

PROGRAM STUDIÓW
kierunek ZARZĄDZANIE
studia II stopnia, profil ogólnoakademicki

1. Kierunek: Zarządzanie

2. Zwięzły opis kierunku

Oferta studiów magisterskich na kierunku Zarządzanie jest kierowana do absolwentów studiów I stopnia, którzy chcą zostać specjalistami w zakresie zarządzania w biznesie, w organizacjach sektora publicznego i społecznego. Program studiów zakłada przekazanie pogłębionej wiedzy na temat zarządzania i obejmuje specjalności powiązane z prowadzonymi na Wydziale Zarządzania badaniami naukowymi.

W trakcie pierwszego semestru studiów studenci zdobywają wiedzę w zakresie ekonomii menedżerskiej, ekonomii sektora publicznego, prawa handlowego, współczesnych koncepcji marketingu, zachowań organizacyjnych, zarządzania strategicznego i zarządzania zasobami ludzkimi. Później mają możliwość pogłębienia swoich zainteresowań w ramach jednego z czterech specjalności wybieralnych: marketingu, przedsiębiorczości i doradztwa biznesowego, zarządzania rozwojem przedsiębiorstw albo zarządzania zasobami ludzkimi.

Kadrę prowadzącą zajęcia dydaktyczne na kierunku stanowią doświadczeni pracownicy uczelni wyższych z dorobkiem naukowym z zakresu zarządzania. W trakcie zajęć wykorzystywane są rozmaite formy kształcenia: wykłady, ćwiczenia, warsztaty, odgrywanie ról, analiza przypadków, giełdy pomysłów, dyskusje i debaty. Studenci kierunku mogą poszerzać swoją wiedzę i umiejętności, działając w organizacjach studenckich, biorąc udział w badaniach prowadzonych przez pracowników WZ, seminariach i konferencjach naukowych oraz współtworząc z kadrą naukową artykuły naukowe i raporty z badań.

3. Poziom: II stopień

4. Profil: ogólnoakademicki

5. Forma studiów: stacjonarne i niestacjonarne

6. Cele kształcenia:

Celem studiów magisterskich na kierunku Zarządzanie jest kształcenie specjalistów w zakresie szeroko rozumianego zarządzania oraz kadry menedżerskiej dla potrzeb organizacji biznesowych, sektora publicznego i wolontarystycznego. W szczególności Kierunek pozwala nabyć pogłębioną wiedzę i umiejętności pozwalające na:

- analizowanie przyczyn i przebiegu procesów wewnętrznych w organizacjach biznesowych, sektora publicznego i społecznego;
- analizę wpływu uwarunkowań ekonomicznych, rynkowych, politycznych, społecznych, prawnych, środowiskowych oraz przestrzennych na funkcjonowanie organizacji;
- posługiwanie się odpowiednimi metodami i technikami w celu rozwiązywania konkretnych problemów z zakresu zarządzania w biznesie, w organizacjach sektora publicznego i wolontarystycznego;

- pracę zespołową przy przygotowywaniu projektów w zakresie zarządzania przedsiębiorstwem oraz organizacją sektora publicznego i społecznego;
- formułowanie własnych opinii oraz dobór danych i metod analiz wspierających podejmowanie decyzji w organizacjach biznesowych, publicznych i wolontarystycznych
- stawianie prostych hipotez badawczych i ich weryfikowanie;
- rozwój umiejętności posługiwania się językiem obcym do poziomu B2+.

7. Tytuł zawodowy uzyskiwany przez absolwenta: magister

8. Możliwość zatrudnienia i kontynuacji kształcenia absolwenta:

W rozumieniu Rozporządzenia Ministra Pracy i Polityki Socjalnej z dnia 7 sierpnia 2014 r. w sprawie klasyfikacji zawodów i specjalności na potrzeby rynku pracy oraz zakresu jej stosowania (ze zm. – aktualny wykaz - Rozporządzenie Ministra Rodziny i Polityki Społecznej z dnia 13 listopada 2021 r. zmieniające rozporządzenie w sprawie klasyfikacji zawodów i specjalności na potrzeby rynku pracy oraz zakresu jej stosowania – Dz. U. 2021, poz. 2285) absolwenci kierunku Zarządzanie uzyskują możliwość zatrudnienia w charakterze:

- Dyrektor do spraw personalnych (112005)
- Kierownik działu kadrowo-płacowego (121201)
- Kierownik działu szkoleń (121202)
- Kierownik działu zarządzania zasobami ludzkimi (121203)
- Kierownik przedsiębiorstwa świadczącego usługi z zakresu zarządzania zasobami ludzkimi (121204)
- Kierownik do spraw strategicznych i planowania (121302)
- Kierownik działu administracyjno-gospodarczego (121901)
- Kierownik małego przedsiębiorstwa obsługi biznesu (121902)
- Kierownik małego przedsiębiorstwa usług osobistych, porządkowych i pokrewnych (121903)
- Kierownik działu marketingu (122101)
- Kierownik przedsiębiorstwa świadczącego usługi z zakresu marketingu i sprzedaży (122103)
- Kierownik agencji reklamowej (122201)
- Kierownik działu reklamy / promocji / public relations (122202)
- Koordynator projektów unijnych (242102)
- Makler nadzorujący (242103)
- Negocjator biznesowy (242104)
- Specjalista do spraw doskonalenia organizacji (242106)
- Specjalista do spraw konsultingu (242107)
- Specjalista do spraw pozyskiwania funduszy (242109)
- Animator gospodarczy do spraw przedsiębiorczości (242201)
- Specjalista do spraw badań społeczno-ekonomicznych (242218)
- Specjalista do spraw integracji europejskiej (242219)
- Specjalista do spraw organizacji i rozwoju przemysłu (242220)
- Specjalista do spraw planowania strategicznego (242223)
- Specjalista do spraw zamówień publicznych (242225)

- Analityk trendów rynkowych (cool hunter) (243101)
- Autor tekstów i sloganów reklamowych (copywriter) (243102)
- Opiekun marki (brand manager) (243104)
- Specjalista analizy i rozwoju rynku (243105)
- Specjalista do spraw marketingu i handlu (243106)
- Specjalista do spraw reklamy (243107)
- Specjalista do spraw public relations (243203)
- Specjalista do spraw kluczowych klientów (key account manager) (243304)
- Specjalista do spraw sprzedaży (243305)

Kierunek ten może stanowić podstawę do podjęcia nauki w szkole doktorskiej. Inną możliwością pogłębiania kwalifikacji są studia podyplomowe czy kursy prowadzone przez uczelnie i inne instytucje naukowo-dydaktyczne.

9. Wymagania wstępne, oczekiwane kompetencje kandydata opisane językiem efektów uczenia się:

Studia adresowane są do osób zainteresowanych zaawansowaną wiedzą o zarządzaniu organizacjami. Od kandydatów oczekujemy ogólnej wiedzy o gospodarce i społeczeństwie, zainteresowania bieżącymi problemami ekonomiczno-społecznymi i podstawowych umiejętności analizowania problemów ekonomiczno-społecznych wpływających na funkcjonowanie organizacji. Zakładamy, że kandydat będzie rozumiał potrzebę uczenia się przez całe życie, będzie gotów do współdziałania i pracy w grupie, będzie wykazywał zdolność logicznego myślenia, wrażliwość na problemy społeczne, wolę działania w sposób przedsiębiorczy. Kandydat powinien również znać język obcy nowożytny na poziomie minimum B1.

O przyjęcie na studia mogą ubiegać się absolwenci studiów licencjackich i magisterskich posiadających dyplom ukończenia kierunku studiów należący do obszaru nauk społecznych oraz kierunku lingwistyka dla biznesu. Podstawowym kryterium naboru jest ukończenie studiów licencjackich albo magisterskich na kierunku studiów należącym do dziedziny nauk ekonomicznych oraz kierunku lingwistyka dla biznesu. Rekrutacja odbywa się na podstawie uchwały Senatu UŁ, która określa szczegółowe kryteria przyjęć na kierunek Zarządzanie, harmonogram rekrutacji oraz limit miejsc na dany rok akademicki.

10. Dziedziny i dyscypliny naukowe, do których odnoszą się efekty uczenia się

DZIEDZINA	DYSCYPLINA	UDZIAŁ %
Nauki społeczne	Nauki o zarządzaniu i jakości – dyscyplina wiodąca	92%
Nauki społeczne	Ekonomia i finanse	6%
Nauki społeczne	Nauki prawne	2%

11. Określenie kierunkowych efektów uczenia się dla danego typu kwalifikacji wraz z odniesieniem do składnika opisu charakterystyk pierwszego i drugiego stopnia PRK – przypisanie efektów uczenia się do charakterystyk pierwszego i drugiego stopnia PRK na podstawie Rozporządzenie MNiSW z dnia 14 listopada 2018 w sprawie charakterystyk drugiego stopnia efektów uczenia się dla kwalifikacji na poziomie 6-8 Polskiej Ramy kwalifikacji (Dz.U. 2018 poz. 2218) oraz Ustawy z dnia 22 grudnia 2015 r. o Zintegrowanym Systemie Kwalifikacji (t. j. Dz. U. 2020, poz. 226).

Kierunek:	Zarządzanie	
Specjalności:	Marketing Startup Lab-kreowanie nowoczesnego biznesu Zarządzanie rozwojem przedsiębiorstwa Zarządzanie zasobami ludzkimi	
Wiedza		
Kod KEU	Treść efektu	Odniesienie do składnika opisu charakterystyk pierwszego i drugiego stopnia PRK
08Z-2A_W01	Posiada pogłębioną wiedzę o charakterze nauk społecznych, w szczególności w zakresie dyscypliny nauki o zarządzaniu i jakości oraz jej relacji do innych nauk	P7U_W P7S_WG
08Z-2A_W02	Posiada pogłębioną wiedzę o różnych typach organizacji, ich strukturach i ich funkcjonowaniu	P7U_W P7S_WG
08Z-2A_W03	Posiada pogłębioną wiedzę związaną z oddziaływaniem różnych organizacji z otoczenia na jej funkcjonowanie oraz sposobów podjęcia i prowadzenia współpracy dla uzyskania korzystnych efektów	P7U_W P7S_WG
08Z-2A_W04	Posiada pogłębioną wiedzę o rodzajach więzi społecznych w zakresie nauk o zarządzaniu i jakości i o rządzących nimi prawidłowościach	P7U_W P7S_WG
08Z-2A_W05	Posiada pogłębioną wiedzę o człowieku, jako podmiocie organizacji, ze szczególnym uwzględnieniem kreowania kultury organizacyjnej przedsiębiorstw i organizacji sektora publicznego	P7U_W P7S_WG
08Z-2A_W06	Posiada pogłębioną wiedzę na temat norm i reguł konstytuujących organizację, ich wpływu na zachowania ludzi i budowanie spójności wewnętrznej organizacji	P7U_W P7S_WG
08Z-2A_W07	Posiada pogłębioną wiedzę o procesach zmian w organizacjach, o przyczynach, przebiegu, skali i konsekwencji tych zmian	P7U_W P7S_WG P7S_WK
08Z-2A_W08	Posiada pogłębioną wiedzę na temat tworzenia organizacji, ich odwzorowania strukturalnego w odniesieniu do fazy cyklu życia organizacji, wpływu otoczenia	P7U_W P7S_WG
08Z-2A_W09	Zna i rozumie podstawowe pojęcia i zasady z zakresu ochrony własności przemysłowej i prawa autorskiego oraz konieczność zarządzania zasobami własności intelektualnej	P7U_W P7S_WG
08Z-2A_W10	Zna zasady tworzenia i rozwoju różnych form przedsiębiorczości w sektorze prywatnym, publicznym, społecznym i non profit	P7U_W P7S_WK
Umiejętności		
Kod KEU	Treść efektu	Odniesienie do składnika opisu charakterystyk pierwszego i

		drugiego stopnia PRK
08Z-2A_U01	Potrafi dokonywać szczegółowych obserwacji i interpretacji zjawisk społecznych, ekonomicznych, politycznych, prawnych, środowiskowych, przestrzennych, ekonomicznych i rynkowych oraz relacji między nimi	P7U_U P7S_UW
08Z-2A_U02	Potrafi wykorzystać wiedzę teoretyczną do opisu przyczyn oraz przebiegu procesów społecznych, ekonomicznych, politycznych, prawnych, środowiskowych, przestrzennych, ekonomicznych i rynkowych związanych z działalnością organizacji, a także potrafi formułować własne opinie oraz dobrać krytycznie dane i metody analiz wspierających podejmowanie decyzji	P7U_U P7S_UW
08Z-2A_U03	Potrafi analizować przyczyny i przebieg procesów wewnętrznych w organizacji, zjawisk społecznych, ekonomicznych, politycznych, prawnych, środowiskowych, przestrzennych, ekonomicznych i rynkowych oraz stawiać proste hipotezy badawcze i je weryfikować	P7U_U P7S_UW
08Z-2A_U04	Potrafi prognozować i modelować zintegrowane procesy w organizacji z wykorzystaniem zaawansowanych metod i narzędzi ilościowych oraz jakościowych	P7U_U P7S_UW
08Z-2A_U05	Sprawnie posługuje się systemami normatywnymi oraz wybranymi normami i regułami (prawnymi, ekonomicznymi, zawodowymi, etycznymi) oraz potrafi posługiwać się nimi w celu rozwiązywania konkretnych problemów	P7U_U P7S_UW
08Z-2A_U06	Posiada umiejętność samodzielnego analizowania i proponowania możliwych rozwiązań konkretnych problemów organizacyjnych i wskazania odpowiednich rozstrzygnięć w tym zakresie	P7U_U P7S_UW
08Z-2A_U07	Posiada pogłębioną umiejętność rozumienia i analizowania zjawisk społeczno-gospodarczych wpływających na funkcjonowanie organizacji, pogłębioną o umiejętność pogłębionej oceny tych zjawisk przy wykorzystaniu wybranej metody badawczej	P7U_U P7S_UW
08Z-2A_U08	Posiada pogłębioną umiejętność przygotowywania różnych prac pisemnych w języku polskim i nowożytnym języku obcym w zakresie dyscypliny zarządzania	P7U_U P7S_UW
08Z-2A_U09	Posiada pogłębioną umiejętność przygotowywania wystąpień ustnych, w języku polskim i nowożytnym języku obcym	P7U_U P7S_UK
08Z-2A_U10	Ma umiejętności językowe w zakresie dyscypliny: nauki o zarządzaniu i jakości, zgodne z wymaganiami określonymi dla poziomu B2+ Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego	P7U_U P7S_UK
08Z-2A_U11	Rozumie potrzebę uczenia się przez całe życie, potrafi inspirować i organizować proces uczenia się innych osób	P7U_U P7S_UU
08Z-2A_U12	Jest gotów do współdziałania i pracy w grupie, przyjmując w niej różne role	P7U_U P7S_UO
Kompetencje społeczne		
Kod KEU	Treść efektu	Odniesienie do składnika opisu charakterystyk pierwszego i drugiego stopnia PRK
08Z-2A_K01	Jest gotów do określania priorytetów związanych z pełnieniem ról zawodowych, z wyznaczaniem i realizacją zadań zgodnie z etyką zawodową	P7U_K P7S_KR
08Z-2A_K02	Prawidłowo identyfikuje i rozstrzyga dylematy związane z wykonywaniem zawodu	P7U_K P7S_KR
08Z-2A_K03	Dostrzega potrzeby społeczne i jest gotów uczestniczyć w inicjowaniu i realizowaniu projektów w zakresie zarządzania przedsiębiorstwem	P7U_K P7S_KO

08Z-2A_K04	Jest przygotowany do korzystania zdobytej wiedzy do rozwiązywania problemów, krytycznej oceny zdobytych informacji, a w razie potrzeby do zasięgnięcia opinii ekspertów	P7U_K P7S_KK
08Z-2A_K05	Jest gotów myśleć i działać w sposób przedsiębiorczy	P7U_K P7S_KO
08Z-2A_K06	Prezentuje aktywną postawę wobec nawiązywania trwałych relacji z otoczeniem, ze szczególnym uwzględnieniem dbałości o wizerunek reprezentowanej organizacji, gotów do realizacji działań na rzecz środowiska społecznego	P7U_K P7S_KO

Efekty uczenia się dla specjalności:

specjalność marketing		
Kod SEU	Treść efektu	Kod KEU
Wiedza		
08ZM2A_W1	Posiada pogłębioną wiedzę o metodach i narzędziach pozyskiwania informacji, w szczególności badań rynku i badań marketingowych niezbędnych do opisywania i modelowania zjawisk rynkowych oraz rządzących nimi prawidłowości	08Z-2A_W02
08ZM2A_W2	Posiada wiedzę z zakresu psychospołecznych aspektów marketingu, rozumiejąc ich wpływ na zachowania rynkowe nabywców	08Z-2A_W03 08Z-2A_W04 08Z-2A_W05
08ZM2A_W3	Zna narzędzia nowoczesnych technologii i ich zastosowanie w działaniach marketingowych, jednocześnie jest świadom sposobu, w jaki wpisują się one w kontekst ekonomiczno-społeczny funkcjonowania organizacji	08Z-2A_W03 08Z-2A_W04
08ZM2A_W4	Posiada wielostronną i opartą na standardach międzynarodowych wiedzę z zakresu działań marketingowych w organizacji oraz zna metody upowszechniania wiedzy rynkowej w organizacji i budowania organizacji nakierowanej na rynek	08Z-2A_W03 08Z-2A_W08
Umiejętności		
08ZM2A_U1	Posiada umiejętność wykorzystania zdobytej wiedzy z zakresu zarządzania, w szczególności potrafiąc ją zastosować w rozstrzygnięciu dylematów zarządzania i decyzji marketingowych, potrafi dokonywać krytycznej analizy skuteczności i przydatności stosowanej wiedzy	08Z-2A_U05 08Z-2A_U06 08Z-2A_U07
08ZM2A_U2	Posiada na poziomie zaawansowanym umiejętność budowania i zarządzania wartościami dla klientów w szczególności produktem, ceną, dystrybucją. Potrafi w ten sposób dostrzegać i definiować w sposób wymierny konsekwencje podejmowanych decyzji marketingowych dla innych obszarów organizacji	08Z-2A_U03 08Z-2A_U05
08ZM2A_U3	Potrafi planować i realizować działania z zakresu komunikacji rynkowej, także z uwzględnieniem strategii marki i kreowania wartości aktywów niematerialnych. Rozumie potrzebę interdyscyplinarnego podejścia do zarządzania prowadzonymi działaniami marketingowymi.	08Z-2A_U04 08Z-2A_U05 08Z-2A_U06
08ZM2A_U4	Ma umiejętność wykorzystania typowych i zaawansowanych metod oceny i kontroli działań marketingowych. Potrafi przygotować plan marketingowy z uwzględnieniem aspektów finansowych, budżetowych oraz metod kontroli finansowej i pozafinansowej	08Z-2A_U04 08Z-2A_U06

specjalność Startup Lab-kreowanie nowoczesnego biznesu		
Kod SEU	Treść efektu	Kod KEU
Wiedza		
08SL2A_W1	Posiada pogłębioną wiedzę na temat tworzenia nowoczesnej firmy, potrzebną do budowy struktur organizacyjnych i określania zakresu działania nowego przedsiębiorstwa	08Z-2A_W10
08SL2A_W2	Posiada wiedzę z zakresu prawnych, społecznych i ekonomicznych aspektów związanych z tworzeniem nowej firmy	08Z-2A_W01 08Z-2A_W02 08Z-2A_W03 08Z-2A_W09
08SL2A_W3	Zna narzędzia, standardy i metodyki i podejścia związane z tworzeniem nowoczesnej firmy	08Z-2A_W03 08Z-2A_W10
08SL2A_W4	Posiada wiedzę z zakresu innowacyjnych rozwiązań biznesowych	08Z-2A_W07 08Z-2A_W08 08Z-2A_W09
Umiejętności		
08SL2A_U1	Potrafi podejmować decyzje związane z tworzeniem nowego przedsiębiorstwa oraz szacować ryzyko z tym związane	08Z-2A_U01 08Z-2A_U05 08Z-2A_U06
08SL2A_U2	Odpowiednio dobiera i stosuje metody w celu wykorzystania usług związanych z tworzeniem nowego przedsiębiorstwa	08Z-2A_U06 08Z-2A_U07
08SL2A_U3	Potrafi zarządzać procesem tworzenia nowej firmy zgodnie z obowiązującymi standardami, normami prawnymi i dobrymi praktykami	08Z-2A_U05 08Z-2A_U07
08SL2A_U4	Posiada umiejętność kierowania zespołami przedsiębiorczymi	08Z-2A_U07
specjalność zarządzanie rozwojem przedsiębiorstwa		
Kod SEU	Treść efektu	Kod KEU
Wiedza		
08ZR2A_W1	Posiada pogłębioną wiedzę o metodach i narzędziach zarządzania strategicznego, technikach i źródłach pozyskiwania informacji służących do analizy strategicznej pozwalającej na podjęcie trafnych decyzji o długoterminowym rozwoju przedsiębiorstwa	08Z-2A_W06 08Z-2A_W07
08ZR2A_W2	Ma wiedzę na temat mechanizmów tworzenia wartości dla właścicieli oraz pozostałych interesariuszy, a także na temat sposobów nadzorowania i zarządzania spółkami lub przedsiębiorstwami ukierunkowanych na wzrost ich wartości w długim okresie	08Z-2A_W06 08Z-2A_W08
08ZR2A_W3	Ma wiedzę na temat sposobów tworzenia przewagi strategicznej przez przedsiębiorstwa przy wykorzystaniu ich materialnych i niematerialnych zasobów oraz w zależności od fazy cyklu życia sektora	08Z-2A_W03 08Z-2A_W08
08ZR2A_W4	Ma wiedzę o różnych strategiach wzrostu wewnętrznego i zewnętrznego	08Z-2A_W03 08Z-2A_W08
Umiejętności		
08ZR2A_U1	Ma umiejętność wykorzystania wiedzy z zakresu zarządzania strategicznego w praktyce funkcjonowania przedsiębiorstwa oraz potrafi krytycznie ocenić przydatność i skuteczność proponowanych rozwiązań.	08Z-2A_U02 08Z-2A_U03
08ZR2A_U2	Umie myśleć perspektywicznie, a także potrafi podejmować długookresowe i średniookresowe decyzje oraz szacować ryzyko z nimi związane	08Z-2A_U04 08Z-2A_U06

08ZR2A_U3	Potrafi zastosować metody analizy strategicznej, analizy rynku oraz analizy finansowej do oceny bieżącej i przyszłej sytuacji przedsiębiorstwa oraz wykorzystuje je w sposób umożliwiający podjęcie racjonalnych pozwalających na zgromadzenie odpowiednich oraz umożliwiających uzyskanie przez przedsiębiorstwo trwałej przewagi konkurencyjnej	08Z-2A_U06 08Z-2A_U07
08ZR2A_U4	Potrafi zaprojektować strategię rozwoju przedsiębiorstwa na rynku krajowym lub międzynarodowym, która przyczyni się do kreowania oczekiwanej wartości dla właścicieli oraz pozostałych interesariuszy, niezależnie od sytuacji w otoczeniu przedsiębiorstwa	08Z-2A_U04 08Z-2A_U07
specjalność zarządzanie zasobami ludzkimi		
Kod SEU	Treść efektu	Kod KEU
Wiedza		
08ZA2A_W1	Posiada pogłębioną wiedzę o metodach i narzędziach zarządzania zasobami ludzkimi, technik i źródeł pozyskiwania informacji służących do modelowania procesów zarządzania zasobami ludzkimi	08Z-2A_W04 08Z-2A_W05 08Z-2A_W06
08ZA2A_W2	Posiada pogłębioną wiedzę o projektowaniu strategii i programów zarządzania zasobami ludzkimi	08Z-2A_W04 08Z-2A_W08
08ZA2A_W3	Posiada zaawansowaną wiedzę o wartości kapitału ludzkiego w oparciu o narzędzia controllingu personalnego	08Z-2A_W05 08Z-2A_W09
08ZA2A_W4	Zna i rozumie w zaawansowanym stopniu zasady mediacji i negocjacji w ramach stosunków pracy	08Z-2A_W03 08Z-2A_W04
Umiejętności		
08ZA2A_U1	Umie ocenić przydatność zdobytej wiedzy oraz wykorzystać ją w różnych sytuacjach, dostosowując jej zakres i formy do bieżących potrzeb	08Z-2A_U01 08Z-2A_U06
08ZA2A_U2	Umie zorganizować dział kadr i przydzielić zadania jego pracownikom, jest świadom roli, jako komórka HR pełni w organizacji	08Z-2A_U04 08Z-2A_U06 08Z-2A_U07
08ZA2A_U3	Potrafi kształtować wizerunek firmy, jako pracodawcy z wyboru w otoczeniu wewnętrznym i zewnętrznym organizacji, wykorzystując w tym celu różnorodne narzędzia biznesowe	08Z-2A_U03 08Z-2A_U05 08Z-2A_U06
08ZA2A_U4	Umie kierować zespołem projektowym w oparciu o budowanie zaufania i zaangażowania członków zespołu	08Z-2A_U06 08Z-2A_U07

12. Wnioski z analizy zgodności efektów uczenia się z potrzebami rynku pracy i otoczenia społecznego, wnioski z analizy wyników monitoringu karier zawodowych absolwentów oraz sprawdzone wzorce międzynarodowe

Kluczowe efekty uczenia się są realizowane z uwzględnieniem zmian w otoczeniu organizacji i w samych organizacjach, które opisywane są w aktualnych raportach rynku pracy, w raportach branżowych, prognozach dotyczących uwarunkowań społeczno-gospodarczych. Świadomość roli efektów uczenia się jest wzmacniana przez odnoszenie ich do charakterystyk zawodów, do których wykonywania przygotowani są studenci. Z opisów zawodów (zawierających cele zawodów, zadania i charakter pracy, wymogi i potrzebne predyspozycje) wynika, jak ważne są

poszczególne efekty uczenia się i w jakim stopniu ich osiągnięcie ułatwi poszukiwanie pracy w danym zawodzie. Realizację efektów uczenia się na najwyższym poziomie umożliwia systematyczna aktualizacja treści kształcenia o wyniki najnowszych badań naukowych polskich i zagranicznych badaczy publikowanych w czasopiśmie i monografiach naukowych oraz prezentowanych podczas konferencji i webinarów. Proponowany program kształcenia uwzględnia najnowsze zagadnienia z ww. problematyki zawarte w programach studiów przedmiotów wykładanych na uczelniach biznesowych w Europie Zachodniej oraz Stanach Zjednoczonych.

Na potrzeby oceny zgodności efektów kształcenia z potrzebami rynku pracy dokonywane są systematycznie analizy: raportów z badań rynku pracy oraz wynagrodzeń w wybranych sektorach (prognoz zatrudnienia (badanie Barometr zawodów), opracowań Europejskiego Centrum Rozwoju Szkolenia Zawodowego Cedefop, cyklicznych raportów ManpowerGroup Talent shortage survey i innych, np.: Future – Raport rynku pracy i zawody przyszłości, Workforce of the future: The competing forces shaping 2030, Raport A World Bank Group – The changing nature of work, raport z badań DELab UW i Gumtree: Aktywni + Przyszłość na rynku pracy, raportów Deloitte

Według raportu „Future of Skills. Employment in 2030” wśród dziedzin, które będą konieczne do wykonywania zawodów przyszłości, znajdują się te związane z zarządzaniem a wśród perspektywicznych sektorów branżowych - m.in. procedury administracyjne i zarządcze, ekonomia, rachunkowość, edukacja i szkolenie, sprzedaż i marketing. Z wskazanego raportu wynika, że kluczowe będą umiejętności - interpersonalne, społeczne, systemowe oraz poznawcze, w szczególności: uczenia siebie oraz innych, aktywnej nauki, współdziałania, kompleksowego rozwiązywania problemów, logicznego i krytycznego myślenia, oceny i podejmowania decyzji, zarządzania zasobami finansowymi, zarządzania zasobami ludzkimi, monitorowania i oceny wyników, negocjowanie i komunikowanie, oceny systemów i procesów. W licznych opracowaniach podkreśla się znaczenie tzw. kompetencji miękkich, wiążących się z umiejętnościami społecznymi i osobistymi. Eksperti z Pearson zwracają także uwagę na umiejętność „social perspectiveness” - dostrzegania innych ludzi i ich reakcji oraz zrozumienia, z czego one wynikają. Ważna będzie również zdolność autorefleksji, aby móc samodzielnie określać, czego jeszcze nie wiemy, a czego warto się nauczyć.

Z Barometru zawodów 2022 wynika, że ekonomiści i kadra zarządzająca, w tym m.in. kierownicy ds. usług, kierownicy w instytucjach społecznych i kultury, kierownicy sprzedaży, kierownicy ds. logistyki należą do zawodów zrównoważonych. Zdaniem ekspertów rekrutacja na zawody menedżerskie odbywa się bardzo często w wyniku awansów wewnętrznych, a w przypadku instytucji publicznych w drodze konkursów i nie ma większych problemów z obsadzeniem tych stanowisk.

Koncepcja kształcenia na kierunku Zarządzanie II stopnia uwzględnia wymagania, jakie stawia przed organizacjami rzeczywistość społeczno-gospodarcza opisywana jako *V.U.C.A.* [zmienna (*volatile*), niepewna (*uncertain*), złożona (*complex*) i wieloznaczna (*ambiguous*)]. Program studiów na kierunku zakłada przekazywanie wiedzy, rozwój umiejętności, kreowanie zachowań i postaw, które umożliwią absolwentom osiągnięcie sukcesu we współczesnych realiach poprzez przygotowanie do: adaptowania się do nieoczekiwanych sytuacji, dialogu z interesariuszami,

rozwijania sieci współpracy, budowania i działania w elastycznych strukturach, podwyższania poziomu samoświadomości, ciągłego rozwoju, postępowania etycznego i pro-środowiskowego, wykonywania pracy wymagającej połączenia unikalnych kompetencji człowieka z efektywnością maszyny. odważnego spoglądania w przyszłość – stawania się nieprzeciętnym, niekonwencjonalnym, kreatywnym. Studenci poznają różnorodne metody nauczania, które mogą wykorzystywać do własnego rozwoju i uczenia innych.

Koncepcja i programy studiów są efektem dialogu pomiędzy interesariuszami wewnętrznymi i zewnętrznymi. Zmiany w zakresie kształcenia konsultowane są ze studentami (interesariusze wewnętrzni), absolwentami oraz praktykami, którzy tworzą Radę Biznesu oraz Radę Menedżerów Publicznych lub wchodzi w skład rad programowych specjalności albo prowadzą zajęcia dydaktyczne (interesariusze zewnętrzni).

Koncepcja kształcenia i zmiany programowe każdorazowo są opiniowane i akceptowane przez Wydziałową Radę Samorządu Studentów Wydziału Zarządzania UŁ. Wszelkie prace dotyczące oferty dydaktycznej koordynują Komisja ds. Jakości Kształcenia oraz Dział Jakości Kształcenia i Obsługi Studenta.

Badanie opinii absolwentów kierunku Zarządzanie na temat ich oceny wiedzy teoretycznej i posiadanych umiejętności praktycznych w kontekście wymogów rynku pracy wskazuje na dobre postrzeżenie kształcenia na Wydziale Zarządzania.

13. Wskazanie związku studiów z misją uczelni i jej strategią rozwoju

Program studiów kierunku Zarządzanie studiów II stopnia jest zgodny z misją i strategią Uniwersytetu Łódzkiego. Głównymi punktami odniesienia przy projektowaniu programu dla tego kierunku były zapisy strategii Uniwersytetu Łódzkiego w szczególności te dotyczące 2 celu strategicznego mówiącego o tym, że dzięki doskonałości dydaktycznej Uniwersytet Łódzki dąży do uzyskania statusu uczelni oferującej studia na najwyższym poziomie. Dzięki realizacji programu studiów na tym kierunku, studenci zdobywają wiedzę i umiejętności, które mogą być wykorzystane w organizacjach biznesowych.

Studenci zdobywają pogłębioną wiedzę odpowiadającą zainteresowaniom naukowym oraz ich planom zawodowym. Dzięki ofercie kształcenia, uwzględniającej obszary i wyniki badań naukowych pracowników WZ, program realizuje model ogólnoakademicki. Istotą programu studiów na kierunku jest możliwość wyboru jednej z czterech oferowanych modułów oraz różnych przedmiotów do wyboru, pozwalających na rozszerzanie i uzupełnianie wiedzy poza zakres uznany za obowiązkowy. Student ma dzięki temu możliwość stworzenia własnej ścieżki kształcenia, która odpowiada jego zainteresowaniom, w tym poznawczym i naukowym, oraz planom zawodowym. Studenci podczas studiów mają możliwość współuczestniczenia w działalności badawczej kół naukowych oraz zespołów złożonych z pracowników Wydziału Zarządzania.

14. Różnice w stosunku do innych programów studiów o podobnie zdefiniowanych celach i efektach uczenia się prowadzonych w Uniwersytecie Łódzkim

Odnosząc się do programów studiów proponowanych w UŁ, kierunek Zarządzanie jest jedynym, który charakteryzuje tak interdyscyplinarne podejście, właściwe dla nauk o zarządzaniu i jakości. W odróżnieniu np. od kierunku Ekonomia II st., który skupia się wokół pogłębienia tematów z zakresu mikro i makroekonomii, studenci kierunku Zarządzanie zdobywają wiedzę w zakresie zarządzania strategicznego, zarządzania zasobami ludzkimi, ekonomii menedżerskiej, ekonomii sektora publicznego, prawa handlowego, współczesnych koncepcji marketingu, zachowań organizacyjnych.

Cechą wyróżniającą studia jest indywidualizacja procesu kształcenia w ramach specjalności wybieranych przez studentów ze względu na zainteresowania i oczekiwania związane z planowaną ścieżką kariery zawodowej. W programie studiów uwzględniono trzy kategorie przedmiotów: obowiązkowe kierunkowe, obowiązkowe specjalnościowe i przedmioty do wyboru. W trakcie pierwszego semestru studiów realizowany jest program obowiązkowy. Natomiast na kolejnych semestrach studenci mają możliwość pogłębienia swoich zainteresowań w ramach jednej z czterech specjalności wybieralnych: marketingu, startup Lab- kreowanie nowoczesnego biznesu, zarządzania rozwojem przedsiębiorstw, zarządzania zasobami ludzkimi. Zarówno program wspólny, jak i programy poszczególnych specjalności uwzględniają potrzeby współczesnego otoczenia społeczno-gospodarczego, w tym w szczególności wyzwania gospodarki 4.0. Programy te uwzględniają najnowsze zagadnienia z ww. problematyki zawarte w programach studiów przedmiotów wykładanych na uczelniach biznesowych w Europie Zachodniej oraz Stanach Zjednoczonych. W zakresie certyfikacji kierunków studiów Wydział Zarządzania współpracuje z międzynarodowymi organizacjami akredytacyjnymi, w tym: ACCA, IPMA, CIMA, IACBE, ELA. Wsparciem procesu dydaktycznego służą powołane na Wydziale Centra Naukowe (Centrum Analiz Biznesowych, Centrum Badań Nad Sztuczną Inteligencją i Cyberkomunikacją, Centrum Metod Organizacji i Zarządzania, Centrum Przedsiębiorczości).

15. Plany studiów

PLAN STUDIÓW		Szczegóły przedmiotu																		
Wydział:		Wydział Zarządzania UŁ																		
Kierunek studiów:		Zarządzanie II																		
Profil studiów:		Ogólnoakademicki																		
Stopień studiów:		Studia II stopnia																		
Forma studiów:		Stacjonarne																		
Liczba specjalności:		4																		
Od roku:		2022																		
rok	semestr	przedmiot	KOD	Liczba godzin													Przedmiot do wyboru	Razem	Forma zaliczenia	ECTS
				Wykład kursowy	Wykład gościnny	Wykład monograficzny	Ćwiczenia audytoryjne	Ćwiczenia konwersatoryjne	Warsztaty	Gra symulacyjna 1	Gra symulacyjna 2	Lektorat	Ćwiczenia informatyczne	Seminarium magisterskie	Wychowanie fizyczne					
				W	WG	WM	C	CK	WR	SY1	SY2	L	LI	SM	WF					
	I	1	Ekonomia menedżerska	0800-ZEMZAK	32												32	Zaliczenie	4	
	I	1	Ekonomia sektora publicznego	0800-ZESZAK					33								33	Zaliczenie	4	
	I	1	Prawo handlowe	0800-ZPHZAK	25												25	Zaliczenie	3	
	I	1	Rachunkowość zarządcza i zarządzanie finansami	0800-ZRFZAK					33								33	Zaliczenie	4	
	I	1	Współczesne koncepcje marketingu	0800-ZKMZAK					33								33	Egzamin	4	
	I	1	Zachowania organizacyjne	0800-ZDOZAK	8			15									23	Egzamin	4	
	I	1	Zarządzanie strategiczne	0800-ZSZAK	8			15									23	Egzamin	4	
	I	1	Zarządzanie zasobami ludzkimi	0800-ZZLZAK	8			15									23	Egzamin	4	
razem po 1. semestrze:																godzin: 225	p. ECTS: 31			
	I	2	Metodyka pracy naukowej	0800-ZMPZAK			12										12	Zaliczenie	3	
	I	2	Seminarium magisterskie - semestr 2	0800_S0ZAK										9			9	Zaliczenie	2	
	I	2	Przedmioty specjalnościowe													139	139	Egzamin	17	
	I	2	Lektorat językowy									50					50	Zaliczenie	4	
	I	2	Przedmiot humanistyczny do wyboru				20										20	Zaliczenie	5	
razem po 2. semestrze:																godzin: 230	p. ECTS: 31			
	II	3	Seminarium magisterskie - semestr 3	0800_S1ZAK										25			25	Zaliczenie	8	
	II	3	Przedmioty specjalnościowe													125	125	Egzamin	22	
	II	3	Lektorat językowy									25					25	Egzamin	3	
razem po 3. semestrze:																godzin: 175	p. ECTS: 33			
	II	4	Seminarium magisterskie - semestr 4	0800_S2ZAK										25			25	Egzamin	12	
	II	4	Przedmioty specjalnościowe													33	33	Zaliczenie	4	
	II	4	Przedmiot do wyboru specjalnościowy		16				29								45	Zaliczenie	9	
	II	4	Przedmiot do wyboru zewnętrzny		14				18								32	Zaliczenie	6	
razem po 4. semestrze:																godzin: 135	p. ECTS: 31			
																godzin: 765	p. ECTS: 126			

Studenta obowiązuje dodatkowo szkolenie BHP i ppoz. oraz szkolenie z zakresu własności intelektualnej i prawa autorskiego (e-learning)

Specjalność: Marketing

Specjalność: Marketing		Szczegóły przedmiotu																		
rok	semestr	Przedmioty specjalnościowe	KOD	Liczba godzin													Przedmiot do wyboru	Razem	Forma zaliczenia	ECTS
				Wykład kursowy	Wykład monograficzny	Ćwiczenia audytoryjne	Ćwiczenia konwersatoryjne	Warsztaty	Gra symulacyjna 2	Lektorat	Ćwiczenia informatyczne	Seminarium magisterskie	Wychowanie fizyczne							
				W	WM	C	CK	WR	SY2	L	LI	SM	WF							
	I	2	Branding i komunikacja marketingowa	0800-ZBKS3K					16								16	Zaliczenie	4	
	I	2	Market intelligence	0800-ZMIS3K	8		25										33	Egzamin	6	
	I	2	Strategie marketingowe	0800-ZSMS3K	10				24								34	Egzamin	7	
	II	3	Badania marketingowe - metody ilościowe i jakościowe	0800-ZBMS3K	14				30								44	Egzamin	9	
	II	3	e-Marketing	0800-ZEMS3K	16												16	Zaliczenie	2	
	II	3	Gra strategiczna The Marketplace	0800-ZGSS3K						35							35	Zaliczenie	7	
	II	3	Kontroling marketingowy	0800-ZKMS3K	8				12								20	Zaliczenie	4	
	II	4	Kreowanie wizerunku firmy	0800-ZKWS3K					16								16	Zaliczenie	4	
razem:																214	p. ECTS: 43			

Specjalność: Startup Lab-kreowanie nowoczesnego biznesu

rok	semestr	Przedmioty modułu specjalności	KOD	Szczegóły przedmiotu													Forma zaliczenia	ECTS
				Liczba godzin														
				Wykład kursowy	Wykład gościnny	Wykład monograficzny	Cwiczenia audytorijne	Cwiczenia konwersatoryjne	Warsztaty	Gra symulacyjna 1	Gra symulacyjna 2	Lektorat	Cwiczenia informatyczne	Seminarium magisterskie	Wychowanie fizyczne	Razem		
W	WG	WM	C	CK	WR	SY1	SY2	L	LI	SM	WF							
I	2	Budowa modelu biznesowego startupu		20			15									35	Zaliczenie	5
	2	Finansowanie powstania i rozwoju startupu		18									15			33	Egzamin	6
	2	Startup w ekosystemie cyfrowym		25												25	Egzamin	3
	2	Wprowadzenie do procesu budowy startupu		25												25	Egzamin	3
II	3	Budowa zespołu zarządzającego startupem		25			15									40	Zaliczenie	6
	3	Ekosystem wsparcia dla startupów		30												30	Zaliczenie	4
	3	Zarządzanie projektem startupowym		15									25			40	Egzamin	8
	3	Zarządzanie ryzykiem niepowodzenia biznesowego startupów		12			15									27	Egzamin	4
II	4	Innowacje jako baza nowoczesnego biznesu		30												30	Zaliczenie	4
													razem:	285	p. ECTS	43		

Specjalność: Zarządzanie rozwojem przedsiębiorstwa

rok	semestr	Przedmioty modułu specjalności	KOD	Szczegóły przedmiotu													Forma zaliczenia	ECTS
				Liczba godzin														
				Wykład kursowy	Wykład gościnny	Wykład monograficzny	Cwiczenia audytorijne	Cwiczenia konwersatoryjne	Warsztaty	Gra symulacyjna 1	Gra symulacyjna 2	Lektorat	Cwiczenia informatyczne	Seminarium magisterskie	Wychowanie fizyczne	Razem		
W	WG	WM	C	CK	WR	SY1	SY2	L	LI	SM	WF							
I	2	Finansowanie rozwoju przedsiębiorstwa	0800-ZFRS1K	33												33	Zaliczenie	4
	2	Modele ekspansji międzynarodowej	0800-ZMES1K	33												33	Zaliczenie	4
	2	Zarządzanie strategiczne – zagadnienia zaawansowane	0800-ZZSS1K	33												33	Egzamin	4
	2	Zarządzanie wartością i wycena spółki	0800-ZVWS1K	40												40	Egzamin	5
II	3	Modelowanie i prognozowanie w biznesie	0800-ZMPS1K										16			16	Zaliczenie	4
	3	Przywództwo w biznesie	0800-ZPBS1K	25												25	Zaliczenie	3
	3	Strategie e-commerce	0800-ZSES1K	33												33	Zaliczenie	4
	3	Studium przypadku - konkurs	0800-ZSPS1K						16							16	Zaliczenie	4
	3	TOP SIM II: Scenariusz zaawansowany	0800-ZTSS1K									35				35	Zaliczenie	7
II	4	Ład korporacyjny	0800-ZLKS1K	33												33	Egzamin	4
													razem:	297	p. ECTS	43		

Specjalność: Zarządzanie zasobami ludzkimi

rok	semestr	Przedmioty modułu specjalności	KOD	Szczegóły przedmiotu													Forma zaliczenia	ECTS
				Liczba godzin														
				Wykład kursowy	Wykład gościnny	Wykład monograficzny	Cwiczenia audytorijne	Cwiczenia konwersatoryjne	Warsztaty	Gra symulacyjna 1	Gra symulacyjna 2	Lektorat	Cwiczenia informatyczne	Seminarium magisterskie	Wychowanie fizyczne	Razem		
W	WG	WM	C	CK	WR	SY1	SY2	L	LI	SM	WF							
I	2	Międzynarodowe zarządzanie zasobami ludzkimi	0800-ZMZSSK	25			25									50	Egzamin	8
	2	Strategie i programy zarządzania zasobami ludzkimi	0800-ZSPSSK	25					25							50	Egzamin	9
II	3	Budowanie marki pracodawcy	0800-ZBMSK	25			25									50	Egzamin	8
	3	Koszty pracy i controlling personalny	0800-ZKPSK	18			20									38	Egzamin	6
	3	Problemy zarządzania zasobami ludzkimi - analiza przypadków	0800-ZPZSSK						33							33	Zaliczenie	8
II	4	Stosunki pracy	0800-ZSTS	30												30	Egzamin	4
													razem:	251	p. ECTS	43		

		PLAN STUDIÓW																			
		Wydział:	Wydział Zarządzania UŁ																		
		Kierunek studiów:	Zarządzanie II																		
		Profil studiów:	Ogólnoakademicki																		
		Stopień studiów:	Studia II stopnia																		
		Forma studiów:	Niestacjonarne																		
		Liczba specjalności:	4																		
		Od roku:	2022																		
rok	semestr	przedmiot	Szczegóły przedmiotu																Forma zaliczenia	ECTS	
			KOD	Liczba godzin						Warsztaty	Gra symulacyjna 1	Gra symulacyjna 2	Lektorat	Ćwiczenia informatyczne	Seminarium magisterskie	Wychowanie fizyczne	Przedmiot do wyboru	Razem			
				Wykład kursowy	Wykład gościnny	Wykład monograficzny	Ćwiczenia audytoryjne	Ćwiczenia konwersatoryjne	CK												WR
W	WG	WM	C	CK	WR	SY1	SY2	L	LI	SM	WF										
	I	1	Ekonomia menedżerska	0800-ZEMZAU	19													19	Zaliczenie	4	
	I	1	Ekonomia sektora publicznego	0800-ZESZAU					19									19	Zaliczenie	4	
	I	1	Prawo handlowe	0800-ZPHZAU	15													15	Zaliczenie	3	
	I	1	Rachunkowość zarządcza i zarządzanie finansami	0800-ZRFZAU					19									19	Zaliczenie	4	
	I	1	Współczesne koncepcje marketingu	0800-ZKMZAU					33									33	Egzamin	4	
	I	1	Zachowania organizacyjne	0800-ZZOZAU	8			15										23	Egzamin	4	
	I	1	Zarządzanie strategiczne	0800-ZSZZAU	8			15										23	Egzamin	4	
	I	1	Zarządzanie zasobami ludzkimi	0800-ZZLZAU	8			15										23	Egzamin	4	
			razem po 1. semestrze:														godzin:	174	p. ECTS:	31	
	I	2	Metodyka pracy naukowej	0800-ZMPZAU			7											7	Zaliczenie	3	
	I	2	Seminarium magisterskie - semestr 2	0800-S0ZAU											5			5	Zaliczenie	2	
	I	2	Przedmioty specjalnościowe														70	70	Egzamin	17	
	I	2	Lektorat językowy										30					30	Zaliczenie	4	
	I	2	Przedmiot humanistyczny do wyboru				12											12	Zaliczenie	5	
			razem po 2. semestrze:														godzin:	124	p. ECTS:	31	
	II	3	Seminarium magisterskie - semestr 3	0800-S1ZAU											15			15	Zaliczenie	8	
	II	3	Przedmioty specjalnościowe														82	82	Egzamin	22	
	II	3	Lektorat językowy										15					15	Egzamin	3	
			razem po 3. semestrze:														godzin:	112	p. ECTS:	33	
	II	4	Seminarium magisterskie - semestr 4	0800-S2ZAU											15			15	Egzamin	12	
	II	4	Przedmioty specjalnościowe														18	18	Zaliczenie	4	
	II	4	Przedmiot do wyboru specjalnościowy		9					17								26	Zaliczenie	9	
	II	4	Przedmiot do wyboru zewnętrzny		8					10								18	Zaliczenie	6	
			razem po 4. semestrze:														godzin:	77	p. ECTS:	31	
																	godzin:	487	p. ECTS:	126	

Studenta obowiązuje dodatkowo szkolenie BHP i ppoz. oraz szkolenie z zakresu własności intelektualnej i prawa autorskiego (e-learning)

Moduł specjalności: Marketing

rok	semestr	Przedmioty modułu specjalności	Szczegóły przedmiotu																Forma zaliczenia	ECTS
			KOD	Liczba godzin						Warsztaty	Gra symulacyjna 1	Gra symulacyjna 2	Lektorat	Ćwiczenia informatyczne	Seminarium magisterskie	Wychowanie fizyczne	Razem			
				Wykład kursowy	Wykład gościnny	Wykład monograficzny	Ćwiczenia audytoryjne	Ćwiczenia konwersatoryjne	CK									WR		
W	WG	WM	C	CK	WR	SY1	SY2	L	LI	SM	WF									
	I	2	Branding i komunikacja marketingowa	0800-ZBKSSU						9								9	Zaliczenie	4
	I	2	Market intelligence	0800-ZMISU	4			15										19	Egzamin	6
	I	2	Strategie marketingowe	0800-ZSMSU	6					14								20	Egzamin	7
	II	3	Badania marketingowe - metody ilościowe i jakościowe	0800-ZBMSU	8					18								26	Egzamin	9
	II	3	e-Marketing	0800-ZEMSU	9													9	Zaliczenie	2
	II	3	Gra strategiczna The Marketplace	0800-ZSSSU								21						21	Zaliczenie	7
	II	3	Kontroling marketingowy	0800-ZKMSU	4					7								11	Zaliczenie	4
	II	4	Kreowanie wizerunku firmy	0800-ZKWSU						9								9	Zaliczenie	4
			razem:														godzin:	124	p. ECTS:	43

Moduł specjalności: Zarządzanie rozwojem przedsiębiorstwa

rok	semestr	Przedmioty modułu specjalności	Szczegóły przedmiotu														Forma zaliczenia	ECTS	
			KOD	Liczba godzin															
				Wykład kursowy	Wykład gościnny	Wykład monograficzny	Cwiczenia audytoryjne	Cwiczenia konwersatoryjne	Warsztaty	Gra symulacyjna 1	Gra symulacyjna 2	Lektorat	Cwiczenia informatyczne	Seminarium magisterskie	Wychowanie fizyczne	Razem			
W	WG	WM	C	CK	WR	SY1	SY2	L	LI	SM	WF								
I	2	Finansowanie rozwoju przedsiębiorstwa	0800-ZFRS1U	19													19	Zaliczenie	4
	2	Modele ekspansji międzynarodowej	0800-ZMES1U	19													19	Zaliczenie	4
	2	Zarządzanie strategiczne – zagadnienia zaawansowane	0800-ZZSS1U	19													19	Egzamin	4
	2	Zarządzanie wartością i wycena spółki	0800-ZWWS1U	24													24	Egzamin	5
II	3	Modelowanie i prognozowanie w biznesie	0800-ZMPS1U										9				9	Zaliczenie	4
	3	Przywództwo w biznesie	0800-ZPBS1U	15													15	Zaliczenie	3
	3	Strategie e-commerce	0800-ZSES1U	19													19	Zaliczenie	4
	3	Studium przypadku - konkurs	0800-ZSPS1U						9								9	Zaliczenie	4
	3	TOP SIM II: Scenariusz zaawansowany	0800-ZTSS1U									21					21	Zaliczenie	7
II	4	Ład korporacyjny	0800-ZŁKS1U	19													19	Egzamin	4
razem:																173	p. ECTS	43	

Moduł specjalności: Zarządzanie zasobami ludzkimi

rok	semestr	Przedmioty modułu specjalności	Szczegóły przedmiotu														Forma zaliczenia	ECTS	
			KOD	Liczba godzin															
				Wykład kursowy	Wykład gościnny	Wykład monograficzny	Cwiczenia audytoryjne	Cwiczenia konwersatoryjne	Warsztaty	Gra symulacyjna 1	Gra symulacyjna 2	Lektorat	Cwiczenia informatyczne	Seminarium magisterskie	Wychowanie fizyczne	Razem			
W	WG	WM	C	CK	WR	SY1	SY2	L	LI	SM	WF								
I	2	Międzynarodowe zarządzanie zasobami ludzkimi	0800-ZMZSSU	15			15										30	Egzamin	8
	2	Strategie i programy zarządzania zasobami ludzkimi	0800-ZSPSSU	15					15								30	Egzamin	9
	3	Budowanie marki pracodawcy	0800-ZBMSU	15			15										30	Egzamin	8
II	3	Koszty pracy i controlling personalny	0800-ZKPSU	10			12										22	Egzamin	6
	3	Problemy zarządzania zasobami ludzkimi - analiza przypadków	0800-ZPZSU						19								19	Zaliczenie	8
II	4	Stosunki pracy	0800-ZSTSU	18													18	Egzamin	4
razem:																149	p. ECTS	43	

Moduł specjalności: Startup Lab-kreowanie nowoczesnego biznesu

rok	semestr	Przedmioty modułu specjalności	Szczegóły przedmiotu														Forma zaliczenia	ECTS	
			KOD	Liczba godzin															
				Wykład kursowy	Wykład gościnny	Wykład monograficzny	Cwiczenia audytoryjne	Cwiczenia konwersatoryjne	Warsztaty	Gra symulacyjna 1	Gra symulacyjna 2	Lektorat	Cwiczenia informatyczne	Seminarium magisterskie	Wychowanie fizyczne	Razem			
W	WG	WM	C	CK	WR	SY1	SY2	L	LI	SM	WF								
I	2	Budowa modelu biznesowego startupu		12			9										21	Zaliczenie	5
	2	Finansowanie powstania i rozwoju startupu		10									9				19	Egzamin	6
	2	Startup w ekosystemie cyfrowym		15													15	Egzamin	3
	2	Wprowadzenie do procesu budowy startupu		15													15	Egzamin	3
II	3	Budowa zespołu zarządzającego startupem		15			9										24	Zaliczenie	6
	3	Ekosystem wsparcia dla startupów		18													18	Zaliczenie	4
	3	Zarządzanie projektem startupowym		9									15				24	Egzamin	8
	3	Zarządzanie ryzykiem niepowodzenia biznesowego startupów		7			9										16	Egzamin	4
II	4	Innowacje jako baza nowoczesnego biznesu		18													18	Zaliczenie	4
razem:																170	p. ECTS	43	

16. Bilans punktów ECTS

		Liczba punktów ECTS
a.	Liczba semestrów i łączna liczba punktów ECTS, którą student musi zdobyć, aby uzyskać określone kwalifikacje	4/126
b.	łączną liczbę godzin zajęć, w tym praktyk, które student musi zrealizować w toku studiów; w przypadku specjalności/modułów/przedmiotów do wyboru o różnej liczbie godzin – najwyższą łączną liczbę godzin,	765
b.	łączna liczba punktów ECTS, którą student musi uzyskać na zajęciach kontaktowych (wymagających bezpośredniego udziału wykładowców i studentów) – studia stacjonarne/studia niestacjonarne	126
c.	łączna liczba punktów ECTS, którą student musi uzyskać w ramach zajęć kształtujących umiejętności praktyczne	31*
d.	Liczba punktów ECTS, którą student musi uzyskać realizując moduły kształcenia w zakresie zajęć ogólnouczelnianych lub na innym kierunku studiów	6
e.	Liczba punktów ECTS, którą student musi uzyskać w ramach zajęć z dziedziny nauk humanistycznych lub nauk społecznych	5
f.	Liczba punktów ECTS, którą student musi uzyskać w ramach zajęć do wyboru	92

* Liczba punktów ECTS realizowana w ramach zajęć o charakterze praktycznym może różnić się w zależności od wybranej specjalności i przedmiotów do wyboru

17. Opis procesu prowadzącego do uzyskania efektów uczenia się, w tym:

- a) opisy przedmiotów (sylabusy), w zakresie określonym odrębnym zarządzeniem Rektora – w załączeniu (zamieszczone na końcu programu studiów)

b) Tabela określająca relacje między efektami kierunkowymi a efektami uczenia się zdefiniowanymi dla poszczególnych przedmiotów

Macierz kierunku Zarządzanie

Przedmiot	sem	08Z-2A_W01	08Z-2A_W02	08Z-2A_W01	08Z-2A_W04	08Z-2A_W05	08Z-2A_W06	08Z-2A_W07	08Z-2A_W08	08Z-2A_W09	08Z-2A_W10	08Z-2A_U01	08Z-2A_U02	08Z-2A_U03	08Z-2A_U04	08Z-2A_U05	08Z-2A_U06	08Z-2A_U07	08Z-2A_U08	08Z-2A_U09	08Z-2A_U10	08Z-2A_U11	08Z-2A_U12	08Z-2A_K01	08Z-2A_K02	08Z-2A_K03	08Z-2A_K04	08Z-2A_K05	08Z-2A_K06
		Ekonomia menedżerska	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	0	0	1	1	1	1	0	0	1	0	0	1	0	1	0	0	0
Ekonomia sektora publicznego	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	1	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0
Prawo handlowe	1	1	1	0	1	1	0	1	1	1	1	1	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0
Rachunkowość zarządcza i zarządzanie finansami	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0
Współczesne koncepcje marketingu	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0
Zachowania organizacyjne	1	0	0	0	1	1	1	1	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0
Zarządzanie strategiczne	1	0	1	1	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0
Zarządzanie zasobami ludzkimi	1	0	0	0	0	1	0	1	1	0	0	1	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0
Przedmioty spec. Marketing	2	0	1	1	1	1	1	0	1	0	0	1	0	1	1	1	1	1	0	0	0	0	1	0	0	0	1	1	1
Przedmioty spec. Startup Lab-kreowanie nowoczesnego biznesu	2	1	1	1	0	0	0	0	1	1	1	1	0	0	0	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0
Przedmioty spec. Zarządzanie rozwojem przedsiębiorstwa	2	0	1	1	0	0	1	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	1	1	0	1	1	1	1
Metodyka pracy naukowej	2	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0
Przedmioty spec. Zarządzanie zasobami ludzkimi	2	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	1	0	0	0	0	1	1	1
Seminarium magisterskie - semestr 2	2	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	1	1	1	0	0	0	1	1	1	0	1	0	1	0	0	1	0	0
Przedmioty spec. Marketing	3	0	1	1	1	0	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	1	1	0	0	0	1	0
Przedmioty spec. Startup Lab-kreowanie nowoczesnego biznesu	3	1	1	1	0	0	0	1	1	1	1	1	0	1	0	1	1	1	0	0	0	1	1	0	0	1	0	0	1
Przedmioty spec. Zarządzanie zasobami ludzkimi	3	1	0	1	1	1	1	0	1	1	0	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	1
Przedmioty spec. Zarządzanie rozwojem przedsiębiorstwa	3	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1
Seminarium magisterskie - semestr 3	3	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	1	1	1	0	0	0	1	1	1	0	1	0	1	0	0	1	0	0
Przedmioty spec. Startup Lab-kreowanie nowoczesnego biznesu	4	1	1	1	0	0	0	1	1	1	1	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0
Przedmioty spec. Marketing	4	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0
Seminarium magisterskie - semestr 4	4	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	1	1	1	0	0	0	1	1	1	0	1	0	1	0	0	1	0	0
Przedmioty spec. Zarządzanie zasobami ludzkimi	4	0	0	1	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1
Przedmioty spec. Zarządzanie rozwojem przedsiębiorstwa	4	0	1	1	1	1	1	0	1	0	0	0	1	0	1	0	1	1	1	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0

c) Określenie wymiaru, zasad i formy odbywania praktyk zawodowych

Program studiów nie przewiduje praktyki.

d) Zajęcia zapewniające studentom udział w badaniach naukowych:

Studenci kierunku Zarządzanie mają możliwość udziału w badaniach naukowych na następujących przedmiotach:

- Strategie marketingowe
- Badania marketingowe - metody ilościowe i jakościowe
- Zarządzanie projektem startupowym
- Przedsiębiorcze zarządzanie startupem
- Metodyka pracy naukowej
- Seminarium magisterskie - semestr 2, 3, 4
- e-Marketing
- Branding i komunikacja marketingowa
- Kontroling marketingowy
- Market intelligence
- Kreowanie wizerunku firmy
- Modele biznesowe w praktyce
- Decyzje inwestycyjne i zarządzanie ryzykiem w biznesie
- Modele ekspansji międzynarodowej
- Strategie rozwoju spółek i grup kapitałowych
- Zarządzanie wartością spółki
- Modelowanie i prognozowanie w biznesie
- Strategie i programy zarządzania zasobami ludzkimi
- Zachowania organizacyjne

e) Wykaz i wymiar szkoleń obowiązkowych, w tym szkoleń BHP

Szkolenie BHP i ppoż. oraz szkolenie z zakresu własności intelektualnej i prawa autorskiego (e-learning) jest obowiązkowe dla studentów pierwszego roku I i II stopnia studiów i odbywa się drogą e-learningową. Studenci, którzy kontynuują naukę w Uniwersytecie Łódzkim są zwolnieni z ponownego odbycia szkolenia.

Opisy przedmiotów (sylabusy)

Nazwa przedmiotu:	Ekonomia menedżerska		
Kod przedmiotu:	Rok studiów:	Semestr:	Język:
0800-ZEMZAK	1	1	Polski
Forma prowadzenia zajęć:	stacjonarna		
Punkty ECTS:	4		
Forma zaliczenia przedmiotu:	Zaliczenie		
Forma zajęć		Liczba godzin	
Wykład kursowy		32	
A. Skrócony (ogólny) opis przedmiotu			
<p>Celem wykładu jest zapoznanie studentów z zastosowaniem mikroekonomii do podejmowania decyzji ekonomicznych w przedsiębiorstwie. Ekonomia menedżerska łączy w sobie teorię ekonomii z naukami ilościowymi: matematyką, statystyką, ekonometrią, prognozowaniem, programowaniem liniowym, teorią gier. Daje to do rąk przyszłego menedżera imponujący zestaw narzędzi służących do analizy problemów ekonomicznych, z jakimi każdego dnia musi się spotykać w przedsiębiorstwie. Wykorzystanie tych narzędzi umożliwia podejmowanie decyzji zapewniających efektywne funkcjonowanie podmiotów gospodarczych.</p>			
B. Wymagania wstępne			
Ogólna wiedza o współczesnych procesach gospodarczych i społecznych. Wiedza z zakresu ekonomii, matematyki i statystyki.			
C. Efekty uczenia się			
Wiedza			
		Kod KEU	
potrafi wskazać zastosowanie teorii i metodologii ekonomii dla potrzeb podejmowania decyzji biznesowych,		08Z-2A_W02, 08Z-2A_W03	
identyfikuje wspólne cechy procesów decyzyjnych w różnego rodzaju podmiotach,		08Z-2A_W02, 08Z-2A_W03	
charakteryzuje cele prywatnych przedsiębiorstw i instytucji sektora publicznego		08Z-2A_W06	
Umiejętności			
		Kod KEU	

umie tworzyć prognozy sprzedaży	08Z-2A_U02, 08Z-2A_U04
potrafi przeprowadzić analizy popytu na podstawie cenowych elastyczności popytu	08Z-2A_U02, 08Z-2A_U04
umie wyznaczać optymalną strukturę nakładów czynników produkcji	08Z-2A_W02, 08Z-2A_W04
potrafi zastosować metody ograniczania ryzyka	08Z-2A_U04, 08Z-2A_U08
rozdzieli strategie cenowe stosowane na rynkach niedoskonałych	08Z-2A_W01, 08Z-2A_W02
zna cele i narzędzia polityki antymonopolowej	08Z-2A_U01, 08Z-2A_U02, 08Z-2A_U05
umie przeprowadzać analizy kosztów i korzyści w instytucjach sektora publicznego	08Z-2A_U01, 08Z-2A_U02
ma świadomość znaczenia teorii ekonomii dla wyjaśniania zasad funkcjonowania podmiotów gospodarczych	08Z-2A_U11
Kompetencje społeczne	
	Kod KEU
postrzega wzajemne relacje zachodzące między podmiotami gospodarki rynkowej	08Z-2A_K05
jest otwarty na stosowanie nieszablonowych rozwiązań	08Z-2A_K01
cehuje się zdolnością do podejmowania racjonalnych decyzji menedżerskich	08Z-2A_K05
wskazuje kreatywność w rozwiązywaniu problemów	08Z-2A_K05
wykazuje się zdolnością do logicznego myślenia, niezbędnego w analizie procesów gospodarczych	08Z-2A_K01

Nazwa przedmiotu:	Ekonomia sektora publicznego		
Kod przedmiotu:	Rok studiów:	Semestr:	Język:
0800-ZESZAK	1	1	Polski
Forma prowadzenia zajęć:	Stacjonarna		
Punkty ECTS:	4		
Forma zaliczenia przedmiotu:	Zaliczenie		
Forma zajęć		Liczba godzin	
Ćwiczenia konwersatoryjne		33	

A. Skrócony (ogólny) opis przedmiotu

Przedmiot służy przedstawieniu specyfiki sektora publicznego względem sektora prywatnego oraz roli państwa w funkcjonowaniu współczesnej gospodarki i nowoczesnego społeczeństwa.

Omawiane zagadnienia koncentrują się na funkcjach państwa, mechanizmach finansowania państwa oraz głównych obszarach działalności sektora publicznego.

B. Wymagania wstępne

Ogólna wiedza o współczesnych procesach gospodarczych i społecznych. Wiedza z zakresu ekonomii, matematyki i statystyki.

C. Efekty uczenia się

Wiedza

	Kod KEU
Wymienia i opisuje różne typy organizacji zajmujących się pomocą społeczną, ochroną zdrowia, ubezpieczeniami, działalnością sportową i kulturalną, ocenia ich strukturę i funkcjonowanie	08Z-2A_W02, 08Z-2A_U01, 08Z-2A_U09
Zna normy prawne z zakresu pomocy społecznej, ochrony zdrowia, edukacji i ubezpieczeń społecznych oraz potrafi je zastosować w praktyce	08Z-2A_W05
opisuje specyfikę funkcjonowania państwa względem sektora prywatnego;	08Z-2A_W02
identyfikuje główne sfery aktywności państwa i związane z nimi nieefektywności rynku;	08Z-2A_W02
wyjaśnia wzajemne zależności i oddziaływania zachodzące pomiędzy sektorem publicznym a rynkiem;	08Z-2A_W02

Umiejętności

	Kod KEU
Identyfikuje kluczowe problemy społeczne i projektuje adekwatne mechanizmy ich rozwiązania	08Z-2A_U01
Rozpoznaje nieefektywności funkcjonowania mechanizmu rynkowego i wyjaśnia ich znaczenie dla sektora publicznego.	08Z-2A_U08
Integruje zdobyta wiedzę i umiejętności w celu efektywnego współdziałania w społeczeństwie	08Z-2A_U12
Potrafi pracować w grupie, uczestniczyć w dyskusji i bronić swoich argumentów	08Z-2A_U12

Kompetencje społeczne

	Kod KEU
-	-



Nazwa przedmiotu:	Prawo handlowe		
Kod przedmiotu:	Rok studiów:	Semestr:	Język:
0800-ZPHZAK	1	1	Polski
Forma prowadzenia zajęć:	Stacjonarna		
Punkty ECTS:	3		
Forma zaliczenia przedmiotu:	Zaliczenie		
Forma zajęć		Liczba godzin	
Wykład kursowy		25	
A. Skrócony (ogólny) opis przedmiotu			
Celem przedmiotu jest zaznajomienie studentów z istotą prawa handlowego.			
B. Wymagania wstępne			
Ogólna wiedza o współczesnych procesach gospodarczych i społecznych. Wiedza z zakresu prawa.			
C. Efekty uczenia się			
Wiedza			
	Kod KEU		
ma pogłębioną wiedzę o charakterze nauk prawnych, ich miejscu w systemie nauk i relacjach do innych nauk	08Z-2A_W01, 08Z-2A_W05		
ma pogłębioną wiedzę z zakresu zasad i instytucji prawa publicznego (prawo finansowe, podatkowe, gospodarcze, handlowe)	08Z-2A_W05, 08Z-2A_W07, 08Z-2A_W08, 08Z-2A_W09, 08Z-2A_W10		
zna i rozumie podstawową terminologię prawniczą	08Z-2A_W02, 08Z-2A_W04, 08Z-2A_W07		
Umiejętności			
	Kod KEU		
potrafi prawidłowo interpretować i wyjaśniać znaczenia określonych norm prawnych oraz wzajemne relacje pomiędzy tymi normami w ramach określonej dziedziny prawa	08Z-2A_U01		
potrafi prawidłowo interpretować i wyjaśniać znaczenia określonych norm prawnych oraz wzajemne relacje pomiędzy tymi normami w ujęciu interdyscyplinarnym	08Z-2A_U01		
wykorzystuje zdobytą wiedzę do rozstrzygania dylematów prawnych, spraw	08Z-2A_U06,		

niejednoznacznych interpretacyjnie, potrafi wskazać możliwe rozwiązania, z zachowaniem norm etycznych	08Z-2A_U07
Kompetencje społeczne	
	Kod KEU
potrafi samodzielnie i krytycznie uzupełniać wiedzę i umiejętności, rozszerzone o wymiar interdyscyplinarny	08Z-2A_K04

Nazwa przedmiotu:	Rachunkowość zarządcza i zarządzanie finansami		
Kod przedmiotu:	Rok studiów:	Semestr:	Język:
0800-ZRFZAK	1	1	Polski
Forma prowadzenia zajęć:	Stacjonarna		
Punkty ECTS:	4		
Forma zaliczenia przedmiotu:	Zaliczenie		
Forma zajęć		Liczba godzin	
Ćwiczenia konwersatoryjne		33	
A. Skrócony (ogólny) opis przedmiotu			
Cele przedmiotu są następujące. Wprowadzenie słuchaczy zakres wiedzy i umiejętności dotyczących podejmowania decyzji krótko- i długookresowych przy wykorzystaniu narzędzi rachunkowości zarządczej i zarządzania finansami. Wykazanie praktycznej przydatności koncepcji i metod operacyjnej rachunkowości zarządczej i zarządzania finansami w zarządzaniu jednostkami gospodarczymi. Wykształcenie u słuchaczy poczucia znaczenia informacji finansowych oraz wpływu tych informacji na zachowania ludzi w podmiocie gospodarczym.			
B. Wymagania wstępne			
Student powinien dysponować podstawową wiedzą z rachunkowości i finansów.			
C. Efekty uczenia się			
Wiedza			
	Kod KEU		
Posiada pogłębioną wiedzę na temat norm i reguł konstytuujących organizację w zakresie rachunkowości zarządczej i zarządzania finansami, ich wpływu na zachowania ludzi i budowanie spójności wewnętrznej organizacji (08Z-2P_W06)	08Z-2A_W06		
Umiejętności			

	Kod KEU
Potrafi dokonywać szczegółowych obserwacji i interpretacji zjawisk społecznych, ekonomicznych, politycznych, prawnych, środowiskowych, przestrzennych, ekonomicznych i rynkowych oraz relacji między nimi (08Z-2P_U01)	08Z-2A_U01
Potrafi analizować przyczyny i przebieg procesów wewnętrznych w organizacji, zjawisk społecznych, ekonomicznych, politycznych, prawnych, środowiskowych, przestrzennych, ekonomicznych i rynkowych oraz stawiać proste hipotezy badawcze i je weryfikować (08Z-2P_U03)	08Z-2A_U03
Potrafi prognozować i modelować zintegrowane procesy w organizacji z wykorzystaniem zaawansowanych metod i narzędzi ilościowych oraz jakościowych w zakresie rachunkowości zarządczej i zarządzania finansami (08Z-2P_U04)	08Z-2A_U04
Kompetencje społeczne	
	Kod KEU
Potrafi samodzielnie i krytycznie uzupełniać wiedzę i umiejętności, rozszerzone o wymiar interdyscyplinarny (08Z-2P_K06)	08Z-2A_K04

Nazwa przedmiotu:			
Współczesne koncepcje marketingu			
Kod przedmiotu:	Rok studiów:	Semestr:	Język:
0800-ZKMZAK	1	1	Polski
Forma prowadzenia zajęć:	Stacjonarna		
Punkty ECTS:	4		
Forma zaliczenia przedmiotu:	Egzamin		
Forma zajęć		Liczba godzin	
Ćwiczenia konwersatoryjne		33	
A. Skrócony (ogólny) opis przedmiotu			
<p>Fragmentaryzacja mediów, wzrost znaczenia nowoczesnych technologii, indywidualizacja klientów, nowe grupy odbiorców (np.: generacja Y, „silver tsunami”), odkrycia nowoczesnej psychologii dotyczące mity racjonalności zachowań nabywców i wzrostu aspektu roli aspektów emocjonalnych, kultura ekranów, skracanie cyklu życia produktów i wiele innych trendów rynkowych sprawia, że współczesny marketing w naturalny sposób poszukuje nowych koncepcji metod i narzędzi konkurowania. Marketing doświadczeń, neuromarketing, marketing wirusowy, marketing partyzancki, ambient media, product placement, shockvertising, buzz marketing, marketing lateralny, marketing ROI to tylko niektóre przykłady efektów tych poszukiwań. Celem zajęć jest przedstawienie i ocena możliwości zastosowania nowych idei w sferze działań marketingowych na poziomie filozofii</p>			

prowadzenia biznesu, strategii rynkowej i operacji marketingowych.	
B. Wymagania wstępne	
Studenci winni posiadać podstawową wiedzę z zakresu zarządzania, ekonomii oraz marketingu.	
C. Efekty uczenia się	
Wiedza	
	Kod KEU
Posiada pogłębioną wiedzę o charakterze nauk społecznych, w szczególności w zakresie dyscypliny: nauki o zarządzaniu, oraz jej relacji do innych nauk społecznych. (08Z-2P_W01)	08Z-2A_W01
Umiejętności	
	Kod KEU
Potrafi wykorzystać wiedzę teoretyczną do opisu przyczyn oraz przebiegu procesów społecznych, ekonomicznych, politycznych, prawnych, środowiskowych, przestrzennych i rynkowych związanych z działalnością organizacji a także potrafi formułować własne opinie oraz dobierać krytycznie dane i metody analiz wspierających podejmowanie decyzji (08Z-2P_U02)	08Z-2A_U02
Posiada na poziomie zaawansowanym umiejętność budowania i zarządzania wartościami dla klientów w szczególności produktem, ceną, dystrybucją. Potrafi w ten sposób dostrzegać i definiować w sposób wymierny konsekwencje podejmowanych decyzji marketingowych dla innych obszarów organizacji	08Z-2A_U02
Kompetencje społeczne	
	Kod KEU
Potrafi myśleć i działać w sposób przedsiębiorczy, rozumiejąc jednocześnie znaczenie pro-marketingowego nastawienia, tak na klienta wewnętrznego jak i zewnętrznego, dla sukcesu organizacji (08Z-2P_K07)	08Z-2A_K05

Nazwa przedmiotu:	Zachowania organizacyjne		
Kod przedmiotu:	Rok studiów:	Semestr:	Język:
0800-ZZOZAK	1	1	Polski
Forma prowadzenia zajęć:	Stacjonarna		
Punkty ECTS:	4		

Forma zaliczenia przedmiotu:	Egzamin	
Forma zajęć	Liczba godzin	
Wykład kursowy	8	
Ćwiczenia audytoryjne	15	
A. Skrócony (ogólny) opis przedmiotu		
<p>Celem zajęć jest przekazanie wiedzy i kształtowanie umiejętności studentów w zakresie zachowań człowieka w organizacji. Układ zaprezentowanych treści ma za zadanie pokazanie złożonych mechanizmów kształtujących czynniki oraz typy zachowań organizacyjnych na dwóch poziomach: grupy oraz systemu organizacji.</p> <p>Punktem wyjścia jest wskazanie czynników warunkujących zachowania człowieka w organizacji oraz identyfikacja społecznych zależności panujących w organizacji na tle jej formalnych struktur oraz poznanie skutków społecznych tych zależności. W dalszej części podjęto temat zachowań człowieka na tle relacji władzy, gdzie poruszane są zagadnienia przywództwa, stylów kierowania, a także emocjonalnego i racjonalnego stosunku do władzy.</p>		
B. Wymagania wstępne		
Podstawowa wiedza z zakresu zachowań człowieka w organizacji (w szczególności zachowań indywidualnych).		
C. Efekty uczenia się		
Wiedza		
	Kod KEU	
Student posiada pogłębioną wiedzę o zachowaniach człowieka w organizacji na tle jej formalnych struktur oraz o skutkach społecznych tych zachowań.	08Z-2A_W04	
Student posiada pogłębioną wiedzę o człowieku, jako złożonej jednostce, funkcjonującej w organizacji, którego zachowania można kształtować i przewidywać, ze szczególnym uwzględnieniem tworzenia i utrzymywania kultury organizacyjnej w tym kultury etycznej.	08Z-2A_W05	
Student posiada pogłębioną wiedzę na temat obszarów funkcjonowania organizacji (obszar funkcjonalny, obszar kooperacyjny, obszar władzy) oraz ich wpływu na zachowania człowieka.	08Z-2A_W06	
Student posiada pogłębioną wiedzę o procesach zmian w typach zachowań organizacyjnych, ze szczególnym uwzględnieniem zmian w podejściu do przywództwa, konfliktu, sposobów komunikacji i tworzenia kultury.	08Z-2A_W07	
Umiejętności		
	Kod KEU	
Student potrafi wykorzystać wiedzę teoretyczną do rozpoznawania przyczyn i skutków zachowań człowieka w organizacji na dwóch poziomach: poziomie grupowym i poziomie systemu organizacji, a także potrafi we właściwy sposób reagować, wykorzystując przywództwo i właściwe style	08Z-2A_U02	

kierowania.	
Student potrafi wyjaśniać i przewidywać zachowania, wspierając proces podejmowania decyzji zarówno indywidualny jak i grupowy.	08Z-2A_U03
Kompetencje społeczne	
	Kod KEU
Student potrafi poszerzać swoją wiedzę o zachowaniach ludzi w organizacji, a także wykorzystywać ją w procesie zarządzania	08Z-2A_K04

Nazwa przedmiotu:	Zarządzanie strategiczne		
Kod przedmiotu:	Rok studiów:	Semestr:	Język:
0800-ZZSZAK	1	1	Polski
Forma prowadzenia zajęć:	Stacjonarna		
Punkty ECTS:	4		
Forma zaliczenia przedmiotu:	Egzamin		
Forma zajęć		Liczba godzin	
Wykład kursowy		8	
Ćwiczenia audytoryjne		15	
A. Skrócony (ogólny) opis przedmiotu			
Przedmiot umożliwia potrzebne w praktyce menedżerskie myślenie kategoriami firmy jako całości oraz firmy zorientowanej na wzrost i rozwój. Głównym jego celem jest zapoznanie studentów z podstawami zarządzania strategicznego oraz rozwój umiejętności myślenia i działania strategicznego w warunkach nasilającej się konkurencji na rynku lokalnym oraz na rynkach międzynarodowych.			
B. Wymagania wstępne			
Ogólna wiedza o współczesnych procesach gospodarczych i społecznych. Wiedza z zakresu zarządzania i ekonomii.			
C. Efekty uczenia się			
Wiedza			
	Kod KEU		
Posiada pogłębioną wiedzę nt. poziomów strategii przedsiębiorstwa oraz procesie zarządzania strategicznego	08Z-2A_W02		

Posiada wiedzę o metodach i narzędziach analizy strategicznej	08Z-2A_W03
Zna i rozumie mechanizmy kreowania przewagi konkurencyjnej na poziomie jednostek biznesowych oraz tworzenia strategii korporacyjnych	08Z-2A_W08
Umiejętności	
	Kod KEU
Potrafi obserwować i wyciągać prawidłowe wnioski na temat współzależności pomiędzy poszczególnymi elementami makrootoczenia i otoczenia konkurencyjnego	08Z-2A_U01
Potrafi prognozować zmiany w makrootoczeniu oraz otoczeniu konkurencyjnym wraz z analizą ich wpływu na zdolność przedsiębiorstwa do tworzenia przewagi konkurencyjnej na poziomie biznesu oraz korporacji	08Z-2A_U04
Posiada pogłębioną umiejętność opracowywania analiz i raportów nt. sytuacji strategicznej przedsiębiorstwa	08Z-2A_U07
Kompetencje społeczne	
	Kod KEU
Potrafi odpowiednio określić priorytety służące realizacji wyznaczonego przez siebie lub innych zadania	08Z-2A_K01

Nazwa przedmiotu:			
Zarządzanie zasobami ludzkimi			
Kod przedmiotu:	Rok studiów:	Semestr:	Język:
0800-ZZLZAK	1	1	Polski
Forma prowadzenia zajęć:	Stacjonarna		
Punkty ECTS:	4		
Forma zaliczenia przedmiotu:	Egzamin		
Forma zajęć		Liczba godzin	
Wykład kursowy		8	
Ćwiczenia audytoryjne		15	
A. Skrócony (ogólny) opis przedmiotu			
<p>Realizacja przedmiotu służy pogłębieniu wiedzy i umiejętności studentów z zakresu zarządzania zasobami ludzkimi w szczególności dotyczących ewolucji funkcji personalnej, kierunków rozwoju zarządzania, zmian w strukturze i zadaniach działu HR oraz ról pracowników tej komórki z menedżerem personalnym na czele. Studenci będą mogli rozwinąć swoje umiejętności analizowania procesów społeczno-gospodarczych wpływających na zarządzanie zasobami ludzkimi oraz oceny tych procesów. Nauczą się jak wykorzystywać scenariusze zmian w otoczeniu w projektowaniu strategii i procesów</p>			

zarządzania zasobami ludzkimi. Poznają stan zarządzania zasobami ludzkimi w polskich organizacjach. Celem zajęć jest również skłonienie do refleksji na temat przyszłości zarządzania zasobami ludzkimi.

B. Wymagania wstępne

Podstawowa wiedza z zakresu zarządzania i zachowań człowieka w organizacji.

C. Efekty uczenia się

Wiedza

	Kod KEU
Posiada pogłębioną wiedzę o człowieku jako podmiocie organizacji i procesie zarządzania zasobami ludzkimi oraz jako kreatorze kultury organizacyjnej przedsiębiorstw i organizacji sektora publicznego	08Z-2A_W05
Posiada pogłębioną wiedzę o procesach zmian w realizacji funkcji personalnej w organizacjach, o przyczynach, przebiegu, skali i konsekwencji tych zmian, zna czynniki determinujące proces zarządzania zasobami ludzkimi i kierunki rozwoju zarządzania zasobami ludzkimi	08Z-2A_W07
Posiada pogłębioną wiedzę na temat roli komórki personalnej, zadaniach jej pracowników i menedżera personalnego, zna strukturalne rozwiązania dotyczące organizowania działu HR w odniesieniu do fazy cyklu życia organizacji i wpływu otoczenia	08Z-2A_W08

Umiejętności

	Kod KEU
Potrafi wykorzystać wiedzę teoretyczną w celu określenia przyczyn i przebiegu procesów społecznych, ekonomicznych, politycznych, prawnych, środowiskowych, przestrzennych, ekonomicznych i rynkowych, umie krytycznie dobierać dane i metody analiz wspierających podejmowanie decyzji związanych z zarządzaniem zasobami ludzkimi oraz formułować własne opinie (08Z-2P_U02)	08Z-2A_U02
Rozumie i potrafi analizować procesy społeczno-gospodarcze wpływające na zarządzanie zasobami ludzkimi, ma umiejętność pogłębionej oceny tych procesów przy wykorzystaniu wybranej metody badawczej (08Z-2P_U07)	08Z-2A_U07

Kompetencje społeczne

	Kod KEU
Jest gotów samodzielnie i krytycznie uzupełniać wiedzę i umiejętności potrzebne do zarządzania zasobami ludzkimi umie stosować w praktyce zasady samoedukacji, korzysta z różnych źródeł zdobywania informacji	08Z-2A_K02, 08Z-2A_K03

Nazwa przedmiotu:	Branding i komunikacja marketingowa		
Kod przedmiotu:	Rok studiów:	Semestr:	Język:

0800-ZBKS3K	1	2	Polski
Forma prowadzenia zajęć:	Stacjonarna		
Punkty ECTS:	4		
Forma zaliczenia przedmiotu:	Zaliczenie		
Forma zajęć		Liczba godzin	
Warsztaty		16	
A. Skrócony (ogólny) opis przedmiotu			
Celem zajęć jest przedstawienie zagadnień związanych z marką i komunikacją marketingową współczesnego przedsiębiorstwa. Na zajęciach omówione zostaną zagadnienia związane z ideą brandingową i zasadami budowy silnej marki, pozycjonowaniem i wartością marek, planowaniem i wdrażaniem strategii i programów marketingowych marki a także pomiarem kapitału marki.			
B. Wymagania wstępne			
Studenci powinni posiadać wiedzę z zakresu podstaw marketingu i zarządzania.			
C. Efekty uczenia się			
Wiedza			
	Kod KEU		
Posiada pogłębioną wiedzę na temat reguł tworzenia marki i wprowadzania jej na rynek. Rozumie czym jest marka i jakie jest jej wpływ na funkcjonowanie organizacji i zachowanie konsumenta. (08Z-2P_W06)	08Z-2A_W06		
Posiada wiedzę z zakresu psychospołecznych aspektów brandingów, rozumiejąc ich wpływ na zachowania rynkowe konsumentów (08Z-2P_W12)	08Z-2A_W03, 08Z-2A_W04, 08Z-2A_W05, 08ZM2A_W02		
Umiejętności			
	Kod KEU		
Potrafi planować i realizować działania w ramach strategii marki. Rozumie potrzebę interdyscyplinarnego podejścia do zarządzania marką (08ZM2P_U13)	08Z-2A_U04, 08Z-2A_U05, 08Z-2A_U06, 08ZM2A_U03		
Posiada umiejętność budowania strategii marki i rozumie jej rolę w tworzeniu wartości dla klienta.	08Z-2A_U04, 08Z-2A_U05, 08Z-2A_U06, 08ZM2A_U03		
Potrafi przygotować plan marketingowy z uwzględnieniem strategii marki.	08Z-2A_U04, 08Z-2A_U05, 08Z-2A_U06,		

	08ZM2A_U03
Potrafi współdziałać w grupie i przyjmować różne role	08Z-2A_U12
Kompetencje społeczne	
	Kod KEU
Prezentuje aktywną postawę wobec nawiązywania relacji z otoczeniem przedsiębiorstwa ze szczególnym uwzględnieniem wizerunku marki.	08Z-2A_K06

Nazwa przedmiotu:	Budowa modelu biznesowego startupu		
Kod przedmiotu:	Rok studiów:	Semestr:	Język:
	1	2	Polski
Forma prowadzenia zajęć:			
Punkty ECTS:	5		
Forma zaliczenia przedmiotu:	Zaliczenie		
Forma zajęć		Liczba godzin	
Ćwiczenia audytoryjne		15	
Wykład kursowy		20	
A. Skrócony (ogólny) opis przedmiotu			
-			
B. Wymagania wstępne			
Ogólna wiedza o współczesnych procesach gospodarczych i społecznych.			
C. Efekty uczenia się			
Wiedza			
	Kod KEU		
Posiada wiedzę z zakresu prawnych, społecznych i ekonomicznych aspektów związanych z tworzeniem modelu biznesowego powstającej firmy	08Z-2A_W01, 08Z-2A_W02, 08Z-2A_W03, 08Z-2A_W09, 08SL2A_W02		
Posiada pogłębioną wiedzę na temat tworzenia organizacji, ich odwzorowania strukturalnego w odniesieniu do wczesnych faz cyklu życia organizacji, wpływu otoczenia	08Z-2A_W08		

Posiada pogłębioną wiedzę na temat tworzenia modelu biznesowego nowoczesnej firmy, potrzebną do budowy struktur organizacyjnych i określania zakresu działania nowego przedsiębiorstwa	08Z-2A_W10, 08SL2A_W01
Umiejętności	
	Kod KEU
Potrafi podejmować decyzje związane z tworzeniem modelu biznesowego nowego przedsiębiorstwa oraz określać konsekwencje odnoszące się do jego składowych	08Z-2A_U01, 08Z-2A_U05, 08Z-2A_U06, 08SL2A_U01
Potrafi dokonywać szczegółowych obserwacji i interpretacji zjawisk społecznych, ekonomicznych, politycznych, prawnych, środowiskowych, przestrzennych, ekonomicznych i rynkowych oraz relacji między nimi w celu ich implementacji w modelu biznesowym	08Z-2A_U01
Posiada umiejętność samodzielnego analizowania i proponowania możliwych rozwiązań konkretnych problemów organizacyjnych w odniesieniu do budowy modelu biznesowego	08Z-2A_U06
Kompetencje społeczne	
	Kod KEU
Jest gotów uczestniczyć w przygotowywaniu projektów w zakresie budowy modelu biznesowego przedsiębiorstwa oraz potrafi przewidywać wielokierunkowe skutki społeczne dokonywanych wyborów	08Z-2A_K03

Nazwa przedmiotu:			
Finansowanie powstania i rozwoju startupu			
Kod przedmiotu:	Rok studiów:	Semestr:	Język:
	1	2	Polski
Forma prowadzenia zajęć:			
Punkty ECTS:	6		
Forma zaliczenia przedmiotu:	Egzamin		
Forma zajęć		Liczba godzin	
Ćwiczenia informatyczne		15	
Wykład kursowy		18	
A. Skrócony (ogólny) opis przedmiotu			
Celem zajęć jest zaznajomienie studentów z podstawowymi uwarunkowaniami finansowania budowy i rozwoju startupu. Przedmiotem analizy będzie w szczególności ekonomika podstawowych źródeł finansowania startupów w nowoczesnej gospodarce, oraz analiza ich			

zakresu i celów zastosowania w procesach założycielskich i wczesnego rozwoju firmy.	
B. Wymagania wstępne	
Oczekuje się, że studenci posiadać będą podstawową wiedzę z zakresu organizacji i funkcjonowania przedsiębiorstw, jak również finansów i ekonomiki małej firmy.	
C. Efekty uczenia się	
Wiedza	
	Kod KEU
Zna narzędzia finansowe, standardy i metodyki i podejścia związane z tworzeniem nowoczesnej firmy	08Z-2A_W03, 08Z-2A_W10, 08SL2A_W03
Zna zasady tworzenia i rozwoju różnych form przedsiębiorczości w sektorze prywatnym	08Z-2A_W10
Posiada wiedzę z zakresu prawnych i finansowych aspektów związanych z tworzeniem nowej firmy	08Z-2A_W01, 08Z-2A_W02, 08Z-2A_W03, 08Z-2A_W09, 08SL2A_W02
Umiejętności	
	Kod KEU
Potrafi zarządzać procesem doboru źródeł finansowania tworzenia nowej firmy zgodnie z obowiązującymi standardami, normami prawnymi i dobrymi praktykami	08Z-2A_U05, 08Z-2A_U07, 08SL2A_U03
Potrafi podejmować i uzasadniać decyzje związane z finansowaniem tworzenia nowego przedsiębiorstwa oraz szacować ryzyko z związane tym procesem	08Z-2A_U01, 08Z-2A_U05, 08SL2A_U01
Odpowiednio dobiera i stosuje metody w celu doboru źródeł finansowania tworzenia nowego przedsiębiorstwa	08Z-2A_U07, 08SL2A_U02
Kompetencje społeczne	
	Kod KEU
Jest gotów samodzielnie i krytycznie uzupełniać wiedzę i umiejętności z zakresu finansowania nowego przedsiębiorstwa, rozszerzone o wymiar interdyscyplinarny	08Z-2A_K04

Nazwa przedmiotu:				
Finansowanie rozwoju przedsiębiorstwa				
Kod przedmiotu:		Rok studiów:	Semestr:	Język:
0800-ZFRS1K		1	2	Polski

Forma prowadzenia zajęć:	Stacjonarna	
Punkty ECTS:	4	
Forma zaliczenia przedmiotu:	Zaliczenie	
Forma zajęć	Liczba godzin	
Wykład kursowy	33	
A. Skrócony (ogólny) opis przedmiotu		
<p>Student uzyska wiedzę, podstawowe pojęcia i koncepcje w obszarze zarządzania przedsiębiorstwem, jego rozwojem i finansowaniem projektów inwestycyjnych. Pozyska podstawową wiedzę na temat istoty zarządzania płynnością finansową przedsiębiorstwa, zarządzania kosztami finansowymi, zarządzania strumieniami pieniężnymi oraz finansowaniem nowoczesnych projektów rzeczowych.</p>		
B. Wymagania wstępne		
Oczekuje się, że studenci posiadać będą podstawową wiedzę z zakresu organizacji i funkcjonowania przedsiębiorstw, jak również finansów i ekonomiki małej firmy.		
C. Efekty uczenia się		
Wiedza		
	Kod KEU	
Posiada wiedzę o przyczynach, przebiegu, skali i konsekwencji zmian w makrootoczeniu oraz otoczeniu konkurencyjnym i ich wpływie na funkcjonowanie przedsiębiorstw, a także o konsekwencji decyzji podejmowanych wewnątrz przedsiębiorstwa	08Z-2A_W06, 08Z-2A_W08, 08ZR2A_W02	
Posiada wiedzę na temat ilościowych i jakościowych metod analizy danych, zna różne rodzaje modeli biznesowych oraz czynniki wpływające na ich formowanie i efektywność	08Z-2A_W07, 08Z-2A_W08	
Posiada wiedzę na temat podstawowych źródeł tworzenia wartości w przedsiębiorstwie	08Z-2A_W03, 08Z-2A_W08, 08ZR2A_W03	
Posiada wiedzę o normach i regułach prawnych oraz ekonomicznych wpływających na podejmowanie decyzji w zakresie zarządzania przedsiębiorstwem	08Z-2A_W06, 08Z-2A_W07, 08ZR2A_W01	
Posiada wiedzę na temat różnych źródeł danych, w tym danych w Internecie, które mogą być wykorzystane w podejmowaniu decyzji w przedsiębiorstwie.	08Z-2A_W03, 08Z-2A_W08, 08ZR2A_W04	
Umiejętności		
	Kod KEU	
Posiada umiejętność identyfikacji podstawowych źródeł tworzenia wartości w przedsiębiorstwie	08Z-2A_U03, 08ZR2A_U03	
Posiada umiejętność oceny alternatywnych rozwiązań konkretnego problemu i dokonania odpowiedniego wyboru; posiada umiejętność	08Z-2A_U05, 08Z-2A_U06,	

wdrażania w praktyce wybranego rozwiązania	08ZR2A_U01, 08ZR2A_U02
Potrafi prawidłowo interpretować znaczenie poszczególnych elementów makrootoczenia i otoczenia konkurencyjnego oraz materialnych i niematerialnych zasobów przedsiębiorstwa a także posiada umiejętność stosowania metod ilościowych i jakościowych w analizie danych	08Z-2A_U02, 08Z-2A_U07
Posiada umiejętność oceny wpływu zjawisk w otoczeniu przedsiębiorstwa na jego sytuację	08Z-2A_U04, 08Z-2A_U07, 08ZR2A_U04
Posiada umiejętność wszechstronnej oceny sytuacji przedsiębiorstwa w wymiarze finansowym, konkurencyjnym i rynkowym	08Z-2A_U06, 08ZR2A_U02
Potrafi właściwie analizować przyczyny i przebieg wybranych procesów w makrootoczeniu i otoczeniu konkurencyjnym przedsiębiorstwa	08Z-2A_U03, 08Z-2A_U04
Kompetencje społeczne	
	Kod KEU
Jest gotów współdziałać i pracować w grupie, przyjmując w niej różne role a także potrafi kreatywnie integrować wiedzę z obszarów zarządzania i finansów oraz ją stosować do oceny sytuacji przedsiębiorstwa i podejmowania decyzji biznesowych	08Z-2A_U12, 08Z-2A_K04
Jest gotów uczestniczyć w przygotowaniu raportów i analiz niezbędnych do podejmowania decyzji biznesowych, uwzględniając aspekty prawne i ekonomiczne a także potrafi myśleć i działać w sposób przedsiębiorczy (kreatywny)	08Z-2A_K03, 08Z-2A_K05, 08Z-2A_K06

Nazwa przedmiotu:	Market intelligence		
Kod przedmiotu:	Rok studiów:	Semestr:	Język:
0800-ZMIS3K	1	2	Polski
Forma prowadzenia zajęć:	Stacjonarna		
Punkty ECTS:	6		
Forma zaliczenia przedmiotu:	Egzamin		
Forma zajęć		Liczba godzin	
Wykład kursowy		8	
Ćwiczenia audytoryjne		25	
A. Skrócony (ogólny) opis przedmiotu			
Celem przedmiotu jest przedstawienie metod pozyskiwania holistycznej wiedzy na temat podstawowych aspektów rynku wraz ze wskazaniem praktycznych obszarów ich zastosowań. Zadaniem wywiadu rynkowego jest zmniejszenie entropii i nieuporządkowania podmiotu			

rynkowego, a zatem prezentowane metody będą ukierunkowane na dostarczenie wartościowych biznesowych i naukowych insightów na temat rynkowego otoczenia przedsiębiorstwa. Badania w tym obszarze zorientowane są zarówno na konsumenta jak i otoczenie konkurencyjne, a także rynek w szerszym kontekście – nie tylko rynku docelowego działań przedsiębiorstwa, lecz także sektora działalności (całej gałęzi biznesu).

B. Wymagania wstępne

Studenci powinni posiadać podstawową wiedzę z zakresu ekonomii, matematyki i statystyki w zarządzaniu oraz badań marketingowych.

C. Efekty uczenia się

Wiedza

	Kod KEU
Dostrzega możliwości wykorzystania pozyskanej wiedzy rynkowej poprzez wdrożenie odpowiednich działań marketingowych w kontekście modelowania zachowań organizacji, a tym samym budowania organizacji zorientowanej na rynek.(08ZM2P_W11)	08Z-2A_W02, 08ZM2A_W01
Uczestnik zajęć posiada pogłębioną wiedzę o metodach służących poznaniu otoczenia rynkowego poprzez pozyskiwanie informacji w obszarze badań rynku oraz możliwości ich zastosowania w celach lepszego zrozumienia zjawisk rynkowych i rządzących nimi prawidłowości. (08ZM2P_W14)	08Z-2A_W03, 08Z-2A_W08, 08ZM2A_W04
Posiada wiedzę o narzędziach wspierających procesy decyzyjne zachodzące w ramach marketingowego zarządzania przedsiębiorstwem.	08ZM2A_W01, 08ZM2A_W04

Umiejętności

	Kod KEU
W oparciu o pozyskaną wiedzę i z wykorzystaniem poznanych metod student potrafi dokonywać szczegółowych obserwacji i interpretacji zjawisk przestrzennych, rynkowych, o charakterze ekonomicznym, demograficznym, itd.(08Z-2P_U01)	08Z-2A_U01
Potrafi analizować przyczyny i przebieg procesów i zjawisk zachodzących w obszarze podstawowych aspektów rynku (zarówno otoczenia konkurencyjnego czy uwarunkowań zachowań nabywców, jak i całej gałęzi biznesu). (08Z-2P_U03)	08Z-2A_U03
Posiada umiejętność rozumienia i analizowania zjawisk kształtujących otoczenie rynkowe organizacji. Posiada umiejętność dokonania pogłębionej oceny tych zjawisk (przy wykorzystaniu wybranych metod badawczych) oraz wnioskowania na podstawie pozyskanych informacji. (08Z-2P_U07)	08Z-2A_U07

Kompetencje społeczne

	Kod KEU
Jest gotów samodzielnie i krytycznie uzupełniać wiedzę i umiejętności niezbędne do przeprowadzenia analiz zjawisk rynkowych kształtujących otoczenie organizacji oraz wywierających wpływ na jej funkcjonowanie.	08Z-2A_K04

Nazwa przedmiotu:	Metodyka pracy naukowej		
Kod przedmiotu:	Rok studiów:	Semestr:	Język:
0800-ZMPZAK	1	2	Polski
Forma prowadzenia zajęć:	Stacjonarna		
Punkty ECTS:	3		
Forma zaliczenia przedmiotu:	Zaliczenie		
Forma zajęć		Liczba godzin	
Wykład monograficzny		12	
A. Skrócony (ogólny) opis przedmiotu			
Celem wykładu jest przedstawienie studentom podstawowych pojęć i zagadnień dotyczących nauki i pracy naukowej oraz wybranymi metodami i technikami badań ilościowych i jakościowych, przydatnymi w wyborze tematu i napisaniu pracy magisterskiej z zakresu zarządzania.			
B. Wymagania wstępne			
Student powinien znać zagadnienia z podstaw zarządzania.			
C. Efekty uczenia się			
Wiedza			
	Kod KEU		
Student ma pogłębioną wiedzę o różnych metodach prowadzenia badań	08Z-2A_W06		
Student zna cechy i zasady doboru metod i technik badań naukowych w odniesieniu do określonej tematyki z zakresu zarządzania	08Z-2A_W02		
Umiejętności			
	Kod KEU		
Student potrafi opisać cechy badań ilościowych i jakościowych	08Z-2A_U02, 08Z-2A_U10		
Student umie wybrać metody i techniki badań naukowych w odniesieniu do określonej tematyki z zakresu zarządzania	08Z-2A_U04		
Student potrafi samodzielnie i krytycznie pogłębić wiedzę z zakresu metod badawczych w naukach społecznych ze szczególnym uwzględnieniem dyscypliny zarządzanie	08Z-2A_U11		
Kompetencje społeczne			

	Kod KEU
-	-

Nazwa przedmiotu:	Międzynarodowe zarządzanie zasobami ludzkimi		
Kod przedmiotu:	Rok studiów:	Semestr:	Język:
0800-ZMZS5K	1	2	Polski
Forma prowadzenia zajęć:	Stacjonarna		
Punkty ECTS:	8		
Forma zaliczenia przedmiotu:	Egzamin		
Forma zajęć		Liczba godzin	
Wykład kursowy		25	
Ćwiczenia audytoryjne		25	
A. Skrócony (ogólny) opis przedmiotu			
<p>Celem zajęć jest zapoznanie studentów ze specyfiką zarządzania zasobami ludzkimi w środowisku międzynarodowym. Zagadnienia realizowane w ramach tego przedmiotu można podzielić na cztery zasadnicze obszary: (1) wybrane zagadnienia z międzynarodowego i europejskiego prawa pracy ze szczególnym uwzględnieniem dyrektyw europejskich, Europejskiej Karty Społecznej i konwencji Międzynarodowej Organizacji Pracy, (2) uwarunkowania zarządzania zasobami ludzkimi na globalnym rynku pracy, różnice w poziomie zarobków, warunków pracy, zagrożenia bezrobociem, pracy dzieci (3) zarządzanie międzykulturowe, (4) specyfika procesów personalnych w procesie internacjonalizacji przedsiębiorstw.</p>			
B. Wymagania wstępne			
Podstawowa wiedza z zakresu zarządzania i zachowań człowieka w organizacji.			
C. Efekty uczenia się			
Wiedza			
			Kod KEU
Zna obszary i zasady działania Międzynarodowej Organizacji Pracy, Komitetu Praw Społecznych Rady Europy, Biura Eurostat oraz wie jak te organizacje oddziałują na funkcjonowanie przedsiębiorstw międzynarodowych.			08Z-2A_W02, 08Z-2A_W03

Ma pogłębioną wiedzę na temat globalnych uwarunkowań zarządzania zasobami ludzkimi w tym prawnych (wynikających ze standardów ogólnoświatowych i europejskich), ekonomicznych (mechanizmy globalnego rynku pracy, zróżnicowanie regionalnych rynków pracy) i społecznych (zmiany i prognozy demograficzne oraz różnice kulturowe w środowisku międzynarodowym)	08Z-2A_W04, 08Z-2A_W05, 08Z-2A_W06, 08ZA2A_W01
Zna specyficzne dla przedsiębiorstw międzynarodowych metody i narzędzia zarządzania zasobami ludzkimi.	08Z-2A_W02, 08Z-2A_W03, 08ZA2A_W01
Projektuje strategie i programy zarządzania zasobami ludzkimi dla przedsiębiorstw międzynarodowych	08Z-2A_W02, 08Z-2A_W03, 08ZA2A_W01
Umiejętności	
	Kod KEU
Potrafi śledzić i interpretować zmiany demograficzne, sytuację na globalnym i regionalnych rynkach pracy.	08Z-2A_U01
Potrafi stosować terminy charakterystyczne dla zarządzania zasobami ludzkimi w przedsiębiorstwach międzynarodowych do opisu problemów tych organizacji, krytycznie oceniać stosowane rozwiązania i formułować propozycje zmian	08Z-2A_U02
Stosuje wybrane pojęcia z zakresu międzynarodowego i europejskiego prawa pracy i umie wykorzystać reguły prawne celu rozwiązania konkretnych problemów	08Z-2A_U02
Analizuje zjawiska ekonomiczne, społeczne i biznesowe oraz ocenia ich wpływ na decyzje strategiczne z zakresu zarządzania zasobami ludzkimi, określa i wyjaśnia rolę kierowników HR w organizacjach międzynarodowych	08Z-2A_U04, 08Z-2A_U06, 08Z-2A_U07, 08ZA2A_U02
Kompetencje społeczne	
	Kod KEU
Jest gotów samodzielnie uzupełniać wiedzę i umiejętności potrzebne w zarządzaniu zasobami ludzkimi, w tym z zakresu ekonomii, prawa, psychologii i socjologii; potrafi korzystać z różnorodnych źródeł zdobywania informacji	08Z-2A_K04

Nazwa przedmiotu:	Modele ekspansji międzynarodowej		
Kod przedmiotu:	Rok studiów:	Semestr:	Język:
0800-ZMES1K	1	2	Polski
Forma prowadzenia zajęć:	Stacjonarna		
Punkty ECTS:	4		

Forma zaliczenia przedmiotu:	Zaliczenie	
Forma zajęć	Liczba godzin	
Wykład kursowy	33	
A. Skrócony (ogólny) opis przedmiotu		
<p>Celem przedmiotu jest wprowadzenie w podstawy zarządzania międzynarodowego. Przedmiot prezentuje uwarunkowania i motywy ekspansji międzynarodowej biznesu, strukturę strategii ekspansji międzynarodowej oraz jej postać w zależności od wyboru modelu funkcjonowania w otoczeniu międzynarodowym. Szczególnie akcentowany jest model globalny, jako ten gwarantujący efektywną komercjalizację produktów o dużej wartości dodanej pochodzących z rynków wschodzących. Afirmacja modelu globalnego polegać ma na wskazaniu istotnych różnic w korzyściach biznesowych wynikających z wyboru modelu internacjonalizacji. Case studies są instrumentem analizy tych korzyści oraz identyfikacji warunków niezbędnych do podjęcia internacjonalizacji według modelu international new venture</p>		
B. Wymagania wstępne		
Ogólna wiedza o współczesnych procesach gospodarczych i społecznych.		
C. Efekty uczenia się		
Wiedza		
	Kod KEU	
Posiada pogłębioną wiedzę o różnych typach organizacji, ich strukturach i ich funkcjonowaniu	08Z-2A_W02	
Posiada pogłębioną wiedzę o metodach i narzędziach zarządzania strategicznego, technikach i źródłach pozyskiwania informacji służących do analizy strategicznej pozwalającej na podjęcie trafnych decyzji o długoterminowym rozwoju przedsiębiorstwa	08Z-2A_W06, 08Z-2A_W07, 08ZR2A_W01	
Ma wiedzę na temat sposobów tworzenia przewagi strategicznej przez przedsiębiorstwa przy wykorzystaniu ich materialnych i niematerialnych zasobów oraz w zależności od fazy cyklu życia sektora	08Z-2A_W03, 08Z-2A_W08, 08ZR2A_W03	
Ma wiedzę o różnych strategiach wzrostu wewnętrznego i zewnętrznego	08Z-2A_W03, 08Z-2A_W08, 08ZR2A_W04	
Umiejętności		
	Kod KEU	
Posiada umiejętność samodzielnego analizowania i proponowania możliwych rozwiązań konkretnych problemów organizacyjnych i wskazania odpowiednich rozstrzygnięć w tym zakresie	08Z-2A_U06	
Posiada pogłębioną umiejętność przygotowywania wystąpień ustnych, w języku polskim i nowożytnym języku obcym	08Z-2A_U09	
Ma umiejętność wykorzystania wiedzy z zakresu zarządzania strategicznego w praktyce funkcjonowania przedsiębiorstwa oraz potrafi krytycznie ocenić	08Z-2A_U02, 08Z-2A_U03,	

przydatność i skuteczność proponowanych rozwiązań.	08ZR2A_U01
Umie myśleć perspektywicznie, a także potrafi podejmować długookresowe i średniookresowe decyzje oraz szacować ryzyko z nimi związane	08Z-2A_U04, 08Z-2A_U06, 08ZR2A_U02
Potrafi zaprojektować strategię rozwoju przedsiębiorstwa na rynku krajowym lub międzynarodowym, która przyczyni się do kreowania oczekiwanej wartości dla właścicieli oraz pozostałych interesariuszy, niezależnie od sytuacji w otoczeniu przedsiębiorstwa	08Z-2A_U04, 08Z-2A_U07, 08ZR2A_U04
Potrafi współdziałać i pracować w grupie, przyjmując w niej różne role	08Z-2A_U12
Kompetencje społeczne	
	Kod KEU
Jest gotów uczestniczyć w przygotowywaniu projektów w zakresie zarządzania przedsiębiorstwem lub organizacji sektora publicznego oraz potrafi przewidywać wielokierunkowe skutki społeczne swojej działalności (08Z-2P_K05)	08Z-2A_K03
Jest gotów samodzielnie i krytycznie uzupełniać wiedzę i umiejętności, rozszerzone o wymiar interdyscyplinarny (08Z-2P_K06)	08Z-2A_K04

Nazwa przedmiotu:			
Startup w ekosystemie cyfrowym			
Kod przedmiotu:	Rok studiów:	Semestr:	Język:
	1	2	Polski
Forma prowadzenia zajęć:			
Punkty ECTS:	3		
Forma zaliczenia przedmiotu:	Egzamin		
Forma zajęć		Liczba godzin	
Wykład kursowy		25	
A. Skrócony (ogólny) opis przedmiotu			
Celem przedmiotu jest zapoznanie studentów w zagadnieniami związanymi z ekosystemem cyfrowym w jakim przychodzi działać powstającym startupom. Wyposażenie ich w wiedzę z zakresu przedsiębiorczości cyfrowej oraz w kompetencje z zakresu funkcjonowania nowej firmy w Internecie.			
B. Wymagania wstępne			
Ogólna wiedza o współczesnych procesach gospodarczych i społecznych.			

C. Efekty uczenia się	
Wiedza	
	Kod KEU
Posiada wiedzę z zakresu prawnych, społecznych i ekonomicznych aspektów związanych z tworzeniem nowej firmy i jej promowaniem w Internecie	08Z-2A_W01, 08Z-2A_W02, 08Z-2A_W03, 08Z-2A_W09, 08SL2A_W02
Posiada pogłębioną wiedzę o różnych typach startupów, ich strukturach i ich funkcjonowaniu w ekosystemie cyfrowym	08Z-2A_W02
Zna zasady tworzenia i rozwoju przedsiębiorczości cyfrowej	08Z-2A_W10
Umiejętności	
	Kod KEU
Potrafi zarządzać procesem tworzenia i promowania nowej firmy zgodnie z obowiązującymi standardami i dobrymi praktykami funkcjonowania w Internecie	08Z-2A_U05, 08Z-2A_U07, 08SL2A_U03
Posiada pogłębioną umiejętność rozumienia i analizowania zjawisk społeczno-gospodarczych wpływających na funkcjonowanie organizacji w ekosystemie cyfrowym	08Z-2A_U07
Odpowiednio dobiera i stosuje metody w celu wykorzystania usług związanych z tworzeniem nowego przedsiębiorstwa wykorzystującego możliwości cyfrowe	08Z-2A_U06, 08Z-2A_U07, 08SL2A_U02
Kompetencje społeczne	
	Kod KEU
Potrafi samodzielnie i krytycznie uzupełniać wiedzę i umiejętności, rozszerzone o wymiar interdyscyplinarny	08Z-2A_K04

Nazwa przedmiotu:	Strategie i programy zarządzania zasobami ludzkimi		
Kod przedmiotu:	Rok studiów:	Semestr:	Język:
0800-ZSPS5K	1	2	Polski
Forma prowadzenia zajęć:	Stacjonarna		
Punkty ECTS:	9		
Forma zaliczenia przedmiotu:	Egzamin		
Forma zajęć	Liczba godzin		

Wykład kursowy	25
Warsztaty	25
A. Skrócony (ogólny) opis przedmiotu	
Celem zajęć jest uświadomienie roli kapitału ludzkiego i istoty procesu zarządzania nim; uzasadnienie potrzeby podejmowania działań na rzecz pracowników; przekazanie wiedzy na temat strategii i programów zarządzania zasobami ludzkimi, rozwój umiejętności budowania strategii i programów zarządzania zasobami ludzkimi oraz ich wdrażania i oceniania.	
B. Wymagania wstępne	
Podstawowa wiedza z zakresu zarządzania i zachowań człowieka w organizacji.	
C. Efekty uczenia się	
Wiedza	
	Kod KEU
Posiada pogłębioną wiedzę o charakterze nauk społecznych, w szczególności w zakresie dyscypliny nauki o zarządzaniu oraz jej relacji do innych nauk	08Z-2A_W01
Posiada pogłębioną wiedzę o procesach zmian w organizacjach, o przyczynach, przebiegu, skali i konsekwencji tych zmian, w szczególności wie, jak wdrażać strategie i programy zarządzania zasobami ludzkimi	08Z-2A_W07
Posiada pogłębioną wiedzę o metodach i narzędziach zarządzania zasobami ludzkimi, technikach i źródłach pozyskiwania informacji służących do modelowania procesów zarządzania zasobami ludzkimi	08Z-2A_W04, 08Z-2A_W05, 08Z-2A_W06, 08ZA2A_W01
Projektuje strategie i programy zarządzania zasobami ludzkimi	08Z-2A_W04, 08Z-2A_W08, 08ZA2A_W02
Umiejętności	
	Kod KEU
Umie ocenić przydatność zdobytej wiedzy oraz wykorzystać ją przy projektowaniu, wdrażaniu, realizacji i ocenia strategii i programów zarządzania zasobami ludzkimi	08Z-2A_U01, 08Z-2A_U06, 08ZA2A_U01
Umie zorganizować dział kadr i przydzielić zadania jego pracownikom, jest świadom roli, jaką komórka HR pełni w organizacji	08Z-2A_U04, 08Z-2A_U06, 08Z-2A_U07, 08ZA2A_U02
Potrafi kształtować wizerunek firmy, jako pracodawcy z wyboru w otoczeniu wewnętrznym i zewnętrznym organizacji, wykorzystując w tym celu różnorodne narzędzia biznesowe	08Z-2A_U03, 08Z-2A_U05, 08Z-2A_U06, 08ZA2A_U03
Umie kierować zespołem projektowym w oparciu o budowanie zaufania i zaangażowania członków zespołu	08Z-2A_U06, 08Z-2A_U07, 08ZA2A_U04

Rozumie potrzebę uczenia się przez całe życie, potrafi inspirować i organizować proces uczenia się innych osób	08Z-2A_U11
Kompetencje społeczne	
	Kod KEU
Potrafi myśleć i działać w sposób przedsiębiorczy	08Z-2A_K05
Prezentuje aktywną postawę wobec nawiązywania trwałych relacji z otoczeniem, ze szczególnym uwzględnieniem dbałości o wizerunek reprezentowanej organizacji	08Z-2A_K06

Nazwa przedmiotu:	Strategie marketingowe		
Kod przedmiotu:	Rok studiów:	Semestr:	Język:
0800-ZSMS3K	1	2	Polski
Forma prowadzenia zajęć:	Stacjonarna		
Punkty ECTS:	7		
Forma zaliczenia przedmiotu:	Egzamin		
Forma zajęć		Liczba godzin	
Wykład kursowy		10	
Warsztaty		24	
A. Skrócony (ogólny) opis przedmiotu			
Celem zajęć jest zbudowanie wśród studentów świadomości i wiedzy na temat strategii marketingowych oraz rozwijanie umiejętności definiowania, tworzenia i implementacji marketingowych strategii firmy. Studenci nabędą wiedzę z zakresu zarządzania marketingowego. Dzięki zajęciom będą potrafili wykorzystywać właściwe metody i narzędzia zarządzania marketingowego w celu budowy przewagi konkurencyjnej firmy w procesie tworzenia wartości dla klienta.			
B. Wymagania wstępne			
Wymagana znajomość podstaw marketingu.			
C. Efekty uczenia się			
Wiedza			
	Kod KEU		
Posiada pogłębioną wiedzę na temat narzędzi analizy otoczenia i sytuacji marketingowej przedsiębiorstwa wykorzystywanych w planowaniu marketingowym w szczególności analizy klientów, konkurencji i produktów.	08Z-2A_W03		

Ma świadomość wpływu zmiennego i konkurencyjnego otoczenia na wybory strategiczne w ramach zarządzania marketingowego przedsiębiorstwa.	
Posiada wiedzę z zakresu psychospołecznych aspektów marketingu, takich jak: podejmowanie decyzji zakupowych przez klientów, analiza potrzeb i preferencji klientów, dialog i budowanie relacji z klientami. Zna i rozumie rolę procesu tworzenia wartości dla klientów w budowaniu przewagi konkurencyjnej.	08Z-2A_W03, 08Z-2A_W04, 08Z-2A_W05, 08ZM2A_W02
Posiada wszechstronną wiedzę opartą na standardach międzynarodowych z zakresu tworzenia strategii marketingowych i rozwiązywania dylematów strategicznych w ramach zarządzania marketingowego.	08Z-2A_W03, 08Z-2A_W08, 08ZM2A_W04
Umiejętności	
	Kod KEU
w rozstrzygnięciu dylematów z zakresu strategii marketingowych. Zna zalety i ograniczenia narzędzi analizy stosowanych w zarządzaniu marketingowym. Potrafi oceniać warunki rynkowe i sytuację marketingową przedsiębiorstwa w celu identyfikacji możliwości strategicznych.	08Z-2A_U06
Posiada umiejętność samodzielnego analizowania sytuacji przedsiębiorstwa i proponowania różnych rozwiązań z zakresu strategii marketingowych, w tym: strategii wzrostu i konkurencji, strategii pozycjonowania, strategii marki i strategii promocyjnych.	08Z-2A_U05, 08Z-2A_U06, 08Z-2A_U07, 08ZM2A_U01
Posiada na poziomie zaawansowanym umiejętność budowania i zarządzania wartościami dla klienta w zakresie strategii produktów, dystrybucji i strategii cenowych.	08Z-2A_U03, 08Z-2A_U05, 08ZM2A_U02
Kompetencje społeczne	
	Kod KEU
Potrafi planować działania przedsiębiorstwa mające na celu osiągnięcie przewagi konkurencyjnej na rynkach.	08Z-2A_K05
Potrafi określać cele marketingowe i sposób ich osiągnięcia przez firmę w kontekście danych warunków otoczenia biznesu z uwzględnieniem zasobów przedsiębiorstwa.	08Z-2A_K06

Wprowadzenie do procesu budowy startupu			
Nazwa przedmiotu:	Wprowadzenie do procesu budowy startupu		
Kod przedmiotu:	Rok studiów:	Semestr:	Język:
	1	2	Polski
Forma prowadzenia zajęć:	Stacjonarna		
Punkty ECTS:	3		
Forma zaliczenia przedmiotu:	Egzamin		

Forma zajęć	Liczba godzin
Wykład kursowy	25
A. Skrócony (ogólny) opis przedmiotu	
Celem przedmiotu jest zaprezentowanie podstawowych zagadnień związanych z procesami tworzenia dynamicznych i przedsiębiorczych startupów z uwzględnieniem specyfiki branżowej i prawnej procesów założycielskich.	
B. Wymagania wstępne	
Podstawowe informacje z zakresu nauki o przedsiębiorstwie oraz prawa gospodarczego.	
C. Efekty uczenia się	
Wiedza	
	Kod KEU
Zna narzędzia, standardy i metodyki i podejścia związane z procesem budowy startupu	08Z-2A_W03, 08Z-2A_W10, 08SL2A_W03
Posiada pogłębioną wiedzę na temat tworzenia nowoczesnej firmy, potrzebną do budowy jej struktur oraz określania sposobu i zakresu działania startupu	08Z-2A_W10, 08SL2A_W01
Posiada wiedzę z zakresu prawnych, społecznych i ekonomicznych aspektów związanych z procesem budowy startupu i zarządzania nim	08Z-2A_W01, 08Z-2A_W02, 08Z-2A_W03, 08Z-2A_W09, 08SL2A_W02
Umiejętności	
	Kod KEU
Potrafi zarządzać procesem budowy startupu i jego rozwoju zgodnie z obowiązującymi standardami, normami prawnymi i dobrymi praktykami	08Z-2A_U05, 08Z-2A_U07, 08SL2A_U03
Posiada umiejętność samodzielnego analizowania i proponowania możliwych rozwiązań konkretnych problemów organizacyjnych i wskazania odpowiednich rozstrzygnięć w tym zakresie w celu budowy startupu	08Z-2A_U06
Potrafi podejmować decyzje w ramach procesu budowy startupu oraz szacować ryzyko z związane tym procesem	08Z-2A_U01, 08Z-2A_U05, 08Z-2A_U06, 08SL2A_U01
Kompetencje społeczne	
	Kod KEU
Umie uczestniczyć w przygotowywaniu projektów w zakresie budowy startupu oraz potrafi przewidywać wielokierunkowe skutki społeczne swojej działalności	08Z-2A_K03

Nazwa przedmiotu:	Zarządzanie strategiczne – zagadnienia zaawansowane		
Kod przedmiotu:	Rok studiów:	Semestr:	Język:
0800-ZZSS1K	1	2	Polski
Forma prowadzenia zajęć:	Stacjonarna		
Punkty ECTS:	4		
Forma zaliczenia przedmiotu:	Egzamin		
Forma zajęć		Liczba godzin	
Wykład kursowy		33	
A. Skrócony (ogólny) opis przedmiotu			
<p>Celem kursu jest zapoznanie studentów z zaawansowanymi zagadnieniami z zakresu zarządzania strategicznego wpływającymi na podejmowany przez firmy strategię na poziomie biznesu oraz korporacji oraz kształtującymi ich wyniki. Kurs w dużej mierze skoncentrowany jest na procesach podejmowania długookresowych decyzji strategicznych, wymagających znacznej ilości zasobów, takich jak skala firmy, wybór rynków i produktów lub decyzja o sposobie walki konkurencyjnej w sektorze. Kurs w dużym stopniu opiera się na teorii ekonomii sektorowej (Industrial Organization Economics), przy jednoczesnym uwzględnieniu współczesnym ram konkurowania na rynkach krajowym, międzynarodowych i globalnym.</p>			
B. Wymagania wstępne			
Podstawowa wiedza z zakresu zarządzania.			
C. Efekty uczenia się			
Wiedza			
			Kod KEU
Posiada pogłębioną wiedzę związaną z oddziaływaniem różnych organizacji z otoczenia na jej funkcjonowanie oraz sposobów podjęcia i prowadzenia współpracy dla uzyskania korzystnych efektów			08Z-2A_W03
Posiada pogłębioną wiedzę o metodach i narzędziach zarządzania strategicznego, technikach i źródłach pozyskiwania informacji służących do analizy strategicznej pozwalającej na podjęcie trafnych decyzji o długoterminowym rozwoju przedsiębiorstwa			08Z-2A_W06, 08Z-2A_W07, 08ZR2A_W01
Ma wiedzę na temat sposobów tworzenia przewagi strategicznej przez przedsiębiorstwa przy wykorzystaniu ich materialnych i niematerialnych zasobów oraz w zależności od fazy cyklu życia sektora			08Z-2A_W03, 08Z-2A_W08, 08ZR2A_W03

Ma wiedzę o różnych strategiach wzrostu wewnętrznego i zewnętrznego	08Z-2A_W03, 08Z-2A_W08, 08ZR2A_W04
Umiejętności	
	Kod KEU
Potrafi analizować przyczyny i przebieg procesów wewnętrznych w organizacji, zjawisk społecznych, ekonomicznych, politycznych, prawnych, środowiskowych, przestrzennych, ekonomicznych i rynkowych oraz stawiać proste hipotezy badawcze i je weryfikować	08Z-2A_U03
Ma umiejętność wykorzystania wiedzy z zakresu zarządzania strategicznego w praktyce funkcjonowania przedsiębiorstwa oraz potrafi krytycznie ocenić przydatność i skuteczność proponowanych rozwiązań	08Z-2A_U02, 08Z-2A_U03, 08ZR2A_U01
Potrafi zastosować metody analizy strategicznej, analizy rynku oraz analizy finansowej do oceny bieżącej i przyszłej sytuacji przedsiębiorstwa oraz wykorzystuje je w sposób umożliwiający podjęcie racjonalnych pozwalających na zgromadzenie odpowiednich oraz umożliwiających uzyskanie przez przedsiębiorstwo trwałej przewagi konkurencyjnej	08Z-2A_U06, 08Z-2A_U07, 08ZR2A_U03
Potrafi współdziałać i pracować w grupie, przyjmując w niej różne role	08Z-2A_U12
Kompetencje społeczne	
	Kod KEU
-	-

Nazwa przedmiotu:	Zarządzanie wartością i wycena spółki		
Kod przedmiotu:	Rok studiów:	Semestr:	Język:
0800-ZWWS1K	1	2	Polski
Forma prowadzenia zajęć:	Stacjonarna		
Punkty ECTS:	5		
Forma zaliczenia przedmiotu:	Egzamin		
Forma zajęć		Liczba godzin	
Wykład kursowy		40	
A. Skrócony (ogólny) opis przedmiotu			
<p>Przedmiot ma na celu zapoznanie studentów z zagadnieniami związanymi z wyceną przedsiębiorstwa, analizą wielkości wykreowanej wartości w przedsiębiorstwie a także determinantami tworzenia wartości. W ramach przedmiotu studenci zdobędą wiedzę na temat tego jak należy rozumieć wartość, jak ją mierzyć w kategoriach finansowych przy</p>			

wykorzystaniu podejścia kosztowego, rynkowego, dochodowego. Studenci zdobędą również wiedzę na temat sposobu pomiaru wyników przedsiębiorstwa z perspektywy menedżerów i akcjonariuszy.

B. Wymagania wstępne

Podstawowa wiedza z zakresu zarządzania i ekonomii.

C. Efekty uczenia się

Wiedza

	Kod KEU
Zna metody wyceny przedsiębiorstwa	08Z-2A_W06, 08Z-2A_W08, 08ZR2A_W02
Zna podstawowe determinanty wartości w przedsiębiorstwie	08Z-2A_W06, 08Z-2A_W07, 08Z-2A_W08, 08ZR2A_W01, 08ZR2A_W02
Zna rolę różnorodnych procesów wewnątrz i zjawisk na zewnątrz przedsiębiorstwa w procesie tworzenia wartości	08Z-2A_W03, 08Z-2A_W06, 08Z-2A_W08, 08ZR2A_W02, 08ZR2A_W03
Zna rolę kapitału intelektualnego i aktywów niematerialnych w tworzeniu wartości przedsiębiorstwa	08Z-2A_W03, 08Z-2A_W08, 08ZR2A_W03
Zna metody pomiaru osiągnięć przedsiębiorstwa z perspektywy wewnętrznej i zewnętrznej	08Z-2A_W03, 08Z-2A_W08, 08ZR2A_W04

Umiejętności

	Kod KEU
Potrafi zidentyfikować kluczowe determinanty wartości w przedsiębiorstwie	08Z-2A_U06, 08Z-2A_U07, 08ZR2A_U03
Potrafi wybrać adekwatną do sytuacji metodę wyceny przedsiębiorstwa	08Z-2A_U01
Potrafi oszacować wykreowaną w przedsiębiorstwie wartość z perspektywy wewnętrznej i akcjonariuszy	08Z-2A_U02, 08Z-2A_U03, 08ZR2A_U01
Potrafi wycenić przedsiębiorstwo przy wykorzystaniu metod dochodowych i mnożnikowych	08Z-2A_U06, 08Z-2A_U07, 08ZR2A_U03

Kompetencje społeczne

	Kod KEU

Potrafi przygotowywać raporty z wyceny	08Z-2A_K04, 08Z-2A_K05
Potrafi myśleć krytycznie	08Z-2A_K01, 08Z-2A_K04
Potrafi korzystać z różnych źródeł wiedzy	08Z-2A_K01

Nazwa przedmiotu:			
Badania marketingowe - metody ilościowe i jakościowe			
Kod przedmiotu:	Rok studiów:	Semestr:	Język:
0800-ZBMS3K	2	3	Polski
Forma prowadzenia zajęć:	Stacjonarna		
Punkty ECTS:	9		
Forma zaliczenia przedmiotu:	Egzamin		
Forma zajęć		Liczba godzin	
Wykład kursowy		14	
Warsztaty		30	
A. Skrócony (ogólny) opis przedmiotu			
<p>Badania marketingowe – ilościowe i jakościowe skupiają się na analizie informacji uzyskanych z badania rynku za pomocą różnych metod i technik badawczych. Celem przedmiotu dostarczenie wiedzy z zakresu analizy informacji dla podejmowania decyzji marketingowych przedsiębiorstwa. Uczestnik zajęć będzie zdobywał umiejętności zastosowania zaawansowanych technik badawczych do podejmowania problemu decyzyjnego przedsiębiorstwa. Badania ilościowe obejmować będą analizę danych pierwotnych przy kształtowaniu segmentów rynku, nowego produktu, pozycjonowania marki, zmian cen, działań promocyjnych i dystrybucji. Badania jakościowe skupią się na ocenie zachowań i motywów postępowania nabywcy na rynku. Podczas zajęć z przedmiotu wykorzystywane będą nowoczesne techniki informatyczne do analizowania danych z badania marketingowego typu IBM SPSS.</p>			
B. Wymagania wstępne			
Wiedza z zakresu Badań Marketingowych na temat: metod gromadzenia danych, podstawowych skal, budowy kwestionariuszy i procesu decyzyjnego badań marketingowych.			
C. Efekty uczenia się			
Wiedza			
			Kod KEU

Posiada pogłębioną wiedzę o metodach ilościowych i jakościowych oraz narzędziach pozyskiwania informacji, w szczególności o rynku i konkurencji niezbędnych do podejmowania decyzji w przedsiębiorstwie. (08ZM2P_W11)	08Z-2A_W02, 08ZM2A_W01
Posiada pogłębioną wiedzę o metodach i narzędziach pozyskiwania informacji w szczególności badań rynku i badań marketingowych niezbędnych do opisanie i modelowania zjawisk rynkowych	08Z-2A_W02, 08ZM2A_W01
Zna narzędzie nowych technologii i ich zastosowanie w działalności marketingowej, jednocześnie jest świadom, w jaki wpisują się one w kontekst ekonomiczno-społeczny funkcjonowania organizacji.	08Z-2A_W02, 08ZM2A_W01
Umiejętności	
	Kod KEU
Potrafi dokonywać szczegółowych obserwacji i interpretacji zjawisk społecznych i ekonomicznych oraz relacji między nimi w celu rozwiązania problemu badawczego przedsiębiorstwa	08Z-2A_U01
Potrafi wykorzystać wiedzę teoretyczną do opisu przyczyn oraz przebiegu procesów i społecznych, ekonomicznych i rynkowych związanych z działalnością organizacji, a także potrafi formułować proces badawczy oraz dobierać kluczowe dane i metody zbierania danych i informacji wspierających podejmowanie decyzji marketingowych	08Z-2A_U02
Potrafi analizować przyczyny i przebieg procesów wewnętrznych w organizacji oraz zewnętrzne zjawiska społeczne, ekonomiczne i rynkowe oraz ustanawiać cele i hipotezy badawcze i je weryfikować	08Z-2A_U03
Posiada pogłębioną umiejętność rozumienia i analizowania zjawisk społeczno-gospodarczych wpływających na funkcjonowanie organizacji, pogłębioną o umiejętność pogłębionej oceny tych zjawisk przy wykorzystaniu wybranej metody badań ilościowych i jakościowych.	08Z-2A_U07
Potrafi współdziałać i pracować w grupie, przyjmując w niej różne role badacza, podejmującego decyzje i oceniającego przebieg procesów badawczych w przedsiębiorstwie.	08Z-2A_U12
Kompetencje społeczne	
	Kod KEU
-	-

Nazwa przedmiotu:			
Budowa zespołu zarządzającego startupem			
Kod przedmiotu:			
Rok studiów:		Semestr:	
2		3	
Język:			
Polski			
Forma prowadzenia zajęć:			
Punkty ECTS:			
6			

Forma zaliczenia przedmiotu:	Zaliczenie	
Forma zajęć	Liczba godzin	
Ćwiczenia audytoryjne	15	
Wykład kursowy	25	
A. Skrócony (ogólny) opis przedmiotu		
<p>Celem przedmiotu jest wprowadzenie do tematyki budowania zespołów w przedsiębiorstwach typu startup, zapoznanie studentów z podstawowymi procesami zachodzącymi w grupach i metodami zarządzania zespołami, uwrażliwienie na potencjalne trudności, które dotyczą członków zespołu w różnych fazach jego rozwoju oraz przedstawienie metod oceniania efektów pracy zespołu. Uczestnicy zajęć będą mogli zarówno pogłębić wiedzę o zarządzaniu zespołami z uwzględnieniem specyficznych procesów w nich zachodzących, jak i doskonalić umiejętności tworzenia programów rozwojowych budowania zespołów dla organizacji typu startup.</p>		
B. Wymagania wstępne		
<p>Przedmiot na podbudowie: społecznych aspektów zarządzania, w tym zarządzania zasobami ludzkimi.</p>		
C. Efekty uczenia się		
Wiedza		
	Kod KEU	
Posiada wiedzę z zakresu prawnych, społecznych i ekonomicznych aspektów związanych z budowaniem zespołu tworzącego startup	08Z-2A_W01, 08Z-2A_W02, 08Z-2A_W03, 08Z-2A_W09, 08SL2A_W02	
Posiada pogłębioną wiedzę na temat norm i reguł konstytuujących organizację, ich wpływu na zachowania ludzi w zespołach tworzących startup	08Z-2A_W06	
Posiada pogłębioną wiedzę na temat tworzenia startupu, potrzebną do budowy struktur organizacyjnych i określania zakresu działania nowego zespołu	08Z-2A_W10, 08SL2A_W01	
Umiejętności		
	Kod KEU	
Posiada umiejętność kierowania zespołami typu startup	08Z-2A_U07, 08SL2A_U04	
Posiada umiejętność samodzielnego analizowania i proponowania możliwych rozwiązań konkretnych dysfunkcji zespołów typu startup i wskazania odpowiednich rozstrzygnięć w tym zakresie	08Z-2A_U06	
Potrafi podejmować decyzje związane z tworzeniem nowego zespołu typu startup oraz szacować ryzyko z związane tym procesem	08Z-2A_U01, 08Z-2A_U05, 08Z-2A_U06, 08SL2A_U01	

Kompetencje społeczne	
	Kod KEU
Potrafi myśleć i działać w sposób sprzyjający budowaniu zespołów	08Z-2A_K05
Potrafi odpowiednio określić priorytety służące realizacji wyznaczonego przez siebie lub innych członków zespołu zadania	08Z-2A_K01

Nazwa przedmiotu:			
Budowanie marki pracodawcy			
Kod przedmiotu:	Rok studiów:	Semestr:	Język:
0800-ZBMS5K	2	3	Polski
Forma prowadzenia zajęć:	Stacjonarna		
Punkty ECTS:	8		
Forma zaliczenia przedmiotu:	Egzamin		
Forma zajęć		Liczba godzin	
Wykład kursowy		25	
Ćwiczenia audytoryjne		25	
A. Skrócony (ogólny) opis przedmiotu			
<p>Celem zajęć poświęconych budowaniu marki pracodawcy jest poznanie istoty tej koncepcji oraz zapoznanie studentów z różnymi technikami stosowanymi w procesie employer branding, z których część wywodzi się z zarządzania zasobami ludzkimi, a część z marketingu. Wykłady i ćwiczenia poświęcone będą zatem poszczególnym etapom procesu employer branding, czyli planowaniu i organizowaniu działań w zakresie budowania marki, motywowaniu pracowników do angażowania się w proces umacniania marki i kontrolowaniu siły employer brand.</p>			
B. Wymagania wstępne			
Brak			
C. Efekty uczenia się			
Wiedza			
			Kod KEU
Posiada pogłębioną wiedzę o charakterze nauk społecznych, w szczególności w zakresie zarządzania zasobami ludzkimi, jego tendencji rozwojowych i relacji do innych nauk.			08Z-2A_W01
Posiada pogłębioną wiedzę związaną z oddziaływaniem różnych podmiotów			08Z-2A_W03

z otoczenia na funkcjonowanie organizacji oraz sposobów podjęcia i prowadzenia współpracy dla uzyskania korzystnych efektów, w szczególności potencjalnych kandydatów do pracy, osób, które rozstały się z organizacją „na własne życzenie”, akcjonariuszy oraz użytkowników portali społecznościowych i serwisów rekrutacyjnych.	
Posiada pogłębioną wiedzę o metodach i narzędziach umacniania marki organizacji jako pracodawcy, technik i źródeł pozyskiwania informacji służących do budowy employer brand.	08Z-2A_W04, 08Z-2A_W05, 08Z-2A_W06, 08ZA2A_W01
Projektuje strategie i programy związane z kształtowaniem marki pracodawcy.	08Z-2A_W04, 08Z-2A_W08, 08ZA2A_W02
Umiejętności	
	Kod KEU
Potrafi kształtować wizerunek firmy jako pracodawcy z wyboru w otoczeniu wewnętrznym i zewnętrznym organizacji, wykorzystując w tym celu różnorodne narzędzia biznesowe.	08Z-2A_U03, 08Z-2A_U05, 08Z-2A_U06, 08ZA2A_U03
Kompetencje społeczne	
	Kod KEU
Prezentuje aktywną postawę wobec nawiązywania trwałych relacji z otoczeniem, ze szczególnym uwzględnieniem dbałości o wizerunek reprezentowanej organizacji.	08Z-2A_K06

Nazwa przedmiotu:	e-Marketing		
Kod przedmiotu:	Rok studiów:	Semestr:	Język:
0800-ZEMS3K	2	3	Polski
Forma prowadzenia zajęć:	Stacjonarna		
Punkty ECTS:	2		
Forma zaliczenia przedmiotu:	Zaliczenie		
Forma zajęć		Liczba godzin	
Wykład kursowy		16	
A. Skrócony (ogólny) opis przedmiotu			
Celem przedmiotu jest przedstawienie istotnych zagadnień dotyczących e-marketingu w szeroko pojętej przestrzeni wirtualnej w odniesieniu do działań organizacji. W czasie trwania kursu student spotka się nie tylko z zagadnieniami dotyczącymi organizacji wirtualnych ale			

również organizacji na rynku klasycznym korzystających w swoich obszarach funkcjonowania rynkowego z możliwości jakie daje Internet.

B. Wymagania wstępne

Zainteresowania związane z funkcjonowaniem firmy w Internecie i platformach wirtualnych.

C. Efekty uczenia się

Wiedza

	Kod KEU
Student posiada merytoryczne podstawy niezbędne w projektowaniu media planu dla wybranych działań e-marketingowych. Posiada wiedzę niezbędną do dokonania wyboru w ramach dostępnego wachlarza narzędzi e-marketingowych najlepszego/najlepszych w danej sytuacji pod względem skuteczności i efektywności.	08Z-2A_W03, 08Z-2A_W04, 08ZM2A_W03
Posiada wiedzę o funkcjonowaniu organizacji w przestrzeni wirtualnej.	08Z-2A_U06, 08Z-2A_U12
Posiada wiedzę z zakresu psychospołecznych aspektów marketingu on-line.	08Z-2A_U06, 08Z-2A_U12

Umiejętności

	Kod KEU
Potrafi projektować, dobierać i stosować właściwe narzędzia e-marketingu w zależności od konkretnej sytuacji, możliwości, celów, itp.	08Z-2A_U06, 08Z-2A_U12
Współpracuje w grupie, argumentuje i broni swojego stanowiska, logicznie i rzeczowo uzasadnia je.	08Z-2A_U12

Kompetencje społeczne

	Kod KEU
-	-

Nazwa przedmiotu:				Ekosystem wsparcia dla startupów			
Kod przedmiotu:		Rok studiów:		Semestr:		Język:	
		2		3		Polski	
Forma prowadzenia zajęć:							
Punkty ECTS:				4			
Forma zaliczenia przedmiotu:				Zaliczenie			
Forma zajęć				Liczba godzin			

Wykład kursowy	30
A. Skrócony (ogólny) opis przedmiotu	
Celem przedmiotu jest zapoznanie studentów z ekosystemem startupów w Polsce oraz określenie potencjalnego wpływu tych podmiotów na gospodarkę Polski. Studenci zdobędą wiedzę na temat modelu dojrzałości ekosystemu startupów oraz finansowania startupów w polskim i międzynarodowym ekosystemie.	
B. Wymagania wstępne	
Przedmiot na podbudowie: ekonomii, podstaw nauki o przedsiębiorstwie, podstaw finansów, podstaw prawa, finansów przedsiębiorstw.	
C. Efekty uczenia się	
Wiedza	
	Kod KEU
Zna narzędzia, standardy i metodyki i podejścia związane z tworzeniem nowoczesnej firmy przy współpracy z ekosystemem wsparcia startupów.	08Z-2A_W03, 08Z-2A_W10, 08SL2A_W03
Posiada pogłębioną wiedzę na temat tworzenia nowoczesnej firmy, potrzebną do budowy struktur organizacyjnych i określania zakresu działania nowego przedsiębiorstwa przy współpracy z ekosystemem wsparcia startupów.	08Z-2A_W10, 08SL2A_W01
Posiada wiedzę z zakresu prawnych, społecznych i ekonomicznych aspektów związanych z tworzeniem nowej firmy przy wykorzystaniu ekosystemu wsparcia dla tartupów.	08Z-2A_W01, 08Z-2A_W02, 08Z-2A_W03, 08Z-2A_W09, 08SL2A_W02
Umiejętności	
	Kod KEU
Potrafi zarządzać procesem tworzenia nowej firmy zgodnie z obowiązującymi standardami, normami prawnymi i dobrymi praktykami przy współpracy z ekosystemem wsparcia startupów.	08Z-2A_U05, 08Z-2A_U07, 08SL2A_U03
Potrafi podejmować decyzje związane z tworzeniem nowego przedsiębiorstwa oraz szacować ryzyko z związane tym procesem, a także ze współpracą z ekosystemem wsparcia startupów.	08Z-2A_U01, 08Z-2A_U05, 08Z-2A_U06, 08SL2A_U01
Rozumie potrzebę uczenia się przez całe życie, potrafi inspirować i organizować proces uczenia się innych osób.	08Z-2A_U11
Odpowiednio dobiera i stosuje metody w celu wykorzystania usług oferowanych przez ekosystemem wsparcia startupów, a związanych z tworzeniem nowego przedsiębiorstwa.	08Z-2A_U06, 08Z-2A_U07, 08SL2A_U02
Kompetencje społeczne	
	Kod KEU
Prezentuje aktywną postawę wobec nawiązywania trwałych relacji z	08Z-2A_K06

otoczeniem, ze szczególnym uwzględnieniem dbałości o wizerunek reprezentowanej organizacji w ekosystemie wsparcia startupów.	
--	--

Nazwa przedmiotu:			
Gra strategiczna The Marketplace			
Kod przedmiotu:	Rok studiów:	Semestr:	Język:
0800-ZGSS3K	2	3	Polski
Forma prowadzenia zajęć:	Stacjonarna		
Punkty ECTS:	7		
Forma zaliczenia przedmiotu:	Zaliczenie		
Forma zajęć		Liczba godzin	
Gra symulacyjna 2		35	
A. Skrócony (ogólny) opis przedmiotu			
<p>Podstawowym celem udziału w symulacji marketingowej jest praktyczne sprawdzenie wiedzy i umiejętności marketingowego zarządzania firmą. Uczestnicy mają szansę wzbogacenia swojej wiedzy i umiejętności podejmowania decyzji w warunkach konkurencyjnego rynku. MarketPlace jest symulacją, w której pomysł na funkcjonowanie firmy, wizja rozwoju i systematyczna jej realizacji może mieć kluczowe znaczenie w osiągnięciu sukcesu. Poznają wagę planowania strategicznego i uczą się dostosowania strategii do coraz większej znajomości rynku. Symulacja kładzie nacisk na rozwój wiedzy i umiejętności podejmowania decyzji marketingowych. W żadnej firmie nie podejmuje się tych decyzji w oderwaniu od innych obszarów funkcjonalnych firmy. Również i tutaj uczestnicy muszą podejmować decyzje osadzone w realiach finansowych możliwości firmy i ograniczonych mocy wytwórczych. Uczestnicy podczas trwania gry będą uczyć się kontroli ryzyka i analizy wpływu zastosowanych strategii ryzyka na sukces firmy.</p>			
B. Wymagania wstępne			
Podstawy marketingu, badania marketingowe, strategie marketingowe			
C. Efekty uczenia się			
Wiedza			
			Kod KEU
-			-
Umiejętności			
			Kod KEU

Potrafi wykorzystać wiedzę teoretyczną do opisu przyczyn oraz przebiegu procesów ekonomicznych, środowiskowych, przestrzennych, ekonomicznych i rynkowych związanych z działalnością firmy, a także potrafi formułować własne opinie oraz dobierać krytycznie dane i metody analiz wspierających podejmowanie decyzji	08Z-2A_U02
Posiada umiejętność wykorzystania zdobytej wiedzy z zakresu marketingu, w szczególności potrafiąc ją zastosować w podejmowaniu decyzji marketingowych, potrafi dokonywać krytycznej analizy skuteczności i przydatności stosowanej wiedzy	08Z-2A_U05, 08Z-2A_U06, 08Z-2A_U07, 08ZM2A_U01
Posiada na poziomie zaawansowanym umiejętność budowania i zarządzania wartościami dla klientów w szczególności produktem, ceną, dystrybucją. Potrafi w ten sposób dostrzegać i definiować w sposób wymierny konsekwencje podejmowanych decyzji marketingowych dla innych obszarów organizacji	08Z-2A_U03, 08Z-2A_U05, 08ZM2A_U02
Ma umiejętność wykorzystania typowych i zaawansowanych metod oceny i kontroli działań marketingowych. Potrafi przygotować plan marketingowy z uwzględnieniem aspektów finansowych, budżetowych oraz metod kontroli finansowej i pozafinansowej	08Z-2A_U04, 08Z-2A_U06, 08ZM2A_U04
Potrafi współdziałać i pracować w grupie, przyjmując w niej różne role	08Z-2A_U12
Kompetencje społeczne	
	Kod KEU
Jest gotów odpowiednio określić priorytety służące realizacji wyznaczonego przez siebie lub innych zadania	08Z-2A_K01
Jest gotów myśleć i działać w sposób przedsiębiorczy	08Z-2A_K05

Nazwa przedmiotu:	Kontroling marketingowy		
Kod przedmiotu:	Rok studiów:	Semestr:	Język:
0800-ZKMS3K	2	3	Polski
Forma prowadzenia zajęć:	Stacjonarna		
Punkty ECTS:	4		
Forma zaliczenia przedmiotu:	Zaliczenie		
	Forma zajęć	Liczba godzin	
	Wykład kursowy	8	
	Warsztaty	12	
A. Skrócony (ogólny) opis przedmiotu			

Jednym z podstawowych zadań marketingu w konkurencyjnej gospodarce jest stworzenie systemu mierzenia efektów jego działań dla potrzeb zarządzania marketingowego. System ten nie tylko wytycza ogólne kierunki rozwoju organizacji i ułatwia planowanie, ale jest także sposobem komunikacji i kontroli oraz metodą zarządzania. Opracowanie pełnego i uniwersalnego zestawu mierników marketingowych nie jest możliwe dlatego przyszli menedżerowie marketingu powinni posiadać wiedzę oraz praktyczne umiejętności doboru i stosowania wskaźników marketingowych. Głównym celem zajęć jest zaprezentowanie wybranych wskaźników i metod pomiaru działań marketingowych oraz możliwości ich wykorzystania w praktyce. W efekcie studenci będą posiadać wiedzę i praktyczne umiejętności projektowania systemu pomiaru działań marketingowych.

B. Wymagania wstępne

Student powinien posiadać podstawową wiedzę z zakresu marketingu i badań marketingowych.

C. Efekty uczenia się

Wiedza

	Kod KEU
Posiada pogłębioną wiedzę na temat tworzenia systemów pomiarów marketingowych w organizacji, ich natury i rządzących nimi prawidłowości. Ma wiedzę na temat zadań i korzyści kontrolingu marketingowego, rozumie jego specyfikę w działalności marketingowej przedsiębiorstwa (08Z-2P_W03)	08Z-2A_W03
Zna wybrane metody kontrolingu marketingowego, wybrane wskaźniki marketingowe i możliwości ich wykorzystania w praktyce. (08ZM-2P_W11)	08Z-2A_W02, 08ZM2A_W01
Posiada wiedzę z zakresu działań marketingowych organizacji oraz zna metody upowszechniania wiedzy marketingowej i rynkowej wewnątrz organizacji	08Z-2A_W03, 08ZM2A_W01

Umiejętności

	Kod KEU
Potrafi wykorzystać wiedzę teoretyczną i formułować własne opinie na temat poszczególnych wskaźników i metod pomiarów marketingowych.	08Z-2A_U02
Potrafi analizować funkcjonowanie systemów pomiarowych w praktyce, projektować marketingowe systemy pomiarowe, biorąc pod uwagę cele i strategię marketingowe firm.	08Z-2A_U03
Potrafi analizować funkcjonujące w praktyce systemy pomiarów działań marketingowych i projektować systemy pomiarów uwzględniające dane cele i strategię marketingowe firmy.	08Z-2A_U04, 08Z-2A_U06, 08ZM2A_U04
Potrafi współdziałać w grupie w celu doboru miar marketingowych i projektowania systemu pomiarów marketingowych w kontekście sytuacji danej firmy.	08Z-2A_U12

Kompetencje społeczne

	Kod KEU

-	-
---	---

Nazwa przedmiotu:				Koszty pracy i controlling personalny			
Kod przedmiotu:		Rok studiów:		Semestr:		Język:	
0800-ZKPS5K		2		3		Polski	
Forma prowadzenia zajęć:				Stacjonarna			
Punkty ECTS:				6			
Forma zaliczenia przedmiotu:				Egzamin			
Forma zajęć				Liczba godzin			
Wykład kursowy				18			
Ćwiczenia audytoryjne				20			
A. Skrócony (ogólny) opis przedmiotu							
<p>Celem zajęć jest przedstawienie zakresu wykorzystania rachunku ekonomicznego i narzędzi controllingu personalnego w kształtowaniu polityki personalnej przedsiębiorstwa. Zagadnienia realizowane w ramach tego przedmiotu można podzielić na cztery zasadnicze obszary (1) rachunkowość zasobów ludzkich, koszty pracy i wyniki pracy jako przedmiot controllingu personalnego. Identyfikacja i analiza kosztów personalnych, (2) Zastosowanie metod oceny efektywności inwestycji w planowaniu i realizacji polityki personalnej przedsiębiorstwa (3) zarządzanie kapitałem ludzkim, metody mierzenia wartości kapitału ludzkiego, sprawozdawczość kapitału ludzkiego.</p>							
B. Wymagania wstępne							
Brak							
C. Efekty uczenia się							
Wiedza							
						Kod KEU	
Zna metody i narzędzia controllingu personalnego (takie jak: budżetowanie kosztów personalnych, mapy strategiczne, analizy wskaźnikowe, analizy ryzyka kadrowego) oraz techniki i źródła pozyskiwania informacji służących do modelowania procesów zarządzania zasobami ludzkimi						08Z-2A_W04, 08Z-2A_W05, 08Z-2A_W06, 08ZA2A_W01	
Ma pogłębioną wiedzę na temat kapitału ludzkiego i jego roli w kreowaniu wartości organizacji.						08Z-2A_W05, 08Z-2A_W09, 08ZA2A_W03	
Szacuje i raportuje wartość kapitału ludzkiego w oparciu o narzędzia controllingu personalnego						08Z-2A_W05, 08Z-2A_W09,	

	08ZA2A_W03
Umiejętności	
	Kod KEU
Potrafi stosować terminy charakterystyczne dla controllingu personalnego do opisu problemów organizacji, krytycznie oceniać stosowane rozwiązania i formułować propozycje zmian	08Z-2A_U02
Potrafi wybrać odpowiednie wskaźniki ilościowe i jakościowe do śledzenia, interpretacji i oceny realizacji funkcji personalnej w organizacji	08Z-2A_U03, 08Z-2A_U04
Umie zorganizować komórkę controllingu personalnego i przydzielić zadania jego pracownikom, jest świadom roli, jaką komórka ta pełni w organizacji	08Z-2A_U03
Prawidłowo identyfikuje problemy z zakresu zarządzania zasobami ludzkimi	08Z-2A_U03
Kompetencje społeczne	
	Kod KEU
Jest gotów przygotowywać projekty związane z zarządzaniem zasobami ludzkimi oraz przewidywać efekty ich realizacji w wymiarze organizacyjnym i ekonomicznym	08Z-2A_K05

Nazwa przedmiotu:			
Modelowanie i prognozowanie w biznesie			
Kod przedmiotu:	Rok studiów:	Semestr:	Język:
0800-ZMPS1K	2	3	Polski
Forma prowadzenia zajęć:	Stacjonarna		
Punkty ECTS:	4		
Forma zaliczenia przedmiotu:	Zaliczenie		
Forma zajęć		Liczba godzin	
Ćwiczenia informatyczne		16	
A. Skrócony (ogólny) opis przedmiotu			
Celem jest prezentacja podstawowych metod analiz szeregów czasowych, ich modelowania i prognozowania przydatnych w podejmowaniu decyzji w przedsiębiorstwie.			
B. Wymagania wstępne			
Podstawowa wiedza z ekonomii i statystyki			
C. Efekty uczenia się			
Wiedza			

	Kod KEU
Posiada wiedzę o metody analizy szeregów czasowych	08Z-2A_W06
Posiada wiedzę o metodach i narzędziach modelowania i prognozowania pojedynczych zjawisk społeczno-gospodarczych.	08Z-2A_W08
Ma wiedzę o możliwości aplikacji wybranych metod prognozowania w zależności od charakteru i własności szeregu czasowego.	08Z-2A_W01
Umiejętności	
	Kod KEU
Potrafi prawidłowo interpretować i ocenić zbudowane modele.	08Z-2A_U01
Posiada umiejętność prognozowania zjawisk i procesów gospodarczych, z zastosowaniem odpowiedniej metody badawczej.	08Z-2A_U07
Rozumie potrzebę uczenia się przez całe życie, potrafi inspirować i organizować pracę w zespołach przygotowujących projekty dotyczące zarządzania przedsiębiorstwem	08Z-2A_U11
Kompetencje społeczne	
	Kod KEU
Prawidłowo identyfikuje i rozstrzyga dylematy związane z wykonywaniem zawodu	08Z-2A_K02

Nazwa przedmiotu:			
Problemy zarządzania zasobami ludzkimi - analiza przypadków			
Kod przedmiotu:	Rok studiów:	Semestr:	Język:
0800-ZPZS5K	2	3	Polski
Forma prowadzenia zajęć:	Stacjonarna		
Punkty ECTS:	8		
Forma zaliczenia przedmiotu:	Zaliczenie		
Forma zajęć		Liczba godzin	
Warsztaty		33	
A. Skrócony (ogólny) opis przedmiotu			
Celem zajęć jest rozwój umiejętności wykorzystania wiedzy z zakresu zarządzania zasobami ludzkimi. Główną metodą dydaktyczną będzie case study, a podejściem badawczym - Action Research. Tematy przypadków odwołują się do treści wcześniejszych zajęć specjalnościowych, co pozwala na skoncentrowanie pracy na kształtowaniu umiejętności analizy złożonych sytuacji - diagnozie danego zdarzenia, analizie występujących problemów i			

zapropnowaniu możliwych rozwiązań.	
B. Wymagania wstępne	
-	
C. Efekty uczenia się	
Wiedza	
	Kod KEU
Ma pogłębioną wiedzę praktyczną na temat relacji społecznych występujących w organizacjach.	08Z-2A_W04
Rozumie specyfikę więzi integrujących i strukturalnych w organizacji.	08Z-2A_W04
Ma wiedzę na temat więzi społecznych w dobie Internetu	08Z-2A_W04
Umiejętności	
	Kod KEU
Potrafi analizować przyczyny i przebieg procesów wewnętrznych w organizacji, zjawisk społecznych, ekonomicznych i prawnych oraz stawiać proste hipotezy badawcze i je weryfikować	08Z-2A_U06
Proponuje możliwe rozwiązania konkretnych problemów organizacyjnych	08Z-2A_U06
Umie ocenić przydatność zdobytej wiedzy w zakresie metod i narzędzi zarządzania zasobami ludzkimi	08Z-2A_U01, 08Z-2A_U06, 08ZA2A_U01
Potrafi dokonywać szczegółowych obserwacji i interpretacji zjawisk społecznych, ekonomicznych, politycznych, prawnych oraz relacji między nimi	08Z-2A_U06, 08ZA2A_U01
Kompetencje społeczne	
	Kod KEU
Jest gotów odpowiednio określić priorytety służące realizacji wyznaczonego przez siebie lub innych zadania	08Z-2A_K01

Nazwa przedmiotu:	Strategie e-commerce		
Kod przedmiotu:	Rok studiów:	Semestr:	Język:
0800-ZSES1K	2	3	Polski
Forma prowadzenia zajęć:	Stacjonarna		
Punkty ECTS:	4		

Forma zaliczenia przedmiotu:	Zaliczenie	
Forma zajęć	Liczba godzin	
Wykład kursowy	33	
A. Skrócony (ogólny) opis przedmiotu		
<p>Ostatnie lata, a w szczególności pandemia roku 2020 wpłynęły na dynamiczny rozwój rynku E-Commerce. Szacuje się, że w najbliższych latach może osiągnąć nawet 50% obrotów realizowanych w handlu detalicznym w niektórych kategoriach produktów. W efekcie stałym elementem współczesnego krajobrazu zarządzania stają się organizacje cyfrowe bądź działające w przeważającym zakresie w środowisku cyfrowym. Celem zajęć będzie budowa kompetencji studentów w zakresie planowania i wdrażania strategii e-commerce oraz wyboru zróżnicowanych modeli biznesów cyfrowych i wykorzystania metod działania takich jak na przykład modele ścieżki zakupowej, lejka sprzedażowego (np.: PESO, RACE etc.).</p>		
B. Wymagania wstępne		
-		
C. Efekty uczenia się		
Wiedza		
	Kod KEU	
Posiada wiedzę na temat różnych źródeł danych, w tym danych w Internecie, które mogą być wykorzystane w planowaniu i wdrażania strategii biznesów cyfrowych oraz optymalizacji ich działań i podnoszenia skuteczności	08Z-2A_W03, 08Z-2A_W08, 08ZR2A_W03	
Posiada wiedzę o złożoności procesów rynkowych, w szczególności realizowanych w Internecie, ich przebiegu, uwarunkowaniach i możliwościach pomiaru i analizy	08Z-2A_W06, 08Z-2A_W08, 08ZR2A_W02	
Posiada wiedzę o strategiach biznesowych w Internecie w tym rodzajach, sposobach planowania i wdrażania	08Z-2A_W06, 08Z-2A_W07, 08ZR2A_W01	
Umiejętności		
	Kod KEU	
Posiada umiejętność dotarcia do różnorodnych źródeł danych w tym danych w Internecie, ich ocenę i wykorzystanie	08Z-2A_U06, 08Z-2A_U07, 08ZR2A_U03	
Potrafi definiować metody i sposoby działania biznesów cyfrowych, które wpływają na zdolność przedsiębiorstwa do tworzenia przewagi konkurencyjnej oraz uzyskiwane wyniki finansowe	08Z-2A_U06, 08Z-2A_U07, 08ZR2A_U03	
Potrafi krytycznie oceniać, rozumieć i wyjaśniać zachowania podmiotów sfery rynkowej z perspektywy podstawowych czynników rynkowych	08Z-2A_U04, 08Z-2A_U06, 08ZR2A_U02	
Kompetencje społeczne		

	Kod KEU
Jest gotów myśleć i działać w sposób przedsiębiorczy (kreatywny), logiczny i spójny z podejmowanymi decyzjami	08Z-2A_K05
Jest gotów radzić sobie w warunkach „szumu informacyjnego” związanego z przetwarzaniem dużej ilości danych	08Z-2A_K01
Jest gotów kreatywnie integrować wiedzę z obszarów zarządzania i finansów oraz ją stosować do oceny sytuacji przedsiębiorstwa i podejmowania decyzji biznesowych	08Z-2A_K04

Nazwa przedmiotu:			
Nazwa przedmiotu:		Studium przypadku – konkurs	
Kod przedmiotu:	Rok studiów:	Semestr:	Język:
0800-ZSPS1K	2	3	Polski
Forma prowadzenia zajęć:	Stacjonarna		
Punkty ECTS:	4		
Forma zaliczenia przedmiotu:	Zaliczenie		
Forma zajęć		Liczba godzin	
Warsztaty		16	
A. Skrócony (ogólny) opis przedmiotu			
<p>Celem przedmiotu jest synteza wiedzy na temat narzędzi i metod zarządzania rozwojem przedsiębiorstwa oraz ich praktyczne zastosowanie w analizie funkcjonowania wybranego w danym cyklu specjalności przedsiębiorstwa i obranej przez niego strategii rozwoju. Synteza informacji pozyskanych z treści case’u, z przeprowadzonych wielopłaszczyznowych i wielopoziomowych analiz a także z innych źródeł internetowych, własnych ilościowych inicjatyw badawczych i w drodze bezpośredniego kontaktu z przedstawicielami przedsiębiorstwa, powinna być podstawą sformułowania rekomendacji zmian i nowych aktywności strategicznych dla jego kierownictwa. Prace nad projektem prowadzone będą w czteroosobowych zespołach, które na zakończenie warsztatów, w ustalonym terminie, przedstawią swoje rekomendacje i propozycje zmian wraz z merytorycznym uzasadnieniem analitycznym w programie PowerPoint. Poszczególne prezentacje będą oceniane przez panel ekspertów, którzy mogą zadawać pytania uczestnikom zespołu. Projekt rekomendacji i propozycji zmian, który uzyska najwyższą ocenę, wygrywa konkurs.</p>			
B. Wymagania wstępne			
-			
C. Efekty uczenia się			

Wiedza	
	Kod KEU
Ma wiedzę na temat sposobów tworzenia przewagi strategicznej przez przedsiębiorstwa przy wykorzystaniu ich materialnych i niematerialnych zasobów oraz w zależności od fazy cyklu życia sektora	08Z-2A_W03, 08Z-2A_W08, 08ZR2A_W03
Posiada pogłębioną wiedzę o metodach i narzędziach zarządzania strategicznego, technikach i źródłach pozyskiwania informacji służących do analizy strategicznej pozwalającej na podjęcie trafnych decyzji o długoterminowym rozwoju przedsiębiorstwa	08Z-2A_W06, 08Z-2A_W07, 08ZR2A_W01
Ma wiedzę o różnych strategiach wzrostu wewnętrznego i zewnętrznego	08Z-2A_W03, 08Z-2A_W08, 08ZR2A_W04
Ma wiedzę na temat mechanizmów tworzenia wartości dla właścicieli oraz pozostałych interesariuszy, a także na temat sposobów nadzorowania i zarządzania spółkami lub przedsiębiorstwami ukierunkowanych na wzrost ich wartości w długim okresie	08Z-2A_W06, 08Z-2A_W08, 08ZR2A_W02
Umiejętności	
	Kod KEU
Potrafi zaprojektować strategię rozwoju przedsiębiorstwa na rynku krajowym lub międzynarodowym, która przyczyni się do kreowania oczekiwanej wartości dla właścicieli oraz pozostałych interesariuszy, niezależnie od sytuacji w otoczeniu przedsiębiorstwa	08Z-2A_U04, 08Z-2A_U07, 08ZR2A_U04
Umie myśleć perspektywicznie, a także potrafi podejmować długookresowe i średniookresowe decyzje oraz szacować ryzyko z nimi związane	08Z-2A_U04, 08Z-2A_U06, 08ZR2A_U02
Potrafi zastosować metody analizy strategicznej, analizy rynku oraz analizy finansowej do oceny bieżącej i przyszłej sytuacji przedsiębiorstwa oraz wykorzystuje je w sposób umożliwiający podjęcie racjonalnych pozwalających na zgromadzenie odpowiednich oraz umożliwiających uzyskanie przez przedsiębiorstwo trwałej przewagi konkurencyjnej	08Z-2A_U06, 08Z-2A_U07, 08ZR2A_U03
Ma umiejętność wykorzystania wiedzy z zakresu zarządzania strategicznego w praktyce funkcjonowania przedsiębiorstwa oraz potrafi krytycznie ocenić przydatność i skuteczność proponowanych rozwiązań.	08Z-2A_U02, 08Z-2A_U03, 08ZR2A_U01
Rozumie potrzebę uczenia się przez całe życie, potrafi inspirować i organizować proces uczenia się innych osób	08Z-2A_U11
Potrafi współdziałać i pracować w grupie, przyjmując w niej różne role	08Z-2A_U12
Kompetencje społeczne	
	Kod KEU
Prezentuje aktywną postawę wobec nawiązywania trwałych relacji z otoczeniem, ze szczególnym uwzględnieniem dbałości o wizerunek reprezentowanej organizacji	08Z-2A_K06
Potrafi samodzielnie i krytycznie uzupełniać wiedzę i umiejętności, rozszerzone o wymiar interdyscyplinarny	08Z-2A_K04

Prawidłowo identyfikuje i rozstrzyga dylematy związane z wykonywaniem zawodu	08Z-2A_K02
Jest gotów myśleć i działać w sposób przedsiębiorczy	08Z-2A_K05
Jest gotów uczestniczyć w przygotowywaniu projektów w zakresie zarządzania przedsiębiorstwem lub organizacji sektora publicznego oraz potrafi przewidywać wielokierunkowe skutki społeczne swojej działalności	08Z-2A_K03
Jest gotów odpowiednio określić priorytety służące realizacji wyznaczonego przez siebie lub innych zadania	08Z-2A_K01

Nazwa przedmiotu:				TOP SIM II: Scenariusz zaawansowany			
Kod przedmiotu:		Rok studiów:		Semestr:		Język:	
0800-ZTSS1K		2		3		Polski	
Forma prowadzenia zajęć:				Stacjonarna			
Punkty ECTS:				7			
Forma zaliczenia przedmiotu:				Zaliczenie			
Forma zajęć				Liczba godzin			
Gra symulacyjna 2				35			
A. Skrócony (ogólny) opis przedmiotu							
Celem zajęć jest zapoznanie studenta z symulacją komputerową odzwierciedlającą rzeczywistość gospodarczą. W trakcie zajęć studenci wykorzystują zdobytą w trakcie studiów wiedzę w zakresie zarządzania przedsiębiorstwem i konfrontują ją z quasi realną rzeczywistością symulowaną przez program komputerowy.							
B. Wymagania wstępne							
Bez ograniczeń							
C. Efekty uczenia się							
Wiedza							
						Kod KEU	
Posiada pogłębioną wiedzę o kluczowych czynnikach funkcjonalnych (marketingowej, finansowej, personalnej, produkcyjnej) w przedsiębiorstwie oraz strategiach przez nie stosowanych, jak również o czynnikach zewnętrznych wpływających na jego funkcjonowanie						08Z-2A_W02, 08Z-2A_W03	
Ma wiedzę na temat mechanizmów tworzenia wartości dla właścicieli, a także na temat sposobów zarządzania przedsiębiorstwami						08Z-2A_W06, 08Z-2A_W08,	

ukierunkowanych na wzrost ich wartości w długim okresie	08ZR2A_W02
Ma wiedzę na temat sposobów tworzenia przewagi strategicznej przez przedsiębiorstwa przy wykorzystaniu ich materialnych i niematerialnych zasobów oraz w zależności od fazy cyklu życia sektora	08Z-2A_W03, 08Z-2A_W08, 08ZR2A_W03
Umiejętności	
	Kod KEU
Potrafi w sposób szczegółowy oraz dogłębny interpretować, analizować i prognozować krótko- i długotrwałe skutki zjawisk z zakresu otoczenia (makro i konkurencyjnego) oraz ich wpływ na przedsiębiorstwo, zwłaszcza w aspektach finansowych	08Z-2A_U01, 08Z-2A_U02, 08Z-2A_U03, 08Z-2A_U04
Posiada pogłębioną umiejętność analizowania makrootoczenia i otoczenia konkurencyjnego	08Z-2A_U07
Posiada pogłębioną umiejętność wszechstronnej analizy sytuacji przedsiębiorstwa w wymiarze konkurencyjnym wraz ze wskazywaniem optymalnych decyzji natury biznesowej wpływających na jego rentowność w przyszłości	08Z-2A_U02, 08Z-2A_U03, 08Z-2A_U04, 08Z-2A_U06, 08Z-2A_U07, 08ZR2A_U01, 08ZR2A_U02, 08ZR2A_U03, 08ZR2A_U04
Potrafi współdziałać i pracować w grupie, przyjmując w niej różne role	08Z-2A_U12
Kompetencje społeczne	
	Kod KEU
-	-

Nazwa przedmiotu:	Zarządzanie projektem startupowym		
Kod przedmiotu:	Rok studiów:	Semestr:	Język:
	2	3	Polski
Forma prowadzenia zajęć:			
Punkty ECTS:	8		
Forma zaliczenia przedmiotu:	Egzamin		
Forma zajęć		Liczba godzin	
Ćwiczenia informatyczne		25	

Wykład kursowy	15
A. Skrócony (ogólny) opis przedmiotu	
<p>Celem zajęć jest zapoznanie studentów z procesem budowania projektu startupowego. Po zakończeniu zajęć student posiada wiedzę o: istocie projektów startupowych, metodach zarządzania projektami startupowymi, narzędziach planowania projektów, źródłach finansowania i zasadach budżetowania projektu startupowego, obszarach kontroli i narzędziach monitorowania oraz o budowaniu i zarządzaniu zespołem badawczym. Student potrafi zaplanować projekt startupowy tzn. sformułować koncepcję projektu, definiować cele projektu, opracować harmonogram i budżet projektu, monitorować i kontrolować przebieg projektu, posługiwać się dokumentacją projektu</p>	
B. Wymagania wstępne	
Podstawowa wiedza z zakresu zarządzania projektami.	
C. Efekty uczenia się	
Wiedza	
	Kod KEU
Posiada pogłębioną wiedzę na temat zarządzania projektem, potrzebną do określenia zakresu działania i struktury nowego przedsiębiorstwa	08Z-2A_W10, 08SL2A_W01
Posiada pogłębioną wiedzę o procesach zmian w organizacjach, o przyczynach, przebiegu, skali i konsekwencji tych zmian niezbędną w procesie zarządzania projektem powstającej firmy	08Z-2A_W07
Zna narzędzia, standardy, metodyki i podejścia związane z zarządzaniem projektem powstającej nowoczesnej firmy	08Z-2A_W03, 08Z-2A_W10, 08SL2A_W03
Posiada pogłębioną wiedzę na temat tworzenia nowej firmy, jej odwzorowania strukturalnego w odniesieniu do fazy cyklu życia oraz wpływu otoczenia	08Z-2A_W08
Umiejętności	
	Kod KEU
Potrafi zarządzać projektem tworzenia nowej firmy zgodnie z obowiązującymi standardami, normami prawnymi i dobrymi praktykami	08Z-2A_U05, 08Z-2A_U07, 08SL2A_U03
Posiada umiejętność kierowania zespołami projektowymi.	08SL2A_U04
Potrafi podejmować decyzje związane z zarządzaniem projektem nowego przedsiębiorstwa oraz szacować ryzyko z związane tym procesem	08Z-2A_U01, 08Z-2A_U05, 08Z-2A_U06, 08SL2A_U01
Kompetencje społeczne	
	Kod KEU
Umie uczestniczyć w przygotowywaniu projektów w zakresie tworzenia nowej firmy oraz potrafi przewidywać wielokierunkowe skutki społeczne	08Z-2A_K03

swojej działalności	
---------------------	--

Nazwa przedmiotu:			
Zarządzanie ryzykiem niepowodzenia biznesowego startupów			
Kod przedmiotu:	Rok studiów:	Semestr:	Język:
	2	3	Polski
Forma prowadzenia zajęć:			
Punkty ECTS:	4		
Forma zaliczenia przedmiotu:	Egzamin		
Forma zajęć		Liczba godzin	
Ćwiczenia audytoryjne		15	
Wykład kursowy		12	
A. Skrócony (ogólny) opis przedmiotu			
Celem przedmiotu jest prezentacja zagadnień z zakresu ryzyka niepowodzeń gospodarczych pojawiających się w procesie tworzenia i wczesnych faz funkcjonowania startupów i zarządzania tym ryzykiem.			
B. Wymagania wstępne			
-			
C. Efekty uczenia się			
Wiedza			
			Kod KEU
Posiada pogłębioną wiedzę na temat tworzenia i przetrwania nowoczesnej firmy, potrzebną do budowy struktur organizacyjnych i określania zakresu działania nowego przedsiębiorstwa			08Z-2A_W01, 08Z-2A_W02, 08Z-2A_W03, 08Z-2A_W09, 08SL2A_W02
Posiada pogłębioną wiedzę o procesach zmian w organizacjach, o przyczynach, przebiegu, skali i konsekwencji tych zmian w odniesieniu do szacowania ryzyka niepowodzenia biznesowego			08Z-2A_W07
Zna narzędzia, standardy i metodyki i podejścia związane z tworzeniem i przetrwaniem nowoczesnej firmy			08Z-2A_W03, 08Z-2A_W10, 08SL2A_W03

Posiada pogłębioną wiedzę na temat tworzenia i przetrwania nowoczesnej firmy, potrzebną do budowy struktur organizacyjnych i określania zakresu działania nowego przedsiębiorstwa	08Z-2A_W10, 08SL2A_W01
Umiejętności	
	Kod KEU
Potrafi współdziałać i pracować w grupie, przyjmując w niej różne role	08Z-2A_U12
Potrafi podejmować decyzje związane z tworzeniem nowego przedsiębiorstwa oraz szacować ryzyko niepowodzenia związane tym procesem	08Z-2A_U01, 08Z-2A_U05, 08Z-2A_U06, 08SL2A_U01
Potrafi zarządzać procesem tworzenia nowej firmy oraz zarządzać ryzykiem niepowodzenia zgodnie z obowiązującymi standardami, normami prawnymi i dobrymi praktykami	08Z-2A_U05, 08Z-2A_U07, 08SL2A_U03
Potrafi analizować przyczyny i przebieg procesów wewnętrznych w organizacji, zjawisk społecznych, ekonomicznych, politycznych, prawnych, środowiskowych, przestrzennych, ekonomicznych i rynkowych w celu oszacowania ryzyka niepowodzenia biznesowego	08Z-2A_U03
Kompetencje społeczne	
	Kod KEU
Jest gotów uczestniczyć w przygotowywaniu projektów w zakresie zarządzania ryzykiem niepowodzenia biznesowego oraz potrafi przewidywać wielokierunkowe skutki społeczne swojej działalności	08Z-2A_K03

Nazwa przedmiotu:	Innowacje jako baza nowoczesnego biznesu		
Kod przedmiotu:	Rok studiów:	Semestr:	Język:
	2	4	Polski
Forma prowadzenia zajęć:			
Punkty ECTS:	4		
Forma zaliczenia przedmiotu:	Zaliczenie		
Forma zajęć		Liczba godzin	
Wykład kursowy		30	
A. Skrócony (ogólny) opis przedmiotu			
Celem przedmiotu jest głównie prezentacja teorii innowacji oraz roli innowacji w tworzeniu nowoczesnego biznesu, zapoznanie studentów z podstawowymi formami i metodami komercjalizacji wiedzy oraz kryteriami ich wyboru, ukazanie możliwości i sposobów			

wykorzystania innowacji w rozwoju nowego biznesu.	
B. Wymagania wstępne	
Oczekuje się, że studenci posiadać będą podstawową wiedzę z zakresu podstaw zarządzania, jak również przedsiębiorczości i ekonomiki małej firmy.	
C. Efekty uczenia się	
Wiedza	
	Kod KEU
Zna narzędzia, standardy i metodyki i podejścia związane z tworzeniem nowej firmy w odniesieniu do jej innowacyjności przy wyborze strategii innowacji.	08Z-2A_W03, 08Z-2A_W10, 08SL2A_W03
Posiada pogłębioną wiedzę na temat tworzenia nowoczesnej firmy, potrzebną do budowy jej innowacyjności i określania zakresu działania nowego innowacyjnego przedsiębiorstwa.	08Z-2A_W10, 08SL2A_W01
Posiada wiedzę z zakresu innowacyjnych rozwiązań biznesowych dotyczących zarządzania innowacjami i komercjalizacji technologii.	08Z-2A_W07, 08Z-2A_W08, 08SL2A_W04
Posiada wiedzę z zakresu prawnych, społecznych i ekonomicznych aspektów związanych z tworzeniem nowej innowacyjnej firmy i oceny ich skutków przy wyborze źródeł innowacji.	08Z-2A_W01, 08Z-2A_W02, 08Z-2A_W03, 08Z-2A_W09, 08SL2A_W02
Umiejętności	
	Kod KEU
Odpowiednio dobiera i stosuje metody w celu wykorzystania usług związanych z tworzeniem nowego innowacyjnego przedsiębiorstwa, zarządzaniem innowacjami i komercjalizacją technologii oraz oceną wpływu innowacji na wyniki przedsiębiorstwa.	08Z-2A_U06, 08Z-2A_U07, 08SL2A_U02
Kompetencje społeczne	
	Kod KEU
Potrafi samodzielnie i krytycznie uzupełniać wiedzę i umiejętności, rozszerzone o wymiar interdyscyplinarny w zakresie budowy innowacyjnej firmy.	08Z-2A_K04

Nazwa przedmiotu:			
Nazwa przedmiotu:		Kreowanie wizerunku firmy	
Kod przedmiotu:	Rok studiów:	Semestr:	Język:
0800-ZKWS3K	2	4	Polski

Forma prowadzenia zajęć:	Stacjonarna	
Punkty ECTS:	4	
Forma zaliczenia przedmiotu:	Zaliczenie	
Forma zajęć	Liczba godzin	
Warsztaty	16	
A. Skrócony (ogólny) opis przedmiotu		
<p>Wizerunek firmy ma istotne znaczenie dla powodzenia podjętych działań w organizacji niezależnie od ich charakteru. Utrata dobrej reputacji najczęściej prowadzi do poważnych problemów postrzegania firmy. Dzięki Public Relations, które zajmuje się wizerunkiem firmy i jej ochroną w kontaktach z szeroko rozumianym otoczeniem firmy można przeciwdziałać takim sytuacjom.</p> <p>W ramach zajęć główny nacisk położony będzie na zasygnalizowaniu efektywnych rozwiązań budowania wizerunku firmy. Idea tych zajęć zrealizowana zostanie przede wszystkim dzięki warsztatom mającym na celu zapoznanie studenta z narzędziami wspomagającymi kreowanie wizerunku, których stosowny dobór może stanowić o sukcesie na rynku. Studenci będą mieli również szansę zapoznania się z klasycznym i nowoczesnym podejściem do spraw związanych z zasadami tworzenia strategii wspierania i kreacji wizerunku firmy.</p>		
B. Wymagania wstępne		
Przedmiot skierowany jest do studentów, którzy posiadają już podstawową wiedzę z zakresu marketingu, zarządzania, funkcjonowania organizacji, komunikacji oraz interdyscyplinarności działań rynkowych.		
C. Efekty uczenia się		
Wiedza		
	Kod KEU	
Posiada pogłębioną wiedzę na temat miejsca Public Relations w strukturze organizacji i jego funkcjonowania w różnych typach organizacji	08Z-2A_W02	
Posiada wiedzę z zakresu psychospołecznych aspektów marketingu, rozumiejąc jednocześnie ich wpływ na zachowania podmiotów rynkowych	08Z-2A_W02, 08Z-2A_W03	
Posiada wiedzę związana z odziaływaniem różnych organizacji z otoczenia na funkcjonowanie firmy oraz sposobów pozyskania i prowadzenia współpracy dla uzyskania korzystnych efektów	08Z-2A_W03	
Umiejętności		
	Kod KEU	
Potrafi wykorzystać ogólną wiedzę z marketingu czy zarządzania do opisu przyczyn postrzegania wizerunku firmy oraz potrafi diagnozować obszary konfliktowe w firmie. Potrafi formułować własne opinie, wyszukiwać dane oraz dobierać metody analizy wspierające w podejmowaniu decyzji w	08Z-2A_U02	

obszarze kreowania wizerunku firmy	
Sprawnie posługuje się wybranymi normami i regułami (prawnymi, ekonomicznymi, zawodowymi, etycznymi) oraz potrafi posługiwać się nimi w celu rozwiązywania problemu naruszenia wizerunku firmy, ochrony marki firmy. Potrafi opracować i wdrożyć działania obronne mające na celu rozwiązanie sytuacji kryzysowej firmy	08Z-2A_U05
Posiada umiejętność samodzielnego wykorzystania zdobytej wiedzy z zakresu kreowania wizerunku firmy w celu rozstrzygnięcia dylematów błędnego bądź złego postrzegania przedsiębiorstwa, potrafi dokonywać krytycznej analizy skuteczności i przydatności zastosowanych metod budowania wizerunku (marki) przedsiębiorstwa	08Z-2A_U02, 08Z-2A_U05, 08Z-2A_U06, 08Z-2A_U07, 08ZM2A_U01
Posiada zaawansowaną umiejętność budowania wizerunku przedsiębiorstwa i zarządzania nim. Potrafi wyłonić i zdefiniować w sposób wymierny konsekwencje podejmowanych decyzji w obrębie działań PR dla innych obszarów działalności organizacji	08Z-2A_U05, 08Z-2A_U06, 08Z-2A_U07, 08ZM2A_U01
Potrafi planować i realizować działania z zakresu komunikacji rynkowej, także z uwzględnieniem strategii marki i kreowania wizerunku firmy. Rozumie potrzebę interdyscyplinarnego podejścia do zarządzania prowadzonymi działaniami marketingowymi w obszarze postrzegania firmy	08Z-2A_U06
Kompetencje społeczne	
	Kod KEU
Potrafi działać i myśleć w sposób przedsiębiorczy	08Z-2A_K05

Nazwa przedmiotu:			
Stosunki pracy			
Kod przedmiotu:	Rok studiów:	Semestr:	Język:
0800-ZSTS5K	2	4	Polski
Forma prowadzenia zajęć:	Stacjonarna		
Punkty ECTS:	4		
Forma zaliczenia przedmiotu:	Egzamin		
Forma zajęć		Liczba godzin	
Wykład kursowy		30	
A. Skrócony (ogólny) opis przedmiotu			
W ramach realizacji przedmiotu studenci poznają: treść pojęcia stosunki pracy, genezę zainteresowania relacjami pracowniczymi oraz podmioty stosunków pracy oraz ich role i zadania, dowiedzą się o uregulowaniach prawnych w tym zakresie a także nauczą się prowadzić mediacje. Ponadto zapoznani zostaną z formami partycypacji w zarządzaniu.			

B. Wymagania wstępne	
Bez ograniczeń	
C. Efekty uczenia się	
Wiedza	
	Kod KEU
Posiada pogłębioną wiedzę na temat oddziaływania różnych podmiotów z otoczenia na funkcjonowanie organizacji oraz sposobów podjęcia i prowadzenia współpracy dla uzyskania korzystnych efektów	08Z-2A_W03
Posiada pogłębioną wiedzę o rodzajach więzi społecznych w zakresie nauk o zarządzaniu i o rządzących nimi prawidłowościach; w szczególności o relacjach w ramach stosunków pracy	08Z-2A_W04
Posiada pogłębioną wiedzę na temat norm i reguł regulujących stosunki pracy, ich wpływu na zachowania ludzi i budowanie spójności wewnętrznej organizacji	08Z-2A_W07
Stosuje zasady mediacji i negocjacji w ramach stosunków pracy	08Z-2A_W03, 08Z-2A_W04, 08ZA2A_W04
Umiejętności	
	Kod KEU
-	-
Kompetencje społeczne	
	Kod KEU
Jest gotów odpowiednio określić priorytety służące realizacji wyznaczonego przez siebie lub innych zadania	08Z-2A_K01
Prezentuje aktywną postawę wobec nawiązywania trwałych relacji z otoczeniem, ze szczególnym uwzględnieniem dbałości o wizerunek reprezentowanej organizacji	08Z-2A_K06

Nazwa przedmiotu:	Ład korporacyjny		
Kod przedmiotu:	Rok studiów:	Semestr:	Język:
0800-ZŁKS1K	2	4	Polski
Forma prowadzenia zajęć:	Stacjonarna		
Punkty ECTS:	4		
Forma zaliczenia przedmiotu:	Egzamin		

Forma zajęć	Liczba godzin
Wykład kursowy	33
A. Skrócony (ogólny) opis przedmiotu	
<p>Zainteresowanie łaodem korporacyjnym (corporate governance) wzrosło w latach dziewięćdziesiątych w odpowiedzi na falę bankructw i nadużyć menedżerskich w spółkach na całym świecie. Od tego czasu stworzono wiele rozwiązań, które mają doprowadzić do zmniejszenia ryzyka finansowego i zwiększenia wartości spółek w długim okresie. Dziś łaod korporacyjny jest przedmiotem zainteresowania zarówno akademickiego, jak i praktyków zajmujących się rynkami kapitałowymi oraz spółkami akcyjnymi. Celem opisywanych zajęć jest przedstawienie studentom mechanizmów łaodu korporacyjnego, przyczyn nadużyć menedżerskich, sposobów zapobiegania im, praktyk organów nadzoru, a także sposobów wpływania na menedżerów najwyższego szczebla, aby kreowali wartość dla akcjonariuszy i respektowali cele różnych grup interesariuszy.</p>	
B. Wymagania wstępne	
bez ograniczeń	
C. Efekty uczenia się	
Wiedza	
	Kod KEU
Student wie, co to jest łaod korporacyjny (corporate governance), jakie są jego mechanizmy w różnych systemach corporate governance i czym jego problematyka różni się od problematyki zarządzania (management)	08Z-2A_W02, 08Z-2A_W03, 08Z-2A_W06, 08Z-2A_W08, 08ZR2A_W02
Student wie, czym jest własność i spółka, jakie są podstawowe prawa wynikające z własności oraz jaki jest wpływ struktur własnościowych na zarządzanie przedsiębiorstwem	08Z-2A_W02, 08Z-2A_W03, 08Z-2A_W06, 08Z-2A_W08, 08ZR2A_W02
Student zna teorie corporate governance (kreowania wartości dla akcjonariuszy, interesariuszy, agencji, służebności, zależności zasobowej, hegemonii menedżerskiej, hegemonii klas, behawioralna) i wie, jakie są ich praktyczne implikacje	08Z-2A_W03, 08Z-2A_W04, 08Z-2A_W05, 08Z-2A_W06, 08Z-2A_W08, 08ZR2A_W02
Student wie jakie są różnice pomiędzy modelem jednopoziomowych i dwupoziomowym organów statutowych oraz wie jakie są funkcje, struktury i praktyki rad spółek w obu modelach, a także potrafi wskazać, jakie kompetencje powinni posiadać ich członkowie	08Z-2A_W02, 08Z-2A_W04, 08Z-2A_W05, 08Z-2A_W06, 08Z-2A_W08, 08ZR2A_W02
Student wie, czym są kodeksy dobrych praktyk corporate governance i jakie są ich najważniejsze rozwiązania oraz potrafi oceniać ich skuteczność	08Z-2A_W06, 08Z-2A_W08, 08ZR2A_W02

Umiejętności	
	Kod KEU
Student potrafi ocenić, jak koncentracja i struktura własnościowa wpływa na wartość spółki w długim okresie oraz na ryzyko nadużycia finansowego w spółce	08Z-2A_U02, 08Z-2A_U04, 08Z-2A_U06, 08Z-2A_U08, 08ZR2A_U02
Student umie zaprojektować wewnętrzny system wewnętrznej kontroli (system przeciwdziałania nadużyciom finansowym) w spółce	08Z-2A_U04, 08Z-2A_U06, 08Z-2A_U09, 08ZR2A_U02
Student potrafi ocenić strukturę rady nadzorczej (rady dyrektorów) oraz zaproponować jej zmiany tak, aby poprawić efektywność sprawowania nadzoru nad spółką	08Z-2A_U02, 08Z-2A_U04, 08Z-2A_U06, 08Z-2A_U07, 08ZR2A_U02
Student pracując w zespole potrafi przygotować i zaprezentować zbiór wskazówek dotyczących zasad corporate governance z uwzględnieniem struktury własnościowej oraz branży spółki	08Z-2A_U12
Kompetencje społeczne	
	Kod KEU
-	-