o uniwersalia. Tłumaczenie i interpretacja. Poznanie a rozumienie. Debata oksfordzka nad tezami filozoficznymi.	
Kierunkowe efekty uczenia się	Wstęp do nauki o państwie i prawie	ECTS: 5
Zarz_WG01_Lic, Zarz_WG05_Lic, Zarz_WK01_Lic, Zarz_UW01_Lic, Zarz_UW05_Lic, Zarz_UO01_Lic, Zarz_KK01_Lic	Pojęcie państwa. Geneza państwa. Typologiczna charakterystyka państwa. Państwo jako organizacja społeczna. Władza publiczna. Terytorium. Ludność. Pojęcie narodu i społeczeństwa. Państwo jako organizacja polityczna, hierarchiczna. Państwo jako organizacja suwerenna. Przymusowy charakter państwa. Aparat państwowy. Zasady ustroju państwa. Suwerenność państwa. Forma państwa a forma rządów. Funkcje państwa. Struktura prawna państwa. Reżim polityczny. System wyborczy. Pojęcie i funkcje prawa. Źródła prawa. Prawo jako zjawisko polityczne. System prawa i jego tworzenie. Obowiązki prawa.	
Kierunkowe efekty uczenia się	Historia gospodarcza	ECTS: 5
Zarz_WG01_Lic, Zarz_WG05_Lic, Zarz_WK01_Lic, Zarz_UW01_Lic, Zarz_UW05_Lic, Zarz_UO01_Lic, Zarz_KK01_Lic	Przedmiot i zakres historii gospodarczej. Metoda badawcza. Kliometria. Feudalizm – ustrój rolny, położenie ludności, zmiany agrotechniczne. Rozwój gospodarki towarowo-pieniężnej. Gospodarka folwarczno-pańszczyźniana – jej rozkwit i kryzys. Akumulacja pierwotna. Rolnictwo jako źródło akumulacji pierwotnej. Kapitał handlowy i bankowy. Protekcyjizm. Rynki siły roboczej. Zmiany strukturalne w rolnictwie europejskim. Rewolucja agrarna. Rewolucja przemysłowa. Rola regulacyjna rynku. Międzynarodowe stosunki handlowe. Gospodarka monopolistyczna. Przemiany społeczne. Ekonomiczne konsekwencje I wojny światowej. Stabilizacja systemu kapitalistycznego. Wielki kryzys ekonomiczny. Interwencjonizm państwowy. Gospodarka Rosji po rewolucji. II wojna światowa i powstanie obozu krajów „demokracji ludowej”. Zimna wojna. Rozkład gospodarek centralnie planowanych. Transformacja systemowa. Proces międzynarodowej integracji ekonomicznej.	
Kierunkowe efekty uczenia się	Metodologia badań naukowych	ECTS: 4
Zarz_WG01_Lic, Zarz_WG09_Lic, Zarz_WG11_Lic, Zarz_UK01_Lic, Zarz_UW01_Lic, Zarz_UW02_Lic, Zarz_UW04_Lic, Zarz_UW06_Lic, Zarz_UW07_Lic, Zarz_UW09_Lic, Zarz_UW10_Lic, Zarz_KK01_Lic, Zarz_KO02_Lic	Podstawy nauk społecznych - wprowadzenie w zasady dziedziny, wyjaśnienie podstawowych pojęć i kategorii. Dialektyka badań społecznych - wybrane zestawienia (indukcja, dedukcja, wyjaśnianie idiograficzne, nomotetyczne). Paradygmaty w naukach społecznych. Tradycyjny model nauki - zasady i założenia. Teoria indukcyjna i dedukcyjna - wyjaśnienie, teoria, przykłady, budowa. Pojęcie i kategoria przyczynowości w badaniach społecznych. Struktura procesu badawczego - plan badań, operacjonalizacja, konceptualizacja, pomiar. Typy obserwacji - eksperyment, badania sondażowe. Analiza danych jakościowych - odkrywanie prawidłowości, przetwarzanie danych. Podstawy analizy ilościowej. Etyka i polityka w badaniach społecznych - społeczny kontekst badań.	

2. KSZTAŁCENIE KIERUNKOWE		
Kierunkowe efekty uczenia się	Podstawy ekonomii	ECTS: 5
Zarz_WG01_Lic, Zarz_WG04_Lic, Zarz_WG05_Lic, Zarz_WG06_Lic, Zarz_WG07_Lic, Zarz_WK02_Lic, Zarz_KK01_Lic, Zarz_KR03_Lic	Wprowadzenie i wyjaśnienie podstawowych pojęć. Kierunki rozwoju ekonomii jako nauki. Proces badawczy w ekonomii. Proces wnioskowania w ekonomii. Metody badawcze w ekonomii. Wyjaśnianie i prognozowanie w ekonomii. Osobliwości ekonomii. Subdyscypliny ekonomiczne. Wewnętrzny podział ekonomii. Ekonomia głównego nurtu. Ekonomia poza głównym nurtem. Teorie ludnościowe. Problem ubóstwa i wykluczenia zawodowego. Problem aktywności zawodowej i bezrobocia. Wzrost i rozwój gospodarczy. Inflacja i deflacja.	
Kierunkowe efekty uczenia się	Teoria organizacji i zarządzania	ECTS: 5
Zarz_WG01_Lic, Zarz_WG03_Lic, Zarz_WG05_Lic, Zarz_WK02_Lic, Zarz_UW01_Lic, Zarz_UW03_Lic, Zarz_UK01_Lic, Zarz_KK02_Lic, Zarz_KO04_Lic, Zarz_KR03_Lic, Zarz_KO02_Lic, Zarz_KR01_Lic	Teoria organizacji i zarządzania jako dyscyplina naukowa. Uwarunkowania powstania nauk o zarządzaniu i jakości. Organizacja i zarządzanie jako obiekt badań. Ujęcie organizacji - czynnościowe, atrybutowe, rzeczowe, spojrzenie statyczne, dynamiczne, przestrzenne. Organizacja jako system - teoria systemów, podsystemy organizacji. Szkoły i kierunki w naukach organizacji i zarządzania. Modele organizacji. Typologia organizacji i zarządzania. Charakterystyczne cechy i cele organizacji. Rola wiedzy w organizacji. Wiedza jako zasób, tworzenie wiedzy, konkurencja oparta na wiedzy. Rola otoczenia organizacji. Wpływ otoczenia na sposoby zarządzania. Podstawowe funkcje zarządzania. Planowanie, kierowanie (przewodzenie, realizacja, motywowanie), kontrola. Kierowanie organizacją - autorytet, przywództwo, władza, delegowanie, podejmowanie decyzji. Rola zarządzania kapitałem ludzkim w organizacji.	
Kierunkowe efekty uczenia się	Podstawy rachunkowości	ECTS: 5
Zarz_WG01_Lic, Zarz_WG07_Lic, Zarz_WG09_Lic, Zarz_WG11_Lic, Zarz_UW01_Lic, Zarz_UW03_Lic, Zarz_UW04_Lic, Zarz_UW06_Lic, Zarz_UW09_Lic, Zarz_UK02_Lic, Zarz_KK01_Lic, Zarz_KK02_Lic, Zarz_KO02_Lic	Definicja i rodzaje rachunkowości (rachunkowość finansowa, zarządcza, podatkowa). Przedmiot i podmioty rachunkowości. Rachunkowość jako część systemu informacyjnego jednostki gospodarczej. Zasady rachunkowości i ich przykłady. Memoriałowe i kasowe zapisy rachunkowo-księgowe. Organizacja rachunkowości w przedsiębiorstwie. Sprawozdanie finansowe jako produkt rachunkowości i źródło informacji finansowej. Bilans, jego budowa i wartości poznawcze. Klasyfikacja aktywów i pasywów. Sporządzanie bilansu. Ewidencja bilansowa. Rodzaje i zasady funkcjonowania kont księgowych. Plany kont. Operacje gospodarcze bilansowe i wynikowe. Zasady ewidencji księgowej. Konstrukcja rachunku zysków i strat. Rodzaje rachunku zysków i strat. Sporządzanie rachunku zysków i strat. Wartości poznawcze rachunku zysków i strat. Rachunek z przepływów pieniężnych, jego konstrukcja i wartości poznawcze.	
Kierunkowe efekty uczenia się	Statystyka opisowa	ECTS: 4
Zarz_WG07_Lic, Zarz_UW02_Lic, Zarz_UW04_Lic, Zarz_KK01_Lic,	Statystyka i badanie statystyczne. Cechy statystyczne oraz ich prezentacja. Miary tendencji centralnej: mediana, modalna, dominanta, średnie: arytmetyczna, geometryczna, harmoniczna. Miary położenia – kwantyle. Miary rozproszenia. Miary koncentracji i asymetrii. Miary podobieństwa struktur. Współzależność zjawisk i korelacja. Regresja liniowa i trend. Przyrosty i indeksy. Indeksy cenowe, ilościowe, stosunkowe.	
Kierunkowe efekty uczenia się	Podstawy finansów prywatnych i publicznych	ECTS: 4
Zarz_WG10_Lic, Zarz_UW01_Lic, Zarz_UK01_Lic, Zarz_KK01_Lic, Zarz_KO03_Lic, Zarz_KO05_Lic	Pojęcie finansów, zakres, systematyka, istota pieniądza - formy, rodzaje, obieg, funkcje finansów. Mechanizm kreacji pieniądza, rodzaje kredytów, różnice między kredytem a pożyczką. System finansowy gospodarki - pojęcie, instrumenty finansowe, segmenty rynku finansowego. instytucje finansowe, zasady funkcjonowania system finansowego. Pojęcia sektora finansów publicznych i jego segmenty, źródła finansowania wydatków publicznych (w tym struktura finansowa sektora), pojęcie, klasyfikacja oraz rodzaje podatków, dotacje i subwencje, finanse jednostek samorządu terytorialnego. Planowanie finansowe w sektorze finansów publicznych, istota budżetu państwa i charakterystyka procedury budżetowej, analiza budżetu państwa danego roku, istota deficytu budżetowego oraz sposoby jego finansowania, problematyka długu publicznego (w tym zarządzanie długiem publicznym), polityka finansowa: pojęcie, rodzaje i narzędzia. Inteligencja finansowa, czynniki odpowiedzialne za tworzenie bogactwa, budżet domowy, zasady wydawania i oszczędzania pieniędzy, dochód aktywny oraz pasywny. Finanse behawioralne a klasyczna teoria finansów (racjonalność ekonomiczna i zasady efektywnego rynku), anomalie - przykłady. Konstrukcja budżetu UE, wpływy, struktura wydatków, strefa euro. Polska a strefa euro.	

Kierunkowe efekty uczenia się	Zarządzanie organizacjami	ECTS: 4
Zarz_WG01_Lic, Zarz_WG03_Lic, Zarz_WG05_Lic, Zarz_WG09_Lic, Zarz_WK02_Lic, Zarz_UW01_Lic, Zarz_UW04_Lic, Zarz_UW06_Lic, Zarz_UW09_Lic, Zarz_UW10_Lic, Zarz_KK01_Lic, Zarz_KR03_Lic, Zarz_KO04_Lic, Zarz_KR02_Lic	Rola zarządzania w prowadzeniu działalności gospodarczej. Geneza nauki o zarządzaniu. Ewolucja poglądów-różne style zarządzania. Pojęcia podstawowe: sterowanie, kierowanie, zarządzanie, administrowanie, organizacja. Role i umiejętności kierownicze. Style kierowania. Źródła władzy: autorytet formalny oraz nieformalny, przywództwo. Proces zarządzania-motywowanie i kontrola. Organizacja w otoczeniu jako obiekt zarządzania. Modele organizacji. Typy struktur organizacyjnych (struktury sztywne i elastyczne; struktury smukłe oraz płaskie; struktury scentralizowane i zdecentralizowane). Optymalne wykorzystanie poszczególnych struktur. Omówienie wad oraz zalet poszczególnych form organizacji. Zarządzanie jako proces informacyjno-decyzyjny. Proces podejmowania decyzji. Cykl podejmowania decyzji. Czynniki wpływające na racjonalność decyzji. Elementy składowe systemu informacyjnego. Wady i zalety decyzji grupowych oraz indywidualnych. Decyzje w warunkach pewności, niepewności i ryzyka. Planowanie: Rola planowania w zarządzaniu. Rodzaje planów. Pojęcie i zasady zarządzania strategicznego. Wizja, misja, cele strategiczne, strategia. Czynniki kształtujące strategię. Rodzaje strategii przedsiębiorstw. Planowanie operacyjne. Organizowanie. Rodzaje i rozwój struktur organizacyjnych. Zmiany organizacyjne: istota i ich przyczyny. Model cyklu życia organizacji. Zarządzanie w kontekście zmian. Opory przeciwko zmianom. Podejście diagnostyczne oraz prognostyczne do projektowania zmian w organizacji. Restrukturyzacja przedsiębiorstwa. Etyczny kontekst zarządzania. Kulturowe uwarunkowania zarządzania. Zarządzanie w warunkach globalizacji.	
Kierunkowe efekty uczenia się	Zarządzanie projektami	ECTS: 3
Zarz_WG03_Lic, Zarz_WG07_Lic, Zarz_WG11_Lic, Zarz_WK02_Lic, Zarz_UW04_Lic, Zarz_UU05_Lic, Zarz_KO02_Lic	Podstawowe pojęcia: projekt, portfel projektów, program, zakres projektu, interesariusze projektu, typowe problemy projektów, projekt w różnych typach organizacji. Procesy zarządzania projektem: procesy rozpoczęcia projektu, procesy planowania projektu, procesy realizacji projektu, procesy kontroli projektu, procesy zakończenia projektu. Obszary zarządzania projektami: zarządzanie integralnością projektu, zarządzanie zakresem, zarządzanie czasem, zarządzanie kosztami, zarządzanie jakością, zarządzanie zasobami ludzkimi, zarządzanie komunikacją, zarządzanie ryzykiem, zarządzanie zaopatrzeniem. Metody, techniki i narzędzia zarządzania projektami: zarządzanie cyklem życia projektu, matryca logiczna (struktura matrycy, logika pionowa oraz logika pozioma matrycy), etap analizy (interesariusze, strategia, cele, problemy) i etap planowania; Metodyka PMBOK (grupy procesów oraz obszary wiedzy), Metodyka zarządzania projektami Ten Step, Scrum, Adaptacyjne Zarządzanie Projektami (APD), Metodyka PRINCE2 (komponenty, techniki projektowe), struktura organizacyjna projektu i podziału pracy, metody sieciowe (PDM, PERT), metoda ścieżki krytycznej (CPM), metody estymacji kosztów, analiza jakościowa i ilościowa ryzyka, rejestry ryzyka, metryka ryzyka, rezerwy projektowe, kanały i plan komunikacji, zarządzanie dokumentacją projektu. Krytyczne czynniki sukcesu projektu, przyczyny porażek w realizacji projektów, zapobieganie niepowodzeniom. Budowanie zespołu projektowego: struktury zespołów projektowych, komunikacja w zespole projektowym, koncepcja ról zespołowych, kompetencje menedżera projektu, współpraca w zespole projektowym. Monitoring i ewaluacja projektów: system raportowania, elektroniczne bazy danych.	
Kierunkowe efekty uczenia się	Prawo publiczne gospodarcze	ECTS: 3
Zarz_WG02_Lic, Zarz_WK03_Lic, Zarz_WK05_Lic, Zarz_UW05_Lic, Zarz_UW11_Lic, Zarz_UU01_Lic, Zarz_KO01_Lic, Zarz_KO02_Lic, Zarz_KO04_Lic	Źródła prawa gospodarczego na poziomie międzynarodowym, unijnym, polskim oraz relacja prawa międzynarodowego do prawa unijnego, polskiego. Koncepcja monistyczna i dualistyczna w prawie. Prawo gospodarcze publiczne i prywatne. Zasady uczestnictwa przedsiębiorców w obrocie gospodarczym - przedstawicielstwo, pełnomocnictwo, prokura. Pojęcie zdolności prawnej oraz zdolności do czynności prawnej. Pojęcie firmy i przedsiębiorstwa na gruncie prawnym. Zasady podejmowania, wykonywania i zawieszenia działalności gospodarczej. Reglamentacja działalności gospodarczej: koncesje, licencje, zezwolenia, działalność regulowana. Kontrola działalności gospodarczej. Zasady działalności gospodarczej przedsiębiorców zagranicznych i uznawanie kwalifikacji zawodowych nabytych w państwach członkowskich UE oraz działalność rzecznika małych i średnich przedsiębiorców. Prowadzenie działalności gospodarczej w formie spółki cywilnej. Pojęcie, rodzaje i formy pomocy publicznej oraz zwolnienia bezwzględne i względne. Zasady prowadzenia działalności gospodarczej w formie spółek osobowych (spółki jawnej, partnerskiej, komandytowej, komandytowo-akcyjnej) oraz kapitałowych (spółki z o.o., akcyjnej, prostej spółki akcyjnej). Zakończenie działalności gospodarczej - podstawowe regulacje z prawa upadłościowego i restrukturyzacyjnego.	
Kierunkowe efekty uczenia się	Podstawy arkusza kalkulacyjnego	ECTS: 1
Zarz_WG07_Lic, Zarz_UW02_Lic, Zarz_UW04_Lic, Zarz_UW07_Lic, Zarz_KK01_Lic	Przygotowanie do pracy z arkuszem kalkulacyjnym. Przedstawienie podstawowych funkcji arkusza kalkulacyjnego. Przygotowanie danych do analizy – sortowanie i filtrowanie, tworzenie zautomatyzowane dużych serii danych. Tworzenie formuł przy użyciu: stałych i operatorów obliczeń, za pomocą odwołań do komórek i nazw, przy użyciu funkcji. Formatowanie daty i formuł z nią związanych. Funkcje do pracy z tekstem. Rozdzielanie i przekształcanie liczb (danych). Funkcje wyszukiwania. Tworzenie tabel i wykresów. Konsolidacja wielu zakresów danych. Analiza danych przy pomocy tabel przestawnych.	

Kierunkowe efekty uczenia się	Zarządzanie kapitałem ludzkim	ECTS: 5
Zarz_WG01_Lic, Zarz_WG09_Lic, Zarz_WK04_Lic, Zarz_UW01_Lic, Zarz_UW06_Lic, Zarz_UW11_Lic, Zarz_KK01_Lic, Zarz_KK03_Lic, Zarz_KO04_Lic, Zarz_KO05_Lic, Zarz_KR01_Lic	Ewolucja funkcji personalnej. Pojęcie funkcji personalnej i jej ewolucja (zarządzanie personelem, zarządzanie zasobami ludzkimi, zarządzanie kapitałem ludzkim). Związki pomiędzy strategią personalną a strategią organizacji. Organizacyjne modele realizacji funkcji personalnej. Planowanie i organizacja zasobów ludzkich. Modele organizacji funkcji personalnej - wady i zalety każdego z nich oraz uwarunkowania ich skutecznego stosowania. Analiza pracy i metody jej prowadzenia. Opisu stanowiska pracy (tworzenie i zastosowanie). Planowanie potrzeb personalnych. Metody reagowania na zmiany zapotrzebowania na pracę w organizacji. Metody doboru kadr. Etapy doboru i ich cele. Rekrutacja – jej rodzaje i metody. Selekcja – przegląd podstawowych metod. Typy wywiadu selekcyjnego. Adaptacja do pracy. Motywowanie i wynagradzanie. Pojęcie motywacji, motywowania i systemów motywacyjnych. Podstawowe teorie motywacji i ich zastosowanie w motywowaniu i systemach motywacyjnych. Wynagradzanie – cele i funkcje. Przegląd podstawowych form wynagradzania (tradycyjne i współczesne). Teorie uzasadniające sposoby i wyjaśniające skutki różnych rozwiązań w zakresie wynagradzania. Praktyka systemów wynagradzania w Polsce. Ocena pracy i systemy ocen okresowych. Sądy opisowe i oceniające. Ocena bieżąca i okresowa. Skale i techniki oceniania. Cele i struktury systemów ocen okresowych. Krytyka systemów ocen okresowych. Rozwój kompetencji pracowników. Modele polityki personalnej. System szkolenia w Zarządzaniu zasobami ludzkimi w organizacji (etapy modelu szkolenia, w tym analiza potrzeb i ocena efektów). Modele szkoleń. Tradycyjne i współczesne metody szkolenia. Nieszkoleniowe metody rozwoju kompetencji. Controlling personalny. Kultura organizacji.	
Kierunkowe efekty uczenia się	Finanse przedsiębiorstwa	ECTS: 7
Zarz_WG01_Lic, Zarz_WG02_Lic, Zarz_WG03_Lic, Zarz_WK03_Lic, Zarz_UW02_Lic, Zarz_UW04_Lic, Zarz_UW05_Lic, Zarz_UW09_Lic, Zarz_UO01_Lic, Zarz_KK02_Lic, Zarz_KO01_Lic, Zarz_KO04_Lic, Zarz_KR01_Lic, Zarz_KR02_Lic	Cel i przedmiot finansów przedsiębiorstwa; Podstawowe zasady finansów przedsiębiorstwa; Kryterium wartości ekonomicznej w podejmowaniu decyzji finansowych; Rodzaje decyzji i podstawowe problemy decyzyjne w zarządzaniu finansami przedsiębiorstwa; Strategie finansowe przedsiębiorstw w zakresie zarządzania zasobami; Cykl finansowy przedsiębiorstwa; Rola przepływów pieniężnych w decyzjach finansowych; Klasyfikacja i cechy źródeł finansowania przedsiębiorstw; Pomiar i ocena struktury kapitału; Główne teorie struktury kapitału; Strategie finansowania przedsiębiorstw; Kryteria wyboru źródeł finansowania; Zjawisko dźwigni w zarządzaniu finansami; Koszt kapitału w decyzjach finansowych; Istota decyzji inwestycyjnych przedsiębiorstw; Rodzaje inwestycji przedsiębiorstw; Procedura oceny efektywności ekonomicznej inwestycji; Budżetowanie finansowe w ocenie inwestycji; Mierniki oceny efektywności inwestycji; Metody oceny ryzyka projektu inwestycyjnego; Zakres krótkoterminowych decyzji finansowych; Zarządzanie kapitałem obrotowym; Metody zarządzania płynnością finansową oraz aktywami obrotowymi i zobowiązaniami bieżącymi.	
Kierunkowe efekty uczenia się	Zarządzanie wiedzą	ECTS: 3
Zarz_WG03_Lic, Zarz_WG06_Lic, Zarz_WG09_Lic, Zarz_WK01_Lic, Zarz_UW02_Lic, Zarz_UW11_Lic, Zarz_KO04_Lic, Zarz_KK01_Lic	Wykorzystanie zarządzania wiedzą do rozwiązywania problemów strategicznych i operacyjnych w zarządzaniu przedsiębiorstwem. Istota wiedzy i informacji; wiedza a mądrość. Cele zarządzania wiedzą. Struktura wiedzy przedsiębiorstwa. Wiedza jako zasób osobisty pracownika - zarządzanie wiedzą osobistą. Transfer wiedzy w otoczeniu przedsiębiorstwa. Transfer wiedzy we wnętrzu przedsiębiorstwa - dzielenie się wiedzą – kultura organizacyjna sprzyjająca dzieleniu się wiedzą. Intranet jako narzędzie wspierające transfer wiedzy. Miejsca i okoliczności powstawania wiedzy. Klasa kreatywna i pracownicy wiedzy (knowledge workers). Gromadzenie wiedzy i metody zatrzymywania wiedzy w organizacji. Metody wartościowania wiedzy. Strategie kodyfikacji i personalizacji wiedzy.	
Kierunkowe efekty uczenia się	Mikroekonomia	ECTS: 6
Zarz_WG01_Lic, Zarz_WG02_Lic, Zarz_WG03_Lic, Zarz_WG04_Lic, Zarz_WG11_Lic, Zarz_WK02_Lic, Zarz_UW01_Lic, Zarz_UW09_Lic, Zarz_KK01_Lic, Zarz_KO03_Lic, Zarz_KR03_Lic	Mikroekonomia a makroekonomia i ekonomie stosowane, przedmiot, zakres, ujęcie, podejście, klasyfikacje, uogólnienie, znaczenie teorii dla praktyki gospodarczej. Relacja konsument – producent w ruchu okrężnym w gospodarce - konsument tworzy popyt a producent podaż na rynku dóbr konsumpcyjnych, wydatki konsumenta a przychody producenta i zmienne je określające (wielkość i cena), cena a koszty - perspektywa producenta, cena a użyteczność - perspektywa konsumenta, produkt a dobro - weryfikacja rynkowa, równowaga, podstawowe prawa rynku dóbr konsumpcyjnych, elastyczności popytu i podaży, cenowa wrażliwość podaży. Konsument tworzy podaż a producent popyt na rynku czynników produkcji, podstawy wynagrodzenia czynników produkcji u producenta, koszty produkcji a dochody konsumenta świadczącego usługi czynnika pracy i kapitału, relacje wynagrodzenia czynników do dochodów konsumenta, wynagrodzenia czynników oraz ich podaż i popyt na nie a techniki produkcji i ich zmiany, wynagrodzenia czynników a dochody i wydatki konsumenta oraz przychody producenta, sprzężenia zwrotne, podstawowe prawa rynku czynników produkcji, elastyczności podaży. Teoria wyboru konsumenta, funkcja preferencji i użyteczności, ograniczenie budżetowe, użyteczności krańcowe dóbr i ich ceny, trzy warunki maksymalizacji funkcji celu, rozwiązanie funkcji Lagrange’a, wyrównywanie użyteczności jednostki pieniądza a II prawo Gossena, rozwiązanie Pareto w wyborze konsumenta, warunkowy popyt konsumenta a cena relatywna	

	dobra, reakcja konsumenta na podstawowe prawa rynku konsumpcyjnego. Teoria wyboru producenta, warunki maksymalizacji funkcji celu, produktywności przeciętne i krańcowe czynników a sfery racjonalnego gospodarowania, równość produktywności i wynagrodzeń czynników produkcji, koncepcja ULC, źródła zmian opłacalności produkcji, relacje zmian produktywności czynników (TFP) do zmian relacji cen otrzymywanych do płaconych, zmiany technik wytwarzania u producenta, rozwiązanie funkcji Lagrange'a dla maksymalizacji funkcji zysku producenta, warunkowa funkcja popytu producenta na czynniki produkcji, reakcje producentów na zmiany i prawa rynku czynników produkcji. Nierówności dopuszczające a transakcje kupna sprzedaży między producentem i konsumentem na rynku (hipoteza Hurwicza), korzyści konsumenta i producenta, oczyszczanie rynków produktów w ujęciu Walrasa, elementy równowagi ogólnej, wpływ wydatków, struktury, konsumenta na gospodarkę.	
Kierunkowe efekty uczenia się	Podstawy marketingu	ECTS: 4
Zarz_WG03_Lic, Zarz_WG07_Lic, Zarz_WG08_Lic, Zarz_WG09_Lic, Zarz_WG10_Lic, Zarz_UW03_Lic, Zarz_UW04_Lic, Zarz_UW05_Lic, Zarz_UW07_Lic, Zarz_KK01_Lic, Zarz_KO02_Lic, Zarz_KO04_Lic,	Orientacja marketingowa jako koncepcja działania na konkurencyjnym rynku. Rynek i otoczenie rynkowe przedsiębiorstwa a marketing. Segmentacja rynku. Postępowanie konsumentów na rynku. Badania marketingowe w systemie informacji marketingowej w przedsiębiorstwie. Zarządzanie produktem. Strategie cen i dystrybucji. Promocja jako narzędzie komunikacji przedsiębiorstwa z rynkiem. Zarządzanie i planowanie marketingowe w przedsiębiorstwie.	
Kierunkowe efekty uczenia się	Zachowania organizacyjne	ECTS: 3
Zarz_WG01_Lic, Zarz_WG02_Lic, Zarz_UW01_Lic, Zarz_UW05_Lic, Zarz_KK01_Lic, Zarz_KK02_Lic	Rola pasji i dyscypliny niezbędnych w kształtowaniu kompetencji poznawczych, związanych z pozytywnym stosunkiem studenta do studiowanego kierunku. Wprowadzenie do nauki o zachowaniach organizacyjnych. Istota i cele zachowań organizacyjnych. Indywidualne uwarunkowania zachowań ludzi w organizacji. Osobowość i jej wpływ na postrzeganie człowieka w organizacji. Wybrane koncepcje osobowości. Zachowania organizacyjne w wymiarze grupowym. Koncepcje grupy i zespołów, i ich wpływ na zachowania organizacyjne. Motywacja i motywowanie. Istota i źródła motywacji. Wybrane teorie motywacji. Wzmacnianie motywacji. Syndrom wypalenia zawodowego. Istota satysfakcji z pracy. Kształtowanie i pomiar. Koncepcja zaangażowania - aspekty psychologiczne i organizacyjne. Rodzaje zaangażowania. Wpływ komunikacji na zachowania w grupie. Istota komunikacji w organizacji. Komunikacja werbalna i niewerbalna. Zjawisko konfliktów w organizacji i metody ich rozwiązywania. Podejmowanie decyzji w organizacji - indywidualne i grupowe. Władza- autorytet a przywództwo. Wybrane style kierowania a zachowania organizacyjne. Organizacyjny kontekst zachowań ludzi w organizacji. Kultura organizacyjna - istota i wybrane typologie kultury organizacyjnej. Znaczenie kultury organizacyjnej w kształtowaniu zachowań pracowników.	
Kierunkowe efekty uczenia się	Analiza finansowa przedsiębiorstwa	ECTS: 6
Zarz_WG01_Lic, Zarz_WG02_Lic, Zarz_WG07_Lic, Zarz_WG08_Lic, Zarz_WG11_Lic, Zarz_UW01_Lic, Zarz_UW02_Lic, Zarz_UW04_Lic, Zarz_UW06_Lic, Zarz_UW07_Lic, Zarz_KK01_Lic, Zarz_KK02_Lic, Zarz_KO02_Lic,	Istota i rodzaje analiz sporządzanych w przedsiębiorstwie. Definicje analiz, kryteria klasyfikacji analiz, zakres przedmiotowy poszczególnych analiz. Bazy porównań wykorzystywane w analizach finansowych. Czynniki zakłócające porównywalność danych. Metody analizy finansowej. Wstępna analiza bilansu. Analiza pozioma - dynamika najważniejszych pozycji aktywów i pasywów. Analiza pionowa - struktura aktywów oraz pasywów, struktura wewnętrzna aktywów trwałych i obrotowych, struktura wewnętrzna kapitałów własnych oraz zadłużenia. Obliczanie kapitału obrotowego netto. Wstępna analiza rachunku zysków i strat. Warianty rachunku zysków i strat. Dynamika poszczególnych pozycji przychodów oraz kosztów. Relacje oparte na różnych kategoriach zysku. Ocena zawartości informacyjnej rachunku przepływów pieniężnych. Różnice między pośrednią i bezpośrednią metodą sporządzania rachunku przepływów pieniężnych. Zawartość informacyjna poszczególnych obszarów rachunku przepływów pieniężnych. Podstawowe relacje oparte na danych rachunku przepływów pieniężnych. Wykorzystanie rachunku przepływów pieniężnych w procesach decyzyjnych. Statyczna oraz dynamiczna ocena płynności finansowej. Zasobowe wskaźniki oceny płynności finansowej. Wskaźniki oparte na gotówce operacyjnej. Płynność a kapitał obrotowy, relacje ekonomiczne oparte na kapitale obrotowym netto. Determinanty płynności finansowej. Wykorzystanie mierników oceny płynności finansowej do podejmowania decyzji dotyczących krótkoterminowej równowagi finansowej. Ocena zadłużenia podmiotów gospodarczych. Wskaźniki oceny poziomu zadłużenia. Wskaźniki oceny zdolności podmiotów gospodarczych do zwrotu długu. Wykorzystanie nadwyżki finansowej i EBITDA do oceny zdolności spółek do obsługi zadłużenia. Analiza rentowności oraz czynników ją kształtujących. Ocena rentowności sprzedaży na poszczególnych poziomach rachunku zysków i strat. Deficytowość sprzedaży oraz jej przyczyny. Rentowność aktywów i czynników ją kształtujące. Ocena rentowności kapitałów własnych oraz jej determinant. Wykorzystane wskaźników rentowności i determinant je kształtujących do podejmowania decyzji finansowych. Model Du	

	Pont. Ocena aktywności gospodarczej przedsiębiorstw. Wskaźniki oparte na kosztach. Wskaźniki rotacji. Obszary decyzji zarządczych, w których wykorzystywane są wskaźniki aktywności gospodarczej. Ocena efektywności wykorzystania zasobów. Metody ustalania wartości dodanej. Struktura podziału wartości dodanej. Ocena wykorzystania czynnika ludzkiego - wydajność pracy. Metody oceny produktywności majątku. Wykorzystanie relacji ekonomicznych w modelach analizy dyskryminacyjnych. Obszary decyzji, w których wykorzystuje się modele oceny zagrożenia upadłością. Ocena rynkowej wartości akcji i kapitału. Wskaźniki rynkowe oparte na zysku netto. Wskaźniki oceny polityki dywidend. Rynkowa wartość spółek. Wykorzystanie wskaźników rynkowych w procesach decyzyjnych.	
Kierunkowe efekty uczenia się	Badania marketingowe	ECTS: 5
Zarz_WG07_Lic, Zarz_WG11_Lic, Zarz_WK01_Lic, Zarz_UW04_Lic, Zarz_UW05_Lic, Zarz_UW06_Lic, Zarz_UW07_Lic, Zarz_KK01_Lic, Zarz_KO01_Lic, Zarz_KO04_Lic,	Istota i znaczenie badań marketingowych. Proces badawczy - projektowanie badania i dobór próby do badania. Proces badawczy - pomiar, skalowanie i budowa kwestionariusza. Proces badawczy - metody gromadzenia danych wtórne i sondażowe. Proces badawczy - pozostałe metody gromadzenia danych. Proces badawczy – redukcja i analiza danych. Metodologia badań i analiz rynku - wykorzystanie badań marketingowych. System informacji marketingowej, organizacja badań, etyka badań i rynek badań.	
Kierunkowe efekty uczenia się	Makroekonomia	ECTS: 4
Zarz_WG01_Lic, Zarz_WG04_Lic, Zarz_WG10_Lic, Zarz_WG11_Lic, Zarz_WK02_Lic, Zarz_UW01_Lic, Zarz_UW02_Lic, Zarz_UW06_Lic, Zarz_UW10_Lic, Zarz_KK01_Lic, Zarz_KK03_Lic, Zarz_KO02_Lic	Wprowadzenie do makroekonomii. Przedmiot, metody i narzędzia analizy makroekonomicznej. Rachunek dochodu narodowego. Ruch okrężny w gospodarce. Produkt krajowy brutto oraz kategorie pokrewne. Popytowy model równowagi J.M. Keynesa. Agregatowy popyt i jego składniki. Mechanizm mnożnikowy. Równowaga makroekonomiczna w ujęciu teorii popytowej. Model IS-LM. Zarządzanie popytem. Klasyczny model równowagi makroekonomicznej. Rola czynników podażowych. Konkurencyjny rynek pracy - podaż, popyt, równowaga. Teoria bezrobocia i metody zwalczania bezrobocia. Teoria inflacji oraz polityka antyinflacyjna. Wzrost gospodarczy. Modele wzrostu. Wahania wzrostu. Polityka wspierania wzrostu. Gospodarka otwarta. Kurs walutowy i bilans płatniczy.	
Kierunkowe efekty uczenia się	Podstawy public relations	ECTS: 4
Zarz_WG02_Lic, Zarz_WG09_Lic, Zarz_WG05_Lic, Zarz_WK01_Lic, Zarz_UW02_Lic, Zarz_UW04_Lic, Zarz_UK01_Lic, Zarz_UO01_Lic, Zarz_UU01_Lic,	Podstawowe pojęcia, cele i zadania public relations (PR). Historia, rozwój, dziedziny pokrewne PR. Relacje z mediami. Komunikowanie podstawową metodą w PR. Zasady etyczne w zawodzie PR. Organizacja działalności PR. Fazy procesu PR. Czarny PR. Narzędzia PR. Obszary PR. Koncepcje PR, modele narzędzia. Budowanie wizerunku organizacji. Elementy systemu identyfikacji wizualnej, wartość wizerunku organizacji.	
Kierunkowe efekty uczenia się	Zarządzanie ryzykiem	ECTS: 3
Zarz_WG03_Lic, Zarz_WG08_Lic, Zarz_UW01_Lic, Zarz_UW11_Lic, Zarz_KR01_Lic, Zarz_KK02_Lic	Ryzyko – podstawowe pojęcia. Rodzaje ryzyka. Ryzyko finansowe i określenie warunków szczególnych dla każdego rodzaju ryzyka. Statystyczne wyznaczanie wysokości ryzyka. Teoretyczne podstawy pomiaru ryzyka. Miary ryzyka wynikające z rozkładu statystycznego zmiennej ryzyka. Miary zmienności. Kwantyle rozkładu. Wartości dystrybuanty rozkładu. Koncepcja miar wrażliwości. Miary zmienności. Kontrakty terminowe - charakterystyka, zasady obrotu, sposób wyceny i zastosowanie do hedgingu, arbitrażu i spekulacji. Opcje - charakterystyka, zasady obrotu, zastosowanie w arbitrażu, spekulacji oraz zarządzaniu ryzykiem. Opcje - sposoby wyceny, alfabet grecki dla współczynników kształtujących wycenę opcji. Swapy - charakterystyka, zasady obrotu i sposoby wyceny. Krótka sprzedaż jako forma inwestowania na rynku.	
Kierunkowe efekty uczenia się	Zarządzanie zmianą	ECTS: 3
Zarz_WG01_Lic, Zarz_WG02_Lic, Zarz_WK04_Lic, Zarz_UW01_Lic,	Prezentacja wybranych teorii zarządzania zmianą. Rys historyczny zarządzania zmianą. Główne obszary i kierunki zmian w organizacjach. Istota zmiany. Systemowe podejście do zarządzania zmianą (przedmiotowe). Podejście behawioralne (podmiotowe). Podejście zintegrowane (kompleksowe). Czynniki wywołujące konieczność zmian. Analiza otoczenia bliższego (mikro) i dalszego (makro). Typologia	

Zarz_UW05_Lic, Zarz_UW11_Lic, Zarz_KK01_Lic, Zarz_KK02_Lic Zarz_KO05_Lic	(rodzaje zmian) zmian organizacyjnych. Podstawowe modele i metody przeprowadzania zmian. Etapy procesu zarządzania zmianami. Podstawowe bariery w procesie wprowadzania zmian. Czynniki ludzkie w procesie wprowadzania zmian. Opór wobec zmian. Zmiana kulturowa. Istota zmian kulturowych. Lider i agent zmiany – wyzwania stojące przed osobą kierującą procesami zmian.	
Kierunkowe efekty uczenia się	Zarządzanie jakością	ECTS: 3
Zarz_WG01_Lic, Zarz_WG02_Lic, Zarz_UW01_Lic, Zarz_UW05_Lic, Zarz_KK01_Lic, Zarz_KK02_Lic	Ewolucja podejścia do jakości i zarządzania jakością. Prekursorzy i ich poglądy na jakość oraz zarządzanie jakością. Zasady i strategię zarządzania jakością. Historia normalizacji. Systemy zarządzania jakością normy ISO. Metody i narzędzia zarządzania jakością. Narzędzia i metody projakościowego planowania i projektowania. Audyty systemów zarządzania jakością. Dokumentacja jakości. Certyfikacja systemów zarządzania jakością.	
Kierunkowe efekty uczenia się	Informatyka w zarządzaniu	ECTS: 4
Zarz_WG01_Lic, Zarz_WG03_Lic, Zarz_WG08_Lic, Zarz_UW02_Lic, Zarz_UW06_Lic, Zarz_KK02_Lic, Zarz_KR02_Lic	Informatyka w zarządzaniu – podstawy. Ujęcie systemowe w informatyce. Źródła informacji do zarządzania. Zarządzanie – informacja – informatyka. Powiązania informacji i informatyki. Ośrodki informacyjno-decyzyjne. Klasyfikacja systemów informatycznych w zarządzaniu. Integracja, system zintegrowany. Bazy danych w zarządzaniu. Zastosowanie informatyki do przetwarzania danych. Przetwarzanie klient-serwer. Interfejs klienta bazy danych. Serwer bazy danych. Struktura bazy danych. Skrypt bazy danych. Transakcje w bazie danych. Aplikacje użytkowe wspomagające zarządzanie. Komponenty aplikacji użytkowej. Model danych do obsługi aplikacji kasa. Zakres funkcjonalny podsystemu Sprzedaż. Schemat funkcjonalny fakturowania. Schemat funkcjonalny obsługi gospodarki materiałowej. Podsystem środka trwałe. Aplikacja użytkowa do zarządzania personelem. Komputeryzacja księgowości. Zasady komputeryzacji księgowości. Zintegrowana rachunkowość firmy. Urządzenia ewidencyjne w rachunkowości. Konto – plan kont, księgowanie na kontach. Procedura księgowania zdarzeń gospodarczych. Księgowanie podatku VAT. Obsługa informatyczna rozrachunków. Funkcjonalność księgowości informatycznej. Zakres funkcjonalny aplikacji F-K. Model danych systemu F-K. Księgowanie i rozliczanie kosztów. Informatyka a zarządzanie produkcją. CIM a PPS. MRP/ERP. Komponenty systemu CIM. Obsługa zleceń produkcyjnych. System PPS, logistyka PPS. Modele sterowania produkcją. Produkcja a system zintegrowany. Rozwinięcia konstrukcyjno-technologiczne. Modelowanie danych produkcyjnych. Informatyka a zarządzanie produkcją. CIM a PPS. MRP/ERP. Komponenty systemu CIM. Obsługa zleceń produkcyjnych. System PPS, logistyka PPS. Modele sterowania produkcją. Produkcja a system zintegrowany. Rozwinięcia konstrukcyjno-technologiczne. Modelowanie danych produkcyjnych.	
Kierunkowe efekty uczenia się	Podstawy negocjacji i mediacji	ECTS: 5
Zarz_WG02_Lic, Zarz_WG03_Lic, Zarz_WK01_Lic, Zarz_UW04_Lic, Zarz_UW06_Lic, Zarz_UO01_Lic, Zarz_KK02_Lic, Zarz_KO01_Lic, Zarz_KO04_Lic, Zarz_KR02_Lic	Definicja negocjacji. Powody negocjowania. Specyfika sytuacji negocjacyjnych. Funkcje i dysfunkcje konfliktu. Skuteczne zarządzanie konfliktem. Negocjacje jako proces. Proces planowania. Określenie celów negocjacyjnych. Zdefiniowanie głównych problemów związanych z osiągnięciem celu. Uszeregowanie zagadnień pod względem ich ważności i określenie koszyka negocjacyjnego. Określenie interesów. Poznanie alternatywnych rozwiązań. Ustalenie granic i punktów oporu. Analizowanie i rozumienie celów, problemów i punktów oporu drugiej strony. Wyznaczanie ofert otwarcia. Komunikacja w procesie negocjacji. Odpowiednie nastawienie. Znaczenie utrzymywania relacji. Zrozumienie mowy ciała. Komunikacja na temat procesu negocjacji. Oferty, kontroferty i motywy działania. Informowanie o możliwych rozwiązaniach. Informowanie o spodziewanych wynikach. Zespół negocjacyjny. Pełnienie różnych ról zespołu podczas negocjacji. Typowe role w zespole (lider, twardelec, obserwator, sekretarz, ekspert, dobry i zły). Zamiana ról w zespole. Układ miejsc przy stole negocjacyjnym. Źródła siły w negocjacjach. Siła formalna. Siła wiedzy eksperta. Siła posiadania informacji. Siła nagradzania i karania. Siła konkurencji. Siła stosowania technik perswazji. Pozycje a interesy. Identyfikacja interesów. Ustalenie ważności interesów. Dzielenie się informacjami o interesach. Tworzenie dodatkowej wartości z różnic. Preferencje obu stron. Identyfikowanie możliwych ustępstw. Strategia w negocjacjach. Możliwe wyniki (wygrana-przegrana, przegrana-przegrana, częściowa wygrana-częściowa przegrana, wygrana-wygrana). Znaczenie wyniku negocjacji. Znaczenie jakości relacji pomiędzy stronami. Możliwe strategie (rywalizacja, współpraca, kompromis, unikanie, ustępowanie). Wybór właściwej strategii. Taktyki i kontrtaktyki negocjacyjne. Oferty wstępne i kontroferty. Zasady kotwiczenia stron. Taktyka „dobry i zły”. Taktyka gry na zwłokę. Taktyka siły wyższej. Taktyka informowania o konkurencji. Taktyka sprzedaży związanej. Taktyka warunkowego składania ofert. Taktyka „salami”. Taktyka „front rosyjski”. Zasady prowadzenia negocjacji dystrybucyjnych. Odkrycie punktu oporu drugiej strony. Wywieranie wpływu na punkt oporu drugiej strony. Pozycje przyjmowane w trakcie negocjacji dystrybucyjnych. Oferty otwarcia. Wstępne ustępstwa. Rola ustępstw. Zasady ustępowania. Oferty ostateczne. Radzenie sobie z obiekcjami i finalizowanie negocjacji. Obiekcje praktyczne i psychologiczne. Obiekcje ukryte. Oferta ostateczna. Zakończenie podsumowujące. Zamknięcie z ustępstwami. Zamknięcie alternatywne.	

Kierunkowe efekty uczenia się	Wycena i zarządzanie wartością	ECTS: 4
Zarz_WG01_Lic Zarz_WG07_Lic Zarz_WK05_Lic Zarz_UW04_Lic Zarz_UO01_Lic Zarz_KK01_Lic Zarz_KR02_Lic	Wprowadzenie do problematyki wyceny przedsiębiorstw. Pojęcie wartości przedsiębiorstwa w naukach ekonomicznych. Rodzaje wartości przedsiębiorstwa - księgowa, ekonomiczna i rynkowa, brutto (spółki) i netto (kapitału własnego). Standardy wartości. Determinanty wartości ekonomicznej i rynkowej przedsiębiorstwa. Charakterystyka metodyki wyceny przedsiębiorstw. Grupy metod wyceny. Cechy podejścia dochodowego, porównań rynkowych i majątkowego do wyceny przedsiębiorstw. Rodzaje wartości przedsiębiorstwa a metody wyceny. Funkcje wyceny. Zasady stosowane w wycenie wartości przedsiębiorstw. Kryteria wyboru metod wyceny i informacji niezbędnych do ich wykonania. Zakres wyceny dochodowej. Wycena dochodowa przedsiębiorstwa modelem DCF. Założenia niezbędne do opracowania wyceny DCF. Konstrukcja wolnych przepływów pieniężnych. Określenie stopy dyskontowej. Wyznaczanie wartości rezydualnej. Obliczenie wartości przedsiębiorstwa i wartości kapitału własnego. Kategoria długu netto w wycenie wartości kapitału własnego. Wyodrębnienie determinant kształtujących wartość dochodową wybranej spółki. Porównanie wartości dochodowej (ekonomicznej) z wartością rynkową wybranej spółki. Wycena przedsiębiorstwa metodą porównań rynkowych. Konstrukcja metody. Warianty metody rynkowej - ujęcie mnożnikowe i transakcyjne. Dobór bazy porównawczej. Dobór mnożników rynkowych na potrzeby wyceny. Dobór wielkości bazowych z przedsiębiorstwa na potrzeby wyceny porównawczej. Przeprowadzenie wyceny wybranej spółki i porównanie wyników z jej wartością rynkową. Korekty wyników wyceny metodą porównań rynkowych - premie i dyskonta wyniku wyceny. Wycena wybranych aktywów metodą transakcji porównywalnych. Majątkowe metody wyceny. Wartość księgowa, skorygowana wartość aktywów netto, wartość odtworzeniowa, wartość likwidacyjna. Wskaźnik Q-Tobina. Wady i zalety oraz zastosowania wycen majątkowych. Badanie zmian wartości przedsiębiorstwa narzędziami analizy wartości. Wskaźniki finansowe analizy wartości. Ekonomiczna i rynkowa wartość dodana. Sterowanie wartością przedsiębiorstwa poprzez wyniki analizy wartości. Badanie granicznych wielkości determinant wartości przedsiębiorstw. Formułowanie strategii zarządzania wartością przedsiębiorstwa. Macierze zarządzania wartością. Rola czynników pozaekonomicznych w kształtowaniu wartości.	
Kierunkowe efekty uczenia się	Zarządzanie zrównoważonym rozwojem	ECTS: 5
Zarz_WG07_Lic Zarz_WG09_Lic Zarz_WK02_Lic Zarz_UW01_Lic Zarz_UW05_Lic Zarz_UO01_Lic Zarz_KR03_Lic	Przegląd koncepcji zrównoważonego rozwoju. Determinanty zrównoważonego rozwoju. Idea lokalnych i regionalnych łańdów zrównoważonego rozwoju. Systemy monitoringu łańdów zrównoważonego rozwoju. Europejski zielony łańd a rozwój lokalny i regionalny. Partnerstwo jako narzędzia rozwoju zrównoważonego. Społeczno-ekonomiczne uwarunkowania zrównoważonego rozwoju. Finansowanie zrównoważonego rozwoju. Wybrane miary zrównoważonego rozwoju.	
Kierunkowe efekty uczenia się	Metodyka przygotowania projektu	ECTS: 3
Zarz_WG01_Lic, Zarz_WG05_Lic, Zarz_WG11_Lic, Zarz_UO01_Lic, Zarz_KK01_Lic, Zarz_KK02_Lic	Projekt - istota, cele, fazy realizacji. Źródła możliwe do wykorzystania przy planowaniu i realizacji projektu. Sposoby dokumentowania wykorzystanych źródeł z poszanowaniem praw własności intelektualnej. Identyfikacja obszarów problemowych z zakresu finansów i rachunkowości mogących stanowić przedmiot projektu. Ustalanie tematu i celów projektu, grupy docelowej oraz przewidywanych skutków projektu. Ustalanie działań projektowych, ich harmonogramu, budżetu oraz ewentualnych źródeł finansowania. Szczegółowa koncepcja projektu - zasady opracowania. Źródła wiedzy o różnej wartości i wiarygodności naukowej. Przeszukiwanie baz danych. Zasady ochrony własności intelektualnej, rodzaje systemów cytowań i prawidłowa dokumentacja wykorzystanych źródeł. Identyfikacja ryzyk związanych z realizacją projektu oraz sposobów ich minimalizacji. Szczegółowe zaplanowanie poszczególnych działań projektowych. Sposoby dokumentowania działań projektowych. Metody ewaluacji działań projektowych oraz całości projektu. Zasady modyfikacji założeń i działań projektowych w przypadku wystąpienia okoliczności uniemożliwiających ich realizację.	
Kierunkowe efekty uczenia się	Szkola praktyków biznesu (DW)	ECTS: 4
Zarz_WG17_Lic Zarz_WK03_Lic Zarz_WK04_Lic Zarz_WK05_Lic Zarz_UW05_Lic Zarz_UK01_Lic Zarz_UK02_Lic Zarz_UO01_Lic Zarz_KK03_Lic Zarz_KO04_Lic Zarz_KR01_Lic Zarz_KR02_Lic	<u>SZKOŁA PRZEDSIĘBIORCZOŚCI I ZARZĄDZANIA</u> Pomysł na biznes – planowanie i organizowanie. Praktyczne aspekty działalności przedsiębiorczej. Wymiana doświadczeń praktyków gospodarczych. Aspekty prawne prowadzenia działalności gospodarczej. Zakres ochrony własności przemysłowej i intelektualnej. Budowanie świadomości marki, wyzwania współczesnego PR. Strategie i narzędzia komunikacji marketingowej. Social media w działalności gospodarczej. Przedsiębiorczość. Przedsiębiorczość kobiet. Cechy dobrego przedsiębiorcy. Zarządzanie procesami. Społeczna odpowiedzialność biznesu i ESG. Prawne aspekty związane z zatrudnianiem. Kultura organizacyjna i motywowanie pracowników. Skalowanie biznesu. Wartość z innowacji i zarządzanie zmianą. <u>SZKOŁA KOMUNIKACJI SPOŁECZNEJ I PR</u> Współczesny PR i modele komunikacji. Psychologia konsumenta a marketing i PR. PR w mediach cyfrowych. Media społecznościowe w branży PR i biznesie. Blogi, influence, mailing i inne narzędzia w	

	branży PR. Formy reklamowe w Internecie. Nowoczesny marketing internetowy (m.in. content marketing, webinar marketing, copywriting, grywalizacja). Analiza wybranych kampanii w mediach społecznościowych. Opracowanie projektu kampanii w mediach społecznościowych. <u>SZKOŁA PRAWA I ADMINISTRACJI</u> Aspekty prawne zatrudniania pracowników - postępowanie rekrutacyjne, wymogi formalne względem pracodawcy związane z zatrudnieniem pracownika. Porównanie sytuacji prawnej osób wykonujących czynności zawodowe w ramach umowy o pracę, umowy cywilnoprawnej, własnej działalności gospodarczej oraz jako członek zarządu spółki - praca w grupach, przygotowanie plakatów w oparciu o analizę SWOT. Aspekty prawne prowadzenia działalności gospodarczej. Odpowiedzialność członków zarządu spółki. Uwarunkowania prawno-administracyjne, zakres i możliwości współpracy przedsiębiorcy lub członka zarządu spółki z administracją publiczną.	
Kierunkowe efekty uczenia się	Projekt społeczny	ECTS: 4
Zarz_WG03_Lic, Zarz_WG04_Lic, Zarz_WG06_Lic, Zarz_UK01_Lic, Zarz_UK02_Lic, Zarz_UO01_Lic, Zarz_UW01_Lic, Zarz_UW02_Lic, Zarz_UW04_Lic, Zarz_UW07_Lic, Zarz_KK01_Lic, Zarz_KO02_Lic, Zarz_KR02_Lic	Techniki, narzędzia i etapy przygotowania projektu. Omówienie merytoryczne indywidualnych projektów studentów. Raport z realizacji działań projektowych. Raport końcowy z realizacji projektu - zasady, wymagania, sposób przygotowania, zakres treści. Prezentacja przebiegu i wyników projektu - jako przykład wystąpienia publicznego. Zasady wystąpień publicznych. Prezentacja multimedialna - jako narzędzie pomocnicze w wystąpieniu publicznym. Zasady prawidłowego przygotowania prezentacji multimedialnych. Cechy dobrych prezentacji i najczęstsze błędy w prezentacjach multimedialnych. Analiza przykładowych prezentacji. Omówienie merytoryczne indywidualnych projektów studentów. Omówienie merytoryczne raportów końcowych indywidualnych projektów studentów. Omówienie merytoryczne prezentacji multimedialnych poszczególnych studentów. Ćwiczenia w ustnym omawianiu swojego projektu z jednoczesnym wykorzystaniem prezentacji multimedialnej - na forum grupy.	
3. KSZTAŁCENIE SPECJALNOŚCIOWE		
Kierunkowe efekty uczenia się	Controlling operacyjny	ECTS: 4
Zarz_WG06_Lic Zarz_WG08_Lic Zarz_WG09_Lic Zarz_WG11_Lic Zarz_WK02_Lic Zarz_UW03_Lic Zarz_UU01_Lic Zarz_KK01_Lic Zarz_KO02_Lic Zarz_KR01_Lic	Istota i zadania controllingu w przedsiębiorstwie. Rodzaje controllingu w przedsiębiorstwie. Sylwetka i zadania controllera, komórka controllingu i jej podporządkowanie. Narzędzia controllingu i etapy jego wdrażania. Budowa controllingowej struktury przedsiębiorstwa. Funkcjonowanie centrów kosztów i centrów kosztowo-wydatkowych. Centra przychodów. Zasady funkcjonowania centrów zysku, budżetowanie, rachunek marż pokrycia kosztów. System ocen centrów zysku. Budżet centrum inwestycji, zasady budowy i jego struktura. System ocen i motywacji w centrach inwestycji – mierniki krótko i długoterminowe. Kontrakty menedżerskie i biznesowe w centrach odpowiedzialności.	
Kierunkowe efekty uczenia się	Podstawy reklamy	ECTS: 5
Zarz_WG09_Lic, Zarz_WG10_Lic, Zarz_WG11_Lic, Zarz_WK01_Lic, Zarz_WK04_Lic, Zarz_UO01_Lic, Zarz_UW04_Lic, Zarz_UW05_Lic, Zarz_UW09_Lic, Zarz_UW11_Lic, Zarz_UW01_Lic, Zarz_UW01_Lic, Zarz_UW06_Lic, Zarz_KK01_Lic, Zarz_KK02_Lic, Zarz_KR01_Lic, Zarz_KO01_Lic, Zarz_KO03_Lic, Zarz_KO04_Lic,	Miejsce reklamy w komunikacji marketingowej przedsiębiorstwa. Komunikacja marketingowa – pozareklamowe formy promocji. Strategia reklamy. Strategia medialna i strategia kreatywna. Reklama w mediach transmisyjnych. Reklama w mediach drukowanych. Reklama internetowa i pozostałe formy reklamy. Metody oceny skuteczności i efektywności reklamy. Organizacja działalności reklamowej.	
Kierunkowe efekty uczenia się	Planowanie finansowe i biznesplan	ECTS: 5

Zarz_WG03_Lic, Zarz_WG11_Lic, Zarz_UW04_Lic, Zarz_UW10_Lic, Zarz_KK01_Lic, Zarz_KO01_Lic, Zarz_KO04_Lic, Zarz_KR02_Lic	Zasady poprawnego planowania. Fazy planowania ekonomicznego. Istota i znaczenie biznesplanu. Struktura biznesplanu. Cechy dobrych biznesplanów. Funkcje biznesplanów. Formy biznesplanów w podziale na funkcje przez nich realizowane: reorganizacja wewnętrzna (zarządzanie strategiczne); zakładanie nowych biznesów; zarządzanie przedsięwzięciami inwestycyjnymi; pozyskiwanie kapitału; restrukturyzacja; wycena; likwidacja; kontrakty menedżerskie. Biznesplan dla małego i dużego przedsiębiorstwa. Zarządca część biznesplanów. Analiza strategiczna nowego przedsięwzięcia – analiza SWOT, analiza PEST, analiza KCS, analiza 5. sił Portera. Marketingowo-rynkowa część biznesplanów. Zasady budowy planu finansowego. Zasady budowy planu finansowego. Planowanie krótkookresowe (operacyjne) – konstrukcja planów rocznych. Plan roczny dla małego przedsiębiorstwa. Plan roczny dla dużej firmy. Planowanie aktywów bieżących i pasywów bieżących. Planowanie finansowe długoterminowe. Wskaźniki efektywności planów finansowych. Powiązania elementów sprawozdania finansowego. Przykład (w formie arkusza Excel) prezentujący zasady powiązania pomiędzy trzema najważniejszymi elementami sprawozdania finansowego. Biznesplan dla projektu inwestycyjnego. Zasady budowy planów dla różnych rodzajów projektów inwestycyjnych. Roczny budżet gotówkowy.	
Kierunkowe efekty uczenia się	Spółeczna odpowiedzialność biznesu	ECTS: 4
Zarz_WG01_Lic, Zarz_WG05_Lic, Zarz_WG12_Lic, Zarz_WK01_Lic, Zarz_UW09_Lic, Zarz_UO01_Lic, Zarz_KO04_Lic, Zarz_KO05_Lic, Zarz_KR02_Lic	Historyczne poglądy na społeczną odpowiedzialność organizacji. Istota społecznej odpowiedzialności organizacji. Teoria interesariuszy organizacji (Stakeholders Theory). Obszary społecznej odpowiedzialności organizacji. Państwo a społeczna odpowiedzialność. Cele społeczne w strukturze celów organizacji gospodarczej. Argumenty za i przeciw społecznej odpowiedzialności. Podejście organizacji do kwestii społecznej odpowiedzialności Mała firma a koncepcja społecznej odpowiedzialności. Sponsoring jako skuteczny instrument odpowiedzialności organizacji	
Kierunkowe efekty uczenia się	Zarządzanie marką	ECTS: 4
Zarz_WG04_Lic, Zarz_WG11_Lic, Zarz_UW01_Lic, Zarz_UW05_Lic, Zarz_KO04_Lic,	Istota, tożsamość, wizerunek i siła marki. Proces wprowadzania nowej marki na rynek. Nazwa marki. System identyfikacji wizualnej. Znak graficzny marki - rodzaje, istota koloru, liternictwa, kształtu. Prawne aspekty zastrzegania marką. Architektura marki. Zarządzanie portfelem. Analiza pozycji rynkowej i wycena marki. Marki globalne. Marki narodowe. Zarządzanie marką w działach marketingu przedsiębiorstw krajowych i globalnych. Metody wyceny wartości marki. Pozycjonowanie marki na rynku. Strategia marki narodowej i marki globalnej. Strategia marki handlowej. Nazwa marki. Logo marki	
Kierunkowe efekty uczenia się	Komunikacja biznesowa w praktyce	ECTS: 4
Zarz_WG07_Lic, Zarz_WG09_Lic, Zarz_UW09_Lic, Zarz_UK02_Lic, Zarz_UO01_Lic, Zarz_KK03_Lic	Wprowadzenia do komunikacji biznesowej. Otoczenie biznesowe i budowa relacji. Rola CSR współcześnie i w przyszłości. Cele zrównoważonego rozwoju w odniesieniu do biznesu. Ochrona marki, kryzys w komunikacji korporacyjnej. Jak wygląda proces zakupów w sektorze publicznym. Rozwój biznesu na przykładzie partnerstw strategicznych. Meandrów komunikacji korporacyjnej oraz ukazanie kluczowych obszarów, w jakich dane firmy i marki komunikują się ze swoim otoczeniem i realizują swojej cele biznesowe, lobbying, komunikacji marki i budowania eko-systemu relacji biznesowych wokół korporacji. Studia przypadku	
Kierunkowe efekty uczenia się	Psychologia społeczna	ECTS: 4
Zarz_WG01_Lic, Zarz_WG03_Lic, Zarz_WG09_Lic, Zarz_WK02_Lic, Zarz_WK05_Lic, Zarz_UW01_Lic, Zarz_UW11_Lic, Zarz_UK01_Lic, Zarz_UO01_Lic, Zarz_KO02_Lic, Zarz_KK02_Lic, Zarz_KR01_Lic	Wiedza o ludziach w ogóle a wiedza o konkretnym człowieku – przedmiot i metody psychologii społecznej; a) sposoby opisywania ludzi – indywidualna diagnostyka a opis statystyczny, b) sposoby zdobywania wiedzy o ludziach – introspekcja, incydentalna obserwacja, próby reprezentatywne, eksperyment laboratoryjny i naturalny, c) przewidywania ludzkich zachowań, d) wpływ na ludzkie zachowania. Społeczne uwarunkowania percepcji: spostrzeganie przedmiotów, ludzi, działań, relacji, instytucji. Teoria atrybucji, stereotypy, skrypty. Prywatne a publiczne myślenie, rozwiązywanie problemów, podejmowanie decyzji, wartościowanie. Wpływ społeczny, konformizm. Budowa, spostrzeganie, przyswajanie, działanie i funkcje norm społecznych. Zakres i powody niespójności między wiedzą, uczuciem, wypowiedzią i czynem. Lęk społeczny a struktura osobowości. Postawy, teoria dysonansu poznawczego, teoria równowagi poznawczej. Ocenianie ludzi, atrakcyjność interpersonalna, zachowania prospołeczne, uprzedzenia, wrogość, agresja. Dynamika grupowa, tożsamość społeczna, efektywność pracy grupowej, konflikt wewnątrzgrupowy i międzygrupowy. Wykorzystywanie środowiska społecznego do realizacji celów indywidualnych – elementy psychologii politycznej. Wielkie teorie nauk społecznych a psychologia społeczna: symboliczny interakcjonizm, funkcjonalizm, strukturalizm, ewolucjonizm, teorie wymiany	
Kierunkowe efekty uczenia się	Strategie konkurencji	ECTS: 6

Zarz_WG02_Lic, Zarz_WG09_Lic, Zarz_WG10_Lic, Zarz_UW04_Lic, Zarz_UO01_Lic, Zarz_KK02_Lic, Zarz_KO01_Lic, Zarz_KR02_Lic	Metody segmentacji strategicznej przedsiębiorstwa. Wyodrębnianie strategicznych jednostek biznesowych (SJB) w działalności przedsiębiorstwa. Zasady definiowania sektora działalności. Metody analizy atrakcyjności sektora. Koncepcja cyklu życia sektora, produktu i technologii. Otoczenie przedsiębiorstwa i jego wpływ na wybory strategiczne menedżerów. Ryzyko w zarządzaniu strategicznym i sposoby jego ograniczania. Analiza konkurencji w sektorze. Mapy grup strategicznych w sektorze. Analiza struktury konkurencji. Sektory rozproszone i sektory skoncentrowane. Przeciwdziałanie nadmiernemu rozproszeniu sektora i nadmiernej koncentracji. Analiza zagrożenia nowymi wejściami do sektora. Bariery wejścia i bariery wyjścia z sektora. Analiza opłacalności wejścia. Analiza substytutów. Zasady obrony sektora przed substytutami. Segmentacja i analiza dostawców i nabywców sektora. Zasady osłabiania wpływu dostawców i nabywców na sektor. Strategie zarządzania dostawcami. Przegląd i ocena różnych metod analizy potencjału strategicznego przedsiębiorstwa. Analiza kluczowych czynników sukcesu. Analiza łańcucha wartości. Bilans strategiczny przedsiębiorstwa. Ocena pozycji konkurencyjnej przedsiębiorstwa. Analiza SWOT. Przegląd modeli konkurencji. Istota konkurencyjności przedsiębiorstwa. Rodzaje przewag konkurencyjnych i sposób ich budowy. Zasoby i kompetencje jako źródło przewag konkurencyjnych. Modele biznesowe (modele działalności) a strategię konkurencji. Problemy realizacji strategii konkurencji. Strategiczne systemy informowania kierownictwa.	
Kierunkowe efekty uczenia się	Analiza rynku	ECTS: 6
Zarz_WG01_Lic, Zarz_WG05_Lic, Zarz_WG11_Lic, Zarz_WK02_Lic, Zarz_UW04_Lic, Zarz_UO01_Lic, Zarz_KK01_Lic, Zarz_KR02_Lic	Pojęcie, cele, zakres merytoryczny analiz i badań rynkowych. Informacyjne podstawy analizy rynku (źródła wtórne i pierwotne). Organizacja badań i analiz rynkowych (badania własne i zlecane agencjom badań rynkowych). Badania rynkowe - cele i rodzaje, współczynniki elastyczności cenowej i dochodowej, prawa rynkowe i anomalie związku popytu z cenami. Badania ilościowe - cele, metody, organizacje i zastosowanie. Badania jakościowe - cele, metody i techniki, organizacja i zastosowanie. Badania segmentacyjne, badania związane z produktem, badania cen. Praca nad projektem analizy rynkowej wybranej firmy.	
Kierunkowe efekty uczenia się	Marketing w handlu i usługach	ECTS: 6
Zarz_WG01_Lic, Zarz_WG04_Lic, Zarz_WG14_Lic, Zarz_WK03_Lic, Zarz_UW04_Lic, Zarz_UK03_Lic, Zarz_KO01_Lic, Zarz_KR02_Lic	Usługi w systemie gospodarki narodowej. Zarządzanie marketingiem w firmie usługowej. Produkt usługowy. Ceny i dystrybucja usług. Promocja usług i świadectwo materialne w usługach. Proces usługowy i jego wydajność. Personel firmy usługowej. Przedsiębiorstwo handlowe jako podmiot rynku usług. Marketing w przedsiębiorstwie handlowym. Merchandising w przedsiębiorstwie handlowym. Tendencje rozwojowe i perspektywy usług i handlu w Polsce. Firma na rynku konkurencji doskonałej i monopolistycznej. Metody i narzędzia marketingowe stosowane przez firmy, w tym na rynku międzynarodowym. Otoczenie firmy. Działania marketingowe na rynku. Marketing-mix - różne podejścia. Narzędzia analityczne stosowane w marketingu. Opis i wnioskowanie	
Kierunkowe efekty uczenia się	Psychologia reklamy	ECTS: 4
Zarz_WG03_Lic, Zarz_WG09_Lic, Zarz_WK01_Lic, Zarz_UW05_Lic, Zarz_UW07_Lic, Zarz_UW10_Lic, Zarz_KK02_Lic, Zarz_KO02_Lic, Zarz_KO04_Lic	Kreowanie przekazu reklamowego - podstawy. Wizualne i językowe aspekty kształtowania przekazu reklamowego. Emocje i nastrój w reklamie. Wizerunek człowieka w reklamie. Procesy poznawcze a reklama. Mechanizmy oddziaływania reklamy. Fazy oddziaływania reklamy - kognitywna, afektywna, wolicjonalna. Klasyczne modele linearne. SLB, AIDA, AIDCAS, DIPADA, DAGMAR, model Lavidge' e-Steinera, EPCCA, AAPIS, model Joyce'a, ACALTA, model Raya. Koncepcja Krugmana. Modele oddziaływania reklamy oparte na zaangażowaniu konsumenta. Mechanizm oddziaływania reklamy społecznej i politycznej. Dylematy współczesnej reklamy – prawo, etyka, sztuczna inteligencja w reklamie.	
Kierunkowe efekty uczenia się	Zarządzanie łańcuchem dostaw	ECTS: 4
Zarz_WG04_Lic, Zarz_WG10_Lic, Zarz_WK04_Lic, Zarz_UW04_Lic, Zarz_UW09_Lic, Zarz_UO01_Lic, Zarz_KO02_Lic, Zarz_KR02_Lic	Wprowadzenie do zarządzania łańcuchem dostaw: logistyka, zarządzanie logistyczne, zarządzanie łańcuchem dostaw. Czynniki zewnętrzne wpływające na przedsiębiorstwo. Zarządzanie procesowe: uczestnicy łańcucha dostaw, potrzeby i konflikty. Planowanie zapotrzebowania materiałowego: MRP, proces zakupów (zaopatrzenie) i dostaw (transport, magazyn). Zarządzanie produkcją i zapasami: proces produkcji, zdolność produkcyjna, balansowanie, analiza materiałowa ABC i XYZ. Dystrybucja: projektowanie sieci logistycznej. Dystrybucja: organizacja logistyki. Zarządzanie jakością i zakupami: koszty jakościowe, jakość produktu, metody rozwiązywania problemu. Produkcja Just-in Time: definicja Lean Manufacturing, 5S, TQM	
Kierunkowe efekty uczenia się	Zachowania konsumentów	ECTS: 4

Zarz_WG01_Lic, Zarz_WG06_Lic, Zarz_WK02_Lic, Zarz_UW01_Lic, Zarz_UW06_Lic, Zarz_UW08_Lic, Zarz_KR02_Lic, Zarz_KK01_Lic	Teoria zachowania konsumentów. Konsumpcja w ujęciu makro- i mikroekonomicznym. uwarunkowania wewnętrzne zachowań konsumentów. Czynniki kształtujące zachowania konsumenta. uwarunkowania zewnętrzne zachowań konsumentów. Profil demograficzno-ekonomiczny: zmienne demograficzne, dochody i wydatki, styl życia. proces postępowania konsumentów na rynku. Rynek a zachowania konsumentów. satysfakcja konsumenta a kształtowanie lojalności. Wrażenia pozakupowe – satysfakcja i dysonans pozakupowy. wartość dla konsumenta. modele satysfakcji. satysfakcja transakcyjna i skumulowana. modele zachowań konsumenta. Modele strukturalne a modele sekwencyjne. marketingowe implikacje zachowań konsumentów. Segmentacja konsumentów. współczesne trendy w konsumpcji. Ochrona konsumentów.	
Kierunkowe efekty uczenia się	Międzynarodowe stosunki gospodarcze	ECTS: 5
Zarz_WG03_Lic Zarz_WG04_Lic Zarz_WG05_Lic Zarz_WG18_Lic Zarz_WK02_Lic Zarz_UW01_Lic Zarz_UW03_Lic Zarz_UK02_Lic Zarz_UU01_Lic Zarz_KK02_Lic Zarz_KK03_Lic Zarz_KO03_Lic Zarz_KR03_Lic	Międzynarodowe stosunki gospodarcze (MSG) – wprowadzenie. Pojęcie i struktura gospodarki światowej. Międzynarodowy podział pracy. Handel towarowy i teorie handlu międzynarodowego. Międzynarodowe obroty usługami. Międzynarodowe przepływy kapitałowe. Międzynarodowe przepływy pracy i technologii. Międzynarodowa polityka handlowa. Środki taryfowe, parataryfowe i pozataryfowe polityki handlowej. Instytucjonalna struktura współczesnej polityki handlowej. Międzynarodowa integracja gospodarcza. Bilans płatniczy kraju i problematyka polityki walutowej. Strefy walutowe.	
Kierunkowe efekty uczenia się	Podstawy logistyki	ECTS: 4
Zarz_WG03_Lic, Zarz_WG04_Lic, Zarz_WG06_Lic, Zarz_WG10_Lic, Zarz_WK04_Lic, Zarz_UW04_Lic, Zarz_UW09_Lic, Zarz_UO01_Lic, Zarz_KK01_Lic, Zarz_KR02_Lic	Podstawy logistyki (istota logistyki, podstawowe terminy związane z logistyką, ewolucja usług logistycznych, podstawowe trendy kształtujące zarządzanie logistyczne). Systemy Transportowe i Usługi Logistyczne (Podstawy Transportu, Znaczenie i Rozwój transportu, Rodzaje Transportu i Technologie Transportu, Dokumenty w transporcie krajowym i zagranicznym, Systemy Transportowe i Środki Transportu, Dostawcy usług logistycznych). Systemy magazynowania, przeładunku i kompletacji (Podstawy magazynowania, pomieszczenia magazynowe, przenośniki, paczki, jednostki ładunkowe i nośniki ładunku, kompletacja i przeładunek, organizacja magazynu). Zarządzanie zapasami (Determinanty zapotrzebowania na materiały, funkcja zapasów, koszty zapasów, planowanie i zarządzanie zapasami, zaopatrzenie w towary, koncepcje transportu, magazynu i lokalizacji, koncepcje współpracy w zakresie zapasów i zaopatrzenia). Planowanie sieci logistycznej (strategiczne planowanie sieci, przegląd sieci logistycznych, sieci magazynowe, sieci transportowe, outsourcing, przetargi i lokowanie usług transportowych i logistycznych). IT w logistyce (Elektroniczna Transmisja Danych, Technologia Identyfikacji, Gospodarka Magazynowa i Kontrola Magazynu, Planowanie i Controlling Transportu, Systemy Planowania Strategicznego i Operacyjnego). Inwestycje i Finansowanie w Logistyce (Wymagania dotyczące finansowania inwestycji logistycznych, Finansowanie Dostaw Towarów, Finansowanie Nieruchomości Logistycznych, Finansowanie Ruchomości Logistycznych). Specyfika logistyki w różnych modelach biznesowych (logistyka w przedsiębiorstwach produkcyjnych, logistyka w przedsiębiorstwach handlowych, logistyka w przedsiębiorstwach usługowych, logistyka w e-biznesie)	
Kierunkowe efekty uczenia się	Spedycja krajowa i międzynarodowa	ECTS: 4
Zarz_WG04_Lic, Zarz_WG09_Lic, Zarz_WG10_Lic, Zarz_UW04_Lic, Zarz_UW05_Lic, Zarz_UW09_Lic, Zarz_UO01_Lic, Zarz_KK02_Lic, Zarz_KO03_Lic, Zarz_KR02_Lic	Wprowadzenie do spedycji (pojęciowy zakres spedycji; logistyka a spedycja; podmioty krajowe i międzynarodowe spedycji; świadczenie i zakres usług; odpowiedzialność spedytora; podstawy prawne prowadzenia działalności transportowo-spedycyjnej; optymalny spedytora). Dokumenty Normatywne FIATA (podstawowe dokumenty FIATA – katalog pragmatyczny; stosowanie FIATA FCR; dokument FWB i inne dokumenty FIATA). Polityka Transportowa Unii Europejskiej i Europejskiego Obszaru Gospodarczego (podstawowe zasady polityki transportowej w UE i EOG; struktura gałęziowa lądowego transportu w Unii Europejskiej i w Polsce; zasady opłat przewozowych w UE; kolejnictwo; swoboda świadczenia usług w transporcie morskim; usługi portowe; Europejska i światowa koncepcja „Otwartego Nieba”; liberalizacja – ogólny trend w kierunku liberalizacji transportu) Polityka Transportowa Unii Europejskiej i Europejskiego Obszaru Gospodarczego (podstawowe zasady polityki transportowej w UE i EOG; struktura gałęziowa lądowego transportu w Unii Europejskiej i w Polsce; zasady opłat przewozowych w UE; kolejnictwo; swoboda świadczenia usług w transporcie morskim; usługi portowe; Europejska i światowa koncepcja „Otwartego Nieba”; liberalizacja – ogólny trend w kierunku liberalizacji transportu). Transakcje w handlu międzynarodowym (transakcja a kontrakt; formuły handlowe; warunki płatności w handlu zagranicznym). Ubezpieczenia transportowe (pojęcie i istota ubezpieczeń; rodzaje, funkcje i klasyfikacja ubezpieczeń; ubezpieczenia środków transportowych – casco; ubezpieczenie ładunku w transporcie – cargo; ubezpieczenia morskie – specyfika branży; ubezpieczenia odpowiedzialności cywilnej spedytora; ryzyko i ubezpieczenia w transporcie krajowym i międzynarodowym).	

Kierunkowe efekty uczenia się	Zarządzanie relacjami z klientem (CRM)	ECTS: 6
Zarz_WG04_Lic, Zarz_WG09_Lic, Zarz_WK05_Lic, Zarz_UW01_Lic, Zarz_UW08_Lic, Zarz_UK01_Lic, Zarz_UU01_Lic, Zarz_KK02_Lic	Wybrane definicje. Zarządzania relacjami z klientem. Zarządzanie relacjami z klientem jako filozofia podejścia firmy do klienta. Zarządzanie relacjami z klientem na różnych etapach cyklu życia relacji z klientem. Tworzenie wizji pielęgnowania stosunków z kontrahentami (sposób pozyskiwania potencjalnych klientów, utrzymanie dotychczasowych klientów, pozyskiwanie rekomendacji, przeciwdziałanie odejściom klientów, zakres i sposób pozyskiwanych informacji, itd.). Sztuka komunikacji z klientem w środowisku online (zasady netykiety, zasady komunikacji z klientem w mediach społecznościowych, aspekty prawne i finansowe prowadzenia e-mail marketingu). Podstawy skutecznego zarządzania kryzysem wizerunkowym organizacji (identyfikacja potencjalnych źródeł kryzysu, tworzenie planu komunikacji kryzysowej online, przykłady postępowania organizacji w sytuacji kryzysów wizerunkowych). Spodziewane wskaźniki efektywności pozyskiwania i utrzymania klienta, sposoby poprawy wskaźników marketingowych, najczęściej pomijane wskaźniki, pułapki związane z analizowaniem wskaźników. Wybór dostawcy systemu CRM (funkcjonalność pod względem potrzeb firmy, modułowość systemu, możliwość rozbudowy, możliwość integracji, zakres usługi powdrożeniowej).	
Kierunkowe efekty uczenia się	Transport i logistyka miejska	ECTS: 4
Zarz_WG01_Lic, Zarz_WG12_Lic, Zarz_WK02_Lic, Zarz_UW02_Lic, Zarz_UW04_Lic, Zarz_UO01_Lic, Zarz_KO05_Lic	Kongestia transportowa w mieście - rodzaje, przyczyny, konsekwencje. Logistyka miejska i system logistyczny miasta. Logistyka w zarządzaniu przepływami osób w miastach (obsługa komunikacyjna mieszkańców, organizacja transportu miejskiego, w tym dobór środków transportu, podział zadań przewozowych). Zintegrowany system transportu zbiorowego w mieście. Organizacja ruchu samochodów osobowych w mieście (ograniczenia wykorzystania samochodów osobowych, organizacja parkowania w miastach). Logistyka transportu ładunków w miastach (organizacja przepływów i składowanie towarów, wybór systemu dostaw, miejskie centra konsolidacji, pobliskie strefy dostaw, strefy i zatoczki załadunkowe, pojazdy przyjazne dla środowiska, Cargo Tram). Centra i parki logistyczne. Transport ostatniej mili. Pomiar efektywności przedsięwzięć usprawniających przepływ osób i towarów w mieście. Problemy logistyczne w miastach a ochrona środowiska. Prezentacja projektu rozwiązań logistycznych w mieście oraz ocena ich ekonomicznej efektywności.	
Kierunkowe efekty uczenia się	Dobór pracowników (rekrutacja, selekcja i adaptacja)	ECTS: 5
Zarz_WG01_Lic, Zarz_WG03_Lic, Zarz_WG08_Lic, Zarz_WG13_Lic, Zarz_UW04_Lic, Zarz_UW11_Lic, Zarz_KK01_Lic, Zarz_KO04_Lic	Model kompetencyjny zarządzania zasobami ludzkimi. Planowanie potrzeb kadrowych organizacji – trzy języki. Kwalifikacje i kompetencje. Opis zadań w języku kwalifikacji. Współczesne źródła wprowadzania modeli kompetencyjnych do organizacji. Funkcje kompetencji, jako podstawy planowania działań personalnych. Tworzenie zróżnicowanych profili kompetencyjnych w zależności od przeznaczenia. Pozyskiwanie pracowników dla organizacji. Dobór pracowników – cele, etapy i rodzaje. Rekrutacja tradycyjna i internetowa. Zastosowania marketingu w zarządzaniu zasobami ludzkimi. Kreowanie wizerunku pracodawcy z wyboru jako nowoczesne podejście do rekrutacji – cele, metody działania i narzędzia. Selekcja kandydatów. Selekcja – cele, strategie, narzędzia. Strategie selekcyjne. Preselekcja i selekcja właściwa – cele i narzędzia. Skuteczność prognozowania wielowymiarowego sukcesu w pracy przez różne narzędzia selekcyjne. Tradycyjne i nowoczesne (bazujące na technikach komputerowych) narzędzia selekcji. Szkolenia pracownicze. Trzy modele szkoleń pracowniczych. Analiza potrzeb szkoleniowych – jej rola i zróżnicowanie celów w zależności od modelu szkoleniowego. Metody aktywne prowadzenia szkoleń. E-learning i etapy jego rozwoju. Ocenianie efektów szkolenia – cele i zasady prowadzenia ocen. Model Kirkpatricka – cele jawne i ukryte, powszechność używania ocen różnych poziomów. Obliczanie ROI dla szkoleń metodą Philipsa. Coaching jako metoda szkolenia indywidualnego. Szkolenia grupowe i indywidualne. Coaching jako metoda szkolenia cyklicznego. Zasady i reguły coachingu. Profesjonalizacja zawodu coacha w Polsce i na świecie. Adaptacja pracowników dla organizacji. Adaptacja jako ostatni etap Coachingu i mentoring jako metoda szkolenia indywidualnego. Szkolenia grupowe i indywidualne. Zasady, rodzaje i reguły mentoringu. Efekty mentoringu. Pozaszkoleniowe metody rozwoju kadr. Rola nieszkoleniowych metod rozwoju kompetencji. Planowanie sukcesji, kadra zapasowa, programy nakierowane na pracowników kluczowych – definicje, cele i sposoby realizacji praktyk kadrowych. Warianty i źródła zróżnicowania. Zarządzanie talentami jako moda i potrzeba. Źródła mody na zarządzanie talentami. Zarządzanie talentami a inne narzędzia.	
Kierunkowe efekty uczenia się	Organizacja i metody pracy	ECTS: 4
Zarz_WG03_Lic, Zarz_WG12_Lic, Zarz_WK01_Lic, Zarz_WK04_Lic, Zarz_UW01_Lic, Zarz_UO01_Lic, Zarz_KK01_Lic, Zarz_KK03_Lic,	Wprowadzenie w tematykę zajęć. Definiowanie podstawowych pojęć. Współczesne interpretacja pojęcia "organizacja". Naukowe podejście do organizacji pracy. Planowanie w organizacji na poziomie strategicznym i operacyjnym. Określenie celów i ich operacjonalizacja. Wizja i misja organizacji. Metody wspomagające podejmowanie decyzji i w organizacji. Podejście sytuacyjne i systemowe do organizacji pracy. Metoda analizy otoczenia organizacji. Techniki badania jakości pracy biurowej w organizacji. Projektowanie struktury organizacyjnej w firmie. Buro w strukturze organizacyjnej. Projektowanie komórek organizacyjnych. Nowoczesne przywództwo w organizacji. Rodzaje przywództwa i style kierowania. Budowa zespołów pracowniczych. Współczesne podejście do motywacji pracowników. Sztuka prowadzenia	

Zarz_KR01_Lic	rozmów. Rozmowy służbowe. Rozmowy telefoniczne. Sztuka słuchania. Zebrania, narady, konferencje. Typy psychologiczne interesantów. Komunikacja interpersonalna w organizacji pracy. Konflikty i sztuka negocjacji. Kształcenie umiejętności w stosowaniu reguł savoir-vivre. Przygotowywanie przemówień i prezentacji. Metoda "Magicznej Koperty".	
Kierunkowe efekty uczenia się	Systemy motywowania, wynagradzania i oceniania pracowników	ECTS: 6
Zarz_WG03_Lic, Zarz_WG08_Lic, Zarz_WG13_Lic, Zarz_UW05_Lic, Zarz_UO01_Lic, Zarz_KK01_Lic, Zarz_KO02_Lic, Zarz_KR01_Lic	Sposoby i rodzaje metod motywowania. Podstawowe zagadnienia związane z wynagradzaniem pracowników. Zasady i funkcje wynagrodzeń. Strategia wynagradzania. Formy wynagrodzeń. Struktura (wewnętrzna i zewnętrzna) oraz zasady tworzenia systemu tworzenia wynagrodzeń. Rodzaje motywowania - finansowe i niefinansowe. Cele, zasady i funkcje systemu oceniania. Metody, techniki i rodzaje ocen pracowniczych. Budowanie systemów motywowania i oceniania w praktyce. Kształtowanie systemów wynagradzania pracowników. Rodzaje wynagrodzeń.	
Kierunkowe efekty uczenia się	Rozwój kariery i szkolenie pracowników	ECTS: 6
Zarz_WG03_Lic, Zarz_WG06_Lic, Zarz_WG13_Lic, Zarz_UW04_Lic, Zarz_UW05_Lic, Zarz_UO01_Lic, Zarz_KK02_Lic, Zarz_KO04_Lic	Rola pasji i kreatywności w kształtowaniu kompetencji niezbędnych do rozwoju kariery zawodowej. Istota kariery zawodowej i szkolenia pracowników. Podstawowe pojęcia. Rola talentu, wiedzy i umiejętności w budowaniu kariery zawodowej. Rozpoznawanie talentów. Dopasowanie talentów do roli zawodowej. Wybrane koncepcje rozwoju kariery zawodowej. Fazy / etapy kariery zawodowej na tle cyklu życia człowieka. Cele rozwoju zawodowego pracowników. Definiowanie wartości. Zarządzanie kreatywnością a rozwój kariery zawodowej. Preferowane style uczenia się. Autotest kreatywnej pracy. Obiektywny i subiektywny wymiar kariery zawodowej. Metoda SMART. Rodzaje szkoleń - na stanowisku on-the-job i off-the-job. Zarządzanie karierą zawodową. Coaching, mentoring, tutoring - jako nowe metody szkolenia i doskonalenia pracowników. Strategie rozwoju kariery zawodowej. Podstawowe uwarunkowania efektywnego systemu szkoleń pracowników. Kwestionariusz "Moja kariera" według E. Scheina. Nowe modele karier zawodowych. Kierunku transformacji. Identyfikacja i analiza potrzeb szkoleniowych. Ścieżka rozwoju / kariery zawodowej w organizacji. Mapa kariery. Projektowanie metod szkolenia pracowników. Opracowanie planów szkoleń w organizacji i ocena efektywności programów rozwojowych. Karty ścieżki rozwoju kariery zawodowej.	
Kierunkowe efekty uczenia się	Relacje pracownik-pracodawca	ECTS: 4
Zarz_WG11_Lic, Zarz_WG13_Lic, Zarz_UW01_Lic, Zarz_UW04_Lic, Zarz_UO01_Lic, Zarz_KK01_Lic, Zarz_KO04_Lic, Zarz_KR03_Lic	Realizacja indywidualnych i grupowych wartości, interesów i celów poprzez udział w życiu gospodarczym. Społeczna struktura przedsiębiorstwa, potrzeby, oczekiwania i zachowania pracodawcy i pracownika. Sposoby wyrażania nieformalnej aprobaty i dezaprobaty społecznej. Formułowanie i propagowanie kodeksów dobrych praktyk i reguł etycznego biznesu. Charakterystyka komunikacji w obrębie interesów i między nimi. Rola dialogu z pracownikami. Propagowanie i ukrywanie aspekty grupowych interesów i stanowisk. Dezinformacje jako metoda obrony zajmowanych stanowisk. Nieformalne rozmowy, formalne negocjacje, ustępstwa, kompromis, sukces lub porażka reprezentantów. Konflikty społeczne a konflikty osobiste. Spór zbiorowy, strajk, dialog społeczny jako metoda regulacji konfliktów. Formalizacja dialogu społecznego w Polsce. Związki zawodowe. Różnice wielopokoleniowe i kulturowe. Partycypacja pracowników i modele zarządzania w innych krajach. Psychologiczne aspekty funkcjonowania ludzi w organizacji.	
Kierunkowe efekty uczenia się	Planowanie marketingowe	ECTS: 4
Zarz_WG01_Lic, Zarz_WG09_Lic, Zarz_WG10_Lic, Zarz_WK05_Lic, Zarz_UW03_Lic, Zarz_UW04_Lic, Zarz_UU01_Lic, Zarz_KK01_Lic, Zarz_KO05_Lic, Zarz_KR03_Lic	Planowanie i plany marketingowe w systemie planistycznym przedsiębiorstwa (planowanie a zarządzanie, istota i zakres planowania marketingowego, rodzaje planów marketingowych, funkcje oraz miejsce planów marketingowych w strukturze planów przedsiębiorstwa, plan i program marketingowy a strategia marketingowa). Strategiczny i taktyczno-operacyjny plan marketingowy przedsiębiorstwa. Proces tworzenia planów i programów marketingowych (podejście synoptyczne i inkrementalne, tradycyjne i alternatywne modele planowania). Metody i narzędzia wykorzystywane w procesie opracowania planów i programów marketingowych. Proces wdrażania planu i programu marketingowego (podejścia do procesu wdrażania, elementy procesu i sposoby wdrażania). Monitoring oraz kontrola planów i programów marketingowych (istota i rodzaje kontroli marketingowej, konstruowanie systemu kontroli marketingowej, mierniki kontrolne). Planowanie marketingowe w warunkach niepewności.	
Kierunkowe efekty uczenia się	Kształtowanie pozytywnego klimatu organizacyjnego	ECTS: 4
Zarz_WG01_Lic, Zarz_WG04_Lic, Zarz_WG12_Lic,	Wprowadzenie: definicja klimatu organizacyjnego, rozróżnienie od kultury organizacyjnej, omówienie listy czynników wpływających na charakter klimatu w organizacjach, wg. siedmiu filarów klimatu wg. Langforda. Charakterystyka oraz analiza postaw, określenie ich konsekwencji w kształtowaniu relacji interpersonalnych. Definicja postawy asertywnej. Asertywna komunikacja: komunikaty typu JA, odmowa,	

Zarz_WK02_Lic, Zarz_UW01_Lic, Zarz_UW05_Lic, Zarz_UW11_Lic, Zarz_UK02_Lic Zarz_KO01_Lic, Zarz_KO03_Lic, Zarz_KO04_Lic. Zarz_KR02_Lic	przyjmowanie krytyki, radzenie sobie z niekonstruktywną krytyką, formułowanie asertywnej pochwały. Przeciążenie stresem: omówienie różnic w funkcjonowaniu człowieka na różnych poziomach działania w stresie oraz przyczyn przeciążenia w kontekście badania klimatu organizacyjnego oraz jego kształtowania. Definicja komponentów budujących postawy, uprzedzenia i ich konsekwencje dla relacji w organizacjach, omówienie zmian niezbędnych do ograniczania wpływu ukrytych uprzedzeń na klimat.

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

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

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

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

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

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

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

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

Kryteria ocen w procesie weryfikacji efektów uczenia się

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

Ocena osiągnięcia efektów uczenia się przeprowadzana jest w następujących etapach:

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

Zasady i forma odbywania praktyk zawodowych

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