Uchwała nr 02/10/08/26
Senatu Społecznej Akademii Nauk
z dnia 10 sierpnia 2026 r.

w sprawie ustalenia programu studiów dla kierunku „zarządzanie", studia I i II stopnia o profilu ogólnoakademickim realizowanych w Filii w Warszawie Społecznej Akademii Nauk z siedzibą w Łodzi na cykl kształcenia rozpoczynający się od roku akademickiego 2026/2027

Na podstawie art. 28 ust. 1 pkt 7 ustawy z dnia 20 lipca 2018 r. – Prawo o szkolnictwie wyższym i nauce (Dz.U. z 2024 r. poz. 1571) oraz § 32 Statutu Społecznej Akademii Nauk, Senat uchwala, co następuje:

§ 1.

1. Ustala się programy studiów dla kierunku „zarządzanie", studia I i II stopnia o profilu ogólnoakademickim realizowanych w Filii w Warszawie Społecznej Akademii Nauk z siedzibą w Łodzi na cykl kształcenia rozpoczynający się od dnia 1 października 2026 r.
2. Program studiów o którym mowa w ust. 1 stanowi załącznik nr 1 do niniejszej uchwały.

§ 2.

Programy studiów, o których mowa w § 1, zostały opracowane zgodnie z obowiązującymi przepisami oraz standardami jakości kształcenia Polskiej Komisji Akredytacyjnej oraz wewnętrznymi regulacjami Uczelni.

§ 3.

Uchwała wchodzi w życie z dniem podjęcia.

Przewodniczący Senatu

dr hab. Roman Patora, prof. SAN

Załącznik nr 1 do Uchwały nr 02/10/08/26 Senatu SAN z dnia 10 sierpnia 2026 r.
w sprawie ustalenia programów studiów dla kierunku „zarządzanie",
studia I i II stopnia o profilu ogólnoakademickim
realizowanych w Filii w Warszawie Społecznej Akademii Nauk z siedzibą w Łodzi
na cykl kształcenia rozpoczynający się od roku akademickiego 2026/2027

SPOŁECZNA AKADEMIA NAUK
ŁÓDŹ

FILIA W WARSZAWIE

PROGRAM STUDIÓW

kierunek:

ZARZĄDZANIE

- studia pierwszego stopnia o profilu ogólnoakademickim prowadzone w języku polskim (ścieżka polskojęzyczna) oraz języku angielskim (ścieżka anglojęzyczna)
- studia drugiego stopnia o profilu ogólnoakademickim prowadzone w języku polskim (ścieżka polskojęzyczna)

Łódź 2026

SPIS TREŚCI

I. STUDIA I STOPNIA 4
1. Podstawa prawna 4
1.1. Przyporządkowanie kierunku w dyscyplinie nauk – studia I stopnia 4
1.2. Kierunkowe efekty uczenia się 5
1.3. Wskaźniki dotyczące programu studiów na wnioskowanym kierunku studiów, poziomie i profilu 10
1.4. Łączna liczba punktów ECTS, jaką student musi uzyskać w ramach zajęć prowadzonych z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich lub innych osób prowadzących zajęcia 11
1.5. Zajęcia powiązane z prowadzonymi na Uczelni badaniami naukowymi w dyscyplinie nauki o zarządzaniu i jakości oraz ekonoma i finanse 14
1.6. Wymiar i liczba punktów ECTS, którą student musi uzyskać w ramach praktyk zawodowych. 16
1.7. Łączna liczba punktów ECTS, którą student musi uzyskać w ramach zajęć z dziedziny nauk humanistycznych 16
1.8. Zajęcia do wyboru 16
1.9. Tytuł zawodowy nadawany absolwentom 18
II. STUDIA II STOPNIA 24
2. Podstawa prawna 24
2.1. Przyporządkowanie kierunku do dyscyplin naukowych – studia II stopnia 24
2.2. Kierunkowe efekty uczenia się 25
2.3. Wskaźniki dotyczące programu studiów na wnioskowanym kierunku studiów, poziomie i profilu 27
2.4. Łączna liczba punktów ECTS, jaką student musi uzyskać w ramach zajęć prowadzonych z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich lub innych osób prowadzących zajęcia 28
2.5. Zajęcia powiązane z prowadzonymi na Uczelni badaniami naukowymi w dyscyplinie nauki o zarządzaniu i jakości oraz ekonoma i finanse 30
2.6. Wymiar i liczba punktów ECTS, którą student musi uzyskać w ramach praktyk zawodowych. 30
2.7. Łączna liczba punktów ECTS, którą student musi uzyskać w ramach zajęć z dziedziny nauk humanistycznych 30
2.8. Zajęcia do wyboru 31
2.9. Tytuł zawodowy nadawany absolwentom 32
III. Sposoby weryfikacji i oceny efektów uczenia. Metody kształcenia 34
3. Sposoby weryfikacji i oceny efektów uczenia się osiąganych przez studenta w trakcie całego cyklu kształcenia 34
3.1. Metody kształcenia 37
3.2. Praca własna studenta obejmuje następujące zadania 38

I. STUDIA I STOPNIA

1. Podstawa prawna

Program studiów na kierunku „zarządzanie", studia pierwszego stopnia o profilu ogólnoakademickim w pełni implementuje przepisy prawne wynikające z ustawy z dnia 20 lipca 2018 r. – Prawo o szkolnictwie wyższym i nauce (Dz.U. z 2018 r. poz. 1668 z póź. zm.) oraz z rozporządzenia Ministra Nauki i Szkolnictwa Wyższego z dnia 27 września 2018 r. w sprawie studiów (Obwieszczenie Ministra Edukacji i Nauki z dnia 23 listopada 2023 r. w sprawie ogłoszenia jednolitego tekstu rozporządzenia Ministra Nauki i Szkolnictwa Wyższego w sprawie studiów, Dz.U. 2023 r., poz. 2787 z późn. zm.). Program studiów (dla cyklu kształcenia rozpoczynającego się w roku akademickim 2026/2027) kierunku „zarządzanie" - studia I stopnia o profilu ogólnoakademickim w formie stacjonarnej i niestacjonarnej prowadzonych w języku polskim (ścieżka polskojęzyczna) oraz w języku angielskim (ścieżka anglojęzyczna) realizowany w Filii SAN w Warszawie został ustalony uchwałą Senatu SAN Nr 02/10/08/2026 z dnia 10 sierpnia 2026 roku w sprawie ustalenia programu studiów dla kierunku „zarządzanie", studia I i II stopnia o profilu ogólnoakademickim realizowanych w Filii w Warszawie Społecznej Akademii Nauk z siedzibą w Łodzi na cykl kształcenia rozpoczynający się od roku akademickiego 2026/2027.

Tabela 1. Metryka kierunku studiów „zarządzanie" – studia I stopnia o profilu ogólnoakademickim

Nazwa kierunku	**Zarządzanie**	
Poziom studiów	**Studia pierwszego stopnia**	
Profil kształcenia	**Ogólnoakademicki**	
Uwzględnienie w programie studiów kształcenia przygotowującego do wykonywania zawodu nauczyciela	**Nie**	
Forma studiów	**Stacjonarne, Niestacjonarne**	
Tytuł zawodowy	**Licencjat**	
Liczba semestrów i punktów konieczna do ukończenia studiów na ocenianym kierunku na danym poziomie kształcenia:	**6**	
Liczba punktów ECTS konieczna do ukończenia studiów na ocenianym kierunku na danym poziomie kształcenia:	**180**	
Łączna liczba punktów ECTS, jaką student musi uzyskać w ramach zajęć prowadzonych z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich lub innych osób prowadzących zajęcia	Studia stacjonarne: **90**	Studia niestacjonarne: **52**
Łączna liczba godzin zajęć z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich lub innych osób prowadzących zajęcia i studentów	Studia stacjonarne: **2316**	Studia niestacjonarne: **1303**

1.1. Przyporządkowanie kierunku w dyscyplinie nauk – studia I stopnia

Zgodnie z art. 53 ustawy „Prawo o szkolnictwie wyższym i nauce", Senat Społecznej Akademii Nauk z siedzibą w Łodzi przyporządkował kierunek studiów „zarządzanie" do następujących dyscyplin naukowych, określonych w rozporządzaniu Ministra Edukacji i Nauki z dnia 11 października 2022 r. (Obwieszczenie Ministra Nauki i Szkolnictwa Wyższego z dn. 12 lutego 2025 r. w sprawie ogłoszenia jednolitego tekstu rozporządzenia Ministra Edukacji i Nauki w sprawie dziedzin nauki i dyscyplin naukowych oraz dyscyplin artystycznych, Dz.U. 2025 poz. 211).

Tabela 2. Przyporządkowanie kierunku „zarządzanie" do dyscyplin naukowych

Poziom kształcenia	Dyscypliny naukowe	Punkty ECTS	
		liczba	%
Studia pierwszego stopnia	Dyscyplina wiodąca		
	Nauki o zarządzaniu i jakości	**166**	**92**
	Dyscypliny uzupełniające		
	Ekonomia i finanse	**14**	**8**

1.2. Kierunkowe efekty uczenia się

Koncepcja kształcenia studiów pierwszego stopnia o profilu ogólnoakademickim na kierunku „zarządzanie", została oparta o podstawy formalno-prawne kształcenia określone dla studiów pierwszego stopnia o profilu ogólnoakademickim, a przede wszystkim na doświadczeniach wypracowanych przez system szkolnictwa wyższego w zakresie kształcenia na kierunkach przyporządkowanych do dziedziny nauk społecznych, jak i doświadczeniach Społecznej Akademii Nauk, która kierunek „zarządzanie" na poziomie studiów I stopnia prowadzi od wielu lat. Przy projektowaniu kierunku korzystano z zasad określonych w Zintegrowanym Systemie Kwalifikacji (t.j. Dz.U. z 2020 r. poz. 226) i rozporządzenia Ministra Nauki i Szkolnictwa Wyższego z dnia 14 listopada 2018 r. w sprawie charakterystyk drugiego stopnia efektów uczenia się dla kwalifikacji na poziomach 6-8 Polskiej Ramy Kwalifikacji (Dz.U. 2018 poz. 2218) oraz wzorców i doświadczeń krajowych kształcenia przyszłych specjalistów w zakresie zarządzania. Uwzględniono zatem przy formulowaniu celów kształcenia, a także efektów uczenia się wszystkie charakterystyki drugiego stopnia efektów uczenia się określone dla kwalifikacji na poziomie 6 w Polskiej Ramie Kwalifikacji. Ponadto, efekty uczenia się w szczególności określone dla zajęć były opracowane przez kadrę akademicką we współpracy ze środowiskiem specjalistów z zakresu zarządzania (w tym zarządzania zasobami ludzkimi, marketingu) - współpracujących z Uczelnią, jak również ze studentami.

Kierunek „zarządzanie" prowadzony jest w Filii w Warszawie na poziomie studiów I stopnia stopnia w ramach ścieżki polsko- i anglojęzycznej. Program studiów oferuje specjalności kształcenia:

- ścieżka polskojęzyczna: Zarządzanie zasobami ludzkimi, Marketing oraz Zarządzanie organizacją;
- ścieżka anglojęzyczna: International Business Management oraz E-Business and Digital Marketing.

Tabela 3a. Kierunkowe efekty uczenia się na kierunku „zarządzanie" studia pierwszego stopnia o profilu ogólnoakademickim i ich odniesienie do Polskiej Ramy Kwalifikacji – ścieżka polskojęzyczna.

Symbol efektu kierunkowego	Kierunkowe efekty uczenia się dla kierunku studiów „zarządzanie" studia I stopnia o profilu ogólnoakademickim	Odniesienie efektów uczenia się na kierunku do charakterystyki drugiego stopnia efektów uczenia się dla kwalifikacji na poziomie 6 PRK
WIEDZA: absolwent zna i rozumie		
K_W01	rozumie charakter i miejsce nauk o zarządzaniu i jakości w dziedzinie nauk społecznych i w relacjach do innych dyscyplin naukowych	P6S_WG
K_W02	zna w zaawansowanym stopniu różnorodne rodzaje systemów społecznych i gospodarczych	P6S_WG

K_W03	zna i rozumie w zaawansowanym stopniu relacje pomiędzy organizacjami a innymi instytucjami tworzącymi ich otoczenie w skali krajowej i międzynarodowej	P6S_WG
K_W04	zna w zaawansowanym stopniu koncepcje teorii ekonomii i rozumie zasady w odniesieniu do funkcjonowania rynków oraz gospodarowania w warunkach ograniczonych zasobów	P6S_WG
K_W05	ma zaawansowaną wiedzę na temat genezy nauk o zarządzaniu i jakości oraz ich rozwoju w kontekście rozwoju społeczno-gospodarczego i cywilizacyjnego	P6S_WG
K_W06	zna w zaawansowanym stopniu składniki organizacji należących do różnych sektorów gospodarki	P6S_WG
K_W07	zna w zaawansowanym stopniu wybrane koncepcje teorii organizacji w odniesieniu do ich powstawania, funkcjonowania, przekształcania i rozwoju	P6S_WG
K_W08	zna w zaawansowanym stopniu obszary funkcjonalne organizacji oraz relacje pomiędzy tymi obszarami	P6S_WG
K_W09	zna i rozumie w zaawansowanym stopniu główne role i funkcje organizacyjne	P6S_WG
K_W10	zna i rozumie w zaawansowanym stopniu koncepcje człowieka oraz główne ujęcia teorii motywacji	P6S_WG
K_W11	rozumie istotę przedsiębiorczości w działalności człowieka i zespołów pracowniczych oraz jej uwarunkowania, w tym uwarunkowania różnych rodzajów działalności zawodowej związanej z kierunkiem studiów	P6S_WK
K_W12	zna w zaawansowanym stopniu ujęcia procesu i funkcji kierowania ludźmi w organizacji	P6S_WG
K_W13	zna w zaawansowanym stopniu pojęcie kultury organizacyjnej oraz możliwości jej oddziaływania na rozwój i sukces organizacji	P6S_WG
K_W14	zna w zaawansowanym stopniu standardowe metody statystyczne oraz wybrane inne metody, a także narzędzia informatyczne gromadzenia, analizy i prezentacji danych ekonomicznych i społecznych	P6S_WG
K_W15	zna w zaawansowanym stopniu typowe metody badań i analiz w wybranych obszarach działalności organizacji (np. analizy rynku, analizy finansowej, jakości produktów i usług)	P6S_WG
K_W16	zna w zaawansowanym stopniu wybrane metody analizy strategicznej organizacji i jej otoczenia	P6S_WG
K_W17	zna przepisy prawa, w tym prawa gospodarczego, regulujące funkcjonowanie organizacji	P6S_WK
K_W18	rozumie istotę i znaczenie wybranych norm i standardów w poszczególnych obszarach działalności organizacji (np. standardy rachunkowości, standardy znormalizowanych systemów zarządzania, normy pracy itp.)	P6S_WG
K_W19	zna w zaawansowanym stopniu rodzaje struktur organizacyjnych, czynniki wpływające na ich zmiany oraz rodzaje dokumentów formalizujących organizację wraz z ich wybranymi zastosowaniami	P6S_WG
K_W20	zna w zaawansowanym stopniu wybrane modele zmian organizacyjnych oraz rozumie rolę przywództwa i negocjacji w procesach przemian struktur i organizacji	P6S_WG
K_W21	rozumie rolę procesów cywilizacyjnych, a także kultury, etyki i postępu techniczno-technologicznego w procesach przemian społecznych, w tym dotyczących współczesnych organizacji	P6S_WK
K_W22	zna i rozumie pojęcia i zasady z zakresu prawa autorskiego i praw pokrewnych oraz prawa własności przemysłowej	P6S_WK
K_W23	ma wiedzę na temat zasad tworzenia i rozwoju przedsiębiorczości	P6S_WK
UMIEJĘTNOŚCI: absolwent potrafi		
K_U01	posiada umiejętności doboru właściwych źródeł i informacji z nich	P6S_UW

	pochodzących oraz obserwacji, opisu, analizy i interpretacji zjawisk i procesów zachodzących w organizacji z wykorzystaniem kluczowych pojęć i ujęć teoretycznych	
K_U02	potrafi zastosować wybrane elementy wiedzy teoretycznej z zakresu nauk o zarządzaniu i jakości w określonym obszarze funkcjonalnym organizacji w celu rozwiązania problemu zarządczego	P6S_UW
K_U03	ma umiejętność stosowania wybranych elementów wiedzy specjalistycznej do komunikowania się z otoczeniem w tym przedstawicielami innych obszarów funkcjonalnych w typowych sytuacjach zawodowych	P6S_UK
K_U04	potrafi wykorzystać wiedzę z zakresu nauk o zarządzaniu i jakości do samodzielnego podejmowania działalności gospodarczej	P6S_UW
K_U05	potrafi efektywnie i skutecznie zarządzać zasobami ludzkimi, materialnymi, finansowymi i informacyjnymi organizacji	P6S_UW
K_U06	potrafi wykorzystać posiadaną wiedzę w celu formułowania, analizowania i rozwiązywania problemów występujących w organizacji	P6S_UW
K_U07	potrafi zastosować i ocenić przydatność wybranych metod i narzędzi do opisu i analizy działalności organizacji	P6S_UW
K_U08	posiada umiejętności językowe zgodne z wymaganiami określonymi dla poziomu B2 Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego	P6S_UK
K_U09	ma umiejętności analizy poziomu i zmian wybranych wielkości i mierników osiągnięć organizacji	P6S_UW
K_U10	ma umiejętności identyfikacji uwarunkowań i kryteriów rozwiązywania złożonych problemów organizacji	P6S_UW
K_U11	ma umiejętności dokonywania oceny wybranych rozwiązań i wykorzystania ich w procesach podejmowania typowych decyzji	P6S_UW
K_U12	potrafi zastosować wybrane metody i narzędzia analityczne oraz systemy informatyczne wspomagające procesy podejmowania decyzji	P6S_UW
K_U13	potrafi w celu przeprowadzenia audytu w wybranych obszarach działalności organizacji, dobierać źródła informacji i pozyskiwać z nich dane dokonywać ich oceny krytycznej analizy i syntezy	P6S_UW
K_U14	ma umiejętności posługiwania się wybranymi normami i standardami w procesach zarządzania (planowania, organizowania, motywowania i kontroli)	P6S_UW
K_U15	ma umiejętności posługiwania się wybranymi przepisami prawa oraz wybranymi standardami systemów zarządzania w celu uzasadniania konkretnych działań i rozwiązań	P6S_UW
K_U16	potrafi dostrzegać (w wybranych nietypowych okolicznościach) potrzeby zmian w organizacji i ma umiejętności opracowywania planu zarządzania zmianami	P6S_UW
K_U17	posiada umiejętności współdziałania w projektach zespołowych, w tym interdyscyplinarnych wprowadzających określone zmiany w organizacji	P6S_UO
K_U18	posiada umiejętności zarządzania czasem własnym oraz w pracach zespołów zadaniowych	P6S_UO
K_U19	posiada umiejętności przewidywania zachowań członków organizacji w typowych sytuacjach, analizy wybranych motywów tych zachowań oraz wpływania na nie w określonym zakresie	P6S_UW
K_U20	potrafi samodzielnie planować swój rozwój zawodowy, zdobywać i doskonalić wiedzę oraz umiejętności profesjonalne i badawcze w ramach uczenia się przez całe życie	P6S_UU
K_U21	potrafi przygotować wystąpienia ustne związane z problematyką zarządzania, brać udział w debacie, dyskusji oceniając różne opinie i stanowiska	P6S_UK
KOMPETENCJE SPOŁECZNE: absolwent jest gotów do		
K_K01	jest przygotowany do organizowania pracy zespołów (projektowych, zadaniowych) w środowisku pracy i poza nim, dbając o tradycje zawodowe	P6S_KR

	związane z procesami zarządzania	
K_K02	posiada zdolności uczestniczenia w przygotowaniu i realizacji różnych projektów społecznych i ma świadomość możliwego oddziaływania skutków podejmowanych decyzji	P6S_KO
K_K03	jest gotów do inicjowania działań w zakresie zarządzania projektami społecznymi na rzecz interesu publicznego i osiągania wspólnych celów	P6S_KO
K_K04	jest gotów do postępowania etycznego w ramach wyznaczonych ról organizacyjnych i społecznych	P6S_KR
K_K05	jest gotów do działania w sposób przedsiębiorczy z uwzględnieniem uwarunkowań rynku pracy	P6S_KO
K_K06	jest świadomy znaczenia zdolności adaptacji i działania w nowych warunkach i sytuacjach, np. związanych z odmiennością kulturową grupy	P6S_KO
K_K07	jest gotów do uznania roli wiedzy w rozwiązywaniu problemów poznawczych w zakresie zarządzania	P6S_KK
K_K08	jest gotów do wykorzystania opinii ekspertów w rozwiazywaniu trudnych problemów zarządczych	P6S_KK
K_K09	jest gotów do krytycznej oceny swojej wiedzy i odbieranych opinii i informacji o problemach zarządzania	P6S_KK
K_K10	ma świadomość konieczności myślenia i działania w sposób przedsiębiorczy	P6S_KO

Tabela 3b. Kierunkowe efekty uczenia się na kierunku „zarządzanie" studia pierwszego stopnia o profilu ogólnoakademickim prowadzone w j angielskim i ich odniesienie do Polskiej Ramy Kwalifikacji.

Programme Learning Outcome Code	Learning Outcomes for the Degree Programme with General Academic Profile (First-Cycle Studies) Field of Study: Management	Reference (Mapping) of Programme Learning Outcomes to the Second-Stage Descriptors of Learning Outcomes for Level 6 Qualifications of the PRK
	KNOWLEDGE: the graduate knows and understands	
K_W01	knows and understands the nature and position of management and quality studies within the social sciences and their relationship to other academic disciplines	P6S_WG
K_W02	has an advanced knowledge of diverse social and economic systems	P6S_WG
K_W03	has an advanced knowledge and understanding of the relationships between organisations and other institutions within their national and international environment	P6S_WG
K_W04	knows and understands, in an advanced degree, the economic theories and understands the principles relating to the functioning of markets and economic management under conditions of limited resources	P6S_WG
K_W05	has advanced knowledge of the origins of management and quality sciences and their development in the context of socio-economic and civilisation's progress	P6S_WG
K_W06	knows and understands, in an advanced degree, the components of organisations from various sectors of the economy	P6S_WG
K_W07	has an advanced understanding of selected organisational theories - their formation, functioning, transformation and development	P6S_WG
K_W08	has an advanced understanding of the functional areas of an organisation and the relationships between these areas	P6S_WG
K_W09	has an advanced knowledge and understanding of the main organisational roles and functions	P6S_WG
K_W10	has an advanced knowledge and understanding of human nature and the main types of motivation theories	P6S_WG
K_W11	knows and understands the essence of entrepreneurship in individual and work team activities, as well as its determinants, including the requirements of various types of professional activity related to the degree programme	P6S_WK

K_W12	has an advanced understanding of the processes and functions of managing people within an organisation	P6S_WG
K_W13	has an advanced understanding of the concept of organisational culture and its potential impact on the development and success of an organisation	P6S_WG
K_W14	knows and understands, in an advanced degree, standard statistical methods and selected other methods, as well as IT tools for the collection, analysis and presentation of economic and social data	P6S_WG
K_W15	has an advanced knowledge of typical research and analysis methods in selected organisations (e.g. market analysis, financial analysis, product and service quality)	P6S_WG
K_W16	has an advanced knowledge of selected methods for strategic analysis of organisations and their environment	P6S_WG
K_W17	knows and understands the legal provisions, including commercial law, governing the functioning of organisations	P6S_WK
K_W18	knows and understands the essence and significance of selected norms and standards in specific areas of the organisation's operations (e.g. accounting standards, management system standards, labour standards, etc.)	P6S_WG
K_W19	has an advanced knowledge of types of organisational structures, factors influencing their changes, and types of documents formalising the organisation, together with their selected applications	P6S_WG
K_W20	has an advanced understanding of selected models of organisational change and understands the role of leadership and negotiation in the processes of structural and organisational transformation	P6S_WG
K_W21	knows and understands the role of civilisational processes, as well as culture, ethics and technological progress in processes of social change, including those relating to contemporary organisations	P6S_WK
K_W22	knows and understands the concepts and principles of copyright and related rights, as well as industrial property law	P6S_WK
K_W23	knows and understands the principles of entrepreneurship creation and development	P6S_WK
SKILLS: the graduate is able to		
K_U01	is able to select appropriate sources and the information they contain, and to observe, describe, analyse and interpret phenomena and processes occurring within an organisation, using key concepts and theoretical frameworks	P6S_UW
K_U02	is able to apply theoretical knowledge in the field of management and quality sciences within a specific functional area of an organisation in order to solve a management problem	P6S_UW
K_U03	is able to apply selected elements of specialist knowledge to communicate with the wider environment, including representatives of other functional areas, in typical professional situations	P6S_UK
K_U04	is able to apply knowledge in the field of management and quality sciences to independently undertake business activities	P6S_UW
K_U05	is able to manage an organisation's human, material, financial and information resources efficiently and effectively	P6S_UW
K_U06	is able to use their knowledge to formulate, analyse and solve problems arising within the organisation	P6S_UW
K_U07	is able to apply and assess the suitability of selected methods and tools for describing and analysing the organisation's activities	P6S_UW
K_U08	is able to use language skills in line with the requirements specified for level B2 of the Common European Framework of Reference for Languages	P6S_UK
K_U09	is able to analyse the level and changes in selected indicators and measures of organisational performance	P6S_UW
K_U10	is able to identify the conditions and criteria for solving complex organisational problems	P6S_UW
K_U11	is able to evaluate selected solutions and apply them in typical decision-making processes	P6S_UW
K_U12	is able to apply selected analytical methods and tools, as well as IT systems supporting decision-making processes	P6S_UW

K_U13	is able, for the purpose of conducting an audit in selected areas of the organisation's operations, to select sources of information, extract data from them, and carry out a critical evaluation, analysis and synthesis of that data	P6S_UW
K_U14	is able to apply selected norms and standards in management processes (planning, organising, motivating and controlling)	P6S_UW
K_U15	is able to apply selected legal provisions and selected management system standards to justify specific actions and solutions	P6S_UW
K_U16	is able to identify (in selected unusual circumstances) the need for change within an organisation and has the ability to develop a change management plan	P6S_UW
K_U17	is able to collaborate on team projects, including interdisciplinary ones, that introduce specific changes within the organisation	P6S_UO
K_U18	is able to manage their own time and that of task-based teams	P6S_UO
K_U19	is able to anticipate the behaviour of members of an organisation in typical situations, analyse selected motives behind such behaviour, and influence it to a certain extent	P6S_UW
K_U20	is able to independently plan their professional development, acquire and refine professional and research knowledge and skills as part of lifelong learning	P6S_UU
K_U21	is able to prepare oral presentations on management issues, participate in debates and discussions, and evaluate different opinions and positions	P6S_UK
SOCIAL COMPETENCES: the graduate is ready to		
K_K01	is ready to organise the work of teams (project-based, task-based) within and outside the workplace, whilst upholding professional traditions related to management processes	P6S_KR
K_K02	is ready to participate in the preparation and implementation of various social projects and is aware of the potential impact of the decisions made	P6S_KO
K_K03	is ready to undertake initiatives in social project management for the public good and to achieve common goals	P6S_KO
K_K04	is ready to act ethically within the framework of designated organisational and social roles	P6S_KR
K_K05	is ready to act in an entrepreneurial manner, taking into account labour market conditions	P6S_KO
K_K06	is ready to recognise the importance of the ability to adapt and operate in new conditions and situations, e.g. those related to	P6S_KO
K_K07	is ready to recognise the role of knowledge in solving cognitive problems in the field of management	P6S_KK
K_K08	is ready to draw on expert opinion when solving difficult management problems	P6S_KK
K_K09	is ready to critically evaluate their own knowledge and the opinions and information received regarding management issues	P6S_KK
K_K10	is ready to think and act in an entrepreneurial manner	P6S_KO

1.3. Wskaźniki dotyczące programu studiów na wnioskowanym kierunku studiów, poziomie i profilu

Wskaźniki dotyczące programu studiów I stopnia o profilu ogólnoakademickim na kierunku „zarządzanie" określone w § 3 ust. 1 pkt 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, ust. 2, 3, 4 i ust. 5 pkt 2 rozporządzenia Ministra Nauki i Szkolnictwa Wyższego z dnia 27 września 2018 r. w sprawie studiów (Obwieszczenie Ministra Edukacji i Nauki z dnia 23 listopada 2023 r. w sprawie ogłoszenia jednolitego tekstu rozporządzenia Ministra Nauki i Szkolnictwa Wyższego w sprawie studiów, Dz.U. 2023 r., poz. 2787 z późn. zm.), a także informacja o warunkach określonych w Ustawie z dnia 20 lipca 2018 r. – Prawo o szkolnictwie wyższym i nauce (Dz.U. z 2018 r. poz. 1668 z póź. zm.) ujęte są w Tabeli 4.

Tabela 4. Wskaźniki dotyczące programu studiów I stopnia o profilu ogólnoakademickim na kierunku „zarządzanie"

Wskaźniki dotyczące programu studiów I stopnia o profilu ogólnoakademickim dla kierunku „zarządzanie"	**Liczba punktów ECTS/Liczba godzin**	
Liczba semestrów i punktów konieczna do ukończenia studiów na ocenianym kierunku na danym poziomie kształcenia:	**6**	
Liczba punktów ECTS konieczna do ukończenia studiów na ocenianym kierunku na danym poziomie kształcenia:	**180 ECTS**	
Łączna liczba godzin zajęć z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich lub innych osób prowadzących zajęcia i studentów	Studia stacjonarne: **2316 h**	Studia niestacjonarne: **1303 h**
Łączna liczba punktów ECTS, jaką student musi uzyskać w ramach zajęć prowadzonych z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich lub innych osób prowadzących zajęcia	Studia stacjonarne: **90 ECTS**	Studia niestacjonarne: **52 ECTS**
Łączna liczba punktów ECTS przyporządkowana zajęciom związanym z prowadzoną w uczelni działalnością naukową w dyscyplinie lub dyscyplinach, do których przyporządkowany jest kierunek studiów	**131 ECTS**	
Łączna 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 ECTS**	
Łączna liczba punktów ECTS przyporządkowana zajęciom do wyboru	**61 ECTS**	
Łączna liczba punktów ECTS przyporządkowana praktyce zawodowej	-	
Wymiar praktyk zawodowych	-	
W przypadku stacjonarnych studiów pierwszego stopnia i jednolitych studiów magisterskich liczba godzin zajęć z wychowania fizycznego.	**60 h (0 ECTS)**	
W przypadku prowadzenia zajęć z wykorzystaniem metod i technik kształcenia na odległość:		
1. Łączna liczba godzin zajęć określona w programie studiów na studiach stacjonarnych/ Łączna liczba godzin zajęć na studiach stacjonarnych prowadzonych z wykorzystaniem metod i technik kształcenia na odległość. 2. Łączna liczba godzin zajęć określona w programie studiów na studiach niestacjonarnych/ Łączna liczba godzin zajęć na studiach niestacjonarnych prowadzonych z wykorzystaniem metod i technik kształcenia na odległość.	**1. 2316 / 1042** **2. 1303 / 588**	

1.4. **Łączna liczba punktów ECTS, jaką student musi uzyskać w ramach zajęć prowadzonych z** bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich lub innych osób prowadzących zajęcia**: w przypadku studiów stacjonarnych wynosi 90 pkt ECTS,** tj. **50%** ogółu punktów ECTS, **a w przypadku studiów niestacjonarnych wynosi 52 pkt ECTS,** tj. **29%** ogółu punktów ECTS;

Tabela 5a. Zajęcia lub grupy zajęć prowadzone z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich lub innych osób prowadzących zajęcia - studia I stopnia w języku polskim

Nazwa zajęć/grupy zajęć	Forma/formy zajęć	Liczna godzin zajęć		Liczba punktów ECTS	
		Stacj.	Niestacj.	Stacj.	Niestacj.
PRZEDMIOTY OGÓLNOUCZELNIANE					
Język obcy – j. angielski, j. niemiecki	lektorat	172	100	6,88	4
Filozofia	wykład / ćwiczenia	30	18	1,2	0,72
Psychologia Socjologia	wykład / ćwiczenia	30	18	1,2	0,72
Elementy prawa i ochrona własności intelektualnych	konwersatorium	29	13	1,16	0,52
Wiedza o kulturze	wykład	29	13	1,16	0,52
Technologie informacyjne	wykład / laboratorium	29	17	1,16	0,68
Wychowanie fizyczne	ćwiczenia	60	--	--	--

Załącznik nr 1 do Uchwały nr 02/10/08/26 Senatu SAN z dnia 10 sierpnia 2026 r.
w sprawie ustalenia programów studiów dla kierunku „zarządzanie",
studia I i II stopnia o profilu ogólnoakademickim
realizowanych w Filii w Warszawie Społecznej Akademii Nauk z siedzibą w Łodzi
na cykl kształcenia rozpoczynający się od roku akademickiego 2026/2027

PRZEDMIOTY PODSTAWOWE I KIERUNKOWE					
Zarządzanie	wykład / ćwiczenia	58	34	2,32	1,36
Ekonomia	wykład / ćwiczenia	58	34	2,32	1,36
Marketing	wykład / ćwiczenia	58	34	2,32	1,36
Finanse	wykład / ćwiczenia	58	34	2,32	1,36
Rachunkowość	wykład / ćwiczenia	58	34	2,32	1,36
Metody ilościowe w zarządzaniu	wykład / ćwiczenia	58	34	2,32	1,36
Prawo w gospodarce	wykład	29	17	1,16	0,68
Systemy informatyczne w zarządzaniu	wykład / laboratorium	44	26	1,76	1,04
Wprowadzenie do logistyki	wykład / ćwiczenia	58	26	2,32	1,04
Współczesna logistyka	wykład / ćwiczenia	58	34	2,32	1,36
Zrównoważony rozwój organizacji	wykład / ćwiczenia	58	26	2,32	1,04
Zachowania organizacyjne	wykład / ćwiczenia	58	34	2,32	1,36
Systemy zarządzania jakością	wykład / ćwiczenia	58	34	2,32	1,36
Badania marketingowe	wykład / ćwiczenia	58	34	2,32	1,36
Zarządzanie zasobami ludzkimi	wykład / ćwiczenia	58	34	2,32	1,36
Zintegrowana komunikacja marketingowa	wykład / ćwiczenia	58	34	2,32	1,36
Zarządzanie w sektorze publicznym	wykład / ćwiczenia	58	34	2,32	1,36
Zarządzanie finansami przedsiębiorstwa	wykład / ćwiczenia	58	34	2,32	1,36
Analiza finansowa	wykład / ćwiczenia	44	30	1,76	1,2
Czytamy Harvard Business Review	ćwiczenia	29	17	1,16	0,68
Wprowadzenie do zarządzania projektami	wykład / ćwiczenia	44	26	1,76	1,04
Polityka i strategia firmy	wykład / ćwiczenia	44	26	1,76	1,04
Prognozowanie gospodarcze	wykład / laboratorium	51	30	2,04	1,2
Negocjacje biznesowe	wykład / ćwiczenia	44	26	1,76	1,04
Proseminarium	wykład	29	17	1,16	0,68
Seminarium dyplomowe	seminarium	99	57	3,96	2,28
PRZEDMIOTY DO WYBORU					
E-firma	wykład / ćwiczenia	44	26	1,76	1,04
Marketing w e-biznesie					
Źródła finansowania małych i średnich przedsiębiorstw	wykład / ćwiczenia	44	26	1,76	1,04
Pozyskiwanie środków na inwestycje					
SPECJALNOŚĆ: ZARZĄDZANIE ZASOBAMI LUDZKIMI					
Projektowanie ścieżek karier i talent management	wykład / ćwiczenia	58	34	2,3	1,4
Metody doboru personelu	wykład / ćwiczenia	58	34	2,3	1,4
Employerbranding	wykład / ćwiczenia	58	34	2,3	1,4
Zarządzanie kompetencjami	wykład / ćwiczenia	58	34	2,3	1,4
Systemy motywowania w organizacjach	wykład / ćwiczenia	58	34	2,3	1,4
Współczesne formy zatrudnienia	wykład / ćwiczenia	58	34	2,3	1,4
Ocena pracy i zarządzanie wynikami	wykład / ćwiczenia	58	34	2,3	1,4
Projektowanie ścieżek karier i talent management	wykład / ćwiczenia	58	34	2,3	1,4
SPECJALNOŚĆ: MARKETING					
Marketing poza biznesem	wykład / ćwiczenia	58	34	2,3	1,4
Akwizycja klienta i negocjacje handlowe B2B	wykład / ćwiczenia	58	34	2,3	1,4

Budowanie wizerunku organizacji	wykład / ćwiczenia	58	34	2,3	1,4
Zarządzanie sprzedażą	wykład / ćwiczenia	58	34	2,3	1,4
Strategiczne planowanie w e-commerce	wykład / ćwiczenia	58	34	2,3	1,4
Content marketing i social media analytics	wykład / ćwiczenia	58	34	2,3	1,4
Psychologia zachowań konsumenckich	wykład / ćwiczenia	58	34	2,3	1,4
Marketing międzynarodowy	wykład / ćwiczenia	58	34	2,3	1,4
SPECJALNOŚĆ: ZARZĄDZANIE ORGANIZACJĄ					
Zarządzanie procesami logistycznymi w gospodarce	wykład / ćwiczenia	58	34	2,3	1,4
Rachunkowość w podejmowaniu decyzji menedżerskich	wykład / ćwiczenia	58	34	2,3	1,4
Organizacja i funkcjonowanie MŚP	wykład / ćwiczenia	58	34	2,3	1,4
Prawne i organizacyjne aspekty elastycznego HR	wykład / ćwiczenia	58	34	2,3	1,4
Zarządzanie rozwojem personelu	wykład / ćwiczenia	58	34	2,3	1,4
Kierowanie zespołem i diagnostyka organizacyjna	wykład / ćwiczenia	58	34	2,3	1,4
Zarządzanie zmianą i kryzysem w przedsiębiorstwie	wykład / ćwiczenia	58	34	2,3	1,4
Innowacje w systemach logistycznych	wykład / ćwiczenia	58	34	2,3	1,4
	Razem:	**2316**	**1303**	**90**	**52**

Tabela 5b. Zajęcia lub grupy zajęć prowadzone z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich lub innych osób prowadzących zajęcia - studia I stopnia w języku angielskim

Class name	Type of class	Contact hours	ECTS credits
		FT	FT
GENERAL EDUCATION COURSES			
Business English	language classes	172	6,88
Philosophy	lecture / classes	30	1,2
Psychology	lecture / classes	30	1,2
Sociology			
Elements of law and protection of intellectual property	seminar	29	1,16
Introduction to Cultural Studies	lecture	29	1,16
Information Technology	lecture / laboratory	29	1,16
Physical Education	classes	60	--
BASIC AND MAJOR COURSES			
Principles of International Management	lecture / classes	58	2,32
Economics	lecture / classes	58	2,32
Principles of Marketing	lecture / classes	58	2,32
International Finance	lecture / classes	58	2,32
Accounting	lecture / classes	58	2,32
Quantitative Methods in Management	lecture / classes	58	2,32
Economic Law	lecture	29	1,16
IT systems and Tools in Management	lecture / laboratory	44	1,76
Introduction to Logistics	lecture / classes	58	2,32
Modern Logistics	lecture / classes	58	2,32
Companies' Sustainable Development	lecture / classes	58	2,32
Organisational Behaviour	lecture / classes	58	2,32
Quality Management Systems	lecture / classes	58	2,32

Marketing Research	lecture / classes	58	2,32
International Human Resource Management	lecture / classes	58	2,32
Integrated Marketing Communications	lecture / classes	58	2,32
Public Sector Management	lecture / classes	58	2,32
Corporate Finance Management	lecture / classes	58	2,32
Financial Analysis	lecture / classes	44	1,76
Analysing Harvard Business Review	classes	29	1,16
Introduction to Project Management	lecture / classes	44	1,76
Company Policy and Strategy	lecture / classes	44	1,76
Economic forecasting	lecture / laboratory	51	2,04
Business Negotiations	lecture / classes	44	1,76
Proseminar	lecture	29	1,16
Diploma Seminar	seminar	99	3,96
OPTIONAL COURSES			
E-Business E-Marketing	lecture / classes	44	1,76
Small Business Financing Investment Financing	lecture / classes	44	1,76
FIELD OF SPECIALIZATION: INTERNATIONAL BUSINESS MANAGEMENT			
Management Aesthetics	lecture / classes	58	2,3
International Business Transactions	lecture / classes	58	2,3
Business Negotiations	lecture / classes	58	2,3
Brand Management	lecture / classes	58	2,3
Diveristy Management	lecture / classes	58	2,3
Crisis Management	lecture / classes	58	2,3
Doing Buisness in Europe	lecture / classes	58	2,3
Doing Business in Asia	lecture / classes	58	2,3
FIELD OF SPECIALIZATION: E-BUSINESS AND DIGITAL MARKETING			
E-Commerce Analytics	lecture / classes	58	2,3
AI-Driven Digital Marketing	lecture / classes	58	2,3
Cross-Cultural Management	lecture / classes	58	2,3
Digital Marketing	lecture / classes	58	2,3
Social Media and Content Marketing	lecture / classes	58	2,3
Mobile Technologies in E-Business	lecture / classes	58	2,3
CRM	lecture / classes	58	2,3
Cybersecurity	lecture / classes	58	2,3
	Razem:	**2316**	**90**

1.5. Zajęcia powiązane z prowadzonymi na Uczelni badaniami naukowymi w dyscyplinie nauki o zarządzaniu i jakości oraz ekonoma i finanse oraz zajęcia umożliwiające przygotowanie studentów do prowadzenia działalności naukowej - obejmują 131 pkt ECTS, co stanowi 73% ogólnej liczby punktów ECTS.

Tabela 6. Zajęcia lub grupy zajęć związane z prowadzoną w uczelni działalnością naukową w dyscyplinie lub dyscyplinach, do których przyporządkowany jest kierunek studiów[1] - studia I stopnia

Nazwa zajęć/grupy zajęć	Forma/formy zajęć	Łączna liczna godzin zajęć stacjonarne/niestacjonarne	Liczba punktów ECTS

[1]Tabelę należy wypełnić odrębnie dla każdego z poziomów studiów i każdej z form studiów podlegających ocenie.

Zarządzanie	wykład / ćwiczenia	125	5
Ekonomia	wykład / ćwiczenia	125	5
Marketing	wykład / ćwiczenia	125	5
Finanse	wykład / ćwiczenia	125	5
Rachunkowość	wykład / ćwiczenia	125	5
Systemy informatyczne w zarządzaniu	wykład / laboratorium	100	4
Wprowadzenie do logistyki	wykład / ćwiczenia	100	4
Współczesna logistyka	wykład / ćwiczenia	100	4
Zrównoważony rozwój organizacji	wykład / ćwiczenia	100	4
Zachowania organizacyjne	wykład / ćwiczenia	100	4
Systemy zarządzania jakością	wykład / ćwiczenia	100	4
Badania marketingowe	wykład / ćwiczenia	100	4
Zarządzanie zasobami ludzkimi	wykład / ćwiczenia	100	4
Zintegrowana komunikacja marketingowa	wykład / ćwiczenia	100	4
Zarządzanie w sektorze publicznym	wykład / ćwiczenia	100	4
Zarządzanie finansami przedsiębiorstwa	wykład / ćwiczenia	100	4
Analiza finansowa	wykład / ćwiczenia	100	4
Czytamy Harvard Business Review	ćwiczenia	50	2
Wprowadzenie do zarządzania projektami	wykład / ćwiczenia	100	4
Negocjacje biznesowe	wykład / ćwiczenia	75	3
Proseminarium	wykład	50	2
Seminarium dyplomowe	seminarium	300	12
SPECJALNOŚĆ: ZARZĄDZANIE ZASOBAMI LUDZKIMI			
Zarządzanie zepołem pracowniczym	wykład / ćwiczenia	125	5
Projektowanie ścieżek karier i talent management	wykład / ćwiczenia	125	5
Metody doboru personelu	wykład / ćwiczenia	125	5
Employerbranding	wykład / ćwiczenia	125	5
Zarządzanie kompetencjami	wykład / ćwiczenia	125	5
Systemy motywowania w organizacjach	wykład / ćwiczenia	125	5
Współczesne formy zatrudnienia	wykład / ćwiczenia	125	5
SPECJALNOŚĆ: ZARZĄDZANIE ORGANIZACJĄ			
Zarządzanie procesami logistycznymi w gospodarce	wykład / ćwiczenia	125	5
Rachunkowość w podejmowaniu decyzji menedżerskich	wykład / ćwiczenia	125	5
Organizacja i funkcjonowanie MŚP	wykład / ćwiczenia	125	5
Prawne i organizacyjne aspekty elastycznego HR	wykład / ćwiczenia	125	5
Zarządzanie rozwojem personelu	wykład / ćwiczenia	125	5
Kierowanie zespołem i diagnostyka organizacyjna	wykład / ćwiczenia	125	5
Zarządzanie zmianą i kryzysem w przedsiębiorstwie	wykład / ćwiczenia	125	5
SPECJALNOŚĆ: MARKETING			
Akwizycja klienta i negocjacje handlowe B2B	wykład / ćwiczenia	125	5
Budowanie wizerunku organizacji	wykład / ćwiczenia	125	5
Zarządzanie sprzedażą	wykład / ćwiczenia	125	5
Strategiczne planowanie w e-commerce	wykład / ćwiczenia	125	5
Content marketing i social media analytics	wykład / ćwiczenia	125	5
Psychologia zachowań konsumenckich	wykład / ćwiczenia	125	5
Marketing międzynarodowy	wykład / ćwiczenia	125	5

SPECJALNOŚĆ: INTERNATIONAL BUSINESS MANAGEMENT			
Management Aesthetics	lecture / classes	125	5
International Business Transactions	lecture / classes	125	5
Global supply chain management	lecture / classes	125	5
Brand Management	lecture / classes	125	5
Diveristy Management	lecture / classes	125	5
Crisis Management	lecture / classes	125	5
Doing Business in Asia	lecture / classes	125	5
SPECJALNOŚĆ: E-BUSINESS AND DIGITAL MARKETING			
E-Commerce Analytics	lecture / classes	125	5
AI-Driven Digital Marketing	lecture / classes	125	5
Social media strategy	lecture / classes	125	5
Digital Marketing	lecture / classes	125	5
Social Media and Content Marketing	lecture / classes	125	5
Mobile Technologies in E-Business	lecture / classes	125	5
CRM	lecture / classes	125	5
	Razem:	**3275**	**131**

1.6. Wymiar i liczba punktów ECTS, którą student musi uzyskać w ramach praktyk dyplomowych: **program studiów nie przewiduje praktyk zawodowych**;

1.7. Łączna liczba punktów ECTS, którą student musi uzyskać w ramach **zajęć z dziedziny nauk humanistycznych** wynosi **5 pkt ECTS**, zarówno w przypadku studiów stacjonarnych, jak i niestacjonarnych

Tabela 7. Informacja o zajęciach z dziedziny nauk humanistycznych

Nazwa modułu zajęć	Łączna liczna godzin	Liczba punktów ECTS
Filozofia	75	3
Wiedza o kulturze	50	2

1.8. **Zajęcia do wyboru**, którym przypisano punkty ECTS w wymiarze **34% ogólnej liczby punktów ECTS** zarówno dla studiów stacjonarnych, jak i niestacjonarnych (wybór zajęć obejmuje **61 pkt ECTS** na studiach stacjonarnych i niestacjonarnych):

Tabela 8. Zajęcia do wyboru

Nazwa zajęć lub grupy zajęć	Forma/formy zajęć	Łączna liczna godzin	Liczba punktów ECTS
Język obcy – j. angielski, j. niemiecki	lektorat	300	12
Psychologia	wykład	75	3
Socjologia			
E-firma	wykład / ćwiczenia	75	3
Marketing w e-biznesie			
Źródła finansowania małych i średnich przedsiębiorstw	wykład / ćwiczenia	75	3
Pozyskiwanie środków na inwestycje			
SPECJALNOŚĆ: ZARZĄDZANIE ZASOBAMI LUDZKIMI			
Zarządzanie zepołem pracowniczym	wykład / ćwiczenia	125	5
Projektowanie ścieżek karier i talent management	wykład / ćwiczenia	125	5
Metody doboru personelu	wykład / ćwiczenia	125	5

Employerbranding	wykład / ćwiczenia	125	5
Zarządzanie kompetencjami	wykład / ćwiczenia	125	5
Systemy motywowania w organizacjach	wykład / ćwiczenia	125	5
Współczesne formy zatrudnienia	wykład / ćwiczenia	125	5
Ocena pracy i zarządzanie wynikami	wykład / ćwiczenia	125	5
SPECJALNOŚĆ: ZARZĄDZANIE ORGANIZACJĄ			
Zarządzanie procesami logistycznymi w gospodarce	wykład / ćwiczenia	125	5
Rachunkowość w podejmowaniu decyzji menedżerskich	wykład / ćwiczenia	125	5
Organizacja i funkcjonowanie MŚP	wykład / ćwiczenia	125	5
Prawne i organizacyjne aspekty elastycznego HR	wykład / ćwiczenia	125	5
Zarządzanie rozwojem personelu	wykład / ćwiczenia	125	5
Kierowanie zespołem i diagnostyka organizacyjna	wykład / ćwiczenia	125	5
Zarządzanie zmianą i kryzysem w przedsiębiorstwie	wykład / ćwiczenia	125	5
Innowacje w systemach logistycznych	wykład / ćwiczenia	125	5
SPECJALNOŚĆ: MARKETING			
Marketing poza biznesem	wykład / ćwiczenia	125	5
Akwizycja klienta i negocjacje handlowe B2B	wykład / ćwiczenia	125	5
Budowanie wizerunku organizacji	wykład / ćwiczenia	125	5
Zarządzanie sprzedażą	wykład / ćwiczenia	125	5
Strategiczne planowanie w e-commerce	wykład / ćwiczenia	125	5
Content marketing i social media analytics	wykład / ćwiczenia	125	5
Psychologia zachowań konsumenckich	wykład / ćwiczenia	125	5
Marketing międzynarodowy	wykład / ćwiczenia	125	5
SPECJALNOŚĆ: INTERNATIONAL BUSINESS MANAGEMENT			
Management Aesthetics	lecture / classes	125	5
International Business Transactions	lecture / classes	125	5
Global Supply Chain Management	lecture / classes	125	5
Brand Management	lecture / classes	125	5
Diveristy Management	lecture / classes	125	5
Crisis Management	lecture / classes	125	5
Doing Buisness in Europe	lecture / classes	125	5
Doing Business in Asia	lecture / classes	125	5
SPECJALNOŚĆ: E-BUSINESS AND DIGITAL MARKETING			
E-Commerce Analytics	lecture / classes	125	5
AI-Driven Digital Marketing	lecture / classes	125	5
Cross-Cultural Management	lecture / classes	125	5
Digital Marketing	lecture / classes	125	5
Social Media and Content Marketing	lecture / classes	125	5
Mobile Technologies in E-Business	lecture / classes	125	5
CRM	lecture / classes	125	5

Cybersecurity	lecture / classes	125	5
Razem		**1525**	**61 ECTS**

1.9. Tytuł zawodowy nadawany absolwentom: **licencjat**.

Tabela 9a. Wykaz zajęć programu studiów stacjonarnych pierwszego stopnia - kierunek „zarządzanie" o profilu ogólnoakademickim prowadzonych w języku polskim

Nazwa zajęć	Forma zajęć	Forma zal.	Liczba godzin	SEMESTR I	II	III	IV	V	VI	Liczba ECTS
PRZEDMIOTY OGÓLNOUCZELNIANE										
Język obcy – j. angielski, j. niemiecki	Ć	Z/E	172	43	43	43	43			12
Filozofia	Ć / W	Z	30	30						3
Psychologia / Socjologia	Ć / W	Z	30		30					3
Elementy prawa i ochrona własności intelektualnych	K	Z	29	29						2
Wiedza o kulturze	W	Z	29	29						2
Technologie informacyjne	Ć	Z	29		29					2
Wychowanie fizyczne	Ć	Z	60	30	30					0
Razem:			379							24
PRZEDMIOTY PODSTAWOWE I KIERUNKOWE										
Zarządzanie	W / Ć	E	58	58						5
Ekonomia	W / Ć	E	58	58						5
Marketing	W / Ć	E	58	58						5
Finanse	W / Ć	E	58		58					5
Rachunkowość	W / Ć	E	58		58					5
Metody ilościowe w zarządzaniu	W / Ć	Z	58	58						5
Prawo w gospodarce	W	Z	29				29			3
Systemy informatyczne w zarządzaniu	W / Ć	Z	44		44					4
Wprowadzenie do logistyki	W / Ć	Z	58			58				4
Współczesna logistyka	W / Ć	Z	58				58			4
Zrównoważony rozwój organizacji	W / Ć	E	58			58				4
Zachowania organizacyjne	W / Ć	E	58		58					4
Systemy zarządzania jakością	W / Ć	E	58				58			4
Badania marketingowe	W / Ć	E	58		58					4
Zarządzanie zasobami ludzkimi	W / Ć	E	58			58				4
Zintegrowana komunikacja marketingowa	W / Ć	E	58			58				4
Zarządzanie w sektorze publicznym	W / Ć	Z	58			58				4
Zarządzanie finansami przedsiębiorstwa	W / Ć	E	58			58				4
Analiza finansowa	W / Ć	Z	44				44			4
Czytamy Harvard Business Review	Ć	Z	29					29		2
Wprowadzenie do zarządzania projektami	W / Ć	Z	44				44			4
Polityka i strategia firmy	W / Ć	Z	44					44		3
Prognozowanie gospodarcze	W / Ć	Z	51			51				3
Negocjacje biznesowe	W / Ć	Z	44					44		3
Proseminarium	S	Z	29				29			2
Razem:			1286							98
PRZEDMIOTY DO WYBORU										
E-firma	W / Ć	Z	44				44			3

Marketing w e-biznesie										
Źródła finansowania małych i średnich przedsiębiorstw Pozyskiwanie środków na inwestycje	W / Ć	Z	44				44			3
Razem:			88							6
SPECJALNOŚĆ: ZARZĄDZANIE ZASOBAMI LUDZKIMI										
Zarządzanie zepołem pracowniczym	W / Ć	E	58					58		5
Projektowanie ścieżek karier i talent management	W / Ć	Z	58					58		5
Metody doboru personelu	W / Ć	Z	58					58		5
Employerbranding	W / Ć	Z	58					58		5
Zarządzanie kompetencjami	W / Ć	Z	58						58	5
Systemy motywowania w organizacjach	W / Ć	Z	58						58	5
Współczesne formy zatrudnienia	W / Ć	Z	58						58	5
Ocena pracy i zarządzanie wynikami	W / Ć	Z	58						58	5
Razem:			464							40
SPECJALNOŚĆ: ZARZĄDZANIE ORGANIZACJĄ										
Zarządzanie procesami logistycznymi w gospodarce	W / Ć	E	58					58		5
Rachunkowość w podejmowaniu decyzji menedżerskich	W / Ć	Z	58					58		5
Organizacja i funkcjonowanie MŚP	W / Ć	Z	58					58		5
Prawne i organizacyjne aspekty elastycznego HR	W / Ć	Z	58					58		5
Zarządzanie rozwojem personelu	W / Ć	Z	58						58	5
Kierowanie zespołem i diagnostyka organizacyjna	W / Ć	Z	58						58	5
Zarządzanie zmianą i kryzysem w przedsiębiorstwie	W / Ć	Z	58						58	5
Innowacje w systemach logistycznych	W / Ć	Z	58						58	5
Razem:			464							40
SPECJALNOŚĆ: MARKETING										
Marketing poza biznesem	W / Ć	E	58					58		5
Akwizycja klienta i negocjacje handlowe B2B	W / Ć	Z	58					58		5
Budowanie wizerunku organizacji	W / Ć	Z	58					58		5
Zarządzanie sprzedażą	W / Ć	Z	58					58		5
Strategiczne planowanie w e-commerce	W / Ć	Z	58						58	5
Content marketing i social media analytics	W / Ć	Z	58						58	5
Psychologia zachowań konsumenckich	W / Ć	Z	58						58	5
Marketing międzynarodowy	W / Ć	Z	58						58	5
Razem:			464							40
Seminarium dyplomowe	S	Z	99					42	57	12
Program - suma:			2316							180

Tabela 9b. Wykaz zajęć programu studiów niestacjonarnych pierwszego stopnia - kierunek „zarządzanie" o profilu ogólnoakademickim prowadzonych w języku polskim

				SEMESTR		

Załącznik nr 1 do Uchwały nr 02/10/08/26 Senatu SAN z dnia 10 sierpnia 2026 r.
w sprawie ustalenia programów studiów dla kierunku „zarządzanie",
studia I i II stopnia o profilu ogólnoakademickim
realizowanych w Filii w Warszawie Społecznej Akademii Nauk z siedzibą w Łodzi
na cykl kształcenia rozpoczynający się od roku akademickiego 2026/2027

Nazwa zajęć	Forma zajęć	Forma zal.	Liczba godzin	I	II	III	IV	V	VI	Liczba ECTS
PRZEDMIOTY OGÓLNOUCZELNIANE										
Język obcy – j. angielski, j. niemiecki	Ć	Z/E	104	25	25	25	25			12
Filozofia	Ć / W	Z	18	18						3
Psychologia Socjologia	Ć / W	Z	18		18					3
Elementy prawa i ochrona własności intelektualnych	K	Z	13	13						2
Wiedza o kulturze	W	Z	13	13						2
Technologie informacyjne	Ć	Z	17		17					2
Razem:			179							24
PRZEDMIOTY PODSTAWOWE I KIERUNKOWE										
Zarządzanie	W / Ć	E	34	34						5
Ekonomia	W / Ć	E	34	34						5
Marketing	W / Ć	E	34	34						5
Finanse	W / Ć	E	34		34					5
Rachunkowość	W / Ć	E	34		34					5
Metody ilościowe w zarządzaniu	W / Ć	Z	34	34						5
Prawo w gospodarce	W	Z	17				17			3
Systemy informatyczne w zarządzaniu	W / Ć	Z	26		26					4
Wprowadzenie do logistyki	W / Ć	Z	26			26				4
Współczesna logistyka	W / Ć	Z	34				34			4
Zrównoważony rozwój organizacji	W / Ć	E	26			26				4
Zachowania organizacyjne	W / Ć	E	34		34					4
Systemy zarządzania jakością	W / Ć	E	34				34			4
Badania marketingowe	W / Ć	E	34		34					4
Zarządzanie zasobami ludzkimi	W / Ć	E	34			34				4
Zintegrowana komunikacja marketingowa	W / Ć	E	34			34				4
Zarządzanie w sektorze publicznym	W / Ć	Z	34			34				4
Zarządzanie finansami przedsiębiorstwa	W / Ć	E	34			34				4
Analiza finansowa	W / Ć	Z	30				30			4
Czytamy Harvard Business Review	Ć	Z	17					17		2
Wprowadzenie do zarządzania projektami	W / Ć	Z	26				26			4
Polityka i strategia firmy	W / Ć	Z	26					26		4
Prognozowanie gospodarcze	W / Ć	Z	30			30				3
Negocjacje biznesowe	W / Ć	Z	26					26		3
Proseminarium	S	Z	17				18			2
Razem:			743							98
PRZEDMIOTY DO WYBORU										
E-firma Marketing w e-biznesie	W/ Ć	Z	26				26			3
Źródła finansowania małych i średnich przedsiębiorstw Pozyskiwanie środków na inwestycje	W/ Ć	Z	26				26			3
Razem:			52							6
SPECJALNOŚĆ: ZARZĄDZANIE ZASOBAMI LUDZKIMI										
Zarządzanie zepołem pracowniczym	W / Ć	E	34					34		5

Projektowanie ścieżek karier i talent management	W / Ć	Z	34					34		5
Metody doboru personelu	W / Ć	Z	34					34		5
Employerbranding	W / Ć	Z	34					34		5
Zarządzanie kompetencjami	W / Ć	Z	34						34	5
Systemy motywowania w organizacjach	W / Ć	Z	34						34	5
Współczesne formy zatrudnienia	W / Ć	Z	34						34	5
Ocena pracy i zarządzanie wynikami	W / Ć	Z	34						34	5
Razem:			272							40
SPECJALNOŚĆ: ZARZĄDZANIE ORGANIZACJĄ										
Zarządzanie procesami logistycznymi w gospodarce	W / Ć	E	34					34		5
Rachunkowość w podejmowaniu decyzji menedżerskich	W / Ć	Z	34					34		5
Organizacja i funkcjonowanie MŚP	W / Ć	Z	34					34		5
Prawne i organizacyjne aspekty elastycznego HR	W / Ć	Z	34					34		5
Zarządzanie rozwojem personelu	W / Ć	Z	34						34	5
Kierowanie zespołem i diagnostyka organizacyjna	W / Ć	Z	34						34	5
Zarządzanie zmianą i kryzysem w przedsiębiorstwie	W / Ć	Z	34						34	5
Innowacje w systemach logistycznych	W / Ć	Z	34						34	5
Razem:			272							40
SPECJALNOŚĆ: MARKETING										
Marketing poza biznesem	W / Ć	E	34					34		5
Akwizycja klienta i negocjacje handlowe B2B	W / Ć	Z	34					34		5
Budowanie wizerunku organizacji	W / Ć	Z	34					34		5
Zarządzanie sprzedażą	W / Ć	Z	34					34		5
Strategiczne planowanie w e-commerce	W / Ć	Z	34						34	5
Content marketing i social media analytics	W / Ć	Z	34						34	5
Psychologia zachowań konsumenckich	W / Ć	Z	34						34	5
Marketing międzynarodowy	W / Ć	Z	34						34	5
Razem:			272							40
Seminarium dyplomowe	S	Z	57					24	33	12
Program - suma:			1303							180

Tabela 9c. Wykaz zajęć programu studiów stacjonarnych pierwszego stopnia - kierunek „zarządzanie" o profilu ogólnoakademickim prowadzonych w języku angielskim

Class name	Type of class	Assessment Typ	Number of hours	Semester						ECTS credits
				I	II	III	IV	V	VI	
GENERAL ACADEMIC COURSES										
Business English	C	P/E	172	43	43	43	43			12
Philosophy	Lec / C	P	30	30						3
Psychology	Lec / C	P	30		30					3
Sociology										
Elements of law and protection of intellectual property	Sem	P	29	29						2

Introduction to Cultural Studies	Lec	P	29	29						2
Information Technology	Lec / Lab	P	29		29					2
Physical Education	C	P	60	30	30					0
		Razem:	379							24
CORE COURSES										
Principles of International Management	Lec / C	E	58	58						5
Economics	Lec / C	E	58	58						5
Principles of Marketing	Lec / C	E	58	58						5
International Finance	Lec / C	E	58		58					5
Accounting	Lec / C	E	58		58					5
Quantitative Methods in Management	Lec / C	P	58	58						5
Economic Law	Lec	P	29				29			3
IT systems and Tools in Management	Lec / Lab	P	44		44					4
Introduction to Logistics	Lec / C	P	58			58				4
Modern Logistics	Lec / C	P	58				58			4
Companies' Sustainable Development	Lec / C	E	58			58				4
Organisational Behaviour	Lec / C	E	58		58					4
Quality Management Systems	Lec / C	E	58				58			4
Marketing Research	Lec / C	E	58		58					4
International Human Resource Management	Lec / C	E	58			58				4
Integrated Marketing Communications	Lec / C	E	58			58				4
Public Sector Management	Lec / C	P	58			58				4
Corporate Finance Management	Lec / C	E	58			58				4
Financial Analysis	Lec / C	P	44				44			4
Analysing Harvard Business Review	C	P	29					29		2
Introduction to Project Management	Lec / C	P	44				44			4
Company Policy and Strategy	Lec / C	P	44					44		3
Economic Forecasting	Lec / Lab	P	51			51				3
Business Negotiations	Lec / C	P	44					44		3
Proseminar	Lec	P	29				29			2
		Razem:	1286							98
ELECTIVE COURSES										
E-Business E-Marketing	Lec / C	P	44				44			3
Small Business Financing Investment Financing	Lec / C	P	44				44			3
		Razem:	88							6
SPECIALISATION: INTERNATIONAL BUSINESS MANAGEMENT										
Management Aesthetics	Lec / C	E	58					58		5
International Business Transactions	Lec / C	P	58					58		5
Global Supply Chain Management	Lec / C	P	58					58		5
Brand Management	Lec / C	P	58					58		5
Diveristy Management	Lec / C	P	58						58	5

Crisis Management	Lec / C	P	58						58	5
Doing Buisness in Europe	Lec / C	P	58						58	5
Doing Business in Asia	Lec / C	P	58						58	5
		Razem:	464							40
SPECIALISATION: E-BUSINESS AND DIGITAL MARKETING										
E-Commerce Analytics	Lec / C	E	58					58		5
AI-Driven Digital Marketing	Lec / C	P	58					58		5
Cross-Cultural Management	Lec / C	P	58					58		5
Digital Marketing	Lec / C	P	58					58		5
Social Media and Content Marketing	Lec / C	P	58						58	5
Mobile Technologies in E-Business	Lec / C	P	58						58	5
CRM	Lec / C	P	58						58	5
Cybersecurity	Lec / C	P	58						58	5
		Razem:	464							40
Diploma Seminar	DS	Z	99					42	57	12
		Program - suma:	**2316**							**180**

II. STUDIA II STOPNIA

2. Podstawa prawna

Program studiów na kierunku „zarządzanie", studia drugiego stopnia o profilu ogólnoakademickim w pełni implementuje przepisy prawne wynikające z ustawy z dnia 20 lipca 2018 r. – Prawo o szkolnictwie wyższym i nauce (Dz.U. z 2018 r. poz. 1668 z póź. zm.) oraz z rozporządzenia Ministra Nauki i Szkolnictwa Wyższego z dnia 27 września 2018 r. w sprawie studiów (Obwieszczenie Ministra Edukacji i Nauki z dnia 23 listopada 2023 r. w sprawie ogłoszenia jednolitego tekstu rozporządzenia Ministra Nauki i Szkolnictwa Wyższego w sprawie studiów, Dz.U. 2023 r., poz. 2787 z późn. zm). Program studiów (dla cyklu kształcenia rozpoczynającego się w roku akademickim 2026/2027) kierunku „zarządzanie" - studia II stopnia o profilu ogólnoakademickim w formie stacjonarnej i niestacjonarnej został ustalony uchwałą Senatu SAN Nr 02/10/08/26 z dnia 10 sierpnia 2026 roku w sprawie ustalenia programu studiów dla kierunku „zarządzanie", studia I i II stopnia o profilu ogólnoakademickim realizowanych w Filii w Warszawie Społecznej Akademii Nauk z siedzibą w Łodzi na cykl kształcenia rozpoczynający się od roku akademickiego 2026/2027.

Tabela 1. Metryka kierunku studiów „zarządzanie" – studia II stopnia o profilu ogólnoakademickim

Nazwa kierunku	**Zarządzanie**	
Poziom studiów	**Studia drugiego stopnia**	
Profil kształcenia	**Ogólnoakademicki**	
Uwzględnienie w programie studiów kształcenia przygotowującego do wykonywania zawodu nauczyciela	**Nie**	
Forma studiów	**Stacjonarne, Niestacjonarne**	
Tytuł zawodowy	**Magister**	
Liczba semestrów i punktów konieczna do ukończenia studiów na ocenianym kierunku na danym poziomie kształcenia:	**4**	
Liczba punktów ECTS konieczna do ukończenia studiów na ocenianym kierunku na danym poziomie kształcenia:	**120**	
Łączna liczba punktów ECTS, jaką student musi uzyskać w ramach zajęć prowadzonych z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich lub innych osób prowadzących zajęcia	Studia stacjonarne: **61 ECTS**	Studia niestacjonarne: **37 ECTS**
Łączna liczba godzin zajęć z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich lub innych osób prowadzących zajęcia i studentów	Studia stacjonarne: **1524 h**	Studia niestacjonarne: **912 h**

2.1. Przyporządkowanie kierunku do dyscyplin naukowych – studia II stopnia

Zgodnie z art. 53 ustawy „Prawo o szkolnictwie wyższym i nauce", Senat Społecznej Akademii Nauk z siedzibą w Łodzi przyporządkował kierunek studiów „zarządzanie" do następujących dyscyplin naukowych, określonych w rozporządzaniu Ministra Edukacji i Nauki z dnia 11 października 2022 roku (Obwieszczenie Ministra Nauki i Szkolnictwa Wyższego z dn. 12 lutego 2025 r. w sprawie ogłoszenia jednolitego tekstu rozporządzenia Ministra Edukacji i Nauki w sprawie dziedzin nauki i dyscyplin naukowych oraz dyscyplin artystycznych, Dz.U. 2025 poz. 211).

Tabela 2. Umiejscowienie kierunku „zarządzanie" w dyscyplinach naukowych

Poziom kształcenia	Dyscypliny naukowe	Punkty ECTS	
		liczba	%
Studia drugiego stopnia	Dyscyplina wiodąca		
	Nauki o zarządzaniu i jakości	**115**	**96**
	Dyscypliny uzupełniające		
	Ekonomia i finanse	**5**	**4**

2.2. Kierunkowe efekty uczenia się

Koncepcja kształcenia studiów drugiego stopnia o profilu ogólnoakademickim na kierunku „zarządzanie", została oparta o podstawy formalno-prawne kształcenia określone dla studiów drugiego stopnia o profilu ogólnoakademickim, a przede wszystkim na doświadczeniach wypracowanych przez system szkolnictwa wyższego w zakresie kształcenia na kierunkach przyporządkowanych do dziedziny nauk społecznych, jak i doświadczeniach Społecznej Akademii Nauk, która kierunek „zarządzanie" na poziomie studiów II stopnia prowadzi od wielu lat. Przy projektowaniu kierunku korzystano z zasad określonych w Zintegrowanym Systemie Kwalifikacji (t.j. Dz.U. z 2020 r. poz. 226) i rozporządzenia Ministra Nauki i Szkolnictwa Wyższego z dnia 14 listopada 2018 r. w sprawie charakterystyk drugiego stopnia efektów uczenia się dla kwalifikacji na poziomach 6-8 Polskiej Ramy Kwalifikacji (Dz.U. 2018 poz. 2218) oraz wzorców i doświadczeń krajowych kształcenia przyszłych specjalistów w zakresie zarządzania. Uwzględniono zatem przy formułowaniu celów kształcenia, a także efektów uczenia się wszystkie charakterystyki drugiego stopnia efektów uczenia się określone dla kwalifikacji na poziomie 7 w Polskiej Ramie Kwalifikacji. Ponadto, efekty uczenia się w szczególności określone dla zajęć były opracowane przez kadrę akademicką we współpracy z środowiskiem specjalistów z zakresu zarządzania (w tym ekonomii, rachunkowości i finansów, zarzadzania zasobami ludzkimi czy marketingu cyfrowego) - współpracujących z Uczelnią, jak również ze studentami.

Program studiów oferuje specjalności kształcenia wyłącznie dla ścieżki polskojęzycznej: Rachunkowość i finanse w zarządzaniu, Zarządzanie zasobami ludzkimi, Digital marketing.

Tabela 3. Kierunkowe efekty uczenia się na kierunku „zarządzanie" studia drugiego stopnia o profilu ogólnoakademickim i ich odniesienie do Polskiej Ramy Kwalifikacji.

Symbol efektu kierunkowego	Kierunkowe efekty uczenia się dla kierunku studiów „zarządzanie" studia II stopnia o profilu ogólnoakademickim	Odniesienie efektów uczenia się na kierunku do charakterystyki drugiego stopnia efektów uczenia się dla kwalifikacji na poziomie 7 PRK
WIEDZA: absolwent zna i rozumie		
K_W01	zna, w pogłębionym stopniu, znaczenie wybranych doktryn gospodarczych i koncepcji organizacji, posługując się terminologią nauk społecznych, w tym o zarządzaniu i jakości na rozszerzonym poziomie	P7S_WG
K_W02	zna w pogłębionym stopniu i rozumie skutki ekonomicznych, społecznych, politycznych i środowiskowych różnic w zaawansowaniu gospodarczym wybranych państw i instytucji	P7S_WG
K_W03	rozumie w pogłębionym stopniu istotę i dynamikę głównych współczesnych systemów społecznych, środowiskowych, gospodarczych i politycznych oraz ich możliwych zależności	P7S_WG *(zmiana z P7S_WK)*
K_W04	zna w pogłębionym stopniu skutki ekonomiczne, społeczne, środowiskowe i zarządcze zjawisk kulturowych w skali organizacji i instytucji (w kontekście wiodących ujęć teoretycznych właściwych dla dyscypliny nauki o zarządzaniu i jakości)	P7S_WG
K_W05	zna w pogłębionym stopniu wiodące współczesne koncepcje oraz narzędzia kooperacji i konkurencji między systemami gospodarczymi i organizacjami w kontekście głównych tendencji rozwojowych dyscypliny nauki o zarządzaniu i jakości	P7S_WG
K_W06	rozumie w pogłębionym stopniu istotę koncepcji zrównoważonego rozwoju społeczno-gospodarczego	P7S_WG *(zmiana z P7S_WK)*
K_W07	rozumie w pogłębionym stopniu znaczenie społecznej odpowiedzialności biznesu i jej wybranych przejawów, a także dysfunkcji w praktyce gospodarczej	P7S_WG
K_W08	zna wybrane zagadnienia współczesnego dorobku psychologii biznesu oraz	P7S_WG

	socjologii organizacji i możliwości jego odniesienia do realnych problemów zarządzania	
K_W09	zna w pogłębionym stopniu współczesne koncepcje pracy zespołowej	P7S_WG
K_W10	zna metodologię badań naukowych i zasady tworzenia wybranych instrumentów badawczych	P7S_WG
K_W11	zna w pogłębionym stopniu zakres zastosowania wybranych metod statystycznych oraz narzędzi informatycznych gromadzenia, analizy i prezentacji danych w organizacji	P7S_WG
K_W12	zna w pogłębionym stopniu specjalistyczne metody badań w poszczególnych obszarach działalności organizacji	P7S_WG
K_W13	zna w pogłębionym stopniu współczesne koncepcje oraz metody pomiaru i zarządzania dokonaniami organizacji	P7S_WG
K_W14	zna kluczowe przepisy prawa krajowego regulujące funkcjonowanie organizacji	P7S_WK
K_W15	zna w pogłębionym stopniu procesy restrukturyzacyjne odnowy strategicznej organizacji	P7S_WG
K_W16	zna w pogłębionym stopniu strategie zmieniania i rozwoju systemów społecznych na poziomie organizacji	P7S_WG
K_W17	zna w pogłębionym stopniu strategie negocjacyjne	P7S_WG
K_W18	zna i rozumie pojęcia i zasady z zakresu ochrony własności przemysłowej i prawa autorskiego oraz konieczność zarządzania zasobami własności intelektualnej	P7S_WK
K_W19	zna zasady tworzenia i rozwoju różnych form przedsiębiorczości	P7S_WK
K_W20	zna prawne, etyczne oraz inne uwarunkowania różnych rodzajów działalności zawodowej związanej z procesami zarządzania na kierunku studiów	P7S_WK
	UMIEJĘTNOŚCI: absolwent potrafi	
K_U01	posiada umiejętności pogłębionej analizy i interpretacji zjawisk i procesów zachodzących w organizacji przy zastosowaniu wybranych zaawansowanych ujęć teoretycznych	PS7_UW
K_U02	posiada umiejętności samodzielnego podejmowania działalności gospodarczej w wybranym sektorze	PS7_UW
K_U03	potrafi identyfikować, formułować i testować hipotezy związane z prostymi problemami badawczymi, pozwalającymi na analizę złożonych procesów i zjawisk z zakresu zarządzania w skali organizacji, gospodarki narodowej, a także w skalach: międzynarodowej i globalnej	PS7_UW
K_U04	potrafi dokonać doboru odpowiednich metod i narzędzi do opisu oraz pozyskiwać z właściwych źródeł informacje do analizy problemów i obszarów działalności organizacji i jej otoczenia oraz oceny ich przydatności i skuteczności	PS7_UW
K_U05	posiada umiejętności formułowania i testowania hipotez oraz modelowania i przewidywania przebiegu wybranych procesów w organizacji lub instytucji przy użyciu wybranych zaawansowanych metod i narzędzi, w tym zaawansowanych technik informacyjno-komunikacyjnych	PS7_UW
K_U06	potrafi w pracach badawczych z zakresu zarządzania projektować i stosować mierniki dokonań organizacji	PS7_UW
K_U07	posiada umiejętności integrowania wiedzy z dyscyplin naukowych z zakresu dziedziny nauk społecznych w celu tworzenia innowacyjnych rozwiązań problemów	PS7_UW
K_U08	potrafi wykorzystać oraz proponować niektóre procedury rozstrzygnięć z zastosowaniem wybranych zaawansowanych metod i narzędzi wspomagających procesy podejmowania decyzji, w tym technik informacyjno-komunikacyjnych	PS7_UW
K_U09	posiada umiejętność dokonywania diagnozy sytuacji i krytycznej oceny możliwych wariantów strategii organizacji	PS7_UW
K_U10	posługuje się, w tym na poziomie zintegrowanym, wybranymi normami i standardami w procesach planowania, organizowania, motywowania i kontroli w organizacji	PS7_UW
K_U11	posiada umiejętność posługiwania się przepisami prawa krajowego w zakresie działalności gospodarczej w celu uzasadniania konkretnych działań i decyzji	PS7_UW
K_U12	posiada umiejętności projektowania wybranych zmian w organizacji	PS7_UW
K_U13	posiada umiejętności związane z metodyką projektowania i wdrażania wybranych elementów systemów zarządzania w organizacji	PS7_UW
K_U14	potrafi posługiwać się wybranymi technikami metodycznymi w procesach kierowania projektami na różnych poziomach organizacji	PS7_UW

K_U15	posiada umiejętność zarządzania zasobami ludzkimi, materialnymi, finansowymi i informacyjnymi w celu skutecznego i efektywnego wykonania złożonych zadań menedżerskich	PS7_UW
K_U16	potrafi współdziałać z innymi osobami w ramach prac zespołowych i podejmować rolę lidera w zespołach a także kierować pracą zespołu	PS7_UO
K_U17	ma umiejętności językowe w zakresie dyscypliny nauki o zarządzaniu i jakości, właściwej dla kierunku zarządzanie, zgodne z wymaganiami określonymi dla poziomu B2+ Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego	PS7_UK
K_U18	potrafi prowadzić debatę dotyczącą tematyki zarządzania i komunikować się ze specjalistami, a także ze zróżnicowanymi kręgami odbiorców tym zakresie	PS7_UK
K_U19	samodzielnie planować i realizować własne uczenie się przez całe życie i ukierunkowywać innych w tym zakresie	PS7_UU
KOMPETENCJE SPOŁECZNE: absolwent jest gotów do		
K_K01	jest świadomy potrzeby adaptacji w środowiskach międzynarodowych, w szczególności europejskich przedsiębiorstw i instytucji	PS7_KO
K_K02	jest przygotowany do inicjowania działań, przekonywania i negocjowania w imię osiągania wspólnych celów	PS7_KO
K_K03	jest przygotowany do tworzenia i uczestniczenia w projektach społecznych w środowisku organizacji i poza nim oraz rozumie znaczenie aspektów ekonomicznych, społecznych, politycznych, środowiskowych i zarządczych podejmowanych działań	PS7_KO
K_K04	jest gotów do uznawania znaczenia samodzielnego, zespołowego oraz organizacyjnego zdobywania i doskonalenia wiedzy oraz umiejętności profesjonalnych w warunkach procesów integracyjnych w Europie i globalizacji	PS7_KK
K_K05	jest gotów do zasięgania opinii ekspertów w przypadku trudności samodzielnego rozwiązania problemów zarządczych	PS7_KK
K_K06	jest gotów do krytycznej oceny posiadanej wiedzy z zakresu zarządzania oraz odbieranych informacji dotyczących szerszego kontekstu tej problematyki	PS7_KK
K_K07	jest gotów do przestrzegania norm etycznych w prowadzeniu indywidualnych i zespołowych badań naukowych oraz działania na rzecz przestrzegania tych zasad	PS7_KR
K_K08	jest świadomy potrzeby przestrzegania i propagowania etycznej postawy i wrażliwości społecznej, również w ramach pełnionych ról organizacyjnych i społecznych	PS7_KR
K_K09	jest gotów do podtrzymywania tradycji zawodu menedżera i rozwijania dorobku tego zawodu	PS7_KR
K_K10	jest gotów do przedsiębiorczego działania w zakresie rozwoju zawodowego i społecznego	PS7_KO

2.3. Wskaźniki dotyczące programu studiów na wnioskowanym kierunku studiów, poziomie i profilu

Wskaźniki dotyczące programu studiów II stopnia o profilu ogólnoakademickim na kierunku „zarządzanie" określone w § 3 ust. 1 pkt 1, 4, 6, 7, 8, § 3 ust. 2, 3, 4 i ust. 5 pkt 2 rozporządzenia Ministra Nauki i Szkolnictwa Wyższego z dnia 27 września 2018 r. w sprawie studiów (Obwieszczenie Ministra Edukacji i Nauki z dnia 23 listopada 2023 r. w sprawie ogłoszenia 7 jednolitego tekstu rozporządzenia Ministra Nauki i Szkolnictwa Wyższego w sprawie studiów, Dz.U. 2023 r., poz. 2787 z późn. zm.), a także informacja o warunkach określonych w Ustawie z dnia 20 lipca 2018 r. – Prawo o szkolnictwie wyższym i nauce (Dz.U. z 2018 r. poz. 1668 z póź. zm.) ujęte są w Tabeli 4.

Tabela 4. Wskaźniki dotyczące programu studiów II stopnia o profilu ogólnoakademickim na kierunku „zarządzanie"

Wskaźniki dotyczące programu studiów II stopnia o profilu ogólnoakademickim dla kierunku „zarządzanie"	Liczba punktów ECTS/Liczba godzin
Liczba semestrów i punktów konieczna do ukończenia studiów na ocenianym kierunku na danym poziomie kształcenia:	**4**
Liczba punktów ECTS konieczna do ukończenia studiów na ocenianym kierunku na danym poziomie kształcenia:	**120**

Łączna liczba godzin zajęć z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich lub innych osób prowadzących zajęcia i studentów	Studia stacjonarne: **1524 h**	Studia niestacjonarne: **912 h**
Łączna liczba punktów ECTS, jaką student musi uzyskać w ramach zajęć prowadzonych z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich lub innych osób prowadzących zajęcia	Studia stacjonarne: **61 ECTS**	Studia niestacjonarne: **37 ECTS**
Łączna liczba punktów ECTS przyporządkowana zajęciom związanym z prowadzoną w uczelni działalnością naukową w dyscyplinie lub dyscyplinach, do których przyporządkowany jest kierunek studiów	**76 ECTS**	
Łączna 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 ECTS**	
Łączna liczba punktów ECTS przyporządkowana zajęciom do wyboru	**39 ECTS**	
Łączna liczba punktów ECTS przyporządkowana praktykom zawodowym	-	
Wymiar praktyk zawodowych	-	
W przypadku stacjonarnych studiów pierwszego stopnia i jednolitych studiów magisterskich liczba godzin zajęć z wychowania fizycznego.	-	
W przypadku prowadzenia zajęć z wykorzystaniem metod i technik kształcenia na odległość:		
1. Łączna liczba godzin zajęć określona w programie studiów na studiach stacjonarnych/ Łączna liczba godzin zajęć na studiach stacjonarnych prowadzonych z wykorzystaniem metod i technik kształcenia na odległość. 2. Łączna liczba godzin zajęć określona w programie studiów na studiach niestacjonarnych/ Łączna liczba godzin zajęć na studiach niestacjonarnych prowadzonych z wykorzystaniem metod i technik kształcenia na odległość.	**1. 1524 / 658** **2. 912 / 376**	

2.4. Łączna liczba punktów ECTS, jaką student musi uzyskać w ramach zajęć prowadzonych z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich lub innych osób prowadzących zajęcia**: w przypadku studiów stacjonarnych wynosi 60 pkt ECTS,** tj. **50%** ogółu punktów ECTS, **a w przypadku studiów niestacjonarnych wynosi 36 pkt ECTS,** tj. **30%** ogółu punktów ECTS;

Tabela 5. Zajęcia lub grupy zajęć prowadzone z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich lub innych osób prowadzących zajęcia - studia II stopnia

Nazwa zajęć/grupy zajęć	Forma/formy zajęć	Liczna godzin zajęć		Liczba punktów ECTS	
		Stacj.	Niestacj.	Stacj.	Niestacj.
PRZEDMIOTY OGÓLNOUCZELNIANE					
Język obcy specjalistyczny I Język obcy specjalistyczny II	lektorat	44	26	1,76	1,04
Metody i narzedzia pracy badawczej	wykład / ćwiczenia	44	26	1,76	1,04
Etyka w zarządzaniu Etyka i filozofia sztucznej inteligencji	wykład / ćwiczenia	30	18	1,2	0,72
Kultura i społeczeństwo / Antropologia Organizacji i Przywództwa	wykład / ćwiczenia	30	18	1,2	0,72
Prawo autorskie	wykład / ćwiczenia	30	18	1,2	0,64
Ochrona danych osobowych i dostęp do informacji publicznej	wykład / ćwiczenia	30	18	1,2	0,72
PRZEDMIOTY PODSTAWOWE					
Koncepcje zarządzania	wykład / ćwiczenia	58	34	2,32	1,36
Współczesne problemy makroekonomiczne	wykład / ćwiczenia	58	34	2,32	1,36
Prawo cywilne i gospodarcze	konwersatorium	29	17	1,16	0,68
Statystyka w zarządzaniu	wykład / ćwiczenia	58	34	2,32	1,36

PRZEDMIOTY KIERUNKOWE					
Nowoczesne koncepcje marketingu	wykład / ćwiczenia	58	34	2,32	1,36
Zarządzanie kapitałem intelektualnym	wykład / ćwiczenia	58	34	2,32	1,36
Społeczna odpowiedzialność biznesu	wykład / ćwiczenia	58	34	2,32	1,36
Zarządzanie strategiczne	wykład / ćwiczenia	58	34	2,32	1,36
Zarządzanie międzykulturowe	wykład / ćwiczenia	58	34	2,32	1,36
Negocjacje i mediacje	wykład / warsztaty	44	26	1,76	1,04
Zarządzanie procesami	wykład / ćwiczenia	58	34	2,32	1,36
Zarządzanie innowacjami	wykład / ćwiczenia	30	18	1,2	0,72
Strategiczne decyzje finansowe w przedsiębiorstwie	wykład / ćwiczenia	58	34	2,32	1,36
Analiza pozycji konkurencyjnej biznesu	wykład / ćwiczenia	58	34	2,32	1,36
Public relations / Zintegrowana Komunikacja Marketingowa	wykład / ćwiczenia	44	26	1,76	1,04
PRZEDMIOTY DO WYBORU					
Competitive advantage in business Success in business	wykład / ćwiczenia	58	34	2,32	1,4
SPECJALNOŚĆ: RACHUNKOWOŚĆ I FINANSE W ZARZĄDZANIU					
Zaawansowana rachunkowość finansowa	wykład / ćwiczenia	58	34	2,32	1,36
Instytucje finansowe	wykład / ćwiczenia	58	34	2,32	1,36
Rachunkowość zarządcza	wykład / ćwiczenia	58	34	2,32	1,36
Przedsiębiorstwo na rynku finansowym	wykład / ćwiczenia	58	34	2,32	1,36
Zaawansowana analiza finansowa	wykład / ćwiczenia	58	34	2,32	1,36
Optymalizacja i kontrola podatkowa	wykład / ćwiczenia	58	34	2,32	1,36
SPECJALNOŚĆ: DIGITAL MARKETING					
Kształtowanie wizerunku	wykład / warsztaty	58	34	2,32	1,36
Media Relations	wykład / warsztaty	58	34	2,32	1,36
Zarządzanie marką w sieci	wykład / warsztaty	58	34	2,32	1,36
Planowanie kampanii online	wykład / warsztaty	58	34	2,32	1,36
Marketing relacji	wykład / warsztaty	58	34	2,32	1,36
Warsztaty marketingu i PR w mediach społecznościowych	wykład / warsztaty	58	34	2,32	1,36
SPECJALNOŚĆ: ZARZĄDZANIE ZASOBAMI LUDZKIMI					
Kształtowanie zatrudnienia	wykład / ćwiczenia	58	34	2,32	1,36
Przewodzenie i dyscyplinowanie pracowników	wykład / ćwiczenia	58	34	2,32	1,36
Doradztwo zawodowe i szkoleniowe w przedsiębiorstwie	wykład / ćwiczenia	58	34	2,32	1,36
Prowadzenie dokumentacji personalnej	wykład / ćwiczenia	58	34	2,32	1,36
Bezpieczeństwo i higiena pracy w organizacji	konwersatorium / ćwiczenia	58	34	2,32	1,36
Patologie w zarządzaniu zasobami ludzkimi	wykład / ćwiczenia	58	34	2,32	1,36
Seminarium dyplomowe i praca dyplomowa	seminarium	112	64	4,48	2,56
	Razem:	**1511**	**885**	**60**	**36**

2.5. Zajęcia powiązane z prowadzonymi na Uczelni badaniami naukowymi w dyscyplinie nauki o zarządzaniu i jakości oraz ekonoma i finanse oraz zajęcia umożliwiające przygotowanie studentów do prowadzenia działalności naukowej – obejmują 80 pkt ECTS, co stanowi **67% ogólnej liczby punktów ECTS.**

Tabela 6. Zajęcia lub grupy zajęć związane z prowadzoną w uczelni działalnością naukową w dyscyplinie lub dyscyplinach, do których przyporządkowany jest kierunek studiów[2] - studia II stopnia

Nazwa zajęć/grupy zajęć	Forma/formy zajęć	Łączna liczna godzin zajęć	Liczba punktów ECTS
Metody i narzędzia pracy badawczej	wykład / ćwiczenia	75	3
Etyka w zarządzaniu Etyka i filozofia sztucznej inteligencji	wykład / ćwiczenia	75	3
Koncepcje zarządzania	wykład / ćwiczenia	125	5
Nowoczesne koncepcje marketingu	wykład / ćwiczenia	100	4
Zarządzanie kapitałem intelektualnym	wykład / ćwiczenia	100	4
Społeczna odpowiedzialność biznesu	wykład / ćwiczenia	100	4
Zarządzanie strategiczne	wykład / ćwiczenia	125	5
Zarządzanie międzykulturowe	wykład / ćwiczenia	100	4
Negocjacje i mediacje	wykład / warsztaty	75	3
Zarządzanie procesami	wykład / ćwiczenia	100	4
Zarządzanie innowacjami	wykład / ćwiczenia	75	3
Analiza pozycji konkurencyjnej biznesu	wykład / ćwiczenia	100	4
Competitive advantage in business Success in business	wykład / ćwiczenia	100	4
SPECJALNOŚĆ: RACHUNKOWOŚĆ I FINANSE W ZARZĄDZANIU			
Instytucje finansowe	wykład / ćwiczenia	100	4
Rachunkowość zarządcza	wykład / ćwiczenia	100	4
Przedsiębiorstwo na rynku finansowym	wykład / ćwiczenia	100	4
SPECJALNOŚĆ: DIGITAL MARKETING			
Kształtowanie wizerunku	wykład / warsztaty	100	4
Zarządzanie marką w sieci	wykład / warsztaty	100	4
Marketing relacji	wykład / warsztaty	100	4
SPECJALNOŚĆ: ZARZĄDZANIE ZASOBAMI LUDZKIMI			
Kształtowanie zatrudnienia	wykład / ćwiczenia	100	4
Przewodzenie i dyscyplinowanie pracowników	wykład / ćwiczenia	100	4
Doradztwo zawodowe i szkoleniowe w przedsiębiorstwie	wykład / ćwiczenia	100	4
SEMINARIUM DYPLOMOWE I PRACA DYPLOMOWA			
Seminarium dyplomowe i praca dyplomowa	seminarium	450	18
	Razem:	**2000**	**80**

2.6. Wymiar i liczba punktów ECTS, którą student musi uzyskać w ramach praktyk dyplomowych: **program studiów nie przewiduje praktyk zawodowych;**

2.7. Łączna liczba punktów ECTS, którą student musi uzyskać w ramach **zajęć z dziedziny nauk humanistycznych** wynosi **5 pkt ECTS**, zarówno w przypadku studiów stacjonarnych, jak i niestacjonarnych:

Tabela 7. Informacja o zajęciach z dziedziny nauk humanistycznych

[2]Tabelę należy wypełnić odrębnie dla każdego z poziomów studiów i każdej z form studiów podlegających ocenie.

Nazwa modułu zajęć	Łączna liczna godzin	Liczba punktów ECTS
Etyka w zarządzaniu	75	3
Etyka i filozofia sztucznej inteligencji		
Kultura i społeczeństwo	50	2
Antropologia organizacji i przywództwa		

2.8. **Zajęcia do wyboru**, którym przypisano punkty ECTS w wymiarze **33% ogólnej liczby punktów ECTS** zarówno dla studiów stacjonarnych, jak i niestacjonarnych (wybór zajęć obejmuje **39 pkt ECTS** na studiach stacjonarnych i niestacjonarnych):

Tabela 8. Zajęcia do wyboru

Nazwa zajęć/grupy zajęć	Forma/formy zajęć	Łączna liczna godzin zajęć	Liczba punktów ECTS
Język obcy specjalistyczny I i II	lektorat	75	3
Etyka w zarządzaniu	wykład / ćwiczenia	75	3
Etyka i filozofia sztucznej inteligenji			
Kultura i społeczeństwo	wykład / ćwiczenia	50	2
Antropologia Organizacji i Przywództwa			
Public relations	wykład / ćwiczenia	75	3
Zintegrowana Komunikacja Marketingowa			
Competitive advantage in business	wykład / ćwiczenia	100	4
Success in business			
SPECJALNOŚĆ: RACHUNKOWOŚĆ I FINANSE W ZARZĄDZANIU			
Zaawansowana rachunkowość finansowa	wykład / ćwiczenia	100	4
Instytucje finansowe	wykład / ćwiczenia	100	4
Rachunkowość zarządcza	wykład / ćwiczenia	100	4
Przedsiębiorstwo na rynku finansowym	wykład / ćwiczenia	100	4
Zaawansowana analiza finansowa	wykład / ćwiczenia	100	4
Optymalizacja i kontrola podatkowa	wykład / ćwiczenia	100	4
SPECJALNOŚĆ: DIGITAL MARKETING			
Kształtowanie wizerunku	wykład / warsztaty	100	4
Media Relations	wykład / warsztaty	100	4
Zarządzanie marką w sieci	wykład / warsztaty	100	4
Planowanie kampanii online	wykład / warsztaty	100	4
Marketing relacji	wykład / warsztaty	100	4
Warsztaty marketingu i PR w mediach społecznościowych	wykład / warsztaty	100	4
SPECJALNOŚĆ: ZARZĄDZANIE ZASOBAMI LUDZKIMI			
Kształtowanie zatrudnienia	wykład / ćwiczenia	100	4
Przewodzenie i dyscyplinowanie pracowników	wykład / ćwiczenia	100	4
Doradztwo zawodowe i szkoleniowe w przedsiębiorstwie	wykład / ćwiczenia	100	4
Prowadzenie dokumentacji personalnej	wykład / ćwiczenia	100	4
Bezpieczeństwo i higiena pracy w organizacji	konwersatorium / ćwiczenia	100	4
Patologie w zarządzaniu zasobami ludzkimi	wykład / ćwiczenia	100	4
Razem:		**975**	**39**

2.9. Tytuł zawodowy nadawany absolwentom: **magister**.

Tabela 9. Wykaz zajęć programu studiów stacjonarnych drugiego stopnia – kierunek „zarządzanie" o profilu ogólnoakademickim w języku polskim

Nazwa zajęć	Forma zajęć	Forma zal.	Liczba godzin	SEMESTR				Liczba ECTS
				I	II	III	IV	
PRZEDMIOTY OGÓLNOUCZELNIANE								
Język obcy specjalistyczny I Język obcy specjalistyczny II	L	Z	44	44				3
Metody i narzędzia pracy badawczej	W / Ć	Z	44		44			3
Etyka w zarządzaniu Etyka i filozofia sztucznej inteligencji	W / Ć	Z	30		30			3
Kultura i społeczeństwo / Antropologia organizacji i przywództwa	W / Ć	Z	30		30			2
Prawo autorskie	W / Ć	Z	30	30				2
Ochrona danych osobowych i dostęp do informacji publicznej	W / Ć	Z	30		30			2
Razem:			208					15
PRZEDMIOTY PODSTAWOWE								
Koncepcje zarządzania	W / Ć	E	58	58				5
Współczesne problemy makroekonomiczne	W / Ć	E	58	58				5
Prawo cywilne i gospodarcze	K	E	29	29				3
Statystyka w zarządzaniu	W / Ć	Z	58	58				4
Razem:			203					17
PRZEDMIOTY KIERUNKOWE								
Nowoczesne koncepcje marketingu	W / Ć	E	58	58				4
Zarządzanie kapitałem intelektualnym	W / Ć	Z	58			58		4
Społeczna odpowiedzialność biznesu	W / Ć	E	58			58		4
Zarządzanie strategiczne	W / Ć	E	58		58			5
Zarządzanie międzykulturowe	W / Ć	Z	58			58		4
Negocjacje i mediacje	W / Wr	Z	44				44	3
Zarządzanie procesami	W / Ć	Z	58		58			4
Zarządzanie innowacjami	W / Ć	Z	30				30	3
Strategiczne decyzje finansowe w przedsiębiorstwie	W / Ć	E	58		58			4
Analiza pozycji konkurencyjnej biznesu	W / Ć	Z	58	58				4
Public relations Zintegrowana komunikacja marketingowa	W / Ć	Z	44		44			3
Razem:			582					42
PRZEDMIOTY DO WYBORU								
Competitive advantage in business Success in business	W / Ć	Z	58		58			4
Razem:			58					4
SPECJALNOŚĆ: RACHUNKOWOŚĆ I FINANSE W ZARZĄDZANIU								
Zaawansowana rachunkowość finansowa	W / Ć	Z	58			58		4
Instytucje finansowe	W / Ć	Z	58			58		4
Rachunkowość zarządcza	W / Ć	Z	58			58		4
Przedsiębiorstwo na rynku finansowym	W / Ć	Z	58				58	4
Zaawansowana analiza finansowa	W / Ć	Z	58				58	4
Optymalizacja i kontrola podatkowa	W / Ć	Z	58				58	4
Razem:			342					24
SPECJALNOŚĆ: DIGITAL MARKETING								
Kształtowanie wizerunku	W / Wr	Z	58			58		4
Media Relations	W / Wr	Z	58			58		4

Zarządzanie marką w sieci	W / Wr	Z	58			58		4
Planowanie kampanii online	W / Wr	Z	58				58	4
Marketing relacji	W / Wr	Z	58				58	4
Warsztaty marketingu i PR w mediach społecznościowych	W / Wr	Z	58				58	4
Razem:			342					24
SPECJALNOŚĆ: ZARZĄDZANIE ZASOBAMI LUDZKIMI								
Kształtowanie zatrudnienia	W / Ć	Z	58			58		4
Przewodzenie i dyscyplinowanie pracowników	W / Ć	Z	58			58		4
Doradztwo zawodowe i szkoleniowe w przedsiębiorstwie	W / Ć	Z	58			58		4
Prowadzenie dokumentacji personalnej	W / Ć	Z	58				58	4
Bezpieczeństwo i higiena pracy w organizacji	K / Ć	Z	58				58	4
Patologie w zarządzaniu zasobami ludzkimi	W / Ć	Z	58				58	4
Razem:			342					24
Seminarium dyplomowe i praca dyplomowa	S	Z	112			56	56	18
Program – suma:			1511					120

Tabela 10. Wykaz zajęć programu studiów niestacjonarnych drugiego stopnia – kierunek „zarządzanie" o profilu ogólnoakademickim w języku polskim

Nazwa zajęć	Forma zajęć	Forma zal.	Liczba godzin	SEMESTR I	II	III	IV	Liczba ECTS
PRZEDMIOTY OGÓLNOUCZELNIANE								
Język obcy specjalistyczny I Język obcy specjalistyczny II	L	Z	26	26				3
Metody i narzedzia pracy badawczej	W / Ć	Z	26		26			3
Etyka w zarządzaniu Etyka i filozofia sztucznej inteligencji	W / Ć	Z	18		18			3
Kultura i społeczeństwo / Antropologia organizacji i przywództwa	W / Ć	Z	18		18			2
Prawo autorskie	W / Ć	Z	16	16				2
Ochrona danych osobowych i dostęp do informacji publicznej	W / Ć	Z	18		18			2
Razem:			122					15
PRZEDMIOTY PODSTAWOWE								
Koncepcje zarządzania	W / Ć	E	34	34				5
Współczesne problemy makroekonomiczne	W / Ć	E	34	34				5
Prawo cywilne i gospodarcze	K	E	17	17				3
Statystyka w zarządzaniu	W / Ć	Z	34	34				4
Razem:			119					17
PRZEDMIOTY KIERUNKOWE								
Nowoczesne koncepcje marketingu	W / Ć	E	34	34				4
Zarządzanie kapitałem intelektualnym	W / Ć	Z	34			34		4
Społeczna odpowiedzialność biznesu	W / Ć	E	34			34		4
Zarządzanie strategiczne	W / Ć	E	34		34			5
Zarządzanie międzykulturowe	W / Ć	Z	34			34		4
Negocjacje i mediacje	W / Wr	Z	26				26	3
Zarządzanie procesami	W / Ć	Z	34		34			4
Zarządzanie innowacjami	W / Ć	Z	18				18	3
Strategiczne decyzje finansowe w przedsiębiorstwie	W / Ć	E	34		34			4
Analiza pozycji konkurencyjnej biznesu	W / Ć	Z	34	34				4
Public relations Zintegrowana komunikacja marketingowa	W / Ć	Z	26		26			3
Razem:			342					42

PRZEDMIOTY DO WYBORU								
Competitive advantage in business Success in business	W/ Ć	Z	34		34			4
Razem:			34					4
SPECJALNOŚĆ: RACHUNKOWOŚĆ I FINANSE W ZARZĄDZANIU								
Zaawansowana rachunkowość finansowa	W / Ć	Z	34			34		4
Instytucje finansowe	W / Ć	Z	34			34		4
Rachunkowość zarządcza	W / Ć	Z	34			34		4
Przedsiębiorstwo na rynku finansowym	W / Ć	Z	34				34	4
Zaawansowana analiza finansowa	W / Ć	Z	34				34	4
Optymalizacja i kontrola podatkowa	W / Ć	Z	34				34	4
Razem:			204					24
SPECJALNOŚĆ: DIGITAL MARKETING								
Kształtowanie wizerunku	W / Wr	Z	34			34		4
Media Relations	W / Wr	Z	34			34		4
Zarządzanie marką w sieci	W / Wr	Z	34			34		4
Planowanie kampanii online	W / Wr	Z	34				34	4
Marketing relacji	W / Wr	Z	34				34	4
Warsztaty marketingu i PR w mediach społecznościowych	W / Wr	Z	34				34	4
Razem:			204					24
SPECJALNOŚĆ: ZARZĄDZANIE ZASOBAMI LUDZKIMI								
Kształtowanie zatrudnienia	W / Ć	Z	34			34		4
Przewodzenie i dyscyplinowanie pracowników	W / Ć	Z	34			34		4
Doradztwo zawodowe i szkoleniowe w przedsiębiorstwie	W / Ć	Z	34			34		4
Prowadzenie dokumentacji personalnej	W / Ć	Z	34				34	4
Bezpieczeństwo i higiena pracy w organizacji	K / Ć	Z	34				34	4
Patologie w zarządzaniu zasobami ludzkimi	W / Ć	Z	34				34	4
Razem:			204					24
Seminarium dyplomowe i praca dyplomowa	S	Z	64			32	32	18
Program – suma:			885					120

III. Sposoby weryfikacji i oceny efektów uczenia. Metody kształcenia

3. Sposoby weryfikacji i oceny efektów uczenia się osiąganych przez studenta w trakcie całego cyklu kształcenia – określone zostały w opisie poszczególnych zajęć zawartych w sylabusach przedmiotów z uwzględnieniem zajęc prowadzonych w języku polskim i angielskim.

Weryfikacja i ocena osiąganych przez studentów efektów uczenia się uwzględnia zarówno kontekst celów, jak i metody oraz formy kształcenia, a w swym zakresie przedmiotowym dotyczy wszystkich efektów uczenia się ujętych w kategoriach: wiedzy, umiejętności oraz kompetencji społecznych. Przyjęta procedura weryfikacji i oceniania zakłada, iż:

a) każdy semestr będzie się kończył sesją egzaminacyjną;
b) każdy przedmiot zdefiniowany w harmonogramie studiów będzie podlegal egzaminowi lub zaliczeniu na ocenę;
c) warunkiem dopuszczenia do egzaminu lub zaliczenia na stopień jest zaliczenie przez studenta zajęć obowiązkowych przewidzianych niniejszym programem studiów (z uwzględnieniem zasad przypisanych poszczególnym cyklom kształcenia – z poszanowaniem przepisów powszechnie obowiązujących);

d) warunkiem zaliczenia przedmiotu jest osiągnięcie wszystkich efektów uczenia się określonych w sylabusie przedmiotu na co najmniej poziomie progu zaliczeniowego;
e) weryfikacja i ocena efektów uczenia się dla całego cyklu kształcenia ujętego w efektach uczenia się określonych dla kierunku jest dokonywana w procesie dyplomowania studenta.

Weryfikacja stopnia osiągnięcia założonych efektów uczenia się przez studenta, dla zachowania standardów jakości kształcenia, wymaga zastosowania zróżnicowanych form oceniania, adekwatnych do obszarów, których dotyczą te efekty oraz uwzględnienia strony organizacyjnej procesu kształcenia, w aspekcie zastosowanych metod i form dydaktycznych, w tym między innymi: wykłady, ćwiczenia, warsztaty, laboratoria, lektoraty, seminarium – wprowadzone dla danego przedmiotu metody weryfikacji efektów uczenia się, są dobierane przez prowadzącego przedmiot w taki sposób, aby można było dokonać właściwej oceny poziomu osiągniętych efektów uczenia się w kategorii: wiedzy, umiejętności i kompetencji. Stosowane są w szczególności następujące metody weryfikacji tych efektów:

W zakresie wiedzy:

a) egzaminy pisemne – dla sprawdzenia wiedzy oraz umiejętności korzystania z niej przy rozwiązywaniu problemów,
b) egzaminy i kolokwia ustne ukierunkowane na sprawdzenie wiedzy nie tylko poprzez ocenę znajomości faktów, ale poziomu ich zrozumienie – gdzie student udziela odpowiedzi na wylosowany zestaw pytań,
c) zaliczenia w formie prac pisemnych i ustnych odpowiedzi ukierunkowane w szczególności na weryfikację wiedzy i metodyki z zakresu dyscyplin naukowych do których jest przyporządkowany kierunek,
d) obserwacja aktywności podczas zajęć realizowanych z zastosowaniem metod aktywizujących,
e) rozwiązywanie zadań problemowych, w tym *case study* i symulacje – gdzie student definiuje problem i szuka właściwego rozwiązania uzasadniając swoją propozycję w rozwiązaniu problemu badawczego – dla sprawdzenia wszystkich trzech komponentów efektów uczenia się.

W zakresie umiejętności:

a) cząstkowe ocenianie wykonywanych zadań w trakcie ćwiczeń w pracowniach wraz z prezentacją uzyskanych rezultatów, realizowane indywidualnie i w grupach,
b) realizacja zleconego zadania indywidualnego, zespołowego,
c) egzamin (pisemny problemowy/testowy/opisowy, ustny problemowy),
d) zaliczenie (pisemna, ustne),
e) realizacja projektu, w tym badawczego,
f) opracowanie refaratu, eseju,
g) preznetacja multimedialna,
h) omówienie case study.

W zakresie kompetencji społecznych:

a) stopień aktywności na zajęciach, w tym udział w zadaniach zespołowych,
b) obserwacje bezpośrednie studenta w trakcie realizacji zajęć przedmiotowych przez nauczyciela akademickiego lub opiekuna praktyk,

c) ocenę 360° (opinie nauczycieli akademickich, opiekunów praktyk, oraz koleżanek i kolegów o studencie),
d) samoocena studenta.

Na początku każdego semestru studenci są informowani przez prowadzącego o warunkach zaliczenia przedmiotu – zasadach oceniania oraz o metodach weryfikacji poszczególnych efektów zdefiniowanych dla przedmiotu. Wszystkie egzaminy semestralne odbywają się w trakcie sesji zwykłej i poprawkowej określanej, co do terminu, corocznie przez Rektora w zarządzeniu o organizacji roku akademickiego. Studenci mają możliwość do złożenia egzaminu (zaliczenia) w tzw. sesji zerowej – przed rozpoczęciem sesji zwykłej.

Uzyskanie pozytywnej oceny z danego przedmiotu powoduje uzyskanie przez studenta określonej liczby punktów ECTS przypisanych w harmonogramie (planie) studiów do danego przedmiotu w semestrze.

Student, który uzyska ze wszystkich przedmiotów kształcenia objętych programem studiów oceny pozytywne, uzyskując tym samym nominalną liczbę punktów ECTS przewidzianą dla danego semestru oraz spełnił wszystkie semestralne wymagania programowe, uzyskuje wpis na semestr programowo wyższy.

Efekty końcowe weryfikowane są w procesie dyplomowania, który obejmuje: opracowanie pracy dyplomowej wg standardów przyjętych przez Uczelnię dla prac dyplomowych i uzyskanie pozytywnej opinii od promotora i recenzenta oraz jej prezentację na egzaminie dyplomowym. Praca dyplomowa realizowana na ścieżce angielskiej jest opracowana w języku angielskim. Egzamin dyplomowy student składa przed 3 osobową Komisją, w której skład wchodzi dziekan, recenzent i promotor. Student odpowiada na trzy pytania: z zakresu modułów kierunkowych i tematyki pracy. Student studiujący na ścieżce angielskiej składa egzmain dyplomowy w języku angielskim.

W trakcie tworzenia programu studiów przyjęto zasadę:

- osiągnięcie przez studenta efektów uczenia się dla wszystkich modułów przewidzianych w planie studiów pozwala na osiągnięcie zakładanych efektów kierunkowych,
- treści kształcenia, formy zajęć i metody dydaktyczne są dostosowane do efektów uczenia się określonych dla danego modułu i umożliwiają ich osiągnięcie przez studenta,
- formy i warunki zaliczenia przedmiotu są zróżnicowane i dostosowane do poszczególnych efektów oraz umożliwiają weryfikację, czy student osiągnął efekty uczenia się przewidziane dla danego modułu, są zatem mierzalne,
- narzędziami pośredniego pomiaru zakresu realizacji efektów uczenia się są ankiety oceny zajęć dydaktycznych wypełniane przez studentów oraz hospitacje metodyczne. Dzięki wynikom ankiet uzyskuje się informacje dotyczące sposobu postrzegania procesu kształcenia z perspektywy studentów oraz ich oceny pracy wykładowców. Pozwala to na zdiagnozowanie obszarów nauczania przedmiotowego wymagających korekt i działań naprawczych, ale umożliwia także wytypowanie dobrych praktyk i rozwiązań dydaktycznych wartych promowania w praktyce nauczania.

3.1. Metody kształcenia

W procesie nauczania wykorzystywane są następujące metody kształcenia stosowane na uczelniach:

- metody podające (asymilacji wiedzy) umożliwiające przyswojenie gotowej wiedzy w trakcie różnych form wykładów, wzbogacone treściami multimedialnymi, które stanowią kanwę do nabywania określonych umiejętności,
- metody problemowe umożliwiające nabywanie wiedzy i umiejętności przez odkrywanie na podstawie wiedzy nabytej w drodze przekazu i wiedzy przyswojonej w ramach samodzielnej pracy własnej,
- metody aktywizujące, kształcące umiejętności poprzez działania studentów tj. projekty, symulacje, zadania praktyczne, case study, dyskusje dydaktyczne, praca w grupie, debaty, prezentacje multimedialne, przygotowywanie i prezentacja referatów i esejów - stosowane w ramach takich form zajęć jak: ćwiczenia, warsztaty, zajęcia projektowe, analiza z wykrzystaniem narzędzi informatycznych,
- metody aktywizujące umożliwiające nabywanie umiejętności poprzez integrowanie wiedzy z rozwiązywaniem zadań problemowych wymagające umiejętności sformułowania problemu badawczego, wykorzystania odpowiedniej metody badawczej , rozwiązania problemu i sformułowania wniosków.

Metody dydaktyczne są dobierane stosownie do rodzaju zajęć (wykłady, konwersatoria, ćwiczenia, warsztaty, laboratoria, seminaria, konsultacje oraz praktyki, z wykorzystaniem szczegółowych metod pracy ze studentami jak: dyskusja, praca w grupie, metoda mistrz-uczeń, prezentacje multimedialne, przygotowywanie i prezentacja projektów indywidualnych i zespołowych, analiza krytyczna tekstu naukowego), co ma zapewnić realizację zakładanych efektów uczenia się. Są to metody zarówno samodzielnego dochodzenia do wiedzy, jak i przy udziale nauczyciela akademickiego:

- metody **Project Based Learning** i **Problem Based Learning** (PBL). To nauczanie metodą rozwiązywania problemów, które stawia studenta w centrum procesu przekazywania wiedzy i skłania go do samodzielnego poszukiwania rozwiązań,
- metoda **Design Thinking** (DT) w procesie kształcenia. DT to skuteczna metoda kreatywnego rozwiązywania problemów i tworzenia innowacyjnych rozwiązań. Metodyka DT polega na usuwaniu granic w myśleniu twórczym, rozwijaniu myślenia w różnych kierunkach, unikaniu schematów,
- **Model Kształcenia Odwróconego** (Flipped Education). Model kształcenia odwróconego jest podstawowym filarem budowy systemu kształcenia zorientowanego na studenta (student centred learning). Polega na całkowitej zamianie zaangażowania i aktywności studentów oraz nauczycieli w procesie kształcenia. W modelu flipped odchodzi się od form klasycznego kształcenia takich jak np. wykład czy ćwiczenia realizujące powtarzalne zadania, na rzecz metod wymagających złożonego myślenia i mentorskiego poprowadzenia studenta po procesie uczenia się (student centred system). W modelu odwróconym głównym aktorem procesu kształcenia jest student, a nie nauczyciel, dzięki czemu znacznie

wzrasta poczucie odpowiedzialności studenta za efektywność i jakość procesu uczenia się,

- metoda **case study** (analiza przypadku, studium przypadku) – analiza pojedynczego przypadku, poprzez szczegółowy opis i analizę rzeczywistego przypadku, pozwalający wyciągnąć wnioski co do przyczyn i rezultatów jego przebiegu oraz danego modelu społecznego, uwarunkowań kulturowych, społecznych,
- metoda **projektowa** – samodzielna praca studentów – **indywidualna** lub **zespołowa** – nad zadanym tematem przy zachowaniu standardów opracowanych przez Uczelnię dla projektu,
- metoda **burzy mózgów** (zwanej także giełdą pomysłów),
- **gry symulacyjne i edukacyjne** jak np.: gra biznesowa „Prawo Konkurencji" i gra biznesowa „Marketplace" to gry decyzyjne symulujące działania w realiach rynkowych, które uczą podejmowania trafnych decyzji, poprzedzonych analizą i obserwacją zmian na rynku,
- metoda krytycznej analizy tekstu naukowego ucząca refleksji, krytycznej oceny, formułowania wniosków, argumentów uzasadniających ocenę.

3.2. Praca własna studenta obejmuje następujące zadania

- studia nad literaturą obowiązkową i uzupełniającą wskazaną w sylabusach, a także wskazaną przez Prowadzącego zajęcia a związaną z przygotowaniem do określonych zajęć kształtujących umiejętności krytycznej analizy,
- zbieranie informacji umożliwiających wykonanie czynności analitycznych, w tym danych statystycznych ujętych w raportach specjalistycznych, raportach spółek giełdowych, elektronicznych bazach danych, tj. banku danych lokalnych, dziedzinowych bazach wiedzy, banku danych makroekonomicznych, banku-STRATEG, banku-Handel zagraniczny, banku-SDDS Standard Upowszechniania Danych Międzynarodowego Funduszu Walutowego, World Development Indicators (WDI) - baza danych Banku Światowego. Bazie Danych Marketingowych - B2B, Bazie małych i średnich firm,
- przetwarzanie zebranych informacji, danych statystycznych zgodnie z celem analitycznym zajęć związanych z przygotowaniem do prowadzenia badań naukowych z wykorzystaniem odpowiednich metod przetwarzania i analizy oraz wizualizacji danych: analiz strategicznych, analiz statystycznych, analiz marketingowych, analiz finansowych, analiz ekonomicznych,
- opracowywanie analiz strategicznych, marketingowych, finansowych, ekonomicznych, dotyczących procesów zarządczych, wspomagających podejmowanie decyzji o różnym stopniu złożoności problemu odpowiednio do poziomu kształcenia, pozycjonowanie badanych obiektów na tle otoczenia i konkurencji - o tematyce odpowiadającej zakresowi przedmiotu i treści kształcenia,
- opracowywanie projektów o tematyce odpowiadającej zakresowi przedmiotu i treści kształcenia z wykorzystaniem odpowiednich metod analitycznych i projektowych,
- dokonywanie analizy studium przypadku i opracowywanie wniosków dla budowania modelu biznesowego,

- opracowanie projektów badawczych stanowiących podstawę do opracowania referatów, esejów, artykułów naukowych,
- odnoszenie poznanych zagadnień teoretycznych do rozwiązań w praktyce biznesowej.

Stosowana jest w Uczelni skala ocen: bardzo dobry (5), dobry plus (4+), dobry (4), dostateczny plus (3+), dostateczny (3), niedostateczny (2). Warunkiem promocji na kolejne semestry jest osiągnięcie efektów uczenia się przypisanych do przedmiotów na danym semestrze. Osiąganie kierunkowych efektów uczenia się wynika z uzyskanych przez studenta przedmiotowych efektów uczenia się.

Wyszczególnienie metod i form kształcenia oraz sposobów weryfikacji efektów w odniesieniu do poszczególnych przedmiotów zawarto w sylabusach studiów I i II stopnia.

SPOŁECZNA AKADEMIA NAUK
ŁÓDŹ

SYLABUSY PRZEDMIOTÓW
na kierunku
ZARZĄDZANIE
studia pierwszego stopnia

rok akademicki 2026/2027

SPIS TREŚCI:

PRZEDMIOTY OGÓLNOUCZELNIANE 4

Język angielski 1 4
Język angielski 2 6
Język angielski 3 8
Język angielski 4 10
Język niemiecki 1 12
Język niemiecki 2 14
Język niemiecki 3 16
Język niemiecki 4 19
Filozofia 21
Socjologia 23
Psychologia 25
Elementy prawa i ochrona własności intelektualnej 27
Wiedza o kulturze 29
Technologie informacyjne 31
Wychowanie fizyczne 33

1. PRZEDMIOTY PODSTAWOWE I KIERUNKOWE 34

Zarządzanie 34
Ekonomia 37
Marketing 40
Finanse 43
Rachunkowość 46
Metody ilościowe w zarządzaniu 49
Prawo w gospodarce 52
Systemy informatyczne w zarządzaniu 54
Wprowadzenie do logistyki 57
Współczesna logistyka 60
Zrównoważony rozwój organizacji 64
Zachowania organizacyjne 68
Systemy zarządzania jakością 71
Badania marketingowe 74
Zarządzanie zasobami ludzkimi 77
Zintegrowana komunikacja marketingowa 80
Zarządzanie w sektorze publicznym 83
Zarządzanie finansami przedsiębiorstwa 86
Analiza finansowa 89
Czytamy Harvard Business Review 92
Wprowadzenie do zarządzania projektami 95
Polityka i strategia firmy 97
Prognozowanie gospodarcze 99
Negocjacje biznesowe 102
Proseminarium 105

PRZEDMIOTY DO WYBORU 107

E-firma 107
Marketing w e-biznesie 110
Źródła finansowania małych i średnich przedsiębiorstw 113
Pozyskiwanie środków na inwestycje 116

SPECJALNOŚĆ: ZARZĄDZANIE ZASOBAMI LUDZKIMI 119

Zarządzanie zespołem pracowniczym 119
Projektowanie ścieżek karier i talent management 122
Metody doboru personelu 125
Employerbranding 128
Zarządzanie kompetencjami 131
Systemy motywowania w organizacjach 134
Współczesne formy zatrudnienia 137

Ocena pracy i zarządzanie wynikami ... **140**

SPECJALNOŚĆ: MARKETING ... **143**

Marketing poza biznesem ... **143**
Akwizycja klienta i negocjacje handlowe B2B ... **146**
Budowanie wizerunku organizacji ... **149**
Zarządzanie sprzedażą ... **152**
Strategiczne planowanie w e-commerce ... **155**
Content marketing i social media analytics ... **158**
Psychologia zachowań konsumenckich ... **163**
Marketing międzynarodowy ... **166**

SPECJALNOŚĆ: ZARZĄDZANIE ORGANIZACJĄ ... **169**

Zarządzanie procesami logistycznymi w gospodarce ... **169**
Rachunkowość w podejmowaniu decyzji menedżerskich ... **172**
Organizacja i funkcjonowanie MŚP ... **175**
Prawne i organizacyjne aspekty elastycznego HR ... **178**
Zarządzanie rozwojem personelu ... **181**
Kierowanie zespołem i diagnostyka organizacyjna ... **184**
Zarządzanie zmianą i kryzysem w przedsiębiorstwie ... **187**
Innowacje w systemach logistycznych ... **190**

SEMINARIUM DYPLOMOWE ... **193**

Seminarium dyplomowe i praca dyplomowa 1 ... **193**
Seminarium dyplomowe i praca dyplomowa 2 ... **195**

PRZEDMIOTY OGÓLNOUCZELNIANE

OGÓLNE INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE (MODULE)	
NAZWA PRZEDMIOTU:	**Język angielski 1**
Nazwa kierunku studiów, poziom kształcenia:	**Zarządzanie, studia I stopnia**
Profil kształcenia:	**OGÓLNOAKADEMICKI**
Rodzaj modułu kształcenia:	**ogólnouczelniany, do wyboru**
Punkty ECTS:	**3 ECTS**
Wymiar godzin:	**75 h**
Sposoby weryfikacji i oceny efektów uczenia:	**Zaliczenie z oceną**

PRZEDMIOTOWE EFEKTY UCZENIA SIĘ Z ODNIESIEM DO EFEKTÓW UCZENIA SIĘ DLA KIERUNKU		
Lp.	**Opis przedmiotowych efektów uczenia się**	**Odniesienie do efektu kierunkowego**
	Wiedza	
P_W01	Zna w zaawansowanym stopniu strukturę gramatyczno-leksykalną języka obcego na poziomie A2+, jak też określone słownictwo ogólne w ramach katalogu tematów związanych z sytuacjami życia codziennego oraz funkcjonowaniu w otoczeniu biznesowym.	K_W21
P_W02	Zna w zaawansowanym stopniu zwroty typowe dla rozmów formalnych i nieformalnych oraz zasady i konwencje korespondencji pisemnej, zwłaszcza w zakresie biznesowym (e-mail, CV, list motywacyjny, reklamacja).	K_W21
	Umiejętności:	
P_U01	Posiada umiejętność wyrażania w wypowiedziach konkretnych intencji oraz porozumiewania się w sytuacjach życia codziennego oraz w podstawowych sytuacjach biznesowych, posiada umiejętność formułowania wypowiedzi ustnych i pisemnych.	K_U03, K_U08, K_U21
P_U02	Potrafi napisać tekst na zadany temat, przekazując istotne informacje w sytuacjach codziennych i w prostych sytuacjach biznesowych.	K_U08
	Kompetencje społeczne:	
P_K01	Jest gotów radzić sobie w większości sytuacji komunikacyjnych, nawiązywać kontakty osobiste i handlowe w miejscu pracy.	K_K01, K_K05
P_K02	Jest świadomy roli kompetencji językowych w rozwiązywaniu problemów zawodowych.	K_K07

TREŚCI KSZTAŁCENIA		
Lp.	**Lektorat:**	**Odniesienie do przedmiotowych efektów uczenia się**
L.1	Przedstawienie własnej osoby. Nawiązywanie kontaktów. Kraje i narodowości. Czasy Present Continuous, Present Simple.	P_W01, P_W02, P_U01, P_K01, P_K02
L.2	Praca, zatrudnienie, CV, list motywacyjny. Zdania proste i złożone. Spójniki zdaniowe.	P_W01, P_W02, P_U01, P_U02, P_K01, P_K02
L.3	Miasto. Instytucje w mieście. Droga do pracy. Czasy past simple (regular and irregular), present perfect - podstawowe różnice.	P_W01, P_W02, P_U01, P_U02, P_K01, P_K02

L.4	Plany i podróże. Wyrażanie przyszłości. Czas Future simple. Różnica między want i won't. Konstrukcja be going to.	P_W01, P_W02, P_U01, P_U02, P_K01, P_K02
L.5	Rozmowa telefoniczna. Firma - rozmowa przez telefon – podstawowe zwroty, podawanie informacji na temat firmy. Przymiotniki i przysłówki, stopniowanie i ich miejsce w zdaniu, przedimki a/an/-/the.	P_W01, P_W02, P_U01, P_K01, P_K02
L.6	Życie studenckie. Kierunki i typy studiów, egzaminy. Praca dorywcza, poszukiwanie pracy. Czas present perfect - for/since.	P_W01, P_W02, P_U01, P_U02, P_K01, P_K02
L.7	Restauracja, żywienie, potrawy; Zakupy, składanie reklamacji. Czas past simple i past continuous.	P_W01, P_W02, P_U01, P_U02, P_K01, P_K02
L.8	Na lotnisku, w hotelu, business trip.	P_W01, P_W02, P_U01, P_U02, P_K01, P_K02
Lp.	**Praca własna:**	**Odniesienie do przedmiotowych efektów uczenia się**
PW1	Wykonanie pracy pisemnej na zadany przez wykładowcę temat, tłumaczenie zadanego tekstu i zaprezentowanie go.	P_U01, P_U02
PW2	Praca z tekstem, praca ze słownikiem, wykonywanie ćwiczeń gramatycznych - przygotowanie do zajęć i zaliczenia.	P_W01, P_W02, P_U01, P_U02, P_K01, P_K02

LITERATURA PRZEDMIOTU ORAZ INNE MATERIAŁY DYDAKTYCZNE

Literatura podstawowa przedmiotu:

– Mascull Bill (2015), Business Vocabulary in Use: Elementary to Pre-intermediate, CUP.

Literatura uzupełniająca przedmiotu:

– Murphy Raymond (2015) Essential Grammar in Use, A self-study reference and practice book for elementary learners of English, CUP.

Inne materiały dydaktyczne:

– opracowania własne prowadzącego,
– kanały youtube wyjaśniające wybrane kwestie gramatyczne,
– dostępne w internecie interaktywne ćwiczenia online wybrane przez prowadzącego.

OGÓLNE INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE (MODULE)	
NAZWA PRZEDMIOTU:	**Język angielski 2**
Nazwa kierunku studiów, poziom kształcenia:	**Zarządzanie, studia I stopnia**
Profil kształcenia:	**OGÓLNOAKADEMICKI**
Rodzaj modułu kształcenia:	**ogólnouczelniany, do wyboru**
Punkty ECTS:	**3 ECTS**
Wymiar godzin:	**75 h**
Sposoby weryfikacji i oceny efektów uczenia:	**Zaliczenie z oceną**

PRZEDMIOTOWE EFEKTY UCZENIA SIĘ Z ODNIESIEM DO EFEKTÓW UCZENIA SIĘ DLA KIERUNKU		
Lp.	**Opis przedmiotowych efektów uczenia się**	**Odniesienie do efektu kierunkowego**
	Wiedza:	
P_W01	Zna w zaawansowanym stopniu strukturę gramatyczno-leksykalną języka obcego na poziomie B1 oraz posługuje się określonym słownictwem ogólnym (dotyczącym życia codziennego) i fachowym (w zakresie otoczenia biznesowego i podstawowych kategorii odnoszących się do zarządzania).	K_W21
P_W02	Zna w zaawansowanym stopniu zwroty typowe dla rozmów formalnych i nieformalnych oraz zasady i konwencje korespondencji pisemnej, zwłaszcza w zakresie biznesu i zarządzania (dokumentacja biurowa, HR, obsługa klienta).	K_W21
	Umiejętności:	
P_U01	Posiada umiejętność płynnego komunikowania w sytuacjach życia codziennego oraz w prostych sytuacjach biznesowych, posiada umiejętność formułowania wypowiedzi ustnych i pisemnych.	K_U03, K_U08, K_U21
P_U02	Potrafi napisać tekst na zadany temat, przekazując istotne informacje i wyrażając swoją opinię w odniesieniu do codziennych sytuacji jak i do sytuacji typowych dla otoczenia biznesowego, potrafiąc zastosować podstawowe słownictwo z zakresu zarządzania w organizacji.	K_U08
P_U03	Umie wyszukiwać przydatne informacje w tekstach dotyczących życia codziennego, biznesu oraz odszukiwać główną myśl całego tekstu i poszczególnych akapitów.	K_U08
	Kompetencje społeczne:	
P_K01	Jest gotów radzić sobie w większości sytuacji komunikacyjnych, zarówno dotyczących sytuacji życia codziennego, jak i otoczenia biznesowego.	K_K01, K_K05
P_K02	Jest świadomy roli kompetencji językowych w rozwiązywaniu problemów zawodowych.	K_K07

TREŚCI KSZTAŁCENIA		
Lp.	**Lektorat:**	**Odniesienie do przedmiotowych efektów uczenia się**
L.1	Kwalifikacje, szkolenia, umiejętności, kompetencje zawodowe; konstrukcja verb + to-infinitive, verb + infinitive, verb + gerund.	P_W01, P_W02 P_U01, P_K01 P_K02
L.2	Rozwiązywanie problemów, udzielanie rad, w tym dotyczące spraw biznesowych, zdania warunkowe conditional 1 oraz conditional 2, czasownik modalny should.	P_W01, P_W02 P_U01, P_U02, P_K01 P_K02

L.3	Doświadczenia życiowe, w tym związane z miejscem pracy. Czas Present Perfect + for/since/ever/never.	P_W01, P_W02 P_U01, P_K01 P_K02
L.4	Biuro – praca w biurze, procedury biurowe, umiejętność obsługiwania sprzętów biurowych, wyposażenie biura, artykuły biurowe, sprzęt komputerowy i biurowy. Rodzaje pracy (office work, factory work, laboratory work, out of the office), kariera, who is the boss?, czas Present Perfect Simple vs Present Perfect Continuous.	P_W01, P_W02 P_U01, P_K01 P_K02
L5	Prezentacja zmian w wielkościach, opis infografiki, wykresu. Metody nauki; udzielanie rad, wyrażanie opinii.	P_W01, P_W02 P_U01, P_U02, P_K01 P_K02
L.6	Relacjonowanie przeszłych sytuacji. Użycie konstrukcji used to do w porównaniu do Past Simple i Past Continuous.	P_W01, P_W02 P_U01, P_U02, P_K01 P_K02
L.7	Produkty i usługi. Zapewnienia satysfakcji klienta. Gwarancja. Product details, What's it made of? Service industry. Wyrażanie opinii i preferencji.	P_W01, P_W02 P_U01, P_U03, P_K01 P_K02
L.8	Pieniądz w biznesie. Opłacalność transakcji, rozmowy o cenie, wartości, negocjacje biznesowe.	P_W01, P_W02 P_U01, P_U02, P_U03, P_K01 P_K02
Lp.	**Praca własna:**	**Odniesienie do przedmiotowych efektów uczenia się**
PW1	Wykonanie pracy pisemnej na zadany przez wykładowcę temat, tłumaczenie zadanego tekstu i zaprezentowanie go.	P_U01, P_U02
PW2	Praca z tekstem, praca ze słownikiem, wykonywanie ćwiczeń gramatycznych - przygotowanie do zajęć i zaliczenia.	P_W01, P_W02, P_U01, P_U02, P_K01, P_K02

LITERATURA PRZEDMIOTU ORAZ INNE MATERIAŁY DYDAKTYCZNE

Literatura podstawowa przedmiotu:

– Mascull Bill (2015), Business Vocabulary in Use: Elementary to Pre-intermediate, Cambridge University Press.

Literatura uzupełniająca przedmiotu:

– Murphy Raymond (2015) Essential Grammar in Use, A self-study reference and practice book for elementary learners of English, CUP.
– Murphy Raymond (2015) Essential Grammar in Use, Supplementary Exercises. CUP.

Inne materiały dydaktyczne:

– opracowania własne prowadzącego,
– kanały youtube wyjaśniające wybrane kwestie gramatyczne,
– dostępne w internecie interaktywne ćwiczenia online wybrane przez prowadzącego.

OGÓLNE INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE (MODULE)	
NAZWA PRZEDMIOTU:	**Język angielski 3**
Nazwa kierunku studiów, poziom kształcenia:	**Zarzadzanie, studia I stopnia**
Profil kształcenia:	**OGÓLNOAKADEMICKI**
Rodzaj modułu kształcenia:	**ogólnouczelniany**
Punkty ECTS:	**3 ECTS**
Wymiar godzin:	**75 h**
Sposoby weryfikacji i oceny efektów uczenia:	**Zaliczenie z oceną**

PRZEDMIOTOWE EFEKTY UCZENIA SIĘ Z ODNIESIEM DO EFEKTÓW UCZENIA SIĘ DLA KIERUNKU		
Lp.	**Opis przedmiotowych efektów uczenia się**	**Odniesienie do efektu kierunkowego**
	Wiedza:	
P_W01	Zna w zaawansowanym stopniu strukturę gramatyczno-leksykalną języka obcego na poziomie B1+, ze szczególnym uwzględnieniem specjalistycznego słownictwa z zakresu organizacji, marketingu, finansów i relacji biznesowych.	K_W21
P_W02	Zna w zaawansowanym stopniu zasady i konwencje tworzenia pisemnej korespondencji biznesowej (raporty, listy, pisma, wyceny, zamówienia) oraz zwroty stosowane w bezpośrednich kontaktach na szczeblu profesjonalnym.	K_W21
	Umiejętności:	
P_U01	Posiada umiejętność formułowania wypowiedzi ustnych i pisemnych z wykorzystaniem słownictwa typowego dla relacji biznesowych, zarządzania organizacją, w tym zespołem pracowniczym, korespondencji handlowej.	K_U03, K_U08, K_U21
P_U02	Potrafi porozumieć się w sytuacjach rutynowych, wymagających bezpośredniej wymiany informacji na tematy związane z zarządzaniem organizacją i społecznych aspektów funkcjonowania organizacji.	K_U03, K_U08, K_U21
P_U03	Potrafi prowadzić korespondencję handlową dotyczącą różnych aspektów funkcjonowania organizacji.	K_U08
	Kompetencje społeczne:	
P_K01	Jest gotów radzić sobie w większości sytuacji komunikacyjnych, nawiązywać kontakty osobiste i handlowe w miejscu pracy, prowadzić negocjacje biznesowe.	K_K01, K_K05
P_K02	Jest świadomy roli kompetencji językowych w rozwiązywaniu problemów zawodowych.	K_K07

TREŚCI KSZTAŁCENIA		
Lp.	**Lektorat:**	**Odniesienie do przedmiotowych efektów uczenia się**
L.1	Kultura organizacyjna. Komunikacja w biznesie, action & non-action verbs, wyrażanie przyszłości: Present Continuous, be going to, will/won't.	P_W01, P_W02 P_U01, P_U02, P_U03, P_K01 P_K02
L.2	Sporządzanie dokumentacji i korespondencja – raporty, listy oficjalne. Pisanie odpowiedzi na pisma o różnej tematyce związanej z zakresu wykonywanych obowiązków zawodowych. Korespondencja handlowa; struktura, styl, zapytania ofertowe, wyceny, zamówienia; strona bierna passive voice w czasie Present Simple i Past Simple.	P_W01, P_W02 P_U01, P_U02, P_U03, P_K01 P_K02

L.3	Korespondencja handlowa: płatności, składanie reklamacji, odpowiedź na reklamację; adjective + prepositions, kolokacje.	P_W01, P_W02 P_U01, P_U02, P_U03, P_K01 P_K02
L.4	Sukces i porażka, przymiotniki zakończone na -ing /-ed; czasowniki modalne w odniesieniu do przeszłości, zaimki zwrotne.	P_W01, P_W02 P_U01, P_U02, P_U03, P_K01 P_K02
L.5	Społeczeństwo. Rodzaje zachowań społecznych radzenie sobie z nimi. Udzielanie ostrzeżeń. Poznawanie podstawowych pojęć ekonomicznych.	P_W01, P_W02 P_U01, P_U02, P_K01 P_K02
L.6	Problemy społeczne - bezrobocie, bezdomność - wyrażanie przypuszczeń, opinii. Czasowniki modalne - modals of deduction might, must, can't.	P_W01, P_W02 P_U01, P_U02, P_K01 P_K02
L.7	Specyfika zarządzania zespołem pracowniczym. Cechy dobrego menadżera. Zarządzanie zasobami ludzkimi - pracy w HR. Słowotwórstwo - word formation: tworzenie rzeczowników od czasowników.	P_W01, P_W02 P_U01, P_U02, P_U03, P_K01 P_K02
L.8	Zarządzanie przedsiębiorstwem. Innowacje i rozwój organizacji. Słowotwórstwo - word formation: tworzenie rzeczowników od czasowników.	P_W01, P_W02 P_U01, P_U02, P_U03, P_K01 P_K02
Lp.	**Praca własna:**	**Odniesienie do przedmiotowych efektów uczenia się**
PW1	Wykonanie pracy pisemnej na zadany przez wykładowcę temat, tłumaczenie zadanego tekstu i zaprezentowanie go.	P_U01, P_U02
PW2	Praca z tekstem, praca ze słownikiem, wykonywanie ćwiczeń gramatycznych - przygotowanie do zajęć i zaliczenia.	P_W01, P_W02, P_U01, P_U02, P_K01, P_K02

LITERATURA PRZEDMIOTU ORAZ INNE MATERIAŁY DYDAKTYCZNE

Literatura podstawowa przedmiotu:

· Mascull Bill (2015), Business Vocabulary in Use: Elementary to Pre-intermediate, CUP.

Literatura uzupełniająca przedmiotu:

– Murphy Raymond (2019) Essential Grammar in Use, A self-study reference and practice book for intermediate learners of English, CUP.
– Ashley, A (2003), Oxford Handbook of Commercial Correspondence, New Edition:

Inne materiały dydaktyczne:

– opracowania własne prowadzącego,
– kanały youtube wyjaśniające wybrane kwestie gramatyczne i leksykalne,
– dostępne w internecie interaktywne ćwiczenia online wybrane przez prowadzącego.

OGÓLNE INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE (MODULE)	
NAZWA PRZEDMIOTU:	**Język angielski 4**
Nazwa kierunku studiów, poziom kształcenia:	**Zarządzanie, studia I stopnia**
Profil kształcenia:	**OGÓLNOAKADEMICKI**
Rodzaj modułu kształcenia:	**ogólnouczelniany, do wyboru**
Punkty ECTS:	**3 ECTS**
Wymiar godzin:	**75 h**
Sposoby weryfikacji i oceny efektów uczenia:	**Egzamin**

PRZEDMIOTOWE EFEKTY UCZENIA SIĘ Z ODNIESIEM DO EFEKTÓW UCZENIA SIĘ DLA KIERUNKU		
Lp.	**Opis przedmiotowych efektów uczenia się**	**Odniesienie do efektu kierunkowego**
	Wiedza:	
P_W01	Zna w zaawansowanym stopniu strukturę gramatyczno-leksykalną języka obcego na poziomie B2, ze szczególnym uwzględnieniem specjalistycznego słownictwa z zakresu organizacji, marketingu, finansów i relacji biznesowych.	K_W21
P_W02	Zna w zaawansowanym stopniu zasady i konwencje tworzenia pisemnej korespondencji z zakresu zarządzania oraz zwroty stosowane w rozmowach i negocjacjach biznesowych.	K_W21
	Umiejętności:	
P_U01	Posiada umiejętność swobodnej komunikacji językowej w zakresie tematyki związanej z życiem codziennym oraz z prowadzeniem biznesu.	K_U03, K_U08, K_U21
P_U02	Potrafi napisać tekst na poziomie zaawansowanym na zadany temat, przekazując istotne informacje, wyrażając swoją opinię posługując się słownictwem dotyczącym prawnych, finansowych, gospodarczych i wizerunkowych aspektów prowadzenia biznesu.	K_U03, K_U08
P_U03	Streszcza pisemnie i referuje teksty związane z kierunkiem studiów zarządzanie.	K_U08
P_U04	Wyszukuje przydatne informacje w tekstach dotyczących kierunku studiów zarządzanie.	K_U08
	Kompetencje społeczne:	
P_K01	Jest gotów radzić sobie w większości sytuacji komunikacyjnych, nawiązywać kontakty handlowe w miejscu pracy wykorzystując słownictwo dotyczące prowadzenia biznesu.	K_K01, K_K05
P_K02	Jest świadomy roli kompetencji językowych w rozwiązywaniu problemów zawodowych.	K_K07

TREŚCI KSZTAŁCENIA		
Lp.	**Lektorat:**	**Odniesienie do przedmiotowych efektów uczenia się**
L.1	Prowadzenie biznesu, finanse, oszczędzanie, waluta; czas Present Perfect Simple vs Present Perf Continuous.	P_W01, P_W02 P_U01, P_K01 P_K02
L.2	Organizacja państwa: rząd, prezydent, parlament, wybory; strona bierna - wszystkie czasy.	P_W01, P_W02 P_U01, P_U02, P_U03, P_U04, P_K01 P_K02

L.3	Sytuacja polityczna i gospodarcza na świecie. Wpływ pandemii na gospodarkę światową. Problemy społeczne - migracja, rasizm, uprzedzenia, epidemia; zdania warunkowe conditional 1, 2, 3.	P_W01, P_W02 P_U01, P_U02, P_U03, P_K01 P_K02
L.4	Prawo, prawo gospodarcze, prawo transportowe, sąd; mowa zależna - reported speech, czasowniki say vs tell.	P_W01, P_W02 P_U01, P_U02, P_U03, P_U04, P_K01 P_K02
L.5	Gospodarka a ochrona środowiska, zrównoważony rozwój organizacji; przyroda, katastrofy naturalne; wybrane czasowniki frazowe - phrasal verbs.	P_W01, P_W02 P_U01, P_U02, P_U03, P_U04, P_K01 P_K02
L.6	Prowadzenie rozmów w typowych sytuacjach biznesowych. Wydawanie poleceń. Nawiązywanie rozmowy – dialogi podczas spotkań biznesowych. Słownictwo formalne i potoczne - formal & colloquial words and expressions; Mowa zależna - different reporting words.	P_W01, P_W02 P_U01, P_K01 P_K02
L.7	Kariera zawodowa, typy pracy, praca zdalna, awans; użycie gerund vs infinitive. Marketing, reklama, handel – omawianie pomysłów, udzielanie rad, sugerowanie, pomysł na biznes.	P_W01, P_W02 P_U01, P_K01 P_K02
L.8	Podstawowe różnice między językiem angielskim w wersji brytyjskiej i amerykańskiej - słownictwo, użycie czasów Past Simple vs Present Perfect.	P_W01, P_W02 P_U01, P_K01 P_K02
Lp.	**Praca własna:**	**Odniesienie do przedmiotowych efektów uczenia się**
PW1	Wykonanie pracy pisemnej na zadany przez wykładowcę temat, tłumaczenie zadanego tekstu i zaprezentowanie go.	P_U01, P_U02
PW2	Praca z tekstem, praca ze słownikiem, wykonywanie ćwiczeń gramatycznych - przygotowanie do zajęć i zaliczenia.	P_W01, P_W02, P_U01, P_U02, P_U03, P_U04, P_K01, P_K02

LITERATURA PRZEDMIOTU ORAZ INNE MATERIAŁY DYDAKTYCZNE

Literatura podstawowa przedmiotu:

· Mascull Bill (2015), Business Vocabulary in Use: Elementary to Pre-intermediate, CUP.

Literatura uzupełniająca przedmiotu:

– Murphy Raymond (2019) Essential Grammar in Use, A self-study reference and practice book for intermediate learners of English, CUP.
– Intermediate Vocabulary, B.J. Thomas, Longman.

Inne materiały dydaktyczne:

– opracowania własne prowadzącego,
– kanały youtube wyjaśniające wybrane kwestie gramatyczne i leksykalne,
– dostępne w internecie interaktywne ćwiczenia online wybrane przez prowadzącego.

OGÓLNE INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE		
NAZWA PRZEDMIOTU:	**Język niemiecki 1**	
Nazwa kierunku studiów, poziom kształcenia:	**Zarządzanie, studia I stopnia**	
Profil kształcenia:	**OGÓLNOAKADEMICKI**	
Rodzaj modułu kształcenia:	**ogólnouczelniany / do wyboru**	
Punkty ECTS:	**3 ECTS**	
Wymiar godzin:	**75 h**	
Sposoby weryfikacji i oceny efektów uczenia:	**Zaliczenie z oceną**	

PRZEDMIOTOWE EFEKTY UCZENIA SIĘ Z ODNIESIEM DO EFEKTÓW UCZENIA SIĘ DLA KIERUNKU		
Lp.	**Opis przedmiotowych efektów uczenia się**	**Odniesienie do efektu kierunkowego**
	Wiedza:	
P_W01	Zna w zaawansowanym stopniu strukturę gramatyczno-leksykalną języka obcego na poziomie A2+, jak też określone słownictwo ogólne w ramach katalogu tematów związanych z sytuacjami życia codziennego oraz funkcjonowaniu w otoczeniu biznesowym.	K_W21
P_W02	Zna w zaawansowanym stopniu zwroty typowe dla rozmów formalnych i nieformalnych oraz zasady i konwencje korespondencji pisemnej, zwłaszcza w zakresie biznesowym (e-mail, CV, list motywacyjny, reklamacja).	K_W21
	Umiejętności:	
P_U01	Posiada umiejętność wyrażania w wypowiedziach konkretnych intencji oraz porozumiewania się w sytuacjach życia codziennego oraz w podstawowych sytuacjach biznesowych, posiada umiejętność formułowania wypowiedzi ustnych i pisemnych.	K_U03, K_U08, K_U21
P_U02	Potrafi napisać tekst na zadany temat, przekazując istotne informacje w sytuacjach codziennych i w prostych sytuacjach biznesowych.	K_U08
	Kompetencje społeczne:	
P_K01	Jest gotów radzić sobie w większości sytuacji komunikacyjnych, nawiązywać kontakty osobiste i handlowe w miejscu pracy.	K_K01, K_K05
P_K02	Jest świadomy roli kompetencji językowych w rozwiązywaniu problemów zawodowych.	K_K07

TREŚCI KSZTAŁCENIA		
Lp.	**Lektorat:**	**Odniesienie do przedmiotowych efektów uczenia się**
L.1	Przedstawienie własnej osoby. Nawiązywanie kontaktów. Kraje i narodowości. Czas teraźniejszy Pr*äsens, czasowniki regularne i nieregularne w czasie teraźniejszym* Pr*äsens.*	P_W01, P_W02, P_U01, P_U02, P_K01, P_K02
L.2	Praca, zatrudnienie, CV, list motywacyjny. Zdania proste i złożone, spójniki.	P_W01, P_W02, P_U01, P_U02, P_K01, P_K02
L.3	Miasto. Instytucje w mieście. Droga do pracy. Czas przeszły prosty Imperfekt.	P_W01, P_W02, P_U01, P_U02, P_K01, P_K02
L.4	Plany i podróże. Na lotnisku, w hotelu, Dienstreise – podróż służbowa. Wyrażanie przyszłości. Czas przyszły Futur I, okoliczniki czasu.	P_W01, P_W02, P_U01, P_U02, P_K01, P_K02

L.5	Rozmowa telefoniczna. Firma - rozmowa przez telefon – podstawowe zwroty, podawanie informacji na temat firmy. Przymiotniki - stopniowanie. Rodzajniki określone i nieokreślone, zaimki dzierżawcze.	P_W01, P_W02, P_U01, P_U02, P_K01, P_K02
L.6	Dom. Wynajem pokoju/mieszkania (kaucja, rachunki). Przyimki z Dativem i Akkusativem.	P_W01, P_W02, P_U01, P_U02, P_K01, P_K02
L.7	Restauracja, żywienie, potrawy; Zakupy, składanie reklamacji. Czas przeszły Imperfekt, czasowniki regularne i nieregularne w trzech formach.	P_W01, P_W02, P_U01, P_U02, P_K01, P_K02
L.8	Na lotnisku, w hotelu, business trip. Czasowniki modalne.	P_W01, P_W02, P_U01, P_U02, P_K01, P_K02
Lp.	**Praca własna:**	**Odniesienie do przedmiotowych efektów uczenia się**
PW1	Wykonanie pracy pisemnej na zadany przez wykładowcę temat, tłumaczenie zadanego tekstu i zaprezentowanie go.	P_U01, P_U02
PW2	Praca z tekstem, praca ze słownikiem, wykonywanie ćwiczeń gramatycznych - przygotowanie do zajęć i zaliczenia.	P_W01, P_W02, P_U01, P_U02, P_K01, P_K02

LITERATURA PRZEDMIOTU ORAZ INNE MATERIAŁY DYDAKTYCZNE

Literatura podstawowa przedmiotu:

- Andrea Finster, *Panorama Kursbuch, Deutsch als Fremdsprache,* Wyd. Cornelsen, München 2017.
- Andrea Finster, *Panorama Übungsbuch, Deutsch als Fremdsprache,* Wyd. Cornelsen, München 2017.
- Chabros E., Grzywacz J., *Wielka gramatyka języka niemieckiego: teoria, przykłady, ćwiczenia*, Wydawnictwo Edgard, Warszawa 2019.
- *Wielka gramatyka niemiecka z ćwiczeniami A1-C1*, Wydawnictwo LektorKlett, Poznań 2018.
- *DaF im Unternehmen B2*, ćwiczenia, Wydawnictwo LektorKlett 2020.

Literatura uzupełniająca przedmiotu:

- Maciej Nietrzebka, *Alles klar Grammatik,* Wyd. WSIP 2914.
- Bęza S., *Repetytorium z gramatyki języka niemieckiego dla średniozaawansowanych i zaawansowanych*, Wydawnictwo Szkolne PWN, Warszawa 2019.
- Hering A., Matussek M., Verlag H., *„Geschäftskommunikation”.*
- Conlin C., *„Unternehmen Deutsch” Lehrwerk für Wirtschaftsdeutsch,* Klett Edition Deutsch.
- Wiseman Ch., *„Unternehmen Deutsch“ Lehrwerk für Wirtschaftsdeutsch,* Klett Edition Deutsch –Arbeitsheft.
- *Tangram aktuell 2* Hueber Verlag.

Inne materiały dydaktyczne:

- opracowania własne prowadzącego, środki audio-wizualne,
- kanały YouTube wyjaśniające wybrane kwestie gramatyczne,
- dostępne w Internecie interaktywne ćwiczenia online wybrane przez prowadzącego,
- artykuły niemieckojęzyczne.

OGÓLNE INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE		
NAZWA PRZEDMIOTU:	**Język niemiecki 2**	
Nazwa kierunku studiów, poziom kształcenia:	**Zarządzanie, studia I stopnia**	
Profil kształcenia:	**OGÓLNOAKADEMICKI**	
Rodzaj modułu kształcenia:	**Ogólnouczelniany / do wyboru**	
Punkty ECTS:	**3 ECTS**	
Wymiar godzin:	**75 h**	
Sposoby weryfikacji i oceny efektów uczenia:	**Zaliczenie z oceną**	

PRZEDMIOTOWE EFEKTY UCZENIA SIĘ Z ODNIESIEM DO EFEKTÓW UCZENIA SIĘ DLA KIERUNKU		
Lp.	**Opis przedmiotowych efektów uczenia się**	**Odniesienie do efektu kierunkowego**
	Wiedza:	
P_W01	Zna w zaawansowanym stopniu strukturę gramatyczno-leksykalną języka obcego na poziomie B1 oraz posługuje się określonym słownictwem ogólnym (dotyczącym życia codziennego) i fachowym (w zakresie otoczenia biznesowego i podstawowych kategorii odnoszących się do zarządzania).	K_W21
P_W02	Zna w zaawansowanym stopniu zwroty typowe dla rozmów formalnych i nieformalnych oraz zasady i konwencje korespondencji pisemnej, zwłaszcza w zakresie biznesu i zarządzania (dokumentacja biurowa, HR, obsługa klienta).	K_W21
	Umiejętności:	
P_U01	Posiada umiejętność płynnego komunikowania w sytuacjach życia codziennego oraz w prostych sytuacjach biznesowych, posiada umiejętność formułowania wypowiedzi ustnych i pisemnych	K_U03, K_U08, K_U21
P_U02	Potrafi napisać tekst na zadany temat, przekazując istotne informacje i wyrażając swoją opinię w odniesieniu do codziennych sytuacji jak i do sytuacji typowych dla otoczenia biznesowego, potrafiąc zastosować podstawowe słownictwo z zakresu zarządzania w organizacji.	K_U08
P_U03	Umie wyszukiwać przydatne informacje w tekstach dotyczących życia codziennego, biznesu oraz odszukiwać główną myśl całego tekstu i poszczególnych akapitów.	K_U08
	Kompetencje społeczne:	
P_K01	Jest gotów radzić sobie w większości sytuacji komunikacyjnych, zarówno dotyczących sytuacji życia codziennego, jak i otoczenia biznesowego.	K_K01, K_K05
P_K02	Jest świadomy roli kompetencji językowych w rozwiązywaniu problemów zawodowych.	K_K07

TREŚCI KSZTAŁCENIA		
Lp.	**Lektorat:**	**Odniesienie do przedmiotowych efektów uczenia się**
L.1	Kwalifikacje, szkolenia, umiejętności, kompetencje zawodowe. Konstrukcje bezokolicznikowe.	P_W01, P_W02, P_U01, P_U02, P_U03, P_K01, P_K02
L.2	Rozwiązywanie problemów, udzielanie rad. Zdania warunkowe rodzaj I i II, czasownik modalny sollen.	P_W01, P_W02, P_U01, P_U02, P_U03, P_K01, P_K02
L.3	Doświadczenia życiowe, w tym związane z miejscem pracy. Spójniki nachdem, seitdem i bevor.	P_W01, P_W02, P_U01, P_U02,

		P_U03, P_K01, P_K02
L.4	Biuro – praca w biurze, procedury biurowe, umiejętność obsługiwania sprzętów biurowych, wyposażenie biura, artykuły biurowe, sprzęt komputerowy i biurowy. Spójniki czasowe.	P_W01, P_W02, P_U01, P_U02, P_U03, P_K01, P_K02
L5	Prezentacja zmian w wielkościach, opis infografiki, wykresu. Czasownik werden, okoliczniki czasu do wyrażania zachodzących zmian.	P_W01, P_W02, P_U01, P_U02, P_U03, P_K01, P_K02
L.6	Relacjonowanie przeszłych sytuacji i wydarzeń. Czas przeszły Perfekt, czasowniki opisujące zmianę stanu.	P_W01, P_W02, P_U01, P_U02, P_U03, P_K01, P_K02
L.7	Produkty i usługi. Zapewnienia satysfakcji klienta. Gwarancja. Forma opisowa trybu przypuszczającego. Czasowniki modalne w trybie przypuszczającym.	P_W01, P_W02, P_U01, P_U02, P_U03, P_K01, P_K02
L.8	Pieniądz w biznesie. Opłacalność transakcji, rozmowy o cenie, wartości, negocjacje biznesowe. Strona bierna.	P_W01, P_W02, P_U01, P_U02, P_U03, P_K01, P_K02
Lp.	**Praca własna:**	**Odniesienie do przedmiotowych efektów uczenia się**
PW1	Wykonanie pracy pisemnej na zadany przez wykładowcę temat, tłumaczenie zadanego tekstu i zaprezentowanie go.	P_U01, P_U02
PW2	Praca z tekstem, praca ze słownikiem, wykonywanie ćwiczeń gramatycznych - przygotowanie do zajęć i zaliczenia.	P_W01, P_W02, P_U01, P_U02, P_U03, P_K01, P_K02

LITERATURA PRZEDMIOTU ORAZ INNE MATERIAŁY DYDAKTYCZNE

Literatura podstawowa przedmiotu:

- Andrea Finster, *Panorama Kursbuch, Deutsch als Fremdsprache,* Wyd. Cornelsen, München 2017.
- Andrea Finster, *Panorama Übungsbuch, Deutsch als Fremdsprache,* Wyd. Cornelsen, 2 München 2017.
- Chabros E., Grzywacz J., *Wielka gramatyka języka niemieckiego: teoria, przykłady, ćwiczenia*, Wydawnictwo Edgard, Warszawa 2019.
- *Wielka gramatyka niemiecka z ćwiczeniami A1-C1*, Wydawnictwo LektorKlett, Poznań 2019.
- *DaF im Unternehmen B2*, *ćwiczenia*, Wydawnictwo LektorKlett 2020.

Literatura uzupełniająca przedmiotu:

- Maciej Nietrzebka, *Alles klar Grammatik,* Wyd. WSIP 2014.
- Bęza S., *Repetytorium z gramatyki języka niemieckiego dla średniozaawansowanych i zaawansowanych*, Wydawnictwo Szkolne PWN, Warszawa 2019.
- Hering A., Matussek M., Verlag H., *„Geschäftskommunikation”*.
- Conlin C., *„Unternehmen Deutsch” Lehrwerk für Wirtschaftsdeutsch,* Klett Edition Deutsch.
- Wiseman Ch., *„Unternehmen Deutsch“ Lehrwerk für Wirtschaftsdeutsch,* Klett Edition Deutsch –Arbeitsheft.
- *Tangram aktuell 2* Hueber Verlag.

Inne materiały dydaktyczne:

- opracowania własne prowadzącego, środki audio-wizualne,
- kanały YouTube wyjaśniające wybrane kwestie gramatyczne,
- dostępne w Internecie interaktywne ćwiczenia online wybrane przez prowadzącego,
- artykuły niemieckojęzyczne.

OGÓLNE INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE		
NAZWA PRZEDMIOTU:	**Język niemiecki 3**	
Nazwa kierunku studiów, poziom kształcenia:	**Zarządzanie, studia I stopnia**	
Profil kształcenia:	**OGÓLNOAKADEMICKI**	
Rodzaj modułu kształcenia:	**Ogólnouczelniany / do wyboru**	
Punkty ECTS:	**3 ECTS**	
Wymiar godzin:	**75 h**	
Sposoby weryfikacji i oceny efektów uczenia:	**Zaliczenie z oceną**	

PRZEDMIOTOWE EFEKTY UCZENIA SIĘ Z ODNIESIEM DO EFEKTÓW UCZENIA SIĘ DLA KIERUNKU		
Lp.	**Opis przedmiotowych efektów uczenia się**	**Odniesienie do efektu kierunkowego**
	Wiedza:	
P_W01	Zna w zaawansowanym stopniu strukturę gramatyczno-leksykalną języka obcego na poziomie B1+, ze szczególnym uwzględnieniem specjalistycznego słownictwa z zakresu organizacji, marketingu, finansów i relacji biznesowych.	K_W21
P_W02	Zna w zaawansowanym stopniu zasady i konwencje tworzenia pisemnej korespondencji biznesowej (raporty, listy, pisma, wyceny, zamówienia) oraz zwroty stosowane w bezpośrednich kontaktach na szczeblu profesjonalnym.	K_W21
	Umiejętności:	
P_U01	Posiada umiejętność formułowania wypowiedzi ustnych i pisemnych z wykorzystaniem słownictwa typowego dla relacji biznesowych, w tym dla obszaru zarządzania, korespondencji handlowej oraz w zakresie tematyki problemów społecznych.	K_U03, K_U08, K_U21
P_U02	Potrafi porozumieć się w sytuacjach rutynowych, wymagających bezpośredniej wymiany informacji na tematy związane z biznesem obszaru zarządzania, a także dotyczących problemów społecznych.	K_U03, K_U08, K_U21
P_U03	Potrafi prowadzić korespondencję handlową dotyczącą aspektów funkcjonowania organizacji z obszaru zarządzaniu.	K_U08
	Kompetencje społeczne:	
P_K01	Jest gotów radzić sobie w większości sytuacji komunikacyjnych, nawiązywać kontakty osobiste i handlowe w miejscu pracy, prowadzić negocjacje biznesowe.	K_K01, K_K05
P_K02	Jest świadomy roli kompetencji językowych w rozwiązywaniu problemów zawodowych.	K_K07

TREŚCI KSZTAŁCENIA		
Lp.	**Lektorat:**	**Odniesienie do przedmiotowych efektów uczenia się**
L.1	Korespondencja handlowa; struktura, styl, zapytania ofertowe. Spójniki: weil, da, denn, aus diesem Grund, daher, deshalb, deswegen.	P_W01, P_W02, P_U01, P_U02, P_U03, P_K01 P_K02
L.2	Korespondencja handlowa; odpowiedzi na zapytania ofertowe, wyceny, zamówienia; Strona bierna Passiv w czasie teraźniejszym i czasach przeszłych.	P_W01, P_W02, P_U01, P_U02, P_U03, P_K01 P_K02
L.3	Korespondencja handlowa: płatności, składanie reklamacji, odpowiedź na reklamację; Zdania warunkowe rodzaj II, zdania warunkowe mieszane.	P_W01, P_W02, P_U01, P_U02,

		P_U03, P_K01 P_K02
L.4	Poznawanie podstawowych pojęć ekonomicznych. Problemy społeczne - bezrobocie, bezdomność - wyrażanie przypuszczeń, opinii..	P_W01, P_W02, P_U01, P_U02, P_U03, P_K01 P_K02
L.5	Zarządzanie konfliktem w organizacji i planowanie w biznesie oraz wzmacnianie pozycji konkurencyjnej. Przymiotniki zakończone na - ig, -isch, -lich, -bar, -haft, -los.	P_W01, P_W02, P_U01, P_U02, P_U03, P_K01 P_K02
L.6	Specyfika zarządzania zespołem pracowniczym. Cechy dobrego menadżera. Zarządzanie zasobami ludzkimi - pracy w HR. Wyrażanie przymusu i obowiązku w czasach: Pr*äsens i Imperfekt.*	P_W01, P_W02, P_U01, P_U02, P_U03, P_K01 P_K02
L.7	Specyfika pracy w firmie z obszaru zarządzania. Prezentacja firmy lub organizacji funkcjonującej na rynku. Słowotwórstwo: tworzenie rzeczowników od czasowników.	P_W01, P_W02, P_U01, P_U02, P_U03, P_K01 P_K02
L.8	Kontakty z przedsiębiorstwem z obszaru zarządzania. Negocjacje biznesowe. Spójniki zdania pobocznego.	P_W01, P_W02, P_U01, P_U02, P_U03, P_K01 P_K02
Lp.	**Praca własna:**	**Odniesienie do przedmiotowych efektów uczenia się**
PW1	Wykonanie pracy pisemnej na zadany przez wykładowcę temat, tłumaczenie zadanego tekstu i zaprezentowanie go.	P_U01, P_U02
PW2	Praca z tekstem, praca ze słownikiem, wykonywanie ćwiczeń gramatycznych - przygotowanie do zajęć i zaliczenia.	P_W01, P_W02, P_U01, P_U02, P_U03, P_K01, P_K02

LITERATURA PRZEDMIOTU ORAZ INNE MATERIAŁY DYDAKTYCZNE

Literatura podstawowa przedmiotu:

- Bajerski N., *Weitblick: Deutsch als Fremdsprache, Kursbuch und Arbeitsbuch*, Cornelsen, München 2019.
- Chabros E., Grzywacz J., *Wielka gramatyka języka niemieckiego: teoria, przykłady, ćwiczenia*, Wydawnictwo Edgard, Warszawa 2019.
- *DaF im Unternehmen B2*, ćwiczenia, Wydawnictwo LektorKlett 2020.
- Sachs R., Abegg B., *A Short Course in Commercial Correspondence, Kurzlehrgang der englischen Handelskorrespondenz für die Berufspraxis*, New Edition, Wyd. Hueber 2015.

Literatura uzupełniająca przedmiotu:

- Jan Iluk, *Polsko – niemiecki słownik wyrażeń i zwrotów lekcyjnych*, Wyd. Szkolne i Pedagogiczne, 2004.
- Repetytorium maturalne poziom rozszerzony, Wyd. Pearson, 2017.
- Maciej Nietrzebka, *Alles klar Grammatik,* Wyd. Szkolne i Pedagogiczne, 2014.
- Bęza S., *Repetytorium z gramatyki języka niemieckiego dla średniozaawansowanych i zaawansowanych*, Wydawnictwo Szkolne PWN, Warszawa 2019.
- Hering A., Matussek M., Verlag H., *„Geschäftskommunikation”*.
- *Wielka gramatyka niemiecka z ćwiczeniami A1-C1*, Wydawnictwo LektorKlett, Poznań 2018.
- Conlin C., *„Unternehmen Deutsch” Lehrwerk für Wirtschaftsdeutsch,* Klett Edition Deutsch.
- Wiseman Ch., *„Unternehmen Deutsch“ Lehrwerk für Wirtschaftsdeutsch,* Klett Edition Deutsch –Arbeitsheft.
- *Tangram aktuell 2* Hueber Verlag.

Inne materiały dydaktyczne:

- opracowania własne prowadzącego, środki audio-wizualne,
- kanały YouTube wyjaśniające wybrane kwestie gramatyczne i leksykalne,

- dostępne w Internecie interaktywne ćwiczenia online wybrane przez prowadzącego,
- artykuły niemieckojęzyczne, np. z Deutsche Welle.

OGÓLNE INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE		
NAZWA PRZEDMIOTU:	**Język niemiecki 4**	
Nazwa kierunku studiów, poziom kształcenia:	**Zarządzanie, studia I stopnia**	
Profil kształcenia:	**OGÓLNOAKADEMICKI**	
Rodzaj modułu kształcenia:	**ogólnouczelniany / do wyboru**	
Punkty ECTS:	**3 ECTS**	
Wymiar godzin:	**75 h**	
Sposoby weryfikacji i oceny efektów uczenia:	**Egzamin**	

PRZEDMIOTOWE EFEKTY UCZENIA SIĘ Z ODNIESIEM DO EFEKTÓW UCZENIA SIĘ DLA KIERUNKU		
Lp.	**Opis przedmiotowych efektów uczenia się**	**Odniesienie do efektu kierunkowego**
	Wiedza:	
P_W01	Zna w zaawansowanym stopniu strukturę gramatyczno-leksykalną języka obcego na poziomie B2, ze szczególnym uwzględnieniem specjalistycznego słownictwa z zakresu organizacji, marketingu, finansów i relacji biznesowych.	K_W21
P_W02	Zna w zaawansowanym stopniu zasady i konwencje tworzenia pisemnej korespondencji z zakresu zarządzania oraz zwroty stosowane w rozmowach i negocjacjach biznesowych.	K_W21
	Umiejętności:	
P_U01	Posiada umiejętność swobodnej komunikacji językowej w zakresie tematyki związanej z życiem codziennym oraz z prowadzeniem biznesu.	K_U03, K_U08, K_U21
P_U02	Potrafi napisać tekst na poziomie zaawansowanym na zadany temat, przekazując istotne informacje, wyrażając swoją opinię posługując się słownictwem dotyczącym prawnych, finansowych, gospodarczych i wizerunkowych aspektów prowadzenia biznesu.	K_U03, K_U08
P_U03	Streszcza pisemnie i referuje teksty związane z kierunkiem studiów zarządzanie.	K_U08
P_U04	Wyszukuje przydatne informacje w tekstach dotyczących kierunku studiów zarządzanie.	K_U08
	Kompetencje społeczne:	
P_K01	Jest gotów radzić sobie w większości sytuacji komunikacyjnych, nawiązywać kontakty handlowe w miejscu pracy wykorzystując słownictwo dotyczące prowadzenia biznesu.	K_K01, K_K05
P_K02	Jest świadomy roli kompetencji językowych w rozwiązywaniu problemów zawodowych.	K_K07

TREŚCI KSZTAŁCENIA		
Lp.	**Lektorat:**	**Odniesienie do przedmiotowych efektów uczenia się**
L.1	Prowadzenie biznesu, finanse, oszczędzanie, waluta; Bank, bankomat. Strona bierna - wszystkie czasy, część 1.	P_W01, P_W02, P_U01, P_U04, P_K01 P_K02
L.2	Organizacja państwa: rząd, prezydent, parlament, wybory; Strona bierna - wszystkie czasy, część 2.	P_W01, P_W02, P_U01, P_U02, P_U03, P_U04, P_K01 P_K02
L.3	Sytuacja polityczna i gospodarcza na świecie. Wpływ pandemii na gospodarkę światową. Problemy społeczne - migracja, rasizm, uprzedzenia, epidemia – zdania warunkowe (der Konditionalsatz).	P_W01, P_W02, P_U01, P_U02, P_U03, P_U04, P_K01 P_K02

L.4	Prawo, prawo gospodarcze, prawo transportowe, sąd. Mowa zależna – indirekte Rede.	P_W01, P_W02, P_U01, P_U02, P_U03, P_U04, P_K01 P_K02
L.5	Zarządzanie a ochrona środowiska, przyroda, katastrofy naturalne. CSR – analiza dobrych praktyk. Wybrane czasowniki frazowe -Rektion der Verben.	P_W01, P_W02, P_U01, P_U02, P_U03, P_U04, P_K01 P_K02
L.6	Prowadzenie rozmów w typowych sytuacjach biznesowych. Wydawanie poleceń. Nawiązywanie rozmowy – dialogi podczas spotkań biznesowych. Słownictwo formalne i potoczne Mowa zależna - indirekte Rede w czasach przeszłych.	P_W01, P_W02, P_U01, P_K01 P_K02
L.7	Kariera zawodowa w obszarze zarządzania, typy pracy, praca zdalna, awans; użycie gerund vs infinitive. Marketing, reklama, handel – omawianie pomysłów, udzielanie rad, sugerowanie, pomysł na biznes.	P_W01, P_W02, P_U01, P_U04, P_K01 P_K02
L.8	Podstawowe różnice między językiem niemieckim w Niemczech, Austrii i Szwajcarii. Zdania życzeniowe.	P_W01, P_W02, P_U01, P_U04, P_K01 P_K02
Lp.	**Praca własna:**	**Odniesienie do przedmiotowych efektów uczenia się**
PW1	Wykonanie pracy pisemnej na zadany przez wykładowcę temat, tłumaczenie zadanego tekstu i zaprezentowanie go.	P_U01, P_U02, P_U03, P_U04
PW2	Praca z tekstem, praca ze słownikiem, wykonywanie ćwiczeń gramatycznych - przygotowanie do zajęć i zaliczenia.	P_W01, P_W02, P_U01, P_U02, P_U03, P_U04, P_K01, P_K02

LITERATURA PRZEDMIOTU ORAZ INNE MATERIAŁY DYDAKTYCZNE

Literatura podstawowa przedmiotu:

- Bajerski N., *Weitblick: Deutsch als Fremdsprache, Kursbuch und Arbeitsbuch*, Cornelsen 2019.
- Chabros E., Grzywacz J., *Wielka gramatyka języka niemieckiego: teoria, przykłady, ćwiczenia*, Wydawnictwo Edgard, Warszawa 2019.
- *DaF im Unternehmen B2*, ćwiczenia, Wydawnictwo LektorKlett 2020.

Literatura uzupełniająca przedmiotu:

- Jan Iluk, *Polsko – niemiecki słownik wyrażeń i zwrotów lekcyjnych*, Wyd. Szkolne i Pedagogiczne, 2004.
- Repetytorium maturalne poziom rozszerzony, Wyd. Pearson, 2017.
- Maciej Nietrzebka, *Alles klar Grammatik,* Wyd. Szkolne i Pedagogiczne, 2004.
- Bęza S., *Repetytorium z gramatyki języka niemieckiego dla średniozaawansowanych i zaawansowanych*, Wydawnictwo Szkolne PWN, Warszawa 2019.
- *Wielka gramatyka niemiecka z ćwiczeniami A1-C1*, Wydawnictwo LektorKlett, Poznań 2018.
- Conlin C., *„Unternehmen Deutsch" Lehrwerk für Wirtschaftsdeutsch,* Klett Edition Deutsch.
- Wiseman Ch., *„Unternehmen Deutsch" Lehrwerk für Wirtschaftsdeutsch,* Klett Edition Deutsch –Arbeitsheft.
- *Tangram aktuell 2* Hueber Verlag.

Inne materiały dydaktyczne:

- opracowania własne prowadzącego, środki audio-wizualne,
- kanały YouTube wyjaśniające wybrane kwestie gramatyczne i leksykalne,
- dostępne w Internecie interaktywne ćwiczenia online wybrane przez prowadzącego,
- artykuły niemieckojęzyczne.

OGÓLNE INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE	
NAZWA PRZEDMIOTU:	**Filozofia**
Nazwa kierunku studiów, poziom kształcenia:	**Zarządzanie, studia I stopnia**
Profil kształcenia:	**OGÓLNOAKADEMICKI**
Rodzaj modułu kształcenia:	**ogólnouczelniany**
Punkty ECTS:	**3 ECTS**
Wymiar godzin:	**75 h**
Sposoby weryfikacji i oceny efektów uczenia:	**Zaliczenie z oceną**

PRZEDMIOTOWE EFEKTY UCZENIA SIĘ Z ODNIESIEM DO EFEKTÓW UCZENIA SIĘ DLA KIERUNKU		
Lp.	**Opis przedmiotowych efektów uczenia się**	**Odniesienie do efektu kierunkowego**
	Wiedza:	
P_W01	Zna w zaawansowanym stopniu ewolucję nurtów filozoficznych od starożytności po współczesność oraz ich wpływ na kształtowanie się doktryn społeczno-gospodarczych.	K_W01, K_W05
P_W02	Zna w zaawansowanym stopniu koncepcje etyczne (deontologia, utylitaryzm, etyka cnót) stanowiące podstawę do analizy dylematów moralnych, społecznej odpowiedzialności biznesu oraz wyzwań etycznych sztucznej inteligencji (AI).	K_W12, K_W21
	Umiejętności:	
P_U01	Student potrafi formułować i analizować problemy filozoficzne w zakresie oceny natury i przyczyn zjawisk i procesów.	K_U06
P_U02	Student potrafi posługiwać się wybranymi koncepcjami filozoficznymi w celu oceny natury i przyczyn zjawisk oraz procesów społecznych i organizacyjnych.	K_U01
	Kompetencje społeczne:	
P_K01	Student jest gotów do formułowania, uzasadniania i obrony własnych sądów oraz poglądów w dyskusji, zarówno w kontekście zawodowym, jak i akademickim.	K_K09
P_K02	Student jest gotów do krytycznej refleksji nad społecznymi konsekwencjami podejmowanych decyzji oraz do działania zgodnego z zasadami etycznymi.	K_K04

TREŚCI KSZTAŁCENIA		
Lp.	**Wykład:**	**Odniesienie do przedmiotowych efektów uczenia się**
W1	Główne nurty filozofii starożytnej (Sokrates, Platon, Arystoteles, stoicyzm, epikureizm).	P_W01, P_W02
W2	Myśl filozoficzna średniowiecza i nowożytności (św. Tomasz, Descartes, Kant).	P_W01, P_W02
W3	Nurty filozofii współczesnej i jej wpływ na nauki społeczno-gospodarcze.	P_W01, P_W02
W4	Etyczne wymiary zarządzania w dobie cyfryzacji i sztucznej inteligencji.	P_W01, P_W02
W5	Aksjologia organizacji i podstawy filozoficzne odpowiedzialności społecznej.	P_W01, P_W02
W6	Filozofia nauki a metodologia badań w naukach o zarządzaniu.	P_W01, P_W02

W7	Podsumowanie nurtów filozoficznych i ich aplikacja w praktyce menedżerskiej.	P_W01, P_W02
Lp.	**Ćwiczenia:**	**Odniesienie do przedmiotowych efektów uczenia się**
Ćw1	Analiza porównawcza tekstów filozoficznych w kontekście współczesnych problemów społecznych.	P_U01, P_U02, P_K01, P_K02
Ćw2	Stoicyzm a odporność psychiczna i przywództwo we współczesnej organizacji.	P_U01, P_U02, P_K01, P_K02
Ćw3	Dylematy etyczne w biznesie (CSR, ESG, AI) – debata i praca z przypowieścią/case study.	P_U01, P_U02, P_K01, P_K02
Ćw4	Ocena natury i przyczyn zjawisk społecznych na bazie koncepcji filozoficznych.	P_U01, P_U02, P_K01, P_K02
Ćw5	Argumentacja filozoficzna w obronie własnych sądów i postaw etycznych.	P_U01, P_U02, P_K01, P_K02
Ćw6	Analiza wybranych kazusów moralnych w działalności przedsiębiorstwa.	P_U01, P_U02, P_K01, P_K02
Ćw7	Prezentacja i obrona esejów filozoficzno-etycznych.	P_U01, P_U02, P_K01, P_K02
Lp.	**Praca własna:**	**Odniesienie do przedmiotowych efektów uczenia się**
PW1	Zapoznanie się z literatura przedmiotu	P_W01, P_W02
PW2	Samodzielna praca związana z wykonaniem eseju w temacie oceny możliwości wykorzystania wybranych koncepcji filozoficznych we współczesnej problematyce zawodowej i osobistej.	P_W01, P_W02, P_U01, P_U02, P_K01, P_K02

LITERATURA PRZEDMIOTU ORAZ INNE MATERIAŁY DYDAKTYCZNE

Literatura podstawowa przedmiotu:

- Bartkowiak R., *Historia myśli ekonomicznej*, PWE, Warszawa 2019.
- Irvine W. B., *Wyzwanie stoika. Jak dzięki filozofii odnaleźć w sobie siłę spokój, odporność psychiczną*, Insignis, Warszawa 2020.
- Tatarkiewicz W., *Historia filozofii. T. I – III*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2014.

Literatura uzupełniająca przedmiotu:

- Nigel W., *Krótka historia filozofii*, Wydawnictwo RM 2020
- Kuc B. R., *Aksjologia organizacji i zarządzania: na krawędzi kryzysu wartości*, Ementon Monika Niewirowska, Warszawa 2015.

Inne materiały dydaktyczne:

- Prezentacje multimedialne.

OGÓLNE INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE	
NAZWA PRZEDMIOTU:	**Socjologia**
Nazwa kierunku studiów, poziom kształcenia:	**Zarządzanie, studia I stopnia**
Profil kształcenia:	**OGÓLNOAKADEMICKI**
Rodzaj modułu kształcenia:	**ogólnouczelniany / do wyboru**
Punkty ECTS:	**3 ECTS**
Wymiar godzin:	**75 h**
Sposoby weryfikacji i oceny efektów uczenia:	**Zaliczenie z oceną**

PRZEDMIOTOWE EFEKTY UCZENIA SIĘ Z ODNIESIEM DO EFEKTÓW UCZENIA SIĘ DLA KIERUNKU		
Lp.	**Opis przedmiotowych efektów uczenia się**	**Odniesienie do efektu kierunkowego**
	Wiedza:	
P_W01	Zna w zaawansowanym stopniu kluczowe teorie socjologiczne, pojęcia struktury i więzi społecznej oraz metody badania zjawisk zachodzących w grupach i organizacjach	K_W02, K_W14
P_W02	Zna w zaawansowanym stopniu mechanizmy procesów socjalizacji, stratyfikacji i konfliktów społecznych oraz ich wpływ na zachowania jednostek w środowisku pracy.	K_W02, K_W21
P_W03	Zna w zaawansowanym stopniu rodzaje systemów społecznych.	K_W02
	Umiejętności:	
P_U01	Ocenia wybrane rozwiązania zasadniczych problemów społecznych.	K_U11
P_U02	Przewiduje zachowania społeczne członków organizacji w typowych sytuacjach i analizuje wybrane motywy tych zachowań.	K_U19
	Kompetencje społeczne:	
P_K01	Jest gotów do uwzględniania wiedzy socjologicznej w analizie zjawisk społecznych zachodzących w organizacjach i ich otoczeniu.	K_K07
P_K02	Jest gotów do uwzględniania zasad etycznych w ocenie i rozwiązywaniu problemów występujących w życiu społecznym.	K_K04

TREŚCI KSZTAŁCENIA		
Lp.	**Wykład:**	**Odniesienie do przedmiotowych efektów uczenia się**
W1	Socjologia jako dziedzina nauki. Podstawowe wybrane koncepcje i metody socjologiczne.	P_W01, P_W02, P_W03
W2	Ideologia i światopogląd. Krótki zarys historii społecznej.	P_W01, P_W02, P_W03
W3	Przemiany społeczne XIX i XX wieku. Kształtowanie się społeczeństwa przemysłowego.	P_W01, P_W02, P_W03
W4	Ustroje i reżimy społeczno-polityczne: komunizm, faszyzm, nazizm.	P_W01, P_W02, P_W03
W5	Krótki zarys historii religii i jej wpływ na społeczeństwo.	P_W01, P_W02, P_W03
W6	Struktura społeczna, stratyfikacja i więzi w nowoczesnych organizacjach.	P_W01, P_W02, P_W03

W7	Procesy globalizacji i ich wpływ na współczesne struktury społeczne.	P_W01, P_W02, P_W03
Lp.	**Ćwiczenia:**	**Odniesienie do przedmiotowych efektów uczenia się**
Ćw1	Metody i narzędzia badań socjologicznych. Zastosowanie socjologii w zarządzaniu.	P_U01, P_U02, P_K01, P_K02
Ćw2	Konflikt społeczny – przyczyny, rodzaje. Style i narzędzia mediacji.	P_U01, P_U02, P_K01, P_K02
Ćw3	Główne wyzwania i wybrane problemy społeczne współczesnego świata, Europy i Polski.	P_U01, P_U02, P_K01, P_K02
Ćw4	Analiza zachowań społecznych członków organizacji w typowych sytuacjach.	P_U01, P_U02, P_K01, P_K02
Ćw5	Uwarunkowania kulturowe i etyczne w rozwiązywaniu problemów społecznych	P_U01, P_U02, P_K01, P_K02
Ćw6	Praktyczne wykorzystanie wiedzy socjologicznej w działalności gospodarczej.	P_U01, P_U02, P_K01, P_K02
Ćw7	Zaliczenie – prezentacje wybranych zagadnień z zakresu socjologii.	P_U01, P_U02, P_K01, P_K02
Lp.	**Praca własna:**	**Odniesienie do przedmiotowych efektów uczenia się**
PW1	Zapoznanie się z literaturą przedmiotu, opracowanie tekstów źródłowych i przygotowanie do zaliczenia przedmiotu.	P_W01, P_W02, P_W03

LITERATURA PRZEDMIOTU ORAZ INNE MATERIAŁY DYDAKTYCZNE

Literatura podstawowa przedmiotu:

- Sztompka P., Socjologia, wykłady o społeczeństwie, Wydawnictwo Znak Kraków, 2021
- Giddens A., *Socjologia*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2020.
- Giddens A., Sutton P. W., *Socjologia. Kluczowe pojęcia*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2018.

Literatura uzupełniająca przedmiotu:

- Kozłowska U., Sikorski T., Z dziejów nurtu chrześcijańsko-społecznego w polskiej socjologii, Wydawnictwo Instytut Pamięci Narodowej, IPN, 2022.
- Goodman N., Wstęp do socjologii, Zysk i S-ka, Poznań 2017.
- Sztompka P., *Socjologia: analiza społeczeństwa*, Kraków 2015.

Inne materiały dydaktyczne:

- Prezentacje multimedialne, case study, materiał filmowy

OGÓLNE INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE	
NAZWA PRZEDMIOTU:	**Psychologia**
Nazwa kierunku studiów, poziom kształcenia:	**Zarządzanie, studia I stopnia**
Profil kształcenia:	**OGÓLNOAKADEMICKI**
Rodzaj modułu kształcenia:	**ogólnouczelniany / do wyboru**
Punkty ECTS:	**3 ECTS**
Wymiar godzin:	**75 h**
Sposoby weryfikacji i oceny efektów uczenia:	**Zaliczenie z oceną**

PRZEDMIOTOWE EFEKTY UCZENIA SIĘ Z ODNIESIEM DO EFEKTÓW UCZENIA SIĘ DLA KIERUNKU

Lp.	Opis przedmiotowych efektów uczenia się	Odniesienie do efektu kierunkowego
	Wiedza:	
P_W01	Zna w zaawansowanym stopniu psychologiczne teorie osobowości, mechanizmy percepcji i atrybucji oraz uwarunkowania funkcjonowania człowieka w organizacji.	K_W10
P_W02	Zna w zaawansowanym stopniu psychologiczne mechanizmy motywacji, techniki wpływu społecznego i perswazji oraz uwarunkowania stresu i wypalenia zawodowego.	K_W10, K_W12
P_W03	Zna w zaawansowanym stopniu zastosowanie metod i systemów wspomagających procesy podejmowania decyzji w warunkach ryzyka i niepewności.	K_W14
	Umiejętności:	
P_U01	Potrafi konstruować skuteczny komunikat perswazyjny.	K_U03, K_U19
P_U02	Potrafi identyfikować podstawowe techniki wpływu społecznego i stosować zasady negocjacji harwardzkich.	K_U03, K_U19
P_U03	Student potrafi zastosować wybrane techniki psychologiczne w sytuacjach interpersonalnych typowych dla środowiska pracy, takich jak negocjacje, rozwiązywanie konfliktów i komunikacja w zespole.	K_U19
	Kompetencje społeczne:	
P_K01	Student jest gotów do krytycznej oceny własnych kompetencji psychologicznych i systematycznego ich rozwijania stosownie do potrzeb środowiska pracy.	K_K06, K_K09

TREŚCI KSZTAŁCENIA

Lp.	Wykład:	Odniesienie do przedmiotowych efektów uczenia się
W1	Związki psychologii społecznej z naukami o zarządzaniu. Osobowość a zachowania w pracy.	P_W01, P_W02, P_W03
W2	Psychologia motywacji – przegląd głównych teorii i mechanizmów.	P_W01, P_W02, P_W03
W3	Wpływ społeczny, perswazja i błędy atrybucji w relacjach interpersonalnych.	P_W01, P_W02, P_W03
W4	Psychologiczne uwarunkowania stresu, wypalenia zawodowego i wellbeingu.	P_W01, P_W02, P_W03
W5	Mechanizmy podejmowania decyzji w warunkach ryzyka i niepewności.	P_W01, P_W02, P_W03

W6	Psychologia grupy i dynamika procesów interpersonalnych w organizacji.	P_W01, P_W02, P_W03
W7	Przywództwo psychologiczne i inteligencja emocjonalna w menedżmencie.	P_W01, P_W02, P_W03
Lp.	**Ćwiczenia:**	**Odniesienie do przedmiotowych efektów uczenia się**
Ćw1	Konstruowanie skutecznych komunikatów perswazyjnych i asertywność w organizacji.	P_U01, P_U02, P_U03, P_K01
Ćw2	Techniki wywierania wpływu i obrona przed manipulacją – ćwiczenia praktyczne.	P_U01, P_U02, P_U03, P_K01
Ćw3	Symulacje negocjacji harwardzkich i rozwiązywania konfliktów w zespole.	P_U01, P_U02, P_U03, P_K01
Ćw4	Diagnoza stylów komunikacji i praca nad studium przypadku dysfunkcji zespołu.	P_U01, P_U02, P_U03, P_K01
Ćw5	Techniki radzenia sobie ze stresem i przeciwdziałania wypaleniu zawodowemu.	P_U01, P_U02, P_U03, P_K01
Ćw6	Warsztat autorefleksji i oceny własnych kompetencji psychologicznych.	P_U01, P_U02, P_U03, P_K01
Ćw7	Analiza przypadków zachowań organizacyjnych i prezentacja projektów zespołowych.	P_U01, P_U02, P_U03, P_K01
Lp.	**Praca własna:**	**Odniesienie do przedmiotowych efektów uczenia się**
PW1	Zapoznanie się z literaturą przedmiotu.	P_W01, P_W02, P_W03
PW2	Przygotowanie referatu w zakresie przykładów wykorzystania reguł psychologii, manipulacji i negocjacji w życiu prywatnym oraz zawodowym.	P_W01, P_W02, P_W03, P_U01, P_U02, P_U03, P_K01

LITERATURA PRZEDMIOTU ORAZ INNE MATERIAŁY DYDAKTYCZNE

Literatura podstawowa przedmiotu:

- *Psychologia biznesu*, red. nauk.: Rożnowski B., Fortuna P., Wydawnictwo Naukowe PWN 2020.
- Zawadzka A., *Psychologia zarządzania w organizacji*, Wydawnictwo Naukowe PWN 2020.
- Sowińska A., *Wstęp do psychologii dla studentów kierunków ekonomicznych,* WAE 2017.

Literatura uzupełniająca przedmiotu:

- Kraczla M., *Stres w pracy menedżera,* CeDeWu, Warszawa 2015.
- Cialdini R. B., *Wywieranie wpływu na ludzi,* GWP, Sopot 2016.
- *Psychologia,* Ciccarelli Saundra K., White J. Noland, Dom wydawniczy Rebis2015.

Inne materiały dydaktyczne:

- Prezentacje multimedialne.

OGÓLNE INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE		
NAZWA PRZEDMIOTU:	**Elementy prawa i ochrona własności intelektualnej**	
Nazwa kierunku studiów, poziom kształcenia:	**Zarządzanie, studia I stopnia**	
Profil kształcenia:	**OGÓLNOAKADEMICKI**	
Rodzaj modułu kształcenia:	**ogólnouczelniany**	
Punkty ECTS:	**2 ECTS**	
Wymiar godzin:	**50 h**	
Sposoby weryfikacji i oceny efektów uczenia:	**Zaliczenie z oceną**	

PRZEDMIOTOWE EFEKTY UCZENIA SIĘ Z ODNIESIEM DO EFEKTÓW UCZENIA SIĘ DLA KIERUNKU		
Lp.	**Opis przedmiotowych efektów uczenia się**	**Odniesienie do efektu kierunkowego**
	Wiedza:	
P_W01	Zna w zaawansowanym stopniu podstawowe pojęcia prawoznawstwa, hierarchię źródeł prawa oraz reguły wykładni przepisów prawnych regulujących obrót gospodarczy.	K_W17
P_W02	Zna w zaawansowanym stopniu instytucje prawa autorskiego (prawa osobiste i majątkowe, dozwolony użytek) oraz prawa własności przemysłowej (znaki towarowe, patenty, wzory).	K_W22
	Umiejętności:	
P_U01	Potrafi posługiwać się przepisami prawa, w tym z zakresu ochrony własności intelektualnej.	K_U15
P_U02	Potrafi zaplanować działalność zgodnie z obowiązującym prawem.	K_U15

TREŚCI KSZTAŁCENIA		
Lp.	**Konwersatorium:**	**Odniesienie do przedmiotowych efektów uczenia się**
T1	Elementy prawoznawstwa: określenie czym jest prawo, wskazanie źródeł prawa i ich hierarchii, zasad wykładni prawa w ujęciu prawoznawczym. Zapoznanie studenta z zasadami wykładni przepisów praw, reguł kolizyjnych oraz rozumowaniami prawniczymi.	P_W01, P_W02
T2	Zapoznanie studenta z poszczególnymi gałęziami prawa i podstawowymi zasadami prawnymi w poszczególnych gałęziach prawa, wskazanie podstawowych elementów te gałęzie wyróżniających, podkreślenie możliwości wieloaspektowego ujmowania poszczególnych zdarzeń prawnych.	P_W01, P_W02
T3	Określenie podmiotów prawnych, ich zdolności prawnej, osobowości prawnej z uwzględnieniem problematyki reprezentacji..	P_W01, P_W02, P_U01, P_U02
T4	Przedstawienie problematyki czynności prawnych, stosunków prawnych, skutków składanych oświadczeń woli	P_W01, P_W02, P_U01, P_U02
T5	Przedstawienie praktycznych aspektów uczestnictwa w obrocie gospodarczym, możliwości samodzielnego tworzenia projektów umów oraz jej wykładni, różnych form czynności prawnych. Zapoznanie studentów z zasadą swobody umów i jej ograniczeniami.	P_W01, P_W02, P_U01, P_U02
T6	Przedstawienie kwestii odpowiedzialności w różnych reżimach prawnych (deliktowa, kontraktowa) i roszczeń z tytułu bezpodstawnego wzbogacenia.	P_W01, P_W02, P_U01, P_U02
T7	Przedstawienie prawnych możliwości dochodzenia roszczeń.	P_W01, P_W02, P_U01, P_U02
T8	Elementy własności intelektualnej: określenie czym jest prawo własności intelektualnej, wskazanie źródeł prawa własności intelektualnej i podstawowych zasad prawnych związanych z ochroną własności intelektualnej.	P_W01, P_W02, P_U01, P_U02,
T9	Zapoznanie studenta z instytucjami prawa własności przemysłowej (wynalazki, wzory przemysłowe, wzory użytkowe i znaki towarowe), prawem pierwszeństwa, zadaniami Urzędu Patentowego i korzyściami jakie związane są z rejestracją.	P_W01, P_W02, P_U01, P_U02,

T10	Określenie przedmiotu ochrony i podmiotów prawa autorskiego (rozróżnienie praw majątkowych i osobistych i ich ochrona), przejście autorskich praw majątkowych, dozwolony użytek publiczny i prywatny, „prawo cytatu”	P_W01, P_W02, P_U01, P_U02
T11	Przedstawienie regulacji dotyczącej ochrony baz danych i konkurencji. Wskazanie wieloelementowości tej ochrony w aspekcie prawnokarnym i cywilnoprawnym.	P_W01, P_W02, P_U01, P_U02
T12	Zapoznanie studentów z prawnymi aspektami ochrony wizerunku, tajemnicy korespondencji i źródeł informacji	P_W01, P_W02, P_U01, P_U02
Lp.	**Praca własna:**	**Odniesienie do przedmiotowych efektów uczenia się**
PW1	Zapoznanie się z literatura przedmiotu.	P_W01, P_W02

LITERATURA PRZEDMIOTU ORAZ INNE MATERIAŁY DYDAKTYCZNE

Literatura podstawowa przedmiotu:

- Kostański P., Żelechowski Ł., *Prawo własności przemysłowej*, C.H. Beck, Warszawa 2020.
- *Prawo autorskie. Zarys problematyki,* Szczotka J., Poźniak-Niedzielska M., Wolters Kluwer 2020.
- *Podstawy prawa dla ekonomistów,* Praca zbiorowa po redakcją naukową Bogusława Gnela (redaktor naukowy), Wolters Kluwer 2019.
- Sieńczyło-Chlabicz J. (red. nauk.), *Prawo własności intelektualnej*, Wolters Kluwer Polska, Warszawa 2018.
- Jerzewska J., *Elementy prawa. Podręcznik z ćwiczeniami*, Wolters Kluwer, Warszawa 2017.

Literatura uzupełniająca przedmiotu:

- Chauvin T., Stawecki T., Winczorek P., *Wstęp do prawoznawstwa*, C. H. Beck 2019.
- Michniewicz G., *Ochrona własności intelektualnej*, C.H. Beck 2019.

Inne materiały dydaktyczne:

- Lex Omega – internetowa baza danych, ustawa o prawie autorskim i prawach pokrewnych, prezentacje multimedialne.

OGÓLNE INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE		
NAZWA PRZEDMIOTU:	**Wiedza o kulturze**	
Nazwa kierunku studiów, poziom kształcenia:	**Zarządzanie, studia I stopnia**	
Profil kształcenia:	**OGÓLNOAKADEMICKI**	
Rodzaj modułu kształcenia:	**Ogólnouczelniany / powiązany z przygotowaniem do prowadzenia badań**	
Punkty ECTS:	**2 ECTS**	
Wymiar godzin:	**50 h**	
Sposoby weryfikacji i oceny efektów uczenia:	**Zaliczenie z oceną**	

PRZEDMIOTOWE EFEKTY UCZENIA SIĘ Z ODNIESIEM DO EFEKTÓW UCZENIA SIĘ DLA KIERUNKU		
Lp.	**Opis przedmiotowych efektów uczenia się**	**Odniesienie do efektu kierunkowego**
	Wiedza:	
P_W01	Zna w zaawansowanym stopniu podstawowe pojęcia kulturoznawstwa, rodzaje aktywności kulturowej oraz ewolucję nurtów i trendów w kulturze masowej i wysokiej.	K_W14
P_W02	Zna w zaawansowanym stopniu mechanizmy wpływu wymiarów kulturowych, procesów globalizacyjnych i nowoczesnych technologii na postawy jednostek oraz funkcjonowanie organizacji.	K_W21

TREŚCI KSZTAŁCENIA		
Lp.	**Wykład:**	**Odniesienie do przedmiotowych efektów uczenia się**
T1	Pojęcie kultury i kulturoznawstwo jako dziedzina naukowa (pojęcia podstawowe, dziedzictwo, artefakty).	P_W01, P_W02
T2	Zarys historii kultury i sztuki – społeczne uwarunkowania jej rozwoju w ujęciu historycznym.	P_W01, P_W02
T3	Antropologiczne wymiary kultury – symbole, rytuały, tabu i wartości w życiu społecznym.	P_W01, P_W02
T4	Typologie wymiarów kulturowych (G. Hofstede, F. Trompenaars, E. Hall) w obrocie międzynarodowym.	P_W01, P_W02
T5	Przenikanie kultur, akulturacja i procesy asymilacji w dobie globalizacji.	P_W01, P_W02
T6	Podstawowe rodzaje aktywności kulturowej (materialne i niematerialne przejawy kultury).	P_W01, P_W02
T7	Sztuka i architektura jako odzwierciedlenie przemian gospodarczych i cywilizacyjnych.	P_W01, P_W02
T8	Popkultura i kultura masowa – mechanizmy funkcjonowania i oddziaływania na jednostkę.	P_W01, P_W02
T9	Wpływ nowoczesnych mediów i technologii cyfrowych na przewartościowania w kulturze.	P_W01, P_W02
T10	Kultura w organizacji – kulturowy kontekst zarządzania i komunikacji biznesowej.	P_W01, P_W02
T11	Zjawisko komunikacji interkulturowej i szoki kulturowe w zespołach wielonarodowych.	P_W01, P_W02

T12	Etyka i tradycja a normy kultury biznesowej w wybranych rejonach świata.	P_W01, P_W02
T13	Sektor przemysłów kreatywnych i instytucji kultury we współczesnej gospodarce.	P_W01, P_W02
T14	Współczesne megatrendy kulturowe (eko-kultura, cyfrowy nomadyzm, minimalizm).	P_W01, P_W02
Lp.	**Praca własna:**	**Odniesienie do przedmiotowych efektów uczenia się**
PW1	Zapoznanie się z literaturą przedmiotu	P_W01, P_W02

LITERATURA PRZEDMIOTU ORAZ INNE MATERIAŁY DYDAKTYCZNE

Literatura podstawowa przedmiotu:

- *Społeczeństwo współpracy.* Collaborative Society tłumaczenie Jemielniak D., Przegalińska A., Scholar 2020.
- *Historia - Społeczeństwo - Kultura*(eBook): Hanna Dymel-Trzebiatowska, Maria Sibińska Wydawnictwo Uniwersytetu Gdańskiego 2017.
- Gogacz, A. K. *Edukacja kulturowa jako narzędzie przeciwdziałania problemom społecznym*, [w:] *Profilaktyka zagrożeń dzieci i młodzieży*, red. Sławomir Cudak, „Studia i Monografie", nr 58, Wydawnictwo Społecznej Akademii Nauk, Łódź - Warszawa 2015.
- Pabian B., *Wprowadzenie do wiedzy o kulturze. Podręcznik dla studentów kierunków turystycznych i ekonomicznych*, Wyd. Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach, Katowice 2013.

Literatura uzupełniająca przedmiotu:

- Fiske J., *Zrozumieć kulturę popularną*, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2010.
- Kamińska-Radomska I., Kultura Biznesu, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2011.
- Wolniak R., *Czynniki kulturowe w polskich organizacjach*, „Przegląd Organizacji", Warszawa 2011.
- Współczesne społeczeństwo polskie, pod red. Anna Giza, Małgorzata Sikorska, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2020.

Inne materiały dydaktyczne:

- Kultura i społeczeństwo Kwartalnik PAN 1/2020.
- Prezentacje multimedialne, case study, materiał filmowy.

OGÓLNE INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE		
NAZWA PRZEDMIOTU:	**Technologie informacyjne**	
Nazwa kierunku studiów, poziom kształcenia:	**Zarządzanie, studia I stopnia**	
Profil kształcenia:	**OGÓLNOAKADEMICKI**	
Rodzaj modułu kształcenia:	**ogólnouczelniany**	
Punkty ECTS:	**2 ECTS**	
Wymiar godzin:	**50 h**	
Sposoby weryfikacji i oceny efektów uczenia:	**Zaliczenie z oceną**	

PRZEDMIOTOWE EFEKTY UCZENIA SIĘ Z ODNIESIEM DO EFEKTÓW UCZENIA SIĘ DLA KIERUNKU		
Lp.	**Opis przedmiotowych efektów uczenia się**	**Odniesienie do efektu kierunkowego**
	Wiedza:	
P_W01	Zna w zaawansowanym stopniu podstawowe pojęcia technologii informacyjnych, architekturę sieci komputerowych oraz zasady bezpiecznego przetwarzania i ochrony danych.	K_W01, K_W14
P_W02	Zna w zaawansowanym stopniu typy i funkcje aplikacji biznesowych, e-zasobów oraz baz danych wykorzystywanych w działalności gospodarczej i naukowej.	K_W14, K_W21
	Umiejętności:	
P_U01	Potrafi zastosować i ocenić przydatność technologii informacyjnych do opisu i analizy działalności organizacji.	K_U07
P_U02	Potrafi zastosować aplikacje biznesowe wykorzystywane w sieciach komputerowych do wspomagania procesów podejmowania decyzji.	K_U12
P_U03	Potrafi zastosować e-zasoby i narzędzia wykorzystane w nauce i pracy do wyszukiwania informacji, rozumienia jej, selekcji i oceny krytycznej materiału.	K_U07
	Kompetencje społeczne:	
P_K01	Jest gotów do wykorzystywania kompetencji cyfrowych w sposób kreatywny i przedsiębiorczy.	K_K10

TREŚCI KSZTAŁCENIA		
Lp.	**Wykład:**	**Odniesienie do przedmiotowych efektów uczenia się**
W1	Podstawy technologii informacyjnych. Kompetencje cyfrowe i wykorzystanie e-zasobów.	P_W01, P_W02
W2	Korzystanie z e-zasobów w nauce – wyszukiwanie i rozumienie informacji, selekcja i ocena krytyczna informacji.	P_W01, P_W02
W3	Architektura bezpieczeństwa danych, ochrona prywatności i prawa autorskie w sieci.	P_W01, P_W02
	Laboratorium:	
T1	Podstawy sieci komputerowych – rodzaje, architektura, media transmisyjne, adresowanie.	P_U01, P_U02, P_U03, P_K01
T2	Charakterystyka technologii informacyjnych zarządzania (TPS, MIS, DSS, Systemy AI, BI).	P_U01, P_U02, P_U03, P_K01
T3	Wykorzystanie systemów baz danych. – tabele, typy danych, relacje.	P_U01, P_U02, P_U03, P_K01
T4	Formularze, kwerendy i konstruowanie zapytań w relacyjnych bazach danych.	P_U01, P_U02, P_U03, P_K01
T5	Bezpieczeństwo danych w praktyce, licencje oprogramowania i zasoby Creative Commons.	P_U01, P_U02, P_U03, P_K01

T6	Zaawansowane zasoby informatyczne w Internecie i profesjonalne wyszukiwanie danych.	P_U01, P_U02, P_U03, P_K01
T7	Obszary wykorzystania technologii informacyjnej w zarządzaniu przedsiębiorstwem.	P_U01, P_U02, P_U03, P_K01
T8	Narzędzia informatyczne wspierające procesy logistyczne i operacyjne.	P_U01, P_U02, P_U03, P_K01
T9	Zastosowanie arkuszy kalkulacyjnych i modeli analitycznych we wspieraniu decyzji.	P_U01, P_U02, P_U03, P_K01
T10	Wizualizacja procesów i danych z wykorzystaniem aplikacji biznesowych (MS Visio/Excel)	P_U01, P_U02, P_U03, P_K01
T11	Podsumowanie zajęć praktycznych i obrona projektów komputerowych.	P_U01, P_U02, P_U03, P_K01
Praca własna:		
PW1	Zapoznanie się z literaturą przedmiotu	P_W01, P_W02
PW2	Samodzielne wykonanie zestawu zadań problemowych.	P_K01, P_U01, P_U02, P_U03

LITERATURA PRZEDMIOTU ORAZ INNE MATERIAŁY DYDAKTYCZNE

Literatura podstawowa przedmiotu:

- Mazurek G., *Transformacja cyfrowa*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2020.
- Wrycza S., Maślankowski J. (red. nauk.), *Informatyka ekonomiczna. Teoria i zastosowania*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2019.
- Michael A., Wehbe B., Decker J., *Analizy Business Intelligence. Zaawansowane wykorzystanie Excela*, Helion, Gliwice 2019.

Literatura uzupełniająca przedmiotu:

- Masłowski K., *Excel 2016 PL. Z nowym Excelem osiągniesz swoje cele*, Helion, Gliwice 2016.
- Podgórski G., *Mobilność użytkowników w nowoczesnej organizacji* [w:] *Agile Commerce - stechnologizowane zarządzanie w erze informacji*, red. nauk. Katarzyna Kolasińska-Morawska, „Przedsiębiorczość i Zarządzanie", t. 17, z. 11, cz. 2, Wydawnictwo Społecznej Akademii Nauk, Łódź - Warszawa 2016.
- Walkenbach J., *Excel 2013 PL. Biblia,* Wyd. Helion, Warszawa, 2013

Inne materiały dydaktyczne:

- Materiały prowadzącego.
- Oprogramowanie: Creative Commons, Google, Microsoft Visio, MS Office.

OGÓLNE INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE		
NAZWA PRZEDMIOTU:	**Wychowanie fizyczne**	
Nazwa kierunku studiów, poziom kształcenia:	**Zarządzanie, studia I stopnia**	
Profil kształcenia:	**OGÓLNOAKADEMICKI**	
Nazwa specjalności:	**Nie dotyczy**	
Rodzaj modułu kształcenia:	**ogólnouczelniany**	
Punkty ECTS:	**-**	
Wymiar godzin:	**60 h**	
Sposoby weryfikacji i oceny efektów uczenia:	**Zaliczenie z oceną**	

PRZEDMIOTOWE EFEKTY UCZENIA SIĘ Z ODNIESIEM DO EFEKTÓW UCZENIA SIĘ DLA KIERUNKU		
Lp.	**Opis przedmiotowych efektów uczenia się**	**Odniesienie do efektu kierunkowego**
	Kompetencje społeczne:	
P_K01	Student jest gotów do współpracy w grupie dla osiągnięcia wspólnych celów, respektując zasady fair play oraz okazując szacunek wobec innych uczestników.	K_K01, K_K03, K_K04
P_K02	Student jest gotów do kształtowania postawy samodyscypliny, systematyczności oraz wytrwałości w dążeniu do celów	K_K04

TREŚCI KSZTAŁCENIA		
Lp.	**Ćwiczenia:**	**Odniesienie do przedmiotowych efektów uczenia się**
Ćw1-30	Wybrana aktywność spośród: Pływanie (nauka i doskonalenie umiejętności pływania), Gry zespołowe (piłka siatkowa, koszykowa, nożna, ręczna), Lekkoatletyka, Aerobic, Tenis ziemny, Tenis stołowy, Sztuka samoobrony, Elementy tańca towarzyskiego.	P_K01

LITERATURA PRZEDMIOTU ORAZ INNE MATERIAŁY DYDAKTYCZNE

Literatura podstawowa przedmiotu:

- Madejski E., *Wybrane zagadnienia współczesnej metodyki wychowania fizycznego. Podręcznik dla nauczycieli i studentów*, Oficyna Wydawnicza "Impuls", Kraków 2014.

Literatura uzupełniająca przedmiotu:

- Górski J. (red.), *Fizjologia wysiłku i treningu fizycznego*, Wyd. Lekarskie PZWL, Warszawa 2011.
- Woynarowska B., Izdebski Z., Kowalewska A., Komosińska K., *Biomedyczne podstawy kształcenia i wychowania*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2010.

Inne materiały dydaktyczne:

- Przyrządy sportowe wykorzystywane w ramach poszczególnych rodzajów ćwiczeń.

1. PRZEDMIOTY PODSTAWOWE I KIERUNKOWE

OGÓLNE INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE	
NAZWA PRZEDMIOTU:	**Zarządzanie**
Nazwa kierunku studiów, poziom kształcenia:	**Zarządzanie, studia I stopnia**
Profil kształcenia:	**OGÓLNOAKADEMICKI**
Rodzaj modułu kształcenia:	**Podstawowy / powiązany z przygotowaniem do prowadzenia badań**
Punkty ECTS:	**5 ECTS**
Wymiar godzin:	**125 h**
Sposoby weryfikacji i oceny efektów uczenia:	**Egzamin**

PRZEDMIOTOWE EFEKTY UCZENIA SIĘ Z ODNIESIEM DO EFEKTÓW UCZENIA SIĘ DLA KIERUNKU		
Lp.	**Opis przedmiotowych efektów uczenia się**	**Odniesienie do efektu kierunkowego**
	Wiedza:	
P_W01	Zna w zaawansowanym stopniu genezę, ewolucję i kluczowe nurty nauk o zarządzaniu i jakości oraz zasady ich odnoszenia do problemów współczesnych organizacji.	K_W01, K_W05
P_W02	Zna w zaawansowanym stopniu mechanizmy funkcjonowania i powiązania między podstawowymi obszarami funkcjonalnymi przedsiębiorstwa (HR, marketing, finanse, logistyka)	K_W08
P_W03	Zna w zaawansowanym stopniu cechy i kryteria wyboru klasycznych oraz elastycznych struktur organizacyjnych i czynniki determinujące ich ewolucję.	K_W19
	Umiejętności:	
P_U01	Student dokonuje oceny diagnostycznej organizacji, analizuje i interpretuje podstawowe zjawiska i procesy zachodzące w organizacji z wykorzystaniem odpowiednich pojęć i ujęć teoretycznych.	K_U01, K_U09
P_U02	Student stosuje i prawidłowo ocenia przydatność metod i narzędzi do opisu i analizy otoczenia organizacji.	K_U02, K_U07
P_U03	Student pracuje zespołowo, w sposób świadomy i odpowiedzialny planuje prace zespołu	K_U05, K_U17
	Kompetencje społeczne:	
P_K01	Student jest gotów do uznawania roli wiedzy o w dyscyplinie nauki o zarządzaniu i jakości w rozwiązywaniu problemów zarządczych.	K_K07
P_K02	Jest gotów do współdziałania na rzecz osiągania celów organizacji.	K_K01

TREŚCI KSZTAŁCENIA		
Lp.	**Wykład:**	**Odniesienie do przedmiotowych efektów uczenia się**
W1	Zarządzanie – jego istota i znaczenie. Podstawowe pojęcia w zarządzaniu. Pojęcia związane z zarządzaniem. Proces zarządzania Postawy i umiejętności menedżerskie. Role kierownicze.	P_W01
W2	Organizacja w otoczeniu jako obiekt zarządzania. Organizacja jako system. Podsystemy organizacji. Rodzaje organizacji. Cykl życia organizacji. Otoczenie organizacji.	P_W01, P_W02, P_W03
W3	Planowanie i organizowanie. Istota i rodzaje celów. Zarządzanie celami i planowanie w organizacji. Planowanie w organizacji. Organizowanie i zadania procesu organizowania.	P_W01, P_W02, P_W03

W4	Decydowanie, władza i przywództwo w organizacji. Proces podejmowania decyzji w organizacji. Modele i rodzaje władzy oraz autorytetu. Istota i źródła przywództwa.	P_W01
W5	Proces kontrolowania i rodzaje kontroli. Zadania controlingu w organizacji. Czynniki powodujące konieczność kontroli. Rodzaje kontroli. Strategiczne punkty kontroli.	P_W01, P_W02, P_W03
W6	Informacja i komunikacja w zarządzaniu. Informacja w procesie zarządzania, źródła i sposoby pozyskiwania informacji. Istota i formy komunikowania w organizacji. Znaczenie komunikacji w pracy menedżera. Proces komunikacji, metody doskonalenia. Umiejętności interpersonalne	P_W02, P_W03
W7	Zarządzanie zasobami ludzkimi. Istota i cele zarządzania zasobami ludzkimi. Modele polityki personalnej. Planowanie zatrudnienia i pozyskiwanie nowych pracowników. Rozwój i szkolenie oraz ocena pracowników. Zarządzanie grupami i zespołami.	P_W01, P_W02, P_W03
W8	Motywowanie pracowników w procesie zarządzania organizacją. Istota motywacji. Wpływ motywacji na wyniki pracownika. Proces motywowania. Modele motywacji.	P_W01, P_W02, P_W03
W9	Struktura organizacyjna – uwarunkowania i kierunki ewolucji. Podstawowe pojęcia i wymiary struktury organizacyjnej. Czynniki i mechanizmy strukturotwórcze. Rodzaje struktur organizacyjnych.	P_W01, P_W02, P_W03
W10	Strategia, jej rodzaje i funkcje w organizacji. Istota zarządzania strategicznego. Rodzaje strategii. Metody analizy strategicznej.	P_W02, P_W03
W11	Zarządzanie organizacją w kontekście zmian. Istota zarządzania zmianą. Orientacje w zarządzaniu zmianą. Kategorie zmian. Kierowanie procesem zmian. Metody przezwyciężania oporu przeciwko zmianie.	P_W02, P_W03
W12	Etyczny im kulturowy kontekst zarządzania. Etyka indywidulana w organizacjach. Społeczna odpowiedzialność organizacji. Etyka w działaniu organizacji. Kodeks etyki. Podejście organizacji do odpowiedzialności społecznej.	P_W02, P_W03
W13-W14	Zarządzanie w warunkach globalizacji. Wielowymiarowość globalizacji. Charakter międzynarodowej działalności przedsiębiorstwa. Pojęcie przedsiębiorstwa międzynarodowego. Zarządzanie procesem umiędzynarodowienia. Wielokulturowość organizacji.	P_W02, P_W03
Lp.	**Ćwiczenia:**	**Odniesienie do przedmiotowych efektów uczenia się**
Ćw1	Istota procesu zarządzania. Zarządzanie jako proces informacyjno-decyzyjny.	P_U01, P_K01
Ćw2	Pojęcie organizacji i identyfikacja podsystemów. Analiza rodzajów organizacji. Studium przypadku.	P_U01, P_U02, P_K01
Ćw3	Praktyczna identyfikacja elementów otoczenia organizacji i ich wzajemnych zależności na przykładzie; praktyczna identyfikacja funkcji zarządzania.	P_U01, P_U02, P_K01, P_K02
Ćw4	Organizacja i jej otoczenie - analiza wybranej organizacji i jej otoczenia na podstawie wybranej firmy; określenie zasobów organizacji.	P_U01, P_U02, P_U03
Ćw5	Podejmowanie decyzji jako uwieńczenie procesu planowania – rodzaje decyzji; determinanty podejmowania decyzji; typy modeli podejmowania decyzji.	P_U02, P_K01
Ćw6	Kontrola jako funkcja zarządzania - zrozumienie celu i znaczenia kontroli w kontekście zarządzania; identyfikacja poszczególnych obszarów kontroli.	P_U01, P_K01
Ćw7	Zarządzanie procesami interpersonalnymi i grupowymi; komunikacja w organizacji – wykorzystanie grup organizacyjnych w zarządzaniu.	P_U03, P_K01, P_K02
Ćw8	Determinanty struktur organizacyjnych– identyfikacja czynników strukturotwórczych, np. rozmiarów organizacji, technologii itp. na przykładach.	P_U01, P_K01, P_K02
Ćw9	Struktura organizacyjna jako krytyczny element procesu zarządzania organizacjami – praktyczna realizacja etapów budowy struktury organizacyjnej i określenie typu struktury na podstawie wybranych organizacji.	P_U02, P_U03, P_K01

Ćw10	Praktyczne zastosowanie metod analizy strategicznej organizacji – analiza SWOT i formułowanie wniosków diagnostycznych	P_U01, P_U02, P_K01
Ćw11	Motywowanie pracowników i zarządzanie zespołem – dobór metod motywowania i rozwiązywanie problemów zespołowych	P_U01, P_U03, P_K02
Ćw12	Zarządzanie zmianą w organizacji – diagnoza oporu wobec zmian i projektowanie działań wspierających zmianę	P_U01, P_U03, P_K01, P_K02
Ćw13-Ćw14	Diagnoza problemu zarządczego i opracowanie propozycji działań doskonalących – kompleksowe studium przypadku	P_U01, P_U02, P_U03, P_K01, P_K02
Lp.	**Praca własna:**	**Odniesienie do przedmiotowych efektów uczenia się**
PW1	Przygotowanie projektu z wybranego zagadnienia .	P_U01, P_U02, P_U03, P_K01, P_K02
PW2	Przygotowanie wystąpienia publicznego z wybranego zagadnienia.	P_W01, P_W02, P_W03, P_U01, P_U02, P_U03, P_K01, P_K02

LITERATURA PRZEDMIOTU ORAZ INNE MATERIAŁY DYDAKTYCZNE

Literatura podstawowa przedmiotu:

- Cyfert S. (red.), Podstawy zarządzania, Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu, Poznań 2024.
- Krzakiewicz K., Cyfert S., Podstawy zarządzania organizacjami, Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu, Poznań 2020.
- Krwawicz M., Podstawy organizacji i zarządzania. Materiały do ćwiczeń. Część 1, Oficyna Wydawnicza Politechniki Warszawskiej,Warszawa 2018.Kałowski A. Nowy paradygmaty planowania strategicznego w przedsiębiorstwach, Kwartalnik Nauk o Przedsiębiorstwie, Nr 1/2015 (34)
- Kałowski A., Planowanie strategiczne w warunkach dynamicznych zmian rynkowych - Marketing i Rynek, nr 5, 2014

Literatura uzupełniająca przedmiotu:

- Sułkowski Ł., Sułkowska J. (red.) Metody zarządzania współczesnym przedsiębiorstwem, Wydawnictwo SAN, Łódź 2015.
- Sukcesy i niepowodzenia w zarządzaniu organizacjami, pod red. Jana Lichtarskiego, „Przedsiębiorczość i Zarządzanie" t. 20, z. 4, cz. 1, Wydawnictwo Społecznej Akademii Nauk, Łódź-Warszawa 2019.

Inne materiały dydaktyczne:

- Studia przypadków, prezentacje multimedialne przygotowane przez wykładowcę.

OGÓLNE INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE		
NAZWA PRZEDMIOTU:	**Ekonomia**	
Nazwa kierunku studiów, poziom kształcenia:	**Zarządzanie, studia I stopnia**	
Profil kształcenia:	**OGÓLNOAKADEMICKI**	
Rodzaj modułu kształcenia:	**Podstawowy / powiązany z przygotowaniem do prowadzenia badań**	
Punkty ECTS:	**5 ECTS**	
Wymiar godzin:	**125 h**	
Sposoby weryfikacji i oceny efektów uczenia:	**Egzamin**	

PRZEDMIOTOWE EFEKTY UCZENIA SIĘ Z ODNIESIEM DO EFEKTÓW UCZENIA SIĘ DLA KIERUNKU		
Lp.	**Opis przedmiotowych efektów uczenia się**	**Odniesienie do efektu kierunkowego**
	Wiedza:	
P_W01	Zna w zaawansowanym stopniu teoretyczne podstawy mikroekonomii, mechanizm rynkowy oraz determinanty kształtujące elastyczność cenową i dochodową popytu i podaży.	K_W04
P_W02	Zna w zaawansowanym stopniu zasady optymalizacji decyzji produkcyjnych i kosztowych podmiotów gospodarczych w warunkach ograniczonego zasobu.	K_W04, K_W06
P_W03	Zna w zaawansowanym stopniu charakterystykę podstawowych struktur rynkowych (konkurencja doskonała, monopol, oligopol) oraz wybrane mierniki wzrostu i rozwoju gospodarczego.	K_W02, K_W04
P_W04	Student zna w zaawansowanym stopniu czynniki sprzyjające rozwojowi przedsiębiorczości i określa zasady jej tworzenia.	K_W23
	Umiejętności:	
P_U01	Student potrafi wykorzystać pozyskaną wiedzę do analizy i oceny funkcjonowania podmiotów gospodarczych.	K_U02
P_U02	Student potrafi przeprowadzić analizę konkretnej sytuacji rynkowej w odniesieniu do jej elementów: podaży, popytu i ceny.	K_U01
	Kompetencje społeczne:	
P_K01	Jest gotów do uznawania roli wiedzy ekonomicznej w rozwiązywaniu problemów zarządczych.	K_K07

TREŚCI KSZTAŁCENIA		
Lp.	**Wykład:**	**Odniesienie do przedmiotowych efektów uczenia się**
W1	Przedmiot i funkcje ekonomii w zarządzaniu menadżerskim	P_W01, P_W02, P_W03
W2	Krzywa możliwości produkcyjnych – optymalizacja decyzji kierowniczych	P_W01, P_W02, P_W03
W3	Funkcjonowanie rynku w dobie konkurencji i dokonywania wyborów	P_W01, P_W02, P_W03
W4	Siła oddziaływania popytu i podaży na swobodne kształtowanie ceny. Czy w gospodarce rynkowej są przejawy cen regulowanych?	P_W01, P_W02, P_W03
W5	Funkcyjna zależność pomiędzy popytem, podażą a czynnikami je określającymi. Elastyczność w decyzjach ekonomicznych.	P_W01, P_W02, P_W03

W6	Konsument na rynku. Jak usatysfakcjonować konsumenta w świetle dokonywania wyborów przy warunkach brzegowych?	P_W01, P_W02, P_W03
W7	Granica możliwości konsumpcyjnych – linia budżetu. Krzywe obojętności konsumenta. Równowaga konsumenta.	P_W01, P_W02, P_W03
W8	Przedsiębiorstwo i jego funkcje w gospodarce. Cel działalności producenta.	P_W01, P_W02, P_W03, P_W04
W9	Koszty w przedsiębiorstwie. Izokwanta, izokoszty – optymalizacja decyzji menedżerskich.	P_W01, P_W02, P_W03, P_W04
W10	Przedsiębiorstwo na rynku konkurencji doskonałej.	P_W01, P_W02, P_W03, P_W04
W11	Czy w gospodarkach rynkowych występuje monopol rynkowy? Studium przypadku.	P_W01, P_W02, P_W03, P_W04
W12	Przedsiębiorcy na rynku konkurencji monopolistycznej.	P_W01, P_W02, P_W03, P_W04
W13	Wzrost a rozwój gospodarczy – mierniki pomiaru.	P_W01, P_W02, P_W03, P_W04
W14	Polityka fiskalna państwa a efektywność funkcjonowania przedsiębiorstwa.	P_W01, P_W02, P_W03, P_W04
W15	Wpływ polityki pieniężnej na decyzje podmiotów gospodarczych.	P_W01, P_W02, P_W03, P_W04
Lp.	**Ćwiczenia:**	**Odniesienie do przedmiotowych efektów uczenia się**
Ćw1	Podstawowe zagadnienia związane z ekonomią. Systemy społeczno – gospodarcze. Czy gospodarka ma ograniczone możliwości produkcyjne? Ingerencja państwa w system gospodarki kapitalistycznej – obowiązek czy ochrona?	P_U01, P_U02, P_K01
Ćw2	Rynek – popyt i podaż – zależności, czynniki i determinanty. Stereotypy zachowań strony popytowej i podażowej na rynku – czy na pewno tylko rynek decyduje o poziomie cen?	P_U01, P_U02, P_K01
Ćw3	Elastyczność cenowa popytu. Elastyczność dochodowa popytu. Elastyczność cenowa podaży.	P_U01, P_U02, P_K01
Ćw4	Decyzje konsumenta na rynku. Decyzje producenta na rynku. Czynniki wpływające na popyt i podaż.	P_U01, P_U02, P_K01
Ćw5	Rynki czynników produkcji – rynek pracy, rynek kapitałowy. Czy rynek pracy w Polsce jest doskonały?	P_U01, P_U02, P_K01
Ćw6	Przedsiębiorczość jako zasób na rynku. Przedsiębiorczość na rynku pracy. Charakterystyka różnych form działalności gospodarczej.	P_U01, P_U02, P_K01
Ćw7	Analiza równowagi rynkowej na podstawie danych – wpływ zmian popytu i podaży na cenę oraz wielkość sprzedaży.	P_U01, P_U02, P_K01
Ćw8	Praktyczne zastosowanie elastyczności popytu i podaży – obliczenia i interpretacja wyników dla decyzji ekonomicznych.	P_U01, P_U02, P_K01
Ćw9	Analiza decyzji konsumenta – ograniczenie budżetowe, struktura wydatków i reakcje na zmiany cen i dochodów	P_U01, P_K01
Ćw10	Analiza kosztów i przychodów przedsiębiorstwa – próg rentowności i wynik ekonomiczny na przykładzie przedsiębiorstwa	P_U01, P_K01
Ćw11	Struktury rynku a zachowania przedsiębiorstw – studia przypadków konkurencji doskonałej, monopolu i konkurencji monopolistycznej.	P_U01, P_K01

Ćw12	Wpływ polityki gospodarczej państwa na funkcjonowanie przedsiębiorstw – konsekwencje zmian podatków i stóp procentowych.	P_U01, P_K01
Ćw13	Analiza wskaźników gospodarczych – PKB, inflacja, bezrobocie i ich wpływ na funkcjonowanie podmiotów gospodarczych.	P_U01, P_K01
Ćw14	Prezentacje prac studentów. Dyskusja. Kolokwium.	P_U01, P_U02, P_K01
Lp.	**Praca własna:**	**Odniesienie do przedmiotowych efektów uczenia się**
PW1	Opracowanie studium przypadku w odniesieniu do funkcjonowania rynku	P_W01, P_W02, P_W03, P_W04, P_U01, P_U02, P_K01
PW2	Praca w grupach na rzeczywistych danych opisujących podmioty gospodarcze.	P_W01, P_W02, P_W03, P_W04, P_U01, P_U02, P_K01

LITERATURA PRZEDMIOTU ORAZ INNE MATERIAŁY DYDAKTYCZNE

Literatura podstawowa przedmiotu:

- Marciniuk S. (red.), *Makro- i mikroekonomia. Podstawowe problemy współczesności*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2020
- Mankiw N.G., Principles of Economics, 9th edition. Cengage Learning, 2024.
- Grabia T., Nyk M. Ekonomia, Zadania i ćwiczenia z elementami ekonomii menadżerskiej, Wydawnictwo UŁ, Łódź 2018.
- Milewski R., Kwiatkowski E. (red.), *Podstawy ekonomii*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2018.
- Mankiw, N. G., *Mikroekonomia*, PWE, Warszawa 2015.

Literatura uzupełniająca przedmiotu:

- E. Kwiatkowski (red.), Kucharski L. (red.), Podstawy ekonomii, Ćwiczenia i zadania, PWN, Warszawa 2018
- Rynek pracy, edukacja, kompetencje – raporty. PARP 2020.
- Wojciechowska-Filipek, S. (red. nauk.), *Przedsiębiorczość i zarządzanie w rozwoju ekonomicznym*, Wydawnictwo Społecznej Akademii Nauk, Łódź - Warszawa 2017.
- Zieliński M., *Rynek pracy w teoriach ekonomicznych*, CeDEWu, Warszawa 2017.
- Kryńska E., Kwiatkowski E., *Podstawy wiedzy o rynku pracy*, Wydawnictwo UŁ, Łódź 2013.

Inne materiały dydaktyczne:

- Prezentacje multimedialne, studium przypadku.

OGÓLNE INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE		
NAZWA PRZEDMIOTU:	**Marketing**	
Nazwa kierunku studiów, poziom kształcenia:	**Zarządzanie, studia I stopnia**	
Profil kształcenia:	**OGÓLNOAKADEMICKI**	
Rodzaj modułu kształcenia:	**Podstawowy / powiązany z przygotowaniem do prowadzenia badań**	
Punkty ECTS:	**5 ECTS**	
Wymiar godzin:	**125 h**	
Sposoby weryfikacji i oceny efektów uczenia:	**Egzamin**	

PRZEDMIOTOWE EFEKTY UCZENIA SIĘ Z ODNIESIEM DO EFEKTÓW UCZENIA SIĘ DLA KIERUNKU		
Lp.	**Opis przedmiotowych efektów uczenia się**	**Odniesienie do efektu kierunkowego**
	Wiedza:	
P_W01	Zna w zaawansowanym stopniu koncepcje, funkcje i zakres oddziaływania poszczególnych instrumentów marketingu-mix (4P/7P) na rynek docelowy.	K_W07, K_W08
P_W02	Zna w zaawansowanym stopniu psychologiczne i społeczne uwarunkowania decyzji konsumenckich oraz zasady i metody segmentacji rynku.	K_W04, K_W15
P_W03	Zna w zaawansowanym stopniu metodykę tworzenia planu marketingowego oraz strategie kształtowania i pozycjonowania marki.	K_W15, K_W16
	Umiejętności:	
P_U01	Student potrafi analizować i porównywać zastosowanie narzędzi marketingu-mix (produkt, cena, dystrybucja, promocja) oraz oceniać ich wpływ na realizację celów marketingowych przedsiębiorstwa.	K_U07
P_U02	Student potrafi analizować zależności pomiędzy popytem, podażą i cenami rynkowymi oraz identyfikować determinanty decyzji konsumenckich, w tym dokonywać podstawowej segmentacji rynku.	K_U01, K_U06
P_U03	Student potrafi przygotować plan marketingowy dla wybranej oferty.	K_U06, K_U07, K_U11
P_U04	Student potrafi analizować rolę marki w komunikacji marketingowej, oceniać działania w zakresie budowania lojalności klientów oraz interpretować wybrane studia przypadków zarządzania marką.	K_U06, K_U21
	Kompetencje społeczne:	
P_K01	Jest gotów do adaptacji współpracując w zespole.	K_K01, K_K06
P_K02	Jest gotów do wyznaczania priorytetów w przygotowaniu i realizacji różnych projektów.	K_K02

TREŚCI KSZTAŁCENIA		
Lp.	**Wykład:**	**Odniesienie do przedmiotowych efektów uczenia się**
W1	Geneza, istota i zasady marketingu.	P_W01
W2	Rynek – formy i uczestnicy.	P_W01
W3	Segmentacja rynku.	P_W01
W4	Produkt i jego składowe.	P_W01

W5	Dystrybucja jako element marketingu mix.	P_W02, P_W03
W6	Cena jako element marketingu-mix.	P_W02, P_W03
W7	Promocja jako element marketingu-mix.	P_W03, P_U03
W8	Badania marketingowe w przedsiębiorstwie.	P_W02, P_W03
W9	Zachowania konsumentów i proces decyzyjny.	P_W02
W10	Pozycjonowanie oferty i przewaga konkurencyjna.	P_W01, P_W03
W11	Marketing cyfrowy i komunikacja wielokanałowa.	P_W01, P_W03
W12	Strategia marki i zarządzanie kapitałem marki.	P_W03
W13	Plan marketingowy – struktura, cele i wdrażanie.	P_W01, P_W03
W14	Kontrola i pomiar efektów działań marketingowych.	P_W01, P_W03
W15	Nowoczesne trendy i koncepcje marketingowe.	P_W01, P_W03
Lp.	**Ćwiczenia:**	**Odniesienie do przedmiotowych efektów uczenia się**
Ćw1	Wprowadzenie do ćwiczeń. Rynek a marketing. Podaż, popyt i ceny rynkowe.	P_U01, P_U02
Ćw2	Konsument jako adresat działalności marketingowej, determinanty wyboru konsumenta, segmentacja rynku.	P_U01, P_U04, P_K01, P_K02
Ćw3	Go-To Market strategy - składowe i przykłady analiza wybranych przykładów.	P_U01, P_U04, P_K01
Ćw4	Cena jako instrument marketingu-mix. Analiza wybranych strategii cenowych. Metody kalkulacji cen produktów.	P_U01, P_K02
Ćw5	Dystrybucja jako instrument marketingu-mix. Analiza wybranych strategii dystrybucji.	P_U02, P_U04, P_K01, P_K02
Ćw6	Promocja jako instrument marketingu-mix, cele i instrumenty promocji. Strategia promocji i etapy budowy profesjonalnej strategii promocji w odniesieniu do indywidualnych produktów.	P_U02, P_U04, P_K01, P_K02
Ćw7	Marka jako narzędzie do komunikacji marketingowej.	P_U02, P_U04, P_K01, P_K02
Ćw8	Zarządzanie marką. Marka a lojalność – wybrane studium przypadku przedsiębiorstwa.	P_U02, P_U04, P_K01, P_K02
Ćw9	Analiza procesu decyzyjnego konsumenta i opracowanie profilu klienta.	P_U02, P_K01, P_K02
Ćw10	Mapa percepcji, analiza konkurencji i propozycja wartości.	P_U01, P_U03, P_U04, P_K01, P_K02
Ćw11	Projekt komunikacji marketingowej z wykorzystaniem kanałów cyfrowych.	P_U01, P_U03, P_K01, P_K02

Ćw12	Audyt marki i analiza działań budujących lojalność klientów.	P_U04, P_K01, P_K02
Ćw13	Opracowanie elementów planu marketingowego dla wybranej oferty.	P_U01, P_U03, P_K01, P_K02
Ćw14	Analiza KPI i ocena skuteczności kampanii marketingowej.	P_U01, P_U03, P_U04, P_K02
Ćw15	Prezentacja projektów i ich obrona.	P_U01, P_U03, P_U04, P_K01, P_K02
Lp.	**Praca własna:**	**Odniesienie do przedmiotowych efektów uczenia się**
PW1	Przygotowanie do aktywnego udziału w zajęciach.	P_W01, P_W02, P_W03, P_U01, P_U02, P_U03, P_U04, P_K01, P_K02
PW2	Opracowanie projektu w zakresie analizy wybranej oferty rynkowej i jej potencjalnych grup odbiorców oraz planu marketingowego.	P_U1, P_U02, P_U03, P_U04

LITERATURA PRZEDMIOTU ORAZ INNE MATERIAŁY DYDAKTYCZNE

Literatura podstawowa przedmiotu:

- Chodak G., Dzidowski A., Małagocka K., Cyfrowy marketing. PWE, Warszawa 2025.
- Kotler Ph., Keller K., Cherney A., Marketing, Dom Wydawniczy Rebis, Poznań 2025.
- Michalski E., Marketing. Podręcznik akademicki, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2017.

Literatura uzupełniająca przedmiotu:

- Czubała A., Niestrój R., Pabian A., *Marketing w przedsiębiorstwie - ujęcie operacyjne*, PWE, Warszawa 2020.
- Sznajder A. (red.), *Alianse marketingowe, Partnerstwa przedsiębiorstw dla zwiększenia konkurencyjności*, Wydawnictwo Nieoczywiste, Warszawa 2019.
- Dębski M., Kreowanie silnej marki, PWE, Warszawa 2009
- Patora R., M. Al-Noorachi M. (red.), *Marketing we współczesnym przedsiębiorstwie*, Wyd. Społecznej Akademii Nauk, Łódź 2013.
- H. Górska-Warsewicz, A. Krawczyk, M. Dębski (2023) Trust-based communication of the most valuable corporate brands [w:] Communication, Leadership and Trust in Organizations J. Paliszkiewicz, J. Cusumano(red.), Routledge, pp. 22-33 Sadowski M., Sprawny marketing. Brand24+facebook. Magazyn o skutecznym i ekonomicznym marketingu, Nr 2/2020.
- Cendrowska Barbara, Sokół Aneta, Żylińska Pola, rok wydania 2018, format 165 x 235 mm, wydawnictwo: CeDeWu

Inne materiały dydaktyczne:

- Materiały wykładowcy.

OGÓLNE INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE		
NAZWA PRZEDMIOTU:	**Finanse**	
Nazwa kierunku studiów, poziom kształcenia:	**Zarządzanie, studia I stopnia**	
Profil kształcenia:	**OGÓLNOAKADEMICKI**	
Rodzaj modułu kształcenia:	**Podstawowy / powiązany z przygotowaniem do prowadzenia badań**	
Punkty ECTS:	**5 ECTS**	
Wymiar godzin:	**125 h**	
Sposoby weryfikacji i oceny efektów uczenia:	**Egzamin**	

PRZEDMIOTOWE EFEKTY UCZENIA SIĘ Z ODNIESIEM DO EFEKTÓW UCZENIA SIĘ DLA KIERUNKU		
Lp.	**Opis przedmiotowych efektów uczenia się**	**Odniesienie do efektu kierunkowego**
	Wiedza:	
P_W01	Zna w zaawansowanym stopniu architekturę i zasady funkcjonowania systemu finansowego, rola instytucji finansowych oraz banku centralnego w gospodarce.	K_W02, K_W03
P_W02	Zna w zaawansowanym stopniu specyfikę segmentów rynku finansowego (pieniężnego, kapitałowego, walutowego) i ich uczestników.	K_W03
P_W03	Zna w zaawansowanym stopniu konstrukcję i cechy podstawowych instrumentów finansowych oraz metody szacowania ich wartości w czasie.	K_W08, K_W14
	Umiejętności:	
P_U01	Student potrafi wyceniać podstawowe instrumenty rynku finansowego.	K_U07, K_U09
P_U02	Student pozyskuje i systematyzuje informacje o zadaniach instytucji centralnych powiązanych z systemem finansowym	K_U02
P_U03	Student potrafi ocenić zalety i wady funkcjonowania instytucji finansowych.	K_U11, K_U13
	Kompetencje społeczne:	
P_K01	Jest gotów do uznawania znaczenia wiedzy w rozwiązywaniu problemów finansowych.	K_K07

TREŚCI KSZTAŁCENIA		
Lp.	**Wykład:**	**Odniesienie do przedmiotowych efektów uczenia się**
W1	Funkcje rynków finansowych. Dlaczego rynki finansowe muszą być regulowane?	P_W01
W2	Segmenty rynków finansowych: a. rynek pieniężny,, b. rynek kapitałowy c. rynek walutowy, d. rynek instrumentów pochodnych.	P_W01, P_W02, P_W03
W3	Rynki pierwotne i wtórne. Uczestnicy rynków finansowych.	P_W01, P_W02, P_W03
W4	Banki - banki komercyjne, banki centralne.	P_W01, P_W02, P_W03
W5	Firmy ubezpieczeniowe.	P_W01, P_W02, P_W03

W6	Fundusze inwestycyjne.	P_W01, P_W02, P_W03
W7	Fundusze emerytalne.	P_W01, P_W02, P_W03
W8	Giełda papierów wartościowych.	P_W01, P_W02, P_W03
W9	Nadzór nad rynkami finansowymi.	P_W01, P_W02, P_W03
W10	Typy instrumentów finansowych: a. akcje, b. obligacje, c. listy zastawne, d. instrumenty pochodne.	P_W01, P_W02, P_W03
W11	Międzynarodowe rynki finansowe.	P_W01, P_W02, P_W03
W12	Główne instytucje finansowe.	P_W01, P_W02, P_W03
W13	Główne składniki finansów UE.	P_W01, P_W02, P_W03
Lp.	**Ćwiczenia:**	**Odniesienie do przedmiotowych efektów uczenia się**
Ćw1	Podstawowe cele i instrumenty zarządzania finansami.	P_U01, P_U03, P_K01
Ćw2	Zewnętrzne uwarunkowania decyzji finansowych (koniunktura gospodarcza, inflacja, polityka fiskalna i budżetowa, polityka monetarna, polityka kursu walutowego).	P_U01, P_U03, P_K01
Ćw3	Strategiczne cele zarządzania finansami przedsiębiorstw.	P_U01, P_U03, P_K01
Ćw4	Funkcje zarządzania finansami.	P_U01, P_U03, P_K01
Ćw5	Ocena sytuacji finansowej przedsiębiorstwa.	P_U01, P_U03, P_K01
Ćw6	Znaczenie sprawozdań finansowych, cele analizy finansowej. Praktyczne przykłady.	P_U01, P_U03, P_K01
Cw7	Pozyskiwanie kapitałów i kształtowanie ich struktury.	P_U01, P_U03, P_K01
Ćw8	Źródła pozyskiwania kapitałów własnych, długoterminowych i krótkoterminowych kapitałów obcych.	P_U01, P_U03, P_K01
Ćw9	Wpływ struktury kapitałów na zyskowność firmy. Praktyczne przykłady.	P_U01, P_U03, P_K01
Ćw10	Finanse państwowe, najbogatsze i najbiedniejsze państwa świata (pod względem PKB per capita). Analiza empiryczna.	P_U01, P_U03, P_K01
Ćw11	Wartość pieniądza w czasie.	P_U01, P_U02, P_K01
Ćw12	Dyskontowanie i kapitalizacja – przykłady liczbowe.	P_U01, P_U03, P_K01
Ćw13	Wycena wybranych instrumentów dochodowych – przykłady liczbowe.	P_U01, P_K01

Lp.	Praca własna:	Odniesienie do przedmiotowych efektów uczenia się
PW1	Przygotowanie do aktywnego uczestnictwa w zajęciach.	P_W01, P_W02, P_W03, P_U01, P_K01
PW2	Przygotowanie się do zaliczenia	P_U01, P_U03

LITERATURA PRZEDMIOTU ORAZ INNE MATERIAŁY DYDAKTYCZNE

Literatura podstawowa przedmiotu:

- Czekaj J., *Rynki, instrumenty i instytucje finansowe*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2020.
- Korenik D., Korenik S., *Podstawy finansów*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2019.
- Kotowska B., Uziębło A., Wyszkowska-Kaniewska O., *Analiza finansowa w przedsiębiorstwie: przykłady, zadania i rozwiązania*, CeDeWu, Warszawa 2017.
- Sopoćko A., *Rynkowe instrumenty finansowe*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2017.
- Tokajuk E., Stalończyk I., *Podstawy finansów*, Politechnika Białostocka, Białystok 2023.

Literatura uzupełniająca przedmiotu:

- Grzywacz J. (red.), *Finanse przedsiębiorstwa. 5*, Oficyna Wydawnicza. Szkoła Główna Handlowa, Warszawa 2016.
- Czerwonka L., Zarządzanie finansami. Wprowadzenie, przykłady i zadania, C.H. Beck, Warszawa 2018.
- Golej R., Prędkiewicz K., *Analiza finansowa przedsiębiorstwa*, Wyd. Marina, Wrocław 2015.
- Owsiak S., *Finanse*, PWE, Warszawa 2015.
- Zadora H. (red.), Finanse: kategorie, zjawiska i procesy, podmioty, Difin, Warszawa 2015.

Inne materiały dydaktyczne:

- Prezentacje przygotowane przed studentów pod nadzorem wykładowcy

OGÓLNE INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE		
NAZWA PRZEDMIOTU:	**Rachunkowość**	
Nazwa kierunku studiów, poziom kształcenia:	**Zarządzanie, studia I stopnia**	
Profil kształcenia:	**OGÓLNOAKADEMICKI**	
Rodzaj modułu kształcenia:	**Podstawowy / powiązany z przygotowaniem do prowadzenia badań**	
Punkty ECTS:	**5 ECTS**	
Wymiar godzin:	**125 h**	
Sposoby weryfikacji i oceny efektów uczenia:	**Egzamin**	

PRZEDMIOTOWE EFEKTY UCZENIA SIĘ Z ODNIESIEM DO EFEKTÓW UCZENIA SIĘ DLA KIERUNKU		
Lp.	**Opis przedmiotowych efektów uczenia się**	**Odniesienie do efektu kierunkowego**
	Wiedza:	
P_W01	Student zna w zaawansowanym stopniu miejsce i role rachunkowości w systemie informacyjnym przedsiębiorstwa. Rozumie znaczeniu rachunkowości jako systemu pomiaru i prezentacji działalności gospodarczej.	K_W02, K_W15
P_W02	Student zna w zaawansowanym stopniu i rozumie rolę rachunkowości w zarządzaniu jednostką gospodarczą.	K_W08
P_W03	Student zna w zaawansowanym stopniu i rozumie najważniejsze pojęcia i metody rachunkowości finansowej.	K_W14
P_W04	Student zna zasady sporządzania, strukturę oraz powiązania pomiędzy poszczególnymi elementami sprawozdania finansowego.	K_W15
P_W05	Student posiada zaawansowaną wiedzę o normach i regułach polskiego prawa bilansowego.	K_W18
	Umiejętności:	
P_U01	Student prawidłowo identyfikuje i interpretuje skutki finansowe zdarzeń gospodarczych.	K_U01
P_U02	Student posiada umiejętność rozpatrywania zdarzeń z zakresu rachunkowości na tle zjawisk społecznych oraz potrafi analizować relacje między zdarzeniami z zakresu rachunkowości i zjawiskami społecznymi.	K_U01, K_U06
P_U03	Student potrafi samodzielnie zdobywać wiedzę i rozwijać swoje profesjonalne umiejętności w zakresie rachunkowości.	K_U20
	Kompetencje społeczne:	
P_K01	Student jest gotów do działania w sposób profesjonalny, etyczny, w zgodzie z regulacjami prawnymi i środowiskowymi z zakresu rachunkowości w celu jasnego i rzetelnego przedstawienia sytuacji finansowej i dokonań jednostki gospodarczej oraz ma świadomość konsekwencji prawnych postępowania nieetycznego.	K_K04
P_K02	Student jest gotów do uznawania roli wiedzy z zakresu rachunkowości na potrzeby prowadzenia działalności gospodarczej.	K_K07, K_K10
P_K03	Student dokonuje samooceny posiadanych kompetencji z zakresu rachunkowości, ma świadomość konieczności ich doskonalenia przy wykorzystaniu najnowszej literatury przedmiotu oraz informacji udostępnianych przez organizacje profesjonalne środowiska księgowych.	K_K08, K_K09
TREŚCI KSZTAŁCENIA		

Lp.	Wykład:	Odniesienie do przedmiotowych efektów uczenia się
W1	Definicje, funkcje i zakres rachunkowości. Rachunkowość jako system informacyjny. Regulacje rachunkowości w Polsce.	P_W01, P_W02, P_K03
W2	Fundamentalne zasady (założenia) i nadrzędne zasady rachunkowości. Cechy jakościowe informacji finansowej. Zakres sprawozdania finansowego. Zasada równowagi bilansowej.	P_W03, P_W05, P_K03
W3	Operacje gospodarcze i ich wpływ na sprawozdanie finansowe. Prowadzenie ksiąg rachunkowych.	P_W01, P_W05, P_K02
W4	Ochrona danych. Przechowywanie i udostępnianie dokumentacji. Odpowiedzialność karna.	P_W02, P_W05, P_K01, P_K02
W5	Majątek i kapitał jednostki gospodarczej. Podstawy ewidencji księgowej.	P_W03, P_K02
W6	Bilans: - Kryteria kwalifikacji składnika do aktywów jednostki. - Kryteria prezentacji aktywów i pasywów w bilansie. - Szczegółowy podział aktywów i pasywów.	P_W04, P_W05, P_K02
W7	Pomiar dokonań jednostki: - Definicje przychodów i kosztów. Pojęcia bliskoznaczne. - Klasyfikacja przychodów i kosztów. - Metody ustalania wyniku finansowego.	P_W03, P_W04, P_W05, P_K02
W8	Sprawozdawczość finansowa: - Cechy jakościowe sprawozdań finansowych. - Zasady i terminy sporządzania sprawozdań finansowych. - Terminy zatwierdzania sprawozdań finansowych. - Zdarzenia następujące po dniu bilansowym.	P_W04, P_W05, P_K01, P_K02
W9	Dokumentacja księgowa i organizacja rachunkowości jednostki. Rodzaje i funkcje dowodów księgowych, zasady ich sporządzania i kontroli, obieg dokumentów, polityka rachunkowości i organizacja systemu rachunkowości.	P_W01, P_W03, P_W05
W10	Konta księgowe i zasady podwójnego zapisu. Istota konta księgowego, zasada podwójnego zapisu, konta syntetyczne i analityczne, zasady otwierania i zamykania kont, zestawienie obrotów i sald.	P_W03
W11	Środki trwałe i wartości niematerialne i prawne w rachunkowości. Klasyfikacja, wycena początkowa i bilansowa, amortyzacja, ulepszenia, likwidacja i sprzedaż składników majątku.	P_W03, P_W04, P_W05
W12	Zapasy, należności i zobowiązania – zasady wyceny i prezentacji. Klasyfikacja zapasów, metody wyceny, należności i zobowiązania, odpisy aktualizujące, prezentacja w sprawozdaniu finansowym.	P_W03, P_W04, P_W05
W13	Kapitały własne, rezerwy i rozliczenia międzyokresowe. Struktura kapitałów własnych, tworzenie i wykorzystanie kapitałów, rezerwy, bierne i czynne rozliczenia międzyokresowe oraz ich wpływ na wynik finansowy.	P_W03, P_W04, P_W05
W14	Rachunek przepływów pieniężnych i informacja dodatkowa. Znaczenie przepływów pieniężnych, działalność operacyjna, inwestycyjna i finansowa, metody sporządzania rachunku przepływów pieniężnych, zakres informacji dodatkowej.	P_W01, P_W02, P_W04
W15	Wykorzystanie informacji rachunkowej w zarządzaniu i ocenie kondycji finansowej jednostki. Analiza podstawowych informacji ze sprawozdania finansowego, wskaźniki rentowności, płynności i zadłużenia, wykorzystanie danych rachunkowych w podejmowaniu decyzji zarządczych.	P_W01, P_W02, P_W04, P_K02
Lp.	**Ćwiczenia:**	**Odniesienie do przedmiotowych efektów uczenia się**
Ćw1	Struktura bilansu. Pojęcie i klasyfikacja aktywów i pasywów. Metoda bilansowa. Klasyfikacja operacji gospodarczych.	P_U03, P_K01
Ćw2	Ewidencja operacji bilansowych na kontach syntetycznych. Sporządzanie bilansu oraz zestawienia obrotów i sald kont syntetycznych.	P_U01, P_U02, P_U03, P_K01

Ćw3	Ewidencja operacji bilansowych na kontach syntetycznych i analitycznych. Zestawienie obrotów i sald kont analitycznych.	P_U01, P_U02, P_U03, P_K01
Ćw4	Poprawianie błędów księgowych. Ewidencja faktur VAT oraz rozrachunków z odbiorcami i dostawcami.	P_U01, P_U02, P_U03, P_K01, P_K02
Ćw5	Ewidencja operacji wynikowych. Ewidencja podatku VAT i CIT. Ustalanie wyniku finansowego. Sporządzanie rachunku zysków i strat.	P_U01, P_U02, P_U03, P_K01, P_K02
Ćw6	Dokumentowanie operacji gospodarczych i kontrola dowodów księgowych.	P_U01, P_U03, P_K01
Ćw7	Konta księgowe i podwójny zapis – praktyczne zastosowanie zasad ewidencji.	P_U01
Ćw8	Ewidencja środków trwałych i naliczanie amortyzacji.	P_U01, P_U03
Ćw9	Ewidencja i wycena zapasów	P_U01
Ćw10	Ewidencja należności i zobowiązań oraz rozrachunków z kontrahentami.	P_U01, P_U02
Ćw11	Ewidencja wynagrodzeń i rozrachunków publicznoprawnych.	P_U01, P_U02
Ćw12	Rozliczenia międzyokresowe kosztów i przychodów oraz rezerwy.	P_U01
Ćw13	Ustalanie wyniku finansowego i zamknięcie ksiąg rachunkowych.	P_U01, P_U03
Ćw14	Sporządzanie i interpretacja elementów sprawozdania finansowego.	P_U01, P_U02
Ćw15	Analiza sytuacji finansowej jednostki na podstawie danych rachunkowych.	P_U01, P_U02, P_U03, P_K02, P_K03
Lp.	**Praca własna:**	**Odniesienie do przedmiotowych efektów uczenia się**
PW1	Zapoznanie się z literaturą przedmiotu.	P_W01, P_W02, P_W03, P_W04, P_W05
PW2	Rozwiązanie zadań wskazanych przez prowadzącego.	P_U01, P_U02, P_U03, P_K01, P_K02, P_K03

LITERATURA PRZEDMIOTU ORAZ INNE MATERIAŁY DYDAKTYCZNE

Literatura podstawowa przedmiotu:

- Małkowska D., *Rachunkowość od podstaw - zbiór zadań z komentarzem z rozwiązaniami*, ODDK, Gdańsk 2025.
- Szczypa P. (red), *Podstawy rachunkowości: od teorii do praktyki*, CeDeWu, Warszawa 2025.
- Śnieżek E. (red.), *Rachunkowość. Podstawy. Wykłady, przykłady, zadania, testy. Podręcznik dostosowany do zdalnej formy nauczania*, Wydawnictwo Nieoczywiste, Warszawa 2026.
- Walińska E. (red.), *Ustawa o rachunkowości. Komentarz*, Wolters Kluwer Polska, Warszawa 2025.

Literatura uzupełniająca przedmiotu:

- Kuzior A., Rówińska-Kral M., *Podstawy rachunkowości finansowej: podręcznik dydaktyczny*, Wyd. Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach, Katowice 2026.
- Zasiewska K., *Podstawy rachunkowości z elementami prawa podatkowego: ujęcie praktyczne. Podręcznik*, SKwP, 2025.
- Strojek-Filus M., Pfaff J. (red.), *Podstawy rachunkowości z uwzględnieniem MSSF*, PWN, Warszawa 2018.
- Ustawa z 29.09.1994 r. o rachunkowości, t.j. Dz. U. z 2023 r. poz. 120, 295, 1598, z 2024 r. poz. 619, 1685, 1863.

Inne materiały dydaktyczne:

- Materiały własne prowadzącego.

OGÓLNE INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE		
NAZWA PRZEDMIOTU:	**Metody ilościowe w zarządzaniu**	
Nazwa kierunku studiów, poziom kształcenia:	**Zarządzanie, studia I stopnia**	
Profil kształcenia:	**OGÓLNOAKADEMICKI**	
Rodzaj modułu kształcenia:	**Podstawowy**	
Punkty ECTS:	**5 ECTS**	
Wymiar godzin:	**125 h**	
Sposoby weryfikacji i oceny efektów uczenia:	**Zaliczenie z oceną**	

PRZEDMIOTOWE EFEKTY UCZENIA SIĘ Z ODNIESIEM DO EFEKTÓW UCZENIA SIĘ DLA KIERUNKU		
Lp.	**Opis przedmiotowych efektów uczenia się**	**Odniesienie do efektu kierunkowego**
	Wiedza:	
P_W01	Zna w zaawansowanym stopniu metody ilościowe znajdujące zastosowanie w procesie podejmowania decyzji.	K_W14, K_W15
P_W02	Zna w zaawansowanym stopniu metody ekonometryczne znajdujące zastosowanie w modelowaniu i prognozowaniu procesów w zarządzaniu.	K_W15
	Umiejętności:	
P_U01	Potrafi wykorzystać metody ilościowe w procesie podejmowania decyzji.	K_U12
P_U02	Potrafi zbudować model prognostyczny dla wybranych procesów zarządczych.	K_U07
	Kompetencje społeczne:	
P_K01	Jest gotów do uznawania znaczenia roli metod ilościowych podczas podejmowania decyzji w zakresie zarządzania.	K_K07

TREŚCI KSZTAŁCENIA		
Lp.	**Wykład:**	**Odniesienie do przedmiotowych efektów uczenia się**
W1	Wprowadzenie do metod ilościowych w zarządzaniu. Podstawowe pojęcia analizy ilościowej.	P_W01
W2	Prawdopodobieństwo i rozkłady prawdopodobieństwa.	P_W01
W3	Rozkłady ciągłe: jednostajny, normalny, chi-kwadrat, studenta, Fishera-Snedecora.	P_W01
W4	Wnioskowanie statystyczne: weryfikacja hipotez statystycznych.	P_W01
W5	Optymalizacja sieci: problem najkrótszej i najdłuższej drogi, problem maksymalnego przepływu w sieci, problem minimalnego drzewka rozpiętego na sieci, problem komiwojażera.	P_W02
W6	Teoria decyzji: metody rozwiązywania w warunkach pewności, ryzyka i niepewności. Metoda drzewka decyzyjnego. Różne kryteria rozwiązań.	P_W02
W7	Teoria gier: dwuosobowe gry o sumie zerowej. Metody rozwiązywania gier: metoda minimaksu i metoda programowania liniowego.	P_W02
W8	Programowanie dynamiczne: zagadnienie plecakowe, zagadnienie dyliżansu, sterowanie zapasami wyrobów gotowych.	P_W02
W9	Analiza regresji liniowej w zarządzaniu.	P_W01, P_W02

W10	Modele ekonometryczne i ich zastosowanie w zarządzaniu.	P_W01, P_W02
W11	Metody prognozowania procesów gospodarczych i zarządczych.	P_W02
W12	Analiza szeregów czasowych i sezonowości.	P_W01, P_W02
W13	Programowanie liniowe jako narzędzie optymalizacji decyzji menedżerskich.	P_W01
W14	Wielokryterialne wspomaganie decyzji w zarządzaniu.	P_W01
Lp.	**Ćwiczenia:**	**Odniesienie do przedmiotowych efektów uczenia się**
Ćw1	Podstawy analizy ilościowej. Metodologia badań statystycznych. Graficzna forma prezentacji materiału statystycznego.	P_U01
Ćw2	Szeregi statystyczne. Zasady budowy szeregu rozdzielczego. Kompleksowa analiza rozkładu. Interpretacja miar. Graficzna prezentacja rozkładu.	P_U01
Ćw3	Miary średnie (w tym: geometryczna, harmoniczna).	P_U01
Ćw4	Analiza korelacji. Wykorzystanie wybranych miar korelacji. Wybór odpowiedniej miary, interpretacja związków.	P_U01, P_U02
Ćw5	Prawdopodobieństwo. Wybrane rozkłady prawdopodobieństwa.	P_U01
Ćw6	Weryfikacja hipotez statystycznych.	P_U01, P_K01
Ćw7	Wykorzystanie metod ilościowych w analizie danych statystycznych. Model trendu liniowego.	P_U01, P_U02
Ćw8	Podejmowanie decyzji w warunkach ryzyka i niepewności. Zastosowanie teorii gier. Kryteria decyzyjne.	P_U01, P_K01
Ćw9	Analiza zależności między zmiennymi z wykorzystaniem regresji liniowej.	P_U01, P_U02
Ćw10	Wieloraka regresja liniowa w analizie procesów zarządczych.	P_U01, P_U02
Ćw11	Prognozowanie na podstawie modeli trendu i metod szeregów czasowych.	P_U02
Ćw12	Analiza sezonowości i prognozowanie sprzedaży.	P_U01, P_U02
Ćw13	Ocena jakości i dokładności prognoz	P_U01, P_U02
Ćw14	Analiza danych ilościowych jako podstawa decyzji menedżerskich	P_U01, P_U02, P_K01
Lp.	**Praca własna:**	**Odniesienie do przedmiotowych efektów uczenia się**
PW1	Zapoznanie się z literaturą przedmiotu.	P_W01, P_W02
PW2	Przygotowanie projektu grupowego w zakresie wykorzystania metod ilościowych i metod prognozowania podczas podejmowania wybranych decyzji z zakresu zarządzania.	P_U01, P_U02, P_K01
LITERATURA PRZEDMIOTU ORAZ INNE MATERIAŁY DYDAKTYCZNE		

Literatura podstawowa przedmiotu:

- Gruszczyński M., Kuszewski T., Podgórska M., *Ekonometria i badania operacyjne dla studiów licencjackich*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2020.
- Jędrzejczyk Z., Kukuła K., Skrzypek J., Walkosz A., *Badania operacyjne w przykładach i zadaniach*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2021.
- Kopczewska K., Kopczewski T., Wójcik P., *Metody ilościowe w R: aplikacje ekonomiczne i finansowe*, CeDeWu, Warszawa 2016.
- Sobczyk M., *Statystyka*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2021.
- Welfe A., *Ekonometria. Metody i ich zastosowanie*, PWE, Warszawa 2018.

Literatura uzupełniająca przedmiotu:

- Białas-Perek J., Rószkiewicz M., Białowolska-Węziak D., Pietrzak-Zięba A., *Projektowanie badań społeczno-ekonomicznych, Rekomendacje i praktyka badawcza*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2013.
- Dittman P., *Prognozowanie w przedsiębiorstwie*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2017.
- Lipiec-Zajchowska M. (red.), *Wspomaganie procesów decyzyjnych. Tom III Badania Operacyjne*, C.H. Beck, Warszawa 2003
- Wasilewska W., *Statystyka matematyczna w praktyce*, Difin, Warszawa 2015.

Inne materiały dydaktyczne:

- Materiały własne prowadzącego.

OGÓLNE INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE	
NAZWA PRZEDMIOTU:	**Prawo w gospodarce**
Nazwa kierunku studiów, poziom kształcenia:	**Zarządzanie, studia I stopnia**
Profil kształcenia:	**OGÓLNOAKADEMICKI**
Rodzaj modułu kształcenia:	**Podstawowy**
Punkty ECTS:	**3 ECTS**
Wymiar godzin:	**75 h**
Sposoby weryfikacji i oceny efektów uczenia:	**Zaliczenie z oceną**

PRZEDMIOTOWE EFEKTY UCZENIA SIĘ Z ODNIESIEM DO EFEKTÓW UCZENIA SIĘ DLA KIERUNKU

Lp.	Opis przedmiotowych efektów uczenia się	Odniesienie do efektu kierunkowego
	Wiedza:	
P_W01	Zna i rozumie przepisy prawa cywilnego i gospodarczego oraz ich strukturę i systematykę.	K_W17
P_W02	Zna zasady wykładni przepisów prawa cywilnego, wolności obrotu cywilnego i swobody kontraktowania.	K_W17
	Umiejętności:	
P_U01	Potrafi zastosować w praktyce elementy prawne istotne z punktu widzenia działalności przedsiębiorstwa.	K_U15
	Kompetencje społeczne:	
P_K01	Jest gotów do krytycznej oceny swojej wiedzy i uzupełniania wiadomości w zakresie prawa, ze względu na zmieniające się przepisy i unormowania.	K_K09

TREŚCI KSZTAŁCENIA

Lp.	Wykład:	Odniesienie do przedmiotowych efektów uczenia się
W1	Elementy prawoznawcze: prawo cywilne i handlowe, źródła tegoż prawa i zasady wykładni prawa w systemie prawnym w ujęciu komparatystycznym.	P_W01, P_W02, P_U01, P_K01
W2	Swobody rynku wewnętrznego w prawie unijnym oraz wykorzystaniem platformy Lex Akademia.	P_W01, P_W02, P_U01, P_K01
W3	Podmioty prawne, ich zdolność prawna i zdolność do czynności prawnych z problematyką reprezentacji.	P_W01, P_W02, P_U01, P_K01
W4	Czynności prawne: podziały, czynności realne a konsensualne, abstrakcyjne i kauzalne.	P_W01, P_W02, P_U01, P_K01
W5	Stosunki prawne, odpowiedzialność kontraktowa i deliktowa oraz bezpodstawne wzbogacenie.	P_W01, P_W02, P_U01, P_K01
W6	Terminy w prawie cywilnym: przedawnienie a prekluzja, zobowiązania naturalne i warunki.	P_W01, P_W02, P_U01, P_K01
W7	Praktyczne aspekty obrotu gospodarczego, projektowanie umów i wykładnia postanowień.	P_W01, P_W02, P_U01, P_K01
W8	Dochodzenie roszczeń związanych z prowadzeniem przedsiębiorstwa.	P_W01, P_W02, P_U01, P_K01
W9	Odpowiedzialność cywilnoprawna pracowników i kadry menedżerskiej w strukturze przedsiębiorstwa.	P_W01, P_W02, P_U01, P_K01
W10	Standardy działalności przedsiębiorstwa a prawne ramy podziału zadań.	P_W01, P_W02, P_U01, P_K01
W11	Prawo spółek handlowych – tworzenie i funkcjonowanie spółek osobowych.	P_W01, P_W02, P_U01, P_K01

W12	Prawo spółek handlowych – specyfika spółek kapitałowych (z o.o., S.A.).	P_W01, P_W02, P_U01, P_K01
W13	Wybrane umowy w obrocie gospodarczym i relacjach B2B.	P_W01, P_W02, P_U01, P_K01
W14	Podstawy prawa pracy w kontekście zarządzania zasobami ludzkimi.	P_W01, P_W02, P_U01, P_K01
Lp.	**Praca własna:**	**Odniesienie do przedmiotowych efektów uczenia się**
PW1	Zapoznanie się z literatura przedmiotu.	P_W01

LITERATURA PRZEDMIOTU ORAZ INNE MATERIAŁY DYDAKTYCZNE

Literatura podstawowa przedmiotu:

- Barcz J. (red.), *Prawo gospodarcze Unii Europejskiej*, Warszawa 2011.
- Katner W.J., *Prawo gospodarcze i handlowe*, Wolters Kluwer, Warszawa 2020.
- Olejniczak A., *Prawo cywilne – część ogólna*, C.H. Beck, Warszawa 2019.

Literatura uzupełniająca przedmiotu:

- Bielecka K., Chłopecki A., *Prawo handlowe*, C.H. Beck, Warszawa 2020.
- Olszewski J. (red.), *Prawo gospodarcze. Kompendium*, C.H. Beck, Warszawa 2019.
- Koralewski M., *Kodeks spółek handlowych 2020 z komentarzem + CD*, Wiedza i Praktyka, Warszawa 2020.

Inne materiały dydaktyczne:

- prezentacje multimedialne, casy study.
- Platforma Lex Akademia.

OGÓLNE INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE		
NAZWA PRZEDMIOTU:	**Systemy informatyczne w zarządzaniu**	
Nazwa kierunku studiów, poziom kształcenia:	**Zarządzanie, studia I stopnia**	
Profil kształcenia:	**OGÓLNOAKADEMICKI**	
Rodzaj modułu kształcenia:	**Podstawowy / powiązany z przygotowaniem do prowadzenia badań**	
Punkty ECTS:	**4 ECTS**	
Wymiar godzin:	**100 h**	
Sposoby weryfikacji i oceny efektów uczenia:	**Zaliczenie z oceną**	

PRZEDMIOTOWE EFEKTY UCZENIA SIĘ Z ODNIESIEM DO EFEKTÓW UCZENIA SIĘ DLA KIERUNKU		
Lp.	**Opis przedmiotowych efektów uczenia się**	**Odniesienie do efektu kierunkowego**
	Wiedza:	
P_W01	Zna w zaawansowanym stopniu architekturę, funkcje i zasady wdrażania zintegrowanych systemów informatycznych klas ERP i CRM w przedsiębiorstwie.	K_W08, K_W14
P_W02	Zna w zaawansowanym stopniu możliwości wykorzystania rozwiązań Business Intelligence (BI), chmury obliczeniowej oraz sztucznej inteligencji we wspomaganiu decyzji zarządczych.	K_W14, K_W21
	Umiejętności:	
P_U01	Potrafi efektywnie zarządzać posiadanymi zasobami informatycznymi.	K_U05
P_U02	Potrafi zastosować wybrane narzędzia informatyczne	K_U12
	Kompetencje społeczne:	
P_K01	Student jest gotów do inicjowania i wspierania procesów informatyzacji w organizacji, mając na uwadze efektywność zarządzania oraz bezpieczeństwo danych i systemów.	K_K02

TREŚCI KSZTAŁCENIA		
Lp.	**Wykład:**	**Odniesienie do przedmiotowych efektów uczenia się**
W1	Technologie informacyjno-komunikacyjne (ICT) i ich rola w biznesie opartym na wiedzy.	P_W01, P_W02
W2	Architektura korporacyjna i rola systemów informacyjnych w realizacji celów strategicznych.	P_W01, P_W02
W3	Zintegrowane systemy zarządzania klasy ERP – moduły, architektura i przepływy procesowe.	P_W01, P_W02
W4	Systemy zarządzania relacjami z klientami (CRM) oraz automatyzacja sprzedaży.	P_W01, P_W02
W5	Analityka biznesowa i systemy wspomagania decyzji (DSS/MIS).	P_W01, P_W02
W6	Hurtownie danych, Business Intelligence (BI) oraz raportowanie menedżerskie.	P_W01, P_W02
W7	Technologie mobilne i model chmury obliczeniowej (Cloud Computing: SaaS, PaaS, IaaS).	P_W01, P_W02
W8	Prawne, etyczne i organizacyjne aspekty wdrażania rozwiązań IT w firmie.	P_W01, P_W02

W9	Bezpieczeństwo informacji, ochrona danych (RODO) i cyberbezpieczeństwo systemów.	P_W01, P_W02
W10	Sztuczna inteligencja (AI), uczenie maszynowe i generatywne narzędzia w zarządzaniu.	P_W01, P_W02
Lp.	**Laboratorium:**	**Odniesienie do przedmiotowych efektów uczenia się**
Lab1	Identyfikacja potrzeb informacyjnych przedsiębiorstwa	P_U01, P_U02, P_K01
Lab2	Architektura systemu informacyjnego przedsiębiorstwa	P_U01, P_U02, P_K01
Lab3	System ERP w praktyce zarządzania przedsiębiorstwem	P_U01, P_U02, P_K01
Lab4	Integracja procesów w systemie ERP	P_U01, P_U02, P_K01
Lab5	Zarządzanie relacjami z klientami w systemie CRM	P_U01, P_U02, P_K01
Lab6	Zarządzanie procesami sprzedaży z wykorzystaniem systemu informatycznego.	P_U01, P_U02, P_K01
Lab7	Zarządzan.ie zapasami i procesami logistycznymi w systemach informatycznych	P_U01, P_U02, P_K01
Lab8	Systemy wspomagania decyzji DSS/MIS	P_U01, P_U02, P_K01
Lab9	Business Intelligence i wizualizacja danych	P_U01, P_U02, P_K01
Lab10	Hurtownie danych i integracja danych zarządczych	P_U01, P_U02, P_K01
Lab11	E-commerce i platformy cyfrowe w zarządzaniu przedsiębiorstwem	P_U01, P_U02, P_K01
Lab12	Chmura obliczeniowa i mobilne rozwiązania informatyczne	P_U01, P_U02, P_K01
Lab13	Automatyzacja procesów i zastosowanie RPA oraz AI	P_U01, P_U02, P_K01
Lab14	Bezpieczeństwo i wdrażanie systemów informatycznych	P_U01, P_U02, P_K01
Lp.	**Praca własna:**	**Odniesienie do przedmiotowych efektów uczenia się**
PW1	Zapoznanie się z literatura przedmiotu.	P_W01, P_W02
PW2	Przygotowanie projektu wdrożenia wybranego systemu informatycznego w danej organizacji	P_W01, P_W02, P_U01, P_U02, P_K01

LITERATURA PRZEDMIOTU ORAZ INNE MATERIAŁY DYDAKTYCZNE

Literatura podstawowa przedmiotu:

- Doligalski T. (red.), Sztuczna inteligencja w przedsiębiorstwach i gospodarce (AI Spring 2024). SGH, Warszawa 2024.
- Gawin B., *Systemy informatyczne w zarządzaniu*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2019.
- Kisielnicki J., *MIS systemy informatyczne zarządzania*, Wyd. Placet, Warszawa 2013.
- Maślankowski J., Wrycza S. (red.), *Informatyka ekonomiczna. Teoria i zastosowania*, Wydawnictwo Naukowe PWN,

Warszawa 2019.

Literatura uzupełniająca przedmiotu:

- Banaszak Z., Kłos S., Mleczko J., *Zintegrowane systemy zarządzania*, PWE, Warszawa 2015.
- Radosiński E., *Systemy informatyczne w dynamicznej analizie decyzyjnej*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2013.
- Szyjewski Z., *Metodyki zarządzania projektami informatycznymi(eBook)*, Placet, Warszawa 2013.
- Walkenbach J., *Excel 2013 PL. Biblia*, Helion, Warszawa 2013

Inne materiały dydaktyczne:

- Materiały własne prowadzącego.
- Oprogramowanie: Microsoft Excel, SPSS, GRETL, zintegrowanym systemie informatycznym klasy CRM i ERP.

OGÓLNE INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE		
NAZWA PRZEDMIOTU:	**Wprowadzenie do logistyki**	
Nazwa kierunku studiów, poziom kształcenia:		**Zarządzanie, studia I stopnia**
Profil kształcenia:		**OGÓLNOAKADEMICKI**
Rodzaj modułu kształcenia:		**Kierunkowy / powiązany z przygotowaniem do prowadzenia badań**
Punkty ECTS:		**4 ECTS**
Wymiar godzin:		**100 h**
Sposoby weryfikacji i oceny efektów uczenia:		**Zaliczenie z oceną**

PRZEDMIOTOWE EFEKTY UCZENIA SIĘ Z ODNIESIEM DO EFEKTÓW UCZENIA SIĘ DLA KIERUNKU		
Lp.	**Opis przedmiotowych efektów uczenia się**	**Odniesienie do efektu kierunkowego**
	Uczoność: w zaawansowanym stopniu	
P_W01	Zna w zaawansowanym stopniu genezę, terminologię oraz miejsce logistyki w strukturze nauk o zarządzaniu i jakości.	K_W01, K_W05
P_W02	Zna w zaawansowanym stopniu składowe infrastruktury logistycznej, zasady organizacji procesów przepływu materiałów i informacji oraz koncepcję zarządzania łańcuchem dostaw (SCM).	K_W08, K_W14
	Umiejętności:	
P_U01	Potrafi analizować i interpretować zjawiska oraz procesy logistyczne zachodzące w przedsiębiorstwie, wykorzystując odpowiednie pojęcia i metody teoretyczne.	K_U01, K_U12
P_U02	Potrafi formułować i analizować problemy badawcze, pozyskując dane i wykorzystując wiedzę z zakresu logistyki oraz powiązanych z nią dyscyplin naukowych	K_U06, K_U20
	Kompetencje społeczne:	
P_K01	Jest gotów do wykorzystywania wiedzy z zakresu logistyki w rozwiązywaniu problemów zarządczych oraz doskonalenia własnych kompetencji w tym obszarze.	K_K09

TREŚCI KSZTAŁCENIA		
Lp.	**Wykład:**	**Odniesienie do przedmiotowych efektów uczenia się**
W1	Geneza, istota, definicja i przyczyny rozwoju logistyki.	P_W01, P_W02
W2	Podstawowe aspekty i orientacje koncepcji logistyki.	P_W01, P_W02
W3	System działań logistycznych w przedsiębiorstwie.	P_W01, P_W02
W4	Infrastruktura logistyczna.	P_W01, P_W02
W5	Zarządzanie łańcuchami dostaw.	P_W01, P_W02
W6	Organizacja logistyki w przedsiębiorstwie. Logistyka 4.0 – automatyzacja magazynów, IoT, drony i AGV.	P_W01, P_W02
W7	Globalizacja w logistyce.	P_W01, P_W02
W8	Zarządzanie zapasami w przedsiębiorstwie.	P_W02

W9	Gospodarka magazynowa i procesy magazynowe.	P_W01, P_W02
W10	Transport w systemie logistycznym.	P_W02
W11	Koszty logistyczne i efektywność procesów logistycznych.	P_W02
W12	Zarządzanie przepływem informacji w logistyce.	P_W02
W13	Ryzyko i odporność łańcuchów dostaw.	P_W01, P_W02
W14	Logistyka zwrotna i gospodarka o obiegu zamkniętym.	P_W01, P_W02
Lp.	**Ćwiczenia:**	**Odniesienie do przedmiotowych efektów uczenia się**
Ćw1	Logistyka w ujęciu makro i mikro gospodarki.	P_U01, P_U02, P_K01
Ćw2	Proces logistyczny w przedsiębiorstwie.	P_U01, P_U02, P_K01
Ćw3	Projektowanie struktury logistyki w przedsiębiorstwie.	P_U01, P_U02, P_K01
Ćw4	Jak powstają łańcuchy dostaw?	P_U01, P_U02, P_K01
Ćw5	Digitalizacja i AI w logistyce.	P_U01, P_U02, P_K01
Ćw6	E-commerce i ostatnia mila – logistyka miejska.	P_U01, P_U02, P_K01
Ćw7	Zrównoważona logistyka.	P_U01, P_U02, P_K01
Ćw8	Przyszłość i megatrendy w logistyce.	P_U01, P_U02, P_K01
Ćw9	Analiza i optymalizacja poziomu zapasów	P_U01, P_U02, P_K01
Ćw10	Projektowanie i organizacja procesu magazynowego	P_U01, P_U02, P_K01
Ćw11	Dobór środka transportu i organizacja procesu przewozowego	P_U01, P_U02, P_K01
Ćw12	Analiza kosztów i mierników efektywności procesów logistycznych	P_U01, P_U02, P_K01
Ćw13	Diagnoza ryzyka i odporności łańcucha dostaw	P_U01, P_U02, P_K01
Ćw14	Projekt usprawnienia systemu logistycznego przedsiębiorstwa	P_U01, P_U02, P_K01
Lp.	**Praca własna:**	**Odniesienie do przedmiotowych efektów uczenia się**
PW1	Zapoznanie się z literaturą przedmiotu.	P_W01 P_W02
PW2	Grupowa praca związana z wykonaniem projektu:	P_U01, P_U02, P_K01

	- zbieranie i gromadzenie informacji potrzebnych do rozstrzygnięcia postawionych w projekcie problemów, - selekcja i analiza zgromadzonych informacji, - wnioskowanie ukierunkowane na wybór optymalnego rozwiązania, - opracowanie sprawozdania z projektu zgodnie z ustaloną strukturą (opracowanie komputerowe, wykorzystanie zdjęć, zestawień itp. w zależności od charakteru projektu), - przygotowanie prezentacji projektu z uwzględnieniem ustalonych wcześniej parametrów, takich jak: czas prezentacji, możliwość wykorzystania technicznych środków prezentacji, udział grupy w prezentacji.	

LITERATURA PRZEDMIOTU ORAZ INNE MATERIAŁY DYDAKTYCZNE

Literatura podstawowa przedmiotu:

– K. Huk, M. Kurowski, K. Witkowski (red.), *Współczesne trendy w logistyce. Logistyka w turbulentnym otoczeniu,* Uniwersytet Zielonogórski, Zielona Góra 2023.
– Jurczak, M., Konecka, S., Łupicka-Fietz, A., *Podstawy logistyki*. Poznań: Wydawnictwo UE Poznań 2024.
– Zawiła-Niedźwiecki, J., Płaczek, A., *Szkoła logistyki*. Spatium 2024.
– Słowiński, B., *Wprowadzenie do logistyki*. Jagiellońska Biblioteka Cyfrowa, 2024.
– Andrzejczyk P., Rajczakowska E., Fajfer P., *Podstawy logistyki w przykładach i ćwiczeniach*, wyd. Sieć Badawcza Łukasiewicz, Instytut Logistyki i Magazynowania, Poznań 2020
– Szymonik A., Nowak I., *Współczesna logistyka*, Difin, Warszawa 2018.
– Blaik P., *Logistyka. Koncepcja zintegrowanego zarządzania*, PWE, Warszawa 2017.
– Pisz I., Sęk T., Zielecki W., *Logistyka w przedsiębiorstwie*, PWE, Warszawa 2013.

Literatura uzupełniająca przedmiotu:

– Kolasińska-Morawska K., Sułkowski Ł., Brzozowska M., Morawski P.(red.), Transport w Smart City – zrównoważony transport w zdrowej tkance miejskiej, Akademia WSB, Dabrowa Górnicza 2025
– Śliwka R., Lus T., Rokicki W., *Logistyka – Casebook*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2020.
– Szymonik A., Chudzik Da., *Logistyka nowoczesnej gospodarki magazynowej*, Difin, Warszawa 2017.
– Skowronek Cz., Sarjusz – Wolski Z., *Logistyka w przedsiębiorstwie*, PWE, Warszawa 2012.
– Gołembska E., *Logistyka*, C.H. Beck, Warszawa 2012.

Inne materiały dydaktyczne

- Prezentacje multimedialne, case study.
- Eurologistics – dwumiesięcznik http://www.eurologistics.pl/
- Logistyka – dwumiesięcznik http://www.czasopismologistyka.pl/
- Logistyka a Jakość – dwumiesięcznik http://www.logisticus.pl
- Nowoczesny Magazyn – dwumiesięcznik http://www.logisticus.pl
- Transport i Spedycja – dwumiesięcznik http://www.logisticus.pl
- Spedycja Transport Logistyka – miesięcznik http://www.stl.pl/
- Gospodarka Materiałowa i Logistyka – miesięcznik http://www.pwe.com.pl/czasopismo.xml?group id=10117

Publikacje naukowe osób prowadzących zajęcia związane z tematyką modułu:

- Michał Tumielewicz, Emil Odważny, Analiza możliwości wykorzystania wybranych gałęzi transportu w branży usług kurierskich, w Daniel Tokarski (red.), Zrównoważony transport w logistyce i handlu międzynarodowym, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź 2025
- Michał Tumie lewicz, Michalina Mielcarek, Zarządzanie procesem transportu specjalnego w branży spożywczej, w Daniel Tokarski (red.), Zrównoważony transport w logistyce i handlu międzynarodowym, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź 2025.
- Michał Tumielewicz, Katarzyna Libich, Optymalizacja procesów logistycznych w krajowym transporcie drogowym, w Daniel Tokarski (red.), Zrównoważony transport w logistyce i handlu międzynarodowym, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź 2025.
- Michał Tumielewicz, Dominik Lemański, Optymalizacja tras samochodów dostawczych w międzynarodowym transporcie drogowym, w Daniel Tokarski (red.), Zrównoważony transport w logistyce i handlu międzynarodowym, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź 2025.
- Michał Tumielewicz, Dominik Szmelcuch, Bilans zagrożeń w transporcie drogowym, w Daniel Tokarski (red.), Zrównoważony transport w logistyce i handlu międzynarodowym, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź 2025.

OGÓLNE INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE		
NAZWA PRZEDMIOTU:	**Współczesna logistyka**	
Nazwa kierunku studiów, poziom kształcenia:	**Zarządzanie, studia I stopnia**	
Profil kształcenia:	**OGÓLNOAKADEMICKI**	
Rodzaj modułu kształcenia:	**Kierunkowy / powiązany z przygotowaniem do prowadzenia badań**	
Punkty ECTS:	**4 ECTS**	
Wymiar godzin:	**100 h**	
Sposoby weryfikacji i oceny efektów uczenia:	**Zaliczenie z oceną**	

PRZEDMIOTOWE EFEKTY UCZENIA SIĘ Z ODNIESIEM DO EFEKTÓW UCZENIA SIĘ DLA KIERUNKU		
Lp.	**Opis przedmiotowych efektów uczenia się**	**Odniesienie do efektu kierunkowego**
	Wiedza:	
P_W01	Zna w zaawansowanym stopniu i rozumie rolę logistyki jako instrumentu racjonalizacji procesów przedsiębiorstwa.	K_W08
P_W02	Zna i rozumie najważniejsze aspekty i orientacje współczesnej logistyki oraz elementy systemu logistycznego przedsiębiorstwa.	K_W02, K_W03, K_W08
P_W03	Zna i rozumie w zaawansowanym stopniu zarządzanie logistyczne i zarządzanie łańcuchem dostaw.	K_W03, K_W08
	Umiejętności:	
P_U01	Potrafi przeanalizować funkcjonowanie elementów systemu logistycznego we współczesnej logistyce.	K_U02
P_U02	Potrafi w zaawansowanym stopniu opisać procesy logistyczne.	K_U03, K_U06
P_U03	Potrafi ocenić sytuacje w obszarze logistyki na różnych poziomach jej funkcjonowania, zarówno w sferze mikrologistyki, makrologistyki i logistyki globalnej.	K_U06
	Kompetencje społeczne:	
P_K01	Jest gotów do rozwijania i doskonalenia wiedzy w zakresie logistyki.	K_K09

TREŚCI KSZTAŁCENIA		
Lp.	**Wykład:**	**Odniesienie do przedmiotowych efektów uczenia się**
W1	Ewolucja orientacji logistycznych – od mikrologistyki do koncepcji Logistyki 4.0.	P_W02, P_K01
W2	Logistyka jako instrument racjonalizacji i optymalizacji kosztów w przedsiębiorstwie.	P_W01, P_K01
W3	Struktura i pomiar całkowitych kosztów logistycznych (Total Cost of Ownership)..	P_W01, P_K01
W4	Zielona logistyka (Green Logistics) i ekologiczne wyzwania w sieciach dostaw.	P_W02, P_K01
W5	Zrównoważony łańcuch dostaw i gospodarka obiegu zamkniętego (Reverse Logistics).	P_W02, P_W03, P_K01
W6	Cyfryzacja magazynowania – automatyzacja, robotyzacja, drony i pojazdy AGV.	P_W02, P_K01
W7	Systemy zarządzania transportem (TMS) i inteligentne systemy transportowe (ITS).	P_W02, P_K01

W8	Technologia Internetu Rzeczy (IoT) oraz RFID w śledzeniu przesyłek.	P_W02, P_K01
W9	Bezpieczeństwo i zarządzanie ryzykiem w rozległych łańcuchach dostaw.	P_W03, P_K01
W10	Zarządzanie międzynarodowymi łańcuchami dostaw w warunkach globalizacji i turbulencji rynkowych.	P_W03, P_K01
W11	E-commerce i wyzwania mikrodystrybucji B2C oraz logistyka miejska.	P_W01, P_W02, P_K01
W12	Logistyka „ostatniej mili" (Last Mile Logistics) – rozwiązania i innowacje.	P_W01, P_W02, P_K01
W13	Outsourcing usług logistycznych (operatorki 3PL, 4PL, 5PL).	P_W01, P_W03, P_K01
W14	Megatrendy i przyszłość infrastruktury logistycznej na rynku globalnym.	P_W01, P_W02, P_K01
Lp.	**Ćwiczenia:**	**Odniesienie do przedmiotowych efektów uczenia się**
Ćw1	Zadania logistyki w organizacji w świetle Industry 4.0.	P_U01
Ćw2	Koszty logistyki. Obniżka kosztów logistyki.	P_U01
Ćw3	Organizacja łańcucha dostaw w dobie globalizacji.	P_U03, P_K01
Ćw4	Digitalizacja i AI w logistyce.	P_U01, P_U02, P_U03, P_K01
Ćw5	Zrównoważony rozwój w logistyce.	P_U01, P_U02, P_K01
Ćw6	E-commerce i ostatnia mila.	P_U01, P_U02, P_K01
Ćw7	Zarządzanie kompetencjami i rynek pracy.	P_U01, P_U02, P_K01
Ćw8	Przyszłość i megatrendy.	P_U01, P_U02, P_K01
Ćw9	Analiza i optymalizacja procesów magazynowych w warunkach automatyzacji.	P_U01, P_U03, P_K01
Ćw10	Projektowanie i ocena systemu transportowego przedsiębiorstwa.	P_U01, P_U02, P_K01
Ćw11	Analiza ryzyka i odporności łańcucha dostaw.	P_U01, P_U03, P_K01
Ćw12	Outsourcing procesów logistycznych – wybór i ocena operatora 3PL/4PL/5PL	P_U01, P_U03, P_K01
Ćw13	Logistyka zwrotna i gospodarka obiegu zamkniętego w praktyce przedsiębiorstwa.	P_U01, P_U02, P_U03, P_K01
Cw14	Projekt doskonalenia systemu logistycznego przedsiębiorstwa.	P_U01, P_U02, P_U03, P_K01
Lp.	**Praca własna:**	**Odniesienie do przedmiotowych efektów uczenia się**

PW1	Zapoznanie się z literatura przedmiotu.	P_W01 P_W02 P_W01
PW2	Praca związana z wykonaniem projektu: - zbieranie i gromadzenie informacji potrzebnych do rozstrzygnięcia postawionych w projekcie problemów, - selekcja i analiza zgromadzonych informacji, - wnioskowanie ukierunkowane na wybór optymalnego rozwiązania, - opracowanie sprawozdania z projektu zgodnie z ustaloną strukturą (opracowanie komputerowe, wykorzystanie zdjęć, zestawień itp. w zależności od charakteru projektu), - przygotowanie prezentacji projektu z uwzględnieniem ustalonych wcześniej parametrów, takich jak: czas prezentacji, możliwość wykorzystania technicznych środków prezentacji, udział grupy w prezentacji.	P_U01, P_U02, P_U03, P_K01

LITERATURA PRZEDMIOTU ORAZ INNE MATERIAŁY DYDAKTYCZNE

Literatura podstawowa przedmiotu:

- K. Huk, M. Kurowski, K. Witkowski (red.), *Współczesne trendy w logistyce. Logistyka w turbulentnym otoczeniu,* Uniwersytet Zielonogórski, Zielona Góra 2023.
- Jurczak, M., Konecka, S., Łupicka-Fietz, A., *Podstawy logistyki*. Poznań: Wydawnictwo UE Poznań 2024.
- Zawiła-Niedźwiecki, J., Płaczek, A., *Szkoła logistyki*. Spatium 2024.
- Słowiński, B., *Wprowadzenie do logistyki*. Jagiellońska Biblioteka Cyfrowa, 2024.
- Andrzejczyk P., Rajczakowska E., Fajfer P., *Podstawy logistyki w przykładach i ćwiczeniach*, wyd. Sieć Badawcza Łukasiewicz, Instytut Logistyki i Magazynowania, Poznań 2020
- Szymonik A., Nowak I., *Współczesna logistyka*, Difin, Warszawa 2018.
- Blaik P., *Logistyka. Koncepcja zintegrowanego zarządzania*, PWE, Warszawa 2017.
- Pisz I., Sęk T., Zielecki W., *Logistyka w przedsiębiorstwie*, PWE, Warszawa 2013.

Literatura uzupełniająca przedmiotu:

- Kolasińska-Morawska K., Sułkowski Ł., Brzozowska M., Morawski P.(red.), Transport w Smart City – zrównoważony transport w zdrowej tkance miejskiej, Akademia WSB, Dabrowa Górnicza 2025
- Śliwka R., Lus T., Rokicki W., *Logistyka – Casebook*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2020.
- Szymonik A., Chudzik Da., *Logistyka nowoczesnej gospodarki magazynowej*, Difin, Warszawa 2017.
- Skowronek Cz., Sarjusz – Wolski Z., *Logistyka w przedsiębiorstwie*, PWE, Warszawa 2012.
- Gołembska E., *Logistyka*, C.H. Beck, Warszawa 2012.

Inne materiały dydaktyczne:

- Prezentacje multimedialne, case study.
- Eurologistics – dwumiesięcznik http://www.eurologistics.pl/
- Logistyka – dwumiesięcznik http://www.czasopismologistyka.pl/
- Logistyka a Jakość – dwumiesięcznik http://www.logisticus.pl
- Nowoczesny Magazyn – dwumiesięcznik http://www.logisticus.pl
- Transport i Spedycja – dwumiesięcznik http://www.logisticus.pl
- Spedycja Transport Logistyka – miesięcznik http://www.stl.pl/
- Gospodarka Materiałowa i Logistyka – miesięcznik http://www.pwe.com.pl/czasopismo.xml?group id=10117

Publikacje naukowe osób prowadzących zajęcia związane z tematyką modułu:

- Michał Tumielewicz, Emil Odważny, Analiza możliwości wykorzystania wybranych gałęzi transportu w branży usług kurierskich, w Daniel Tokarski (red.), Zrównoważony transport w logistyce i handlu międzynarodowym, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź 2025
- Michał Tumielewicz, Michalina Mielcarek, Zarządzanie procesem transportu specjalnego w branży spożywczej, w Daniel Tokarski (red.), Zrównoważony transport w logistyce i handlu międzynarodowym, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź 2025
- Michał Tumielewicz, Katarzyna Libich, Optymalizacja procesów logistycznych w krajowym transporcie drogowym, w Daniel Tokarski (red.), Zrównoważony transport w logistyce i handlu międzynarodowym, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź 2025

- Michał Tumielewicz, Dominik Lemański, Optymalizacja tras samochodów dostawczych w międzynarodowym transporcie drogowym, w Daniel Tokarski (red.), Zrównoważony transport w logistyce i handlu międzynarodowym, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź 2025

OGÓLNE INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE		
NAZWA PRZEDMIOTU:	**Zrównoważony rozwój organizacji**	
Nazwa kierunku studiów, poziom kształcenia:	**Zarządzanie, studia I stopnia**	
Profil kształcenia:	**OGÓLNOAKADEMICKI**	
Rodzaj modułu kształcenia:	**Kierunkowy / powiązany z przygotowaniem do prowadzenia badań**	
Punkty ECTS:	**4 ECTS**	
Wymiar godzin:	**100 h**	
Sposoby weryfikacji i oceny efektów uczenia:	**Egzamin**	

PRZEDMIOTOWE EFEKTY UCZENIA SIĘ Z ODNIESIEM DO EFEKTÓW UCZENIA SIĘ DLA KIERUNKU		
Lp.	**Opis przedmiotowych efektów uczenia się**	**Odniesienie do efektu kierunkowego**
	Wiedza:	
P_W01	Zna w zaawansowanym stopniu cele Agendy 2030, międzynarodowe inicjatywy oraz mierniki realizacji koncepcji zrównoważonego rozwoju.	K_W03, K_W21
P_W02	Zna w zaawansowanym stopniu normy społecznej odpowiedzialności (ISO 26000), zasady raportowania ESG/CSRD oraz narzędzia wdrażania strategii CSR.	K_W18, K_W21
P_W03	Rozumie w zaawansowanym stopniu znaczenie pracy zespołowej w budowaniu społecznie odpowiedzialnej organizacji.	K_W13
	Umiejętności:	
P_U01	Posiada umiejętność wyszukania i przedstawienia informacji na temat dobrych praktyk różnych przedsiębiorstw z wybranych obszarów CSR, które opierają się na wartościach etycznych, zgodności z wymogami prawnymi i szacunkiem do społeczności i środowiska.	K_U06, K_U11, K_U15
P_U02	Posiada umiejętność dokonywania diagnozy sytuacji wybranego przedsiębiorstwa oraz określania i oceny priorytetów odnoszących się do strategii zrównoważonego rozwoju organizacji wobec poszczególnych grup interesariuszy, analizy skutków decyzji i działań biznesowych podjętych w ramach strategii, zaproponowania sposobów działania na przyszłość z różnych obszarów CSR, w tym innowacyjnych rozwiązań problemów w zakresie zrównoważonego rozwoju organizacji.	K_U06, K_U11, K_U13, K_U14, K_U16, K_U17
P_U03	Posiada umiejętność analizy i przedstawienia wybranych problemów badawczych związanych ze zrównoważonym rozwojem organizacji w oparciu o badania desk research.	K_U03, K_U07, K_U10, K_U12
	Kompetencje społeczne:	
P_K01	Jest gotów do inicjowania działań na rzecz zrównoważonego rozwoju organizacji oraz wykorzystywania opinii ekspertów do rozwiązywania newralgicznych problemów.	K_K02, K_K08
P_K02	Jest gotów do promowania etycznej postawy i wrażliwości społecznej, a także do samodzielnego jej przejawiania w działaniach na rzecz zrównoważonego rozwoju.	K_K04

TREŚCI KSZTAŁCENIA		
Lp.	**Wykład:**	**Odniesienie do przedmiotowych efektów uczenia się**
W1	Geneza i definicje zrównoważonego rozwoju (od Raportu Brundtland po dziś).	P_W01, P_U01, P_U03, P_K01, P_K02
W2	Międzynarodowe inicjatywy – Agenda 2030 i 17 Celów Zrównoważonego Rozwoju (SDGs).	P_W01, P_W03, P_U01, P_U03, P_K01, P_K02

W3	Krajowe i unijne strategie na rzecz zrównoważonego rozwoju i zielonej transformacji.	P_W01, P_W02, P_W03, P_U01, P_U02, P_U03, P_K01, P_K02
W4	Mierniki i wskaźniki zrównoważonego rozwoju na poziomie makro, mezo i mikro.	P_W01, P_W02, P_U01, P_U03, P_K01, P_K02
W5	Koncepcja Zrównoważonego Rozwoju na poziomie przedsiębiorstwa – filary i priorytety.	P_W01, P_W03, P_U01, P_U02, P_U03, P_K01, P_K02
W6	Społeczna Odpowiedzialność Biznesu (CSR) – ewolucja, poziomy i strategie rynkowe.	P_W01, P_W02, P_W03, P_U01, P_U02, P_U03, P_K01, P_K02
W7	Standardy i normy zarządzania odpowiedzialnością społeczną (ISO 26000, AA1000).	P_W01, P_W02, P_U01, P_U02, P_U03, P_K01, P_K02
W8	Od CSR do ESG (Environmental, Social, Governance) – nowa architektura raportowania.	P_W01, P_W02, P_U01, P_U02, P_U03, P_K01, P_K02
W9	Dyrektywa CSRD oraz Europejskie Standardy Sprawozdawczości Zrównoważonego Rozwoju (ESRS).	P_W01, P_W02, P_W03, P_U01, P_U02, P_U03, P_K01, P_K02
W10	Identyfikacja, mapowanie i prowadzenie dialogu z interesariuszami organizacji.	P_W01, P_W02, P_W03, P_U01, P_U02, P_U03, P_K01, P_K02
W11	Concept "Green Economy", Europejski Zielony Ład i Taksonomia UE.	P_W01, P_W02, P_W03, P_U01, P_U02, P_U03, P_K01, P_K02
W12	Zrównoważone łańcuchy wartości, zrównoważona konsumpcja i produkcja.	P_W01, P_W02, P_W03, P_U01, P_U02, P_U03, P_K01, P_K02
W13	Zielone finanse, inwestycje społecznie odpowiedzialne (SRI) i nagrody CSR.	P_W01, P_W02, P_W03, P_U01, P_U02, P_U03, P_K01, P_K02
W14	Analiza barier, kosztów i korzyści biznesowych z wdrożenia strategii ESG w MSP.	P_W01, P_W02, P_W03, P_U01, P_U02, P_U03, P_K01, P_K02
Lp.	**Ćwiczenia:**	**Odniesienie do przedmiotowych efektów uczenia się**
C1	Dyskusja i wytyczne do realizowanych prac. Wyszukanie problemów i organizacji do analiz. Wdrażanie CSR w praktyce, identyfikacja dobrych praktyk CSR – studia przypadków w obszarze środowiska przyrodniczego oraz dotyczące społeczności lokalnej i rozwoju	P_U01, P_U03, P_K01 P_K02
C2	Wdrażanie CSR w praktyce, identyfikacja dobrych praktyk CSR – studia przypadków w obszarze praktyk pracowniczych i przestrzegania praw człowieka oraz dotyczących rynku	P_U01, P_U03, P_K01 P_K02
C3	Opracowanie i omówienie Strategii CSR dla wybranego przedsiębiorstwa – praca projektowa uwzględniająca: zapisy dotyczące społecznej odpowiedzialności, politykę zrównoważonego rozwoju, podstawowe wartości firmy oraz przyjęte zasady, kodeksy, polityki, model ładu korporacyjnego, ryzyka i sposoby zarządzania nimi, identyfikację interesariuszy i określenie	P_U02, P_U03, P_K01 P_K02

	ich ważności, celów oraz oczekiwań, istotne aspekty, zagadnienia dla interesariuszy i ich ważność, występujące relacje przedsiębiorstwa z interesariuszami, formy dialogu i kanały komunikacji z interesariuszami, dotychczasowe działania firmy w różnych obszarach CSR, rezultaty podjętych decyzji w ramach strategii zrównoważonego rozwoju, wykorzystywane narzędzia do kształtowania zrównoważonego rozwoju organizacji, określenie celów i sposobów działania na przyszłość, w tym innowacyjnych rozwiązań problemów zrównoważonego rozwoju organizacji	
C4	Analiza wybranych zagadnień/problemów związanych ze zrównoważonym rozwojem i społeczną odpowiedzialnością biznesu będących przedmiotem dotychczasowych badań.	P_U03
Lp.	**Praca własna:**	**Odniesienie do przedmiotowych efektów uczenia się**
PW1	Zapoznanie się z literaturą przedmiotu.	P_W01 P_W02 P_W03
PW2	Przygotowanie do aktywności i dyskusji na zajęciach w określonych zagadnieniach.	P_W01 P_W02 P_W03, P_U01, P_U02, P_U03, P_K01, P_K02
PW3	Opracowanie projektu w zakresie analizy Strategii CSR i narzędzi wykorzystywanych do kształtowania zrównoważonego rozwoju wybranej organizacji z propozycjami usprawnień.	P_U01, P_U02, P_U03, P_K01, P_K02

LITERATURA PRZEDMIOTU ORAZ INNE MATERIAŁY DYDAKTYCZNE

Literatura podstawowa przedmiotu:

- Wolak-Tuzimek A., Społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstwa a konkurencyjność przedsiębiorstw, CeDeWu, Warszawa 2023.
- Rybak M., Etyka menedżera społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstwa, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2020
- Stachera-Włodarczyk S., Cichoń S. (red.), Zrównoważony rozwój w zarządzaniu, Wyd. Politechniki Częstochowskiej, Częstochowa 2018
- Buglewicz K., Społeczna odpowiedzialność biznesu. Nowa wartość konkurencyjna, PWE, Warszawa 2017.
- Paliwoda-Matiolańska A., Odpowiedzialność społeczna w procesie zarządzania przedsiębiorstwem, Wyd. C.H.Beck, Warszawa 2014
- Gasparski W. (red.), Biznes, etyka, odpowiedzialność. Podręcznik akademicki, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2012
- Kusiak N. (red.), Przewodnik CSR po bezpiecznym i zrównoważonym środowisku pracy, Warszawa 2021 (publikacja dostępna w wersji elektronicznej na stronie: https://www.gov.pl/web/fundusze-regiony/grupa-robocza-ds-relacji-z-osobami-swiadczacymi-prace).
- Mazur-Wierzbicka E., CSR w dydaktyce, czyli jak uczyć studentów społecznej odpowiedzialności, Wyd. Stowarzyszenie Kreatywni dla Szczecina, Szczecin 2012.

Literatura uzupełniająca przedmiotu:

- Hadryjańska B., Droga do zrównoważonego rozwoju w Polsce w świetle założeń Agendy 2030, Wydawnictwo Difin, Warszawa 2021.
- Rokicka E., Woźniak W., W kierunku zrównoważonego rozwoju – koncepcje, interpretacje, konteksty, Wyd. UŁ, Łódź 2016, dostęp: https://dspace.uni.lodz.pl/xmlui/handle/11089/18761.
- Borkowska-Niszczota M., 2015, Społeczna odpowiedzialność biznesu turystycznego na rzecz zrównoważonego rozwoju na przykładzie obiektów hotelarskich, (w:) „Ekonomia i Zarządzanie, Vol. 7, nr 1, s. 368-392
- Czaja-Cieszyńska H., Standardy GRI – kierunek dla raportowania na rzecz zrównoważonego rozwoju w organizacjach pozarządowych w Polsce, Studia i Prace, Kolegium Zarządzania i Finansów, Zeszyt naukowy 164/2018, dostęp: https://econjournals.sgh.waw.pl/SiP/article/view/825.
- Standardy AA1000. Narzędzie społecznej odpowiedzialności organizacji. Przewodnik dla biznesu. Warszawa 2011; dostęp: https://www.csrinfo.org/wp-content/uploads/2022/10/standardy_aa1000_przewodnik_csrinfo_2011.pdf
- Makuch Ł., Normy i standardy społecznej odpowiedzialności biznesu (CSR). Przewodnik po kluczowych standardach społecznej odpowiedzialności biznesu oraz relacjach i współzależnościach między nimi zachodzących, Warszawa: Wyższa Szkoła Pedagogiczna 2011.
- Szczupaczyński J., Etyka, zarządzanie, przedsiębiorczość. Heterogenizacja etosu polskich menedżerów i przedsiębiorców w świetle badań jakościowych [w:] Ryzyko w społeczeństwie i gospodarce: biografie finansowe, pod red. Jana Krzysztofa Solarza, Michała Lisowskiego, „Przedsiębiorczość i Zarządzanie”, t. 16, z. 8, cz. 2, Wydawnictwo Społecznej Akademii Nauk, Łódź-Warszawa 2015.

- Wołczek P., Ewolucja podejścia do koncepcji zrównoważonego rozwoju na arenie międzynarodowej, w: Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu, nr 338, 2014; dostęp: https://www.dbc.wroc.pl/dlibra/publication/29022/edition/26194?language=en.
- Guidance on Social Responsibility, International Standard ISO 26000, ISO 26000:2010(E).
- Na ścieżce zrównoważonego rozwoju, Warszawa 2016.
- Wskaźniki zrównoważonego rozwoju Polski 2015, Katowice 2015.
- Wskaźniki zielonej gospodarki w Polsce, Białystok 2016.

Inne materiały dydaktyczne:

- Transforming our world: the 2030 Agenda for Sustainable Development. A/RES/70/1, UN 201; https://sdgs.un.org/publications/transforming-our-world-2030-agenda-sustainable-development-17981
- Ministerstwo Finansów, Europejskie Standardy Sprawozdawczości Zrównoważonego Rozwoju, dostęp: https://www.gov.pl/web/finanse/europejskie-standardy-sprawozdawczosci-zrownowazonego-rozwoju
- Przewodnik po legislacji ESG, 2024, dostęp: https://kampania17celow.pl/raporty/przewodnik-po-legislacji-esg/
- Raport „Wizja zrównoważonego rozwoju dla polskiego biznesu 2050", Ministerstwo Gospodarki, Warszawa 2012.
- Raport „Zielone Finanse w Polsce 2023", dostęp: https://odpowiedzialnybiznes.pl/publikacje/raport-zielone-finanse-w-polsce-2023/
- Inwestowanie zrównoważone – raport BNP Paribas. Raport o przedsiębiorcach 2020.
- Rezolucja przyjęta przez Zgromadzenie Ogólne w dniu 25 września 2015 r. Przekształcamy nasz świat: Agenda na rzecz zrównoważonego rozwoju 2030
- Agenda 2030 w Polsce. Krajowe priorytety – wspólne działania, Broszura 2019, Opracowane przez: Wydział Agendy Rozwojowej 2030.
- Agenda na rzecz zrównoważonego rozwoju 2030: w kierunku pomyślnego wdrożenia w Polsce, 2017.
- Strategia na rzecz Odpowiedzialnego Rozwoju do roku 2020 z perspektywą do 2030, Warszawa 2017.
- Prezentacje Power Point, case study, materiały szkoleniowe, teksty źródłowe oraz Raporty o stanie CSR (Realizacja celów zrównoważonego rozwoju w Polsce, Raport 2018, 2022, 2023, dostęp: sdg.gov.pl).

OGÓLNE INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE		
NAZWA PRZEDMIOTU:	**Zachowania organizacyjne**	
Nazwa kierunku studiów, poziom kształcenia:	**Zarządzanie, studia I stopnia**	
Profil kształcenia:	**OGÓLNOAKADEMICKI**	
Rodzaj modułu kształcenia:	**Kierunkowy / powiązany z przygotowaniem do prowadzenia badań**	
Punkty ECTS:	**4 ECTS**	
Wymiar godzin:	**100 h**	
Sposoby weryfikacji i oceny efektów uczenia:	**Egzamin**	

PRZEDMIOTOWE EFEKTY UCZENIA SIĘ Z ODNIESIEM DO EFEKTÓW UCZENIA SIĘ DLA KIERUNKU		
Lp.	**Opis przedmiotowych efektów uczenia się**	**Odniesienie do efektu kierunkowego**
	Wiedza:	
P_W01	Zna w zaawansowanym stopniu mikro- i makro-uwarunkowania zachowań ludzi w organizacji, w tym teorie postaw, dynamikę grupową i role zespołowe.	K_W10, K_W13
P_W02	Zna w zaawansowanym stopniu rodzaje i typologie kultur organizacyjnych, zasady komunikowania się w zespole, źródła władzy oraz przyczyny oporu wobec zmian.	K_W12, K_W13, K_W20
P_W03	Zna w zaawansowanym stopniu procesy zachodzące w organizacjach w zakresie komunikacji, podejmowania decyzji oraz wpływu kultury organizacyjnej na zachowania pracowników.	K_W12, K_W13
	Umiejętności:	
P_U01	Analizuje mechanizmy kształtowania się zachowań ludzi w organizacji oraz sprawnie posługuje się nimi.	K_U05, K_U17, K_U19
P_U02	Przewiduje konsekwencje podejmowanych działań i decyzji w obszarach miękkiego zarządzania.	K_U05, K_U11
P_U03	Przewiduje konsekwencje zachowań patologicznych dla i w organizacji.	K_U10, K_U19
	Kompetencje społeczne:	
P_K01	Jest gotów do uznawania roli wiedzy w zakresie zachowań ludzkich w organizacjach i jej znaczenia w rozwiązywaniu problemów poznawczych.	K_K07, K_K09
P_K02	Jest gotów do odpowiedzialnego pełnienia roli zawodowej	K_K04, K_K05

TREŚCI KSZTAŁCENIA		
Lp.	**Wykład:**	**Odniesienie do przedmiotowych efektów uczenia się**
W1	Istota i uwarunkowania zachowań ludzi w organizacji.	P_W01, P_W02
W2	Kształtowanie grup i zespołów pracowniczych w organizacji.	P_W01, P_W02
W3	Zachowania ludzi w relacjach komunikacyjnych - efektywność komunikacji organizacyjnej; podejmowanie decyzji.	P_W02, P_W03
W4	Pojęcie kultury organizacyjnej.	P_W01, P_W02
W5	Koncepcja władzy i stylów kierowania.	P_W02, P_W03
W6	Zachowania prospołeczne – kooperacja oraz konflikt.	P_W02, P_W03

W7	Patologie w organizacji; stres w pracy.	P_W02, P_W03
W8	Zmiana w organizacji – pokonywanie oporu wobec zmian.	P_W02, P_W03
W9	Postawy, osobowość i emocje pracowników a zachowania organizacyjne	P_W01, P_W03
W10	Motywacja, zaangażowanie i satysfakcja z pracy.	P_W01, P_W03
W11	Przywództwo i zachowania przywódcze.	P_W02, P_W03
W12	Sprawiedliwość organizacyjna, różnorodność i inkluzja.	P_W01, P_W03
W13	Zaangażowanie, identyfikacja organizacyjna i zachowania obywatelskie pracowników.	P_W01, P_W03
W14	Zachowania organizacyjne w warunkach zmian technologicznych i hybrydowego środowiska pracy	P_W01, P_W02, P_W03
Lp.	**Ćwiczenia:**	**Odniesienie do przedmiotowych efektów uczenia się**
Ćw1	Budowanie zespołów pracowniczych; komunikacja w procesie zarządzania grupami i zespołami.	P_U01, P_K02
Ćw2	Diagnoza kultury organizacyjnej.	P_U01, P_K02
Ćw3	Organizacyjne uwarunkowania władzy.	P_U02, P_K01
Ćw4	Sposoby diagnozowania wybranych zachowań patologicznych w organizacji.	P_U02, P_K01
Ćw5	Diagnoza postaw i zaangażowania pracowników.	P_U01, P_U02, P_K01
Ćw6	Analiza motywacji pracowników i projektowanie systemu motywacyjnego.	P_U01, P_U02, P_K01
Ćw7	Style przywództwa w praktyce organizacyjnej.	P_U01, P_U02, P_K02
Ćw8	Emocje i inteligencja emocjonalna w relacjach zawodowych.	P_U01, P_U02, P_K02
Ćw9	Konflikt organizacyjny – diagnoza i dobór strategii rozwiązania.	P_U01, P_U02, P_K01, P_K02
Ćw10	Sprawiedliwość, różnorodność i inkluzja w organizacji – analiza studium przypadku.	P_U01, P_U02, P_K01, P_K02
Ćw11	Zachowania pracowników w warunkach pracy zdalnej i hybrydowej.	P_U01, P_U02, P_K01, P_K02
Ćw12	Diagnoza zachowań pracowników i konsekwencji decyzji menedżerskich.	P_U01, P_U02, P_U03, P_K01, P_K02
Ćw13	Kompleksowa diagnoza zachowań organizacyjnych i projekt działań doskonalących.	P_U01, P_U02, P_U03, P_K01, P_K02
Ćw14	Omówienie projektu.	P_U01, P_U02, P_U03, P_K01, P_K02

Lp.	Praca własna:	Odniesienie do przedmiotowych efektów uczenia się
PW1	Zapoznanie się z literatura przedmiotu.	P_W01 P_W02 P_W03
PW2	Przygotowanie do aktywnego uczestnictwa w zajęciach.	P_W01 P_W02 P_W03, P_U01, P_U02, P_U03, P_K01, P_K02
PW3	Opracowanie projektu w zakresie analizy przejawów, narzędzi i przyczyn zachowań organizacyjnych w wybranej organizacji.	P_U01, P_U02, P_U03

LITERATURA PRZEDMIOTU ORAZ INNE MATERIAŁY DYDAKTYCZNE

Literatura podstawowa przedmiotu:

- Robbins S.P., Judge T.A., *Organizational Behavior,* Global Edition, Pearson, 2024.
- McShane S.L., Von Glinow M.A., *Organizational Behavior: Emerging Knowledge*, Global Reality, McGraw-Hill, 2024.
- Fortuna P., Rożnowski B., *Psychologia biznesu(eBook)*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2020.
- Gołembski M., *Funkcja personalna w przedsiębiorstwie. Aktualne trendy i perspektywy rozwoju*, CeDeWu, Warszawa 2019.
- Gołębiowska E., (red.), *Zarządzanie w dobie ograniczonego zaufania*, Wydawnictwo Społecznej Akademii Nauk, Łódź-Warszawa 2016.
- Griffin R.W., *Podstawy zarządzania*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2017.
- Kmiotek K., Piecuch T., *Zachowania organizacyjne: teoria i przykłady*, Difin, Warszawa 2012.

Literatura uzupełniająca przedmiotu:

- Schein E.H., Schein P., *Humble Inquiry (3rd ed.),* Berrett-Koehler, 2025.
- Edmondson A.C., The *Fearless Organization*, Wiley, 2019.
- Kożusznik, B., *Zachowania człowieka w organizacji*, PWE, Warszawa 2011.
- Penc J., *Zachowania organizacyjne w przedsiębiorstwie: kreowanie twórczego nastawienia i aspiracji*, Oficyna Wolters Kluwer Business, Warszawa 2011.
- *Zachowania organizacyjne. Relacje społeczne w przestrzeni zmian*, pod red. Januszkiewicz K., Zalewska-Turzyńska M., Kołodziejczak M., Czajkowska M., Wydawnictwo UŁ, Łódź 2015.
- *Zachowania organizacyjne. Organizacja jako przestrzeń kształtowania zachowań pracowników*, pod red. Świątek-Barylska I., Bednarska-Wnuk I., Michalak J.M., Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź 2015.

Inne materiały dydaktyczne:

- Prezentacje Power Point, materiały szkoleniowe, case study, teksty źródłowe.

OGÓLNE INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE		
NAZWA PRZEDMIOTU:	**Systemy zarządzania jakością**	
Nazwa kierunku studiów, poziom kształcenia:		**Zarządzanie, studia I stopnia**
Profil kształcenia:		**OGÓLNOAKADEMICKI**
Rodzaj modułu kształcenia:		**Kierunkowy / powiązany z przygotowaniem do prowadzenia badań**
Punkty ECTS:		**4 ECTS**
Wymiar godzin:		**100 h**
Sposoby weryfikacji i oceny efektów uczenia:		**Egzamin**

PRZEDMIOTOWE EFEKTY UCZENIA SIĘ Z ODNIESIEM DO EFEKTÓW UCZENIA SIĘ DLA KIERUNKU		
Lp.	**Opis przedmiotowych efektów uczenia się**	**Odniesienie do efektu kierunkowego**
	Wiedza:	
P_W01	Zna w zaawansowanym stopniu ewolucję koncepcji zarządzania jakością, jej funkcje w organizacji oraz uwarunkowania TQM.	K_W05, K_W08
P_W02	Zna w zaawansowanym stopniu strukturę i wymagania znormalizowanych systemów zarządzania opartych na normie ISO 9001:2015 oraz zasady klasyfikacji kosztów jakości.	K_W18
P_W03	Zna w zaawansowanym stopniu metody i narzędzia inżynierii jakości, w tym FMEA, QFD oraz procedury audytowania systemów.	K_W15, K_W18
	Umiejętności:	
P_U01	Potrafi określić cel zarządzania jakością w przedsiębiorstwie	K_U01, K_U15
P_U02	Potrafi zaprojektować i opisać wymagania jakościowe procesów oraz produktów	K_U06, K_U15
P_U03	Potrafi analizować i ocenić mierniki jakości procesów	K_U07, K_U09, K_U15
	Kompetencje społeczne:	
P_K01	Jest gotów do inicjowania działań z zakresu zarządzania jakością na rzecz interesu publicznego	K_K03
P_K02	Jest gotów do przestrzegania zasad etyki zawodowej	K_K04

TREŚCI KSZTAŁCENIA		
Lp.	**Wykład:**	**Odniesienie do przedmiotowych efektów uczenia się**
W1	Definicje, struktura, klasa i funkcje jakości wyrobów i usług.	P_W01
W2	Historia i ewolucja podejścia do jakości (od kontroli po TQM).	P_W01
W3	Normalizacja krajowa i międzynarodowa – rola instytucji normalizacyjnych (ISO, CEN, PKN).	P_W02
W4	Struktura i wymagania znormalizowanych systemów zarządzania opartych na normie ISO 9001:2015.	P_W02
W5	Podejście procesowe i myślenie oparte na ryzyku w systemach zarządzania jakością.	P_W02
W6	Opracowanie i nadzór nad dokumentacją systemową (polityka, procedury, instrukcje, zapisy).	P_W02

W7	Ekonomika jakości – klasyfikacja, pomiar i analiza kosztów jakości.	P_W02
W8	Metoda QFD (Quality Function Deployment – Dom Jakości) w projektowaniu produktów.	P_W03
W9	Analiza przyczyn i skutków wad – metoda FMEA (Failure Mode and Effects Analysis).	P_W03
W10	Klasyczne i tradycyjne narzędzia zarządzania jakością (Diagram Ishikawy, Pareto-Lorenza, histogram).	P_W03
W11	Audyty wewnętrzne i zewnętrzne – etapy, procedury i certyfikacja systemów jakości.	P_W03
W12	Koncepcja Total Quality Management (TQM) oraz filozofia ciągłego doskonalenia (KAIZEN).	P_W01
W13	Metodologia Six Sigma oraz Lean Management w podnoszeniu jakości procesów.	P_W01, P_W03
W14	Wdrażanie i integracja branżowych systemów zarządzania jakością (np. IATF, HACCP, ISO 14001).	P_W02
Lp.	**Ćwiczenia:**	**Odniesienie do przedmiotowych efektów uczenia się**
Ćw1	Analiza standardów jakości w przedsiębiorstwach.	P_U01, P_U02, P_U03, P_K01, P_K02
Ćw2	Analiza procesów normalizacji według standardu grupy ISO.	P_U01, P_U02, P_U03, P_K01, P_K02
Ćw3	Analiza ekonomiki jakości i kosztów normalizacji w organizacjach.	P_U01, P_U02, P_U03, P_K01, P_K02
Ćw4	Zastosowanie metod analizy standardów jakości- QFD, analiza FMEA.	P_U01, P_U02, P_U03, P_K01, P_K02
Ćw5	Identyfikacja celów i polityki jakości przedsiębiorstwa oraz ich przełożenie na działania operacyjne, a także identyfikacja klientów i innych stron zainteresowanych oraz określanie ich wymagań jakościowych.	P_U01, P_U02, P_U03, P_K01, P_K02
Ćw6	Mapowanie i modelowanie procesów organizacyjnych oraz identyfikacja punktów krytycznych z perspektywy jakości.	P_U01, P_U02, P_U03, P_K01, P_K02
Ćw7	Projektowanie wymagań jakościowych dla wybranego produktu lub usługi z wykorzystaniem specyfikacji jakościowych	P_U01, P_U02, P_U03, P_K01, P_K02
Ćw8	Dobór i projektowanie mierników jakości procesów – KPI, wskaźniki efektywności i skuteczności procesów	P_U01, P_U02, P_U03, P_K01, P_K02
Ćw9	Analiza danych jakościowych i ilościowych oraz interpretacja wyników pomiarów jakości procesów	P_U01, P_U02, P_U03, P_K01, P_K02
Ćw10	Identyfikacja niezgodności oraz analiza ich przyczyn z wykorzystaniem metody 5 Why i diagramu Ishikawy	P_U01, P_U02, P_U03, P_K01, P_K02
Ćw11	Opracowanie działań korygujących i zapobiegawczych oraz planów doskonalenia jakości procesów	P_U01, P_U02, P_U03, P_K01, P_K02
Ćw12	Wykorzystanie cyklu PDCA i metod KAIZEN do doskonalenia wybranego procesu organizacyjnego	P_U01, P_U02, P_U03, P_K01, P_K02

Ćw13	Analiza znaczenia jakości, bezpieczeństwa i odpowiedzialności organizacji wobec klientów, pracowników i innych interesariuszy	P_U01, P_U02, P_U03, P_K01, P_K02
Ćw14	Analiza przypadków naruszeń zasad jakości i etyki zawodowej oraz opracowanie propozycji działań doskonalących	P_U01, P_U02, P_U03, P_K01, P_K02
Lp.	**Praca własna:**	**Odniesienie do przedmiotowych efektów uczenia się**
PW1	Zapoznanie się z literatura przedmiotu.	P_W01 P_W02 P_W03
PW2	Przygotowanie do aktywnego uczestnictwa w zajęciach.	P_W01 P_W02 P_W03, P_U01, P_U02, P_U03, P_K01, P_K02
PW3	Opracowanie projektu w zakresie analizy procesu wdrażania systemów jakości w wybranej organizacji oraz propozycje usprawnień.	P_U01, P_U02, P_U03, P_K01, P_K02

LITERATURA PRZEDMIOTU ORAZ INNE MATERIAŁY DYDAKTYCZNE

Literatura podstawowa przedmiotu:

- Hamrol, A., *Zarządzanie i inżynieria jakości*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2017.
- Wójcik P. *Zarządzanie jakością w aspekcie kosztowym*, Wydawnictwo CeDeWu, Warszawa 2020
- Zimon D., *Zarządzanie jakością w logistyce*, Wydawnictwo CeDEWu, Warszawa 2023

Literatura uzupełniająca przedmiotu:

- Urban W., *Zarządzanie jakością usług*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2018.
- Janczewska D. (red.) *Zarządzanie jakością procesów logistycznych w przedsiębiorstwach*, „Przedsiębiorczość i Zarządzanie" tom XXII, zeszyt 2, Wyd. Społeczna Akademia Nauk w Łodzi, Łódź 2021 – tom we współpracy ze studentami.
- Pilarczyk M., Janczewska D., *Polityka jakości na przykładzie firmy produkcyjnej [w] Wyzwania współczesnej logistyk (*red.). D. Janczewska, „przedsiębiorczość i Zarządzanie", tom XXIV, zeszyt I, Wyd. Społeczna Akademia Nauk w Łodzi, Łódź 2024, ss 9-32- tom we współpracy ze studentami.

Inne materiały dydaktyczne:

- Materiały wykładowe: Prezentacje Power Point, materiały szkoleniowe, case study
- Czasopisma specjalistyczne: „Zarządzanie jakością.", „Problemy jakości"

OGÓLNE INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE		
NAZWA PRZEDMIOTU:	**Badania marketingowe**	
Nazwa kierunku studiów, poziom kształcenia:	**Zarządzanie, studia I stopnia**	
Profil kształcenia:	**OGÓLNOAKADEMICKI**	
Rodzaj modułu kształcenia:	**Kierunkowy / powiązany z przygotowaniem do prowadzenia badań**	
Punkty ECTS:	**4 ECTS**	
Wymiar godzin:	**100 h**	
Sposoby weryfikacji i oceny efektów uczenia:	**Egzamin**	

PRZEDMIOTOWE EFEKTY UCZENIA SIĘ Z ODNIESIEM DO EFEKTÓW UCZENIA SIĘ DLA KIERUNKU		
Lp.	**Opis przedmiotowych efektów uczenia się**	**Odniesienie do efektu kierunkowego**
	Wiedza:	
P_W01	Zna w zaawansowanym stopniu etapową metodykę projektowania procesu badań marketingowych (od definiowania problemu decyzyjnego, przez hipotezy, po raport końcowy).	K_W15
P_W02	Zna w zaawansowanym stopniu ilościowe i jakościowe metody oraz techniki gromadzenia danych (PAPI, CATI, CAWI, FGI), zasady doboru próby i podstawy ich analityki w oprogramowaniu SPSS.	K_W14, K_W15
	Umiejętności:	
P_U01	Potrafi opracować i wykonać od podstaw plan badań marketingowych, oraz przeprowadzić badanie.	K_U06, K_U11
P_U02	Potrafi odnieść wyniki przeprowadzonych badań marketingowych do sytuacji wewnętrznej organizacji oraz uwarunkowań społeczno-gospodarczych na rynku.	K_U01, K_U11, K_U12
	Kompetencje społeczne:	
P_K01	Jest gotów do uznawania roli badań marketingowych w procesach poznawczych.	K_K03, K_K09
P_K02	Jest gotów do działań przedsiębiorczych wykorzystując wiedzę z marketingu	K_K05, K_K07

TREŚCI KSZTAŁCENIA		
Lp.	**Wykład:**	**Odniesienie do przedmiotowych efektów uczenia się**
W1	Istota i elementy badań marketingowych. Cel i przedmiot badań marketingowych.	P_W01
W2	Informacja marketingowa w przedsiębiorstwie.	P_W01, P_W02
W3	Proces realizacji badań rynku	P_W01, P_W02
W4	Projektowanie badania marketingowego – od problemu decyzyjnego do hipotez badawczych.	P_W01, P_W02
W5	Dobór próby. Weryfikacja hipotez. Metody statystyczne w badaniach marketingowych.	P_W01, P_W02
W6	Metody badań rynku.	P_W01, P_W02
W7	Charakterystyka badań ankietowych, budowa kwestionariusza, rodzaje pytań, skale pomiarowe.	P_W01, P_W02

W8	Jakość i wiarygodność danych w badaniach marketingowych.	P_W01, P_W02
W9	Analiza i interpretacja danych marketingowych w SPSS.	P_W01, P_W02
W10	Raport jako forma prezentacji wyników badania.	P_W01, P_W02
Lp.	**Ćwiczenia:**	**Odniesienie do przedmiotowych efektów uczenia się**
Ćw1	Istota badań marketingowych w świetle wybranych przykładów – studium przypadku.	P_U01, P_K01, P_K02
Ćw2	Problem decyzyjny a problem badawczy, cele, hipotezy, analiza źródeł wtórnych – ich rola w procesie badań marketingowych.	P_U01, P_K01, P_K02
Ćw3	Dobór próby – analiza wybranych metod.	P_U01, P_K01, P_K02
Ćw4	Kwestionariusz jako narzędzie badawcze – istota, zasady, tworzenie.	P_U01, P_K01, P_K02
Ćw5	Realizacja badań marketingowych i ich kontrola.	P_U01, P_K01, P_K02
Ćw6	Wybrane metody badań marketingowych, badania ankietowe, wywiady, obserwacje, metody heurystyczne.	P_U01, P_K01, P_K02
Ćw7	Przeprowadzanie symulacji badań np. wywiadów fokusowych.	P_U01, P_K01, P_K02
Ćw8	Analiza statystyczna wyników badań. Wykorzystanie programu SPSS	P_U01, P_U02, P_K01, P_K02
Ćw9	Raport z badania, struktura i zawartość, analiza wybranych raportów	P_U01, P_U02, P_K01, P_K02
Ćw10	Prezentacja zrealizowanych projektów badań marketingowych	P_U01, P_U02, P_K01, P_K02
Lp.	**Praca własna:**	**Odniesienie do przedmiotowych efektów uczenia się**
PW1	Zapoznanie się z literaturą przedmiotu.	P_W01, P_W02
PW2	Przygotowanie się do zajęć, prace cząstkowe, przygotowanie projektu badawczego	P_U01, P_U02, P_K01, P_K02

LITERATURA PRZEDMIOTU ORAZ INNE MATERIAŁY DYDAKTYCZNE

Literatura podstawowa przedmiotu:

- Mazurek-Łopacińska K., *Badania marketingowe. Metody, nowe technologie i zastosowania w zarządzaniu przedsiębiorstwem*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2025.
- Czubała A., Niestrój R., *Marketing w przedsiębiorstwie – ujęcie operacyjne*, PWE, Warszawa 2020.
- Milic-Czerniak R. (red.), *Badania marketingowe. Nowe metody badań i zastosowania*, Difin, Warszawa 2019.

Literatura uzupełniająca przedmiotu:

- Budzanowska-Drzewiecka M., Lubowiecki-Vikuk A., *Exploring Emotions in Customer Experience Research***,** Edward Elgar Publishing, Cheltenham, UK and Northampton, MA, USA, 2025.
- Sobocińska M., *Konsument i rynek – Badania marketingowe – Strategie i działania marketingowe,* Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu, 2024.
- E. Gross-Gniot, M. Dębski, E. Szkudlarek, Brand Loyalty and Consumer Behavior.Generation Z in Central and Eastern Europe Routledge 2026.
- H. Górska-Warsewicz, A. Krawczyk, M. Dębski (2023) The role of social media in shaping brand trust, brand equity and brand loyalty [w:] Privacy, Trust and Social Media, J. Paliszkiewicz, K. Chen, J. Gołuchowski (red.), Routledge, https://doi.org/10.4324/9781003368700.

Inne materiały dydaktyczne:

- Studia przypadków, prezentacje multimedialne przygotowane przez wykładowcę, przygotowywanie indywidualnych lub grupowych projektów.
- Brand24.pl

OGÓLNE INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE		
NAZWA PRZEDMIOTU:	**Zarządzanie zasobami ludzkimi**	
Nazwa kierunku studiów, poziom kształcenia:		**Zarządzanie, studia I stopnia**
Profil kształcenia:		**OGÓLNOAKADEMICKI**
Rodzaj modułu kształcenia:		**Kierunkowy / powiązany z przygotowaniem do prowadzenia badań**
Punkty ECTS:		**4 ECTS**
Wymiar godzin:		**100 h**
Sposoby weryfikacji i oceny efektów uczenia:		**Egzamin**

PRZEDMIOTOWE EFEKTY UCZENIA SIĘ Z ODNIESIEM DO EFEKTÓW UCZENIA SIĘ DLA KIERUNKU		
Lp.	**Opis przedmiotowych efektów uczenia się**	**Odniesienie do efektu kierunkowego**
	Wiedza:	
P_W01	Student zna i rozumie w zaawansowanym stopniu cele oraz uwarunkowania zarządzania zasobami ludzkimi, a także główne koncepcje i modele ZZL stosowane w organizacjach.	K_W10, K_W11, K_W12, K_W13
P_W02	Student nazywa i opisuje w zaawansowanym stopniu typowe metody zarządzania zasobami ludzkimi i podaje przykłady rozwiązań z zakresu określonych metod i technik ZZL.	K_W11, K_W12, K_W14
P_W03	Student zna i rozumie w zaawansowanym stopniu procesy związane z organizacją zarządzania zasobami ludzkimi, w tym planowanie zatrudnienia, rekrutację i selekcję pracowników.	K_W10, K_W11, K_W12
	Umiejętności:	
P_U01	Student korzysta i sprawnie posługuje się metodami i technikami ZZL.	K_U12, K_U15
P_U02	Student wykorzystuje i rozwija umiejętności efektywnego i skutecznego zarządzania powierzonymi zasobami ludzkimi.	K_U02, K_ U05 K_U19
P_U03	Student potrafi przewidywać określone skutki zastosowanych metod ZZL; potrafi ocenić zasadność stosowanych i wdrażanych rozwiązań w zakresie ZZL.	K_U11, K_U15
	Kompetencje społeczne:	
P_K01	Student jest gotów do dbałości o dorobek i tradycje zawodu menedżera w zakresie zarządzania zasobami ludzkimi oraz odpowiedzialnego kształtowania relacji pracowniczych.	K_K01

TREŚCI KSZTAŁCENIA		
Lp.	**Wykład:**	**Odniesienie do przedmiotowych efektów uczenia się**
W1	Podstawowe problemy, cele, uwarunkowania zarządzania zasobami ludzkimi.	P_W01, P_W02
W2	Podstawowe koncepcje zarządzania zasobami ludzkimi.	P_W03
W3	Organizacja procesów ZZL.	P_W02, P_W03
W4	Planowanie i wyposażanie organizacji w personel.	P_W02, P_W03
W5	Ocena pracy w zarządzaniu ludźmi. Motywowanie w organizacji.	P_W02, P_W03
W6	Polityka rozwoju personelu w organizacji. Szkolenia pracowników.	P_W02, P_W03

W7	Odejścia pracowników z firm.	P_W02, P_W03
W8	Strategiczne zarządzanie zasobami ludzkimi.	P_W01, P_W02
W9	Zarządzanie talentami i potencjałem pracowników.	P_W01, P_W02
W10	Employer branding i doświadczenia pracownika (Employee Experience).	P_W01, P_W02
W11-W12	Cyfryzacja procesów ZZL i HR Analytics.	P_W02, P_W03
W13-W14	Zarządzanie różnorodnością, dobrostanem i elastycznymi formami pracy.	P_W01, P_W02
Lp.	**Ćwiczenia:**	**Odniesienie do przedmiotowych efektów uczenia się**
Ćw1	Planowanie kadr: rekrutacja i selekcja. Organizacja pracy działu personalnego - z wykorzystaniem pakietu systemu Symfonia „Kadry i płace”.	P_U01, P_U03, P_K01,
Ćw2	System Okresowych Ocen Pracowniczych (SOOP) – zasady przygotowania, projektowanie systemu ocen pracowniczych. Analiza luk kompetencji i przygotowanie szkolenia w oparciu o studium przypadku organizacji.	P_U01, P_U03, P_K01,
Ćw3	Analiza efektywności narzędzi motywowania. Rozstania z pracownikami – przygotowanie do zwolnień, przygotowanie do rozmowy kończącej współpracę (exit inteview).	P_U01, P_U03, P_K01,
Ćw4	Rola menadżera w ZZL. Etyka w ZZL.	P_U01, P_U03, P_K01
Ćw5	Opracowanie profilu kompetencyjnego stanowiska pracy.	P_U01, P_U02
Ćw6	Projekt procesu onboardingu pracownika	P_U01, P_U02, P_U03
Ćw7	Budowanie marki pracodawcy i Employee Value Proposition	P_U01, P_U03
Ćw8	Zarządzanie talentami i planowanie ścieżek kariery	P_U01, P_U02, P_U03
Ćw9	HR Analytics – wykorzystanie danych w decyzjach personalnych	P_U01, P_U03
Ćw10	Projekt systemu zarządzania kompetencjami pracowników	P_U01, P_U02, P_U03
Ćw11-Ćw12	Zarządzanie pracownikami w modelu zdalnym i hybrydowym	P_U02, P_U03
Ćw13-Ćw14	Projekt strategicznego rozwiązania problemu ZZL	P_U01, P_U02, P_U03
Lp.	**Praca własna:**	**Odniesienie do przedmiotowych efektów uczenia się**
PW1	Zapoznanie się z literaturą podstawową przedmiotu.	P_W01, P_W02, P_W03
PW2	Przygotowanie do aktywnego udziału w zajęciach.	P_W01, P_W02, P_W03, P_U01, P_U02, P_U03, P_K01
PW3	Przygotowanie projektu w zakresie analizy metod i narzędzi zarządzania zasobami ludzkimi w wybranej organizacji oraz propozycji ich usprawnienia.	P_U01, P_U02, P_U03, P_K01,

LITERATURA PRZEDMIOTU ORAZ INNE MATERIAŁY DYDAKTYCZNE
Literatura podstawowa przedmiotu: - Armstrong, M., *Strategiczne zarządzanie zasobami ludzkimi. Narzędzia, modele i efektywne rozwiązania dla liderów HR,* Wydawnictwo Naukowe PWN, 2024. - Nowakowska, P. (2023). Zarządzanie zasobami ludzkimi w innowacyjnym przedsiębiorstwie. Zarządzanie Innowacyjne w Gospodarce i Biznesie, 36(1), 49-6, 2023. - Krawczyk-Bryłka B., Tomczak M. (red.), *Zarządzanie zasobami ludzkimi*, Difin, Warszawa 2019. - Oczkowska, Renata (red.), *Zarządzanie zasobami ludzkimi. Uwarunkowania, instrumenty, trendy*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2019. - Pocztowski A., *Zarządzanie zasobami ludzkimi. Zarys problematyki i metod*, PWE, Warszawa 2018. - Wetlaufer S,. *Zespół, którego nie było,* „Harvard Business Review", str. 31-58, link: Harvard Business Review. Negocjacje i rozwiązywanie konfliktów; https://www.darmowe-ebooki.com/czytelnia/harvar-2.pdf
Literatura uzupełniająca przedmiotu: - Piwowar-Sulej, K., Bąk-Grabowska, D., Grzesik, K., & Zając, C. (2022). Zrównoważone Zarządzanie Zasobami Ludzkimi– wybrane zagadnienia. Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu. - Armstrong M., *Zarządzanie zasobami ludzkimi*, Wolters Kluwer, Kraków 2016. - Fryczyńska M., *Menedżeryzm. Koncepcja, kształcenie, wdrożenia*, Oficyna Wydawnicza SGH, Warszawa 2024. - Juchnowicz M., Mazurek-Kucharska B., Turek D*., Diagnoza jakości kapitału ludzkiego w organizacji. Metody i narzędzia pomiaru*, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 2018. - Oleksyn T., *Zarządzanie zasobami ludzkimi w organizacji*, Wolters Kluwer, Kraków 2014.
Inne materiały dydaktyczne: - Prezentacje Power Point, materiały szkoleniowe, case study, teksty źródłowe.

OGÓLNE INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE		
NAZWA PRZEDMIOTU:	**Zintegrowana komunikacja marketingowa**	
Nazwa kierunku studiów, poziom kształcenia:	**Zarządzanie, studia I stopnia**	
Profil kształcenia:	**OGÓLNOAKADEMICKI**	
Rodzaj modułu kształcenia:	**Kierunkowy / powiązany z przygotowaniem do prowadzenia badań**	
Punkty ECTS:	**4 ECTS**	
Wymiar godzin:	**100 h**	
Sposoby weryfikacji i oceny efektów uczenia:	**Egzamin**	

PRZEDMIOTOWE EFEKTY UCZENIA SIĘ Z ODNIESIEM DO EFEKTÓW UCZENIA SIĘ DLA KIERUNKU		
Lp.	**Opis przedmiotowych efektów uczenia się**	**Odniesienie do efektu kierunkowego**
	Wiedza:	
P_W01	Zna w zaawansowanym stopniu procesy i etapy zintegrowanej komunikacji marketingowej (IMC) oraz metody budżetowania kampanii promocyjnych.	K_W03, K_W15
P_W02	Zna w zaawansowanym stopniu instrumenty komunikacji masowej i bezpośredniej (reklama, PR, sponsoring, sales promotion, social media) oraz metody pomiaru ich skuteczności rynkowej.	K_W15, K_W21
	Umiejętności:	
P_U01	Potrafi przygotować założenia prowadzenia zintegrowanej komunikacji marketingowej.	K_U06, K_U12
P_U02	Potrafi zaprojektować proces komunikacji marketingowej z wykorzystaniem wybranych metod i technik komunikacyjnych.	K_U12
	Kompetencje społeczne:	
P_K01	Jest gotów określić priorytety w komunikacji marketingowej, myśląc i działając przy tym w sposób przedsiębiorczy.	K_K10

TREŚCI KSZTAŁCENIA		
Lp.	**Wykład:**	**Odniesienie do przedmiotowych efektów uczenia się**
W1	Istota zintegrowanej komunikacji w biznesie. Etapy budowy skutecznej komunikacji.	P_W01, P_W02
W2	Zasady i metody budżetowania komunikacji.	P_W01, P_W02
W3	Kształtowanie relacji z otoczeniem. Wizerunek przedsiębiorstw elementem komunikacji z otoczeniem.	P_W01, P_W02
W4	Masowa komunikacja marketingowa – reklama i promocja sprzedaży.	P_W01, P_W02
W5	Masowa komunikacja marketingowa – public relations, sprzedaż osobista.	P_W01, P_W02
W6	Bezpośrednia komunikacja marketingowa i marketing relacji.	P_W01, P_W02
W7	Wpływ zintegrowanej komunikacji marketingowej na zachowania konsumentów.	P_W01, P_W02
W8	Nowe zjawiska i trendy w komunikacji marketingowej.	P_W01, P_W02

W9	Strategia zintegrowanej komunikacji marketingowej.	P_W01, P_W02
W10	Cyfrowe kanały komunikacji marketingowej i social media.	P_W01, P_W02
W11	Public Affairs, sponsoring i event marketing w strategii IMC.	P_W01, P_W02
W12	Personalizacja i nowe technologie w komunikacji marketingowej.	P_W01, P_W02
W13	Globalna komunikacja marketingowa i uwarunkowania międzykulturowe	P_W01, P_W02
W14	Pomiar skuteczności i efektywności zintegrowanej komunikacji marketingowej	P_W01, P_W02
Lp.	**Ćwiczenia:**	**Odniesienie do przedmiotowych efektów uczenia się**
Ćw1	Reklama jako element zintegrowanej komunikacji marketingowej.	P_U01, P_U02, P_K01
Ćw2	Promocja sprzedaży jako element zintegrowanej komunikacji marketingowej.	P_U01, P_U02, P_K01
Ćw3	Sprzedaż osobista jako element zintegrowanej komunikacji marketingowej.	P_U01, P_U02, P_K01
Ćw4	PR jako element zintegrowanej komunikacji marketingowej.	P_U01, P_U02, P_K01
Ćw5	Sponsoring jako element zintegrowanej komunikacji marketingowej.	P_U01, P_U02, P_K01
Ćw6	Wpływ zintegrowanej komunikacji marketingowej na zachowania klientów.	P_U01, P_U02, P_K01
Ćw7	Projektowanie strategii zintegrowanej komunikacji marketingowej.	P_U01, P_U02, P_K01
Ćw8	Integracja kanałów tradycyjnych i cyfrowych w kampanii IMC.	P_U01, P_U02, P_K01
Ćw9	Budżetowanie i pomiar efektów kampanii komunikacyjnej.	P_U01, P_U02, P_K01
Ćw10-Ćw12	Projekt kampanii IMC z wykorzystaniem nowych technologii.	P_U01, P_U02, P_K01
Ćw13-Ćw14	Prezentacja zadania projektowego.	P_U01, P_U02, P_K01
Lp.	**Praca własna:**	**Odniesienie do przedmiotowych efektów uczenia się**
PW1	Zapoznanie się z literaturą przedmiotu.	P_W01, P_W02
PW2	Przygotowanie projektu w zakresie opracowania planu komunikacji marketingowej dla nowej oferty rynkowej lub organizacji.	P_U01, P_U02, P_K01

LITERATURA PRZEDMIOTU ORAZ INNE MATERIAŁY DYDAKTYCZNE

Literatura podstawowa przedmiotu:

- Taranko T., *Komunikacja marketingowa. Istota, uwarunkowania, efekty*, Wyd. Nieoczywiste, Warszawa 2020.
- Wiktor J., *Komunikacja marketingowa. Modele, struktury, formy przekazu*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2018.

Literatura uzupełniająca przedmiotu:

- Dębski M., Jupowicz-Ginalska A. (red.), *Komunikacja marketingowa we współczesnych działaniach prowizerunkowych*,

„Przedsiębiorczość i Zarządzanie”, t. 15, z. 4, cz. 1, Wydawnictwo Społecznej Akademii Nauk, Łódź 2014.
- Stępowski R., Bierzyński J. i in., *Komunikacja marketingowa 2030: technologiczna rewolucja i mentalna ewolucja*, Wydawnictwo Słowa i Myśli, Lublin 2016.

Inne materiały dydaktyczne:
- Czasopisma specjalistyczne: Marketing, Marketing i rynek
- Prezentacje multimedialne, studia przypadków

OGÓLNE INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE		
NAZWA PRZEDMIOTU:	**Zarządzanie w sektorze publicznym**	
Nazwa kierunku studiów, poziom kształcenia:	**Zarządzanie, studia I stopnia**	
Profil kształcenia:	**OGÓLNOAKADEMICKI**	
Rodzaj modułu kształcenia:	**Kierunkowy / powiązany z przygotowaniem do prowadzenia badań**	
Punkty ECTS:	**4 ECTS**	
Wymiar godzin:	**100 h**	
Sposoby weryfikacji i oceny efektów uczenia:	**Zaliczenie z oceną**	

PRZEDMIOTOWE EFEKTY UCZENIA SIĘ Z ODNIESIEM DO EFEKTÓW UCZENIA SIĘ DLA KIERUNKU		
Lp.	**Opis przedmiotowych efektów uczenia się**	**Odniesienie do efektu kierunkowego**
	Wiedza:	
P_W01	Zna w zaawansowanym stopniu specyfikę, struktury i zadania jednostek sektora finansów publicznych (administracja rządowa i samorządowa) oraz zasady ich finansowania.	K_W02, K_W03, K_W14
P_W02	Zna w zaawansowanym stopniu ewolucję paradygmatów zarządzania publicznego (biurokracja weberiańska, New Public Management, Governance) oraz narzędzia oceny efektywności usług publicznych.	K_W03, K_W15, K_W20
P_W03	Charakteryzuje w zaawansowanym stopniu instrumenty i narzędzia zarządzania stosowane w instytucjach publicznych, w tym systemy oceny efektywności, zamówienia publiczne, zarządzanie projektami unijnymi oraz mechanizmy kontroli zarządczej.	K_W07, K_W14, K_W19
	Umiejętności:	
P_U01	Student analizuje struktury organizacyjne i procesy zarządzania w wybranych instytucjach publicznych, identyfikując obszary wymagające usprawnień na podstawie danych ogólnodostępnych (BIP, sprawozdania finansowe JST, raporty NIK).	K_U01, K_U04, K_U05
P_U02	Student stosuje wybrane metody i narzędzia zarządzania publicznego (planowanie strategiczne, zarządzanie przez wyniki, model CAF, budżet zadaniowy) do oceny efektywności funkcjonowania podmiotów sektora publicznego.	K_U07, K_U11, K_U13
	Kompetencje społeczne:	
P_K01	Student jest gotów do realizacji zadań w środowisku instytucji publicznych z zachowaniem standardów etyki zawodowej, transparentności działania i odpowiedzialności za dobro wspólne.	K_K03, K_K04, K_K09

TREŚCI KSZTAŁCENIA		
Lp.	**Wykład:**	**Odniesienie do przedmiotowych efektów uczenia się**
W1	Sektor publiczny — pojęcie, granice i klasyfikacja podmiotów; zawodność rynku jako uzasadnienie interwencji publicznej; dobra publiczne, dobra merytoryczne, efekty zewnętrzne.	P_W01, P_W02
W2	Ewolucja paradygmatów zarządzania publicznego — biurokracja weberiańska, New Public Management (NPM), New Public Governance (NPG), Public Value Management; porównanie założeń, instrumentów i krytyki.	P_W01, P_W02
W3	Struktura administracji publicznej w Polsce — administracja rządowa (centralna i terenowa) i samorządowa (gmina, powiat, województwo); organy, kompetencje i relacje między szczeblami; reforma samorządowa 1999 r.	P_W01, P_W03
W4	Finanse publiczne — pojęcie i zasady finansów publicznych; budżet państwa: dochody, wydatki, deficyt i dług publiczny; procedura budżetowa; wieloletni plan finansowy państwa.	P_W01, P_W02, P_W03
W5	Finanse samorządowe — dochody i wydatki jednostek samorządu terytorialnego (JST); subwencje i dotacje; obligacje komunalne; budżet obywatelski jako instrument partycypacji i legitymizacji;	P_W01, P_W03

	wskaźniki kondycji finansowej JST.	
W6	Planowanie strategiczne w sektorze publicznym — strategie rozwoju na poziomie krajowym (ŚSRK, SRK), regionalnym (SRW) i lokalnym; dokumenty planistyczne; hierarchia celów; monitoring i ewaluacja strategii.	P_W02, P_W03
W7	Zarządzanie przez cele i wyniki w administracji publicznej — budżet zadaniowy, MBO, Balanced Scorecard adaptowany do sektora publicznego; KPI i mierniki w instytucjach publicznych; kontrola zarządcza (ustawa o finansach publicznych art. 68–70).	P_W02, P_W03
W8	Zarządzanie zasobami ludzkimi w sektorze publicznym — służba cywilna (ustawa o służbie cywilnej); pragmatyki zawodowe (pracownicy samorządowi, nauczyciele, funkcjonariusze); system wynagrodzeń; oceny pracownicze; rozwój kompetencji urzędników.	P_W01, P_W03
W9	Cyfryzacja administracji publicznej i e-government – cyfrowe usługi publiczne, elektroniczny obieg dokumentów, interoperacyjność systemów, otwarte dane publiczne oraz wykorzystanie sztucznej inteligencji w administracji	P_W01, P_W03
W10	Zarządzanie jakością usług publicznych – pojęcie jakości w sektorze publicznym, standardy obsługi obywatela, pomiar satysfakcji użytkowników usług publicznych, model CAF oraz doskonalenie procesów administracyjnych	P_W02, P_W03
W11	Partycypacja społeczna i współzarządzanie publiczne – konsultacje społeczne, budżet obywatelski, inicjatywy lokalne, współpraca administracji z mieszkańcami i organizacjami społecznymi oraz znaczenie partycypacji dla legitymizacji decyzji publicznych	P_W02
W12	Zarządzanie kryzysowe i odporność instytucji publicznych – identyfikacja zagrożeń, system zarządzania kryzysowego, ciągłość działania instytucji, komunikacja kryzysowa oraz współpraca administracji publicznej z podmiotami zewnętrznymi	P_W01, P_W03
W13-W14	Partnerstwo publiczno-prywatne i współpraca międzysektorowa – istota PPP, obszary zastosowania, modele współpracy sektora publicznego i prywatnego, korzyści i ryzyka oraz rola organizacji pozarządowych w realizacji zadań publicznych	P_W01, P_W02, P_W03
Lp.	**Ćwiczenia:**	**Odniesienie do przedmiotowych efektów uczenia się**
Ćw1	Mapa podmiotów sektora publicznego — identyfikacja i klasyfikacja instytucji publicznych w wybranym powiecie; porównanie zadań własnych i zleconych; analiza struktury organizacyjnej urzędu.	P_U01, P_K01
Ćw2	Case study: reforma zarządzania publicznego — analiza wybranego wdrożenia NPM (np. reforma służby zdrowia, szkolnictwa) lub reformy samorządowej 1999 r. w Polsce; ocena skutków i lekcji.	P_U02, P_K01
Ćw3	Analiza finansów JST — praca z ogólnodostępnymi danymi (BIP gminy/powiatu, GUS, Ministerstwo Finansów): struktura budżetu, wskaźniki zadłużenia, wydatki majątkowe; ranking kondycji finansowej JST.	P_U01, P_U02, P_K01
Ćw4	Budżet zadaniowy w praktyce — ćwiczenie grupowe: przypisanie zadań, podzadań, działań i mierników do wybranej jednostki budżetowej; omówienie różnic między budżetem tradycyjnym a zadaniowym.	P_U02, P_K01
Ćw5	Planowanie strategiczne JST — analiza Strategii Rozwoju wybranej gminy lub powiatu: diagnoza, hierarchia celów, spójność z dokumentami wyższego rzędu, jakość wskaźników; rekomendacje dla rady.	P_U01, P_U02, P_K01
Ćw6	Balanced Scorecard dla instytucji publicznej — projekt karty wyników dla wybranej instytucji (urząd dzielnicy, powiatowy urząd pracy, MOPS): perspektywy, cele strategiczne, mierniki i wartości docelowe.	P_U02, P_K01
Ćw7	Zamówienia publiczne — symulacja procesu przetargu nieograniczonego: przygotowanie specyfikacji warunków zamówienia (SWZ), kryteria oceny ofert, analiza ofert, wybór najkorzystniejszej; omówienie błędów i nieprawidłowości.	P_U02, P_K01
Ćw8	Wniosek o dofinansowanie UE — przygotowanie uproszczonego wniosku dla projektu dofinansowanego z RPO/KPO: opis projektu, harmonogram, budżet, wskaźniki produktu i rezultatu; analiza kryteriów wyboru.	P_U02, P_K01
Ćw9	Diagnoza cyfryzacji usług publicznych — analiza wybranej jednostki administracji pod kątem dostępności e-usług, cyfrowej obsługi obywatela, otwartych danych i możliwości wykorzystania nowych technologii.	P_U01, P_U02, P_K01
Ćw10	Ocena jakości usług publicznych z wykorzystaniem modelu CAF — przygotowanie uproszczonej samooceny wybranej instytucji publicznej, identyfikacja mocnych i słabych stron oraz opracowanie	P_U01, P_U02, P_K01

	rekomendacji usprawniających	
Ćw11	Analiza partycypacji społecznej w jednostce samorządu terytorialnego — analiza konsultacji społecznych, budżetu obywatelskiego lub innych form współdecydowania mieszkańców; ocena ich skuteczności i wpływu na decyzje JST	P_U01, P_U02, P_K01
Ćw12	Studium przypadku zarządzania sytuacją kryzysową — analiza wybranego kryzysu, identyfikacja działań poszczególnych instytucji, ocena komunikacji i koordynacji oraz przygotowanie rekomendacji dotyczących poprawy odporności organizacji	P_U01, P_U02, P_K01
Ćw13-Ćw14	Analiza współpracy publiczno-prywatnej lub publiczno-społecznej — studium przypadku wybranego partnerstwa, identyfikacja celów, uczestników, podziału odpowiedzialności, korzyści i ryzyka współpracy.	P_U01, P_U02, P_K01
Lp.	**Praca własna:**	**Odniesienie do przedmiotowych efektów uczenia się**
PW1	Zapoznanie się z literaturą przedmiotu oraz aktualnymi regulacjami prawnymi (ustawa o samorządzie gminnym, ustawa o finansach publicznych, PZP).	P_W01, P_W02, P_W03
PW2	Przygotowanie projektu — diagnoza i plan usprawnień wybranej instytucji publicznej (zebranie danych, analiza, opracowanie rekomendacji, przygotowanie prezentacji).	P_U01, P_U02, P_U03 P_K01, P_K02

LITERATURA PRZEDMIOTU ORAZ INNE MATERIAŁY DYDAKTYCZNE

Literatura podstawowa

- Izdebski H., Kulesza M., Administracja publiczna. Zagadnienia ogólne, Liber, Warszawa 2004 (i wyd. późniejsze).
- Hausner J. (red.), Administracja publiczna, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2021.
- Dylewski M., Filipiak B., Gorzałczyńska-Koczkodaj M., Finanse samorządowe. Narzędzia, decyzje, procesy, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2018.
- Supernat J., Administracja publiczna w świetle teorii i praktyki, Wydawnictwo Kolonia Limited, Wrocław 2016.

Literatura uzupełniająca przedmiotu:

- Bovaird T., Löffler E. (eds.), Public Management and Governance, Routledge, London & New York 2015.
- Kulesza M., Sześciło D., Polityka administracyjna i zarządzanie publiczne, Wolters Kluwer, Warszawa 2013.
- Stiglitz J.E., Ekonomia sektora publicznego, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2013.

Inne materiały dydaktyczne:

- Ustawa z dnia 8 marca 1990 r. o samorządzie gminnym (Dz. U. 2024, poz. 1465 t.j.).
- Ustawa z dnia 27 sierpnia 2009 r. o finansach publicznych (Dz. U. 2023, poz. 1270 t.j.).
- Ustawa z dnia 21 listopada 2008 r. o służbie cywilnej (Dz. U. 2024, poz. 409 t.j.).
- Ustawa z dnia 11 września 2019 r. Prawo zamówień publicznych (Dz. U. 2024, poz. 1320 t.j.).

OGÓLNE INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE		
NAZWA PRZEDMIOTU:	**Zarządzanie finansami przedsiębiorstwa**	
Nazwa kierunku studiów, poziom kształcenia:	**Zarządzanie, studia I stopnia**	
Profil kształcenia:	**OGÓLNOAKADEMICKI**	
Rodzaj modułu kształcenia:	**Kierunkowy / powiązany z przygotowaniem do prowadzenia badań**	
Punkty ECTS:	**4 ECTS**	
Wymiar godzin:	**100 h**	
Sposoby weryfikacji i oceny efektów uczenia:	**Egzamin**	

PRZEDMIOTOWE EFEKTY UCZENIA SIĘ Z ODNIESIEM DO EFEKTÓW UCZENIA SIĘ DLA KIERUNKU		
Lp.	**Opis przedmiotowych efektów uczenia się**	**Odniesienie do efektu kierunkowego**
	Wiedza:	
P_W01	Zna w zaawansowanym stopniu zasady funkcjonowania przedsiębiorstwa jako systemu finansowego oraz strategiczne cele polityki finansowej (płynność vs rentowność).	K_W02, K_W23
P_W02	Zna w zaawansowanym stopniu metody zarządzania kapitałem obrotowym netto, strategie finansowania majątku oraz mechanizmy działania dźwigni operacyjnej i finansowej.	K_W03, K_W08, K_W18
P_W03	Charakteryzuje w zaawansowanym stopniu zasady budowania strategii finansowania przedsiębiorstwa.	K_W16
	Umiejętności:	
P_U01	Student stosuje metody analizy strategicznej przedsiębiorstwa do podejmowania decyzji finansowych.	K_U09, K_U12
P_U02	Student wykorzystuje wiedzę z dyscypliny ekonomia i finanse do podejmowania decyzji finansowych.	K_U02, K_U06
	Kompetencje społeczne:	
P_K01	Student jest gotów do krytycznej oceny źródeł informacji w zarządzaniu finansami	K_K09

TREŚCI KSZTAŁCENIA		
Lp.	**Wykład:**	**Odniesienie do przedmiotowych efektów uczenia się**
W1	Przedsiębiorstwo w gospodarce rynkowej (istota przedsiębiorstwa, przedsiębiorstwo w ujęciu systemowym – aspekt finansowy, cele finansowe przedsiębiorstwa – maksymalizacja zysku a maksymalizacja wartości przedsiębiorstwa).	P_W01, P_W02, P_W03
W2	Strategia finansowa a strategia finansowania w kontekście celów przedsiębiorstwa (istota strategii finansowania przedsiębiorstwa, uwarunkowania strategii finansowej przedsiębiorstwa, obszary strategicznych decyzji finansowych, elementy i etapy strategii finansowania przedsiębiorstwa, zasady strategii finansowania przedsiębiorstwa).	P_W01, P_W02, P_W03
W3	Rodzaje strategii finansowania przedsiębiorstwa (strategia agresywna, umiarkowana oraz konserwatywna).	P_W01, P_W02, P_W03
W4	Klasyczne i Innowacyjne formy finansowania przedsiębiorstwa i kryteria ich wyboru.	P_W01, P_W02, P_W03
W5	Finansowanie przedsiębiorstwa w różnych fazach jego życia.	P_W01, P_W02, P_W03

W6	Zarządzanie kapitałem obrotowym w przedsiębiorstwie (charakterystyka kapitału obrotowego, strategie finansowania majątku obrotowego).	P_W01, P_W02, P_W03
W7	Płynność finansowa oraz rentowność przedsiębiorstwa w ocenie kondycji finansowej przedsiębiorstwa. Wykorzystanie dźwigni w planowaniu zysku przedsiębiorstwa (dźwignia operacyjna i finansowa).	P_W01, P_W02, P_W03
W8	Polityka dywidendowa spółki – charakterystyka, rodzaje dywidendy, czynniki determinujące politykę dywidendową, rodzaje polityki dywidendowej, formy wypłat dywidendy.	P_W01, P_W02, P_W03
W9	Wartość pieniądza w czasie i koszt kapitału przedsiębiorstwa – istota wartości pieniądza w czasie, wartość bieżąca i przyszła, koszt kapitału własnego i obcego oraz znaczenie kosztu kapitału w podejmowaniu decyzji finansowych	P_W01, P_W03
W10	Planowanie i budżetowanie finansowe przedsiębiorstwa – planowanie przychodów, kosztów i przepływów pieniężnych, budżet główny przedsiębiorstwa, prognozowanie zapotrzebowania na kapitał oraz wykorzystanie budżetów w kontroli finansowej	P_W01, P_W03
W11	Zarządzanie inwestycjami przedsiębiorstwa – klasyfikacja inwestycji, kryteria oceny projektów inwestycyjnych, metody NPV, IRR, okres zwrotu oraz wpływ ryzyka na decyzje inwestycyjne	P_W01, P_W03
W12	Ryzyko finansowe przedsiębiorstwa i metody jego ograniczania – źródła ryzyka finansowego, ryzyko płynności, kredytowe i stopy procentowej, identyfikacja ryzyka oraz podstawowe instrumenty i strategie zarządzania ryzykiem	P_W01, P_W02
W13-W14	Zarządzanie należnościami i zapasami jako element zarządzania kapitałem obrotowym – polityka kredytowa przedsiębiorstwa, ocena wiarygodności kontrahentów, monitoring należności, rotacja zapasów oraz wpływ należności i zapasów na płynność finansową	P_W02
Lp.	**Ćwiczenia:**	**Odniesienie do przedmiotowych efektów uczenia się**
Ćw1	Analiza otoczenia przedsiębiorstwa w gospodarce rynkowej.	P_U01, P_U02, P_K01
Ćw2	Analiza obszarów strategicznych decyzji finansowych przedsiębiorstw.	P_U01, P_U02, P_K01
Ćw3	Planowanie strategii finansowania przedsiębiorstwa (strategia agresywna, umiarkowana oraz konserwatywna).	P_U01, P_U02, P_K01
Ćw4	Analiza klasycznych i innowacyjnych form finansowania przedsiębiorstwa.	P_U01, P_U02, P_K01
Ćw5	Analiza zarządzania finansami przedsiębiorstwa w różnych fazach cyklu jego życia	P_U01, P_U02, P_K01
Ćw6	Tworzenie strategii zarządzania kapitałem pracującym netto.	P_U01, P_U02, P_K01
Ćw7	Analiza płynności i rentowności przedsiębiorstwa. Wyznaczanie wskaźników płynności i rentowności na podstawie sprawozdań finansowych oraz ich interpretacja w kontekście oceny kondycji finansowej przedsiębiorstwa.	P_U01, P_U02, P_K01
Ćw8	Polityka dywidendowa spółki –rodzaje dywidendy, formy wypłat dywidendy.	P_U01, P_U02, P_K01
Ćw9	Obliczanie wartości pieniądza w czasie i kosztu kapitału przedsiębiorstwa	P_U01, P_U02, P_K01
Ćw10	Budżet finansowy przedsiębiorstwa i prognozowanie przepływów pieniężnych	P_U01, P_U02, P_K01
Ćw11	Ocena opłacalności projektów inwestycyjnych	P_U01, P_U02, P_K01
Ćw12	Analiza ryzyka finansowego i wybór sposobów jego ograniczania	P_U01, P_U02, P_K01

Ćw13-Ćw14	Zarządzanie należnościami, zapasami i cyklem konwersji gotówki	P_U01, P_U02, P_K01
Lp.	**Praca własna:**	**Odniesienie do przedmiotowych efektów uczenia się**
PW1	Gromadzenie wiedzy z zakresu finansowania przedsiębiorstwa.	P_W01, P_W02, P_W03, P_U01, P_U02, P_K01
PW2	Gromadzenie sprawozdań finansowych i wskaźników finansowych oraz ich ocena.	P_W01, P_W02, P_W03, P_U01, P_U02, P_K01

LITERATURA PRZEDMIOTU ORAZ INNE MATERIAŁY DYDAKTYCZNE

Literatura podstawowa przedmiotu:

- Brigham E., Houston J., *Zarządzanie finansami*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2015.
- Czekaj J., Dresler Z., *Zarządzanie finansami przedsiębiorstw*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2020.
- Gołębiowski G. (red.), *Analiza finansowa przedsiębiorstwa*, Difin, Warszawa 2016.
- Prędkiewicz, K., *Zarządzanie finansami przedsiębiorstwa*, Wydawnictwo Marina, Wrocław 2015.
- Czaplewski L., Gryko J., Kubiak J., Lizińska J., *Finanse przedsiębiorstw*, Wyd. Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu, Poznań 2021.

Literatura uzupełniająca przedmiotu:

- Czerwonka L., *Zarządzanie finansami. Wprowadzenie, przykłady i zadania*, C.H. Beck, Warszawa 2018
- Dybał M., Homa M., Jakubowski S., Sura R., Zawadzka P., Banaszczak-Soroka U. (red.), R*ynki finansowe. Organizacja, instytucje, uczestnicy*, C.H. Beck, Warszawa 2019.
- Klamut, Elżbieta. (red.), *Zarządzanie finansami przedsiębiorstw i gospodarstw domowych*, Wydawnictwo Społecznej Akademii Nauk, Łódź - Warszawa 2017.

Inne materiały dydaktyczne:

- Sprawozdania finansowe spółek giełdowych, oferta kredytowa banków komercyjnych.
- Prezentacje multimedialne, studia przypadków

OGÓLNE INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE		
NAZWA PRZEDMIOTU:	**Analiza finansowa**	
Nazwa kierunku studiów, poziom kształcenia:	**Zarządzanie, studia I stopnia**	
Profil kształcenia:	**OGÓLNOAKADEMICKI**	
Rodzaj modułu kształcenia:	**Kierunkowy / powiązany z przygotowaniem do prowadzenia badań**	
Punkty ECTS:	**4 ECTS**	
Wymiar godzin:	**100 h**	
Sposoby weryfikacji i oceny efektów uczenia:	**Zaliczenie z oceną**	

PRZEDMIOTOWE EFEKTY UCZENIA SIĘ Z ODNIESIEM DO EFEKTÓW UCZENIA SIĘ DLA KIERUNKU		
Lp.	**Opis przedmiotowych efektów uczenia się**	**Odniesienie do efektu kierunkowego**
	Wiedza:	
P_W01	Zna w zaawansowanym stopniu sprawozdawczość finansową jako źródło informacji decyzyjnej oraz procedury wstępnej analizy bilansu i rachunku zysków i strat.	K_W04, K_W23
P_W02	Zna w zaawansowanym stopniu metodykę analizy wskaźnikowej (płynność, rentowność, sprawność działania, zadłużenie) oraz dyskryminacyjne modele wczesnego ostrzegania przed upadłością.	K_W14, K_W15
	Umiejętności:	
P_U01	Student potrafi przeprowadzić analizę finansową jednostek gospodarczych o różnej specyfice i zakresie działania, w tym spółek publicznych.	K_U01, K_U06
P_U02	Student potrafi zinterpretować wyniki analizy sprawozdań finansowych i wyciągnąć wnioski dotyczące kondycji finansowej wybranej jednostki oraz jej zdolności kredytowej.	K_U01, K_U06
P_U03	Student potrafi współdziałać z innymi osobami w ramach prac zespołowych, polegających na wykorzystaniu narzędzi analizy finansowej do oceny kondycji finansowej wybranej jednostki, a także oceny jej zdolności kredytowej.	K_U17, K_U18
	Kompetencje społeczne:	
P_K01	Student jest gotów do krytycznej oceny posiadanej wiedzy z zakresu analizy finansowej.	K_K09

TREŚCI KSZTAŁCENIA		
Lp.	**Wykład:**	**Odniesienie do przedmiotowych efektów uczenia się**
W1	Źródła danych i informacji wykorzystywanych w analizie finansowej.	P_W01, P_W02, P_K01
W2	Sprawozdawczość finansowa jako twarde narzędzie oceny dokonań przedsiębiorstwa.	P_W01, P_W02, P_K01
W3	Wpływ regulacji prawno-bilansowych (UoR vs MSR/MSSF) na użyteczność analityczną sprawozdania.	P_W01, P_W02, P_K01
W4	Wykorzystanie danych niefinansowych (ESG/CSR) jako uzupełnienie twardej analizy finansowej.	P_W01, P_W02, P_K01

W5	Istota, klasyfikacja i metody wstępnej analizy sprawozdania finansowego.	P_W01, P_W02, P_K01
W6	Analiza pionowa i pozioma bilansu – badanie struktury i dynamiki majątku oraz kapitałów.	P_W01, P_W02, P_K01
W7	Analiza rachunku zysków i strat – poziomy wyników finansowych i ich jakość.	P_W01, P_W02, P_K01
W8	Istota i wskaźniki analizy płynności finansowej oraz zarządzania kapitałem obrotowym.	P_W01, P_W02, P_K01
W9	Analiza sprawności działania (aktywności/obrotowości) zasobów przedsiębiorstwa.	P_W01, P_W02, P_K01
W10	Analiza zadłużenia i zdolności do obsługi zobowiązań (wskaźniki wypłacalności).	P_W01, P_W02, P_K01
W11	Analiza rentowności (ROS, ROA, ROE) i piramidalny model Du Ponta.	P_W01, P_W02, P_K01
W12	Analiza rachunku przepływów pieniężnych (Cash Flow) – ocena strumieni gotówkowych.	P_W01, P_W02, P_K01
W13	Systemy wczesnego ostrzegania i dyskryminacyjne modele scoringowe prognozowania upadłości.	P_W01, P_W02, P_K01
W14	Syntetyczna ocena kondycji finansowej przedsiębiorstwa i wycena wartości dla właścicieli.	P_W01, P_W02, P_K01
Lp.	**Ćwiczenia:**	**Odniesienie do przedmiotowych efektów uczenia się**
C1	Studium przypadku – analiza sprawozdania finansowego wybranej spółki publicznej i/lub wpisanej do rejestru przedsiębiorców KRS (analiza wstępna, wskaźnikowa, dyskryminacyjna) za co najmniej 3 okresy sprawozdawcze.	P_U01, P_U02, P_U03, P_K01
Lp.	**Praca własna:**	**Odniesienie do przedmiotowych efektów uczenia się**
PW1	Zapoznanie się z literaturą przedmiotu.	P_W01, P_W02
PW2	Przygotowanie się do zaliczenia przedmiotu.	P_W01, P_W02, P_U03, P_K01
PW3	Opracowanie studium przypadku w ramach pracy zespołowej, polegającego na wykorzystaniu narzędzi analizy finansowej (analiza wstępna, wskaźnikowa, dyskryminacyjna) do oceny kondycji finansowej wybranej spółki publicznej i/lub wpisanej do rejestru przedsiębiorców KRS.	P_W01, P_W02, P_U01, P_U02, P_U04, P_K01

LITERATURA PRZEDMIOTU ORAZ INNE MATERIAŁY DYDAKTYCZNE

Literatura podstawowa przedmiotu:

- Wędzki D., *Analiza sytuacji finansowej przedsiębiorstwa na podstawie jednostkowego i skonsolidowanego sprawozdania finansowego*, CeDeWu, Warszawa 2025.
- Sokół A., Surmacz A.O., Brojak-Trzaskowska M., Porada-Rachoń M., Lubomska-Kalisz J., *Analiza sprawozdań finansowych. Wybrane zagadnienia*, CeDeWu, Warszawa 2025.
- Gos W., Janowicz M., Mućko P., Niemiec A., Skoczylas W., *Sprawozdania finansowe i ich analiza*, SKwP, Warszawa 2025.
- Bławat F., Drajska E., Figura P., Gawrycka M., Korol T., Prusak B., *Analiza finansowa przedsiębiorstwa. Ocena sprawozdań finansowych, analiza wskaźnikowa*, CeDeWu, Warszawa 2024.

- Bławat F., Drajska E., Figura P., Gawrycka M., Korol T., Prusak B., *Analiza finansowa przedsiębiorstwa. Finansowanie, inwestycje, wartość, syntetyczna ocena kondycji finansowej*, CeDeWu, Warszawa 2023.
- Gos W., Hońko S., Szczypa P., *ABC sprawozdań finansowych. Jak je czytać, interpretować i analizować*, CeDeWu, Warszawa 2023.
- Kowalak R., *Analiza finansowa. Przewidywanie bankructwa i analiza trudności finansowych. Teoria, przykłady i zadania*, Wyd. UE we Wrocławiu, Wrocław 2022, www.libra.ibuk.pl

Literatura uzupełniająca przedmiotu:

- Lichota W., Rabiej E., Pitera R., *Analiza finansowa przedsiębiorstw wybranych sektorów ze szczególnym uwzględnieniem zagrożenia upadłością*, CeDeWu, Warszawa 2024.
- Wędzki D., *Wskaźniki finansowe dla sprawozdania według Międzynarodowych Standardów Sprawozdawczości Finansowej*, C.H. Beck, Warszawa 2020.
- Gołębiewski G. (red.), *Analiza finansowa przedsiębiorstwa. Finansowanie, inwestycje, wartość, syntetyczna ocena kondycji finansowej*, Difin, Warszawa 2020.

Inne materiały dydaktyczne:

- Materiały własne prowadzącego.

OGÓLNE INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE		
NAZWA PRZEDMIOTU:	**Czytamy Harvard Business Review**	
Nazwa kierunku studiów, poziom kształcenia:	**Zarządzanie, studia I stopnia**	
Profil kształcenia:	**OGÓLNOAKADEMICKI**	
Rodzaj modułu kształcenia:	**Kierunkowy / powiązany z przygotowaniem do prowadzenia badań**	
Punkty ECTS:	**2 ECTS**	
Wymiar godzin:	**50 h**	
Sposoby weryfikacji i oceny efektów uczenia:	**Zaliczenie z oceną**	

PRZEDMIOTOWE EFEKTY UCZENIA SIĘ Z ODNIESIEM DO EFEKTÓW UCZENIA SIĘ DLA KIERUNKU		
Lp.	**Opis przedmiotowych efektów uczenia się**	**Odniesienie do efektu kierunkowego**
	Wiedza:	
P_W01	Zna w zaawansowanym stopniu współczesne, światowe koncepcje zarządcze, trendy innowacyjne i studia przypadków prezentowane w literaturze anglojęzycznej.	K_W05, K_W07
P_W02	Zna w zaawansowanym stopniu specjalistyczne pojęcia i terminologię biznesową w języku angielskim z zakresu przywództwa, strategii i transformacji cyfrowej.	K_W03, K_W21
	Umiejętności:	
P_U01	Analizuje i krytycznie ocenia argumenty z artykułów HBR.	K_U01, K_U21
P_U02	Syntetyzuje informacje i formułuje wnioski.	K_U05, K_U06, K_U20
P_U03	Prowadzi dyskusję merytoryczną nt. zarządzania	K_U21
	Kompetencje społeczne:	
P_K01	Wykazuje świadomość ciągłego uczenia się i adaptacji biznesowej.	K_K06, K_K09

TREŚCI KSZTAŁCENIA		
Lp.	**Ćwiczenia:**	**Odniesienie do przedmiotowych efektów uczenia się**
Każde spotkanie (2h) poświęcone jest analizie 1-2 wybranych artykułów z "Harvard Business Review", koncentrując się na dyskusji i praktycznym zastosowaniu przedstawionych idei.		
Moduł 1: Wprowadzenie do "Harvard Business Review" i podstawy strategicznego myślenia (4h)		
T1	Wprowadzenie do przedmiotu, omówienie sylabusu i oczekiwań. "Harvard Business Review" jako źródło wiedzy biznesowej – historia, misja, specyfika. Lektura: Krótki artykuł wprowadzający np. o znaczeniu innowacji w biznesie. Dyskusja: Jak czytać "HBR" by wyciągać najwięcej?	P_W01, P_K01
T2	Podstawy strategii i przewagi konkurencyjnej. Lektura: Michael E. Porter, "What Is Strategy?" (klasyka, dostępna w archiwach HBR). Dyskusja: Co to jest strategia? Dlaczego firmy potrzebują strategii?	P_W01, P_K01
Moduł 2: Liderstwo i zarządzanie ludźmi (6h)		
T3	Style przywództwa i ich wpływ na organizację. Lektura: Daniel Goleman, "What Makes a Leader?" Dyskusja: Rola inteligencji emocjonalnej w przywództwie.	P_W02, P_U03
T4	Budowanie efektywnych zespołów i angażowanie pracowników. Lektura: Artykuł o zaangażowaniu pracowników lub pracy zespołowej (np. Amy Edmondson, "Teaming: How Organizations Learn, Innovate, and Compete in the Knowledge Economy" – fragmenty lub artykuł HBR na ten temat).	P_W02, P_U03

	Dyskusja: Jak motywować i budować zaufanie w zespole?	
T5	Zarządzanie zmianą i odporność organizacyjna. Lektura: Artykuł o zarządzaniu zmianą (np. John P. Kotter, "Leading Change" – fragmenty lub artykuł HBR na ten temat). Dyskusja: Jak skutecznie zarządzać zmianą w turbulentnym środowisku?	P_W02, P_K01
Moduł 3: Innowacje i cyfrowa transformacja (6h)		
T6	Typy innowacji i proces ich wdrażania. Lektura: Clayton M. Christensen, Michael E. Raynor, "The Innovator's Solution" (fragmenty lub artykuł HBR o innowacjach przełomowych). Dyskusja: Czy każda innowacja musi być przełomowa?	P_W01, P_U01
T7	Wyzwania i szanse związane z transformacją cyfrową. Lektura: Artykuł o cyfrowej transformacji lub AI w biznesie. Dyskusja: Jakie są największe przeszkody w transformacji cyfrowej?	P_W02, P_U02
T8	Agile w zarządzaniu projektami i organizacjami. Lektura: Artykuł na temat metodyk Agile w biznesie (np. Darrell Rigby, Jeff Sutherland, Hirotaka Takeuchi, "Embracing Agile"). Dyskusja: Czy Agile to rozwiązanie dla wszystkich?	P_U03, P_K01
Moduł 4: Marketing i obsługa klienta w nowej erze (4h)		
T9	Strategie marketingowe zorientowane na klienta. Lektura: Artykuł o customer experience lub marketing automation. Dyskusja: Jak budować lojalność klienta?	P_U01, P_U03
T10	Marka i jej znaczenie w budowaniu wartości firmy. Lektura: Artykuł o zarządzaniu marką lub storytellingu w marketingu. Dyskusja: Czy silna marka zawsze gwarantuje sukces?	P_W01, P_U02
Moduł 5: Etyka, zrównoważony rozwój i przyszłość pracy (4h)		
T11	Społeczna odpowiedzialność biznesu i zarządzanie etyczne. Lektura: Artykuł o CSR lub etyce w biznesie. Dyskusja: Czy etyka i zysk mogą iść w parze?	P_W02, P_K01
T12	Zrównoważony rozwój jako element strategii biznesowej. Lektura: Artykuł o ESG lub gospodarce obiegu zamkniętego. Dyskusja: Jak firmy mogą przyczynić się do zrównoważonego rozwoju?	P_W02, P_K01
Moduł 6: Podsumowanie i praca nad projektem (4h)		
T13	Podsumowanie kluczowych koncepcji przedmiotu. Konsultacje dotyczące projektów końcowych. Dyskusja: Najważniejsze lekcje z "HBR" dla przyszłych menedżerów.	P_U03, P_K01
T14	Prezentacje projektów końcowych przez studentów. Sesja pytań i odpowiedzi, dyskusja.	P_U01, P_U02, P_U03
Lp.	**Praca własna:**	**Odniesienie do przedmiotowych efektów uczenia się**
PW1	Zapoznanie się z literaturą przedmiotu	P_W01, P_W02
PW2	Zadania literaturowe (analiza dodatkowych źródeł, synteza).	P_U01, P_U02
PW3	Przygotowanie do zaliczenia (eseje, prezentacje, projekt końcowy).	P_U03, P_K01

LITERATURA PRZEDMIOTU ORAZ INNE MATERIAŁY DYDAKTYCZNE

Literatura podstawowa przedmiotu:

- Wybrane artykuły z "Harvard Business Review" (dostępne online przez bazę danych uniwersyteckiej biblioteki lub platformę HBR). Lista konkretnych artykułów będzie podawana na początku semestru.
- Przykładowe klasyczne artykuły HBR (dostępne w zbiorach HBR):
  1. Porter, M. E. (1996). "What Is Strategy?".
  2. Goleman, D. (1998). "What Makes a Leader?".
  3. Christensen, C. M. (1997). "The Innovator's Dilemma" (fragmenty lub artykuły).

Literatura uzupełniająca przedmiotu:

– Książki autorów publikujących w "HBR" (np. Goleman, Kotter, Porter, Christensen).
– Inne wiodące czasopisma naukowe i branżowe z zakresu zarządzania.

Inne materiały dydaktyczne:

–

OGÓLNE INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE		
NAZWA PRZEDMIOTU:	**Wprowadzenie do zarządzania projektami**	
Nazwa kierunku studiów, poziom kształcenia:	**Zarządzanie, studia I stopnia**	
Profil kształcenia:	**OGÓLNOAKADEMICKI**	
Rodzaj modułu kształcenia:	**Kierunkowy / powiązany z przygotowaniem do prowadzenia badań**	
Punkty ECTS:	**4 ECTS**	
Wymiar godzin:	**100 h**	
Sposoby weryfikacji i oceny efektów uczenia:	**Zaliczenie z oceną**	

PRZEDMIOTOWE EFEKTY UCZENIA SIĘ Z ODNIESIEM DO EFEKTÓW UCZENIA SIĘ DLA KIERUNKU		
Lp.	**Opis przedmiotowych efektów uczenia się**	**Odniesienie do efektu kierunkowego**
	Wiedza - w zaawansowanym stopniu:	
P_W01	Zna w zaawansowanym stopniu pojęcie, cechy i strukturę projektu oraz tradycyjne (Waterfall) i zwinne (Agile) metodyki zarządzania projektami.	K_W07, K_W08
P_W02	Zna w zaawansowanym stopniu zasady planowania zakresu, harmonogramowania, budżetowania, analizy ryzyka i zarządzania zespołem projektowym.	K_W07, K_W08
	Umiejętności:	
P_U01	Potrafi analizować aspekty zarządzania projektem, w tym ryzyko, finansowanie, zmiany w trakcie realizacji projektu oraz kontrolę budżetu - potrafi zaplanować realizację projektu.	K_U01, K_U04, K_U05, K_U17, K_U18
	Kompetencje społeczne:	
P_K01	Jest gotów do współdziałania na rzez środowiska społecznego w realizacji projektów społecznych	K_K02, K_K03

TREŚCI KSZTAŁCENIA		
Lp.	**Wykład:**	**Odniesienie do przedmiotowych efektów uczenia się**
W1	Wstęp do zarządzania projektami i definiowanie projektu.	P_W01, P_W02
W2	Organizacja projektu i planowanie projektu w czasie.	P_W01, P_W02
W3	Szacowanie kosztów projektu i budżetowanie.	P_W01, P_W02
W4	Planowanie wykorzystania zasobów i zarządzanie zespołem projektowym.	P_W01, P_W02
W5	Identyfikacja, analiza ryzyka i zarządzanie zmianami w projekcie.	P_W01, P_W02
W6	Tradycyjne (Waterfall) i zwinne (Agile) metodyki zarządzania projektami.	P_W01
W7	Monitorowanie, kontrola, zamknięcie i ewaluacja projektu.	P_W01, P_W02
Lp.	**Ćwiczenia:**	**Odniesienie do przedmiotowych efektów uczenia się**

Ćw1	Różne rodzaje projektów.	P_U01
Ćw2	Definiowanie celu i zakresu projektu.	P_U01, P_K01
Ćw3	Finansowanie projektów.	P_U01, P_K01
Ćw4	Analiza ryzyka projektu.	P_U01, P_K01
Ćw5	Przygotowanie dokumentacji projektowej.	P_U01, P_K01
Ćw6	Budowanie zespołu projektowego i analiza zasobów projektu.	P_U01, P_K01
Ćw7	Harmonogramowanie projektów.	P_U01, P_K01
Ćw8	Zarządzanie zmianami w trakcie realizacji projektu i kontrola realizacji budżetu	P_U01, P_K01
Ćw9	Dobór metodyki zarządzania projektem.	P_U01, P_K01
Ćw10	Identyfikacja interesariuszy i plan komunikacji.	P_U01, P_K01
Ćw11	Monitorowanie realizacji projektu i analiza odchyleń.	P_U01, P_K01
Ćw12	Kompleksowe planowanie i zamknięcie projektu.	P_U01, P_K01
Lp.	**Praca własna:**	**Odniesienie do przedmiotowych efektów uczenia się**
PW1	Zapoznanie się z literaturą przedmiotu	P_W01, P_W02
PW2	Przygotowanie projektu: - zebranie niezbędnych danych do wykonania projektu - selekcja zebranych informacji - analiza dostępnych informacji - przygotowanie propozycji rozwiązań i wybór najbardziej optymalnego - prognoza efektów zastosowanego rozwiązania	P_W01, P_W02, P_U01, P_K01

LITERATURA PRZEDMIOTU ORAZ INNE MATERIAŁY DYDAKTYCZNE

Literatura podstawowa przedmiotu:

– Scheibe, A., Metodyki zarządzania projektami—teoria i praktyka. W: M. Flieger, D. Mączyński (red.), Kierunki usprawnień gospodarki oraz organizacji w aspekcie zarządczym i prawnym, 2024, 47-62.
– Bednarska, K., Wprowadzenie do zarządzania projektami [w:] Goźdź-Roszkowski S., Mazurkiewicz-Sułkowska J.(red.), Wstęp do lingwistyki w biznesie, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź 2022;. Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, 2022.
– Trocki M., *Metodyki i standardy zarządzania projektami*, PWE, Warszawa 2017.
– Gasik S., *Podstawy zarządzania wiedzą o projektach*, Akademia Finansów i Biznesu Vistula, Warszawa 2015.

Literatura uzupełniająca przedmiotu:

– Knosala R., Łapuńka I., *Operacyjne zarządzanie projektami*, PWE, Warszawa 2015.
– Janasz K., Wiśniewska J., *Zarządzanie projektami w organizacji*, Difin, Warszawa 2014.
– Kapusta M., *Zarządzanie projektami krok po kroku*, Edgard 2013.

Inne materiały dydaktyczne:

– Prezentacje multimedialne.

OGÓLNE INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE		
NAZWA PRZEDMIOTU:	**Polityka i strategia firmy**	
Nazwa kierunku studiów, poziom kształcenia:	**Zarządzanie, studia I stopnia**	
Profil kształcenia:	**OGÓLNOAKADEMICKI**	
Rodzaj modułu kształcenia:	**Kierunkowy**	
Punkty ECTS:	**3 ECTS**	
Wymiar godzin:	**75 h**	
Sposoby weryfikacji i oceny efektów uczenia:	**Zaliczenie z oceną**	

PRZEDMIOTOWE EFEKTY UCZENIA SIĘ Z ODNIESIEM DO EFEKTÓW UCZENIA SIĘ DLA KIERUNKU		
Lp.	**Opis przedmiotowych efektów uczenia się**	**Odniesienie do efektu kierunkowego**
	Wiedza - w zaawansowanym stopniu:	
P_W01	Student opisuje istotę, koncepcje i szkoły zarządzania strategicznego (szkoła planistyczna, ewolucyjna, pozycyjna, zasobowa, dynamicznych zdolności) oraz wyjaśnia różnice między polityką a strategią firmy	K_W01, K_W07
P_W02	Student charakteryzuje metody i narzędzia analizy strategicznej otoczenia zewnętrznego (PEST/PESTLE, model pięciu sił Portera, mapa grup strategicznych) oraz zasobów wewnętrznych przedsiębiorstwa (analiza łańcucha wartości, macierz BCG/McKinsey, analiza VRIO).	K_W14, K_W15, K_W16
	Umiejętności:	
P_U01	Student przeprowadza kompleksową analizę strategiczną wybranego przedsiębiorstwa – identyfikuje szanse i zagrożenia w otoczeniu oraz mocne i słabe strony organizacji,	K_U01, K_U04, K_U06
P_U02	Formułuje syntezę w postaci macierzy SWOT/TOWS i macierzy profilu strategicznego.	K_U01, K_U04, K_U06
	Kompetencje społeczne:	
P_K01	Student jest gotów do samodzielnego i odpowiedzialnego podejmowania decyzji strategicznych w warunkach niepewności i złożoności, kierując się zarówno interesem organizacji, jak i odpowiedzialnością wobec interesariuszy zewnętrznych. Jest gotów zwrócić się o wsparcie do specjalistów w przypadku napotkania problemów wykraczających poza zakres kompetencji.	K_K02, K_K04, K_K05, K_K08

TREŚCI KSZTAŁCENIA		
Lp.	**Wykład:**	**Odniesienie do przedmiotowych efektów uczenia się**
W1	Zarządzanie strategiczne – istota, geneza i znaczenie; pojęcie strategii i polityki firmy; hierarchia celów organizacji: misja, wizja, wartości, cele strategiczne; myślenie strategiczne a operacyjne.	P_W01, P_W02
W2	Szkoły i paradygmaty zarządzania strategicznego – szkoła planistyczna (Ansoff), pozycyjna (Porter), zasobowa (Barney), ewolucyjna (Mintzberg), dynamicznych zdolności (Teece); strategie emergentne vs. zamierzone; znaczenie modelu szkoły w praktyce menedżerskiej.	P_W01, P_W02
W3	Analiza otoczenia zewnętrznego – makrootoczenie: model PEST/PESTLE; analiza scenariuszowa; otoczenie konkurencyjne: model pięciu sił Portera; analiza grup strategicznych i mapowanie konkurentów; ocena atrakcyjności branży.	P_W01, P_W02
W4	Analiza zasobów i kompetencji organizacji – zasoby materialne i niematerialne; kluczowe kompetencje (core competencies – Prahalad, Hamel); model VRIO; analiza łańcucha wartości Portera; benchmarking strategiczny.	P_W01, P_W02
W5	Synteza analizy strategicznej – macierz SWOT i TOWS: budowanie wariantów strategicznych; macierz profilu strategicznego; analiza portfelowa: BCG, GE/McKinsey, macierz ADL; ocena pozycji strategicznej firmy.	P_W01, P_W02

W6	Strategie na poziomie korporacyjnym – strategie dywersyfikacji (pokrewna, niepokrewna); strategie wzrostu (Ansoff: penetracja rynku, rozwój rynku, rozwój produktu, dywersyfikacja); integracja pionowa i pozioma; strategie portfela SBU.	P_W01, P_W02
W7	Strategie na poziomie biznesowym – generyczne strategie konkurencji Portera: przywództwo kosztowe, dyferencjacja, koncentracja; pułapka utknięcia w środku; zegar strategiczny Bowmana; strategie hybrydowe i Blue Ocean Strategy (Kim, Mauborgne).	P_W01, P_W02
W8	Strategie funkcjonalne – strategie marketingowe, produkcyjne, finansowe, logistyczne i HRM jako narzędzia realizacji strategii biznesowej; spójność poziomów strategii; strategie innowacyjne.	P_W01, P_W02
Lp.	**Ćwiczenia:**	**Odniesienie do przedmiotowych efektów uczenia się**
Ćw1-2	Analiza misji, wizji i celów strategicznych – analiza porównawcza dokumentów strategicznych wybranych firm (Polska, UE, USA); ocena jakości sformułowanych celów wg. metody SMART; dyskusja nad relacją misja–strategia. | Analiza dokumentów	P_U01, P_K01
Ćw3-4	Model pięciu sił Portera – analiza struktury sił konkurencyjnych wybranej branży (siła nabywców, dostawców, substytutów, nowych wejść, rywalizacji); ocena atrakcyjności branży i implikacje strategiczne. | Studium przypadku	P_U01, P_K01
Ćw5-6	Analiza łańcucha wartości – mapowanie łańcucha wartości wybranej firmy; identyfikacja działań tworzących wartość i obszarów do optymalizacji; porównanie z konkurentami; wnioski dla strategii kosztowej i dyferencjacji. | Warsztat analityczny	P_U01, P_K01
Ćw7-8	Strategie wzrostu – analiza macierzy Ansoffa na przykładach rzeczywistych firm; ocena ryzyka poszczególnych kierunków wzrostu; case study fuzji lub przejęcia (motywy, przebieg, ocena rezultatów). | Studium przypadku	P_U01, P_K01
Lp.	**Praca własna:**	**Odniesienie do przedmiotowych efektów uczenia się**
PW1	Zapoznanie się z literaturą przedmiotu	P_W01, P_W02
PW2	Przygotowanie projektu – zbieranie i analiza danych o wybranym przedsiębiorstwie (raporty roczne, komunikaty prasowe, analizy branżowe), opracowanie poszczególnych elementów projektu strategicznego, przygotowanie prezentacji.	P_W01, P_W02, P_U01, P_K01

LITERATURA PRZEDMIOTU ORAZ INNE MATERIAŁY DYDAKTYCZNE

Literatura podstawowa przedmiotu:

- Obłój K., Strategia organizacji. W poszukiwaniu trwałej przewagi konkurencyjnej, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 2021 (i wyd. późniejsze).
- Gierszewska G., Romanowska M., Analiza strategiczna przedsiębiorstwa, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 2017.
- Porter M.E., Strategia konkurencji. Metody analizy sektorów i konkurentów, MT Biznes, Warszawa 2010.
- Kaplan R.S., Norton D.P.,*Strategiczna karta wyników. Jak przełożyć strategię na działanie, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2018.
- Kałowski A., Nowe paradygmaty planowania strategicznego w przedsiębiorstwach, Kwartlanik Nauk o Przedsiębiorstwie, SGH Nr 1(34), marzec 2015

Literatura uzupełniająca przedmiotu:

- Barney J.B., Gaining and Sustaining Competitive Advantage, Pearson Education, 2014.
- Johnson G., Scholes K., Whittington R., Angwin D., Regnér P., Exploring Strategy: Text and Cases, Pearson Education, London 2017.

Inne materiały dydaktyczne:

- prezentacje multimedialne.

OGÓLNE INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE	
NAZWA PRZEDMIOTU:	**Prognozowanie gospodarcze**
Nazwa kierunku studiów, poziom kształcenia:	**Zarządzanie, studia I stopnia**
Profil kształcenia:	**OGÓLNOAKADEMICKI**
Rodzaj modułu kształcenia:	**Kierunkowy**
Punkty ECTS:	**3 ECTS**
Wymiar godzin:	**75 h**
Sposoby weryfikacji i oceny efektów uczenia:	**Zaliczenie z oceną**

PRZEDMIOTOWE EFEKTY UCZENIA SIĘ Z ODNIESIEM DO EFEKTÓW UCZENIA SIĘ DLA KIERUNKU		
Lp.	**Opis przedmiotowych efektów uczenia się**	**Odniesienie do efektu kierunkowego**
	Wiedza:	
P_W01	Zna w zaawansowanym stopniu cele, funkcje i klasyfikacje prognoz oraz rolę predykcji w procesach podejmowania decyzji menedżerskich.	K_W04, K_W14
P_W02	Zna w zaawansowanym stopniu metody prognozowania szeregów czasowych (modele trendu, indywidualne modele adaptacyjne) oraz metody heurystyczne i analogowe.	K_W14, K_W15
	Umiejętności:	
P_U01	Student potrafi stosować podstawowe statystyczne i ekonometryczne metody prognozowania, z wykorzystaniem specjalistycznego oprogramowania (MS Excel, Gretl, Statistica).	K_U12
P_U02	Student potrafi dobierać i wykorzystywać metody prognozowania, a także analizować i interpretować wyniki prognoz w kontekście procesów gospodarczych na poziomie makro-, mezo- i mikroekonomicznym.	K_U06, K_U12
	Kompetencje społeczne:	
P_K01	Student jest gotów do uznawania roli wiedzy z zakresu prognozowania w procesach zarządczych.	K_K09

TREŚCI KSZTAŁCENIA		
Lp.	**Wykład:**	**Odniesienie do przedmiotowych efektów uczenia się**
W1	Wprowadzenie do teorii prognozowania. Pojęcie prognozy. Funkcje i klasyfikacja prognoz. Problematyka konstrukcji prognoz gospodarczych. Prognozy gospodarcze w procesie decyzyjnym.	P_W01, P_K01, P_U02
W2	Metody prognozowania - klasyfikacja. Metody prognozowania gospodarczego. Etapy prognozowania gospodarczego - sformułowanie problemu badawczego, przedmiot badania, zbiorowość, cechy stałe i zmienne. porządkowanie i grupowanie danych, Prezentacja wyników badań i ich interpretacja.	P_W01, P_K01
W3	Wprowadzenie do problematyki badań empirycznych w prognozowaniu gospodarczym. Badania pierwotne i wtórne. Źródła danych, metody i techniki badawcze. Metody i techniki w badaniach jakościowych. Pomiar w badaniach jakościowych – problem kwantyfikacji informacji jakościowych.	P_W01, P_K01
W4	Matematyczno-statystyczne metody prognozowania: - metody oparte na modelach deterministycznych, - metody oparte na metodach stochastycznych (ekonometrycznych).	P_W01, P_K01, P_U02
W5	Modele jednorównaniowe: modele szeregów czasowych (model trendu i sezonowości, modele autoregresyjne AR, modele średniej ruchomej MA, ARMA, ARINA), jednorównaniowe modele przyczynowo-skutkowe.	P_W01, P_W02, P_K01, P_U02
W6	Modele wielorównaniowe (modele proste, modele rekurencyjne, modele o równaniach współzależnych).	P_W01, P_W02, P_K01, P_U02

W7	Modele adaptacyjne (średnie ruchome oraz wygładzanie wykładnicze). Inne metody prognozowania (sztuczne sieci neuronowe, prognozowanie przez symulację).	P_W01, P_W02, P_K01, P_U01, P_U02
W8	Niematematyczne metody prognozowania: metody heurystyczne (metody ankietowe, metoda intuicyjna, metoda ekspertów, metoda delficka), metody analogowe (analogie historyczne, analizy przestrzenno-czasowe, analizy biologiczne).	P_W01, P_W02, P_K01, P_U01, P_U02
W9	Prognozy kombinowane: formułowane w oparciu o różne modele i wyznaczenie prognozy, jako wartości średniej poszczególnych wyników.	P_W01, P_W02, P_K01, P_U01, P_U02
W10	Wykorzystanie metod prognozowania w zarządzaniu (skala makro, mezo i mikro) - case study.	P_W01, P_W02, P_K01, P_U01, P_U02
Lp.	**Ćwiczenia:**	**Odniesienie do przedmiotowych efektów uczenia się**
Ćw1	Metody i techniki w badaniach jakościowych. Konstrukcja kwestionariusza i opracowanie wyników, skale pomiarowe – zajęcia z wykorzystaniem programu MS Excel i Statistica.	P_W01, P_K01
Ćw2	Porządkowanie i grupowanie danych, wykazy klasyfikacyjne. Prezentacja wyników badań. Wprowadzenie do analizy danych – zajęcia z wykorzystaniem programu MS Excel i Statistica.	P_W01, P_K01, P_U02
Ćw3	Matematyczno–statystyczne metody prognozowania: metody oparte na modelach deterministycznych, metody oparte na metodach stochastycznych (ekonometrycznych) – zajęcia z wykorzystaniem programu MS Excel, Gretl i Statistica.	P_W01, P_K01, P_U01
Ćw4	Modele jednorównaniowe: modele szeregów czasowych (model trendu i sezonowości, modele autoregresyjne AR, modele średniej ruchomej MA, ARMA, ARINA), jednorównaniowe modele przyczynowo-skutkowe – zajęcia z wykorzystaniem programu MS Excel, Gretl i Statistica.	P_W01, P_K01, P_U01
Ćw5	Modele wielorównaniowe (modele proste, modele rekurencyjne, modele o równaniach współzależnych) – zajęcia z wykorzystaniem programu MS Excel.Gretl i Statistica.	P_W01, P_K01, P_U01
Ćw6-Ćw7	Modele adaptacyjne (średnie ruchome oraz wygładzanie wykładnicze). Inne metody prognozowania (sztuczne sieci neuronowe, prognozowanie przez symulację) – zajęcia z wykorzystaniem programu MS Excel i Statistica.	P_W01, P_W02, P_K01, P_U01, P_U02
Ćw8	Niematematyczne metody prognozowania: metody heurystyczne (metody ankietowe, metoda intuicyjna, metoda ekspertów, metoda delficka), metody analogowe (analogie historyczne, analizy przestrzenno-czasowe, analizy biologiczne) – zajęcia z wykorzystaniem programu MS Excel i Statistica.	P_W01, P_W02, P_K01, P_U01, P_U02
Ćw9-Ćw10	Prognozy kombinowane: formułowane w oparciu o różne modele i wyznaczenie prognozy, jako wartości średniej poszczególnych wyników – zajęcia z wykorzystaniem programu MS Excel i Statistica.	P_W01, P_W02, P_K01, P_U01, P_U02
Ćw11-Ćw12	Metody prognozowania przyczynowo-skutkowego. Symulacje i scenariusze rozwojowe – zajęcia z wykorzystaniem programu MS Excel i Statistica.	P_W01, P_W02, P_K01, P_U01-P_U02
Ćw13-Ćw14	Wykorzystanie metod prognozowania w zarządzaniu (skala makro, mezo i mikro) – rozwiązywanie case study z wykorzystaniem programu MS Excel i Statistica.	P_W01, P_W02, P_K01, P_U01-P_U02
Lp.	**Praca własna:**	**Odniesienie do przedmiotowych efektów uczenia się**
PW1	Przeprowadzenie projektu z wykorzystaniem badań wtórnych z analizą przebiegu szeregów czasowych	P_W01, P_W02, P_W03, P_U01, P_U02, P_K01
PW2	Konstrukcja prognozy metodą ekstrapolacyjną.	P_W01, P_W02, P_W03, P_W04, P_K01, P_K02, P_U01, P_U02

LITERATURA PRZEDMIOTU ORAZ INNE MATERIAŁY DYDAKTYCZNE

Literatura podstawowa przedmiotu:

– Cieślak M. (red.), Prognozowanie gospodarcze. Metody i zastosowanie, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa, 2012.

- Dittman P., Prognozowanie w przedsiębiorstwie, Metody i ich zastosowanie, Wyd. Nieoczywiste i Wolters Kluwer, 2017.
- Gajda J. B, Prognozowanie i symulacje w ekonomii i zarządzaniu, CH Beck, 2017.
- Hyndman R.J., Athanasopoulos G., Forecasting: Principles and Practice, 2nd edition, OTexts.com/fpp2 Melbourne, 2018.

Literatura uzupełniająca przedmiotu:

- Agrawal A., Gans J., Goldfarb A., *Potęga prognozowania. Ekonomia sztucznej inteligencji*. Wydawnictwo Poznańskie, Poznań 2024.
- Jemielniak D. (red.), *Badania jakościowe. Metody i narzędzia*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2012.
- Zeliaś A., *Prognozowanie ekonomiczne. Teoria, przykłady, zadania*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2013.
- Markowska M. Prognozy jednoroczne realizacji celów, [w:] Markowska M. Wielokryterialna ocena realizacji celów inteligentnego rozwoju strategii EUROPA 2020, EDU LIBRI, Kraków 2025.
- Markowska M. Prognozy osiągnięcia celu, [w:] Markowska M. Wielokryterialna ocena realizacji celów inteligentnego rozwoju strategii EUROPA 2020, EDU LIBRI, Kraków 2025.

Inne materiały dydaktyczne:

- Prezentacje multimedialne, http://www.stat.gov.pl
- Oprogramowanie: Microsoft Excel, GRETL, SPSS.

OGÓLNE INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE		
NAZWA PRZEDMIOTU:	**Negocjacje biznesowe**	
Nazwa kierunku studiów, poziom kształcenia:	**Zarządzanie, studia I stopnia**	
Profil kształcenia:	**OGÓLNOAKADEMICKI**	
Rodzaj modułu kształcenia:	**Kierunkowy / przygotowujący do prowadzenia badań naukowych**	
Punkty ECTS:	**3 ECTS**	
Wymiar godzin:	**75 h**	
Sposoby weryfikacji i oceny efektów uczenia:	**dr Beata Mazurek-Kucharska**	

PRZEDMIOTOWE EFEKTY UCZENIA SIĘZ ODNIESIEM DO EFEKTÓW UCZENIA SIĘ DLA KIERUNKU		
Lp.	**Opis przedmiotowych efektów uczenia się**	**Odniesienie do efektu kierunkowego**
	Wiedza:	
P_W01	Zna w zaawansowanym stopniu strategie, etapy i taktyki negocjacji biznesowych oraz metody przełamywania klinczu i radzenia sobie z brudnymi chwytami.	K_W20
P_W02	Zna w zaawansowanym stopniu relacje występujące między organizacjami na szczeblu krajowym i międzynarodowym. Określa strategie negocjacyjne mogące znaleźć zastosowanie w takich przypadkach.	K_W03, K_W20
	Umiejętności:	
P_U01	Potrafi ocenić przydatność metod i narzędzi do opisu oraz analizy stopnia negocjacji między organizacjami	K_U07
P_U02	Potrafi zarządzać posiadanymi zasobami w celu określenia najlepszej strategii negocjacyjnej.	K_U05
	Kompetencje społeczne:	
P_K01	Jest gotów negocjować w taki sposób, aby znaleźć rozwiązanie satysfakcjonujące obie strony.	K_K03

TREŚCI KSZTAŁCENIA		
Lp.	**Wykład:**	**Odniesienie do przedmiotowych efektów uczenia się**
W1	Pojęcie i rodzaje konfliktów w życiu społecznym, biznesie i w zarządzaniu organizacją. Style rozwiązywania konfliktów i konsekwencje wyboru określonego stylu. Rola emocji w sytuacjach konfliktowych i negocjacjach biznesowych.	P_W01, P_W02
W2	Zasady i założenia procesu negocjacji z punktu widzenia zarządzania organizacją i kapitałem relacyjnym organizacji. Rola negocjacji w zarządzaniu przez zaufanie, zarządzanie marką i relacjami z otoczeniem biznesowym.	P_W01, P_W02
W3	Planowanie i realizacja procesu negocjacyjnego. Rola poczucia bezpieczeństwa i zaufania w procesie negocjacji w odniesieniu do kapitału relacyjnego i budowania pozycji marki.	P_W01, P_W02
W4	Strategie decyzyjne w procesie negocjacji. Uwarunkowania decyzji menedżerskich i konsekwencje wyboru konkretnej strategii decyzyjnej w procesie negocjacji biznesowych. Ocena efektywności negocjacji.	P_W01, P_W02
W5	Reguły wywierania wpływu i techniki manipulacyjne występujące w negocjacjach biznesowych.	P_W01, P_W02
W6	Efektywne metody rozpoznawania manipulacji i przeciwdziałania nim w prowadzeniu rozmów i negocjacji biznesowych.	P_W01, P_W02

W7	BATNA, WATNA, ZOPA i poziom aspiracji w negocjacjach biznesowych – określanie najlepszej alternatywy negocjacyjnej, granic ustępstw, strefy możliwego porozumienia oraz poziomu aspiracji stron	P_W01
W8	Negocjacje wielostronne i negocjacje w warunkach złożonej struktury interesów – specyfika negocjacji z udziałem wielu stron, koalicje negocjacyjne, zarządzanie interesariuszami oraz budowanie konsensusu	P_W01, P_W02
W9	Negocjacje międzynarodowe i międzykulturowe – wpływ różnic kulturowych, norm społecznych, stylów komunikacji i uwarunkowań instytucjonalnych na przebieg negocjacji między organizacjami z różnych krajów.	P_W02
W10	Negocjacje cenowe i wartościowe w relacjach B2B – strategie ustalania ceny, kotwiczenie, ustępstwa, negocjowanie pakietowe, tworzenie wartości dla obu stron oraz równoważenie interesów ekonomicznych i relacyjnych.	P_W01, P_W02
Lp.	**Ćwiczenia:**	**Odniesienie do przedmiotowych efektów uczenia się**
Ćw1	Rola negocjacji w życiu społecznym, biznesie i zarządzaniu organizacją – analiza studiów przypadków. Zadanie ćwiczeniowe – style rozwiązywania konfliktów w biznesie, prezentacja grupowa rozwiązań opracowanych w zespołach, dyskusja nad efektywnością poszczególnych stylów rozwiązywania konfliktów.	P_U01, P_U02, P_K01
Ćw2	Rola komunikacji werbalnej i niewerbalnej w negocjacjach – zadania ćwiczeniowe dotyczące komunikacji niewerbalnej. Gra negocjacyjna autorstwa osoby prowadzącej ćwiczenia. Feedback osoby prowadzącej ćwiczenia dla studentów dotyczący realizacji gry oraz ukierunkowanie dalszego rozwoju kompetencji negocjacyjnych.	P_U01, P_U02, P_K01
Ćw3	Trening umiejętności negocjacyjnych. Planowanie i realizacja procesu negocjacji – zadanie ćwiczeniowe: gra negocjacyjna autorstwa osoby prowadzącej ćwiczenia. Feedback osoby prowadzącej ćwiczenia dla studentów dotyczący realizacji gry oraz ukierunkowanie dalszego rozwoju kompetencji negocjacyjnych.	P_U01, P_U02, P_K01
Ćw4	Trening umiejętności negocjacyjnych. Strategie decyzyjne w procesie negocjacji –. gra negocjacyjna autorstwa osoby prowadzącej ćwiczenia. Feedback osoby prowadzącej ćwiczenia dla studentów dotyczący realizacji gry oraz ukierunkowanie dalszego rozwoju kompetencji negocjacyjnych.	P_U01, P_U02, P_K01
Ćw5	Trening umiejętności negocjacyjnych. Strategie decyzyjne w procesie negocjacji – opracowanie projektu grupowego - gry negocjacyjnej przygotowanej w zespołach przez studentów.	P_U01, P_U02, P_K01
Ćw6	Realizacja w grupie gier negocjacyjnych opracowanych przez studentów w zespołach. Feedback osoby prowadzącej ćwiczenia dla studentów dotyczący realizacji gier oraz ukierunkowanie dalszego rozwoju kompetencji negocjacyjnych.	P_U01, P_U02, P_K01
Ćw7	Realizacja w grupie gier negocjacyjnych opracowanych przez studentów w zespołach. Feedback osoby prowadzącej ćwiczenia dla studentów dotyczący realizacji gier oraz ukierunkowanie dalszego rozwoju kompetencji negocjacyjnych.	P_U01, P_U02, P_K01
Ćw8	Sytuacje trudne i konfliktowe w procesie negocjacji biznesowych, manipulacja w negocjacjach. Zadanie zespołowe: Techniki manipulacji w negocjacjach, prezentacja przykładów i dyskusja w grupie.	P_U01, P_U02, P_K01
Ćw9-Ćw10	BATNA i ZOPA w praktyce negocjacyjnej - analiza interesów stron, określenie BATNA, WATNA, punktu oporu i strefy możliwego porozumienia; przygotowanie strategii negocjacyjnej na podstawie uzyskanych danych.	P_U01, P_U02, P_K01
Ćw11	Negocjacje cenowe B2B – gra negocjacyjna - symulacja negocjacji między dostawcą i odbiorcą obejmująca cenę, wolumen, terminy płatności, dostawy i dodatkowe warunki współpracy; analiza osiągniętego rezultatu	P_U01, P_U02, P_K01
Ćw12-Ćw13	Negocjacje wielostronne i budowanie koalicji - symulacja negocjacji z udziałem kilku stron reprezentujących odmienne interesy; identyfikacja interesariuszy, tworzenie koalicji i poszukiwanie rozwiązania akceptowalnego dla uczestników	P_U01, P_U02, P_K01

Ćw14	Negocjacje międzykulturowe i negocjacje online - analiza przypadku negocjacji międzynarodowych oraz symulacja negocjacji prowadzonych z wykorzystaniem komunikacji zdalnej; identyfikacja barier kulturowych, komunikacyjnych i technologicznych.	P_U01, P_U02, P_K01
Lp.	**Praca własna:**	**Odniesienie do przedmiotowych efektów uczenia się**
PW1	Zapoznanie się z literaturą przedmiotu.	P_W01, P_W02
PW2	Przygotowanie gier negocjacyjnych w zespołach studenckich – gry dotyczą symulacji negocjacji biznesowych w odniesieniu do konkretnej sytuacji konfliktu interesów (lub innego rodzaju konfliktów) w wybranej organizacji wraz z realizacją strategii negocjacyjnej w celu rozwiązania konfliktu na drodze negocjacji. Przygotowanie do zaliczenia przedmiotu.	P_W01, P_W02, P_U01, P_U02, P_K01

LITERATURA PRZEDMIOTU ORAZ INNE MATERIAŁY DYDAKTYCZNE

Literatura podstawowa przedmiotu:

– Kałucki K., *Negocjacje,* Wyd. Difin, Warszawa, 2022.
– Mazurek-Kucharska B., Lehman I., *The application of adjective semantic space to the assessment the self and others as effective/ineffective negotiators*, „Kwartalnik Neofilologiczny", Published by Polish Academy of Sciences, 2016, 1, s. 84-92, link: THE APPLICATION OF ADJECTIVE SEMANTIC SPACE TO THE ASSESSMENT OF THE SELF AND OTHERS AS EFFECTIVE/INEFFECTIVE NEGOTIATORS - Kwartalnik Neofilologiczny - PAS Journals

Literatura uzupełniająca przedmiotu:

– Dias et al.., Systematic Literature Review on Negotiation & Conflict Management (2023), link: 1ede3a9486a4bed7563fcde89421ecc1966a.pdf
– Jaskólska A., *Negocjacje biznesowe ze szczególnym uwzględnieniem fazy przygotowań,* link: https://econjournals.sgh.waw.pl/EEiM/article/download/1776/1581/
– Layeghi G., Borbély A., Caputo A., *Intersection of Negotiation and Sustainability in Business: Review and Future Research* (2026), link: Intersection of negotiation and sustainability in business: review and future research
– Tabernacka M., *Negocjacje i mediacje w sferze publicznej*, Wolters Kluwer, Warszawa 2018.
– Gmurzyńska E., Morek R., *Mediacje: teoria i praktyka*, Wolters Kluwer, Warszawa 2014.

Inne materiały dydaktyczne:

- prezentacje multimedialne, studia przypadków, materiały prowadzącego – autorskie gry i publikacje naukowe.

OGÓLNE INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE		
NAZWA PRZEDMIOTU:	**Proseminarium**	
Nazwa kierunku studiów, poziom kształcenia:	**Zarządzanie, studia I stopnia**	
Profil kształcenia:	**OGÓLNOAKADEMICKI**	
Rodzaj modułu kształcenia:	**Kierunkowy / powiązany z przygotowaniem do prowadzenia badań**	
Punkty ECTS:	**2 ECTS**	
Wymiar godzin:	**50 h**	
Sposoby weryfikacji i oceny efektów uczenia:	**dr hab. Małgorzata Markowska**	

PRZEDMIOTOWE EFEKTY UCZENIA SIĘ Z ODNIESIEM DO EFEKTÓW UCZENIA SIĘ DLA KIERUNKU		
Lp.	**Opis przedmiotowych efektów uczenia się**	**Odniesienie do efektu kierunkowego**
	Wiedza:	
P_W01	Zna w zaawansowanym stopniu metodykę pisania prac naukowo-badawczych, zasady formułowania celów, pytań i hipotez badawczych oraz standardy etyki i ochrony własności intelektualnej.	K_W14, K_W15, K_W22
	Umiejętności:	
P_U01	Student formułuje problem badawczy odnoszący się do rzeczywistości profesjonalnej, dobiera odpowiednie metody jego rozwiązywania i formy prezentowania wyników.	K_U07
P_U02	Student odnajduje, ocenia i wybiera piśmiennictwo naukowe odpowiednio do wybranego tematu pracy licencjackiej, korzystając z różnego typu źródeł, sięgając po zasoby w różnej formie, korzystając ze współczesnych technologii informacyjnych i komunikacyjnych.	K_U12, K_U20
P_U03	Student planuje zakres, treść i strukturę pracy badawczej, uwzględniając wymagania formalne oraz realne możliwości jej realizacji w określonym czasie i znaczenie dla środowiska profesjonalnego.	K_U01, K_U07, K_U20
	Kompetencje społeczne:	
P_K01	Jest gotów do uznawania roli wiedzy w rozwiązywaniu problemów poznawczych	K_K07

TREŚCI KSZTAŁCENIA		
Lp.	**Wykład:**	**Odniesienie do przedmiotowych efektów uczenia się**
W1	Przedstawienie ogólnych zasad współpracy studentów z promotorem, przede wszystkim zakresu odpowiedzialności za realizowane zadania cząstkowe i osiągnięcie celu końcowego.	P_W01, P_U01 P_U02, P_U03, P_K01
W2	Ekonomia czasu – przygotowanie studentów do sporządzenia własnego harmonogramu zadań oraz realnych terminów ich realizacji. Omówienie warunków pisania pracy dyplomowej.	P_W01, P_U01 P_U02, P_U03, P_K01
W3	Przedstawienie zasad i sposobów prowadzenia badań empirycznych. Prezentacja ogólnych zasad doboru literatury, gromadzenia jej z różnorodnych źródeł oraz korzystania z niej w sposób selektywny i krytyczny.	P_W01, P_U01 P_U02, P_U03, P_K01
W4	Reguły formułowania naukowych problemów badawczych. Próba konstruowania tematu pracy dyplomowej. Problemy i hipotezy badawcze – metodologia badań empirycznych. Próba postawienia problemu do określonego zagadnienia naukowego.	P_W01, P_U01 P_U02, P_U03, P_K01

W5	Przygotowanie koncepcji pracy badawczej. Przedstawienie rezultatów prowadzonych przez siebie studiów teoretycznych oraz badań empirycznych, wskazanie na ich podstawie kierunki dalszych poszukiwań badawczych w wybranym zakresie.	P_W01, P_U01 P_U02, P_U03, P_K01
W6	Operacjonalizacja problemu badawczego – przełożenie problemu i celu badawczego na pytania szczegółowe, zmienne, wskaźniki i zakres badania; określanie przedmiotu, podmiotu i obszaru badań	P_W01, P_U01 P_U02, P_U03, P_K01
W7	Operacjonalizacja problemu badawczego – przełożenie problemu i celu badawczego na pytania szczegółowe, zmienne, wskaźniki i zakres badania; określanie przedmiotu, podmiotu i obszaru badań	P_W01, P_U01 P_U02, P_U03, P_K01
W8	Dobór populacji i próby badawczej – określanie populacji badanej, dobór próby, podstawowe metody doboru próby, wielkość próby oraz ograniczenia wynikające z przyjętej procedury badawczej	P_W01, P_U01 P_U02, P_U03, P_K01
W9-W10	Konstruowanie narzędzi badawczych i organizacja badań empirycznych – zasady przygotowania kwestionariusza ankiety, scenariusza wywiadu i arkusza obserwacji; pilotaż narzędzia, organizacja procesu badawczego i kontrola jakości danych	P_W01, P_U01 P_U02, P_U03, P_K01
W11-W12	Analiza, interpretacja i prezentacja wyników badań – zasady porządkowania i opracowania danych, podstawowe metody analizy, prezentacja wyników w formie tabelarycznej i graficznej oraz zasady formułowania wniosków	P_W01, P_U01 P_U02, P_U03, P_K01
W13	Struktura i redakcja pracy licencjackiej – konstrukcja poszczególnych części pracy, logika wywodu naukowego, powiązanie celu, problemów, hipotez, metodologii, wyników i wniosków oraz zasady redakcji tekstu naukowego	P_W01, P_U01 P_U02, P_U03, P_K01
W14	Rzetelność naukowa, cytowanie i wykorzystanie narzędzi cyfrowych w pracy badawczej – zasady prawidłowego dokumentowania źródeł, przeciwdziałanie plagiatowi, prawa autorskie, wykorzystanie baz bibliograficznych oraz możliwości i ograniczenia wykorzystania narzędzi sztucznej inteligencji w procesie przygotowania pracy.	P_W01, P_U01 P_U02, P_U03, P_K01
Lp.	**Praca własna:**	**Odniesienie do przedmiotowych efektów uczenia się**
PW1	Zapoznanie się z literaturą przedmiotu	P_W01, P_U02, P_K01
PW2	Przygotowanie koncepcji pracy badawczej – case study.	P_W01, P_U03, P_K01

LITERATURA PRZEDMIOTU ORAZ INNE MATERIAŁY DYDAKTYCZNE

Literatura podstawowa przedmiotu:

– Czakon W. (red.), *Podstawy metodologii w naukach o zarządzaniu*, Wolters Kluwer, Warszawa 2018.
– Dzwigoł H., *Współczesne procesy badawcze w naukach o zarządzaniu*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2018.
– Zenderowski R., *Praca magisterska, licencjat: przewodnik po metodologii pisania i obrony pracy dyplomowej*, CeDeWu, Warszawa 2017.
– Literatura zgodna z kierunkiem/specjalnością wybraną przez studenta.

Literatura uzupełniająca przedmiotu:

– Poskrobko T, *Wybrane aspekty metodologii badań naukowych*, [w:] Poskrobko B. (red.), & Borys T., Czaja S., Poskrobko T., *Warsztat naukowy ekonomisty*, Wydawnictwo Ekonomia i Środowisko, Białystok 2020.

Inne materiały dydaktyczne:

– Prezentacje multimedialne
– Webinary

PRZEDMIOTY DO WYBORU

OGÓLNE INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE	
NAZWA PRZEDMIOTU:	**E-firma**
Nazwa kierunku studiów, poziom kształcenia:	**Zarządzanie, studia I stopnia**
Profil kształcenia:	**OGÓLNOAKADEMICKI**
Rodzaj modułu kształcenia:	**Do wyboru**
Punkty ECTS:	**3 ECTS**
Wymiar godzin:	**75 h**
Sposoby weryfikacji i oceny efektów uczenia:	**Zaliczenie z oceną**

PRZEDMIOTOWE EFEKTY UCZENIA SIĘ Z ODNIESIEM DO EFEKTÓW UCZENIA SIĘ DLA KIERUNKU		
Lp.	**Opis przedmiotowych efektów uczenia się**	**Odniesienie do efektu kierunkowego**
	Wiedza:	
P_W01	Zna w zaawansowanym stopniu specyfikę funkcjonowania rynku e-commerce, modele biznesowe gospodarki cyfrowej (B2C, B2B, C2C) oraz aspekty prawno-formalne e-biznesu.	K_W03, K_W06, K_W21
P_W02	Zna w zaawansowanym stopniu zasady projektowania zaplecza technologicznego i funkcjonalnego e-sklepu (płatności, logistyka, obsługa klienta, systemy CMS/SaaS).	K_W14, K_W21, K_W23
P_W03	Zna w zaawansowanym stopniu i charakteryzuje źródła sukcesu i porażek e-firm.	K_W23
	Umiejętności:	
P_U01	Potrafi stworzyć e-Biznes plan dla działalności e-commerce.	K_U04, K_U05, K_U06, K_U07
P_U02	Potrafi zaplanować przygotowanie zaplecza funkcjonalnego e-firmy.	K_U06, K_U12
P_U03	Potrafi zaplanować implementację rozwiązań technicznych i technologicznych wsparcia e-Firmy.	K_U12
	Kompetencje społeczne:	
P_K01	Jest gotów do inicjowania działań w zakresie e-firm na rzecz interesu publicznego.	K_K03

TREŚCI KSZTAŁCENIA		
Lp.	**Wykład:**	**Odniesienie do przedmiotowych efektów uczenia się**
W1	Istota i znaczenie gospodarki elektronicznej w globalnym społeczeństwie.	P_W01
W2	Specyfika funkcjonowania przedsiębiorstwa w przestrzeni wirtualnej.	P_W01
W3	Prawne aspekty działalności e-Firmy.	P_W01
W4	Ułatwienia w prowadzeniu działalności e-Firmowej - e-Administracja.	P_W02
W5	E-handel przykładem dynamicznego rozwoju e-Biznesu.	P_W02
W6	Aspekty formalno-prawne uruchomienia i prowadzenia działalności gospodarczej w Internecie.	P_W02
W7	Źródła sukcesu e-Firm: logistyka i obsługa klienta.	P_W03
W8	Działania promocyjne e-Firm: tradycyjne (prasa, radio, telewizja), z wykorzystaniem narzędzi elektronicznych i sieci Internet.	P_W03

W9	Modele biznesowe e-firm i platformy cyfrowe – charakterystyka modeli B2C, B2B, C2C i D2C.	P_W01, P_W03
W10	Cyfrowa ścieżka klienta i doświadczenie użytkownika (Customer Experience)	P_W02, P_W03
W11	Analityka internetowa i zarządzanie danymi w e-firmie	P_W01, P_W03
W12	Cyberbezpieczeństwo i ochrona danych w działalności e-firmy.	P_W02, P_W03
W13	Automatyzacja i sztuczna inteligencja w e-biznesie.	P_W02, P_W03
Lp.	**Ćwiczenia:**	**Odniesienie do przedmiotowych efektów uczenia się**
Ćw1	Tworzenie e-Biznes planu dla działalności e-firmowej.	P_U01, P_U02, P_K01
Ćw2	Projektowanie modelu biznesowego e-firmy	P_U01, P_U02, P_K01
Ćw3	Przygotowanie zaplecza funkcjonalnego e-firmy.	P_U01, P_U04, P_K01
Ćw4	Projektowanie ścieżki klienta w e-commerce	P_U01, P_U02, P_K01
Ćw5	Analiza efektywności e-sklepu z wykorzystaniem danych	P_U01, P_U03, P_K01
Ćw6	Projektowanie strategii pozyskiwania i utrzymania klienta online	P_U01, P_U02, P_K01
Ćw7	Bezpieczeństwo e-firmy i zarządzanie ryzykiem cyfrowym	P_U02, P_U03, P_K01
Ćw8	Wykorzystanie AI i automatyzacji w e-firmie – projekt rozwiązania	P_U02, P_U03, P_K01
Ćw9-10	Implementacja rozwiązań technicznych i technologicznych wsparcia e-Firmy.	P_U02, P_U04, P_K01
Ćw11-13	Działalność e-firmy w praktyce.	P_U02, P_K01
Lp.	**Praca własna:**	**Odniesienie do przedmiotowych efektów uczenia się**
PW1	Przygotowanie projektu w zakresie analizy funkcjonowania wybranej firmy w Internecie oraz możliwości usprawnienia realizowanych tam procesów	P_U01, P_U02 P_U03, P_K01
PW2	Zapoznanie się z literaturą przedmiotu	P_W01, P_W02 ,P_W03

LITERATURA PRZEDMIOTU ORAZ INNE MATERIAŁY DYDAKTYCZNE

Literatura podstawowa przedmiotu:

– Gregor B., Kaczorowska-Spychalska D. (red.), *Marketing w erze technologii cyfrowych: nowoczesne koncepcje i wyzwania*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszaw 2018.
– Skorupska, J., *E-commerce. Strategia, zarządzanie, finanse*, Wydawnictwo Naukowe PWN 2017.

Literatura uzupełniająca przedmiotu:

– Chinowski B., *Elektroniczne metody płatności, Istota, rozwój, prognozy*, Urząd Komisji Nadzoru Finansowego, 2014.
– Karwatka T., *E-commerce. Proste odpowiedzi na trudne pytania*, Wolters Kluwer 2011.

Inne materiały dydaktyczne:

– Prezentacje multimedialne,

– http://e-fakty.pl ; http://web.gov.pl ; http://parp.gov.pl; http://ekomercyjnie.pl; http://www.egospodarka.pl

OGÓLNE INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE		
NAZWA PRZEDMIOTU:	**Marketing w e-biznesie**	
Nazwa kierunku studiów, poziom kształcenia:	**Zarządzanie, studia I stopnia**	
Profil kształcenia:	**OGÓLNOAKADEMICKI**	
Rodzaj modułu kształcenia:	**Do wyboru**	
Punkty ECTS:	**3 ECTS**	
Wymiar godzin:	**75 h**	
Sposoby weryfikacji i oceny efektów uczenia:	**Zaliczenie z oceną**	

PRZEDMIOTOWE EFEKTY UCZENIA SIĘ Z ODNIESIEM DO EFEKTÓW UCZENIA SIĘ DLA KIERUNKU		
Lp.	**Opis przedmiotowych efektów uczenia się**	**Odniesienie do efektu kierunkowego**
	Wiedza:	
P_W01	Zna w zaawansowanym stopniu zasady, kanały i narzędzia marketingu internetowego (SEO, SEM, Social Media Marketing, Content Marketing, Email Marketing).	K_W14, K_W18, K_W21
P_W02	Zna w zaawansowanym stopniu metody badania zachowań użytkowników w sieci oraz wskaźniki analityki internetowej i efektywności kampanii (CTR, CPC, Conversion Rate, ROI).	K_W14, K_W21
	Umiejętności:	
P_U01	Potrafi posługiwać się narzędziami związanymi z wdrażaniem i zarządzaniem projektami z zakresu marketingu internetowego.	K_U07, K_U12
P_U02	Potrafi planować i realizować badania konsumenckie w Internecie. Sprawdza zasięg i skuteczność kampanii z zakresu marketingu internetowego.	K_U03, K_U06
P_U03	Potrafi oceniać ekonomiczne, społeczne, psychologiczne i prawne uwarunkowania marketingu internetowego.	K_U07, K_U13, K_U15
	Kompetencje społeczne:	
P_K01	Jest gotów do krytycznej oceny posiadanej przez siebie wiedzy i umiejętności oraz jest otwarty na nowe idee związane z marketingiem internetowym.	K_K06, K_K09
P_K02	Jest gotów dostrzegać problemy związane z działalnością marketingową w Internecie (w tym kwestię odpowiedzialności wobec konsumentów).	K_K04, K_K05

TREŚCI KSZTAŁCENIA		
Lp.	**Wykład:**	**Odniesienie do przedmiotowych efektów uczenia się**
W1	Klasyczne kanały promocji e-biznesu. Różnice pomiędzy tradycyjnymi i internetowymi formami reklamy. Wyszukiwarki i pozycjonowanie witryn internetowych. Marketing oparty na danych – podstawy analityki.	P_W01, P_W02
W2	Typowe modele prezentacji kreacji reklamowych (CPC, CPM, etc.). Reklamy w sieciach ad serwerowych. Reklamy typu adwords i adsense. Remarketing. Mailingi.	P_W01, P_W02
W3	Marketing w portalach społecznościowych. Marketing wirusowy. Możliwości zastosowania serwisów społecznościowych w marketingu.	P_W01, P_W02
W4	Nowe formy promocji projektów internetowych – Definicja zaangażowania użytkownika, Budowanie zaangażowania użytkownika poprzez działania w serwisach społecznościowych, poprzez aplikacje mobilne oraz serwisy wideo. Propagacja treści internetowych, a techniki PR. Analiza konkurencji z wykorzystaniem narzędzi AI.	P_W01, P_W02
W5	Metody pomiaru oraz narzędzia badania skuteczności reklamy internetowej.	P_W01, P_W02
W6	Badania efektywności projektów e-biznesowych: metody gromadzenia danych o zachowaniu użytkowników w sieci Internet, kryteria wyboru strategii gromadzenia danych wspierających	P_W01, P_W02

	analitykę internetową, typowe miary efektywności zachowań użytkowników, analiza efektywności działań reklamowych w serwisach społecznościowych, usługach geolokalizacji.	
W7	Prawne aspekty e-biznesu. Prawo autorskie a publikacji treści w Internecie.	P_W01, P_W02
W8	Strategia marketingu cyfrowego i customer journey – projektowanie strategii marketingowej w e-biznesie, identyfikacja punktów styku z klientem, lejki marketingowe, konwersja oraz integracja kanałów komunikacji online	P_W01, P_W02
W9	Content marketing i storytelling w e-biznesie – tworzenie wartościowych treści, strategie dystrybucji contentu, storytelling marki, marketing treści generowanych przez użytkowników (UGC) oraz ocena ich wpływu na zaangażowanie odbiorców	P_W01, P_W02
W10	Marketing automation i personalizacja komunikacji cyfrowej – automatyzacja kampanii, segmentacja behawioralna, personalizowane rekomendacje, scenariusze komunikacji oraz wykorzystanie systemów CRM i narzędzi marketing automation.	P_W01, P_W02
W11	Zaawansowana analityka marketingowa i atrybucja konwersji – modele atrybucji, analiza ścieżek konwersji, ocena Customer Lifetime Value (CLV), kosztu pozyskania klienta (CAC) oraz efektywności inwestycji marketingowych (ROAS/ROI).	P_W02
W12	Trendy i nowe technologie w marketingu e-biznesu – wykorzystanie sztucznej inteligencji, generatywnej AI, chatbotów, marketingu konwersacyjnego, technologii mobilnych i nowych formatów reklamowych w budowaniu przewagi konkurencyjnej	P_W01, P_W02
Lp.	**Ćwiczenia:**	**Odniesienie do przedmiotowych efektów uczenia się**
Ćw1-2	Budowa media planu dla projektu e-biznesowego. Część 1 – Analiza otoczenia z wykorzystaniem danych z narzędzi Google: Tag Manager.	P_U01, P_U02, P_U03, P_K01, P_K02
Ćw3	Budowa media planu dla projektu e-biznesowego. Część 2 – Prognozowanie ruchu internetowego z wykorzystaniem narzędzi Google Trends, Google Keywords Tool.	P_U01, P_U02, P_U03, P_K01, P_K02
Ćw4	Budowa media planu dla projektu e-biznesowego. Część 3 – Budowa strategii zaangażowania klienta w portalach społecznościowych przy pomocy analitycznych: Google Analytics	P_U01, P_U02, P_U03, P_K01, P_K02
Ćw5	Projektowanie customer journey dla wybranego e-biznesu – identyfikacja person, punktów kontaktu z marką, etapów ścieżki klienta oraz miejsc potencjalnej utraty użytkownika	P_U01, P_U03, P_K01, P_K02
Ćw6	Projektowanie kampanii content marketingowej – określenie grupy docelowej, celów kampanii, formatów treści, kanałów dystrybucji i harmonogramu publikacji oraz dobór mierników efektywności.	P_U01, P_U02, P_K01, P_K02
Ćw7	Projektowanie kampanii SEO/SEM dla wybranej oferty – dobór słów kluczowych, przygotowanie struktury kampanii, określenie intencji wyszukiwania i zaproponowanie sposobów pomiaru efektów	P_U01, P_U02, P_K01, P_K02
Ćw8	Marketing automation i personalizacja komunikacji – opracowanie scenariusza automatycznej komunikacji z klientem, np. welcome campaign, abandoned cart, lead nurturing lub kampanii reaktywacyjnej.	P_U01, P_U03, P_K01, P_K02
Ćw9	Analiza efektywności kampanii internetowej – interpretacja danych dotyczących CTR, CPC, Conversion Rate, CAC, ROAS i ROI oraz sformułowanie rekomendacji dotyczących optymalizacji kampanii	P_U02, P_U03, P_K01, P_K02
Ćw10	Testy A/B w marketingu internetowym – przygotowanie i analiza testu dwóch wariantów reklamy, landing page, komunikatu lub elementu procesu zakupowego; interpretacja wyników i wybór skuteczniejszego rozwiązania	P_U01, P_U02, P_K01, P_K02
Ćw11	Wykorzystanie AI w planowaniu i optymalizacji kampanii marketingowej – zastosowanie narzędzi AI do generowania i modyfikacji treści, analizy grup docelowych, tworzenia koncepcji reklam oraz przygotowania rekomendacji optymalizacyjnych.	P_U01, P_U03, P_K01, P_K02
Ćw12	Przeprowadzenie testu użyteczności wykonanego w ramach DL na grupie użytkowników. Omówienie wyników. Projekt zintegrowanej kampanii marketingu internetowego – opracowanie koncepcji kampanii obejmującej SEO/SEM, social media, content marketing, e-mail marketing i remarketing wraz z budżetem, harmonogramem oraz KPI; prezentacja i obrona projektu	P_U01, P_U02, P_U03, P_K01, P_K02
Lp.	**Praca własna:**	**Odniesienie do przedmiotowych efektów uczenia się**

PW1	Przygotowanie prezentacji projektu w zakresie budowy media planu.	P_U01, P_U02, P_U03, P_U04
PW2	Zapoznanie się z literaturą przedmiotu	P_W01, P_W02, P_W03

LITERATURA PRZEDMIOTU ORAZ INNE MATERIAŁY DYDAKTYCZNE

Literatura podstawowa przedmiotu:

- Chodak G., Dzidowski A., Małagocka K. (2025). Cyfrowy marketing. PWE, Warszawa.
- Chaffey D., *Digital business i e-commerce management: strategia, realizacja, praktyka*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2020.

Literatura uzupełniająca przedmiotu:

- Chinowski B., *Elektroniczne metody płatności, Istota, rozwój, prognozy*, Urząd Komisji Nadzoru Finansowego, Warszawa 2014.
- Gregor B., Kaczorowska-Spychalska D. (red.), *Marketing w erze technologii cyfrowych: nowoczesne koncepcje i wyzwania*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszaw 2018.
- Skorupska, J., *E-commerce. Strategia, zarządzanie, finanse*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2017.

Inne materiały dydaktyczne:

- Prezentacje multimedialne,
- http://e-fakty.pl ; http://web.gov.pl ; http://parp.gov.pl; http://ekomercyjnie.pl; http://www.egospodarka.pl
- Narzędzia: Google Keyword Planner, Google Trends, Google Analytics, Google Tag Manager.

OGÓLNE INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE		
NAZWA PRZEDMIOTU:	**Źródła finansowania małych i średnich przedsiębiorstw**	
Nazwa kierunku studiów, poziom kształcenia:		**Zarządzanie, studia I stopnia**
Profil kształcenia:		**OGÓLNOAKADEMICKI**
Rodzaj modułu kształcenia:		**Do wyboru**
Punkty ECTS:		**3 ECTS**
Wymiar godzin:		**75 h**
Sposoby weryfikacji i oceny efektów uczenia:		**Zaliczenie z oceną**

PRZEDMIOTOWE EFEKTY UCZENIA SIĘ Z ODNIESIEM DO EFEKTÓW UCZENIA SIĘ DLA KIERUNKU		
Lp.	**Opis przedmiotowych efektów uczenia się**	**Odniesienie do efektu kierunkowego**
	Wiedza:	
P_W01	Zna w zaawansowanym stopniu klasyfikację, zalety i ograniczenia kapitałów własnych oraz obcych stosowanych w sektorze MŚP.	K_W04, K_W23
P_W02	Zna w zaawansowanym stopniu zasady pozyskiwania alternatywnych i klasycznych źródeł finansowania (kredyt, leasing, faktoring, Venture Capital, Business Angels, crowdfunding).	K_W04, K_W23
	Umiejętności:	
P_U01	Potrafi zebrać informacje dotyczące różnych źródeł finansowania przedsiębiorstw MŚP i dokonać ich porównania.	K_U01, K_U05, K_U11
P_U02	Potrafi dokonać oceny źródeł finansowania pod kątem bieżących i przyszłych potrzeb przedsiębiorstwa MŚP oraz wskazać skutki ich zastosowania.	K_U11
	Kompetencje społeczne:	
P_K01	Jest gotów postępować zgodnie z zasadami prawa i etyki.	K_K04

TREŚCI KSZTAŁCENIA		
Lp.	**Wykład:**	**Odniesienie do przedmiotowych efektów uczenia się**
W1	Charakterystyka sektora MŚP w Polsce.	P_W01, P_W02
W2	Klasyfikacja kapitałów – kapitały własne i obce (pojęcie, rodzaje, cechy charakterystyczne). Fundusze Venture Capital. Aniołowie Biznesu.	P_W01, P_W02
W3	Pozyskiwanie środków finansowych na rynku pozagiełdowym. Crowdfunding.	P_W01, P_W02
W4	Kredyty jako podstawowy instrument finansowania przedsiębiorstw. Kredyty bankowe. Kredyt kupiecki.	P_W01, P_W02
W5	Franchising - przegląd rynku, wady i zalety korzystania z instrumentu. Leasing - istota i koszty, porównanie dostępnych rodzajów leasingu	P_W01, P_W02
W6	Factoring i forfaiting - korzyści i koszty.	P_W01, P_W02
W7	Dotacje z UP. Pożyczki z BGK. Pożyczki funduszu MIKRO.	P_W01, P_W02
W8	Lokalne fundusze pożyczkowe/poręczeniowe.	P_W01, P_W02
W9	Koszt i ryzyko finansowania działalności MŚP. Finansowanie inwestycji i rozwoju innowacyjnych MŚP	P_W01, P_W02

W10	Proces wyboru źródła finansowania MŚP.	P_W01, P_W02
Lp.	**Ćwiczenia:**	**Odniesienie do przedmiotowych efektów uczenia się**
Ćw1	Uwarunkowania doboru instrumentów finansowania dla różnych typów MSP (case studies).	P_U01, P_U02, P_K01
Ćw2	Diagnoza potrzeb finansowych przedsiębiorstwa MŚP.	P_U01, P_U02, P_K01
Ćw3	Porównanie kosztu finansowania zewnętrznego.	P_U01, P_U02, P_K01
Ćw4	Analiza ofert kredytowych dla MŚP.	P_U01, P_U02, P_K01
Ćw5	Ocena opłacalności leasingu jako źródła finansowania aktywów.	P_U01, P_U02, P_K01
Ćw6	Faktoring jako instrument zarządzania płynnością MŚP.	P_U01, P_U02, P_K01
Ćw7	Crowdfunding w finansowaniu przedsięwzięcia MŚP.	P_U01, P_U02, P_K01
Ćw8	Pozyskiwanie kapitału od Venture Capital i Business Angels.	P_U01, P_U02, P_K01
Ćw9	Finansowanie działalności MŚP ze środków publicznych.	P_U01, P_U02, P_K01
Ćw10	Analiza zdolności przedsiębiorstwa do pozyskania finansowania.	P_U01, P_U02, P_K01
Ćw11	Budowa struktury finansowania przedsięwzięcia inwestycyjnego MŚP.	P_U01, P_U02, P_K01
Ćw12	Projekt optymalnego finansowania MŚP – analiza przypadku	P_U01, P_U02, P_K01
Ćw13-Ćw14	Prezentacja i omówienie projektu w zakresie porównania i analizy wad i zalet źródeł finansowania dla MŚP.	P_U01, P_U02, P_K01
Lp.	**Praca własna:**	**Odniesienie do przedmiotowych efektów uczenia się**
PW1	Zapoznanie się z literaturą przedmiotu.	P_W01, P_W02
PW2	Przygotowanie projektu w zakresie porównania i analizy wad i zalet źródeł finansowania dla MŚP.	P_W01, P_W02, P_U01, P_U02, P_K01

LITERATURA PRZEDMIOTU ORAZ INNE MATERIAŁY DYDAKTYCZNE

Literatura podstawowa przedmiotu:

– Czerwonka L., *Zarządzanie finansami: wprowadzenie, przykłady i zadania*, C. H. Beck, Warszawa 2018.
– Skowronek-Mielczarek A. (red.), *Odpowiedzialne zarządzanie w małych i średnich przedsiębiorstwach*, Oficyna Wydawnicza Szkoła Główna Handlowa, Warszawa 2017Dylewski M. (red.), *Finanse małych i średnich firm: innowacje, decyzje, procesy*, CeDeWu, Warszawa 2016.
– Grzywacz J. (red.), *Finanse przedsiębiorstwa* [2], Szkoła Główna Handlowa. Oficyna Wydawnicza, Warszawa 2014
– Kołosowska B. (red.), *Finansowanie przedsiębiorstw sektora MŚP ze źródeł pozabankowych*, CeDeWu, Warszawa 2013.

Literatura uzupełniająca przedmiotu:

– Kotowska B., Uziębło A., Wyszkowska-Kaniewska O., *Analiza finansowa w przedsiębiorstwie: przykłady, zadania i rozwiązania*, CeDeWu, Warszawa 2017.
– Przygotowanie i ocena projektów inwestycyjnych, red. Kałowski A., Wysocki J., Oficyna Wydawnicza Szkoła Główna Handlowa w Warszawie, Warszawa 2013
– Boguszewski P. (red.), *Dostępność finansowania przedsiębiorstw niefinansowych w Polsce*, NBP, Warszawa 2016.

- Nowak M., *Zarządzanie finansami małych przedsiębiorstw*, CeDeWu, Warszawa 2014.
- Duliniec A., *Finansowanie przedsiębiorstwa. Strategie i instrumenty*, PWE, Warszawa 2011.
- Matejun M. (red.), *Wspomaganie i finansowanie rozwoju małych i średnich przedsiębiorstw*, Difin, Warszawa 2011.
- Cicirko T. (red.), *Podstawy zarządzania płynnością finansową przedsiębiorstwa*, Oficyna Wydawnicza SGH, Warszawa 2010.

Inne materiały dydaktyczne:
- prezentacje multimedialne.

OGÓLNE INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE		
NAZWA PRZEDMIOTU:	**Pozyskiwanie środków na inwestycje**	
Nazwa kierunku studiów, poziom kształcenia:		**Zarządzanie, studia I stopnia**
Profil kształcenia:		**OGÓLNOAKADEMICKI**
Rodzaj modułu kształcenia:		**Do wyboru**
Punkty ECTS:		**3 ECTS**
Wymiar godzin:		**75 h**
Sposoby weryfikacji i oceny efektów uczenia:		**Zaliczenie z oceną**

PRZEDMIOTOWE EFEKTY UCZENIA SIĘ Z ODNIESIEM DO EFEKTÓW UCZENIA SIĘ DLA KIERUNKU		
Lp.	**Opis przedmiotowych efektów uczenia się**	**Odniesienie do efektu kierunkowego**
	Wiedza:	
P_W01	Zna w zaawansowanym stopniu zasady szacowania zapotrzebowania kapitałowego projektów inwestycyjnych oraz konstruowania optymalnej struktury finansowania.	K_W04, K_W07
P_W02	Zna w zaawansowanym stopniu procedury i kryteria aplikowania o środki z funduszy strukturalnych Unii Europejskiej oraz dotacje i pożyczki ze środków publicznych.	K_W03, K_W04
	Umiejętności:	
P_U01	Potrafi określić zapotrzebowanie kapitałowe dla inwestycji i dokonać oceny różnych źródeł ich finansowania.	K_U05, K_U09
P_U02	Potrafi oceniać możliwości pozyskiwania finansowania inwestycji, w tym z funduszy unijnych, funduszy strukturalnych oraz alternatywnych źródeł wsparcia dla przedsiębiorstw, ze szczególnym uwzględnieniem sektora MŚP.	K_U06, K_U10
	Kompetencje społeczne:	
P_K01	Jest gotów do inicjowania działań inwestycyjnych przy optymalnym doborze źródeł finansowania.	K_K01, K_K03

TREŚCI KSZTAŁCENIA		
Lp.	**Wykład:**	**Odniesienie do przedmiotowych efektów uczenia się**
W1	Wprowadzenie - istota i specyfika finansowania inwestycji, rodzaje strategii przedsiębiorstw.	P_W01, P_W02
W2	Dostępne źródła finansowania inwestycji - struktura finansowa, klasyfikacja źródeł finansowania.	P_W01, P_W02
W3	Pojęcie kapitału obcego i własnego oraz finansowanie inwestycji z kapitałów własnych i obcych.	P_W01, P_W02
W4	Źródła pozyskiwania środków na inwestycje poprzez: Kapitał hybrydowy, Private Equity, Venter Capital, Bussines Angels, Sekurytyzacja (uwarunkowania pozyskania funduszy z omawianych źródeł, ich cechy, korzyści i koszty, porównanie).	P_W01, P_W02
W5	Fundusze unijne (możliwości dofinansowań i dotacji ze środków UE) oraz łączenie przedsiębiorstw (fuzje i przejęcia – pojęcia, cele, wady, zalety, przykłady).	P_W01, P_W02
W6	Faktoring, forfaiting (pojęcia, rodzaje, wady, zalety, warunki, opłaty oraz porównanie dwóch omawianych możliwości pozyskiwania środków).	P_W01, P_W02
W7	Leasing i kredyt (możliwości korzystania z różnego rodzaju omawianych źródeł pozyskiwania kapitału – klasyfikacja, koszty i korzyści, podmiot i przedmiot oraz porównanie).	P_W01, P_W02

W8	Rynek NewConnect i Crowdfunding jako metody pozyskania środków na inwestycje dla sektora MŚP (pojęcia, zasady otrzymania funduszy, wady i zalety obu możliwości).	P_W01, P_W02
W9	Planowanie zapotrzebowania kapitałowego inwestycji (identyfikacja nakładów inwestycyjnych, kosztów projektu i zapotrzebowania na kapitał obrotowy; harmonogramowanie przepływów finansowych oraz określanie luki finansowej).	P_W01
W10	Ocena efektywności ekonomicznej projektów inwestycyjnych (podstawowe metody oceny inwestycji: NPV, IRR, okres zwrotu (PP), zdyskontowany okres zwrotu (DPP) oraz indeks rentowności (PI)).	P_W01
W11	Koszt kapitału i jego znaczenie w wyborze źródła finansowania inwestycji (koszt kapitału własnego i obcego, WACC oraz wpływ struktury finansowania na ryzyko i opłacalność projektu inwestycyjnego).	P_W01
W12	Przygotowanie projektu inwestycyjnego do pozyskania finansowania (elementy biznesplanu i studium wykonalności, prognozy finansowe, harmonogram rzeczowo-finansowy, analiza ryzyka oraz dokumentacja wymagana przez instytucje finansujące).	P_W01, P_W02
W13	Ocena ryzyka finansowania inwestycji (identyfikacja ryzyka finansowego, inwestycyjnego i rynkowego, analiza wrażliwości i scenariuszy oraz sposoby ograniczania ryzyka projektu).	P_W01
W14	Rozliczanie i monitoring finansowania projektów inwestycyjnych (zasady wykorzystania środków, monitoring wskaźników projektu, kontrola zgodności wydatków z założeniami oraz konsekwencje nieprawidłowego wykorzystania finansowania publicznego).	P_W02
Lp.	**Ćwiczenia:**	**Odniesienie do przedmiotowych efektów uczenia się**
Ćw1	Finansowanie inwestycji w oparciu o rodzaj strategii przedsiębiorstwa.	P_U01, P_U02, P_K01
Ćw2	Porównanie metod finansowania inwestycji w podziale ze względu na źródło finansowania.	P_U01, P_U02, P_K01
Ćw3	Fundusze unijne oraz analiza działalności: funduszy pożyczkowych i funduszy poręczeniowych (instrumenty pomocy finansowej dla MŚP).	P_U01, P_U02, P_K01
Ćw4	Wsparcie finansowe inwestycji z funduszy strukturalnych. Alternatywne źródła finansowania inwestycji – debata dotycząca wad/zalet, różnic/podobieństw.	P_U01, P_U02, P_K01
Ćw5	Określanie zapotrzebowania kapitałowego projektu inwestycyjnego (identyfikacja nakładów początkowych, kosztów dodatkowych i zapotrzebowania na kapitał obrotowy; przygotowanie harmonogramu finansowego inwestycji).	P_U01, P_K01
Ćw6	Budowa planu finansowego inwestycji (opracowanie prognozy przychodów, kosztów i przepływów pieniężnych oraz określenie luki finansowej projekt)	P_U01, P_K01
Ćw7	Ocena opłacalności inwestycji metodą NPV i IRR (obliczenie podstawowych wskaźników efektywności oraz interpretacja wyników w kontekście decyzji o realizacji inwestycji).	P_U01, P_K01
Ćw8	Porównanie kosztu różnych źródeł finansowania inwestycji (analiza kredytu, leasingu, kapitału własnego i alternatywnych źródeł finansowania; wybór rozwiązania korzystnego dla przedsiębiorstwa).	P_U01, P_U02, P_K01
Ćw9	Dobór optymalnej struktury finansowania projektu (opracowanie wariantów wykorzystania kapitału własnego i obcego oraz ocena ich wpływu na ryzyko i bezpieczeństwo finansowe przedsiębiorstwa).	P_U01, P_U02, P_K01
Ćw10	Analiza wrażliwości i scenariuszy projektu inwestycyjnego (określenie wpływu zmian cen, kosztów, przychodów, stóp procentowych i innych parametrów na opłacalność inwestycji).	P_U01, P_U02, P_K01
Ćw11	Wyszukiwanie i analiza możliwości dofinansowania inwestycji ze środków publicznych (identyfikacja właściwego programu, analiza grup docelowych, kosztów kwalifikowanych, poziomu wsparcia i warunków uzyskania dofinansowania).	P_U01, P_U02, P_K01
Ćw12	Przygotowanie uproszczonego wniosku o dofinansowanie projektu inwestycyjnego (opis projektu, cele, harmonogram, budżet, wskaźniki produktu i rezultatu oraz uzasadnienie potrzeby realizacji inwestycji).	P_U01, P_U02, P_K01

Ćw13	Przygotowanie dokumentacji finansowej dla instytucji finansującej (opracowanie wybranych elementów biznesplanu, prognoz finansowych, harmonogramu spłat i uzasadnienia wyboru źródła finansowania).	P_U01, P_U02, P_K01
Ćw14	Kompleksowy projekt finansowania inwestycji MŚP (określenie zapotrzebowania kapitałowego, analiza dostępnych źródeł, ocena opłacalności, wybór optymalnej struktury finansowania oraz przygotowanie rekomendacji dla przedsiębiorstwa).	P_U01, P_U02, P_K01
Lp.	**Praca własna:**	**Odniesienie do przedmiotowych efektów uczenia się**
PW1	Zapoznanie się z literaturą przedmiotu	P_W01, P_W02
PW2	Przygotowanie projektu pozyskania środków na wybrany projekt inwestycyjny	P_W01, P_W02, P_U01, P_U02, P_K01

LITERATURA PRZEDMIOTU ORAZ INNE MATERIAŁY DYDAKTYCZNE

Literatura podstawowa przedmiotu:

- Dębski W., *Teoretyczne i praktyczne aspekty zarządzania finansami przedsiębiorstwa*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2021.
- Wędzki D., *Finansowanie działalności przedsiębiorstwa*, Oficyna a Wolters Kluwer, Warszawa 2020.
- Sierpińska M., & Bąk, P., *Finanse przedsiębiorstw. Źródła finansowania*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2019.
- Jajuga K. (red.), *Inwestycje. Instrumenty finansowe. Ryzyko*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2022.
- Marcinkowska M., *Struktura kapitału i finansowanie przedsiębiorstw*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2020.

Literatura uzupełniająca przedmiotu:

- Klonowski D., *Private Equity i Venture Capital. Inwestycje, rynek, instrumenty*, PWN, Warszawa 2018.
- Brigham E. F., & Ehrhardt, M. *(2021)*, *Finanse przedsiębiorstw*, Cengage Learning 2021.
- Kurek B., *Leasing, faktoring i forfaiting w finansowaniu inwestycji*, Difin, Warszawa 2020.
- Golejewska, A., & Karlikowska, M., *Fundusze Unii Europejskiej w praktyce przedsiębiorstw*, Difin, Warszawa 2021.
- Matejun M. (red.), *Finansowanie działalności innowacyjnej MŚP*, Wydawnictwo Politechniki Łódzkiej, Łódź 2019.
- Kusak A., *(2020)*, *Crowdfunding w teorii i praktyce*, PWN, Warszawa 2020.
- Trocki M., *Fuzje i przejęcia przedsiębiorstw*, PWE, Warszawa 2018.

Inne materiały dydaktyczne:

- prezentacje multimedialne.

Specjalność: ZARZĄDZANIE ZASOBAMI LUDZKIMI

OGÓLNE INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE	
NAZWA PRZEDMIOTU:	**Zarządzanie zespołem pracowniczym**
Nazwa kierunku studiów, poziom kształcenia:	**Zarządzanie, studia I stopnia**
Profil kształcenia:	**OGÓLNOAKADEMICKI**
Nazwa specjalności:	**Zarządzanie zasobami ludzkimi**
Rodzaj modułu kształcenia:	**Specjalnościowy / powiązany z przygotowaniem do prowadzenia badań naukowych**
Punkty ECTS:	**5 ECTS**
Wymiar godzin:	**125 h**
Sposoby weryfikacji i oceny efektów uczenia:	**Egzamin**

PRZEDMIOTOWE EFEKTY UCZENIA SIĘ Z ODNIESIEM DO EFEKTÓW UCZENIA SIĘ DLA KIERUNKU		
Lp.	**Opis przedmiotowych efektów uczenia się**	**Odniesienie do efektu kierunkowego**
	Wiedza:	
P_W01	Zna w zaawansowanym stopniu zasady i metody budowania, doboru oraz kierowania zespołami pracowniczymi na poszczególnych etapach rozwoju zespołu.	K_W10, K_W11
P_W02	Zna w zaawansowanym stopniu style przywództwa, koncepcje ról zespołowych (wg Belbina) oraz zasady diagnozowania i rozwiązywania konfliktów w zespole.	K_W11, K_W12
	Umiejętności:	
P_U01	Potrafi uczestniczyć w pracy zespołów pracowniczych oraz zastosować narzędzia zarządzania takimi zespołami w różnych organizacjach.	K_U05, K_U18, K_U19
P_U02	Student potrafi analizować przyczyny i skutki konfliktów w zespołach pracowniczych oraz dobierać metody ich rozwiązywania i wspierania efektywnej współpracy w zespole.	K_U05, K_U18, K_U19
	Kompetencje społeczne:	
P_K01	Jest przygotowany do współdziałania i pracy w zespole i nawiązywania kontaktów niezbędnych do realizacji stawianych przed nim zadań.	K_K01, K_K06

TREŚCI KSZTAŁCENIA		
Lp.	**Wykład:**	**Odniesienie do przedmiotowych efektów uczenia się**
W1	Istota pracy zespołowej	P_W01, P_W02
W2	Znaczenie kierownika zespołu pracowniczego	P_W01, P_W02
W3	Podział zadań w zespole pracowniczym. Analiza możliwości zastosowania pracy zespołowej	P_W01, P_W02
W4	Metody doboru członków zespołu pracowniczego	P_W01, P_W02
W5	Analiza mocnych i słabych stron zespołu pracowniczego	P_W01, P_W02
W6	Podejmowanie decyzji w zespole	P_W01, P_W02

W7	Motywowanie zespołu pracowniczego	P_W01, P_W02
W8	Konflikty w zespołach pracowniczych	P_W01, P_W02
W9	Analiza przyczyn i skutków konfliktów w zespołach pracowniczych	P_W01, P_W02
W10	Etapy rozwoju zespołu pracowniczego.	P_W01, P_W02
W11	Style przywództwa i ich wpływ na efektywność zespołu.	P_W01, P_W02
W12	Komunikacja i informacja zwrotna w zespole pracowniczym.	P_W01, P_W02
W13	Efektywność zespołu pracowniczego i metody jej pomiaru.	P_W01, P_W02
W14	Budowanie zaufania, zaangażowania i bezpieczeństwa psychologicznego w zespole.	P_W01, P_W02
Lp.	**Ćwiczenia:**	**Odniesienie do przedmiotowych efektów uczenia się**
Ćw1	Istota pracy zespołowej - analiza przypadku: cechy efektywnych i nieefektywnych zespołów. Dyskusja: kiedy praca zespołowa ma sens, a kiedy jest zbędna?	P_U01, P_U02, P_K01
Ćw2	Rola kierownika zespołu w praktyce - symulacja: style kierowania a sytuacja zespołu. Analiza przypadku: lider formalny vs. nieformalny.	P_U01, P_U02, P_K01
Ćw3	Podział zadań w zespole - ćwiczenie praktyczne z użyciem macierzy ról zespołowych (Belbin). Analiza możliwości zastosowania pracy zespołowej w wybranej organizacji.	P_U01, P_U02, P_K01
Ćw4	Metody doboru członków zespołu - warsztaty: projektowanie procesu rekrutacji wewnętrznej do zespołu projektowego. Analiza narzędzi selekcji.	P_U01, P_U02, P_K01
Ćw5	Analiza mocnych i słabych stron zespołu - ćwiczenie: SWOT zespołu pracowniczego na podstawie case study. Omówienie narzędzi diagnozy zespołu.	P_U01, P_U02, P_K01
Ćw6	Podejmowanie decyzji w zespole - symulacja procesu decyzyjnego (burza mózgów, drzewo decyzyjne, konsensus). Analiza błędów grupowych (groupthink).	P_U01, P_U02, P_K01
Ćw7	Motywowanie zespołu - ćwiczenie: projektowanie systemu motywacyjnego dla konkretnego zespołu. Dyskusja: motywatory finansowe vs. pozafinansowe.	P_U01, P_U02, P_K01
Ćw8	Konflikty w zespołach - symulacja mediacji. Analiza źródeł i typów konfliktów na podstawie studium przypadku.	P_U01, P_U02, P_K01
Ćw9	Analiza przyczyn i skutków konfliktów - praca w grupach nad rzeczywistym przypadkiem organizacyjnym. Prezentacje projektów zaliczeniowych.	P_U01, P_U02, P_K01
Ćw10	Diagnoza etapu rozwoju zespołu – analiza przypadku zespołu znajdującego się na określonym etapie rozwoju oraz dobór działań kierownika wspierających przejście do kolejnej fazy	P_U01, P_U02, P_K01
Ćw11	Dobór stylu przywództwa do sytuacji zespołu – symulacja sytuacji kierowniczych i dobór odpowiedniego stylu przywództwa do poziomu kompetencji i zaangażowania pracowników	P_U01, P_U02, P_K01
Ćw12	Komunikacja i udzielanie informacji zwrotnej w zespole – ćwiczenia z aktywnego słuchania, formułowania konstruktywnego feedbacku oraz prowadzenia rozmów korygujących	P_U01, P_U02, P_K01
Ćw13	Pomiar efektywności zespołu pracowniczego – opracowanie zestawu kryteriów i wskaźników oceny zespołu oraz analiza wyników na podstawie studium przypadku	P_U01, P_U02, P_K01

Ćw14	Budowanie zaufania i bezpieczeństwa psychologicznego w zespole – analiza sytuacji problemowych oraz opracowanie działań zwiększających zaangażowanie, współpracę i odpowiedzialność członków zespołu	P_U01, P_U02, P_K01
Lp.	**Praca własna:**	**Odniesienie do przedmiotowych efektów uczenia się**
PW1	Zapoznanie się z literaturą przedmiotu i przygotowanie się do egzaminu.	P_W01, P_W02
PW2	Wykonanie zespołowego projektu w zakresie analizy zarządzania zespołem pracowniczym w wybranej organizacji i możliwości usprawnienia tego procesu.	P_U01, P_U02, P_K01

LITERATURA PRZEDMIOTU ORAZ INNE MATERIAŁY DYDAKTYCZNE

Literatura podstawowa przedmiotu:

– Sidor-Rządkowska M., Sienkiewicz Ł., Cyfrowy HR. Organizacja w warunkach transformacji technologicznej. Wolters Kluwer, Warszawa 2023.
– Gordon T., *Nowa psychologia zarządzania. Jak błyskawicznie zmotywować tych, którym chce się najmniej*, Helion, Gliwice 2020.
– Gołembski M., *Funkcja personalna w przedsiębiorstwie. Aktualne trendy i perspektywy rozwoju*, CeDeWu, Warszawa 2019.
– Przytuła S., red., *Zarządzanie różnorodnością pracowników*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2019.
– Armstrong M., *Zarządzanie zasobami ludzkimi*, Wolters Kluwer, Kraków 2016.
– Rogozińska-Pawełczyk A., red. *Gospodarowanie kapitałem ludzkim. Wyzwania organizacyjne i prawne*, Wydawnictwo UŁ, Łódź 2015.

Literatura uzupełniająca przedmiotu:

– Pocztowski A., *Zarządzanie zasobami ludzkimi: koncepcje, praktyki, wyzwania*, PWE, Warszawa 2018.
– Moczydłowska J., *Nowe koncepcje w zarządzaniu ludźmi*, Difin, Warszawa 2014.

Inne materiały dydaktyczne:

- prezentacje multimedialne.

OGÓLNE INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE		
NAZWA PRZEDMIOTU:	**Projektowanie ścieżek karier i talent management**	
Nazwa kierunku studiów, poziom kształcenia:	**Zarządzanie, studia I stopnia**	
Profil kształcenia:	**OGÓLNOAKADEMICKI**	
Nazwa specjalności:	**Zarządzanie zasobami ludzkimi**	
Rodzaj modułu kształcenia:	**Specjalnościowy / powiązany z przygotowaniem do prowadzenia badań naukowych**	
Punkty ECTS:	**5 ECTS**	
Wymiar godzin:	**125 h**	
Sposoby weryfikacji i oceny efektów uczenia:	**Zaliczenie z oceną**	

PRZEDMIOTOWE EFEKTY UCZENIA SIĘ Z ODNIESIEM DO EFEKTÓW UCZENIA SIĘ DLA KIERUNKU		
Lp.	**Opis przedmiotowych efektów uczenia się**	**Odniesienie do efektu kierunkowego**
	Wiedza:	
P_W01	Student zna w zaawansowanym stopniu i rozumie pojęcia, koncepcje i modele związane z zarządzaniem karierą zawodową, planowaniem ścieżek kariery oraz rozwojem pracowników w organizacji.	K_W10, K_W12
P_W02	Student zna w zaawansowanym stopniu i rozumie istotę, cele i procesy talent management, w tym identyfikowania, oceny, rozwijania i utrzymywania pracowników o wysokim potencjale.	K_W10, K_W12, K_W13
P_W03	Student zna w zaawansowanym stopniu narzędzia i metody wykorzystywane w planowaniu karier i zarządzaniu talentami, w szczególności modele kompetencyjne, matryce kompetencji, plany rozwoju, assessment/development center, programy mentoringowe i plany sukcesji.	K_W10, K_W12, K_W13, K_W14
	Umiejętności:	
P_U01	Student potrafi analizować kompetencje, potencjał i potrzeby rozwojowe pracownika oraz identyfikować obszary wymagające rozwoju w kontekście planowanej ścieżki kariery.	K_U06, K_U19
P_U02	Student potrafi opracować indywidualny plan rozwoju oraz zaprojektować możliwe ścieżki kariery pracownika, uwzględniając jego kompetencje, aspiracje i potrzeby organizacji.	K_U16
P_U03	Student potrafi dobrać i zastosować narzędzia talent management do identyfikacji, rozwoju, motywowania i utrzymywania talentów w organizacji.	K_U07, K_U14
	Kompetencje społeczne:	
P_K01	Student jest gotów do odpowiedzialnego i etycznego podejścia do zarządzania rozwojem zawodowym pracowników, z uwzględnieniem ich indywidualnych potrzeb, możliwości i aspiracji.	K_K04
P_K02	Student jest gotów do współpracy z pracownikami i członkami zespołu w procesie planowania rozwoju.	K_K01, K_K07
P_K03	Student jest gotów do krytycznej oceny własnych kompetencji i planowania własnego rozwoju zawodowego oraz do systematycznego doskonalenia kompetencji związanych z zarządzaniem ludźmi.	K_K09

TREŚCI KSZTAŁCENIA		
Lp.	**Wykład:**	**Odniesienie do przedmiotowych efektów uczenia się**

W1	Kariera zawodowa – pojęcie i znaczenie. Pojęcie kariery, rozwój kariery zawodowej, kariera tradycyjna i współczesna, kariera liniowa i alternatywna, odpowiedzialność pracownika i organizacji za rozwój kariery.	P_W01
W2	Planowanie karier w organizacji. Cele planowania karier, indywidualne i organizacyjne planowanie kariery, etapy procesu planowania, potrzeby pracownika i organizacji.	P_W01, P_W03
W3	Modele i ścieżki kariery. Ścieżki pionowe, poziome, specjalistyczne i menedżerskie; awans, rozwój poziomy, mobilność wewnętrzna, job rotation, career lattice.	P_W01, P_W03
W4	Diagnoza potencjału i kompetencji pracownika. Kompetencje, potencjał, kwalifikacje, doświadczenie; modele kompetencyjne; diagnoza luk kompetencyjnych; identyfikacja potrzeb rozwojowych.	P_W01, P_W03
W5	Talent management – istota i znaczenie. Pojęcie talentu, definicje talent management, cele i funkcje zarządzania talentami, strategiczne znaczenie talentów dla organizacji.	P_W02
W6	Identyfikacja i selekcja talentów. Kryteria identyfikacji talentów, potencjał i wyniki pracy, identyfikacja pracowników high potential, talent pools, ryzyko błędnej identyfikacji talentów.	P_W02, P_W03
W7	Rozwój talentów i pracowników o wysokim potencjale. Szkolenia, coaching, mentoring, job rotation, projekty rozwojowe, rozwój poprzez doświadczenie, indywidualne plany rozwoju.	P_W02, P_W03
W8	Ocena potencjału i narzędzia talent management. Assessment Center, Development Center, ocena 360°, matryce potencjału, modele kompetencyjne, ocena okresowa.	P_W02, P_W03
W9-W10	Sukcesja i zarządzanie kluczowymi stanowiskami. Planowanie sukcesji, stanowiska kluczowe, następcy, talent pools, mapa sukcesji, ryzyko utraty kluczowych pracowników.	P_W02, P_W03
W11	Retencja talentów i zarządzanie zaangażowaniem. Motywowanie, rozwój, ścieżki kariery, employer branding, doświadczenia pracownika, retencja, przyczyny odejścia talentów.	P_W02
W12	Etyczne aspekty zarządzania karierą i talentami. Równe szanse, przeciwdziałanie dyskryminacji, transparentność kryteriów awansu, obiektywność oceny potencjału, prywatność informacji dotyczących pracowników.	P_W02, P_K01
W13-W14	Współczesne trendy w zarządzaniu karierą i talentami. Personalizacja rozwoju, lifelong learning, reskilling, upskilling, kompetencje przyszłości, elastyczne ścieżki kariery, wykorzystanie danych HR i HR analytics.	P_W01, P_W02, P_W03
Lp.	**Ćwiczenia:**	**Odniesienie do przedmiotowych efektów uczenia się**
Ćw1	Diagnoza własnych kompetencji i potencjału. Analiza kompetencji, mocnych i słabych stron, zainteresowań oraz aspiracji zawodowych. Identyfikacja luk kompetencyjnych.	P_U01, P_K03
Ćw2	Profil kompetencyjny stanowiska. Analiza stanowiska pracy, określenie kompetencji kluczowych i poziomów ich wymagania. Opracowanie profilu kompetencyjnego.	P_U01, P_U03
Ćw3	Diagnoza pracownika – analiza przypadku. Analiza przypadku pracownika pod kątem wyników, kompetencji, potencjału i potrzeb rozwojowych.	P_U01, P_K01
Ćw4	Projektowanie ścieżek kariery. Projektowanie pionowej, poziomej i specjalistycznej ścieżki kariery dla wybranego stanowiska.	P_U02
Ćw5	Indywidualny plan rozwoju (IDP). Określenie celów rozwojowych, działań, terminów, zasobów i sposobów pomiaru rezultatów.	P_U01, P_U02, P_U03
Ćw6	Rozmowa rozwojowa. Przygotowanie i przeprowadzenie rozmowy dotyczącej rozwoju zawodowego pracownika. Formułowanie informacji zwrotnej i celów rozwojowych.	P_U01, P_U02, P_U03
Ćw7	Identyfikacja talentów. Analiza przypadków pracowników i określanie kryteriów kwalifikowania do grupy talentów/high potentials.	P_U01, P_U03
Ćw8	Matryca talentów / potencjału. Wykorzystanie wyników pracy i potencjału do klasyfikacji pracowników; interpretacja wyników i formułowanie działań rozwojowych.	P_U01, P_U03
Ćw9	Program rozwoju talentów. Projektowanie programu obejmującego mentoring, coaching, szkolenia, projekty rozwojowe, job rotation i inne działania.	P_U02, P_U03
Ćw10	Plan sukcesji. Identyfikacja stanowiska kluczowego, określenie potencjalnych następców, luk kompetencyjnych i działań przygotowujących następcę.	P_U02, P_U03

Ćw11	Retencja talentów. Analiza przyczyn odejścia kluczowego pracownika i przygotowanie programu działań zwiększających prawdopodobieństwo jego pozostania w organizacji.	P_U03, P_K01
Ćw12	Etyczne problemy w talent management. Analiza przypadków dotyczących nepotyzmu, nierównego dostępu do rozwoju, subiektywnej oceny, dyskryminacji i braku transparentności.	P_K01, P_K02
Ćw13- Ćw14	Kompleksowy projekt ścieżki kariery i rozwoju talentu. Przygotowanie kompleksowego rozwiązania obejmującego diagnozę, ścieżkę kariery, IDP, działania rozwojowe i sposób oceny rezultatów.	P_U01, P_U02, P_U03, P_K01, P_K03
Lp.	**Praca własna:**	**Odniesienie do przedmiotowych efektów uczenia się**
PW1	Przygotowanie się do zaliczenia przedmiotu w formie testu pisemnego.	P_W01, P_W02, P_W03
PW2	Wykonywanie zadań ćwiczeniowych i opracowanie projektu programu rozwoju talentów i planu sukcesji.	P_U01, P_U02, P_U03, P_K01, P_K02, P_K03

LITERATURA PRZEDMIOTU ORAZ INNE MATERIAŁY DYDAKTYCZNE

Literatura podstawowa przedmiotu:

- Filipowicz G., *Zarządzanie kompetencjami: perspektywa firmowa i osobista*, Wolters Kluwer, Warszawa 2024.
- *Kontekst i instrumenty współczesnego zarządzania zasobami ludzkimi*, pod red. Małgorzaty Tyrańskiej, CeDeWu, Warszawa 2024.

Literatura uzupełniająca przedmiotu:

- *Wciąż brakuje talentów*, red. Marta Piętal, „Personel i Zarządzanie" 6 (399), czerwiec 2023.
- *Zarządzanie zasobami ludzkimi w Polsce: ewolucja i współczesność*, pod red. Aleksego Pocztowskiego, Anny Rakowskiej i Agnieszki Sitko-Lutek, Wolters Kluwer, Warszawa 2021.

Inne materiały dydaktyczne:

- Materiały przygotowane przez prowadzącego.

OGÓLNE INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE		
NAZWA PRZEDMIOTU:	**Metody doboru personelu**	
Nazwa kierunku studiów, poziom kształcenia:	**Zarządzanie, studia I stopnia**	
Profil kształcenia:	**OGÓLNOAKADEMICKI**	
Nazwa specjalności:	**Zarządzanie zasobami ludzkimi**	
Rodzaj modułu kształcenia:	**Specjalnościowy / powiązany z przygotowaniem do prowadzenia badań naukowych**	
Punkty ECTS:	**5 ECTS**	
Wymiar godzin:	**125 h**	
Sposoby weryfikacji i oceny efektów uczenia:	**Zaliczenie z oceną**	

PRZEDMIOTOWE EFEKTY UCZENIA SIĘ Z ODNIESIEM DO EFEKTÓW UCZENIA SIĘ DLA KIERUNKU		
Lp.	**Opis przedmiotowych efektów uczenia się**	**Odniesienie do efektu kierunkowego**
	Wiedza:	
P_W01	Zna w zaawansowanym stopniu zaawansowane narzędzia selekcji i rekrutacji pracowników (wywiady behawioralne, testy psychometryczne, Assessment Center).	K_W12, K_W15
P_W02	Zna w zaawansowanym stopniu instytucje rynku pracy, wie na czym polega współpraca z firmami konsultingowymi w procesach rekrutacji, selekcji i derekrutacji.	K_W03, K_W04
P_W03	Posiada zaawansowaną wiedzę o procesach zmian w ilości i strukturze zatrudnienia, o ich przyczynach, przebiegu, skali i konsekwencjach.	K_W19, K_W20
	Umiejętności:	
P_U01	Umie analizować zadania wykonywane na stanowiskach pracy, stworzyć opis stanowiska i profil kandydata, zaplanować kampanię rekrutacyjną, analizować dokumenty kandydatów do pracy, przeprowadzić rozmowę kwalifikacyjną, stosuje prawidłową terminologię.	K_U06, K_U14, K_U19
P_U02	Potrafi dostrzegać, analizować i interpretować przebieg społecznych procesów zarówno w organizacji, jak i jej otoczeniu, istotnych z punktu widzenia zarządzania zasobami ludzkimi; w szczególności zmian na rynku pracy oraz zmian dokonujących się w organizacji i mających wpływ na jej podsystem społeczny.	K_U01, K_U05
	Kompetencje społeczne:	
P_K01	Jest przygotowany do podejmowania odpowiedzialnych decyzji w zakresie doboru pracowników, uwzględniając konsekwencje społeczne i organizacyjne podejmowanych działań	K_K01
P_K02	Student jest gotów do odpowiedzialnego uczestnictwa w procesie doboru personelu, w tym przestrzegania zasad etyki, obiektywizmu oraz równego traktowania kandydatów	K_K04

TREŚCI KSZTAŁCENIA		
Lp.	**Wykład:**	**Odniesienie do przedmiotowych efektów uczenia się**
W1	Rola i miejsce rekrutacji i selekcji w strategii zarządzania zasobami ludzkimi.	P_W01, P_W02, P_W03, P_K01, P_K02
W2	Identyfikacja potrzeb rekrutacyjnych i opis stanowiska pracy (profil kompetencyjny).	P_W01, P_W02, P_W03, P_K01, P_K02
W3	Strategie i kanały rekrutacji wewnętrznej vs zewnętrznej.	P_W01, P_W02, P_W03, P_K01, P_K02

W4	Nowoczesne metody rekrutacji w sieci (E-recruitment, Social Recruiting, AI w rekrutacji).	P_W01, P_W02, P_W03, P_K01, P_K02
W5	Etapy i architektura procesu selekcji kandydatów.	P_W01, P_W02, P_W03, P_K01, P_K02
W6	Analiza dokumentów aplikacyjnych (CV, list motywacyjny, portfolio) i ich weryfikacja.	P_W01, P_W02, P_W03, P_K01, P_K02
W7	Metodyka prowadzenia wywiadów selekcyjnych (wywiad ustrukturyzowany, behawioralny STAR).	P_W01, P_W02, P_W03, P_K01, P_K02
W8	Testy psychometryczne, testy wiedzy i próbki pracy w selekcji personelu.	P_W01, P_W02, P_W03, P_K01, P_K02
W9	Metoda Assessment Center (AC) – zasady, zadania i rola sędziów-asesorów.	P_W01, P_W02, P_W03, P_K01, P_K02
W10	Prawne i etyczne aspekty doboru personelu (ochrona danych/RODO, zakaz dyskryminacji).	P_W01, P_W02, P_W03, P_K01, P_K02
W11	Błędy w procesie oceniania kandydatów (efekt halo, błędy atrybucji, stereotypizacja).	P_W01, P_W02, P_W03, P_K01, P_K02
W12	Mierniki efektywności i kosztów procesów rekrutacyjnych (Time to Hire, Cost per Hire).	P_W01, P_W02, P_W03, P_K01, P_K02
W13	Zarządzanie doświadczeniem kandydata (Candidate Experience) i rola w Employer Brandingu.	P_W01, P_W02, P_W03, P_K01, P_K02
W14	Adaptacja nowo zatrudnionych pracowników (Onboarding) jako zwieńczenie doboru personelu.	P_W01, P_W02, P_W03, P_K01, P_K02
Lp.	**Ćwiczenia:**	**Odniesienie do przedmiotowych efektów uczenia się**
Ćw1	Zarządzanie kapitałem ludzkim w praktyce - praca z pakietem Symfonia "Kadry i płace": wprowadzanie danych pracowniczych, analiza struktury zatrudnienia. Dyskusja: ZZL a strategia organizacji.	P_U01, P_U02, P_K01, P_K02
Ćw2	Polityka personalna - ćwiczenie: analiza i ocena polityki personalnej wybranej organizacji. Projektowanie modelu polityki personalnej dla case study.	P_U01, P_U02, P_K01, P_K02
Ćw3	Planowanie zasobów ludzkich - warsztaty: prognozowanie potrzeb personalnych z użyciem wybranych technik. Analiza czynników wewnętrznych i zewnętrznych.	P_U01, P_U02, P_K01, P_K02
Ćw4	Rekrutacja w praktyce - ćwiczenie: opracowanie ogłoszenia rekrutacyjnego, opisu stanowiska i profilu kandydata. Symulacja procesu selekcji: analiza CV, rozmowa kwalifikacyjna.	P_U01, P_U02, P_K01, P_K02
Ćw5	Błędy w rekrutacji - analiza przypadków: typowe błędy w procesie pozyskiwania kadr. Dyskusja: efekt halo, stereotypy, błędy poznawcze rekrutera.	P_U01, P_U02, P_K01, P_K02
Ćw6	Adaptacja pracownika - praca z pakietem Symfonia "Kadry i płace": modelowanie procesu onboardingu. Projektowanie programu adaptacyjnego. Prezentacje projektów zaliczeniowych.	P_U01, P_U02, P_K01, P_K02

Ćw7	Analiza stanowiska pracy i tworzenie profilu kompetencyjnego – identyfikacja zadań, odpowiedzialności i wymagań stanowiska oraz opracowanie opisu stanowiska i profilu idealnego kandydata.	P_U01, P_U02, P_K01, P_K02
Ćw8	Planowanie kampanii rekrutacyjnej – określenie celu i grupy docelowej rekrutacji, wybór źródeł i kanałów pozyskiwania kandydatów oraz przygotowanie ogłoszenia rekrutacyjnego.	P_U01, P_U02, P_K01, P_K02
Ćw9	E-rekrutacja i Social Recruiting – wykorzystanie portali pracy, mediów społecznościowych i narzędzi cyfrowych w pozyskiwaniu kandydatów; analiza zmian technologicznych na rynku pracy i ich wpływu na proces rekrutacji.	P_U01, P_U02, P_K01, P_K02
Ćw10	Analiza i ocena dokumentów aplikacyjnych – selekcja CV, listów motywacyjnych i portfolio na podstawie profilu kompetencyjnego; opracowanie kryteriów oceny i macierzy porównawczej kandydatów.	P_U01, P_U02, P_K01, P_K02
Ćw11	Rozmowa kwalifikacyjna i wywiad kompetencyjny – przygotowanie scenariusza rozmowy, formułowanie pytań behawioralnych i sytuacyjnych, prowadzenie symulacji rozmowy oraz udzielanie informacji zwrotnej.	P_U01, P_U02, P_K01, P_K02
Ćw12	Testy selekcyjne i Assessment Center – dobór narzędzi selekcji do specyfiki stanowiska, przygotowanie zadań i kryteriów oceny oraz analiza wyników kandydatów.	P_U01, P_U02, P_K01, P_K02
Ćw13	Obiektywizacja decyzji selekcyjnych – porównywanie kandydatów z wykorzystaniem arkuszy ocen i macierzy decyzyjnych; identyfikowanie efektu halo, stereotypizacji i innych błędów poznawczych rekrutera.	P_U01, P_U02, P_K01, P_K02
Ćw14	Zmiany na rynku pracy a dobór personelu – analiza wpływu niedoboru kompetencji, zmian demograficznych, automatyzacji i nowych form zatrudnienia na potrzeby personalne organizacji oraz strategie pozyskiwania pracowników.	P_U01, P_U02, P_K01, P_K02
Lp.	**Praca własna:**	**Odniesienie do przedmiotowych efektów uczenia się**
PW1	Zapoznanie się z literaturą przedmiotu.	P_W01, P_W02, P_W03
PW2	Przygotowanie projektu w zakresie analizy zapotrzebowania kadrowego w wybranej organizacji oraz propozycji organizacji systemu pozyskiwania i selekcji potencjalnych pracowników.	P_W01, P_W02, P_W03, P_U01, P_U02, P_K01, P_K02

LITERATURA PRZEDMIOTU ORAZ INNE MATERIAŁY DYDAKTYCZNE

Literatura podstawowa przedmiotu:

– Gołembski M., *Funkcja personalna w przedsiębiorstwie. Aktualne trendy i perspektywy rozwoju*, CeDeWu, Warszawa 2019.
– Oczkowska R., red. *Zarządzanie zasobami ludzkimi. Uwarunkowania, instrumenty, trendy*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2019.
– Szmidt, C., & Pokrzywniak, A. (2023). Konstrukty stosowane w procesach selekcji personelu na stanowiska menedżerskie. *Zarządzanie Zasobami Ludzkimi*, *154*(5), 45-62.

Literatura uzupełniająca przedmiotu:

– Pocztowski A., *Zarządzanie zasobami ludzkimi: koncepcje, praktyki, wyzwania*, PWE, Warszawa 2018.
– Armstrong M., *Zarządzanie zasobami ludzkimi*, Wolters Kluwer, Kraków 2016.
– Schulz, M. Nowoczesne i tradycyjne metody rekrutacji i selekcji kandydatów do pracy.

Inne materiały dydaktyczne:

- prezentacje multimedialne, case study, materiały prowadzącego.
- Oprogramowanie: Symfonia.

OGÓLNE INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE		
NAZWA PRZEDMIOTU:	**Employerbranding**	
Nazwa kierunku studiów, poziom kształcenia:	**Zarządzanie, studia I stopnia**	
Profil kształcenia:	**OGÓLNOAKADEMICKI**	
Nazwa specjalności:	**Zarządzanie zasobami ludzkimi**	
Rodzaj modułu kształcenia:	**Specjalnościowy / powiązany z przygotowaniem do prowadzenia badań naukowych**	
Punkty ECTS:	**5 ECTS**	
Wymiar godzin:	**125 h**	
Sposoby weryfikacji i oceny efektów uczenia:	**Zaliczenie z oceną**	

PRZEDMIOTOWE EFEKTY UCZENIA SIĘ Z ODNIESIEM DO EFEKTÓW UCZENIA SIĘ DLA KIERUNKU		
Lp.	**Opis przedmiotowych efektów uczenia się**	**Odniesienie do efektu kierunkowego**
	Wiedza:	
P_W01	Zna w zaawansowanym stopniu metody, techniki i narzędzia służące do budowania marki pracodawcy.	K_W07, K_W14
P_W02	Zna w zaawansowanym stopniu strategie budowania propozycji wartości dla pracownika (EVP – Employee Value Proposition) oraz metody pomiaru skuteczności działań employer brandingowych, w tym narzędzia digital EB i media społecznościowe.	K_W12
	Umiejętności:	
P_U01	Potrafi dokonać analizy silnych i słabych stron wizerunku pracodawcy.	K_U01, K_U06
P_U02	Potrafi wykorzystać metody, techniki i narzędzia służące do budowania marki pracodawcy.	K_U12
	Kompetencje społeczne:	
P_K01	Jest świadomy roli wiedzy w budowaniu wizerunku pracodawcy.	K_K07
P_K02	Jest gotów, przestrzegania zasad etyki w komunikacji organizacyjnej oraz uwzględniania społecznych i organizacyjnych skutków działań z zakresu employerbranding.	K_K04

TREŚCI KSZTAŁCENIA		
Lp.	**Wykład:**	**Odniesienie do przedmiotowych efektów uczenia się**
W1	Idea employer brandingu (EB) – początki i ewolucja podejścia.	P_W01
W2	Employer branding jako element strategii organizacji.	P_W01
W3	Najważniejsze obszary employer brandingu.	P_W01
W4	Zewnętrzny i wewnętrzny employer branding.	P_W01
W5	Tworzenie strategii employer brandingu.	P_W01
W6	Planowanie i realizacja kampanii employer brandingu.	P_W01

W7	Metody, narzędzia i kanały realizacji działań w ramach employer brandingu.	P_W01
W8	Pomiar i ocenia działań z zakresu employer brandingu.	P_W01
W9	Employee Value Proposition (EVP) jako fundament marki pracodawcy.	P_W02
W10	Employee Experience i Candidate Experience.	P_W02
W11	Digital employer branding i employer advocacy.	P_W02
W12	Komunikacja marki pracodawcy i storytelling.	P_W02
W13	Zarządzanie reputacją pracodawcy i sytuacjami kryzysowymi.	P_W02
W14	Analityka i zwrot z inwestycji w employer branding.	P_W02
Lp.	**Ćwiczenia:**	**Odniesienie do przedmiotowych efektów uczenia się**
Ćw1	Idea employer brandingu - analiza przypadku: historia i ewolucja marki pracodawcy na przykładzie wybranych organizacji. Dyskusja: EB jako odpowiedź na zmiany rynku pracy.	P_U01, P_U02, P_K01, P_K02
Ćw2	EB jako element strategii - ćwiczenie: analiza spójności strategii employer brandingowej z celami organizacji. Identyfikacja elementów EVP (Employee Value Proposition).	P_U01, P_U02, P_K01, P_K02
Ćw3	Obszary employer brandingu - warsztaty: mapowanie obszarów EB w wybranej organizacji. Ocena ich wpływu na wizerunek pracodawcy.	P_U01, P_U02, P_K01, P_K02
Ćw4	Zewnętrzny i wewnętrzny EB - studium przypadku: analiza działań EB skierowanych na kandydatów i pracowników. Dyskusja: spójność komunikacji.	P_U01, P_U02, P_K01, P_K02
Ćw5	Tworzenie strategii EB - ćwiczenie grupowe: opracowanie strategii employer brandingowej dla wybranej organizacji. Prezentacja i ocena założeń.	P_U01, P_U02, P_K01, P_K02
Ćw6	Planowanie i realizacja kampanii EB - warsztaty: projektowanie kampanii employer brandingowej, dobór kanałów i narzędzi. Analiza przykładów skutecznych kampanii.	P_U01, P_U02, P_K01, P_K02
Ćw7	Metody i narzędzia EB - ćwiczenie: przegląd narzędzi (LinkedIn, Glassdoor, media społecznościowe, eventy rekrutacyjne). Ocena skuteczności wybranych kanałów.	P_U01, P_U02, P_K01, P_K02
Ćw8	Pomiar i ocena działań EB - praca z danymi: analiza wskaźników (eNPS, retention rate, time-to-hire, cost-per-hire). Prezentacje projektów zaliczeniowych.	P_U01, P_U02, P_K01, P_K02
Ćw9	Projektowanie EVP dla wybranej organizacji – identyfikacja potrzeb pracowników i kandydatów oraz opracowanie propozycji wartości odpowiadającej specyfice organizacji i jej grupom docelowym	P_U01, P_U02, P_K01, P_K02
Ćw10	Audyt Employee Experience i Candidate Experience – analiza ścieżki pracownika i kandydata, identyfikacja punktów kontaktu z organizacją oraz wskazanie obszarów wymagających poprawy	P_U01, P_U02, P_K01, P_K02
Ćw11	Digital employer branding w praktyce – opracowanie koncepcji obecności pracodawcy w mediach społecznościowych i na platformach rekrutacyjnych; dobór treści i kanałów komunikacji	P_U01, P_U02, P_K01, P_K02
Ćw12	Employer advocacy i storytelling pracowniczy – przygotowanie koncepcji programu ambasadorów marki oraz opracowanie przykładowych treści wykorzystujących historie pracowników	P_U01, P_U02, P_K01, P_K02
Ćw13	Zarządzanie reputacją pracodawcy w Internecie – analiza opinii pracowników i kandydatów w serwisach internetowych; opracowanie odpowiedzi na sytuacje kryzysowe i negatywne komentarze	P_U01, P_U02, P_K01, P_K02

Ćw14	Pomiar skuteczności employer brandingu – opracowanie zestawu KPI dla działań EB, analiza danych dotyczących rekrutacji i retencji oraz ocena efektywności przykładowej kampanii employer brandingowej	P_U01, P_U02, P_K01, P_K02
Lp.	**Praca własna:**	**Odniesienie do przedmiotowych efektów uczenia się**
PW1	Zapoznanie się z literaturą przedmiotu.	P_W01
PW2	Przygotowanie projektu w zakresie analizy aktualnego wizerunku wybranego pracodawcy, jego mocnych i słabych stron oraz możliwości wykorzystania podstawowych metod i narzędzi do polepszenia jego wizerunku w oczach różnych grup odbiorców.	P_W01, P_U01, P_U02, P_K01, P_K02

LITERATURA PRZEDMIOTU ORAZ INNE MATERIAŁY DYDAKTYCZNE

Literatura podstawowa przedmiotu:

– Witek-Hajduk M. (red.), *Zarządzanie silną marką*, Wyd. Nieoczywiste, Warszawa 2019.
– Grzybowska, W. Employer branding w kontekście budowania przewagi konkurencyjnej przedsiębiorstw–przegląd literatury. *Academy of Management*, *6*(4), 74-91. 2022.
– Armstrong M., *Zarządzanie zasobami ludzkimi*, Wolters Kluwer, Kraków 2016.

Literatura uzupełniająca przedmiotu:

– Momot, A., Działania Employer Brandingu w kontekście zmian pokoleniowych w organizacji, 2024.
– Pocztowski A., *Zarządzanie zasobami ludzkimi: koncepcje, praktyki, wyzwania*, PWE, Warszawa 2018.
– Dąbrowska J., *Employer branding: marka pracodawcy w praktyce*, Wydawnictwo Słowo i Myśli 2014.

Inne materiały dydaktyczne:

- prezentacje multimedialne, case study, materiały prowadzącego.

OGÓLNE INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE		
NAZWA PRZEDMIOTU:	**Zarządzanie kompetencjami**	
Nazwa kierunku studiów, poziom kształcenia:		**Zarządzanie, studia I stopnia**
Profil kształcenia:		**OGÓLNOAKADEMICKI**
Nazwa specjalności:		**Zarządzanie zasobami ludzkimi**
Rodzaj modułu kształcenia:		**Specjalnościowy / powiązany z przygotowaniem do prowadzenia badań naukowych**
Punkty ECTS:		**5 ECTS**
Wymiar godzin:		**125 h**
Sposoby weryfikacji i oceny efektów uczenia:		**Zaliczenie z oceną**

PRZEDMIOTOWE EFEKTY UCZENIA SIĘ Z ODNIESIEM DO EFEKTÓW UCZENIA SIĘ DLA KIERUNKU		
Lp.	**Opis przedmiotowych efektów uczenia się**	**Odniesienie do efektu kierunkowego**
	Wiedza:	
P_W01	Zna w zaawansowanym stopniu prawidłowości i problemy zarządzania kompetencjami kadr przedsiębiorstwa oraz metody i narzędzia diagnozowania kompetencji.	K_W11, K_W12, K_W14
	Umiejętności:	
P_U01	Potrafi analizować i klasyfikować kompetencje indywidualne oraz organizacyjne, a także tworzyć podstawowe tabele kompetencyjne z uwzględnieniem ich znaczenia dla realizacji celów przedsiębiorstwa.	K_U06, K_U14
P_U02	Potrafi stosować narzędzia i metody oceny kompetencji pracowników, w tym skale obserwacyjne, karty i testy kompetencyjne, oraz planować rozwój zawodowy pracowników z wykorzystaniem wyników oceny kompetencji.	K_U12
	Kompetencje społeczne:	
P_K01	Jest gotów uczestniczyć w przygotowaniu projektów z zarządzania kompetencjami.	K_K02

TREŚCI KSZTAŁCENIA		
Lp.	**Wykład:**	**Odniesienie do przedmiotowych efektów uczenia się**
W1	Istota i znaczenie kompetencji w zarządzaniu zasobami ludzkimi przedsiębiorstwa. Definiowanie i badanie kompetencji. Kompetencje a zarządzanie zasobami ludzkimi w przedsiębiorstwie.	P_W01
W2	Kompetencje i misje zawodowe. Podział kompetencji. Kluczowe kompetencje. Misje zawodowe a kompetencje.	P_W01
W3	Obszary zarządzania kompetencjami kadr. Cele zarządzania kompetencjami. Uwarunkowania wewnętrzne i zewnętrzne zarządzania.	P_W01
W4	Identyfikowanie kompetencji i tworzenie tabel kompetencyjnych. Kompetencje o najwyższej wartości dla przedsiębiorstwa. Metodyka tworzenia tabel kompetencji.	P_W01
W5	Wykorzystywanie narzędzi do badania kompetencji pracowników. Kompetencyjne skale obserwacyjne. Karty i testy kompetencji.	P_W01
W6	Kompetencje indywidualne. Identyfikacja kompetencji indywidualnych pracownika. Podział kompetencji indywidualnych i ich wykorzystanie.	P_W01
W7	Kompetencje organizacji. Charakterystyka kompetencji organizacji. Kompetencje indywidualne a kompetencje organizacji.	P_W01

W8	Ocena kompetencji i planowanie rozwoju osobowo-zawodowego pracownika. Charakterystyka metod oceny kompetencji pracowników. Wybór metody oceny kompetencji pracowników. Wdrożenie systemu planowania rozwoju kadr – z wykorzystaniem pakietu Symfonia „Kadry i płace”.	P_W01
W9	Strategiczne zarządzanie kompetencjami – powiązanie kompetencji pracowników ze strategią, celami i modelem biznesowym przedsiębiorstwa.	P_W01
W10	Modele kompetencyjne i profile kompetencyjne stanowisk pracy – konstrukcja, zastosowanie i aktualizacja w organizacji.	P_W01
W11	Zarządzanie luką kompetencyjną – identyfikacja niedoborów i nadwyżek kompetencji oraz ich znaczenie dla funkcjonowania przedsiębiorstwa.	P_W01
W12	Rozwój kompetencji w organizacji – szkolenia, coaching, mentoring, job rotation i inne formy doskonalenia kompetencji pracowników.	P_W01
W13	Zarządzanie kompetencjami w warunkach zmian technologicznych i organizacyjnych – kompetencje przyszłości, reskilling i upskilling.	P_W01
W14	Zintegrowane systemy zarządzania kompetencjami – wykorzystanie wyników diagnozy kompetencji w rekrutacji, ocenianiu, wynagradzaniu, sukcesji i rozwoju pracowników.	P_W01
Lp.	**Ćwiczenia:**	**Odniesienie do przedmiotowych efektów uczenia się**
Ćw1	Istota kompetencji - analiza przypadku: definiowanie i badanie kompetencji w wybranej organizacji. Dyskusja: kompetencje a wyniki pracy.	P_U01, P_U02, P_K01
Ćw2	Kompetencje i misje zawodowe- ćwiczenie: identyfikacja kluczowych kompetencji dla wybranej roli zawodowej. Analiza podziału kompetencji w organizacji.	P_U01, P_U02, P_K01
Ćw3	Obszary zarządzania kompetencjami - warsztaty: mapowanie celów i uwarunkowań zarządzania kompetencjami w wybranej organizacji.	P_U01, P_U02, P_K01
Ćw4	Tworzenie tabel kompetencyjnych - ćwiczenie grupowe: identyfikacja kompetencji o najwyższej wartości i budowanie tabeli kompetencji dla wybranego stanowiska.	P_U01, P_U02, P_K01
Ćw5	Narzędzia badania kompetencji - warsztaty: praca z kompetencyjnymi skalami obserwacyjnymi i kartami kompetencji. Ocena praktyczna wybranych narzędzi.	P_U01, P_U02, P_K01
Ćw6	Kompetencje indywidualne - ćwiczenie: identyfikacja kompetencji indywidualnych pracownika. Analiza luk kompetencyjnych i planowanie działań rozwojowych.	P_U01, P_U02, P_K01
Ćw7	Kompetencje organizacji - dyskusja: związek między kompetencjami indywidualnymi a kompetencjami organizacyjnymi. Case study: budowanie przewagi kompetencyjnej.	P_U01, P_U02, P_K01
Ćw8	Ocena kompetencji i planowanie rozwoju - praca z pakietem Symfonia "Kadry i płace": konfiguracja systemu oceny kompetencji. Prezentacje projektów zaliczeniowych.	P_U01, P_U02, P_K01
Ćw9	Projektowanie profilu kompetencyjnego stanowiska pracy na podstawie celów i zadań organizacyjnych.	P_U01, P_U02, P_K01
Ćw10	Analiza i diagnozowanie luk kompetencyjnych – opracowanie macierzy kompetencji dla wybranego zespołu pracowników.	P_U01, P_U02, P_K01
Ćw11	Dobór metod oceny kompetencji do specyfiki stanowiska – porównanie testów, skal obserwacyjnych, wywiadu kompetencyjnego i assessment center.	P_U01, P_U02, P_K01
Ćw12	Przeprowadzenie uproszczonej oceny kompetencji pracownika oraz interpretacja uzyskanych wyników.	P_U01, P_U02, P_K01
Ćw13	Opracowanie indywidualnego planu rozwoju kompetencji na podstawie zdiagnozowanych luk kompetencyjnych.	P_U01, P_U02, P_K01
Ćw14	Opracowanie programu rozwoju kompetencji zespołu – dobór działań szkoleniowych i pozaszkoleniowych oraz określenie sposobów oceny ich skuteczności.	P_U01, P_U02, P_K01

Lp.	Praca własna:	Odniesienie do przedmiotowych efektów uczenia się
PW1	Zapoznanie się z literaturą przedmiotu	P_W01
PW2	Przygotowanie projektu w zakresie analizy wybranych stanowisk pracy w wybranej organizacji, określenia niezbędnych kompetencji do realizacji obowiązków pracowniczych oraz propozycji rozwoju kompetencji w niezbędnym zakresie.	P_W01, P_U01, P_U02, P_K01

LITERATURA PRZEDMIOTU ORAZ INNE MATERIAŁY DYDAKTYCZNE

Literatura podstawowa przedmiotu:

– Sidor-Rządkowska M., Sienkiewicz Ł. (2023). *Cyfrowy HR. Organizacja w warunkach transformacji technologicznej*. Wolters Kluwer, Warszawa
– Gołembski M., *Funkcja personalna w przedsiębiorstwie. Aktualne trendy i perspektywy rozwoju*, CeDeWu, Warszawa 2019.
– Przytuła S., red., *Zarządzanie różnorodnością pracowników*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2019.
– Filipowicz G., *Zarządzanie kompetencjami. Perspektywa firmowa i osobista*, Wolters Kluwer, Warszawa 2016.

Literatura uzupełniająca przedmiotu:

– Michałek, K., Istotność doboru właściwego stylu zarządzania zespołem w odniesieniu do kompetencji pracowników. *Zarządzanie Innowacyjne w Gospodarce i Biznesie*, (1/38), 45-57, 2024.
– Bartkowiak M., *Kompetencje menedżera a relacje międzypracownicze w organizacji uczącej się*, Wydawnictwo UAM, Poznań 2011.

Inne materiały dydaktyczne:

– prezentacje multimedialne, case study, materiały prowadzącego.
– Pakiet Symfonia „Kadry i płace".

OGÓLNE INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE		
NAZWA PRZEDMIOTU:	**Systemy motywowania w organizacjach**	
Nazwa kierunku studiów, poziom kształcenia:		**Zarządzanie, studia I stopnia**
Profil kształcenia:		**OGÓLNOAKADEMICKI**
Nazwa specjalności:		**Zarządzanie zasobami ludzkimi**
Rodzaj modułu kształcenia:		**Specjalnościowy / powiązany z przygotowaniem do prowadzenia badań naukowych**
Punkty ECTS:		**5 ECTS**
Wymiar godzin:		**125 h**
Sposoby weryfikacji i oceny efektów uczenia:		**Zaliczenie z oceną**

PRZEDMIOTOWE EFEKTY UCZENIA SIĘ Z ODNIESIEM DO EFEKTÓW UCZENIA SIĘ DLA KIERUNKU		
Lp.	**Opis przedmiotowych efektów uczenia się**	**Odniesienie do efektu kierunkowego**
	Wiedza:	
P_W01	Rozumie w zaawansowanym stopniu wpływ nowych koncepcji i teorii zarządzania na współczesne trendy i narzędzia motywowania pracowników.	K_W01, K_W07, K_W10, K_W12, K_W14
P_W02	Wyjaśnia w zaawansowanym stopniu teorie motywacji w kontekście kształtowania systemów wynagrodzeń w organizacji.	K_W10, K_W12, K_W18
	Umiejętności:	
P_U01	Projektuje finansowe i poza-finansowe narzędzia indywidualnego i zespołowego motywowania pracowników w organizacji.	K_U02, K_U05, K_U14
P_U02	Odnosi pojęcia, koncepcje i wyniki badań do realnych problemów związanych z motywacją i motywowaniem do pracy.	K_U07, K_U14
	Kompetencje społeczne:	
P_K01	Student jest gotów do odpowiedzialnego i etycznego motywowania, pracowników.	K_K04

TREŚCI KSZTAŁCENIA		
Lp.	**Wykład:**	**Odniesienie do przedmiotowych efektów uczenia się**
W1	Teorie motywacji pracy - zastosowania w biznesie. Metody diagnozowania motywacji w organizacji.	P_W01, P_W02
W2	Motywowanie pracowników: teorie motywacji, zasady motywacji płacowej i ich zastosowanie w polityce płacowej. Zasady kształtowania płac. Funkcje płac i formy płac.	P_W01, P_W02
W3	Ogólne zagadnienia dotyczące systemów płacowych: podstawowe pojęcia, systemy płacowe w świetle przepisów prawa pracy.	P_W01, P_W02
W4	Etapy budowy systemu wynagrodzeń w przedsiębiorstwie. Strategia i cele polityki płacowej w przedsiębiorstwie, określenie składników i form wynagrodzenia – z wykorzystaniem pakietu Symfonia „Kadry i płace”.	P_W01, P_W02
W5	Wartościowanie pracy – istota i cele, ustalanie systemu płac zasadniczych. Dobór pozostałych składników wynagrodzeń. Premiowanie i nagradzanie pracowników, stosowanie dochodów odroczonych, dobór świadczeń dodatkowych – z wykorzystaniem pakietu Symfonia „Kadry i płace”.	P_W01, P_W02
W6	Wykorzystanie wartościowania pracy do budowania systemów wynagrodzeń, budowa tabeli płac na przykładzie wybranego przedsiębiorstwa	P_W01, P_W02
W7	Pozafinansowe elementy motywowania pracowników w przedsiębiorstwie. Motywowanie pracowników przez zaangażowanie i partycypację.	P_W01, P_W02

W8	Rola przełożonych w motywowaniu pracowników - modelowanie pracy i informacja zwrotna.	P_W01, P_W02
W9	Coaching jako metoda motywowania poprzez rozwój. Praca w parach – przeprowadzenie 4 sesji coachingowych i opracowanie planu rozwoju osobistego.	P_W01, P_W02
W10	System ocen pracowniczych a systemy płacowe.	P_W01, P_W02
W11	Determinanty i kierunki przemian w systemach wynagrodzeń (w Polsce i wybranych krajach Europy i Ameryki Płn.) –najnowsze tendencje.	P_W01, P_W02
W12	Analiza efektywności motywowania i wynagradzania.	P_W01, P_W02
W13	Ocena efektywności systemów motywowania i wynagradzania pracowników	P_W01, P_W02
Lp.	**Ćwiczenia:**	**Odniesienie do przedmiotowych efektów uczenia się**
Ćw1	Teorie motywacji w praktyce - ćwiczenie: diagnoza motywacji w organizacji z użyciem wybranych narzędzi. Dyskusja: zastosowania w biznesie.	P_U01, P_U02, P_K01
Ćw2	Motywacja płacowa- warsztaty: projektowanie zasad kształtowania płac. Analiza funkcji i form płac w wybranej organizacji.	P_U01, P_U02, P_K01
Ćw3	Systemy płacowe- ćwiczenie: analiza systemów wynagradzania w świetle przepisów prawa pracy. Porównanie systemów taryfowych i kafeteryjnych.	P_U01, P_U02, P_K01
Ćw4	Budowa systemu wynagrodzeń- praca z pakietem Symfonia "Kadry i płace": projektowanie składników wynagrodzenia i strategii płacowej.	P_U01, P_U02, P_K01
Ćw5	Wartościowanie pracy i siatki płac - praca z pakietem Symfonia "Kadry i płace": ustalanie systemu płac zasadniczych, projektowanie premii i świadczeń dodatkowych.	P_U01, P_U02, P_K01
Ćw6	Tabela płac - ćwiczenie grupowe: budowa tabeli płac dla wybranego przedsiębiorstwa z wykorzystaniem wyników wartościowania pracy. Prezentacja rozwiązań.	P_U01, P_U02, P_K01
Ćw7	Motywowanie pozafinansowe - warsztaty: projektowanie pakietu benefitów i narzędzi zaangażowania i partycypacji pracowniczej.	P_U01, P_U02, P_K01
Ćw8	Rola przełożonego w motywowaniu - ćwiczenie: modelowanie pracy i udzielanie konstruktywnej informacji zwrotnej. Symulacja rozmowy oceniającej.	P_U01, P_U02, P_K01
Ćw9	Coaching jako narzędzie motywowania - praca w parach: przeprowadzenie sesji coachingowych i opracowanie planu rozwoju osobistego. Omówienie wyników.	P_U01, P_U02, P_K01
Ćw10	System ocen a wynagradzanie- ćwiczenie: analiza powiązania systemu ocen pracowniczych z poziomem wynagrodzenia. Studium przypadku.	P_U01, P_U02, P_K01
Ćw11	Przemiany w systemach wynagrodzeń - dyskusja: trendy w wynagradzaniu w Polsce i Europie. Analiza danych porównawczych.	P_U01, P_U02, P_K01
Ćw12	Efektywność motywowania - ćwiczenie: analiza wskaźników efektywności systemu motywacyjnego w wybranej organizacji.	P_U01, P_U02, P_K01
Ćw13	Ocena systemów motywowania i wynagradzania - praca grupowa: całościowa ocena systemu motywacyjno-płacowego. Prezentacje projektów zaliczeniowych.	P_U01, P_U02, P_K01
Lp.	**Praca własna:**	**Odniesienie do przedmiotowych efektów uczenia się**
PW1	Zapoznanie się z literaturą przedmiotu.	P_W01, P_W02
PW2	Przygotowanie projektu w zakresie opracowania systemu motywowania i wynagradzania dla konkretnej firmy.	P_W01, P_W02, P_U01, P_U02, P_K01
LITERATURA PRZEDMIOTU ORAZ INNE MATERIAŁY DYDAKTYCZNE		

Literatura podstawowa przedmiotu:

- Gordon T., *Nowa psychologia zarządzania. Jak błyskawicznie zmotywować tych, którym chce się najmniej*, Helion, Gliwice 2020.
- Oczkowska R., red. *Zarządzanie zasobami ludzkimi. Uwarunkowania, instrumenty, trendy*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2019.
- Gołembski M., *Funkcja personalna w przedsiębiorstwie. Aktualne trendy i perspektywy rozwoju*, CeDeWu, Warszawa 2019.
- Armstrong M., *Zarządzanie zasobami ludzkimi*, Wolters Kluwer, Kraków 2016.
- Warwas I., *Zarządzanie zasobami ludzkimi w nowoczesnej organizacji. Aspekty organizacyjne i psychologiczne*, Wydawnictwo UŁ, Łódź 2016.
- Filipowicz G., *Rozwój organizacji poprzez rozwój efektywności pracowników*, Wolters Kluwer, Warszawa 2013.
- Borkowska S., *Skuteczne strategie wynagrodzeń Tworzenie i zastosowanie*, Wolters Kluwer, Warszawa 2012.

Literatura uzupełniająca przedmiotu:

- Juchnowicz M., *Zaangażowanie pracowników. Sposoby oceny i motywowania*, PWE, Warszawa 2012.
- Kałowski A. Management theory, Wydawnictwo SGH w Warszawie, Warszawa 2015

Inne materiały dydaktyczne:

- prezentacje multimedialne, case study, materiały prowadzącego.
- Pakiet Symfonia „Kadry i płace".

OGÓLNE INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE		
NAZWA PRZEDMIOTU:	**Współczesne formy zatrudnienia**	
Nazwa kierunku studiów, poziom kształcenia:	**Zarządzanie, studia I stopnia**	
Profil kształcenia:	**OGÓLNOAKADEMICKI**	
Nazwa specjalności:	**Zarządzanie zasobami ludzkimi**	
Rodzaj modułu kształcenia:	**Specjalnościowy / powiązany z przygotowaniem do prowadzenia badań**	
Punkty ECTS:	**5 ECTS**	
Wymiar godzin:	**125 h**	
Sposoby weryfikacji i oceny efektów uczenia:	**Zaliczenie z oceną**	

PRZEDMIOTOWE EFEKTY UCZENIA SIĘ Z ODNIESIEM DO EFEKTÓW UCZENIA SIĘ DLA KIERUNKU		
Lp.	**Opis przedmiotowych efektów uczenia się**	**Odniesienie do efektu kierunkowego**
	Wiedza:	
P_W01	Zna w zaawansowanym stopniu elastyczne formy organizacji pracy i zatrudnienia (B2B, praca zdalna/hybrydowa, umowy cywilnoprawne, gig economy) oraz ich skutki prawne i organizacyjne.	K_W11, K_W17
P_W02	Ma zaawansowana wiedzę dotyczącą czynników zmian występujących na rynku pracy i wie na czym polegają procesy kształtowania kariery i zmian w obrębie zawodów.	K_W04, K_W07, K_W12
	Umiejętności:	
P_U01	Potrafi ocenić przydatność pracowniczych i cywilnoprawnych form zatrudnienia. Uzasadnia stosowanie elastycznych form zatrudnienia. Potrafi prawidłowo sklasyfikować stosunek zatrudnienia pod względem prawnym.	K_U11, K_U15
P_U02	Posiada umiejętności obserwowania, wyszukiwania i przetwarzania informacji przy użyciu różnych źródeł na temat zjawisk społecznych zachodzących na rynku pracy, odnoszących się do procesu pozyskiwania, utrzymywania i zmiany zatrudnienia.	K_U04, K_U20
	Kompetencje społeczne:	
P_K01	Jest gotów do rozumienia sytuacji panującej na rynku pracy i zmian w zakresie zatrudniania specjalistów.	K_K05

TREŚCI KSZTAŁCENIA		
Lp.	**Wykład:**	**Odniesienie do przedmiotowych efektów uczenia się**
W1	Społeczna debata wokół współczesnej definicji pracy (praca – nie praca, rodzaje pracy. Elementy definicyjne – czynności, społeczne znaczenie, źródło pozycji społecznej, praca w systemie wartości, aspekty pracy jako wartości, postawy wobec pracy, praca w cyklu życia, socjalizacja do pracy).	P_W01, P_W02
W2	Zawód jako sposób zinstytucjonalizowania pracy. Definicja. Licencja i mandat, organizacja grupy zawodowej, Etos i etyka zawodowa. Prestiż zawodu jako kryterium zróżnicowania społecznego, Stereotypy.	P_W01, P_W02
W3	Zatrudnienie jako forma instytucjonalizacji pracy. Rynek pracy jako instytucja społeczna. Struktura zatrudnienia jako wskaźnik rozwoju gospodarczego.	P_W01, P_W02
W4	Umowne pracownicze formy zatrudnienia. Pozaumowne stosunki pracy. Zatrudnienie cywilnoprawne – praca nakładcza, umowa zlecenia. Kontrakty menadżerskie. Praca tymczasowa. Podstawy prawne różnych form zatrudnienia.	P_W01, P_W02
W5	Pojęcie elastyczności i jej znaczenie dla rynku, pracownika, pracodawcy. Nowe formy pracy: telepraca, samozatrudnienie, outsourcing. Okoliczności uzasadniające potrzebę regulowania i stosowania elastycznych form zatrudnienia.	P_W01, P_W02

W6	Nowe klasy pracownicze (nowe podziały zawodowe, polaryzacja rynku pracy) i nowa tożsamość pracownicza.	P_W01, P_W02
W7	Pojęcie kariery na współczesnym rynku pracy.	P_W01, P_W02
W8	Gig economy i platformizacja pracy. Charakterystyka pracy platformowej, modele funkcjonowania platform cyfrowych, status pracownika i wykonawcy usług, korzyści i zagrożenia związane z pracą platformową.	P_W01, P_W02
W9	Praca zdalna i hybrydowa jako współczesne modele organizacji pracy. Uwarunkowania rozwoju pracy zdalnej, organizacja i kontrola pracy na odległość, autonomia pracownika, komunikacja cyfrowa oraz konsekwencje organizacyjne i społeczne.	P_W01, P_W02
W10	B2B i samozatrudnienie na współczesnym rynku pracy. Charakterystyka kontraktów B2B, motywy przechodzenia na samozatrudnienie, różnice między samozatrudnieniem a stosunkiem pracy oraz ryzyka prawne i ekonomiczne.	P_W01, P_W02
W11	Prekaryzacja zatrudnienia i bezpieczeństwo pracy. Pojęcie prekariatu, niestabilność zatrudnienia, segmentacja rynku pracy, ryzyko ekonomiczne pracowników oraz znaczenie koncepcji flexicurity.	P_W01, P_W02
W12	Automatyzacja, sztuczna inteligencja i przyszłość zatrudnienia. Wpływ nowych technologii na strukturę zawodów, powstawanie i zanikanie miejsc pracy, zmiany kompetencyjne oraz nowe modele współpracy człowieka z technologią.	P_W01, P_W02
W13	Work-life balance i nowe oczekiwania wobec zatrudnienia. Zmiana relacji między życiem zawodowym i prywatnym, elastyczny czas pracy, work-life integration, dobrostan pracownika oraz znaczenie autonomii w organizacji pracy.	P_W01, P_W02
W14	Trendy i scenariusze rozwoju współczesnego rynku pracy. Demograficzne, technologiczne, ekonomiczne i społeczne determinanty zmian zatrudnienia, rozwój nowych zawodów i kompetencji oraz kierunki ewolucji modeli kariery zawodowej.	P_W01, P_W02
Lp.	**Ćwiczenia:**	**Odniesienie do przedmiotowych efektów uczenia się**
Ćw1	Społeczna debata o pracy — warsztaty: analiza postaw wobec pracy w różnych grupach pokoleniowych. Dyskusja: praca jako wartość vs. praca jako obowiązek.	P_U01, P_U02, P_K01
Ćw2	Zawód i jego społeczna rola - ćwiczenie: analiza etosu i etyki wybranego zawodu. Dyskusja: stereotypy zawodowe i ich konsekwencje.	P_U01, P_U02, P_K01
Ćw3	Rynek pracy jako instytucja - analiza danych statystycznych dotyczących struktury zatrudnienia. Identyfikacja wskaźników rozwoju gospodarczego.	P_U01, P_U02, P_K01
Ćw4	Formy zatrudnienia w praktyce - ćwiczenie: analiza dokumentów prawnych (UoP, zlecenie, kontrakt menedżerski). Porównanie praw i obowiązków stron.	P_U01, P_U02, P_K01
Ćw5	Elastyczne formy pracy - studium przypadku: wdrożenie telepracy i samozatrudnienia w organizacji. Analiza kosztów i korzyści outsourcingu.	P_U01, P_U02, P_K01
Ćw6	Nowe klasy pracownicze i tożsamość zawodowa - dyskusja: polaryzacja rynku pracy, zawody zanikające vs. nowe. Analiza danych rynkowych.	P_U01, P_U02, P_K01
Ćw7	Kariera na współczesnym rynku pracy - warsztaty: projektowanie własnej ścieżki kariery z uwzględnieniem elastycznych form zatrudnienia. Prezentacje projektów zaliczeniowych.	P_U01, P_U02, P_K01
Ćw8	Gig economy w praktyce – analiza modeli pracy platformowej. Studium przypadku wybranej platformy cyfrowej, analiza warunków współpracy, praw i obowiązków wykonawcy oraz identyfikacja korzyści i zagrożeń pracy platformowej.	P_U01, P_U02, P_K01
Ćw9	Praca zdalna i hybrydowa – projekt organizacji pracy. Opracowanie modelu organizacji pracy zdalnej/hybrydowej dla wybranego stanowiska, z uwzględnieniem komunikacji, kontroli, czasu pracy, efektywności i dobrostanu pracownika.	P_U01, P_U02, P_K01
Ćw10	B2B, samozatrudnienie czy umowa o pracę? – analiza porównawcza. Rozwiązywanie przypadków dotyczących wyboru formy zatrudnienia, ocena konsekwencji prawnych, ekonomicznych i organizacyjnych oraz uzasadnienie optymalnego rozwiązania.	P_U01, P_U02, P_K01
Ćw11	Prekaryzacja i bezpieczeństwo zatrudnienia – analiza przypadków. Identyfikacja przejawów niestabilności zatrudnienia, analiza ryzyka po stronie pracownika i pracodawcy oraz dyskusja nad rozwiązaniami zwiększającymi bezpieczeństwo na rynku pracy.	P_U01, P_U02, P_K01

Ćw12	AI i automatyzacja a zawody przyszłości – analiza trendów. Wyszukiwanie i analiza danych dotyczących zawodów rozwijających się, zanikających i transformujących się pod wpływem technologii oraz określenie wymaganych kompetencji.	P_U01, P_U02, P_K01
Ćw13	Work-life balance w różnych modelach zatrudnienia – analiza porównawcza. Ocena wpływu pracy stacjonarnej, zdalnej, hybrydowej, samozatrudnienia i pracy platformowej na czas pracy, autonomię, dobrostan i granice między życiem zawodowym a prywatnym.	P_U01, P_U02, P_K01
Ćw14	Scenariusze kariery na zmieniającym się rynku pracy – projekt indywidualny. Opracowanie kilku wariantów ścieżki kariery uwzględniających zmiany technologiczne, elastyczne formy zatrudnienia, rozwój kompetencji, możliwość zmiany zawodu oraz analizę ryzyka zawodowego.	P_U01, P_U02, P_K01
Lp.	**Praca własna:**	**Odniesienie do przedmiotowych efektów uczenia się**
PW1	Zapoznanie się z literaturą przedmiotu.	P_W01, P_W02
PW2	Przygotowanie projektu w zakresie analizy własnego potencjału na rynku pracy i możliwości świadczenia pracy w różnych formach zatrudnienia oraz planowanie rozwoju zawodowego.	P_W01, P_W02, P_U01, P_U02, P_K01

LITERATURA PRZEDMIOTU ORAZ INNE MATERIAŁY DYDAKTYCZNE

Literatura podstawowa przedmiotu:

– Sakowska, K. Elastyczne formy zatrudnienia w erze cyfrowej–zarys problematyki. *Palestra*, (1), 116-131, 2025.
– Oczkowska R. (red.), *Zarządzanie zasobami ludzkimi: uwarunkowania, instrumenty, trendy*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2019.
– Bieliński A. (red.), *Elastyczne formy zatrudnienia i organizacji czasu pracy*, Difin, Warszawa 2015.

Literatura uzupełniająca przedmiotu:

– Król H., Ludwiczyński A., *Zarządzanie zasobami ludzkimi: tworzenie kapitału ludzkiego organizacji*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2014.
– Stroińska E., *Elastyczne formy zatrudnienia. Telepraca, zarządzanie pracą zdalną*, Poltext, Warszawa 2012.

Inne materiały dydaktyczne:

– prezentacje multimedialne, case study, materiały prowadzącego.

OGÓLNE INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE		
NAZWA PRZEDMIOTU:	**Ocena pracy i zarządzanie wynikami**	
Nazwa kierunku studiów, poziom kształcenia:		**Zarządzanie, studia I stopnia**
Profil kształcenia:		**OGÓLNOAKADEMICKI**
Nazwa specjalności:		**Zarządzanie zasobami ludzkimi**
Rodzaj modułu kształcenia:		**Specjalnościowy / powiązany z przygotowaniem do prowadzenia badań**
Punkty ECTS:		**5 ECTS**
Wymiar godzin:		**125 h**
Sposoby weryfikacji i oceny efektów uczenia:		**Zaliczenie z oceną**

PRZEDMIOTOWE EFEKTY UCZENIA SIĘ Z ODNIESIEM DO EFEKTÓW UCZENIA SIĘ DLA KIERUNKU		
Lp.	**Opis przedmiotowych efektów uczenia się**	**Odniesienie do efektu kierunkowego**
	Wiedza:	
P_W01	Student zna w zaawansowanym stopniu zasady doboru i stosowania metod oceny wymagań na stanowiskach pracy i efektów pracy.	K_W14, K_W15
P_W02	Student zna w zaawansowanym stopniu istotę i znaczenie oceny pracy w zarządzaniu zasobami ludzkimi.	K_W11, K_W12
	Umiejętności:	
P_U01	Student potrafi analizować uwarunkowania procesu oceny pracy.	K_U01, K_U05, K_U06, K_U19
P_U02	Student potrafi skonstruować system oceny pracowników uwzględniający zasady skutecznej oceny pracownika.	K_U05, K_U07, K_U19
	Kompetencje społeczne:	
P_K01	Student jest gotów do uznawania roli wiedzy w zakresie opracowywania metod oceny pracy oraz zarządzania wynikami.	K_K07

TREŚCI KSZTAŁCENIA		
Lp.	**Wykład:**	**Odniesienie do przedmiotowych efektów uczenia się**
W1	Istota, cele i zakres oceny pracy w przedsiębiorstwie. Analiza pracy jako podstawa systemów oceny pracy	P_W01, P_W02
W2	Przedmiot i cele wartościowania pracy	P_W01, P_W02
W3	Metody i techniki wartościowania pracy na stanowiskach	P_W01, P_W02
W4	Wykorzystanie wartościowania pracy w ZZL. Ocena umiejętności i kompetencji a wartościowanie pracy	P_W01, P_W02
W5	Rola i zasady oceny efektów pracy, efekty indywidualne, zespołowe, organizacyjne	P_W01, P_W02
W6	Metody i techniki okresowych ocen pracowników – z wykorzystaniem pakietu Symfonia „Kadry i płace”.	P_W01, P_W02
W7	Wykorzystanie oceny efektów pracy w ZZL – z wykorzystaniem pakietu Symfonia „Kadry i płace”.	P_W01, P_W02

W8	Zarządzanie wynikami pracy w zarządzaniu przedsiębiorstwem – z wykorzystaniem pakietu Symfonia „Kadry i płace”.	P_W01, P_W02
W9	Kryteria i standardy oceny pracy.	P_W01, P_W02
W10	Błędy i bariery w procesie oceniania pracowników.	P_W01, P_W02
W11	Nowoczesne metody oceny pracowników. Assessment Center, Development Center, metoda 360 stopni, samoocena oraz ocena przez przełożonych, współpracowników i klientów.	P_W01, P_W02
W12	Cele, mierniki i wskaźniki zarządzania wynikami pracy. Koncepcja MBO, KPI i OKR oraz zasady przekładania celów strategicznych organizacji na cele indywidualne i zespołowe.	P_W01, P_W02
W13	Informacja zwrotna i rozmowa oceniająca w zarządzaniu wynikami.	P_W01, P_W02
W14	Cyfryzacja systemów oceniania i zarządzania wynikami pracy.	P_W01, P_W02
Lp.	**Ćwiczenia:**	**Odniesienie do przedmiotowych efektów uczenia się**
Ćw1	Istota i cele oceny pracy - ćwiczenie: analiza systemu oceny pracy w wybranej organizacji. Dyskusja: ocena jako narzędzie ZZL vs. kontrola.	P_U01, P_U02, P_K01
Ćw2	Wartościowanie pracy - ćwiczenie: określenie przedmiotu i celów wartościowania dla wybranego stanowiska. Analiza dokumentacji.	P_U01, P_U02, P_K01
Ćw3	Metody wartościowania - warsztaty: zastosowanie wybranych metod i technik do wyceny stanowisk pracy.	P_U01, P_U02, P_K01
Ćw4	Wartościowanie pracy a ZZL - ćwiczenie: powiązanie wyników wartościowania z systemem kompetencji i wynagradzania. Analiza przypadku.	P_U01, P_U02, P_K01
Ćw5	Ocena efektów pracy - projektowanie kryteriów oceny efektów indywidualnych, zespołowych i organizacyjnych.	P_U01, P_U02, P_K01
Ćw6	Metody ocen okresowych - praca z pakietem Symfonia "Kadry i płace": tworzenie arkuszy oceny i konfiguracja systemu okresowych ocen pracowniczych.	P_U01, P_U02, P_K01
Ćw7	Ocena efektów w ZZL - praca z pakietem Symfonia "Kadry i płace": wykorzystanie wyników oceny do decyzji płacowych, szkoleniowych i awansowych.	P_U01, P_U02, P_K01
Ćw8	Zarządzanie wynikami - praca z pakietem Symfonia "Kadry i płace": implementacja systemu zarządzania wynikami. Prezentacje i obrona projektów zaliczeniowych.	P_U01, P_U02, P_K01
Ćw9	Projektowanie kryteriów i standardów oceny pracy. Warsztat opracowania kryteriów ilościowych, jakościowych, kompetencyjnych i behawioralnych dla wybranego stanowiska oraz ocena ich mierzalności i adekwatności.	P_U01, P_U02, P_K01
Ćw10	Identyfikacja błędów w ocenianiu pracowników. Analiza scenariuszy i przypadków ilustrujących błędy oceny. Ćwiczenia w rozpoznawaniu efektu halo, tendencji centralnej, pobłażliwości, surowości i innych źródeł subiektywizmu	P_U01, P_U02, P_K01
Ćw11	Dobór metody oceny do specyfiki stanowiska. Studium przypadku obejmujące wybór i uzasadnienie zastosowania metody 360 stopni, Assessment Center, samooceny lub oceny przez przełożonego dla określonych stanowisk	P_U01, P_U02, P_K01
Ćw12	Projektowanie systemu zarządzania wynikami pracy. Warsztat przekładania celów organizacyjnych na cele zespołowe i indywidualne oraz konstruowania KPI i OKR dla wybranych stanowisk i zespołów.	P_U01, P_U02, P_K01
Ćw13	Rozmowa oceniająca i udzielanie informacji zwrotnej. Symulacja rozmowy przełożonego z pracownikiem na podstawie wyników oceny. Identyfikacja mocnych i słabych stron pracownika oraz formułowanie celów rozwojowych	P_U01, P_U02, P_K01
Ćw14	Kompleksowy projekt systemu oceny pracowników. Opracowanie systemu oceny dla wybranej organizacji obejmującego cele i kryteria oceny, metody i narzędzia, procedurę oceniania, zasady informacji zwrotnej oraz sposób wykorzystania wyników w ZZL.	P_U01, P_U02, P_K01

	Prezentacja i obrona projektu	
Lp.	**Praca własna:**	**Odniesienie do przedmiotowych efektów uczenia się**
PW1	Zapoznanie się z literaturą przedmiotu i przygotowanie się do zaliczenia.	P_W01, P_W02
PW2	Wykonanie projektu w zakresie analizy systemu oceny pracy w wybranej organizacji i możliwości usprawnienia tego procesu.	P_U01, P_U02, P_K01

LITERATURA PRZEDMIOTU ORAZ INNE MATERIAŁY DYDAKTYCZNE

Literatura podstawowa przedmiotu:

- Gołembski M., *Funkcja personalna w przedsiębiorstwie. Aktualne trendy i perspektywy rozwoju*, CeDeWu, Warszawa 2019.
- Armstrong M., *Zarządzanie zasobami ludzkimi*, Wolters Kluwer, Warszawa 2016.

Literatura uzupełniająca przedmiotu:

- Antczak Z. (red.), *Przyszłość zarządzania zasobami ludzkimi. Dylematy i wyzwania*, Difin 2014.
- Borkowska S., *Skuteczne strategie wynagrodzeń Tworzenie i zastosowanie*, Wolters Kluwer 2012.
- Danlecki W., *Dobór, adaptacja, motywowanie i rozwój pracowników: psychologiczno-organizacyjne doradztwo dla firm*, Difin 2014.
- Mitoraj-Jaroszek M., *Zarządzanie rozwojem pracowników: kompleksowe i praktyczne ujęcie*, Helion 2014.

Inne materiały dydaktyczne:

- prezentacje multimedialne, case study.
- Oprogramowanie: Symfonia.

Specjalność: MARKETING

OGÓLNE INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE	
NAZWA PRZEDMIOTU:	**Marketing poza biznesem**
Nazwa kierunku studiów, poziom kształcenia:	**Zarządzanie, studia I stopnia**
Profil kształcenia:	**OGÓLNOAKADEMICKI**
Nazwa specjalności:	**Marketing**
Rodzaj modułu kształcenia:	**Specjalnościowy**
Punkty ECTS:	**5 ECTS**
Wymiar godzin:	**125 h**
Sposoby weryfikacji i oceny efektów uczenia:	**Egzamin**

PRZEDMIOTOWE EFEKTY UCZENIA SIĘ Z ODNIESIEM DO EFEKTÓW UCZENIA SIĘ DLA KIERUNKU		
Lp.	**Opis przedmiotowych efektów uczenia się**	**Odniesienie do efektu kierunkowego**
	Wiedza:	
P_W01	Student w zaawansowanym stopniu definiuje specyfikę marketingu niekomercyjnego oraz wskazuje różnice między nim a marketingiem komercyjnym.	K_W06
P_W02	Student w zaawansowanym stopniu charakteryzuje narzędzia poszczególnych obszarów marketingu niekomercyjnego.	K_W14
P_W03	Student w zaawansowanym stopniu identyfikuje interesariuszy podmiotów niekomercyjnych oraz opisuje proces budowania z nimi relacji.	K_W03
	Umiejętności:	
P_U01	Potrafi dokonywać obserwacji zjawisk i procesów w organizacji oraz ich opisu, analizy i interpretacji stosując podstawowe ujęcia i pojęcia teoretyczne.	K_U01
P_U02	Posiada umiejętność analizy i oceny zasad i kryteriów służących rozwiązaniu problemów organizacji.	K_U02
P_U03	Posiada umiejętność interpretacji wybranych problemów społecznych w świetle dorobku naukowego i doświadczeń praktycznych.	K_U11
	Kompetencje społeczne:	
P_K01	Wykazuje gotowość do uczestniczenia w budowaniu projektów społecznych oraz ma świadomość wpływu podejmowanych decyzji na otoczenie społeczne i organizacyjne.	K_K02

TREŚCI KSZTAŁCENIA		
Lp.	**Wykład:**	**Odniesienie do przedmiotowych efektów uczenia się**
W1	Synteza marketingowej orientacji w biznesie.	P_W01, P_W02, P_W03
W2	Towar i usługa biznesowa versus przedmiot działań marketingowych poza biznesem.	P_W01, P_W02, P_W03
W3	Podstawowe obszary marketingu poza biznesem.	P_W01, P_W02, P_W03

W4	Marketing sportowy	P_W01, P_W02, P_W03
W5	Marketing polityczny.	P_W01, P_W02, P_W03
W6	Marketing społeczny.	P_W01, P_W02, P_W03
W7	Marketing religii.	P_W01, P_W02, P_W03
W8	Marketing osobisty.	P_W01, P_W02, P_W03
W9	Marketing terytorialny, w tym „national branding”.	P_W01, P_W02, P_W03
W10	Możliwości wykorzystania dorobku marketingu poza biznesem dla działań biznesowych.	P_W01, P_W02, P_W03
W11	Marketing organizacji pozarządowych i instytucji publicznych.	P_W01, P_W02, P_W03
W12	Marketing kultury i instytucji kultury.	P_W01, P_W02, P_W03
W13	Marketing edukacyjny i marketing usług publicznych.	P_W01, P_W02, P_W03
W14	Cyfrowy marketing poza biznesem i zarządzanie relacjami z interesariuszami.	P_W01, P_W02, P_W03
Lp.	**Ćwiczenia:**	**Odniesienie do przedmiotowych efektów uczenia się**
Ćw1	Identyfikacja obszarów zastosowania narzędzi marketingowych do celów niekomercyjnych.	P_U01, P_U02, P_U03, P_K01
Ćw2	Techniki marketingowe wykorzystywane przez podmioty sportowe.	P_U01, P_U02, P_U03, P_K01
Ćw3	Budowa wizerunku politycznego – wykorzystywanie w kampanii wyborczej najnowszych rozwiązań marketingowych.	P_U01, P_U02, P_U03, P_K01
Ćw4	Krzewienie idei społecznych oraz programy organizacji pozarządowych – rozpoznanie i projektowanie.	P_U01, P_U02, P_U03, P_K01
Ćw5	Program ewangelizacji – doświadczenia i współczesne praktyki	P_U01, P_U02, P_U03, P_K01
Ćw6	Kreowanie marki osobistej dla celów rozwoju profesjonalnego.	P_U01, P_U02, P_U03, P_K01
Ćw7	Koncepcja strategii kreowania marki narodowej.	P_U01, P_U02, P_U03, P_K01
Ćw8	Marketing NGO – analiza strategii komunikacji wybranej organizacji.	P_U01, P_U02, P_U03, P_K01
Ćw9	Marketing instytucji publicznych – studium przypadku.	P_U01, P_U02, P_U03, P_K01
Ćw10	Marketing kultury – projekt kampanii promującej wydarzenie kulturalne.	P_U01, P_U02, P_U03, P_K01
Ćw11	Marketing edukacyjny – analiza i projekt działań promocyjnych.	P_U01, P_U02, P_U03, P_K01

Ćw12	Marketing cyfrowy w działalności niekomercyjnej.	P_U01, P_U02, P_U03, P_K01
Ćw13	Budowanie relacji z interesariuszami – mapa interesariuszy.	P_U01, P_U02, P_U03, P_K01
Ćw14	Projekt kampanii marketingowej dla podmiotu niekomercyjnego.	P_U01, P_U02, P_U03, P_K01
Lp.	**Praca własna:**	**Odniesienie do przedmiotowych efektów uczenia się**
PW1	Przygotowanie prezentacji na wybrany temat.	P_W01, P_W02, P_W03, P_U01, P_U02, P_U03, P_K01
PW2	Przygotowanie się do zaliczenia przedmiotu.	P_W01, P_W02, P_W03

LITERATURA PRZEDMIOTU ORAZ INNE MATERIAŁY DYDAKTYCZNE

Literatura podstawowa przedmiotu:

- Sargeant A., Shang J., *Marketing w organizacjach non-profit*, Wolters Kluwer, Warszawa 2021.
- Mruk H. (red.), *Marketing sportowy. Teoria i praktyka*, PWE, Warszawa 2022.
- Szromnik A., *Marketing terytorialny*, Wolters Kluwer, Warszawa 2022.
- Hyla M., *Personal branding. Budowa marki osobistej krok po kroku*, Onepress, Gliwice 2023.

Literatura uzupełniająca przedmiotu:

- Zabłocka-Kluczka, A., Marciszewska, A., & Brajer-Marczak, R. *NON-PROFIT ORGANIZATIONS IN THE CONTEXT OF DIGITAL TRANSFORMATION: RESEARCH RESULTS FROM POLAND.* Organizacja I Kierowanie, 195(1), 23–44, 2024.
- Wojciechowska M. (red.). *Marketing w działalności bibliotecznej*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe i Edukacyjne SBP, 2023.
- Malinowska-Parzydło J., *Jesteś marką. Jak odnieść sukces i pozostać sobą*, MT Biznes, Warszawa 2022.
- Draguła A., *Kościół w czasach mediów*, WAM, Kraków 2021.
- Cialdini R. B., *Wywieranie wpływu na ludzi. Teoria i praktyka*, GWP, Sopot 2021.

Inne materiały dydaktyczne:

- Prezentacje multimedialne do ćwiczeń i wykładów,

OGÓLNE INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE		
NAZWA PRZEDMIOTU:	**Akwizycja klienta i negocjacje handlowe B2B**	
Nazwa kierunku studiów, poziom kształcenia:	**Zarządzanie, studia I stopnia**	
Profil kształcenia:	**OGÓLNOAKADEMICKI**	
Nazwa specjalności:	**Marketing**	
Rodzaj modułu kształcenia:	**Specjalnościowy / powiązany z przygotowaniem do prowadzenia badań naukowych**	
Punkty ECTS:	**5 ECTS**	
Wymiar godzin:	**125 h**	
Sposoby weryfikacji i oceny efektów uczenia:	**Zaliczenie z oceną**	

PRZEDMIOTOWE EFEKTY UCZENIA SIĘ Z ODNIESIEM DO EFEKTÓW UCZENIA SIĘ DLA KIERUNKU		
Lp.	**Opis przedmiotowych efektów uczenia się**	**Odniesienie do efektu kierunkowego**
	Wiedza:	
P_W01	Zna w zaawansowanym stopniu i rozumie pojęcia, mechanizmy i etapy procesu akwizycji klienta na rynku B2B, w tym zna zasady identyfikacji potencjalnych klientów, kwalifikacji leadów, kontaktów handlowych, prezentacji oferty i budowanie relacji z klientem.	K_W08, K_W12
P_W02	Zna w zaawansowanym stopniu i rozumie specyfikę negocjacji handlowych B2B, w tym ich etapy, zasady przygotowania, strategie i techniki negocjacyjne oraz czynniki wpływające na przebieg i wynik negocjacji.	K_W20
P_W03	Zna w zaawansowanym stopniu zasady komunikacji z klientem biznesowym oraz rozumie znaczenie budowania wartości dla klienta, zaufania, etyki biznesowej i długoterminowych relacji w procesie sprzedaży B2B.	K_W21
	Umiejętności:	
P_U01	Potrafi zidentyfikować i zakwalifikować potencjalnych klientów biznesowych oraz zaplanować działania służące ich pozyskaniu z wykorzystaniem tradycyjnych i cyfrowych kanałów sprzedaży.	K_U03
P_U02	Potrafi przygotować i przeprowadzić rozmowę handlową, właściwie rozpoznając potrzeby klienta, prezentując wartość oferty, odpowiadając na obiekcje oraz stosując odpowiednie techniki komunikacji perswazyjnej.	K_U21
P_U03	Potrafi przygotować i przeprowadzić negocjacje handlowe B2B, określając cele, interesy, możliwe ustępstwa i granice negocjacyjne oraz dobierając odpowiednią strategię i techniki negocjacyjne.	K_U03, K_U11, K_U19
	Kompetencje społeczne:	
P_K01	Jest gotów do profesjonalnej, odpowiedzialnej i etycznej komunikacji z klientami oraz innymi uczestnikami procesu sprzedażowego.	K_K04
P_K02	Jest gotów do współpracy w zespole, uwzględniania różnych perspektyw oraz konstruktywnego rozwiązywania sytuacji konfliktowych pojawiających się w procesie sprzedaży i negocjacji.	K_K01
P_K03	Jest gotów do samodzielnego rozwijania kompetencji sprzedażowych i negocjacyjnych oraz krytycznej oceny własnych działań i ich rezultatów.	K_K09

TREŚCI KSZTAŁCENIA

Lp.	Wykład:	Odniesienie do przedmiotowych efektów uczenia się
W1	Identyfikacja potencjalnego klienta B2B. Analiza przykładowego rynku. Określenie grupy docelowej. Stworzenie profilu potencjalnego klienta. Wskazanie kryteriów kwalifikacji klienta.	P_W01, P_W03
W2	Akwizycja klientów biznesowych. Pojęcie i znaczenie akwizycji. Źródła pozyskiwania klientów. Prospecting. Identyfikacja potencjalnych klientów. Segmentacja i kwalifikacja leadów. Lejek sprzedażowy.	P_W01, P_W03
W3	Planowanie procesu pozyskiwania klienta. Etapy procesu akwizycji. Określanie grup docelowych. Tworzenie profilu idealnego klienta (ICP). Ustalanie celów sprzedażowych. Planowanie kontaktów z klientami.	P_W01, P_W03,
W4	Komunikacja w sprzedaży B2B. Znaczenie komunikacji w relacjach biznesowych. Komunikacja werbalna i niewerbalna. Aktywne słuchanie. Zadawanie pytań. Budowanie wiarygodności i zaufania.	P_W03, P_K02
W5	Przygotowanie do negocjacji handlowych. Pojęcie i cele negocjacji. Etapy procesu negocjacyjnego. Przygotowanie negocjatora. BATNA, punkt aspiracji, granice negocjacyjne. Interesy i stanowiska stron.	P_W02
W6_W7	Strategie i techniki negocjacyjne. Strategie negocjacyjne. Negocjacje pozycyjne i problemowe. Techniki negocjacyjne. Ustępstwa i ich znaczenie. Kotwiczenie. Presja czasu. Taktyki negocjacyjne.	P_W02
W8	Argumentacja i prezentacja oferty Budowanie propozycji wartości. Argumentacja korzyści. Prezentacja oferty handlowej. Dopasowanie komunikatu do potrzeb klienta. Praca z obiekcjami.	P_W02, P_W03,
W9-W10	Trudne sytuacje i konflikty w negocjacjach. Źródła konfliktów. Trudny klient. Techniki reagowania na presję, manipulację i agresję negocjacyjną. Rozwiązywanie sytuacji konfliktowych	P_W02, P_K02
W11-W12	Etyka w sprzedaży i negocjacjach B2B. Etyczne aspekty akwizycji i negocjacji. Uczciwość w komunikacji handlowej. Odpowiedzialność wobec klienta. Granice perswazji i manipulacji. Budowanie długoterminowych relacji.	P_W03, P_K01
W13-W14	Zarządzanie relacją z klientem. Utrzymywanie klienta po sprzedaży. Customer Relationship Management. Lojalność i satysfakcja klienta. Cross-selling i up-selling. Rozwijanie współpracy z klientem biznesowym.	P_W01, P_W03, P_K01
Lp.	**Ćwiczenia:**	**Odniesienie do przedmiotowych efektów uczenia się**
Ćw1	Identyfikacja potencjalnego klienta B2B. Analiza przykładowego rynku. Określenie grupy docelowej. Stworzenie profilu potencjalnego klienta. Wskazanie kryteriów kwalifikacji klienta..	P_U01
Ćw2	Budowanie bazy potencjalnych klientów. Wyszukiwanie i kwalifikowanie potencjalnych klientów. Tworzenie listy prospectów. Ocena potencjału klienta i prawdopodobieństwa dokonania zakupu.	P_U01, P_K03
Ćw3	Przygotowanie pierwszego kontaktu. Przygotowanie wiadomości e-mail, rozmowy telefonicznej lub kontaktu poprzez kanały cyfrowe. Opracowanie krótkiego komunikatu sprzedażowego.	P_U01, P_U03, P_K02
Ćw4	Badanie potrzeb klienta Ćwiczenia z aktywnego słuchania. Formułowanie pytań otwartych i pogłębiających. Identyfikacja potrzeb jawnych i ukrytych.	P_U03, P_K02
Ćw5	Przygotowanie propozycji wartości. Opracowanie oferty odpowiadającej na zidentyfikowane potrzeby klienta. Przekładanie cech produktu/usługi na korzyści dla klienta biznesowego	P_U03
Ćw6	Rozmowa handlowa. Symulacja spotkania handlowego w relacji sprzedawca–klient. Rozpoczęcie rozmowy, diagnoza potrzeb, prezentacja rozwiązania, pytania i odpowiedzi.	P_U02, P_U03, P_K02
Ćw7	Przygotowanie do negocjacji. Opracowanie stanowiska negocjacyjnego, celów, interesów, BATNA, zakresu możliwych ustępstw oraz argumentów.	P_U02, P_K03
Ćw8-Ćw9	Symulacja negocjacji B2B. Przeprowadzenie negocjacji pomiędzy stronami reprezentującymi przedsiębiorstwa. Analiza strategii, technik, argumentacji i ustępstw	P_U02, P_K02, P_K03
Ćw10-Ćw11	Reagowanie na obiekcje klienta. Ćwiczenia dotyczące najczęstszych obiekcji: cena, termin, jakość, konkurencja, brak potrzeby zakupu. Formułowanie odpowiedzi i kontrargumentów.	P_U03, P_K02
Ćw12-Ćw13	Negocjowanie ceny i warunków współpracy. Symulacje negocjacji dotyczących ceny, terminów płatności, zakresu świadczeń, terminów dostawy i warunków umowy.	P_U02, P_K02

Ćw14	Trudny klient i sytuacja konfliktowa. Analiza przypadków konfliktowych. Ćwiczenia z reagowania na presję, niezadowolenie i agresywne zachowania klienta.	P_U03, P_K01, P_K02
Lp.	**Praca własna:**	**Odniesienie do przedmiotowych efektów uczenia się**
PW1	Przygotowanie się do zaliczenia przedmiotu w formie pisemnego testu.	P_W01, P_W02, P_W03
PW2	Opracowanie projektu i przygotowanie symulacji w ramach pracy grupowej.	P_U01, P_U02, P_U03, P_K01, P_K02, P_K03

LITERATURA PRZEDMIOTU ORAZ INNE MATERIAŁY DYDAKTYCZNE

Literatura podstawowa przedmiotu:

- Kotler Ph., Setiawan I., Kartajaya H., Marketing 5.0: technologie next tech, MT Biznes, Warszawa 2021.
- Chmielecki M., Techniki negocjacji i wywieranie wpływu, OnePress, Gliwice 2020.

Literatura uzupełniająca przedmiotu:

- Moczydłowska J. M., Bitkowska A., Koncepcja zarządzania relacjami z klientami - istota, cele, zakres, „Marketing i Rynek” 2020, nr 09, s. 3-12.
- Stelmach J., Brożek B., Negocjacje, Copernicus Center Press, Kraków 2022.

Inne materiały dydaktyczne:

- Materiały przygotowane przez prowadzącego.

OGÓLNE INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE		
NAZWA PRZEDMIOTU:	**Budowanie wizerunku organizacji**	
Nazwa kierunku studiów, poziom kształcenia:		**Zarządzanie, studia I stopnia**
Profil kształcenia:		**OGÓLNOAKADEMICKI**
Nazwa specjalności:		**Marketing**
Rodzaj modułu kształcenia:		**Specjalnościowy / powiązany z przygotowaniem do prowadzenia badań naukowych**
Punkty ECTS:		**5 ECTS**
Wymiar godzin:		**125 h**
Sposoby weryfikacji i oceny efektów uczenia:		**Zaliczenie z oceną**

PRZEDMIOTOWE EFEKTY UCZENIA SIĘ Z ODNIESIEM DO EFEKTÓW UCZENIA SIĘ DLA KIERUNKU		
Lp.	**Opis przedmiotowych efektów uczenia się**	**Odniesienie do efektu kierunkowego**
	Wiedza:	
P_W01	Zna w zaawansowanym stopniu specyfikę i determinanty wizerunku przedsiębiorstwa.	K_W06, K_W08
P_W02	Zna w zaawansowanym stopniu narzędzie budowania wizerunku i marki przedsiębiorstwa.	K_W14, K_W21
	Umiejętności:	
P_U01	Potrafi posługiwać się metodami kreowania wizerunku.	K_U07
P_U02	Potrafi identyfikować determinanty i cechy wizerunku organizacji.	K_U03, K_U06, K_U10
	Kompetencje społeczne:	
P_K01	Jest gotów do otwartego uczestnictwa w dyskusji, wyrażania i przyjmowania uwag krytycznych.	K_K02, K_K09
P_K02	Jest gotów do uczestnictwa w zespołach badawczych oraz współdziałania i pełnienia różnych ról w grupie.	K_K01

TREŚCI KSZTAŁCENIA		
Lp.	**Wykład:**	**Odniesienie do przedmiotowych efektów uczenia się**
W1	Marka jako element działalności marketingowej przedsiębiorstwa	P_W01, P_W02
W2	Zarządzanie marką i jego specyfika	P_W01, P_W02
W3	Kapitał marki i jego elementy	P_W01, P_W02
W4	Budowanie lojalności konsumentów	P_W01, P_W02
W5	Relacje i ich kształtowanie, model 6 rynków	P_W01, P_W02
W6	Efekt kraju pochodzenia i jego wpływ na postrzeganie produktów i organizacji	P_W01, P_W02
W7	Promocja w budowaniu wizerunku przedsiębiorstwa	P_W01, P_W02

W8	Public relations w budowaniu wizerunku przedsiębiorstwa	P_W01, P_W02
W9	Tożsamość organizacji jako podstawa budowania wizerunku.	P_W01, P_W02
W10	Reputacja organizacji i zarządzanie nią.	P_W01, P_W02
W11	Wizerunek organizacji w środowisku cyfrowym.	P_W01, P_W02
W12	Komunikacja korporacyjna i spójność przekazu organizacji.	P_W01, P_W02
W13	Zarządzanie wizerunkiem w sytuacjach kryzysowych.	P_W01, P_W02
W14	Pomiar i ocena wizerunku organizacji.	P_W01, P_W02
Lp.	**Ćwiczenia:**	**Odniesienie do przedmiotowych efektów uczenia się**
Ćw1	Wizerunek jako przedmiot oddziaływania public relations.	P_U01, P_U02, P_K01, P_K02
Ćw2	Tożsamość marki. Reputacja marki.	P_U01, P_U02, P_K01, P_K02
Ćw3	Wizerunek marki. Funkcje wizerunku w działalności marketingowej. Test spójności wizualnej. Zarządzanie wizerunkiem i budowanie starta-upu.	P_U01, P_U02, P_K01, P_K02
Ćw4	Tworzenie mapy wizerunkowej	P_U01, P_U02, P_K01, P_K02
Ćw5	Kapitał marki i jego elementy	P_U01, P_U02, P_K01, P_K02
Ćw6	Archetypy marki i archetypowa lupa. Zmiana perspektywy i tworzenie strupów. Wielka trójka archetypowa. Archetyp kontrastu.	P_U01, P_U02, P_K01, P_K02
Ćw7	Analiza kampanii wizerunkowych w ujęciu historycznym. Analiza współczesnych wizerunków (Greenwashing i Socialwashing). Audyt wizerunku behawioralnego	P_U01, P_U02, P_K01, P_K02
Ćw8	Budowanie lojalności konsumentów – praca warsztatowa	P_U01, P_U02, P_K01, P_K02
Ćw9	Elementy kulturowości i ich postrzeganie przez konsumentów	P_U01, P_U02, P_K01, P_K02
Ćw10	Audyt tożsamości i wizerunku organizacji.	P_U01, P_U02, P_K01, P_K02
Ćw11	Zarządzanie wizerunkiem organizacji w mediach cyfrowych.	P_U01, P_U02, P_K01, P_K02
Ćw12	Symulacja sytuacji kryzysowej.	P_U01, P_U02, P_K01, P_K02
Ćw13	Badanie i pomiar wizerunku organizacji. Zaprojektowanie prostego badania wizerunku wybranej organizacji, dobór kryteriów oceny, analiza wyników oraz sformułowanie rekomendacji dotyczących dalszego kształtowania wizerunku.	P_U01, P_U02, P_K01, P_K02
Ćw14	Przygotowanie konferencji prasowej w celu budowania wizerunku przedsiębiorstwa – praca projektowa	P_U01, P_U02, P_K01, P_K02
Lp.	**Praca własna:**	**Odniesienie do przedmiotowych efektów uczenia się**

PW1	Zapoznanie się z literaturą przedmiotu. Przygotowanie się do egzaminu.	P_W01, P_W02
PW2	Przygotowanie projektu w zakresie analizy systemu zarządzania relacjami z różnymi typami klientów wybranej organizacji oraz możliwości jego usprawnienia.	P_U01, P_U02, P_K01, P_K02

LITERATURA PRZEDMIOTU ORAZ INNE MATERIAŁY DYDAKTYCZNE

Literatura podstawowa przedmiotu:

– Kotler Ph., *Marketing*, Dom Wydawniczy Rebis, Poznań 2025.
– Budzyński W., Public relations, wizerunek, reputacja, tożsamość, Poltext, Warszawa 2017

Literatura uzupełniająca przedmiotu:

– Górska-Warsewicz Hanna, Zlateva Denka, Dębski Maciej, Kwiatkowski Bartosz: The Trust-based Marketing Communication, National Brand Equity and Economy – The Case of Poland and Bulgaria, W: Trust, Media and the Economy. Mutual Relations / Paliszkiewicz Joanna [i in.] (red.), Numer artykułu: 17, 2025, Routledge
– Dębski M., Zarządzanie marką w budowaniu konkurencyjności rodzinnych przedsiębiorstw na rynku usług noclegowych; Społeczna Akademia Nauk, Łódź-Warszawa, 2021.

Inne materiały dydaktyczne:

- prezentacje multimedialne, case study, materiały prowadzącego.

OGÓLNE INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE		
NAZWA PRZEDMIOTU:	**Zarządzanie sprzedażą**	
Nazwa kierunku studiów, poziom kształcenia:	**Zarządzanie, studia I stopnia**	
Profil kształcenia:	**OGÓLNOAKADEMICKI**	
Nazwa specjalności:	**Marketing**	
Rodzaj modułu kształcenia:	**Specjalnościowy / powiązany z przygotowaniem do prowadzenia badań naukowych**	
Punkty ECTS:	**5 ECTS**	
Wymiar godzin:	**125 h**	
Sposoby weryfikacji i oceny efektów uczenia:	**Zaliczenie z oceną**	

PRZEDMIOTOWE EFEKTY UCZENIA SIĘ Z ODNIESIEM DO EFEKTÓW UCZENIA SIĘ DLA KIERUNKU		
Lp.	**Opis przedmiotowych efektów uczenia się**	**Odniesienie do efektu kierunkowego**
	Wiedza:	
P_W01	Zna w zaawansowanym stopniu istotę zarządzania procesami sprzedaży.	K_W04
P_W02	Zna w zaawansowanym stopniu instrumenty zarządzania sprzedażą.	K_W04, K_W06, K_W15
P_W03	Zna w zaawansowanym stopniu i opisuje instrumenty merchandisingu.	K_W04, K_W06, K_W15
	Umiejętności:	
P_U01	Potrafi zorganizować i zarządzać zespołem sprzedawców i działem sprzedaży.	K_U17, K_U18
P_U02	Potrafi zastosować techniki oraz procedury obsługi klienta.	K_U12
P_U03	Potrafi zastosować techniki negocjacji w procesie zarządzania sprzedażą.	K_U03, K_U12
	Kompetencje społeczne:	
P_K01	Jest gotów do przestrzegania zasad etyki zawodowej w procesach sprzedaży.	K_K04
P_K02	Jest gotów odpowiedzialnie wykonywać przydzielone zadania.	K_K01
P_K03	Jest gotów rozwijać i doskonalić wiedzę w zakresie zarządzania sprzedażą.	K_K09, K_K10

TREŚCI KSZTAŁCENIA		
Lp.	**Wykład:**	**Odniesienie do przedmiotowych efektów uczenia się**
W1	Uwarunkowania procesów sprzedaży. Badania marketingowe w procesach sprzedaży	P_W01, P_W02
W2	Zarządzanie kanałami dystrybucji. Sprzedaż w strukturach organizacyjnych przedsiębiorstw	P_W02
W3	Projektowanie i zarządzanie personelem sprzedaży	P_W01, P_W02
W4	Klient w realizacji procesów sprzedaży. Realizacja procesów obsługi klienta. Zarządzanie relacjami z klientem. Techniki sprzedaży we współczesnym przedsiębiorstwie	P_W02
W5	Zarządzanie przestrzenią handlową – merchandising. Zarządzanie ofertą handlową	P_W02, P_W03

W6	Elementy procesu budowy strategii sprzedaży firmy. Negocjacje handlowe	P_W01, P_W02
W7	E-sprzedaż. Logistyka w realizacji procesów sprzedaży	P_W01, P_W02
W8	Strategie i modele sprzedaży we współczesnym przedsiębiorstwie.	P_W01, P_W02
W9	Prognozowanie i planowanie sprzedaży	P_W01, P_W02
W10	Zarządzanie efektywnością zespołu sprzedażowego.	P_W01
W11	CRM i analityka sprzedaży.	P_W03
W12	Automatyzacja i sztuczna inteligencja w sprzedaży.	P_W02, P_W03
W13-W14	Zarządzanie doświadczeniem klienta i wartością klienta.	P_W01, P_W02, P_W03
Lp.	**Ćwiczenia:**	**Odniesienie do przedmiotowych efektów uczenia się**
Ćw1	Diagnoza procesu sprzedaży w przedsiębiorstwie. Analiza przebiegu procesu sprzedażowego, identyfikacja jego etapów, punktów krytycznych i możliwości poprawy efektywności.	P_U01, P_K01, P_K02, P_K03
Ćw2	Projektowanie lejka sprzedażowego. Opracowanie etapów lejka sprzedażowego dla wybranego produktu lub usługi oraz określenie działań i mierników dla poszczególnych etapów.	P_U01, P_K01, P_K02, P_K03
Ćw3	Segmentacja klientów i określanie potencjału sprzedażowego. Klasyfikacja klientów według potrzeb, potencjału zakupowego i wartości dla przedsiębiorstwa oraz przygotowanie rekomendacji dotyczących priorytetów sprzedażowych.	P_U01, P_K01, P_K02, P_K03
Ćw4	Prospecting i pozyskiwanie nowych klientów. Identyfikacja potencjalnych klientów, tworzenie profilu klienta docelowego oraz opracowanie scenariuszy pierwszego kontaktu i działań prospectingowych.	P_U01, P_U02, P_K01, P_K02, P_K03
Ćw5	Kwalifikowanie szans sprzedażowych. Analiza potencjalnych klientów i szans sprzedażowych z wykorzystaniem wybranych kryteriów kwalifikacji. Ustalanie priorytetów działań handlowych.	P_U01, P_U02, P_K01, P_K02, P_K03
Ćw6	Projektowanie procesu obsługi klienta. Opracowanie standardu obsługi klienta obejmującego kontakt przed sprzedażą, proces zakupowy oraz działania posprzedażowe.	P_U02, P_K01, P_K02, P_K03
Ćw7	Techniki aktywnego słuchania i diagnozowania potrzeb klienta. Symulacje rozmów handlowych, formułowanie pytań diagnostycznych, identyfikacja potrzeb jawnych i ukrytych oraz budowanie propozycji wartości.	P_U02, P_K01, P_K02, P_K03
Ćw8	Prezentacja oferty i argumentacja sprzedażowa. Przygotowanie i przeprowadzenie prezentacji produktu lub usługi z wykorzystaniem argumentacji korzyści, języka wartości oraz technik reagowania na pytania klienta.	P_U02, P_K01, P_K02, P_K03
Ćw9	Radzenie sobie z obiekcjami klienta. Analiza typowych obiekcji cenowych, produktowych i organizacyjnych oraz ćwiczenie technik ich rozpoznawania, wyjaśniania i przezwyciężania.	P_U02, P_K01, P_K02, P_K03
Ćw10	Negocjacje handlowe – symulacja procesu negocjacyjnego. Przygotowanie strategii negocjacyjnej, określenie celów, interesów i granic negocjacyjnych oraz przeprowadzenie negocjacji w warunkach symulacyjnych.	P_U03, P_K01, P_K02, P_K03
Ćw11	Zarządzanie konfliktem w relacjach sprzedażowych. Analiza źródeł konfliktów między sprzedawcą a klientem, dobór sposobów reagowania oraz ćwiczenie technik rozwiązywania sytuacji konfliktowych.	P_U02, P_K01, P_K02, P_K03
Ćw12	CRM w praktyce sprzedażowej. Projektowanie bazy informacji o klientach, planowanie działań sprzedażowych oraz wykorzystanie danych CRM do monitorowania kontaktów i szans sprzedażowych.	P_U01, P_U02, P_K01, P_K02, P_K03

Ćw13	Analiza wyników sprzedaży i KPI. Interpretacja podstawowych wskaźników efektywności sprzedaży, analiza odchyleń od celów oraz przygotowanie rekomendacji dla zespołu lub działu sprzedaży.	P_U01, P_K01, P_K02, P_K03
Ćw14	Projekt kompleksowego systemu zarządzania sprzedażą. Opracowanie dla wybranego przedsiębiorstwa koncepcji procesu sprzedaży obejmującej segmentację klientów, lejek sprzedażowy, organizację pracy sprzedawców, standardy obsługi, KPI, działania CRM oraz rekomendacje dotyczące zwiększenia efektywności sprzedaży. Prezentacja i obrona projektu.	P_U01, P_U02, P_K01, P_K02, P_K03
Lp.	**Praca własna:**	**Odniesienie do przedmiotowych efektów uczenia się**
PW1	Zapoznanie się z literaturą przedmiotu	P_W01, P_W02, P_W03
PW2	Przygotowanie projektu w zakresie analizy organizacji procesów sprzedaży wybranej organizacji oraz propozycje usprawnienia jej działania w tym zakresie.	P_W01, P_W02, P_W03, P_U01, P_U02, P_U03, P_K01, P_K02, P_K03

LITERATURA PRZEDMIOTU ORAZ INNE MATERIAŁY DYDAKTYCZNE

Literatura podstawowa przedmiotu:

– Fortuna P., *Sprzedaż bez sprzedawania: psychologia dobrego wpływu na klienta*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2018.
– Kotler P., Keller K., Chernev A. *Marketing*, Dom Wydawniczy Rebis, Poznań 2025.
– Chaffey D., *Digital business i e-comerce managemant. Strategia, realizacja, praktyka*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2016
– Tracy B. *Zarządzanie sprzedażą*. MT Biznes Warszawa 2019

Literatura uzupełniająca przedmiotu:

– Zych R., *Klient w centrum uwagi, Jak szefowie mogą budować pozytywne doświadczenie w zespołach obsługi*, Helion, 2016.
– Mysiorek R., *Aktywizowanie sprzedaży, Zarządzanie działem sprzedaży*, Wiedza i Praktyka, Warszawa 2013.
– Zdończyk J., *Analizowanie wyników sprzedaży, Zarządzanie działem sprzedaży*, Wiedza i Praktyka, Warszawa 2013.

Inne materiały dydaktyczne:

- prezentacje multimedialne, case study, materiały prowadzącego.

OGÓLNE INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE		
NAZWA PRZEDMIOTU:	**Strategiczne planowanie w e-commerce**	
Nazwa kierunku studiów, poziom kształcenia:	**Zarządzanie, studia I stopnia**	
Profil kształcenia:	**OGÓLNOAKADEMICKI**	
Nazwa specjalności:	**Marketing**	
Rodzaj modułu kształcenia:	**Specjalnościowy / powiązany z przygotowaniem do prowadzenia badań naukowych**	
Punkty ECTS:	**5 ECTS**	
Wymiar godzin:	**125 h**	
Sposoby weryfikacji i oceny efektów uczenia:	**Zaliczenie z oceną**	

PRZEDMIOTOWE EFEKTY UCZENIA SIĘZ ODNIESIEM DO EFEKTÓW UCZENIA SIĘ DLA KIERUNKU		
Lp.	**Opis przedmiotowych efektów uczenia się**	**Odniesienie do efektu kierunkowego**
	Wiedza:	
P_W01	Student zna w zaawansowanym stopniu zagadnienie planu marketingowego, celów i strategii marketingowych w e-commerce.	K_W03, K_W16
P_W02	Student zna w zaawansowanym stopniu zagadnienie rodzajów i roli audytów marketingowych w e-commerce.	K_W03, K_W14, K_W16
P_W03	Student zna w zaawansowanym stopniu etapy wdrożenia i kontroli planu marketingowego w e-commerce.	K_W03, K_W15, K_W16
	Umiejętności:	
P_U01	Student potrafi określić cele marketingowe oraz dobrać do ich realizacji strategie marketingowe w e-commerce.	K_U02, K_U07
P_U02	Student potrafi wykorzystać informacje z przeprowadzonego audytu wewnętrznego lub zewnętrznego w e-commerce.	K_U05, K_U13
P_U03	Student potrafi sformułować etapy wdrożenia i kontroli planu marketingowego w e-commerce.	K_U06, K_U09
	Kompetencje społeczne:	
P_K01	Jest gotów do współdziałania na rzecz środowiska lokalnego w zakresie e-commerce.	K_K03
P_K02	Jest gotów odpowiedzialnie wykonywać przydzielone zadania.	K_K02
P_K03	Jest gotów do uznawania roli wiedzy w zakresie strategicznego planowania marketingowego.	K_K07

TREŚCI KSZTAŁCENIA		
Lp.	**Wykład:**	**Odniesienie do przedmiotowych efektów uczenia się**
W1	Rola i istota planowania marketingowego. Analiza etapów planowania marketingowego.	P_W01
W2	Analiza strategiczna przedsiębiorstwa. Rola badań ilościowych i jakościowych.	P_W01, P_W03
W3	Audyt marketingowy wewnętrzny - formułowanie pytań.	P_W02, P_W03
W4	Audyt marketingowy zewnętrzny – analiza otoczenia.	P_W01, P_W02

W5	Planowanie marketingowe – istota i zakres; Przykładowe propozycje kompozycji planu marketingowego. Wyznaczanie celów marketingowych przedsiębiorstwa.	P_W01, P_W02
W6	Rodzaje strategii marketingowych.	P_W01, P_W03
W7	Planowanie marketingowe w e-commerce.	P_W01, P_W02, P_W03
W8	Analiza rynku e-commerce i zachowań konsumentów cyfrowych.	P_W02, P_W03
W9	Segmentacja rynku i wybór rynku docelowego w e-commerce.	P_W01, P_W02, P_W03
W10	Strategie marketingowe w środowisku cyfrowym.	P_W01, P_W02
W11	Budżetowanie działań marketingowych w e-commerce.	P_W02, P_W03
W12	Mierniki i KPI w planowaniu marketingowym e-commerce.	P_W02, P_W03
W13	Wdrożenie planu marketingowego w środowisku cyfrowym.	P_W01, P_W02, P_W03
W14	Kontrola i optymalizacja planu marketingowego e-commerce.	P_W01, P_W02, P_W03
Lp.	**Ćwiczenia:**	**Odniesienie do przedmiotowych efektów uczenia się**
Ćw1	Misja przedsiębiorstwa i planowanie marketingowe – analiza znaczenia misji i jej wpływu na kierunki planowania marketingowego. Formułowanie założeń planu marketingowego dla przedsiębiorstwa e-commerce z wykorzystaniem Biznesowej Platformy Symulacyjnej REVAS.	P_U01, P_U03, P_K01, P_K03
Ćw2	Wybór strategii marketingowych. Ocena wyboru strategii marketingowych – analiza wariantów strategii marketingowych oraz dobór strategii do sytuacji rynkowej i celów przedsiębiorstwa e-commerce z wykorzystaniem Biznesowej Platformy Symulacyjnej REVAS. Ocena wpływu podjętych decyzji na wyniki przedsiębiorstwa.	P_U01, P_U02, P_K01, P_K02, P_K03
Ćw3	Wdrożenie i kontrola planu marketingowego – realizacja założeń planu marketingowego w Biznesowej Platformie Symulacyjnej REVAS. Monitorowanie rezultatów, analiza odchyleń od założonych celów oraz formułowanie działań korygujących.	P_U03, P_K01, P_K02, P_K03
Ćw4	Wyznaczanie celów marketingowych przedsiębiorstwa – formułowanie celów marketingowych dla przedsiębiorstwa e-commerce na podstawie danych dostępnych w Biznesowej Platformie Symulacyjnej REVAS. Dobór mierników realizacji celów oraz ocena ich osiągnięcia.	P_U01, P_U03, P_K01, P_K02, P_K03
Ćw5	Analiza rynku e-commerce i konkurencji – analiza danych dotyczących rynku, przedsiębiorstwa i konkurentów z wykorzystaniem Biznesowej Platformy Symulacyjnej REVAS. Identyfikacja szans i zagrożeń oraz określenie ich wpływu na decyzje marketingowe.	P_U02, P_K01, P_K01, P_K02, P_K03
Ćw6	Segmentacja klientów e-commerce i tworzenie person zakupowych – analiza informacji o klientach i ich zachowaniach z wykorzystaniem Biznesowej Platformy Symulacyjnej REVAS. Wyodrębnienie segmentów klientów i określenie ich znaczenia dla działalności przedsiębiorstwa.	P_U01, P_U02, P_K01, P_K02, P_K03
Ćw7	Formułowanie celów marketingowych dla sklepu internetowego – określanie celów marketingowych na podstawie danych z Biznesowej Platformy Symulacyjnej REVAS. Formułowanie celów zgodnych z zasadą SMART oraz dobór mierników ich realizacji.	P_U01, P_K01, P_K02, P_K03
Ćw8	Dobór strategii marketingowej do celów przedsiębiorstwa – analiza wariantów strategii marketingowych i podejmowanie decyzji strategicznych z wykorzystaniem Biznesowej Platformy Symulacyjnej REVAS. Ocena wpływu przyjętej strategii na wyniki przedsiębiorstwa.	P_U01, P_K01, P_K02, P_K03

Ćw9	Projektowanie kompozycji planu marketingowego e-commerce – opracowanie struktury planu marketingowego obejmującego analizę sytuacji, cele, strategie, działania i harmonogram z wykorzystaniem danych oraz możliwości decyzyjnych Biznesowej Platformy Symulacyjnej REVAS.	P_U01, P_U03, P_K01, P_K02, P_K03
Ćw10	Budżetowanie działań marketingowych – alokacja dostępnych środków pomiędzy poszczególne działania marketingowe z wykorzystaniem Biznesowej Platformy Symulacyjnej REVAS. Analiza zależności między poziomem nakładów a osiąganymi rezultatami.	P_U01, P_U03, P_K01, P_K02, P_K03
Ćw11	Dobór KPI i mierników efektywności marketingowej – określenie mierników efektywności działań marketingowych oraz analiza ich wartości na podstawie wyników uzyskanych w Biznesowej Platformie Symulacyjnej REVAS. Ocena stopnia realizacji założonych celów.	P_U01, P_U03, P_K01, P_K02, P_K03
Ćw12	Audyt cyfrowej obecności przedsiębiorstwa – przeprowadzenie audytu wewnętrznego i zewnętrznego na podstawie danych dostępnych w Biznesowej Platformie Symulacyjnej REVAS. Identyfikacja mocnych i słabych stron oraz szans i zagrożeń i wykorzystanie wyników audytu do podejmowania decyzji marketingowych.	P_U02, P_K01, P_K02, P_K03
Ćw13	Monitoring i kontrola realizacji planu marketingowego – realizacja założeń planu marketingowego w kolejnych rundach Biznesowej Platformy Symulacyjnej REVAS. Porównanie osiągniętych wyników z założonymi celami, identyfikacja odchyleń i opracowanie działań korygujących.	P_U03, P_K01, P_K02, P_K03
Ćw14	Kompleksowy projekt planu marketingowego dla e-commerce – opracowanie i realizacja planu marketingowego z wykorzystaniem Biznesowej Platformy Symulacyjnej REVAS, obejmującego analizę sytuacji, audyt, segmentację, cele, strategię, budżet, KPI, wdrożenie i kontrolę. Analiza rezultatów oraz prezentacja i obrona projektu.	P_U01, P_U02, P_U03, P_K01, P_K02, P_K03
Lp.	**Praca własna:**	**Odniesienie do przedmiotowych efektów uczenia się**
PW1	Zapoznanie się z literaturą przedmiotu i przygotowuje się do egzaminu.	P_W01, P_W02, P_W03
PW2	Opracowanie projektu grupowego w zakresie marketingowego audytu wewnętrznego i zewnętrznego wybranej organizacji e-commerce oraz przygotowania dla niej strategicznego planu marketingowego. Zaliczenie pisemne składające się z 5 pytań otwartych.	P_U01, P_U02, P_U03, P_K01, P_K02, P_K03

LITERATURA PRZEDMIOTU ORAZ INNE MATERIAŁY DYDAKTYCZNE

Literatura podstawowa przedmiotu:

– Hammersley I., Mark Hammersley M., Ultimate Guide To E-commerce Growth: 7 Unexpected KPIs To Scale An E-commerce Shop To $10 Million Plus, Wyd. Smartebusiness Ltd 2021.
– Kotler P., Keller K., Chernev A. Marketing, Dom Wydawniczy Rebis, Poznań 2025.
– Kotler P., Kartajaya H., Setiawan I. Marketing 6.0 Przyszłość jest immersyjna. MT Biznes 2024

Literatura uzupełniająca przedmiotu:

– Poznańska K., red., Marketing zarządzania, Warszawa, SGH, 2015
– Bombol M., Marketing for management and economy, Warsaw, Warsaw school of economy, 2015.
– Walker J. Launch. How to Sell Almost Anything Online. Hay House UK Ltd, 2023
– Brunson R. Dotcom Secrets. The Underground Playbook for Growing Your Company Online with Sales Funnels. Hay House UK Ltd, 2022.

Inne materiały dydaktyczne:

- prezentacje multimedialne.
- Raporty branżowe, case studies
- Biznesowa Platforma Symulacyjna REVAS.

OGÓLNE INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE		
NAZWA PRZEDMIOTU:	**Content marketing i social media analytics**	
Nazwa kierunku studiów, poziom kształcenia:	**Zarządzanie, studia I stopnia**	
Profil kształcenia:	**OGÓLNOAKADEMICKI**	
Nazwa specjalności:	**Marketing**	
Rodzaj modułu kształcenia:	**Specjalnościowy / powiązany z przygotowaniem do prowadzenia badań naukowych**	
Punkty ECTS:	**5 ECTS**	
Wymiar godzin:	**125 h**	
Sposoby weryfikacji i oceny efektów uczenia:	**Zaliczenie z oceną**	

PRZEDMIOTOWE EFEKTY UCZENIA SIĘ Z ODNIESIEM DO EFEKTÓW UCZENIA SIĘ DLA KIERUNKU		
Lp.	**Opis przedmiotowych efektów uczenia się**	**Odniesienie do efektu kierunkowego**
	Wiedza:	
P_W01	Student zna w zaawansowanym stopniu i rozumie pojęcia, koncepcje i zasady content marketingu oraz zna jego znaczenie w realizacji celów marketingowych i biznesowych organizacji.	K_W02
P_W02	Student zna w zaawansowanym stopniu specyfikę najważniejszych mediów społecznościowych jako kanałów komunikacji marketingowej oraz rozumie zasady dostosowywania treści do grup docelowych i specyfiki poszczególnych platform.	K_W16, K_W21
P_W03	Student zna w zaawansowanym stopniu metody, wskaźniki i narzędzia analizy skuteczności działań content marketingowych i aktywności organizacji w mediach społecznościowych oraz rozumie możliwości i ograniczenia interpretacji danych.	K_W14, K_W15
	Umiejętności:	
P_U01	Student potrafi zaplanować działania content marketingowe, uwzględniając cele organizacji, grupę docelową, ścieżkę klienta, kanały komunikacji i rodzaje treści.	K_U12, K_U14
P_U02	Student potrafi przygotować i dostosować treści marketingowe do specyfiki wybranej grupy odbiorców i kanału komunikacji, wykorzystując zasady tworzenia angażującego przekazu.	K_U05, K_U07
P_U03	Student potrafi analizować dane dotyczące aktywności użytkowników i skuteczności treści w mediach społecznościowych, interpretować najważniejsze wskaźniki oraz formułować na ich podstawie proste rekomendacje dotyczące działań marketingowych.	K_U06, K_U12
	Kompetencje społeczne:	
P_K01	Student jest gotów do odpowiedzialnego i etycznego wykorzystywania mediów społecznościowych oraz danych o odbiorcach w działalności marketingowej organizacji.	K_K04
P_K02	Student jest gotów do współpracy w zespole przy planowaniu, realizacji i ocenie działań content marketingowych oraz do uwzględniania różnych perspektyw odbiorców.	K_K01
P_K03	Student jest gotów do krytycznej oceny skuteczności własnych działań komunikacyjnych oraz do systematycznego rozwijania kompetencji związanych z marketingiem cyfrowym i analityką danych.	K_K09

TREŚCI KSZTAŁCENIA

Lp.	Wykład:	Odniesienie do przedmiotowych efektów uczenia się
W1	**Content marketing – istota i znaczenie** • pojęcie content marketingu; • rozwój marketingu treści; • content marketing a tradycyjna komunikacja marketingowa; • cele content marketingu; • znaczenie treści w budowaniu marki; • content marketing a sprzedaż i relacje z klientami; • miejsce content marketingu w strategii marketingowej organizacji.	P_W01, P_W02
W2	**Odbiorca treści i strategia komunikacji** • określanie grup docelowych; • persona marketingowa; • potrzeby i zachowania odbiorców; • ścieżka klienta (customer journey); • etapy lejka marketingowego; • dopasowanie treści do etapu procesu zakupowego; • personalizacja komunikacji.	P_W01, P_W02
W3	**Strategia content marketingowa** • elementy strategii content marketingowej; • określanie celów; • dobór grup docelowych; • dobór kanałów; • rodzaje treści; • kalendarz publikacji; • spójność komunikacji; • mierzenie realizacji celów.	P_W01, P_W02
W4	**Formy i rodzaje treści marketingowych** • teksty i artykuły; • grafiki i infografiki; • materiały wideo; • podcasty; • webinary; • newslettery; • treści edukacyjne, informacyjne i sprzedażowe; • treści generowane przez użytkowników (UGC).	P_W01, P_W02
W5	**Media społecznościowe w działalności organizacji** • charakterystyka mediów społecznościowych; • różnice między poszczególnymi platformami; • dobór kanałów do grupy docelowej; • organiczna i płatna komunikacja; • budowanie społeczności wokół marki; • social selling; • influencer marketing.	P_W01, P_W02
W6	**Tworzenie angażujących treści** • zasady konstruowania przekazu; • storytelling; • język korzyści; • call to action; • angażowanie odbiorców; • formaty interaktywne;	P_W01, P_W02, P_W03

	• zasady tworzenia treści dla urządzeń mobilnych; • podstawy SEO i optymalizacji treści.	
W7	**Algorytmy i zasięg treści** • mechanizmy dystrybucji treści w mediach społecznościowych; • zasięg organiczny i płatny; • zaangażowanie użytkowników; • znaczenie regularności publikacji; • czynniki wpływające na widoczność treści; • ograniczenia i ryzyka związane z uzależnieniem komunikacji od platform cyfrowych.	P_W01, P_W02, P_W03
W8-10	**Social Media Analytics** • istota analityki mediów społecznościowych; • źródła danych; • wskaźniki; • zasięg (reach); • wyświetlenia/impressions; • zaangażowanie (engagement); • współczynnik zaangażowania; • kliknięcia i CTR; • konwersje; • wzrost liczby obserwujących; • analiza ruchu i zachowań użytkowników	P_W01, P_W02, P_W03
W12	**Interpretacja danych i ocena skuteczności** • KPI w marketingu cyfrowym; • dobór wskaźników do celów marketingowych; • analiza wyników kampanii; • porównywanie wyników; • identyfikowanie trendów; • analiza skuteczności poszczególnych formatów treści; • wyciąganie wniosków z danych; • formułowanie rekomendacji.	P_W01, P_W02, P_W03
W13-W14	**Etyka, bezpieczeństwo i odpowiedzialność w social media** • etyczne aspekty komunikacji marketingowej; • prywatność i dane użytkowników; • transparentność komunikacji; • oznaczanie treści reklamowych; • dezinformacja i fake news; • odpowiedzialność za publikowane treści; • kryzysy w mediach społecznościowych.	P_W01, P_W02, P_W03
Lp.	**Ćwiczenia:**	**Odniesienie do przedmiotowych efektów uczenia się**
Ćw1	**Analiza obecności marki w mediach społecznościowych** • identyfikacja kanałów komunikacji; • określenie grup docelowych; • analiza rodzaju publikowanych treści; • ocena spójności komunikacji; • identyfikacja mocnych i słabych stron.	P_U01, P_U02, P_U03, P_K01, P_K02, P_K03
Ćw2	**Persona i customer journey** • tworzenie persony; • określanie potrzeb i problemów odbiorcy; • identyfikacja punktów kontaktu z marką; • dopasowanie treści do etapów ścieżki klienta.	P_U01, P_U02, P_U03, P_K01, P_K02, P_K03

Ćw3	**Projektowanie strategii content marketingowej** • określenie celu; • wybór grupy docelowej; • dobór kanałów; • określenie rodzajów treści; • ustalenie częstotliwości publikacji; • określenie KPI.	P_U01, P_U02, P_U03, P_K01, P_K02, P_K03
Ćw4	**Tworzenie treści marketingowych** • tworzenie nagłówków; • copywriting; • język korzyści; • CTA; • storytelling; • dostosowanie treści do odbiorcy.	P_U01, P_U02, P_U03, P_K01, P_K02, P_K03
Ćw5	**Content dla różnych platform** • dostosowanie treści do specyfiki platformy; • różnice w długości i formie komunikatów; • dobór formatów; • zasady publikacji; • cross-posting i recykling treści.	P_U01, P_U02, P_U03, P_K01, P_K02, P_K03
Ćw6	**Kalendarz contentowy** • planowanie publikacji; • dobór tematów; • częstotliwość publikacji; • formaty treści; • przypisanie treści do etapów lejka marketingowego.	P_U01, P_U02, P_U03, P_K01, P_K02, P_K03
Ćw7	**Analiza statystyk social media** • analiza zasięgu; • analiza wyświetleń; • analiza zaangażowania; • analiza kliknięć; • analiza wzrostu społeczności; • porównanie wyników różnych publikacji.	P_U01, P_U02, P_U03, P_K01, P_K02, P_K03
Ćw8	**KPI i mierzenie skuteczności** • dobór KPI do celów; • analiza wskaźników efektywności; • rozróżnienie wskaźników aktywności i rezultatów; • ocena skuteczności poszczególnych treści.	P_U01, P_U02, P_U03, P_K01, P_K02, P_K03
Ćw9	**Analiza kampanii marketingowej** • określenie celu kampanii; • analiza wyników; • identyfikacja najlepiej i najsłabiej działających treści; • analiza zachowania odbiorców; • formułowanie wniosków.	P_U01, P_U02, P_U03, P_K01, P_K02, P_K03
Ćw11-Ćw12	**Optymalizacja działań content marketingowych** • identyfikacja problemów; • analiza danych; • testowanie różnych formatów treści; • A/B testing – podstawy; • optymalizacja publikacji;	P_U01, P_U02, P_U03, P_K01, P_K02, P_K03

	• formułowanie rekomendacji.	
Ćw13-Ćw14	**Social media a sytuacje kryzysowe** • identyfikacja kryzysu; • monitoring komentarzy i opinii; • zasady komunikacji kryzysowej; • reagowanie na negatywne komentarze; • przygotowanie odpowiedzi; • analiza konsekwencji komunikacyjnych.	P_U01, P_U02, P_U03, P_K01, P_K02, P_K03
Lp.	**Praca własna:**	**Odniesienie do przedmiotowych efektów uczenia się**
PW1	Przygotowanie się do zaliczenia przedmiotu w formie pisemnej.	P_W01, P_W02, P_W03
PW2	Opracowanie projektu i wykonywanie bieżących ćwiczeń w ramach realizowanych zajęć.	P_U01, P_U02, P_U03, P_K01, P_K02, P_K03

LITERATURA PRZEDMIOTU ORAZ INNE MATERIAŁY DYDAKTYCZNE

Literatura podstawowa przedmiotu:

– Bakalarska-Stankiewicz J., Content marketing: od strategii do efektów, Helion, Gliwice 2020.
– Meerman Scott D., Nowe zasady marketingu i PR: jak poprzez social media, podcasty, content marketing, newsjacking oraz sztuczną inteligencję dotrzeć bezpośrednio do kupujących, MT Biznes, Warszawa 2022.

Literatura uzupełniająca przedmiotu:

– Kotarbiński J., Marka 5.0: człowiek i technologie: jak tworzą nowe wartości?, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2021.
– E-marketing: współczesne trendy, pod red. Jarosława Królewskiego i Pawła Sali, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2021.

Inne materiały dydaktyczne:

– Materiały przygotowane przez prowadzącego.

OGÓLNE INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE		
NAZWA PRZEDMIOTU:	**Psychologia zachowań konsumenckich**	
Nazwa kierunku studiów, poziom kształcenia:	**Zarządzanie, studia I stopnia**	
Profil kształcenia:	**OGÓLNOAKADEMICKI**	
Nazwa specjalności:	**Marketing**	
Rodzaj modułu kształcenia:	**Specjalnościowy / do wyboru / powiązany z przygotowaniem do prowadzenia badań naukowych**	
Punkty ECTS:	**5 ECTS**	
Wymiar godzin:	**125 h**	
Sposoby weryfikacji i oceny efektów uczenia:	**Zaliczenie z oceną**	

PRZEDMIOTOWE EFEKTY UCZENIA SIĘ Z ODNIESIEM DO EFEKTÓW UCZENIA SIĘ DLA KIERUNKU		
Lp.	**Opis przedmiotowych efektów uczenia się**	**Odniesienie do efektu kierunkowego**
	Wiedza - w zaawansowanym stopniu:	
P_W01	Zna teorie psychologiczne z obszaru zachowań konsumenckich oraz w działalności reklamowej i marketingowej.	K_W01, K_W10
P_W02	Zna mechanizmy kształtowania zachowań konsumenckich (formułowanie werbalnych i pozawerbalnych bodźców reklamowych).	K_W10
P_W03	Zna nowe trendy w reklamie; wie jak współcześnie kształtowane są preferencje konsumenckie.	K_W10, K_W21
P_W04	Zna zagrożenia psychologiczne dla konsumentów wynikające z działalności reklamowej i marketingowej.	K_W10, K_W21
	Umiejętności:	
P_U01	Potrafi wytyczyć główne strategie i przedsięwzięcia związane ze skuteczną działalnością marketingową.	K_U04, K_U10
P_U02	Potrafi wyjaśnić efektywność komunikatu reklamowego w kontekście wiedzy z zakresu psychologii społecznej, psychologii poznawczej, psychologii emocji i motywacji.	K_U03, K_U07
P_U03	Potrafi wykorzystać psychologiczną wiedzę o uwarunkowaniach spostrzegania i rozumienia przekazów reklamowych; potrafi opisać zasady konstruowania reklam, potrafi napisać perswazyjny tekst reklamowy.	K_U01, K_U03
	Kompetencje społeczne:	
P_K01	Jest gotów do wykorzystania wiedzy i umiejętności z zakresu psychologii konsumenta do realizacji społecznie pożytecznych celów i wartości.	K_K03, K_K07
P_K02	Jest gotów uznawać etyczną stronę oddziaływań marketingowych; jest gotów do obrony psychologicznych dóbr konsumentów.	K_K04

TREŚCI KSZTAŁCENIA		
Lp.	**Wykład:**	**Odniesienie do przedmiotowych efektów uczenia się**
W1	Zachowania konsumenckie jako dziedzina badań naukowych– definicje i kluczowe teorie; reklama jako składnik działalności marketingowej; pojęcie marketing mix. Planowanie produktu, miejsca sprzedaży, ceny i reklamy. Modele zachowań konsumenckich. Różne podejście do opisu środowiska rynkowego.	P_W01

W2	Procesy poznawcze a skuteczność oddziaływań marketingowych: rola uwagi, procesy świadome i automatyczne; brak uwagi odbiorcy a skuteczność reklamy.	P_W02, P_W03
W3	Percepcja reklamy: progi percepcji, spostrzeganie podprogowe i peryferyczne, reklama podprogowa - badania i kontrowersje; zasady konstrukcji reklam w świetle wiedzy psychologicznej. Procesy podświadome w percepcji reklamy (badania neuropsychologiczne); specjalizacja półkul mózgowych w przetwarzaniu informacji rysunkowej, werbalnej; implikacje dla tworzenia elementów werbalnych i obrazowych w reklamie. Nowe trendy w badaniach marketingowych: neuromarketing, możliwości i ograniczenia.	P_W02, P_W03, P_U02
W4	Psychologia spostrzegania i konstruowanie reklam. Wrażliwość zmysłowa konsumenta: próg bodźca (próg różnicy i prawo Webera; strategia zmniejszania wymiaru bodźca (downsizing), strategia zwiększania wymiaru bodźca (upsizing). Prawo Webera w strategiach cenowych obniżania i podwyższania ceny produktu.	P_W02, P_W03, P_U02
W5	Pamięć a zachowania konsumenckie: kontekst, miejsce w szeregu. Hamowanie retroaktywne i proaktywne a przypominanie bodźców marketingowych, sieciowe modele pamięci -wskazówki przywoływania reklamy. Poznawcze i praktyczne implikacje tworzenia fałszywej pamięci konsumentów.	P_W02, P_W03
W6	Uczenie się a zachowania konsumenckie. Warunkowanie klasyczne i instrumentalne w strategiach marketingowych: warunkowanie klasyczne w reklamie, warunkowanie instrumentalne w strategiach promocyjnych (bodźce różnicujące, wzmacnianie nieregularne w stosowaniu rabatu, regulowanie zachowań konsumentów w supermarkecie).	P_W02, P_W03
W7	Wyobraźnia konsumenta: techniki uruchamiania wyobraźni - język reklamy: zdania proste, zdania złożone, informacje i quasi informacje, zmiękczanie hasła reklamowego, język wcześniejszego porozumienia słowa klucze zwiększające uległość konsumentów.	P_W02, P_W03
W8	Emocje konsumenta w kontekście reklamy i marketingu: emocje a percepcja reklamy i sprawność procesów myślowych; emocje a pamięć reklamy; wzbudzanie emocji; emocje pozytywne i negatywne a efektywność reklamy. Reklamy warunkowane lękiem.	P_W02, P_W03
W9	Motywacja w reklamie i marketingu: struktura potrzeb konsumenta a bodźce marketingowe. Potrzeby i pragnienia konsumentów w strategiach marketingowych, marketingowa krótkowzroczność. Modele motywacji konsumenckiej: wartości i style życia – VALS 2 i model Censydiam.	P_W02, P_W03
W10	Racjonalne decyzje konsumenckie: natura decyzji konsumenckich, zewnętrzne i wewnętrzne źródła informacji konsumenta; wnioskowanie o jakości produktu, kupowanie planowanie, strategie kupowania, kupowanie powtarzane, pojęcie marki i przywiązania do marki.	P_W01
W11-W12	Impulsywne decyzje konsumenckie: kupowanie nieplanowane i jego natura, zabiegi marketingowe w miejscu sprzedaży a kupowanie nieplanowane, manipulacja ceną produktu a kupowanie nieplanowane, uzależnienie od kupowania, kupowanie kompulsywne. Dysonans pozakupowy: źródła dysonansu pozakupowego i sposoby jego redukcji, konsekwencje dysonansu pozakupowego.	P_W02, P_W03
W13	Psychograficzna i demograficzna segmentacja rynku. Odbiorca reklamy a efektywność przekazu: cechy odbiorcy: płeć, wiek, wykształcenie, osobowość. Mikroekonomiczna teoria różnicowania ceny jako przejaw segmentacji ze względu na dochód.	P_W01, P_W02
W14	Prawne uwarunkowania działalności marketingowej i dobra psychologicznego konsumentów: reklama sprzeczna z dobrymi obyczajami i uchybiająca godności człowieka; reklama wprowadzająca w błąd, nierzeczowa, ukryta, uciążliwa, porównawcza; reklama podprogowa. Działalność KOMISJI ETYKI REKLAMY.	P_W04
Lp.	**Ćwiczenia:**	**Odniesienie do przedmiotowych efektów uczenia się**
Ćw1-Ćw2	Reklama społeczna: specyfika reklamy społecznej, emocje w reklamie społecznej, spostrzeganie reklamy społecznej i jej efektywność. Konstruowanie kampanii poświęconych wybranym obszarom społecznym.	P_U01, P_U02, P_K01, P_K02
Ćw3-Ćw4	Techniki wpływu społecznego w reklamie; nadawca reklamy a efektywność przekazu reklamowego: cechy nadawcy; wiarygodność i jej uwarunkowania; podobieństwo do odbiorcy, atrakcyjność fizyczna; atrakcyjność społeczna: efekty znajomości, przeniesionego autorytetu, naśladownictwa, identyfikacji.	P_U02, P_K02

Ćw5	Schematy poznawcze w reklamie: stereotypizacja, psychologiczne wizerunki kobiety i mężczyzny w reklamie: typologie kobiet i mężczyzn w reklamie - cechy nadawcy reklamy a cechy produktu; psychologiczne konsekwencje percepcji reklam z wykorzystaniem wybranych stereotypów.	P_U02, P_K02
Ćw6	Tworzenia przekazu wzbudzającego emocje, wykorzystanie bodźców seksualnych i awersyjnych: możliwości i ograniczenia; schemat dziecięcości - dyskusja etyczna.	P_U01, P_K02
Ćw7-Ćw10	Nowe trendy w marketingu: neuromarketing, marketing sensoryczny, marketing partyzancki, marketing wirusowy, marketing szeptany, ambient media, mapping, sztuczna inteligencja w działalności reklamowej.	P_U01, P_K02
Ćw11-Ćw12	Elementy marketingu politycznego: wizerunek polityka i slogan polityczny.	P_U01
Ćw13-Ćw14	Warsztat: tworzenie sloganów reklamowych z wykorzystaniem wiedzy o psychologicznych prawidłach przekazu reklamowego z uwzględnieniem segmentacji psychograficznej.	P_U01, P_U02, P_K01, P_K02
Lp.	**Praca własna:**	**Odniesienie do przedmiotowych efektów uczenia się**
PW1	Opracowanie wybranego zagadnienia z obszaru psychologii konsumenckiej.	P_W01-04, P_U01-U03, P_K01-02
PW2	Indywidualne opracowanie wybranego zagadnienia z obszaru psychologii konsumenckiej.	P_W01-04, P_U01-U03, P_K01-02

LITERATURA PRZEDMIOTU ORAZ INNE MATERIAŁY DYDAKTYCZNE

Literatura podstawowa przedmiotu:

- Falkowski, A., Zaleśkiewicz, T., Psychologia poznawcza w praktyce. Ekonomia, Biznes, Polityka, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2020.
- Razmus W., Psychologia zachowań konsumenckich, [w:] B. Rożnowski, P. Fortuna, Psychologia biznesu, Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2020, s. 469-484.
- Stasiuk, D., Maison, D.. *Psychologia konsumenta*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2022.

Literatura uzupełniająca przedmiotu:

- Doliński, D., Psychologiczne mechanizmy reklamy, GWP, Gdańsk 2010.
- Heath R., Uwieść podświadomość: psychologia reklamy, Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne, Sopot 2014.

OGÓLNE INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE	
NAZWA PRZEDMIOTU:	**Marketing międzynarodowy**
Nazwa kierunku studiów, poziom kształcenia:	**Zarządzanie, studia I stopnia**
Profil kształcenia:	**OGÓLNOAKADEMICKI**
Nazwa specjalności:	**Marketing**
Rodzaj modułu kształcenia:	**Specjalnościowy / powiązany z przygotowaniem do prowadzenia badań**
Punkty ECTS:	**5 ECTS**
Wymiar godzin:	**125 h**
Sposoby weryfikacji i oceny efektów uczenia:	**Zaliczenie z oceną**

PRZEDMIOTOWE EFEKTY UCZENIA SIĘ
Z ODNIESIEM DO EFEKTÓW UCZENIA SIĘ DLA KIERUNKU

Lp.	Opis przedmiotowych efektów uczenia się	Odniesienie do efektu kierunkowego
	Wiedza:	
P_W01	Student zna w zaawansowanym stopniu uwarunkowania kulturowe, polityczne i ekonomiczne wpływające na działalność marketingową.	K_W03
P_W02	Student zna w zaawansowanym stopniu strategie standaryzacji i adaptacji elementów marketingu-mix na rynkach zagranicznych.	K_W18
	Umiejętności:	
P_U01	Student potrafi analizować otoczenie międzynarodowe oraz prowadzić badania marketingowe w tym dobierać źródła danych i metody badawcze oraz interpretować ich wyniki w kontekście decyzji marketingowych.	K_U02, K_U03
P_U02	Student potrafi projektować i oceniać strategie marketingowe na rynkach zagranicznych, w tym dokonywać segmentacji i wyboru rynku docelowego, uwzględniać uwarunkowania kulturowe oraz podejmować decyzje dotyczące form wejścia na rynek oraz stopnia standaryzacji i adaptacji działań marketingowych.	K_U03, K_U14
	Kompetencje społeczne:	
P_K01	Student jest gotów do uwzględniania różnic kulturowych w podejmowaniu decyzji marketingowych.	K_K06

TREŚCI KSZTAŁCENIA

Lp.	Wykład:	Odniesienie do przedmiotowych efektów uczenia się
W1	Istota i zakres marketingu międzynarodowego — różnice między marketingiem krajowym a MM; modele internacjonalizacji.	P_W01, P_W02
W2	Analiza otoczenia międzynarodowego.	P_W01, P_W02
W3	Badania marketingowe na rynkach zagranicznych — metody pierwotne i wtórne; źródła danych.	P_W01, P_W02
W4	Segmentacja i targeting na rynkach zagranicznych — kryteria makro (kraj) i mikro (konsument); pozycjonowanie globalne vs. lokalne.	P_W01, P_W02
W5	Kultura jako determinanta zachowań konsumenckich — modele Hofstede, Trompenaars, GLOBE; wymiary kulturowe w praktyce marketingowej.	P_W01, P_W02
W6	Różnice i zbieżności kulturowe — homogenizacja vs. dywergencja kultury; efekt kraju pochodzenia.	P_W01, P_W02

W7	Strategie wejścia na rynki zagraniczne — eksport, franchising, joint venture, inwestycje bezpośrednie (FDI), platformy e-commerce; kryteria wyboru.	P_W01, P_W02
W8	Standaryzacja vs. adaptacja strategii marketingowej — podejście globalne, lokalne, glokalne; decyzje dotyczące trade-off kosztów i lokalnej trafności.	P_W01, P_W02
W9	Produkt, cena i marka w marketingu międzynarodowym — globalne vs. lokalne marki, private label; strategie zarządzania portfelem produktów na wielu rynkach.	P_W01, P_W02
W10	Międzynarodowa polityka cenowa. Determinanty cen na rynkach zagranicznych, różnice siły nabywczej, kursy walut, inflacja, podatki i cła oraz strategie cenowe przedsiębiorstw działających na wielu rynkach.	P_W01, P_W02
W11	Międzynarodowa komunikacja marketingowa. Specyfika komunikacji międzykulturowej, dobór przekazu i kanałów komunikacji, reklama międzynarodowa oraz dostosowanie komunikacji do lokalnych norm, wartości i regulacji.	P_W01, P_W02
W12	Zarządzanie marką na rynkach międzynarodowych. Budowanie globalnej wartości marki, architektura marek międzynarodowych, lokalizacja identyfikacji marki oraz zarządzanie reputacją przedsiębiorstwa w różnych krajach.	P_W01, P_W02
W13	Marketing cyfrowy i e-commerce na rynkach zagranicznych. Platformy cyfrowe jako kanał internacjonalizacji, transgraniczna sprzedaż internetowa, lokalizacja stron i kampanii cyfrowych oraz wykorzystanie danych klientów w marketingu międzynarodowym.	P_W01, P_W02
W14	Ryzyko i efektywność działalności marketingowej na rynkach zagranicznych. Ryzyko polityczne, ekonomiczne, walutowe i kulturowe, metody jego identyfikacji i ograniczania oraz mierniki oceny skuteczności międzynarodowych działań marketingowych.	P_W01, P_W02
Lp.	**Ćwiczenia:**	**Odniesienie do przedmiotowych efektów uczenia się**
Ćw1	Identyfikacja zróżnicowania otoczenia marketingowego w skali międzynarodowej	P_U01, P_U02, P_K01
Ćw2	Kryteria wyboru rynku zagranicznego w oparciu o analizę CAGE	P_U01, P_U02, P_K01
Ćw3	Analiza SWOT i strategia wejścia na podstawie studium przypadku IKEA w Indiach	P_U01, P_U02, P_K01
Ćw4	System dystrybucji na rynku docelowym – możliwości zastosowania najnowszych rozwiązań technologicznych i organizacyjnych	P_U01, P_U02, P_K01
Ćw5	Etos pracy w perspektywie międzynarodowej – case: współpraca z inwestorem koreańskim	P_U01, P_U02, P_K01
Ćw6	Różnicowanie strategii marketingowych na rynku międzynarodowym – rozpoznanie doświadczeń korporacji transnarodowych	P_U01, P_U02, P_K01
Ćw7	Fenomen McDonalds – uwarunkowania standaryzacji i przymus glokalizacji?	P_U01, P_U02, P_K01
Ćw8	Analiza atrakcyjności rynku zagranicznego.	P_U01, P_U02, P_K01
Ćw9	Badania marketingowe na rynku zagranicznym.	P_U01, P_U02, P_K01
Ćw10	Projekt segmentacji i wyboru rynku docelowego.	P_U01, P_U02, P_K01
Ćw11	Międzynarodowa polityka cenowa – analiza przypadku.	P_U01, P_U02, P_K01
Ćw12	Projekt międzynarodowej kampanii komunikacyjnej.	P_U01, P_U02, P_K01

Ćw13	Lokalizacja marki i produktu na rynku zagranicznym.	P_U01, P_U02, P_K01
Ćw14	Ocena ryzyka i efektywności strategii marketingowej.	P_U01, P_U02, P_K01
Lp.	**Praca własna:**	**Odniesienie do przedmiotowych efektów uczenia się**
PW1	Przygotowanie pracy pisemnej dotyczącej obszaru marketingu międzynarodowego.	P_U01, P_U02, P_K01, P_K02
PW2	Przygotowanie się do zaliczenia przedmiotu.	P_W01, P_W02

LITERATURA PRZEDMIOTU ORAZ INNE MATERIAŁY DYDAKTYCZNE

Literatura podstawowa przedmiotu:

- Kotler P., Keller K. L., Marketing, Dom Wydawniczy Rebis, Poznań 2025.
- Bartosik-Purgat M., Guzek M., (red.) International Business and Culture. Challenges in Cross-Cultural Marketing and Management, Routledge, 2024
- Hofstede G., Hofstede G. J., Minkov M.: Kultury i organizacje. Zaprogramowanie umysłu. PWE, Warszawa 2022.
- Wiktor J. W., Oczkowska R., Żbikowska A.: Marketing międzynarodowy. Nowe kierunki i wyzwania. Warszawa: PWE, 2022.

Literatura uzupełniająca przedmiotu:

- Czinkota M. R., Ronkainen I. A., Marketing międzynarodowy, PWE, Warszawa 2021.
- Mruk H., Zarządzanie marketingowe. Strategie – procesy – narzędzia, PWE, Warszawa 2022.

Inne materiały dydaktyczne:

- Prezentacje multimedialne

Specjalność: ZARZĄDZANIE ORGANIZACJĄ

OGÓLNE INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE	
NAZWA PRZEDMIOTU:	**Zarządzanie procesami logistycznymi w gospodarce**
Nazwa kierunku studiów, poziom kształcenia:	**Zarządzanie, studia I stopnia**
Profil kształcenia:	**OGÓLNOAKADEMICKI**
Nazwa specjalności:	**Zarządzanie organizacją**
Rodzaj modułu kształcenia:	**Specjalnościowy / powiązany z przygotowaniem do prowadzenia badań**
Punkty ECTS:	**5 ECTS**
Wymiar godzin:	**125 h**
Sposoby weryfikacji i oceny efektów uczenia:	**Egzamin**

PRZEDMIOTOWE EFEKTY UCZENIA SIĘ Z ODNIESIEM DO EFEKTÓW UCZENIA SIĘ DLA KIERUNKU		
Lp.	**Opis przedmiotowych efektów uczenia się**	**Odniesienie do efektu kierunkowego**
	Wiedza:	
P_W01	Zna w zaawansowanym stopniu definicje i opisuje istotę oraz funkcje systemu logistycznego przedsiębiorstwa. Umie określić cel i zakres współczesnej logistyki w przedsiębiorstwie i gospodarce.	K_W01, K_W02
P_W02	Zna w zaawansowanym stopniu zadania współczesnej logistyki w organizacji i gospodarce.	K_W09
P_W03	Zna w zaawansowanym stopniu metody i narzędzia realizacji procesów logistycznych.	K_W18, K_W19
	Umiejętności:	
P_U01	Potrafi zaprojektować i opisać proces logistyczny i wskazywać możliwości doskonalenia procesu.	K_U10, K_U16
P_U02	Potrafi zidentyfikować elementy projektowanego procesu logistycznego i potrafi je analizować.	K_U01
	Kompetencje społeczne:	
P_K01	Jest gotów do uznawania roli wiedzy w ocenie procesów logistycznych.	K_K07
P_K02	Jest gotów do działań na rzesz środowiska lokalnego w zakresie rozwiązań logistycznych.	K_K02, K_K03

TREŚCI KSZTAŁCENIA		
Lp.	**Wykład:**	**Odniesienie do przedmiotowych efektów uczenia się**
W1	Geneza, istota, definicja i przyczyny rozwoju logistyki. Podstawowe aspekty i orientacje nowoczesnej koncepcji logistyki i jej znaczenie dla gospodarki.	P_W01
W2	Zarządzanie logistyczne w przedsiębiorstwie. System logistyczny. Relacje systemu przedsiębiorstwa z logistyką w gospodarce.	P_W01, P_W03
W3	Organizacja logistyki w przedsiębiorstwie. Założenia projektu logistycznego w ujęciu relacji z otoczeniem gospodarczym.	P_W02, P_W03
W4	Zarządzanie systemem logistycznym w przedsiębiorstwie. Logistyka jako instrument racjonalizacji i obniżki kosztów przedsiębiorstwa. Wpływ sprawności logistyki przedsiębiorstwa na logistykę w gospodarce.	P_W01, P_W02
W5	Proces logistyczny jako przedmiot zarządzania. Identyfikacja i klasyfikacja procesów logistycznych, wejścia i wyjścia procesu, uczestnicy procesu oraz zależności między procesami zaopatrzenia, produkcji, magazynowania i dystrybucji.	P_W01, P_W02

W6	Zarządzanie przepływem materiałów i informacji. Integracja przepływów rzeczowych, informacyjnych i finansowych oraz znaczenie informacji dla koordynacji procesów logistycznych w przedsiębiorstwie i gospodarce.	P_W01, P_W02, P_W03
W7	Logistyka zaopatrzenia i zarządzanie dostawami. Organizacja procesów zaopatrzeniowych, wybór i ocena dostawców, planowanie dostaw oraz zarządzanie relacjami z dostawcami.	P_W02, P_W03
W8	Logistyka produkcji i zarządzanie przepływem wewnętrznym. Organizacja przepływu materiałów w procesach produkcyjnych, synchronizacja dostaw z produkcją oraz koncepcje Just in Time, Lean Logistics i Kanban.	P_W02, P_W03
W9	Logistyka magazynowania i gospodarka zapasami. Funkcje magazynów, organizacja procesów magazynowych, klasyfikacja zapasów, metody sterowania zapasami oraz równoważenie poziomu zapasów i kosztów logistycznych.	P_W02, P_W03
W10	Logistyka dystrybucji i obsługi przepływu produktów. Projektowanie kanałów dystrybucji, organizacja transportu i dostaw, poziom obsługi klienta oraz integracja procesów dystrybucyjnych z pozostałymi procesami logistycznymi.	P_W01, P_W02, P_W03
W11	Zarządzanie łańcuchem dostaw i integracja procesów logistycznych. Istota Supply Chain Management, współpraca uczestników łańcucha dostaw, koordynacja procesów międzyorganizacyjnych oraz znaczenie integracji dla konkurencyjności gospodarki.	P_W01, P_W02
W12	Cyfryzacja i automatyzacja procesów logistycznych. Wykorzystanie systemów ERP, WMS, TMS, IoT, RFID, sztucznej inteligencji i analityki danych w monitorowaniu, planowaniu i optymalizacji procesów logistycznych.	P_W02, P_W03
W13	Zarządzanie ryzykiem i ciągłością procesów logistycznych. Źródła ryzyka w procesach logistycznych, zakłócenia dostaw, ryzyko transportowe i informacyjne oraz metody zwiększania odporności i ciągłości łańcuchów dostaw.	P_W02, P_W03
W14	Logistyka zrównoważona i logistyka w gospodarce o obiegu zamkniętym. Ograniczanie wpływu procesów logistycznych na środowisko, reverse logistics, logistyka zwrotów, ekoprojektowanie przepływów oraz znaczenie ESG i gospodarki cyrkularnej.	P_W01, P_W02, P_W03
Lp.	**Ćwiczenia:**	**Odniesienie do przedmiotowych efektów uczenia się**
Ćw1	Cele procesów logistycznych w przedsiębiorstwie i w gospodarce.	P_U01, P_K01, P_K02
Ćw2	Struktura systemu i procesu logistycznego, odpowiedzialność za proces. Umiejscowienie systemu logistycznego przedsiębiorstwa w łańcuchu dostaw.	P_U01, P_U02, P_K01, P_K02
Ćw3	Efektywność procesu logistycznego, miary efektywności. Kontekst gospodarki.	P_U01, P_U02, P_K01, P_K02
Ćw4	Analiza wyników oraz zarządzanie przebiegiem procesów logistycznych w otoczeniu gospodarczym.	P_U01, P_U02, P_K01, P_K02
Ćw5	Mapowanie procesu logistycznego. Identyfikacja etapów, uczestników, zasobów i przepływów w wybranym procesie logistycznym oraz opracowanie jego mapy procesowej.	P_U01, P_U02, P_K01, P_K02
Ćw6	Analiza przepływu materiałów i informacji. Identyfikacja zależności między przepływem rzeczowym i informacyjnym oraz wskazanie miejsc powstawania opóźnień, zakłóceń i strat.	P_U01, P_U02, P_K01, P_K02
Ćw7	Projekt procesu zaopatrzenia. Opracowanie procesu zaopatrzenia dla wybranego przedsiębiorstwa, obejmującego identyfikację potrzeb, wybór dostawców, planowanie dostaw oraz kryteria oceny dostawców.	P_U01, P_U02, P_K01, P_K02
Ćw8	Zarządzanie zapasami – analiza przypadku. Dobór sposobu sterowania zapasami, analiza poziomu zapasów oraz ocena zależności między kosztami utrzymania zapasów a poziomem obsługi procesów logistycznych.	P_U01, P_U02, P_K01, P_K02
Ćw9	Projekt organizacji procesu magazynowego. Opracowanie przebiegu przyjęcia, składowania, kompletacji i wydania towarów oraz identyfikacja możliwości usprawnienia procesu magazynowego	P_U01, P_U02, P_K01, P_K02
Ćw10	Projekt procesu dystrybucji. Dobór sposobu organizacji transportu i dystrybucji dla wybranego przedsiębiorstwa z uwzględnieniem kosztów, czasu realizacji i wymaganego poziomu obsługi klienta	P_U01, P_U02, P_K01, P_K02
Ćw11	Analiza i doskonalenie procesu logistycznego z wykorzystaniem Lean Logistics. Identyfikacja marnotrawstwa w procesie logistycznym oraz opracowanie propozycji jego ograniczenia z wykorzystaniem wybranych metod Lean	P_U01, P_U02, P_K01, P_K02

Ćw12	Projekt zintegrowanego łańcucha dostaw. Identyfikacja uczestników łańcucha dostaw, określenie ich funkcji i odpowiedzialności oraz zaprojektowanie przepływu materiałów i informacji między poszczególnymi ogniwami	P_U01, P_U02, P_K01, P_K02
Ćw13	Cyfryzacja procesu logistycznego. Analiza możliwości zastosowania systemów ERP, WMS, TMS, RFID, IoT lub narzędzi analitycznych w wybranym procesie logistycznym oraz ocena efektów ich zastosowania	P_U01, P_U02, P_K01, P_K02
Ćw14	Zarządzanie ryzykiem i doskonalenie procesu logistycznego. Identyfikacja potencjalnych zakłóceń w wybranym procesie, ocena ich wpływu oraz opracowanie działań zapobiegawczych i korygujących. Przygotowanie kompleksowego projektu doskonalenia procesu logistycznego	P_U01, P_U02, P_K01, P_K02
Lp.	**Praca własna:**	**Odniesienie do przedmiotowych efektów uczenia się**
PW1	Zapoznanie się z literaturą przedmiotu i przygotowuje się do egzaminu.	P_W01, P_W02, P_W03
PW2	Wykonanie zespołowego projektu w zakresie analizy realizowanych procesów logistycznych w wybranej organizacji i propozycji usprawnienia jednego z nich. Projekt uwzględnia otoczenie gospodarcze.	P_U01, P_U02, P_K01, P_K02

LITERATURA PRZEDMIOTU ORAZ INNE MATERIAŁY DYDAKTYCZNE

Literatura podstawowa przedmiotu:

– Szymonik A., Nowak I., *Współczesna logistyka*, Difin, Warszawa 2018.
– Kolasińska-Morawska K. (red.), *Zarządzanie logistyczne. Technologie i narzędzia*, Cz. 3, Wydawnictwo SAN, Łódź-Warszawa 2017.
– Richards G., *Zarządzanie logistyką magazynową*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2016.

Literatura uzupełniająca przedmiotu:

– Skowronek Cz., Saryusz-Wolski Z., *Logistyka w przedsiębiorstwie,* PWE, Warszawa 2012.
– Murphy P.R., Wood D. F., *Nowoczesna logistyka*, Wydawnictwo Onepress, Warszawa 2011.
– Rydzykowski W., *Usługi logistyczne. Teoria i praktyka*, Wyd. Instytut Logistyki, Poznań 2011.

Inne materiały dydaktyczne:

– prezentacje multimedialne.

Internet/ Czasopisma branżowe

– Eurologistics – dwumiesięcznik http://www.eurologistics.pl/
– Logistyka – dwumiesięcznik http://www.czasopismologistyka.pl/
– Logistyka a Jakość – dwumiesięcznik http://www.logisticus.pl
– Nowoczesny Magazyn – dwumiesięcznik http://www.logisticus.pl
– Transport i Spedycja – dwumiesięcznik http://www.logisticus.pl
– Spedycja Transport Logistyka – miesięcznik http://www.stl.pl/
– Gospodarka Materiałowa i Logistyka – miesięcznik http://www.pwe.com.pl/czasopismo.xml?group id=10117

Publikacje naukowe osób prowadzących zajęcia związane z tematyką modułu:

– Janczewska D., *Logistyka produkcji w ujęciu układu materialnego i niematerialnego w przedsiębiorstwie*, [w:] Zarządzanie logistyczne - technologie i narzędzia, „Przedsiębiorczość i Zarządzanie" T. XVII, t. 11, cz. III, Wydawnictwo Społecznej Akademii Nauk, Łódź 2016, ss. 43-57
– Janczewska D., *Postawy przedsiębiorcze w zarządzaniu marketingowo-logistycznym mikroprzedsiębiorstwem - ujęcie regionalne*, „Przedsiębiorczość-Edukacja", Nr 11, Uniwersytet Pedagogiczny w Krakowie, Kraków 2015, ss. 96-106.
– Janczewska D. (współautor: M. Brzozowska, K. Kolasińska-Morawska), *Zarządzanie konkurencyjnością mikroprzedsiębiorstwa w aspekcie kreowania strategii sukcesu*, [w:] *Wyzwania i perspektywy przedsiębiorczej organizacji. Koncepcje i metody zarządzania*, t. II, red. K. Łukasik, A. Puto, Wydawnictwo Wydziału Zarządzania Politechniki Częstochowskiej, Częstochowa 2017, ss. 124-134.

– Oprogramowanie: SPSS.

OGÓLNE INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE		
NAZWA PRZEDMIOTU:	**Rachunkowość w podejmowaniu decyzji menedżerskich**	
Nazwa kierunku studiów, poziom kształcenia:	**Zarządzanie, studia I stopnia**	
Profil kształcenia:	**OGÓLNOAKADEMICKI**	
Nazwa specjalności:	**Zarządzanie organizacją**	
Rodzaj modułu kształcenia:	**Specjalnościowy / powiązany z przygotowaniem do prowadzenia badań**	
Punkty ECTS:	**5 ECTS**	
Wymiar godzin:	**125 h**	
Sposoby weryfikacji i oceny efektów uczenia:	**Zaliczenie z oceną**	

PRZEDMIOTOWE EFEKTY UCZENIA SIĘ Z ODNIESIEM DO EFEKTÓW UCZENIA SIĘ DLA KIERUNKU		
Lp.	**Opis przedmiotowych efektów uczenia się**	**Odniesienie do efektu kierunkowego**
	Wiedza:	
P_W01	Zna rolę rachunkowości w procesie podejmowania decyzji menedżerskich, posiada wiedzę w zakresie klasyfikacji kosztów dla celów decyzyjnych w przedsiębiorstwie.	K_W11, K_W15
P_W02	Zna w zaawansowanym stopniu zasady wykorzystania informacji płynących z systemu rachunkowości zarządczej do podejmowania krótkookresowych decyzji w firmie.	K_W11, K_W15
	Umiejętności:	
P_U01	Potrafi przeprowadzić analizę koszt–wolumen–zysk (CVP), obliczyć jednostkowy koszt wytworzenia produktu oraz wyznaczać formuły cenowe.	K_U02, K_U06, K_U09, K_U11, K_U12
P_U02	Potrafi podejmować decyzje menedżerskie bazując na informacjach z systemu rachunkowości zarządczej.	K_U02, K_U06, K_U11, K_U12
	Kompetencje społeczne:	
P_K01	Jest gotów myśleć w sposób przedsiębiorczy oraz etyczny, identyfikując i rozstrzygając dylematy związane z wykonywaniem zawodu.	K_K05, K_K04

TREŚCI KSZTAŁCENIA		
Lp.	**Wykład:**	**Odniesienie do przedmiotowych efektów uczenia się**
W1	Rachunkowość finansowa a rachunkowość zarządcza – cele, odbiorcy i zakres informacyjny.	P_W01, P_W02
W2	Klasyfikacja kosztów na potrzeby podejmowania decyzji krótkoterminowych i długoterminowych.	P_W01, P_W02
W3	Zachowanie się kosztów – koszty stałe, zmienne i ich sprawność.	P_W01, P_W02
W4	Rachunek kosztów pełnych a rachunek kosztów zmiennych.	P_W01, P_W02
W5	Analiza Progu Rentowności (Break-Even Point – BEP) dla produkcji jedno- i wieloasortymentowej.	P_W01, P_W02
W6	Margines bezpieczeństwa i dźwignia operacyjna w planowaniu zysku.	P_W01, P_W02

W7	Rachunek kosztów działań (Activity-Based Costing – ABC) i zarządzanie kosztami działań (ABM).	P_W01, P_W02
W8	Decyzje operacyjne krótkookresowe (decyzje: „kupić czy wyprodukować", wycofanie wyrobu, cena minimalna).	P_W01, P_W02
W9	Budżetowanie w przedsiębiorstwie – funkcje, rodzaje i etapy sporządzania budżetu głównego.	P_W01, P_W02
W10	Kontrola budżetowa i analiza odchyleń kosztów bezpośrednich i pośrednich.	P_W01, P_W02
W11	Ośrodki odpowiedzialności w organizacji (ośrodki kosztów, przychodów, zysków i inwestycji).	P_W01, P_W02
W12	Ceny transferowe w relacjach wewnętrznych przedsiębiorstwa.	P_W01, P_W02
W13	Zrównoważona Karta Wyników (Balanced Scorecard – BSC) jako narzędzie kontroli strategicznej.	P_W01, P_W02
W14	Nowoczesne koncepcje zarządzania kosztami (Target Costing, Kaizen Costing, Lifecycle Costing).	P_W01, P_W02
Lp.	**Ćwiczenia:**	**Odniesienie do przedmiotowych efektów uczenia się**
Ćw1	Kategorie kosztów w rachunkowości zarządczej – identyfikacja i klasyfikacja kosztów według różnych kryteriów oraz określanie ich znaczenia dla podejmowania decyzji menedżerskich	P_U02, P_K01
Ćw2	Analiza progu rentowności i marży – obliczanie progu rentowności, stopy marży brutto oraz strefy bezpieczeństwa. Interpretacja wyników na potrzeby oceny sytuacji ekonomicznej przedsiębiorstwa.	P_U01, P_K01
Ćw3	Analiza koszt–wolumen–zysk (CVP) – wykorzystanie analizy CVP do oceny wpływu zmian wielkości sprzedaży, kosztów i cen na wynik finansowy przedsiębiorstwa. Formułowanie wniosków i rekomendacji menedżerskich.	P_U02, P_K1
Ćw4	Analiza kosztów istotnych i nieistotnych w procesie decyzyjnym – identyfikacja kosztów istotnych dla decyzji krótkookresowych oraz eliminowanie kosztów utopionych z rachunku decyzyjnego. Analiza wariantów decyzyjnych.	P_U02, P_K01
Ćw5	Decyzje dotyczące kontynuowania lub zaniechania produkcji – analiza kosztów i przychodów związanych z utrzymaniem lub likwidacją działalności oraz wybór korzystniejszego wariantu decyzyjnego.	P_U02, P_K01
Ćw6	Decyzje dotyczące dodatkowego zamówienia oraz „wytworzyć czy kupić" – analiza kosztów relewantnych i efektów ekonomicznych alternatywnych rozwiązań oraz wybór optymalnego wariantu działania.	P_U02, P_K01
Ćw7	Decyzje produkcyjne przy ograniczonych zasobach – ustalanie optymalnej struktury produkcji przy ograniczeniach zdolności produkcyjnych, materiałowych lub czasowych. Wybór wariantu zapewniającego maksymalną marżę pokrycia.	P_U01, P_U02, P_K01
Ćw8	Praca kontrolna 1 – sprawdzenie umiejętności klasyfikacji i analizy kosztów oraz zastosowania rachunku kosztów–wolumen–zysk w sytuacjach decyzyjnych.	P_U01, P_U02, P_K01
Ćw9	Rachunek kosztów pełnych i zmiennych w podejmowaniu decyzji – porównanie wyników przedsiębiorstwa przy zastosowaniu różnych metod rachunku kosztów oraz ocena ich przydatności w procesach decyzyjnych.	P_U01, P_U02, P_K01
Ćw10	Kalkulacja kosztu wytworzenia i ustalanie cen – obliczanie jednostkowego kosztu wytworzenia produktu oraz określanie dolnej granicy ceny. Dobór formuły cenowej do sytuacji przedsiębiorstwa	P_U02, P_K01
Ćw11	Budżetowanie operacyjne jako narzędzie wspierania decyzji menedżerskich – opracowanie budżetu sprzedaży, produkcji i kosztów oraz analiza wpływu przyjętych założeń na sytuację ekonomiczną przedsiębiorstwa	P_U02, P_K01
Ćw12	Analiza odchyleń kosztów i przychodów – obliczanie i interpretacja odchyleń wartości rzeczywistych od planowanych oraz identyfikacja przyczyn ich powstawania. Formułowanie rekomendacji dla menedżera.	P_U01, P_U02, P_K01
Ćw13	Decyzje inwestycyjne z wykorzystaniem informacji rachunkowych – analiza wariantów inwestycyjnych z uwzględnieniem nakładów, kosztów, przychodów i przewidywanych efektów ekonomicznych. Ocena opłacalności wariantów.	P_U01, P_U02, P_K01

Ćw14	Kompleksowe studium przypadku – rachunkowość zarządcza w procesie decyzyjnym – analiza sytuacji przedsiębiorstwa, identyfikacja problemu decyzyjnego, przygotowanie kalkulacji kosztów i przychodów, porównanie wariantów oraz sformułowanie rekomendacji menedżerskiej. Praca kontrolna 2 i egzamin	P_U01, P_U02, P_K01
Lp.	**Praca własna:**	**Odniesienie do przedmiotowych efektów uczenia się**
PW1	Gromadzenie informacji na zadany temat i rozwiązywanie zadań wykorzystujących informacje z systemu rachunkowości dla podejmowania decyzji menedżerskich.	P_W01, P_W02, P_U01, P_U02

LITERATURA PRZEDMIOTU ORAZ INNE MATERIAŁY DYDAKTYCZNE

Literatura podstawowa przedmiotu:

- Lew G., Maruszewska E., Szczypa P., *Rachunkowość zarządcza Od teorii do praktyki*, CeDeWu Sp. z o.o,, Warszawa 2023.
- Śnieżek, E. (red), *Rachunkowość. Podstawy. Wykłady, przykłady, zadania, testy.* Nieoczywiste, Warszawa 2022

Literatura uzupełniająca przedmiotu:

- Rutkowska, J., *Rachunek kosztów i rachunkowość zarządcza. Zadania*, Wydawnictwo Uniwersytetu Warszawskiego, Warszawa 2022.
- Szychta, A., Dobroszek, J., Kabalski, P.*, Rachunkowość zarządcza. Zadania i testy*, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź 2023.

Inne materiały dydaktyczne:

- Esposito, P., Antonucci, G., Palozzi, G., Fijałkowska, J., Cognitive systems for improving decision-making in the workplace, Management Decision 63 (10), 2025.
- prezentacje multimedialne i materiały przygotowane przez osobę prowadzącą wykłady i ćwiczenia

OGÓLNE INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE		
NAZWA PRZEDMIOTU:	**Organizacja i funkcjonowanie MŚP**	
Nazwa kierunku studiów, poziom kształcenia:	**Zarządzanie, studia I stopnia**	
Profil kształcenia:	**OGÓLNOAKADEMICKI**	
Nazwa specjalności:	**Zarządzanie organizacją**	
Rodzaj modułu kształcenia:	**Specjalnościowy / przygotowujący do prowadzenia badań naukowych**	
Punkty ECTS:	**5 ECTS**	
Wymiar godzin:	**125 h**	
Sposoby weryfikacji i oceny efektów uczenia:	**dr Krzysztof Kandefer, prof. SAN**	

PRZEDMIOTOWE EFEKTY UCZENIA SIĘ Z ODNIESIEM DO EFEKTÓW UCZENIA SIĘ DLA KIERUNKU		
Lp.	**Opis przedmiotowych efektów uczenia się**	**Odniesienie do efektu kierunkowego**
	Wiedza:	
P_W01	Zna w zaawansowanym stopniu składniki organizacji należących do sektora MSP.	K_W06
P_W02	Zna w zaawansowanym stopniu koncepcje teorii organizacji w odniesieniu do podmiotów MSP.	K_W07
P_W03	Zna w zaawansowanym stopniu istotę i znaczenie wybranych norm oraz standardów w poszczególnych obszarach działalności podmiotów MSP.	K_W18, K_W23
	Umiejętności:	
P_U01	Potrafi analizować funkcjonowanie gospodarczych podmiotów MSP, ich organizację i oferty.	K_U06
	Kompetencje społeczne:	
P_K01	Jest gotów przestrzegać etyki zawodowej i działać w sposób przedsiębiorczy.	K_K04, K_K10

TREŚCI KSZTAŁCENIA		
Lp.	**Wykład:**	**Odniesienie do przedmiotowych efektów uczenia się**
W1	Sektor MŚP w Polsce i UE – definicje, klasyfikacja i kryteria (zatrudnienie, obroty, suma bilansowa). Znaczenie gospodarcze MŚP.	P_W01, P_W02
W2	Podstawy prawne funkcjonowania MŚP: formy prawne działalności (JDG, spółki osobowe, sp. z o.o.), rejestracja w KRS/CEIDG, obowiązki formalno-prawne.	P_W01, P_W03
W3	Bariery wejścia i rozwoju MŚP na rynku polskim: regulacyjne, finansowe, kompetencyjne. Wsparcie instytucjonalne (PARP, BGK, fundusze UE).	P_W01, P_W02
W4	Struktury organizacyjne MŚP – typy, cechy szczególne małych firm. Cykl życia organizacji: faza powstania, wzrostu, dojrzałości, schyłku.	P_W01, P_W02
W5	Klasyfikacja mierników rozwoju MŚP – finansowe i niefinansowe, ilościowe i jakościowe. Wskaźniki rentowności, płynności, produktywności.	P_W01, P_W03
W6	Normy i standardy w MŚP: ISO 9001, ISO 14001, BHP, ESG. Rola certyfikacji w budowaniu wiarygodności i dostępie do rynków.	P_W02, P_W03
W7	Źródła finansowania MŚP – kapitał własny, kredyt bankowy, leasing, factoring, dotacje UE, fundusze VC/PE, crowdfunding. Dobór źródeł do fazy rozwoju.	P_W01, P_W03

W8	Polityka wspierania MŚP w Polsce i UE. Programy operacyjne 2021–2027. Rola MŚP na rynku pracy – zatrudnienie, samozatrudnienie, powiązania z rynkiem lokalnym.	P_W01, P_W02, P_W03
W9	Zarządzanie procesami w MŚP. Specyfika procesowego podejścia do zarządzania małym i średnim przedsiębiorstwem. Identyfikacja i organizacja podstawowych procesów operacyjnych, zarządczych i pomocniczych oraz możliwości ich doskonalenia.	P_W01, P_W02
W10	Zarządzanie zasobami ludzkimi w MŚP. Specyfika zatrudnienia w małych i średnich przedsiębiorstwach, podział kompetencji, rekrutacja, motywowanie i rozwój pracowników oraz rola właściciela i kadry zarządzającej.	P_W01, P_W02
W11	Marketing i zarządzanie relacjami z klientami w MŚP. Specyfika orientacji marketingowej małych przedsiębiorstw, kształtowanie oferty, obsługa klienta, budowanie relacji i wykorzystanie narzędzi marketingu cyfrowego.	P_W01, P_W02
W12	Cyfryzacja działalności MŚP. Wykorzystanie technologii cyfrowych, e-commerce, systemów informacyjnych, automatyzacji i analityki danych w organizacji i zarządzaniu małym i średnim przedsiębiorstwem.	P_W01, P_W02
W13	Zarządzanie ryzykiem i odpornością MŚP. Identyfikacja ryzyka finansowego, rynkowego, operacyjnego, prawnego i technologicznego oraz metody ograniczania ryzyka i zapewnienia ciągłości funkcjonowania przedsiębiorstwa.	P_W01, P_W02
W14	Internacjonalizacja i współpraca sieciowa MŚP. Formy ekspansji na rynki zagraniczne, współpraca przedsiębiorstw, klastry, sieci biznesowe i partnerstwa strategiczne jako instrumenty rozwoju konkurencyjności MŚP.	P_W01, P_W02
Lp.	**Ćwiczenia:**	**Odniesienie do przedmiotowych efektów uczenia się**
Ćw1	Analiza przypadku: rejestracja i uruchomienie firmy – symulacja procesu zakładania JDG lub sp. z o.o. (wypełnianie formularzy, analiza kosztów).	P_U01, P_K01
Ćw2	Diagnoza barier rozwoju – studenci identyfikują bariery na konkretnym przykładzie polskiego MŚP i proponują działania zaradcze. Dyskusja.	P_U01, P_K01
Ćw3	Projektowanie struktury organizacyjnej MŚP – dobór struktury do etapu cyklu życia firmy, schematy organizacyjne, podział zadań i odpowiedzialności.	P_U01, P_K01
Ćw4	Analiza finansowa MŚP – obliczanie i interpretacja wskaźników finansowych na podstawie uproszczonych danych bilansowych. Prognoza płynności.	P_U01, P_K01
Ćw5	Wybór źródeł finansowania – studenci dobierają mix finansowy do konkretnego scenariusza inwestycyjnego MŚP (symulacja decyzji finansowej).	P_U01, P_K01
Ćw6	Budowanie strategii MŚP – analiza SWOT/TOWS, identyfikacja przewagi konkurencyjnej, formułowanie strategii wzrostu (Ansoff, generyczne strategie Portera).	P_U01, P_K01
Ćw7	Innowacyjność MŚP w praktyce – analiza przykładów innowacji produktowych, procesowych i modeli biznesowych. Prezentacja grupowa wybranego innowacyjnego MŚP.	P_U01, P_K01
Ćw8	Projekt końcowy: uproszczony biznesplan MŚP wg modelu Business Model Canvas – segmenty klientów, propozycja wartości, strumienie przychodów, mini-prognoza finansowa. Prezentacja i ocena rówieśnicza.	P_U01, P_K01
Ćw9	Analiza procesów w MŚP – identyfikacja podstawowych procesów operacyjnych, zarządczych i pomocniczych w wybranym przedsiębiorstwie. Opracowanie mapy procesu oraz wskazanie możliwości jego usprawnienia.	P_U01, P_K01
Ćw10	Zarządzanie zasobami ludzkimi w MŚP – analiza struktury zatrudnienia, podziału kompetencji i odpowiedzialności oraz opracowanie propozycji działań w zakresie rekrutacji, motywowania i rozwoju pracowników	P_U01, P_K01
Ćw11	Oferta i relacje z klientami MŚP – analiza oferty wybranego przedsiębiorstwa, identyfikacja grup klientów i ocena sposobów budowania relacji z klientami. Opracowanie propozycji doskonalenia oferty	P_U01, P_K01

Ćw12	Cyfryzacja MŚP – analiza możliwości wykorzystania e-commerce, systemów informacyjnych, automatyzacji i narzędzi cyfrowych w wybranym przedsiębiorstwie. Ocena korzyści i ograniczeń proponowanych rozwiązań.	P_U01, P_K01
Ćw13	Zarządzanie ryzykiem w MŚP – identyfikacja kluczowych zagrożeń dla funkcjonowania przedsiębiorstwa, ocena prawdopodobieństwa i skutków ich wystąpienia oraz opracowanie działań ograniczających ryzyko.	P_U01, P_K01
Ćw14	Internacjonalizacja MŚP i współpraca sieciowa – analiza możliwości wejścia wybranego MŚP na rynek zagraniczny lub nawiązania współpracy z innymi podmiotami. Ocena potencjalnych korzyści, kosztów i ryzyka.	P_U01, P_K01
Lp.	**Praca własna:**	**Odniesienie do przedmiotowych efektów uczenia się**
PW1	Zapoznanie się z literaturą przedmiotu.	P_W01, P_W02, P_W03
PW2	Przygotowanie projektu w zakresie analizy funkcjonowania podmiotu MSP, jego organizacji i oferty oraz propozycji usprawnienia jego działalności.	P_W01, P_W02, P_W03, P_U01, P_K01

LITERATURA PRZEDMIOTU ORAZ INNE MATERIAŁY DYDAKTYCZNE

Literatura podstawowa przedmiotu:

- PARP – Raport o stanie sektora MŚP w Polsce (najnowszy dostępny), PARP, Warszawa– coroczne wydanie z aktualnymi danymi statystycznymi i analizami sektora. Dostępny online.
- Żmija K., Innowacyjność przedsiębiorstw sektora MŚP w świetle rozwoju obszarów wiejskich*, Difin, Warszawa 2022.
- Wybrane źródła finansowania mikro-, małych i średnich przedsiębiorstw, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, 2022.

Literatura uzupełniająca przedmiotu:

- PARP – Warunki prowadzenia działalności gospodarczej przez MSP w Polsce, PARP – raport dostępny online, aktualny.
- Komisja Europejska – Poradnik dla użytkowników dotyczący definicji MŚP, KE 2020

Inne materiały dydaktyczne:

- prezentacje multimedialne, case study.

OGÓLNE INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE		
NAZWA PRZEDMIOTU:	**Prawne i organizacyjne aspekty elastycznego HR**	
Nazwa kierunku studiów, poziom kształcenia:	**Zarządzanie, studia I stopnia**	
Profil kształcenia:	**OGÓLNOAKADEMICKI**	
Nazwa specjalności:	**Zarządzanie organizacją**	
Rodzaj modułu kształcenia:	**Specjalnościowy / powiązany z przygotowaniem do prowadzenia badań naukowych**	
Punkty ECTS:	**5 ECTS**	
Wymiar godzin:	**125 h**	
Sposoby weryfikacji i oceny efektów uczenia:	**Zaliczenie z oceną**	

PRZEDMIOTOWE EFEKTY UCZENIA SIĘ Z ODNIESIEM DO EFEKTÓW UCZENIA SIĘ DLA KIERUNKU		
Lp.	**Opis przedmiotowych efektów uczenia się**	**Odniesienie do efektu kierunkowego**
	Wiedza:	
P_W01	Student zna w zaawansowanym stopniu i rozumie zasady prawne dotyczące stosunku pracy oraz elastycznych form zatrudnienia i świadczenia pracy, w tym różnice między stosunkiem pracy a umowami cywilnoprawnymi.	K_W17
P_W02	Student zna w zaawansowanym stopniu i rozumie rozwiązania dotyczące elastycznej organizacji czasu i miejsca pracy, w tym pracy zdalnej, hybrydowej, ruchomego i zadaniowego czasu pracy oraz innych form organizacji pracy.	K_W13, K_W21
P_W03	Student zna w zaawansowanym stopniu i rozumie organizacyjne konsekwencje stosowania elastycznych rozwiązań HR, w szczególności dotyczące organizacji pracy, zarządzania zespołem, komunikacji, kontroli, bezpieczeństwa, równego traktowania i ochrony danych.	K_W12
	Umiejętności:	
P_U01	Student potrafi analizować sytuacje związane z zatrudnieniem i organizacją pracy oraz rozpoznawać ich konsekwencje prawne i organizacyjne.	K_U06, K_U15
P_U02	Student potrafi dobrać odpowiednią formę organizacji pracy lub rozwiązanie z zakresu elastycznego HR do określonych potrzeb pracownika i organizacji, z uwzględnieniem uwarunkowań prawnych.	K_U05, K_U15, K_U19
P_U03	Student potrafi opracować rozwiązania organizacyjne wspierające wdrażanie elastycznych form pracy, w tym zasady organizacji pracy zdalnej lub hybrydowej, komunikacji, monitorowania realizacji zadań i współpracy w zespole.	K_U06, K_U19
	Kompetencje społeczne:	
P_K01	Student jest gotów do odpowiedzialnego i zgodnego z prawem podejmowania decyzji dotyczących organizacji pracy i stosowania elastycznych rozwiązań HR.	K_K02, K_K07
P_K02	Student jest gotów do uwzględniania interesów różnych stron stosunku pracy oraz znaczenia dialogu, komunikacji i równego traktowania przy wdrażaniu elastycznych rozwiązań organizacyjnych.	K_K06
P_K03	Student jest gotów do krytycznej oceny własnej wiedzy w zakresie prawa pracy i elastycznego HR oraz dostrzega potrzebę korzystania z aktualnych źródeł prawnych i specjalistycznej wiedzy przy podejmowaniu decyzji kadrowych.	K_K07, K_K09
TREŚCI KSZTAŁCENIA		

Lp.	Wykład:	Odniesienie do przedmiotowych efektów uczenia się
W1	Elastyczny HR – istota i znaczenie. Pojęcie elastycznego HR; elastyczność zatrudnienia, czasu i miejsca pracy; przyczyny rozwoju elastycznych modeli pracy; korzyści i ryzyka dla pracownika i organizacji.	P_W02, P_W03
W2	Podstawy prawne zatrudnienia. Zasady prawa pracy; stosunek pracy; prawa i obowiązki pracownika oraz pracodawcy; elementy umowy o pracę.	P_W01
W3	Elastyczne formy zatrudnienia. Umowa o pracę i jej elastyczne rozwiązania; umowy cywilnoprawne; praca tymczasowa; outsourcing i inne formy organizowania pracy; konsekwencje prawne poszczególnych rozwiązań.	P_W01
W4	Elastyczny czas pracy. Systemy i rozkłady czasu pracy; ruchomy czas pracy; indywidualny rozkład czasu pracy; zadaniowy czas pracy; nadgodziny; praca zmianowa; zasady ewidencji czasu pracy.	P_W01, P_W02
W5	Praca zdalna i hybrydowa. Pojęcie pracy zdalnej; zasady jej organizacji; prawa i obowiązki stron; kontrola pracy; wyposażenie i koszty; okazjonalna praca zdalna; hybrydowe modele pracy.	P_W02, P_W03
W6	Elastyczność miejsca i czasu pracy a organizacja pracy. Modele organizacyjne pracy zdalnej i hybrydowej; autonomia pracownika; zarządzanie zadaniowe; organizacja komunikacji i współpracy; dostępność pracowników.	P_W02, P_W03
W7	Równe traktowanie i niedyskryminacja. Równe traktowanie pracowników; niedyskryminacja; dostęp do elastycznych form pracy; ryzyko nierównego traktowania pracowników wykonujących pracę w różnych modelach.	P_W01, P_W03
W8	BHP w elastycznych modelach pracy. Odpowiedzialność pracodawcy i pracownika; bezpieczeństwo stanowiska pracy; ergonomia; ocena ryzyka; specyfika BHP w pracy zdalnej i hybrydowej.	P_W01, P_W03
W9	Kontrola i monitorowanie pracy. Kontrola realizacji zadań; monitoring pracowników; granice kontroli; ochrona prywatności; ochrona danych; zaufanie i autonomia pracownika.	P_W01, P_W03
W10	Organizacja zespołów elastycznych. Zarządzanie zespołem rozproszonym; komunikacja; przepływ informacji; koordynacja zadań; integracja zespołu; ocena rezultatów pracy.	P_W03
W11-W12	Korzyści i ryzyka elastycznego HR. Produktywność; zaangażowanie; retencja; work-life balance; ryzyko izolacji, przeciążenia, problemów komunikacyjnych i utraty kontroli organizacyjnej.	P_W02, P_W03
W13-W14	Trendy i przyszłość elastycznego HR. Praca hybrydowa; elastyczne modele organizacyjne; work from anywhere; krótszy tydzień pracy; reskilling i upskilling; cyfryzacja HR; HR analytics; wyzwania prawne i organizacyjne.	P_W02, P_W03
Lp.	**Ćwiczenia:**	**Odniesienie do przedmiotowych efektów uczenia się**
Ćw1	Analiza form zatrudnienia. Porównanie umowy o pracę i wybranych umów cywilnoprawnych; identyfikacja różnic w prawach i obowiązkach stron.	P_U01, P_K03
Ćw2	Dobór formy zatrudnienia do sytuacji organizacji. Analiza przypadków i dobór rozwiązania odpowiadającego potrzebom organizacji i pracownika.	P_U01, P_U02, P_K01
Ćw3	Planowanie czasu pracy. Analiza przykładowych harmonogramów; dobór systemu i rozkładu czasu pracy; identyfikacja potencjalnych problemów organizacyjnych.	P_U01, P_U02
Ćw4	Elastyczne godziny pracy. Analiza przypadków dotyczących ruchomego, indywidualnego i zadaniowego czasu pracy.	P_U01, P_U02
Ćw5	Organizacja pracy zdalnej. Opracowanie zasad organizacji pracy zdalnej w przedsiębiorstwie; określenie odpowiedzialności stron, komunikacji i sposobu realizacji zadań.	P_U02, P_U03
Ćw6	Model hybrydowy. Projektowanie modelu pracy hybrydowej dla wybranego zespołu; ustalenie dni pracy zdalnej i stacjonarnej, zasad współpracy i komunikacji.	P_U02, P_U03, P_K02
Ćw7	Regulamin/procedura pracy zdalnej. Analiza przykładowych zapisów regulaminu; identyfikacja elementów wymagających uwzględnienia przy organizacji pracy zdalnej.	P_U01, P_U03, P_K01

Ćw8-Ćw9	Kontrola pracy i monitoring. Analiza przypadku dotyczącego monitorowania aktywności pracownika; wyważenie potrzeb pracodawcy i prawa pracownika do prywatności.	P_U01, P_U03, P_K01, P_K02, P_K03
Ćw10-Ćw11	BHP w pracy elastycznej. Analiza sytuacji dotyczących organizacji stanowiska pracy, ergonomii, bezpieczeństwa i odpowiedzialności stron.	P_U01, P_U03, P_K01, P_K03
Ćw12	Zarządzanie zespołem hybrydowym. Problemy komunikacyjne, organizacja spotkań, przepływ informacji, delegowanie zadań, monitorowanie rezultatów.	P_U03, P_K02, P_K03
Ćw13-Ćw14	Równe traktowanie w elastycznym HR. Analiza przypadków nierównego dostępu do pracy zdalnej, awansów, benefitów lub możliwości rozwoju.	P_U01, P_U02, P_K01, P_K02, P_K03
Lp.	**Praca własna:**	**Odniesienie do przedmiotowych efektów uczenia się**
PW1	Przygotowanie się do zaliczenia przedmiotu w formie pisemnej.	P_W01, P_W02, P_W03
PW2	Wykonanie zadań w trakcie trwania ćwiczeń i opracowanie projektu organizacji pracy zdalnej/hybrydowej.	P_U01, P_U02, P_U03, P_K01, P_K02, P_K03

LITERATURA PRZEDMIOTU ORAZ INNE MATERIAŁY DYDAKTYCZNE

Literatura podstawowa przedmiotu:

- Juszczuk A., Smits F., Niewykorzystany potencjał: co blokuje transformację funkcji HR i czy zawsze jest ona konieczna?, „Personel i Zarządzanie" 6 (435), 2026, s. 32-35.
- Sidor-Rządkowska M., Kształtowanie przestrzeni pracy: praca w biurze, praca zdalna, coworking, Wolters Kluwer, Warszawa 2021.

Literatura uzupełniająca przedmiotu:

- Kontekst i instrumenty współczesnego zarządzania zasobami ludzkimi, pod red. Małgorzaty Tyrańskiej, CeDeWu, Warszawa 2024.
- Kodeks pracy, C. H. Beck, Warszawa 2025.
- Stańczak M. (i in.), Prawo pracy: zbiór przepisów, Wolters Kluwer, Warszawa 2026.

Inne materiały dydaktyczne:

- Materiały przygotowane przez prowadzącego.

OGÓLNE INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE		
NAZWA PRZEDMIOTU:	**Zarządzanie rozwojem personelu**	
Nazwa kierunku studiów, poziom kształcenia:		**Zarządzanie, studia I stopnia**
Profil kształcenia:		**OGÓLNOAKADEMICKI**
Nazwa specjalności:		**Zarządzanie organizacją**
Rodzaj modułu kształcenia:		**Specjalnościowy / przygotowujący do prowadzenia badań naukowych**
Punkty ECTS:		**5 ECTS**
Wymiar godzin:		**125 h**
Sposoby weryfikacji i oceny efektów uczenia:		**Zaliczenie z oceną**

PRZEDMIOTOWE EFEKTY UCZENIA SIĘ Z ODNIESIEM DO EFEKTÓW UCZENIA SIĘ DLA KIERUNKU		
Lp.	**Opis przedmiotowych efektów uczenia się**	**Odniesienie do efektu kierunkowego**
	Wiedza:	
P_W01	Zna w zaawansowanym stopniu metodykę badania potrzeb szkoleniowych, projektowania programów rozwojowych oraz formy podnoszenia kwalifikacji (coaching, mentoring).	K_W12, K_W15
P_W02	Zna w zaawansowanym stopniu metody zarządzania kariera pracowniczą.	K_W10, K_W11, K_W14
	Umiejętności:	
P_U01	Potrafi zaplanować rozwój kariery zawodowej oraz diagnozować potrzeby szkoleniowe.	K_K04, K_K05, K_U19
	Kompetencje społeczne:	
P_K01	Jest gotów do samodzielnego wysuwania wniosków na temat praktyk w zakresie zarządzania talentami i zarządzania kompetencjami.	K_K09, K_K10

TREŚCI KSZTAŁCENIA		
Lp.	**Wykład:**	**Odniesienie do przedmiotowych efektów uczenia się**
W1	Doskonalenie zawodowe a szkolenie	P_W01, P_W02
W2	Analiza potrzeb szkoleniowych, dobór metod, narzędzi, warunków realizacji szkoleń oraz trenerów. Realizacja szkolenia: metody on the job i off the job; szkolenia zewnętrzne i wewnętrzne. Ewaluacja szkoleń	P_W01, P_W02
W3	Kariera – rozumienie pojęcia. Ujęcia teoretyczne. Problematyka związana z zagadnieniem karier min: ruchliwość społeczna, cykle życia, wartość pracy, pojęcie sukcesu, pojęcie trajektorii.	P_W01, P_W02
W4	Przegląd wybranych typologii karier. Wartość pracy a kariera	P_W01, P_W02
W5	Zarządzanie talentami w organizacji	P_W01, P_W02
W6	Zarządzanie rozwojem pracowników w organizacji – różnorodne podejścia: budowanie ścieżek awansu jako statyczny element struktury organizacyjnej – z wykorzystaniem pakietu Symfonia „Kadry i płace”.	P_W01, P_W02
W7	Modele kompetencji – budowanie indywidualnej ścieżki rozwoju	P_W01, P_W02

W8	Budowanie przykładowej macierzy kompetencji dla wybranych komórek organizacyjnych, Wybrane metody oceny kompetencji w organizacji. Ośrodek oceny, ocena 360	P_W01, P_W02
W9	Coaching i mentoring jako instrumenty rozwoju personelu. Istota, cele i zasady coachingu i mentoringu, role uczestników procesu oraz możliwości zastosowania w rozwoju kompetencji pracowników.	P_W01, P_W02
W10	Nowoczesne formy uczenia się i rozwoju pracowników. E-learning, blended learning, microlearning, social learning, job shadowing, mentoring odwrócony oraz wykorzystanie technologii cyfrowych i sztucznej inteligencji w rozwoju personelu.	P_W01, P_W02
W11	Planowanie i zarządzanie rozwojem pracowników. Indywidualne i organizacyjne plany rozwoju, powiązanie celów rozwojowych z celami strategicznymi organizacji oraz odpowiedzialność pracownika i przełożonego za proces rozwoju.	P_W01, P_W02
W12	Zarządzanie sukcesją i ciągłością kompetencji w organizacji. Identyfikacja stanowisk kluczowych, przygotowanie następców, planowanie sukcesji oraz ograniczanie ryzyka utraty wiedzy i kompetencji.	P_W01, P_W02
W13	Mobilność i rozwój poziomy pracowników. Rotacja stanowisk, poszerzanie i wzbogacanie pracy, projekty międzyfunkcyjne oraz rozwój kompetencji poprzez mobilność wewnętrzną i zmianę ról zawodowych.	P_W01, P_W02
W14	Ewaluacja i efektywność programów rozwoju personelu. Metody oceny rezultatów działań rozwojowych, pomiar transferu wiedzy i umiejętności do środowiska pracy, analiza efektów organizacyjnych oraz ocena zwrotu z inwestycji w rozwój pracowników.	P_W01, P_W02
Lp.	**Ćwiczenia:**	**Odniesienie do przedmiotowych efektów uczenia się**
Ćw1	Doskonalenie zawodowe vs. szkolenie - analiza przypadku: identyfikacja form rozwoju stosowanych w wybranej organizacji. Dyskusja: uczenie się formalne i nieformalne.	P_U01, P_K01
Ćw2	Analiza potrzeb szkoleniowych - ćwiczenie: przeprowadzenie TNA (Training Needs Analysis) dla wybranego stanowiska. Projektowanie programu szkoleniowego i ocena trenerów.	P_U01, P_K01
Ćw3	Kariera zawodowa - warsztaty: analiza własnej ścieżki kariery w oparciu o modele teoretyczne. Praca z koncepcją cyklu życia i trajektorii kariery.	P_U01, P_K01
Ćw4	Typologie karier - ćwiczenie: mapowanie kariery na podstawie wybranych typologii. Analiza wartości pracy i jej wpływu na wybory zawodowe.	P_U01, P_K01
Ćw5	Zarządzanie talentami - studium przypadku: program talentów w wybranej organizacji. Projektowanie kryteriów identyfikacji i rozwoju talentów.	P_U01, P_K01
Ćw6	Ścieżki awansu i narzędzia HR - praca z pakietem Symfonia "Kadry i płace": budowanie ścieżek kariery w systemie. Analiza struktury organizacyjnej.	P_U01, P_K01
Ćw7	Modele kompetencji — ćwiczenie: budowanie indywidualnej ścieżki rozwoju na podstawie luk kompetencyjnych. Praca nad własnym IDP (Individual Development Plan).	P_U01, P_K01
Ćw8	Macierz kompetencji i metody oceny - ćwiczenie grupowe: budowanie macierzy kompetencji dla wybranej komórki. Analiza metod oceny 360 stopni i Assessment Center. Prezentacje projektów.	P_U01, P_K01
Ćw9	Coaching i mentoring w rozwoju pracownika – analiza przypadku oraz przygotowanie scenariusza procesu coachingowego lub mentoringowego dla pracownika z określoną luką kompetencyjną.	P_U01, P_K01
Ćw10	Projektowanie nowoczesnego programu rozwoju pracowników – dobór odpowiednich form uczenia się, w tym e-learningu, blended learningu, microlearningu, job shadowingu i mentoringu, do zidentyfikowanych potrzeb rozwojowych.	P_U01, P_K01
Ćw11	Indywidualny plan rozwoju pracownika – opracowanie IDP na podstawie celów zawodowych, zdiagnozowanych luk kompetencyjnych oraz dostępnych możliwości rozwoju w organizacji.	P_U01, P_K01
Ćw12	Projektowanie procesu sukcesji – identyfikacja stanowisk kluczowych, określenie wymagań wobec potencjalnych następców oraz przygotowanie planu sukcesji dla wybranego stanowiska.	P_U01, P_K01
Ćw13	Mobilność wewnętrzna jako narzędzie rozwoju personelu – opracowanie ścieżki rozwoju obejmującej rotację stanowisk, projekty międzyfunkcyjne lub czasową zmianę zakresu obowiązków. Ocena potencjalnych korzyści dla pracownika i organizacji.	P_U01, P_K01

Ćw14	Ewaluacja działań rozwojowych – opracowanie kryteriów i mierników oceny programu rozwojowego, analiza efektów szkolenia lub innej formy rozwoju oraz przygotowanie rekomendacji dotyczących jego doskonalenia.	P_U01, P_K01
Lp.	**Praca własna:**	**Odniesienie do przedmiotowych efektów uczenia się**
PW1	Zapoznanie się z literaturą przedmiotu	P_W01, P_W02
PW2	Przygotowanie projektu indywidualnego w zakresie analizy potrzeb szkoleniowych i planu kariery zawodowej w wybranej organizacji.	P_W01, P_W02, P_U01, P_K01

LITERATURA PRZEDMIOTU ORAZ INNE MATERIAŁY DYDAKTYCZNE

Literatura podstawowa przedmiotu:

– Armstrong M., Taylor S., Zarządzanie zasobami ludzkimi, Wolters Kluwer, Warszawa.
– Pocztowski A., Zarządzanie zasobami ludzkimi. Strategie – procesy – metody, PWE, Warszawa
– Gordon T., *Nowa psychologia zarządzania. Jak błyskawicznie zmotywować tych, którym chce się najmniej*, Helion, Gliwice 2020.
– Mitoraj-Jaroszek M., Efektywne zarządzanie rozwojem pracowników w firmie: rezultaty przede wszystkim, Helion, Gliwice 2019.
– Gołembski M., *Funkcja personalna w przedsiębiorstwie. Aktualne trendy i perspektywy rozwoju*, CeDeWu, Warszawa 2019.
– Warwas I., *Zarządzanie zasobami ludzkimi w nowoczesnej organizacji. Aspekty organizacyjne i psychologiczne*, Wydawnictwo UŁ, Łódź 2016.

Literatura uzupełniająca przedmiotu:

– Mitoraj-Jaroszek M., *Efektywnie zarządzanie rozwojem pracowników w firmie: rezultaty przede wszystkim*, Helion, Gliwice 2019.
– Buckingham M., Goodall A., Nine Lies About Work, Harvard Business Review Press, 2019.
– Smółka P., *Kompetencje społeczne: metody pomiaru i doskonalenia umiejętności interpersonalnych*, Wolters Kluwer, Warszawa 2016.
– Łaguna M., Fortuna P., *Przygotowanie szkolenia*, Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne, Sopot 2015.

Inne materiały dydaktyczne:

- prezentacje multimedialne, case study, materiały prowadzącego.
- Oprogramowanie: Symfonia.

OGÓLNE INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE		
NAZWA PRZEDMIOTU:	**Kierowanie zespołem i diagnostyka organizacyjna**	
Nazwa kierunku studiów, poziom kształcenia:	**Zarządzanie, studia I stopnia**	
Profil kształcenia:	**OGÓLNOAKADEMICKI**	
Nazwa specjalności:	**Zarządzanie organizacją**	
Rodzaj modułu kształcenia:	**Specjalnościowy / powiązany z przygotowaniem do prowadzenia badań naukowych**	
Punkty ECTS:	**5 ECTS**	
Wymiar godzin:	**125 h**	
Sposoby weryfikacji i oceny efektów uczenia:	**Zaliczenie z oceną**	

PRZEDMIOTOWE EFEKTY UCZENIA SIĘ Z ODNIESIEM DO EFEKTÓW UCZENIA SIĘ DLA KIERUNKU		
Lp.	**Opis przedmiotowych efektów uczenia się**	**Odniesienie do efektu kierunkowego**
	Wiedza:	
P_W01	Student zna w zaawansowanym stopniu i rozumie koncepcje kierowania zespołem, style kierowania i przywództwa oraz zasady organizowania pracy zespołowej.	K_W12
P_W02	Student zna w zaawansowanym stopniu i rozumie mechanizmy funkcjonowania zespołów, w szczególności dotyczące komunikacji, motywowania, delegowania zadań, podejmowania decyzji, rozwiązywania konfliktów i budowania zaangażowania.	K_W11
P_W03	Student zna w zaawansowanym stopniu i rozumie istotę, cele, obszary i metody diagnostyki organizacyjnej oraz znaczenie diagnozy dla doskonalenia funkcjonowania organizacji.	K_W14, K_W16
	Umiejętności:	
P_U01	Student potrafi dobierać i stosować metody kierowania zespołem, dostosowując sposób działania do sytuacji, potrzeb zespołu i charakteru realizowanych zadań.	K_U18
P_U02	Student potrafi diagnozować problemy występujące w zespole i organizacji, wykorzystując odpowiednie dane, metody i narzędzia diagnostyczne.	K_U07, K_U12
P_U03	Student potrafi formułować rekomendacje i projektować działania usprawniające funkcjonowanie zespołu lub organizacji na podstawie przeprowadzonej diagnozy.	K_U10, K_U17
	Kompetencje społeczne:	
P_K01	Student jest gotów do odpowiedzialnego i etycznego kierowania zespołem, z poszanowaniem różnorodności, podmiotowości i praw członków zespołu.	K_K04, K_K06
P_K02	Student jest gotów do współpracy, konstruktywnej komunikacji i rozwiązywania konfliktów oraz do uwzględniania różnych perspektyw członków zespołu.	K_K01, K_K09
P_K03	Student jest gotów do krytycznej oceny własnych kompetencji kierowniczych i wyników diagnozy oraz do systematycznego doskonalenia sposobu kierowania zespołem i funkcjonowania organizacji.	K_K07, K_K09

TREŚCI KSZTAŁCENIA		
Lp.	**Wykład:**	**Odniesienie do przedmiotowych efektów uczenia się**
W1	Istota kierowania i zarządzania zespołem. Kierowanie a zarządzanie; zadania kierownika; funkcje kierownicze; odpowiedzialność kierownika; zespół a grupa.	P_W01

W2	Zespół i jego funkcjonowanie. Cechy zespołu; etapy rozwoju zespołu; role zespołowe; normy grupowe; spójność; efektywność zespołu.	P_W01, P_W02
W3	Style kierowania i przywództwo. Style kierowania; podejście sytuacyjne; przywództwo transformacyjne i transakcyjne; przywództwo sytuacyjne; dobór stylu do zespołu.	P_W01
W4	Komunikacja w zespole. Proces komunikacji; bariery komunikacyjne; aktywne słuchanie; informacja zwrotna; komunikacja formalna i nieformalna.	P_W02
W5	Motywowanie członków zespołu. Teorie motywacji; motywatory finansowe i pozafinansowe; indywidualizacja motywowania; zaangażowanie pracowników.	P_W02
W6	Delegowanie i organizacja pracy zespołu. Delegowanie zadań; odpowiedzialność i uprawnienia; ustalanie celów; priorytety; kontrola realizacji zadań; zarządzanie efektywnością.	P_W01, P_W02
W7	Podejmowanie decyzji w zespole. Indywidualne i zespołowe podejmowanie decyzji; partycypacja; techniki grupowego podejmowania decyzji; błędy decyzyjne.	P_W02
W8	Konflikty w zespole. Źródła konfliktów; konflikt funkcjonalny i dysfunkcjonalny; style rozwiązywania konfliktów; negocjacje i mediacje.	P_W02
W9	Istota diagnostyki organizacyjnej. Pojęcie diagnozy organizacyjnej; cele i znaczenie diagnozy; diagnoza całościowa i obszarowa; etapy procesu diagnostycznego.	P_W03
W10	Obszary diagnozy organizacji. Struktura; strategia; procesy; kultura organizacyjna; komunikacja; zasoby ludzkie; zespoły; efektywność.	P_W03
W11	Metody i narzędzia diagnostyczne. Analiza dokumentów; obserwacja; wywiad; ankieta; analiza danych organizacyjnych; SWOT; analiza procesów; wskaźniki efektywności.	P_W03
W12	Diagnoza zespołu. Diagnoza relacji, komunikacji, zaangażowania, konfliktów, ról i efektywności zespołu; identyfikacja problemów i ich źródeł.	P_W02, P_W03
W13-W14	Od diagnozy do doskonalenia organizacji. Interpretacja wyników diagnozy; formułowanie rekomendacji; działania naprawcze i rozwojowe; monitorowanie efektów; ciągłe doskonalenie.	P_W03
Lp.	**Ćwiczenia:**	**Odniesienie do przedmiotowych efektów uczenia się**
Ćw1	Diagnoza własnego stylu kierowania. Analiza preferowanego stylu kierowania, mocnych stron i obszarów rozwoju kierownika.	P_U01, P_K03
Ćw2	Dobór stylu kierowania do sytuacji. Analiza przypadków różnych zespołów i dobór adekwatnego stylu kierowania.	P_U01, P_K01
Ćw3	Role i etapy rozwoju zespołu. Analiza składu zespołu, ról i faz rozwoju; identyfikacja potencjalnych problemów.	P_U01, P_U02
Ćw4	Komunikacja i informacja zwrotna. Ćwiczenia z aktywnego słuchania, formułowania komunikatów i udzielania konstruktywnej informacji zwrotnej.	P_U01, P_K02
Ćw5	Delegowanie zadań. Przydzielanie zadań członkom zespołu; określanie odpowiedzialności, uprawnień i terminów.	P_U01, P_K01
Ćw6	Motywowanie zespołu. Analiza potrzeb pracowników i dobór narzędzi motywacyjnych do sytuacji.	P_U01, P_K01, P_K02
Ćw7	Rozwiązywanie konfliktów Analiza konfliktu, identyfikacja jego źródeł i symulacja rozmowy rozwiązującej konflikt.	P_U01, P_U02, P_K02
Ćw8	Podejmowanie decyzji zespołowych. Zastosowanie technik grupowego podejmowania decyzji; analiza błędów i efektów grupowych.	P_U01, P_K02
Ćw9	Projektowanie procesu diagnozy organizacyjnej. Określenie problemu diagnostycznego, celu badania, źródeł danych i metod badawczych.	P_U02, P_U03
Ćw10	Diagnoza organizacji – analiza danych. Analiza przykładowych danych dotyczących pracowników, procesów, komunikacji i efektywności. Identyfikacja problemów.	P_U02
Ćw11-Ćw12	Diagnoza zespołu. Analiza wyników ankiety, obserwacji lub wywiadów; identyfikacja problemów komunikacyjnych, motywacyjnych i organizacyjnych.	P_U02, P_K03

Ćw13-Ćw14	Formułowanie rekomendacji. Przełożenie wyników diagnozy na konkretne działania usprawniające funkcjonowanie zespołu lub organizacji.	P_U03, P_K03
Lp.	**Praca własna:**	**Odniesienie do przedmiotowych efektów uczenia się**
PW1	Przygotowanie się do zaliczenia przedmiotu w formie pisemnej.	P_W01, P_W02, P_W03
PW2	Wykonanie ćwiczeń na zajęciach oraz opracowanie projektu w ramach pracy w grupach	P_U01, P_U02, P_U03, P_K01, P_K02, P_K03

LITERATURA PRZEDMIOTU ORAZ INNE MATERIAŁY DYDAKTYCZNE

Literatura podstawowa przedmiotu:

- Kozioł-Nadolna K., Przywództwo a innowacyjność organizacji: perspektywa teoretyczna i praktyczna, Difin, Warszawa 2022.
- Kozłowski W., Motywowanie pracowników w organizacji, CeDeWu, Warszawa 2024.
- Zarządzanie ludźmi: wobec wyzwań technologicznych i społeczno-demograficznych, pod red. Beaty Buchelt, Warszawa 2024.

Literatura uzupełniająca przedmiotu:

- Griffin R, W., Podstawy zarządzania organizacjami, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2022.
- Nowoczesne zarządzanie: podstawy zarządzania, pod red. Katarzyny Łukasiewicz, Piotra Pietrzaka, CeDeWu, Warszawa 2023.

Inne materiały dydaktyczne:

- Materiały przygotowane przez prowadzącego zajęcia.

OGÓLNE INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE		
NAZWA PRZEDMIOTU:	**Zarządzanie zmianą i kryzysem w przedsiębiorstwie**	
Nazwa kierunku studiów, poziom kształcenia:	**Zarządzanie, studia I stopnia**	
Profil kształcenia:	**OGÓLNOAKADEMICKI**	
Nazwa specjalności:	**Zarządzanie organizacją**	
Rodzaj modułu kształcenia:	**Specjalnościowy / powiązany z przygotowaniem do prowadzenia badań naukowych**	
Punkty ECTS:	**5 ECTS**	
Wymiar godzin:	**125 h**	
Sposoby weryfikacji i oceny efektów uczenia:	**Zaliczenie z oceną**	

PRZEDMIOTOWE EFEKTY UCZENIA SIĘ Z ODNIESIEM DO EFEKTÓW UCZENIA SIĘ DLA KIERUNKU		
Lp.	**Opis przedmiotowych efektów uczenia się**	**Odniesienie do efektu kierunkowego**
	Wiedza:	
P_W01	Student zna w zaawansowanym stopniu i rozumie pojęcia, rodzaje, przyczyny i uwarunkowania zmian organizacyjnych oraz modele i metody zarządzania zmianą.	K_W15, K_W19
P_W02	Student zna w zaawansowanym stopniu i rozumie istotę kryzysu organizacyjnego, jego źródła i fazy oraz zasady przygotowania przedsiębiorstwa, reagowania na sytuacje kryzysowe i ograniczania ich skutków.	K_W16
P_W03	Student zna w zaawansowanym stopniu i rozumie znaczenie komunikacji, przywództwa, zarządzania ryzykiem, zaangażowania pracowników i współpracy interesariuszy w procesach zmiany i sytuacjach kryzysowych.	K_W12, K_W20
	Umiejętności:	
P_U01	Student potrafi zidentyfikować potrzebę zmiany w przedsiębiorstwie, przeanalizować jej przyczyny i potencjalne konsekwencje oraz wskazać działania wspierające proces transformacji.	K_U09, K_U16
P_U02	Student potrafi opracować plan wdrażania zmiany, uwzględniający cele, działania, zasoby, harmonogram, interesariuszy, potencjalny opór oraz sposoby komunikowania zmiany.	K_U16
P_U03	Student potrafi analizować sytuację kryzysową w przedsiębiorstwie, określić priorytety działania oraz przygotować rekomendacje dotyczące reagowania, komunikacji i ograniczania skutków kryzysu.	K_U06
	Kompetencje społeczne:	
P_K01	Student jest gotów do odpowiedzialnego i etycznego podejmowania decyzji w warunkach zmiany i sytuacji kryzysowej, z uwzględnieniem konsekwencji dla pracowników i innych interesariuszy.	K_K04
P_K02	Student jest gotów do współpracy w zespole oraz prowadzenia dialogu z osobami reprezentującymi różne interesy i perspektywy.	K_K01
P_K03	Student jest gotów do krytycznej oceny własnej wiedzy i działań w warunkach niepewności oraz do systematycznego doskonalenia kompetencji związanych z zarządzaniem zmianą, ryzykiem i sytuacjami kryzysowymi.	K_K09
TREŚCI KSZTAŁCENIA		

Lp.	Wykład:	Odniesienie do przedmiotowych efektów uczenia się
W1	Istota zmiany organizacyjnej. Pojęcie zmiany; zmiana planowana i nieplanowana; zmiany strategiczne, strukturalne, technologiczne i kulturowe; przyczyny zmian; zmienność i niepewność otoczenia.	P_W01
W2	Diagnozowanie potrzeby zmiany. Czynniki wewnętrzne i zewnętrzne; analiza otoczenia; identyfikacja problemów i szans; sygnały wskazujące na konieczność zmiany; gotowość organizacji do zmiany.	P_W01, P_W03
W3	Modele zarządzania zmianą. Model Lewina; model Kottera; podejście etapowe i procesowe; zmiana ciągła; zastosowanie modeli w praktyce przedsiębiorstwa.	P_W01
W4	Opór wobec zmian. Źródła oporu; indywidualne i organizacyjne przyczyny oporu; reakcje pracowników; sposoby ograniczania oporu; zaangażowanie pracowników.	P_W01, P_W03
W5	Przywództwo i komunikacja w zmianie. Rola lidera; style przywództwa; komunikowanie potrzeby zmiany; interesariusze; partycypacja pracowników; budowanie zaangażowania.	P_W03
W6	Planowanie i wdrażanie zmian. Cele zmiany; harmonogram; zasoby; odpowiedzialność; mierniki; zarządzanie projektowe; monitorowanie postępów; utrwalanie rezultatów.	P_W01, P_W03
W7	Kultura organizacyjna a zmiana. Kultura wspierająca i hamująca zmianę; wartości; normy; zachowania; uczenie się organizacji; kultura innowacyjności.	P_W01, P_W03
W8	Pojęcie i typologia kryzysu. Kryzys organizacyjny; kryzysy finansowe, operacyjne, reputacyjne, technologiczne, kadrowe i komunikacyjne; kryzys a ryzyko.	P_W02
W9	Cykl życia kryzysu. Faza przedkryzysowa; eskalacja; kulminacja; reagowanie; stabilizacja; odbudowa; wyciąganie wniosków.	P_W02
W10	Zarządzanie ryzykiem i przygotowanie do kryzysu. Identyfikacja ryzyka; ocena prawdopodobieństwa i skutków; mapa ryzyka; plany ciągłości działania; procedury awaryjne; zespoły kryzysowe.	P_W02, P_W03
W11	Komunikacja kryzysowa. Zasady komunikacji; interesariusze; komunikacja wewnętrzna i zewnętrzna; media; media społecznościowe; dezinformacja; zarządzanie reputacją.	P_W02, P_W03
W12	Przywództwo i decyzje w kryzysie. Decyzje pod presją czasu; niepełna informacja; priorytety; odpowiedzialność; delegowanie; koordynacja działań; błędy decyzyjne.	P_W02, P_W03
W13-W14	Odbudowa organizacji po kryzysie. Stabilizacja; odbudowa zaufania; komunikacja po kryzysie; analiza przyczyn; działania naprawcze; uczenie się organizacji; zapobieganie powtórzeniu kryzysu.	P_W02, P_W03
Lp.	**Ćwiczenia:**	**Odniesienie do przedmiotowych efektów uczenia się**
Ćw1	Diagnoza potrzeby zmiany. Analiza przedsiębiorstwa i identyfikacja czynników wskazujących na konieczność zmiany. Określenie problemu i jego przyczyn.	P_U01, P_K03
Ćw2	Analiza interesariuszy zmiany. Identyfikacja interesariuszy, ich interesów, wpływu i poziomu poparcia dla zmiany. Przygotowanie mapy interesariuszy.	P_U01, P_K02
Ćw3	Projektowanie procesu zmiany. Określenie celu, zakresu, etapów, zasobów i harmonogramu zmiany na podstawie wybranego modelu zarządzania zmianą.	P_U02
Ćw4	Opór wobec zmian – analiza przypadku. Identyfikacja źródeł oporu; analiza postaw pracowników; dobór metod ograniczania oporu.	P_U01, P_U02, P_K02
Ćw5	Komunikowanie zmiany. Przygotowanie komunikatu dla pracowników; dobór kanałów komunikacji; odpowiadanie na pytania i obawy pracowników.	P_U02, P_K02
Ćw6	Rola lidera w procesie zmiany. Analiza zachowań lidera; podejmowanie decyzji; delegowanie; motywowanie i angażowanie pracowników.	P_U02, P_K01, P_K02
Ćw7	Identyfikacja ryzyka kryzysowego. Rozpoznawanie zagrożeń; ocena prawdopodobieństwa i skutków; tworzenie prostej mapy ryzyka.	P_U03, P_K03
Ćw8	Analiza sytuacji kryzysowej. Analiza przypadku kryzysu finansowego, operacyjnego, reputacyjnego lub technologicznego; identyfikacja przyczyn i konsekwencji.	P_U03, P_K01

Ćw9	Plan reagowania kryzysowego. Określenie priorytetów, odpowiedzialności, zasobów i działań w pierwszej fazie kryzysu.	P_U03, P_K01, P_K02
Ćw10	Komunikacja kryzysowa. Przygotowanie komunikatu dla pracowników, klientów i innych interesariuszy; reagowanie na pytania mediów i negatywne komentarze.	P_U03, P_K01, P_K02
Ćw11	Symulacja kryzysowa. Symulacja sytuacji kryzysowej wymagającej szybkiego podejmowania decyzji i współpracy zespołu. Analiza podejmowanych decyzji.	P_U03, P_K01, P_K02, P_K03
Ćw12	Odbudowa po kryzysie. Przygotowanie planu działań naprawczych, odbudowy zaufania i ograniczenia prawdopodobieństwa ponownego wystąpienia kryzysu.	P_U03, P_K01
Ćw13-Ćw14	Kompleksowy projekt zarządzania zmianą i kryzysem. Przygotowanie rozwiązania obejmującego diagnozę, plan zmiany, komunikację, analizę ryzyka i plan reagowania kryzysowego.	P_U01, P_U02, P_U03, P_K01, P_K02, P_K03
Lp.	**Praca własna:**	**Odniesienie do przedmiotowych efektów uczenia się**
PW1	Przygotowanie się do zaliczenia przedmiotu w formie pisemnej.	P_W01, P_W02, P_W03
PW2	Wykonanie zadań ćwiczeniowych oraz opracowanie projektu praktycznego.	P_U01, P_U02, P_U03, P_K01, P_K02, P_K03

LITERATURA PRZEDMIOTU ORAZ INNE MATERIAŁY DYDAKTYCZNE

Literatura podstawowa przedmiotu:

- Nowoczesne zarządzanie: najnowsze trendy, koncepcje i metody w zarządzaniu, pod red. Konrada Michalskiego, Agnieszki Werenowskiej, CeDeWu, Warszawa 2024.
- Nowoczesne zarządzanie: cechy funkcjonalne przedsiębiorstw, pod red. Wojciecha Pizło, CeDeWu, Warszawa 2024.

Literatura uzupełniająca przedmiotu:

- Grocki R., Zarządzanie kryzysowe: dobre praktyki, Difin, Warszawa 2020.
- Owczarczyk B., Zarządzanie zmianami i projektami, „Prace Naukowe Wyższej Szkoły Zarządzania i Przedsiębiorczości z siedzibą w Wałbrzychu" nr 49(1) 2020, s. 61-88.

Inne materiały dydaktyczne:

- Materiały przygotowane przez prowadzącego.

OGÓLNE INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE		
NAZWA PRZEDMIOTU:	**Innowacje w systemach logistycznych**	
Nazwa kierunku studiów, poziom kształcenia:	**Zarządzanie, studia I stopnia**	
Profil kształcenia:	**OGÓLNOAKADEMICKI**	
Nazwa specjalności:	**Zarządzanie organizacją**	
Rodzaj modułu kształcenia:	**Specjalnościowy / przygotowujący do prowadzenia badań naukowych**	
Punkty ECTS:	**5 ECTS**	
Wymiar godzin:	**125 h**	
Sposoby weryfikacji i oceny efektów uczenia:	**Zaliczenie z oceną**	

PRZEDMIOTOWE EFEKTY UCZENIA SIĘ Z ODNIESIEM DO EFEKTÓW UCZENIA SIĘ DLA KIERUNKU		
Lp.	**Opis przedmiotowych efektów uczenia się**	**Odniesienie do efektu kierunkowego**
	Wiedza:	
P_W01	Zna w zaawansowanym stopniu definicje innowacji. Wymienia rodzaje i metody kreowania innowacji.	K_W07
P_W02	Zna w zaawansowanym stopniu innowacje w systemie logistycznym usług, systemie identyfikacji i magazynowaniu towarów, w logistyce produkcji i dystrybucji. Podaje przykłady nowych rozwiązań z zakresu logistyki odzysku.	K_W07, K_W08
	Umiejętności:	
P_U01	Potrafi analizować i oceniać innowacje w różnych obszarach systemu logistycznego, w szczególności w logistyce zaopatrzenia, produkcji, magazynowania, transportu i dystrybucji	K_U13, K_U16
P_U02	Potrafi analizować fazy procesu innowacji nowego produktu.	K_U16
	Kompetencje społeczne:	
P_K01	Jest gotów uznać wiedzę dotyczącą innowacji w logistyce i wykorzystać ją do rozwiązywania problemów poznawczych.	K_K07
P_K02	Jest gotów do uznania znaczenia przypisywanego innowacjom w różnych sferach życia.	K_K09

TREŚCI KSZTAŁCENIA		
Lp.	**Wykład:**	**Odniesienie do przedmiotowych efektów uczenia się**
W1	Innowacje jako efekt oddziaływania przedsiębiorstwa i otoczenia konkurencyjnego. Innowacje – interpretacja pojęcia, rodzaje innowacji, cele działalności innowacyjnej, proces innowacyjny, modele innowacyjne.	P_W01, P_W02
W2	Metodologia kreowania innowacji - Usprawnienia i innowacje. Innowacje radykalne Kaizen a innowacje cząstkowe. Przykład systemowego podejścia do innowacji.	P_W01, P_W02
W3	Uwarunkowania organizacyjne, ekonomiczne i technologiczne wdrażania innowacji.	P_W01, P_W02
W4	Zarządzanie wiedzą a proces innowacji produktu – zarządzanie wiedzą w kolejnych fazach procesu innowacji nowego produktu.	P_W01, P_W02
W5	Innowacja jako efekt kooperacji – zjawisko synergii w kooperacji, sieci innowacyjne, projektowanie procesu kooperacji produkcji, przykład systemu wspomagania kooperacji.	P_W01, P_W02
W6	Dyfuzja innowacji – wymiar przestrzeni, czasu, determinanty tempa dyfuzji innowacji, wprowadzenie nowego produktu na rynek.	P_W01, P_W02

W7	Innowacje w logistyce zaopatrzenia. Innowacje w logistyce produkcji. Innowacje w dystrybucji. Innowacje w systemie logistycznym usług, zaopatrzenia i magazynowania. Nowe rozwiązania w logistyce odzysku – zrównoważona i zielona logistyka.	P_W01, P_W02
W8	Informatyczna integracja procesu innowacji – informatyczne systemu wspierania procesu innowacji, infrastruktura innowacyjnych systemów informatycznych.	P_W01, P_W02
W9	Cyfrowa transformacja systemów logistycznych. Technologie Przemysłu 4.0 w logistyce: Internet Rzeczy (IoT), sztuczna inteligencja, uczenie maszynowe, robotyzacja, automatyzacja i systemy cyberfizyczne.	P_W01, P_W02
W10	Inteligentne magazyny i automatyzacja procesów logistycznych. Automatyczne systemy składowania i kompletacji, roboty mobilne, RFID, technologie lokalizacji oraz wykorzystanie danych w optymalizacji procesów magazynowych.	P_W02
W11	Innowacje w transporcie i zarządzaniu mobilnością. Inteligentne systemy transportowe, optymalizacja tras, autonomizacja, elektromobilność, technologie telematyczne oraz rozwiązania wspierające efektywność i bezpieczeństwo transportu.	P_W02
W12	Analityka danych i sztuczna inteligencja w zarządzaniu logistyką. Big Data, predykcyjne modele analityczne, prognozowanie popytu, predykcyjne utrzymanie infrastruktury oraz wykorzystanie AI do podejmowania decyzji logistycznych.	P_W01, P_W02
W13	Projektowanie i wdrażanie innowacyjnych modeli biznesowych w logistyce. Logistyka jako usługa (LaaS), platformy logistyczne, modele współdzielenia zasobów, 3PL/4PL/5PL oraz innowacyjne modele organizacji łańcuchów dostaw.	P_W01, P_W02
W14	Innowacje na rzecz odporności i zrównoważonego rozwoju systemów logistycznych. Gospodarka obiegu zamkniętego, logistyka zwrotna, dekarbonizacja transportu, redukcja śladu węglowego oraz projektowanie odpornych i elastycznych łańcuchów dostaw.	P_W02
Lp.	**Ćwiczenia:**	**Odniesienie do przedmiotowych efektów uczenia się**
Ćw1	Identyfikacja innowacji w praktyce logistycznej — analiza przykładów i klasyfikacja innowacji w przedsiębiorstwach logistycznych.	P_U01, P_U02, P_K01, P_K02
Ćw2	Mapowanie procesu innowacyjnego — opracowanie przebiegu procesu innowacji dla wybranego przedsiębiorstwa lub usługi logistycznej.	P_U01, P_U02, P_K01, P_K02
Ćw3	Porównanie usprawnień i innowacji — rozwiązywanie studiów przypadków, ocena czy dane rozwiązanie ma charakter Kaizen, cząstkowy czy radykalny	P_U01, P_U02, P_K01, P_K02
Ćw4	Ocena możliwości wdrożenia innowacji — analiza barier, kosztów, ryzyka i zasobów dla wybranego rozwiązania logistycznego.	P_U01, P_U02, P_K01, P_K02
Ćw5	Projektowanie przepływu wiedzy w procesie innowacji — opracowanie schematu zarządzania wiedzą dla nowego produktu lub usługi logistycznej.	P_U01, P_U02, P_K01, P_K02
Ćw6	Projekt współpracy innowacyjnej — analiza sposobów kooperacji pomiędzy uczestnikami łańcucha dostaw.	P_U01, P_U02, P_K01, P_K02
Ćw7	Analiza wdrożenia nowego rozwiązania logistycznego — opracowanie scenariusza wejścia nowego produktu lub usługi na rynek.	P_U01, P_U02, P_K01, P_K02
Ćw8	Projekt innowacji w wybranym obszarze logistyki — opracowanie koncepcji rozwiązania dla zaopatrzenia, produkcji, dystrybucji, magazynowania lub zielonej logistyki z uwzględnieniem wsparcia IT.	P_U01, P_U02, P_K01, P_K02
Ćw9	Diagnoza potencjału cyfryzacji procesu logistycznego – analiza wybranego procesu i identyfikacja możliwości zastosowania IoT, RFID, automatyzacji lub sztucznej inteligencji. Ocena przewidywanych efektów organizacyjnych i ekonomicznych.	P_U01, P_K01, P_K02
Ćw10	Projekt inteligentnego magazynu – opracowanie koncepcji automatyzacji wybranego procesu magazynowego z wykorzystaniem robotów, systemów WMS, RFID lub automatycznych systemów składowania.	P_U01, P_K01, P_K02

Ćw11	Optymalizacja procesu transportowego z wykorzystaniem technologii cyfrowych – analiza danych dotyczących przewozów oraz zaprojektowanie rozwiązania wykorzystującego telematykę, systemy optymalizacji tras lub inteligentne systemy transportowe.	P_U01, P_K01, P_K02
Ćw12	Wykorzystanie AI i analityki danych w procesie logistycznym – analiza przypadku zastosowania sztucznej inteligencji do prognozowania popytu, planowania zapasów lub optymalizacji przepływów. Ocena przydatności rozwiązania.	P_U01, P_U02, P_K01, P_K02
Ćw13	Projekt innowacyjnego modelu usług logistycznych – opracowanie koncepcji platformy logistycznej, usługi 3PL/4PL/5PL lub modelu współdzielenia zasobów. Analiza wartości dla przedsiębiorstwa i klienta.	P_U02, P_K01, P_K02
Ćw14	Projekt zielonej i odpornej logistyki – opracowanie innowacyjnego rozwiązania ograniczającego wpływ procesu logistycznego na środowisko lub zwiększającego odporność łańcucha dostaw. Ocena efektów ekonomicznych, organizacyjnych i środowiskowych.	P_U01, P_U02, P_K01, P_K02
Lp.	**Praca własna:**	**Odniesienie do przedmiotowych efektów uczenia się**
PW1	Zapoznanie się z literaturą przedmiotu i przygotowanie pracy pisemnej	P_W01, P_W02
PW2	Przygotowanie projektu w zakresie analizy organizacji i przebiegu procesów logistycznych wybranej organizacji i zastosowanych tam innowacji wraz z propozycją wdrożenia innowacyjnych rozwiązań w wybranym zakresie.	P_U01, P_U02, P_K01, P_K02

LITERATURA PRZEDMIOTU ORAZ INNE MATERIAŁY DYDAKTYCZNE

Literatura podstawowa przedmiotu:

– J. Woźniak, Cyfryzacja i innowacje w organizacjach oraz ich uwarunkowania. Perspektywa badawcza młodych naukowców, wydawnictwo Wojskowej Akademii Technicznej,. Warszawa 2023.
– Jacyna M., Lewczuk K., *Projektowanie systemów logistycznych*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2016.
– Gąsowska M. K., *Innowacje w logistyce a efektywność przedsiębiorstwa*, [w:] *Zarządzanie – nowe perspektywy heurystyczne podejście do innowacji*, „Przedsiębiorczość i Zarządzanie", T. 16, z. 11 cz. 1, red. E. Gołębiowska, Wydawnictwo Społecznej Akademii Nauk, Łódź 2015.

Literatura uzupełniająca przedmiotu:

– Kolasińska-Morawska K., Sułkowski Ł., Brzozowska M. & Morawski P. (red.)., 2025, Transport w Smart City – zrównoważony transport w zdrowej tkance miejskiej. Akademia WSB. https://wsb.edu.pl/files//news/13986/transport_w_smart_city.pdf
– Kolasińska-Morawska K., Brzozowska M., Morawski P., 2024, Mobile digital technologies as an integrator of the logistics of transport services in Smart City, "Engineering Management in Production and Services", 16 (4), ss. 96-115, DOI:10.2478/emj-2024-0035
– Brzozowska M., Kolasińska-Morawska K., Morawski P., Sułkowski Ł, 2023, Artificial-intelligence-powered customer service management in logistics industry, EBER 11 (4), p.109-121, https://doi.org/10.15678/EBER.2023.110407
– Liker J. K., Morgan J. M., *Projektowanie przyszłości Jak Toyota, Ford i inni wprowadzają innowacje przez Lean Product Development*, MT Biznes, Warszawa 2020.
– Fabiańska M. (red.), *Akademia zarządzania innowacjami: doświadczenia projektowe*, SWSPIZ, Łódź 2011.

Inne materiały dydaktyczne:

- prezentacje multimedialne, case study, materiały prowadzącego.

SEMINARIUM DYPLOMOWE

OGÓLNE INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE	
NAZWA PRZEDMIOTU:	**Seminarium dyplomowe i praca dyplomowa 1**
Nazwa kierunku studiów, poziom kształcenia:	**Zarządzanie, studia I stopnia**
Profil kształcenia:	**OGÓLNOAKADEMICKI**
Rodzaj modułu kształcenia:	**Powiązany z przygotowaniem do prowadzenia badań**
Punkty ECTS:	**4 ECTS**
Wymiar godzin:	**100 h**
Sposoby weryfikacji i oceny efektów uczenia:	**Zaliczenie z oceną**

PRZEDMIOTOWE EFEKTY UCZENIA SIĘ Z ODNIESIEM DO EFEKTÓW UCZENIA SIĘ DLA KIERUNKU		
Lp.	**Opis przedmiotowych efektów uczenia się**	**Odniesienie do efektu kierunkowego**
	Wiedza:	
P_W01	Ma wiedzę o projektowaniu i prowadzeniu badań w zakresie dyscypliny nauki o zarządzaniu i jakości, a w szczególności o problemach badawczych, metodach, technikach i narzędziach badawczych w zakresie określonym przez wybór tematu pracy licencjackiej.	K_W01, K_W05, K_W14, K_W15
P_W02	Student zna zasady procesu dyplomowania oraz wymagania stawiane pracom licencjackim w SAN.	K_W22
	Umiejętności:	
P_U01	Student potrafi przedstawić temat swojej pracy i zarysować jej strukturę, prezentując jednocześnie przyjętą przez siebie metodologię oraz potrafi przedyskutować podstawowe założenia swojej pracy oraz projektu badawczego.	K_U01, K_U06, K_U07, K_U18, K_U20
	Kompetencje społeczne:	
P_K01	Student jest gotów do przekazywania i obrony własnych poglądów w zakresie teoretycznym i badawczym wybranej tematyki	K_K03

TREŚCI KSZTAŁCENIA		
Lp.	**Seminarium:**	**Odniesienie do przedmiotowych efektów uczenia się**
Sem1	Cele pracy dyplomowej i zadania seminarium dyplomowego. Zasady wyboru tematu pracy licencjackiej.	P_W01, P_W02, P_U01, P_K01
Sem2	Korzystanie z literatury – formy opracowań naukowych, stadia zapoznawania się z literaturą, zasady sporządzania notatek, opis bibliograficzny.	P_W01, P_W02, P_U01, P_K01
Sem3	Posługiwanie się katalogami i Internetem.	P_W01, P_W02, P_U01, P_K01
Sem4	Strona formalna pracy - Cytaty, odnośniki i przypisy, spis bibliografii, spis tabel spis rysunków, załączniki.	P_W01, P_W02, P_U01, P_K01
Sem5	Zbieranie materiałów empirycznych, metody ich analizy i prezentacji wyników.	P_W01, P_W02, P_U01, P_K01
Sem6	Tabele i wykresy. Zasady pracy naukowej – wybór problemu badawczego i formułowanie hipotez.	P_W01, P_W02, P_U01, P_K01
Sem7-9	Konstrukcja i struktura tekstu pracy. Konstrukcja zakończenia i wstępu. Wybór i formułowanie tematu pracy.	P_W01, P_W02, P_U01, P_K01

Sem10-12	Przygotowanie konspektu zawierającego opis konstrukcji pracy i metod badawczych. Sprecyzowanie tematu i zakresu pracy.	P_W01, P_W02, P_U01, P_K01
Lp.	**Praca własna:**	**Odniesienie do przedmiotowych efektów uczenia się**
PW1	Przygotowanie indywidualnej (lub w wyjątkowych sytuacjach zespołowej) pracy o charakterze teoretyczno-badawczym w wybranej tematyce z zakresu nauk o zarządzaniu i jakości.	P_W01, P_W02, P_U01, P_K01

LITERATURA PRZEDMIOTU ORAZ INNE MATERIAŁY DYDAKTYCZNE

Literatura podstawowa przedmiotu:

- Nowak S., *Metodologia badań społecznych*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2020.
- Stachak S., *Podstawy metodologii nauk ekonomicznych*, Difin, Warszawa 2013.
- Kozłowski R., *Praktyczny sposób pisania prac dyplomowych z wykorzystaniem programu komputerowego i Internetu*, Wolters Kluwer Polska, Warszawa 2009.

Literatura uzupełniająca przedmiotu:

- Flejterski S., Elementy filozofii i metodologii nauk ekonomicznych , Urchs Max edu libri 2016.
- Zięba-Pietrzak A. i inni, *Projektowanie badań społeczno-ekonomicznych Rekomendacje i praktyka badawcza*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2013.

Inne materiały dydaktyczne:

- Prezentacje multimedialne, materiały własne prowadzącego.

OGÓLNE INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE		
NAZWA PRZEDMIOTU:	**Seminarium dyplomowe i praca dyplomowa 2**	
Nazwa kierunku studiów, poziom kształcenia:		**Zarządzanie, studia I stopnia**
Profil kształcenia:		**OGÓLNOAKADEMICKI**
Rodzaj modułu kształcenia:		**Powiązany z przygotowaniem do prowadzenia badań**
Punkty ECTS:		**8 ECTS**
Wymiar godzin:		**200 h**
Sposoby weryfikacji i oceny efektów uczenia:		**Zaliczenie z oceną**

PRZEDMIOTOWE EFEKTY UCZENIA SIĘ Z ODNIESIEM DO EFEKTÓW UCZENIA SIĘ DLA KIERUNKU		
Lp.	**Opis przedmiotowych efektów uczenia się**	**Odniesienie do efektu kierunkowego**
	Wiedza:	
P_W01	Ma wiedzę o projektowaniu i prowadzeniu badań w zakresie dyscypliny do których przypisany jest kierunek studiów, a w szczególności o problemach badawczych, metodach, technikach i narzędziach badawczych w zakresie określonym przez wybór tematu pracy licencjackiej. Zna zasady interpretacji wyników badawczych.	K_W01, P_W05, K_W14, K_W15
P_W02	Student zna etyczne aspekty pisania pracy dyplomowej – ryzyko i konsekwencje popełnienia plagiatu.	K_W22
	Umiejętności:	
P_U01	Potrafi samodzielnie przeprowadzić analizę zjawisk i procesów zachodzących współcześnie w oparciu o właściwe narzędzia badawcze i z użyciem odpowiedniej terminologii i przygotować samodzielna pracę lub projekt badawczy z tego zakresu.	K_U01, K_U02, K_U06, K_U07, K_U20
	Kompetencje społeczne:	
P_K01	Student jest gotów do przekazywania i obrony własnych poglądów w zakresie teoretycznym i badawczym wybranej tematyki.	K_K03

TREŚCI KSZTAŁCENIA		
Lp.	**Seminarium:**	**Odniesienie do przedmiotowych efektów uczenia się**
Sem1	Przygotowanie części metodologicznej pracy.	P_W01, P_W02, P_U01, P_K01
Sem2	Omówienie pracy z promotorem, naniesienie poprawek.	P_W01, P_W02, P_U01, P_K01
Sem3	Prezentacja fragmentów pracy na seminarium.	P_W01, P_W02, P_U01, P_K01
Sem4	Przygotowanie części empirycznej.	P_W01, P_W02, P_U01, P_K01
Sem5-6	Pierwsza wersja całości pracy. Omówienie pracy z promotorem.	P_W01, P_W02, P_U01, P_K01
Sem7-8	Uwzględnienie uwag i przygotowanie kolejnych wersji.	P_W01, P_W02, P_U01, P_K01
Sem9	Strona tytułowa, wymagania formalne dotyczące wyglądu pracy.	P_W01, P_W02, P_U01, P_K01
Sem10-12	Akceptacja pracy przez promotora. Przygotowanie się do egzaminy dyplomowego.	P_W01, P_W02, P_U01, P_K01

Lp.	Praca własna:	Odniesienie do przedmiotowych efektów uczenia się
PW1	Przygotowanie indywidualnej (lub w wyjątkowych sytuacjach zespołowej) pracy o charakterze teoretyczno-badawczym w wybranej tematyce z zakresu nauk o zarządzaniu i jakości.	P_W01, P_W02, P_U01, P_K01

LITERATURA PRZEDMIOTU ORAZ INNE MATERIAŁY DYDAKTYCZNE

Literatura podstawowa przedmiotu:

- Nowak S., *Metodologia badań społecznych,* Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2020
- Rószkiewicz M., Perek-Białas J., Węziak-Białowolska D., Zięba-Pietrzak A., *Projektowanie badań społeczno-ekonomicznych*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2013
- Croswell J. W., Projektowanie badań naukowych. Metody jakościowe, ilościowe i mieszane, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2013.

Literatura uzupełniająca przedmiotu:

- Silverman D., *Prowadzenie badań jakościowych*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2012.

Inne materiały dydaktyczne:

- prezentacje multimedialne, materiały własne prowadzącego.