

PROGRAM STUDIÓW
kierunek BUSINESS AND DIGITAL ANALYTICS
studia II stopnia
profil ogólnoakademicki
od roku akademickiego 2022/2023

1. Kierunek: Business and Digital Analytics

2. Zwięzły opis kierunku

Kierunek adresowany jest do osób aspirujących do pracy w międzynarodowym i międzykulturowym środowisku, zarówno światowych korporacji, jak i firm działających w wymiarze regionalnym. Projektując kierunek uwzględnione zostały dwa kluczowe wyzwania i jednocześnie zainteresowania rynku pracy – rozwija kompetencje funkcjonowania w środowisku cyfrowym, przemyśle 4.0 czy też Internecie oraz umiejętności analizy i oceny działania organizacji z perspektywy efektywności i nacisku na wzrost wydajności i zwrotu z inwestycji finansowych. Ze względu na fakt, że program realizowany jest w całości w języku angielskim niezbędnym wymaganiem jest sprawne posługiwanie się tym językiem, ale także bazowe zdolności analityczne, ciekawość i umiejętności myślenia w kategoriach decyzji opartych na faktach. Program realizowany będzie z udziałem pracowników akademickich, którzy jednak łączą swoje badania ze sferą praktyczną, jak i praktyków zajmujących się na co dzień problematyką kierunkowych przedmiotów. Wychodząc z założenia, że nie ma lepszej teorii jak uogólniona praktyka program opiera się na aplikacyjnej wiedzy teoretycznej, i praktycznych aspektach najbardziej aktualnych modeli i rozwiązań naukowych. Wyzwaniem dla studentów będzie także budowanie własnych systemów analityki biznesowej adresujących rzeczywiste i praktyczne problemy organizacji.

3. Poziom studiów: II stopień

4. Profil: ogólnoakademicki

5. Forma studiów: stacjonarne

6. Zasadnicze cele kształcenia

Kluczowe cele obejmują budowę i rozwój unikalnych kompetencji związanych z wiedzą i umiejętnościami analitycznymi na poziomie strategicznym i operacyjnym (metody, techniki, modele, rozwiązania) w odniesieniu do organizacji działających w kanałach i mediach cyfrowych, nowych modelach biznesowych oraz w formule przemysłów 4.0. W szczególności zamierzeniem kierunku jest rozwój umiejętności krytycznego myślenia, zdolności weryfikacji

danych i informacji, wykorzystania informacji w procesie podejmowania decyzji rynkowych, integrowania wiedzy z różnych źródeł oraz interdyscyplinarnego podejścia do analizy problemów biznesowych i oceny długo i krótkookresowych skutków decyzji. W naturalny sposób studenci zdobędą umiejętności posługiwania i wykorzystywania oprogramowania i narzędzi analizy związanych z analityką biznesową w sferze digital, jak i prezentacji danych i budowy dashboardów.

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 Business and Digital Analytics uzyskują możliwość zatrudnienia w charakterze:

- 242112 Analityk biznesowy
- 241306 Analityk finansowy
- 262202 Analityk ruchu na stronach internetowych
- 121904 Kierownik projektu
- 243101 Analityk trendów rynkowych (cool hunter)
- 243103 Menedżer produktu (product manager)
- 243104 Menedżer marki (brand manager)
- 242190 Pozostali specjaliści do spraw zarządzania i organizacji
- 334304 Asystent zarządu
- 242107 Specjalista do spraw konsultingu

Kierunek ten może stanowić podstawę do podjęcia studiów 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:

Oczekiwane wstępne wymagania dotyczą dwóch sfer. Po pierwsze postaw związanych z otwartością myślenia, gotowością kwestionowania utartych schematów, świadomością potrzeby krytycznego podejścia do zarządzania w epoce postprawdy, fałszywych informacji i powszechnej niechęci do ich weryfikacji. Po drugie zdolności łączenia sfery analitycznej z kreatywną, metodyczną z innowacyjnością, szczegółowością spojrzenia z procesowym podejściem, a także znajomością podstawowych pojęć z zakresu zarządzania oraz metod statystycznych i analitycznych.

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

DZIEDZINA	DYSCYPLINA	UDZIAŁ %
Nauki społeczne	Nauki o zarządzaniu i jakości – dyscyplina wiodąca	77%
	Ekonomia i finanse	12%
Nauki ścisłe i przyrodnicze	Matematyka	6%
	Informatyka	5%

11. Kierunkowe efekty uczenia się

Wiedza		
Kod KEU	Treść efektu	Odniesienie do składnika opisu charakterystyk pierwszego i drugiego stopnia PRK
08D-2A_W01	Zna i rozumie w pogłębionym zakresie kluczowe koncepcje i metody w zakresie dyscypliny nauki o zarządzaniu i jakości oraz ich relacje do innych nauk	P7S_WG P7S_WK
08D-2A_W02	Zna i rozumie w pogłębionym zakresie uwarunkowania (w szczególności ekonomiczne, społeczne, technologiczne, prawne, konkurencyjne, rynkowe, w tym zasady ochrony własności przemysłowej i prawa autorskiego) prowadzenia działalności rynkowej i ich wpływ na zarządzanie organizacjami	P7S_WG P7S_WK
08D-2A_W03	Zna i rozumie w pogłębionym zakresie specyfikę działania organizacji w sferze mediów cyfrowych oraz wpływ tej specyfiki na podejmowane decyzje rynkowe	P7S_WG P7S_WK
08D-2A_W04	Zna i rozumie w pogłębionym zakresie znaczenie interdyscyplinarnego podejścia i wiedzy oraz ich wykorzystania w procesie analizy i oceny działania organizacji w warunkach środowiska cyfrowego	P7S_WG P7S_WK
08D-2A_W05	Zna i rozumie w pogłębionym zakresie przebieg procesów rynkowych i zmian w organizacji i jej otoczeniu, w tym o przyczynach, przebiegu, skali i konsekwencjach tych zmian	P7S_WG P7S_WK
08D-2A_W06	Zna i rozumie w pogłębionym zakresie metody analizy zjawisk i procesów zachodzących w organizacjach z punktu widzenia działań strategicznych i operacyjnych	P7S_WG P7S_WK
08D-2A_W07	Zna i rozumie w pogłębionym zakresie rolę interdyscyplinarnej wiedzy o narzędziach wspierających zarządzanie, szczególnie w wymiarze analitycznym oraz ich zastosowanie	P7S_WG P7S_WK
08D-2A_W08	Zna i rozumie w pogłębionym zakresie znaczenie krytycznego myślenia oraz zarządzania opartego na dowodach w procesach związanych z zarządzaniem organizacjami jak i podejmowania decyzji	P7S_WG P7S_WK
08D-2A_W09	Zna i rozumie w pogłębionym zakresie metody i narzędzia analizy działań organizacji w kanałach cyfrowych	P7S_WG P7S_WK
08D-2A_W10	Zna i rozumie w pogłębionym zakresie metody i sposoby prezentowania wyników analiz nakierowanych na procesy decyzyjne	P7S_WG P7S_WK
Umiejętności		
Kod KEU	Treść efektu	Odniesienie do składnika

		opisu charakterystyk pierwszego i drugiego stopnia PRK
08D-2A_U01	Potrafi identyfikować, dokonywać oceny i wyboru właściwych źródeł i informacji dla potrzeb podejmowania decyzji rynkowych, w szczególności dotyczy to sfery źródeł badań jakościowych i ilościowych	P7S_UW P7S_UK
08D-2A_U02	Potrafi dokonywać krytycznej analizy, oceny i syntezy zróżnicowanych danych i informacji dla potrzeb podejmowanych decyzji w organizacji	P7S_UW P7S_UK
08D-2A_U03	Potrafi z wykorzystaniem zaawansowanych technik informacyjno-komunikacyjnych, w sposób twórczy dokonywać interpretacji danych i zebranych informacji oraz prezentacji tych informacji z nakierowaniem na proces podejmowania decyzji i uwzględnieniem zróżnicowanych grup odbiorców	P7S_UW P7S_UK P7S_UO P7S_UU
08D-2A_U04	Potrafi na bazie analitycznego i krytycznego myślenia identyfikować kluczowe problemy organizacji oraz formułować metody i sposoby analizy wspomagającej proces adresowania tych wyzwań	P7S_UW
08D-2A_U05	Potrafi organizować i kierować pracą zespołu analitycznego i współpracować w grupie oraz współdziałać z innymi w celu realizacji zakładanych planów	P7S_UW P7S_UK P7S_UO P7S_UU
08D-2A_U06	Potrafi stosować nowoczesne metody i rozwiązania adresujące problemy analityczne w sferze kanałów cyfrowych	P7S_UW
08D-2A_U07	Potrafi uczyć się w sposób systematyczny i adresujący pojawiające się nowe kompetencje i obszary wiedzy	P7S_UW P7S_UU
08D-2A_U08	Potrafi przeprowadzać analizę przyczyn i przebiegu wybranych procesów i zjawisk gospodarczych i społecznych z punktu widzenia nauki o zarządzaniu i jakości	P7S_UW
08D-2A_U09	Potrafi wykorzystywać metody i narzędzia badawcze (ilościowe i jakościowe), w szczególności dotyczące mediów i kanałów cyfrowych dla potrzeb podejmowania decyzji w organizacji	P7S_UW P7S_UK
08D-2A_U10	Potrafi przewidywać praktyczne skutki procesów i zjawisk w organizacjach i otoczeniu z wykorzystaniem metod i narzędzi z zakresu organizacji i zarządzania, w szczególności w środowisku cyfrowym	P7S_UW
08D-2A_U11	Potrafi posługiwać się językiem angielskim zgodnie z wymaganiami właściwymi dla poziomu B2+ Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego w celu przygotowania raportów biznesowych oraz wystąpień ustnych dotyczących problemów z zakresu analizy biznesowej, analityki cyfrowej i zarządzania organizacją, z wykorzystaniem podejścia teoretycznego i praktycznego	P7S_UW P7S_UK P7S_UO P7S_UU
Kompetencje społeczne		
Kod KEU	Treść efektu	Odniesienie do składnika opisu charakterystyk pierwszego i drugiego stopnia PRK
08D-2A_K01	Jest gotów do krytycznej analizy prezentowanych faktów, danych, informacji jako podstawy podejmowanych decyzji biznesowych	P7S_KK

08D-2A_K02	Jest gotów do wykorzystania podejścia i metod zarządzania opartego na dowodach w celu podnoszenia efektywności działania organizacji	P7S_KK P7S_KR P7S_KO
08D-2A_K03	Jest gotów do inspirowania, planowania i poszukiwania niestandardowych rozwiązań ze sfery analityki biznesowej dla rozwiązywania typowych i nietypowych problemów biznesowych organizacji	P7S_KK P7S_KR P7S_KO
08D-2A_K04	Jest gotowy do podejmowania i realizacji zadań zgodnie ze standardami profesjonalnymi i etyką	P7S_KR P7S_KO
08D-2A_K05	Jest gotów do samodzielnego działania, niezależnego myślenia oraz uczenia się przez całe życie	P7S_KK P7S_KR P7S_KO
08D-2A_K06	Jest gotów do uczestniczenia w pracy zespołowej, w tym przyjmowanie zróżnicowanych ról	P7S_KK P7S_KR P7S_KO
08D-2A_K07	Jest gotów myśleć i działać w sposób przedsiębiorczy, jest nastawiony na realizację zachowania przedsiębiorczego, szczególnie w oparciu na standardach zarządzania opartego na dowodach i wartościach	P7S_KK P7S_KR P7S_KO

12. Wnioski z analizy zgodności efektów uczenia się z potrzebami rynku pracy

Absolwenci kierunku będą posiadać kompetencje, które są poszukiwane przez pracodawców. Wiele nowoczesnych firm potrzebuje pracowników, którzy posiadają kompetencje związane z analizą danych. Jednocześnie, nie ma wystarczającej liczby specjalistów oferujących usługi tym firmom, aby zaspokoić popyt. Absolwent kierunku uzyska poszerzoną wiedzę w zakresie funkcjonowania w środowisku cyfrowym, przemyśle 4.0, czy też Internecie oraz umiejętności analizy i oceny działania organizacji z perspektywy wzrostu efektywności. Z uwagi na fakt, iż wiedza i kompetencje absolwentów kierunku Business and Digital Analytics mogą być wykorzystane w różnych branżach, absolwent kierunku będzie miał dużą łatwość odnajdywania się ze swoimi kompetencjami w różnych przedsiębiorstwach. Absolwent Kierunku znajdzie zatrudnienie w firmach charakteryzujących się nowoczesnym i profesjonalnym zarządzaniem, działających w środowiskach międzynarodowych i wielokulturowych.

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

Program studiów kierunku Business and Digital Analytics studiów II stopnia jest zgodny z nową misją i strategią Uniwersytetu Łódzkiego. „Misją Uniwersytetu Łódzkiego jest rzetelne prowadzenie badań naukowych oraz aktywne głoszenie prawdy z nich płynącej, tak by mądrze kształcić kolejne pokolenia, być użytecznym dla społeczeństwa oraz odważnie odpowiadać na wyzwania współczesnego świata”. Głównymi punktami odniesienia przy projektowaniu programu dla tego kierunku były zapisy strategii Uniwersytetu Łódzkiego w szczególności te dotyczące kształcenia, zgodnie z którymi celem UŁ jest „realizacja nowoczesnego kształcenia opartego na badaniach naukowych i współpracy z otoczeniem”. Strategia podkreśla również konieczność otwartości na nowe formy i sposoby organizacji kształcenia. Dzięki realizacji programu studiów na tym kierunku, studenci zdobywają nowoczesną i aktualną wiedzę i umiejętności zawodowe, w powiązaniu z badaniami naukowymi prowadzonymi na UŁ, które mogą być wykorzystane w międzynarodowych organizacjach biznesowych, w tym również na zagranicznych rynkach pracy. W programie

kierunku przewidywane są zajęcia realizowane przez wykładowców zagranicznych, co przyczynia się do realizacji ważnego elementu strategii – internacjonalizacji studiów. Kierunek rozwija ponadto kompetencje interkulturowe ze względu na pochodzenie studentów oraz wykładowców.

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

Studia na kierunku Business and Digital Analytics oparte zostały na założeniach, które istotnie odróżniają je od innych ofert edukacyjnych prowadzonych w Uniwersytecie Łódzkim. Proponowany program studiów na kierunku Business and Digital Analytics stanowi własność intelektualną Wydziału Zarządzania Uniwersytetu Łódzkiego. Główne różnice dotyczą synergicznego połączenia sfery tradycyjnego zarządzania z rewolucją cyfrową, analityki i sfery kognitywnej ze sferą podejmowanych decyzji oraz aplikacji cyfrowych metod i narzędzi w obszar zarządzania organizacjami działającymi w sferze rozwiązań cyfrowych. Podstawowe cechy programu na kierunku Business and Digital Analytics obejmują: nacisk na zespołowe podejście do rozwiązywania problemów biznesowych, analitykę i krytyczne myślenie, zarządzanie oparte na dowodach. Przedmioty oferowane w ramach programu Business and Digital Analytics dostarczają studentom praktycznej wiedzy o koncepcjach, metodach i narzędziach prowadzenia analityki biznesowej i podnoszenia efektywności działania organizacji działających w sferze cyfrowej, przemysłach 4.0. Już pierwszy rzut oka na kierunki o choć trochę podobnym profilu (Wydział Zarządzania - Rachunkowość Zarządcza/controling; Wydział Ekonomiczno-Socjologiczny - Ekonometria i analityka danych; Wydział Matematyki i Informatyki - Analiza danych) wskazuje na brak konkurencyjności nowego kierunku. Specyfika istniejących obecnie na UŁ kierunków obejmuje inne obszary i w dużym stopniu nakierunkowana jest na kształcenie innych kompetencji i specjalności. Podobnie, gdy weźmiemy pod uwagę formę językową prowadzonych zajęć. Zajęcia obecnie prowadzone w języku angielskim (np.: Wydział Zarządzania - Business Management, Wydział Ekonomiczno-Socjologiczny - Economics) adresują w niewielkim stopniu tematy i profil studiów proponowany na kierunku Business and Digital Analytics.

15. Plany studiów:

PLAN STUDIÓW																			
Wydział:		Wydział Zarządzania UŁ																	
Kierunek studiów:		Business and Digital Analytics																	
Profil studiów:		Ogólnoakademicki																	
Stopień studiów:		Studia II stopnia																	
Forma studiów:		Stacjonarne																	
Liczba specjalności:		-																	
Od roku:		2022																	
rok	semestr	przedmiot	Szczegóły przedmiotu																
			KOD	Liczba godzin			Ćwiczenia		Warsztaty	Gra		Lektorat	Ćwiczenia	Seminaria	Wychowa	Przedmiot	Razem	Forma	ECTS
				Wykład kursowy	Wykład gościnny	Wykład monograficzny	audytoryjne	konwersatoryjne		na 1	na 2		informatyczne	magisterskie	nie fizyczne	do wyboru			
				W	WG	WM	C	CK	WR	SY1	SY2	L	LI	SM	WF				
	I	1	Accounting and Finance Management		15			26									41	Egzamin	7
	I	1	Applied Statistics		10								24				34	Egzamin	7
	I	1	Art of Business Decisions Making		25												25	Zaliczenie	3
	I	1	Digital Applications for Business										25				25	Zaliczenie	6
	I	1	Logic Critical Thinking				20										20	Zaliczenie	5
	I	1	Organizational Behaviour		25												25	Zaliczenie	3
			razem po 1. semestrze:													godzin:	170	p. ECTS:	31
	I	2	Company Performance and Business Health Metrics		10			19									29	Zaliczenie	5
	I	2	Content and Community Management Analytics					15									15	Zaliczenie	3
	I	2	Managerial Economics and Evidence Based Management		33												33	Egzamin	4
	I	2	Master Seminar - semester 2	0800- S02AK										9			9	Zaliczenie	6
	I	2	Qualitative Research Methods and Analysis					20									20	Egzamin	4
	I	2	Quantitative Research Methods and Analysis		30												30	Egzamin	4
	I	2	Foregin Language									50					50	Zaliczenie	4
			razem po 2. semestrze:													godzin:	186	p. ECTS:	30
	II	3	Capstone Project					30									30	Zaliczenie	6
	II	3	Customer, Operations and People Analytics		25												25	Zaliczenie	3
	II	3	Digital Business Models		25												25	Egzamin	3
	II	3	Google Analytics					15									15	Zaliczenie	3
	II	3	Master Seminar - semester 3	0800- S12AK										25			25	Zaliczenie	8
	II	3	Web, Social Media and E-Commerce Analytics					20									20	Zaliczenie	4
	II	3	Foregin Language									25					25	Egzamin	3
			razem po 3. semestrze:													godzin:	165	p. ECTS:	30
	II	4	Business Communication, Reporting and Data Visualization		8			15									23	Zaliczenie	4
	II	4	Master Seminar - semester 4	0800- S22AK										25			25	Egzamin	12
	II	4	Elective course (external)		20			18									38	Zaliczenie	6
	II	4	Elective course (internal)										38				38	Zaliczenie	9
			razem po 4. semestrze:													godzin:	124	p. ECTS:	31
																godzin:	645	p. ECTS:	122

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

16. Bilans punktów ECTS

a.	Liczba semestrów i łączna liczba punktów ECTS, którą student musi zdobyć, aby uzyskać określone kwalifikacje	4/122
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,	645
c.	łączna liczba punktów ECTS, którą student musi uzyskać na zajęciach kontaktowych (wymagających bezpośredniego udziału wykładowców i studentów) – studia stacjonarne/studia niestacjonarne	122
d.	łączna liczba punktów ECTS, którą student musi uzyskać w ramach zajęć kształtujących umiejętności praktyczne	59

e.	Liczba punktów ECTS, którą student musi uzyskać realizując moduły kształcenia w zakresie zajęć ogólnouczelnianych lub na innym kierunku studiów	6
f.	Liczba punktów ECTS, którą student musi uzyskać w ramach zajęć z dziedziny nauk humanistycznych	5
g.	Liczba punktów ECTS, którą student musi uzyskać w ramach zajęć do wyboru	48

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 lub modułów procesu kształcenia (macierz efektów uczenia się)

Przedmiot	sem	08D-2A-W1	08D-2A-W2	08D-2A-W3	08D-2A-W4	08D-2A-W5	08D-2A-W6	08D-2A-W7	08D-2A-W8	08D-2A-W9	08D-2A-W10	08D-2A-U1	08D-2A-U2	08D-2A-U3	08D-2A-U4	08D-2A-U5	08D-2A-U6	08D-2A-U7	08D-2A-U8	08D-2A-U9	08D-2A-U10	08D-2A-U11	08D-2A-K1	08D-2A-K2	08D-2A-K3	08D-2A-K4	08D-2A-K5	08D-2A-K6	08D-2A-K7	
Accounting and Finance Management	1	1	1	0	0	0	1	0	1	0	1	1	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	1	0	0	
Applied Statistics	1	0	0	0	1	1	0	1	0	0	1	1	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	1	0	0	
Art of Business Decisions Making	1	1	0	0	0	1	0	1	1	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	1	
Digital Applications for Business	1	0	0	0	0	0	0	1	0	1	1	1	0	1	1	0	0	0	0	0	0	1	1	0	1	1	0	0	0	
Logic Critical Thinking	1	0	0	0	0	1	0	1	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	1	0	1	0	0	1	
Organizational Behaviour	1	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0
Company Performance and Business Health Metrics	2	1	1	0	0	1	1	1	1	0	1	1	1	0	0	0	0	1	1	1	0	0	1	1	1	0	1	0	1	
Content and Community Management Analytics	2	1	1	0	1	0	1	0	1	1	0	1	1	1	1	0	1	0	0	1	0	0	1	1	0	1	1	1	0	
Managerial Economics and Evidence Based Management	2	1	1	0	0	1	1	1	1	0	1	1	1	0	0	0	0	1	1	1	0	0	1	1	1	0	1	0	1	
Qualitative Research Methods and Analysis	2	1	0	0	0	1	0	1	1	0	1	0	1	0	1	0	0	1	1	0	0	0	1	1	1	0	1	1	0	
Quantitative Research Methods and Analysis	2	0	0	0	0	0	1	0	1	0	1	1	1	1	1	0	1	0	0	1	0	0	1	0	0	1	0	1	0	
Capstone Project	3	0	1	1	0	1	1	0	1	0	0	1	0	0	1	0	1	0	1	0	0	0	1	1	0	0	0	1	0	
Customer, Operations and People Analytics	3	0	1	1	1	1	1	0	0	1	0	1	0	0	1	0	1	0	1	0	0	0	1	1	0	0	0	1	0	
Digital Business Models	3	1	1	1	0	0	1	0	1	0	0	1	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	1	1	1	
Google Analytics	3	1	1	0	1	0	1	0	0	1	1	1	1	1	0	0	1	0	1	1	0	0	1	1	0	1	1	0	0	
Web, Social Media and E-Commerce Analytics	3	1	0	0	0	0	1	0	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	1	0	1	0	1	1	0	0	1	0	0	
Business Communication, Reporting and Data Visualization	4	0	0	1	1	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	1	

c) Wymiar, zasady i formy odbywania praktyk

Na studiach II stopnia praktyki nie są wymagane.

d) Zajęcia zapewniające studentom udział w badaniach naukowych:

Studenci kierunku Business and Digital Analytics mają możliwość udziału w badaniach naukowych w szczególności na następujących przedmiotach:

- Organizational Behaviour
- Accounting and Finance
- Applied Mathematics and Statistics
- IT Tools and Applications for Business
- Critical Thinking
- Art. Of Business Decisions Making
- Managerial Economics and Evidence Based Management
- Quantitative Research Methods and Analysis
- Qualitative Research Methods and Analysis
- Company Performance and Business Health Metrics
- Content and Community Management Analytics
- Customer, Operations and People Analytics
- Web, Social Media and E-Commerce Analytics
- Google Analytics
- Digital Business Models
- Business Communication, Reporting and Data Visualization

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

Course name:	Accounting and Finance Management		
Course code:	Year of studies:	Semester:	Language of instruction:
	1	1	English
Form of conducting classes:	stationary		
ECTS credits:	7		

Exam / assessment form:	Examination	
Class type	Total contact hours	
Tutorial	26	
Lecture	15	
A. Shortened (general) subject description		
<p>The main aim of the course is the introduction of students into principles and methods of accounting and finance of the company. Essential element of the course will be emphasising the nature and significance of the most important accounting and finance's tools for management. The particular impact will be placed on the understanding of the use of information generated by those systems to manage the company.</p>		
B. Prerequisites		
-		
C. Effects of Teaching		
Knowledge		
		Study programme-related learning outcome code
Student knows and understands the importance of critical thinking and evidence-based management in processes related to organizational financial management and decision making		08D-2A-W8
Student knows and understands the impact of business environment and conducting the market activity on the financial management of the organization		08D-2A-W2
Student knows and understands advanced methods and ways of presenting results of financial analyses aimed at decision-making processes		08D-2A-W10
Student knows and understands advanced methods of analysing phenomena and processes occurring in organizations used for the purpose of finance management		08D-2A-W6
Student knows and understands advanced concepts and methods of finance and accounting		08D-2A-W1
Skills		
		Study programme-related learning outcome code
Student is able to identify, on the basis of analytical and critical thinking, key problems of an organization in the field of finance and accounting and to formulate methods and ways of analysis supporting the process of addressing these challenges		08D-2A-U4
Student is able to identify, evaluate and select appropriate sources and financial information for decision-making		08D-2A-U1
Student is able to critically analyze, evaluate, and synthesize diverse financial data and information for organizational decision making		08D-2A-U2
Attitudes		

	Study programme-related learning outcome code
Student is to act independently, think independently, and be a lifelong learner	08D-2A-K5
Student is able to critically analyze presented facts, data, and financial information as a basis for business decisions	08D-2A-K1
Student is able to undertake and complete tasks in accordance with professional standards and ethics	08D-2A-K4

Course name: Applied Statistics			
Course code:	Year of studies:	Semester:	Language of instruction:
	1	1	English
Form of conducting classes:	stationary		
ECTS credits:	7		
Exam / assessment form:	Examination		
Class type		Total contact hours	
Information technology laboratory		24	
Lecture		10	
A. Shortened (general) subject description			
<p>The purpose of this course is to introduce students to the most used statistical methods in business analysis. In addition to theoretical issues, extensive empirical material will be presented using IBM SPSS Statistics software. Students will gain practical knowledge of how to conduct business data analysis on their own. Successive stages of data analysis will be discussed, from collecting empirical material, digitizing, transformation, analysis and presentation of results, and reporting. The most important methods of structure, correlation and regression analysis, and time series analysis will be discussed during the course.</p>			
B. Prerequisites			
-			
C. Effects of Teaching			
Knowledge			
			Study programme-related learning outcome code
He knows and understands methods and ways of presenting results of analyses			08D-2A-W10

directed at decision-making processes to a deeper extent	
He knows and understands in a deeper scope methods of analyzing phenomena and processes occurring in organizations in the strategic and operational approach	08D-2A-W5
He knows and understands to a deeper extent the role of interdisciplinary knowledge about management support tools, especially in the analytical dimension, and their application	08D-2A-W7
Knows and understands to a deep extent the importance of an interdisciplinary approach and knowledge and their use in the process of analyzing and evaluating the performance of an organization in a digital environment	08D-2A-W4
Skills	
	Study programme-related learning outcome code
Students will be able to use advanced information and communication techniques, interpret data and collected information in a creative way, as well as present this information, focusing on the decision-making process and taking into consideration particular groups of recipients.	08D-2A-U3
The student will be able to use research methods and tools (quantitative and qualitative) concerning on media and digital channels for decision-making in organizations	08D-2A-U9
The student will be able to identify, evaluate and select relevant sources and information for market decision-making, particularly in the field of qualitative and quantitative research sources.	08D-2A-U1
Attitudes	
	Study programme-related learning outcome code
Is ready to critically analyze presented facts, data, information as a basis for business decisions	08D-2A-K1
Is ready to act independently, think independently, and be a lifelong learner	08D-2A-K5

Course name:	Art of Business Decisions Making		
Course code:	Year of studies:	Semester:	Language of instruction:
	1	1	English
Form of conducting classes:	stationary		
ECTS credits:	3		
Exam / assessment form:	Credit		
Class type		Total contact hours	

Lecture	25
A. Shortened (general) subject description	
Business is about making decisions. The business decision making process has transformed from classic rational approach (decision as logical process) to irrational model based on the state of emotions, context, cognitive biases etc. The course aims to develop students' abilities to effective problem solving and making optimal decisions. The course is strictly connected with market and business analytics as well as leaders responsibilities and leadership and management competences.	
B. Prerequisites	
-	
C. Effects of Teaching	
Knowledge	
	Study programme-related learning outcome code
A students understand the role of liner vs later thinking in making business decisions	08D-2A-W5
A students knows and understand the value of business decisions in building business success	08D-2A-W8
A student knows and understand the role of wider context (biology, philosophy, psychology, sociology) in business decision making process and critical thinking.	08D-2A-W1, 08D-2A-W7
Skills	
	Study programme-related learning outcome code
A student is able to predict the consequences of business decisions	08D-2A-U10
A student is able to recognize key business challenges, identify business decisions alternatives and make optimal decisions taking into account business context	08D-2A-U4
A student is able to use contemporary analytical methods and tools in making business decisions, especially in digital context	08D-2A-U6
Attitudes	
	Study programme-related learning outcome code
A student is able to use different styles of thinking to develop active and entrepreneurship attitude and actions.	08D-2A-K7
A student is able to critically analyse presented facts, data, and market information and use it for decision making.	08D-2A-K1



Course name:	Digital Applications for Business		
Course code:	Year of studies:	Semester:	Language of instruction:
	1	1	English
Form of conducting classes:	stationary		
ECTS credits:	6		
Exam / assessment form:	Credit		
Class type		Total contact hours	
Information technology laboratory		25	
A. Shortened (general) subject description			
The main goal is to familiarize students with the main types of IT methods and applications supporting business processes, data recording and analysis, and decision-making processes			
B. Prerequisites			
-			
C. Effects of Teaching			
Knowledge			
	Study programme-related learning outcome code		
Knows and understands the rules of using and operating new IT tools in presenting the results of analyzes focused on decision-making processes	08D-2A-W10		
Has general knowledge of descriptive, predictive and prescriptive analytics and the use of intelligent methods in data analytics	08D-2A-W7		
Has a general knowledge of the principles of use and functionality of Digital Applications used for modeling, recording, processing and data mining	08D-2A-W7, 08D-2A-W9		
Skills			
	Study programme-related learning outcome code		
Is able to predict the practical effects of processes and phenomena in organizations and the environment based on the results of analyses obtained with the use of IT applications	08D-2A-U11		
Can properly use advanced IT tools to creatively interpret data collected in IT systems and present this information	08D-2A-U1, 08D-2A-U3		
Is able to identify key problems of the organization using modern appropriate IT applications	08D-2A-U4		
Attitudes			

	Study programme-related learning outcome code
He is ready to inspire, plan and search for non-standard solutions in the sphere of business analytics for solving typical and unusual business problems of the organization with the use of new applications	08D-2A-K3
It is ready to undertake and carry out tasks and use IT tools in accordance with professional standards and ethics	08D-2A-K4
Is able to responsibly use IT tools for a critical analysis of the presented facts, data and information	08D-2A-K1

Course name: Logic Critical Thinking			
Course code:	Year of studies:	Semester:	Language of instruction:
	1	1	English
Form of conducting classes:	stationary		
ECTS credits:	5		
Exam / assessment form:	Credit		
Class type		Total contact hours	
Monographic lecture		20	
A. Shortened (general) subject description			
Contemporary business world is full of fake news, overwhelmed by big data, pieces of information. Managers are expected to have ability to collect, analyze, evaluate and use the data and information to make a proper decisions. This course aims to build these abilities as well as develop students' skills in logical and thinking critical assessment facts, reasons, decisions and business context. This course improves standards of good reasoning and learn how to apply deductive and inductive standards for assessing arguments and how to detect and avoid fallacies.			
B. Prerequisites			
-			
C. Effects of Teaching			
Knowledge			
			Study programme-related learning outcome code
A student knows and understand the role of wider context (philosophy, psychology, sociology, mathematics) in decision making process and critical			08D-2A-W7

thinking.	
A students knows and understand the role of critical thinking and reasoning in business management	08D-2A-W8
A students understand the methods of inductive and deductive thinking in analysing market and business processes	08D-2A-W5
Skills	
	Study programme-related learning outcome code
A student is able to use the logic and dialectical reasoning to discover and analyse the course of business decisions and processes	08D-2A-U8
A student is able to critically identify, analyse and evaluate data, information, ways of reasoning in the business context	08D-2A-U2
A student is able to use critical thinking to identify the best ways to learn and develop skills and competences	08D-2A-U7
Attitudes	
	Study programme-related learning outcome code
A student is able to use critical thinking to discover and identify creative and innovative ways to conduct business and digital analysis	08D-2A-K3
A student is able to use logic and critical thinking to develop active and entrepreneurship attitude and actions.	08D-2A-K7
A student is able to critically analyse presented facts, data, and market information and use it for decision making.	08D-2A-K1

Course name:	Organizational Behaviour II		
Course code:	Year of studies:	Semester:	Language of instruction:
	1	1	English
Form of conducting classes:	stationary		
ECTS credits:	3		
Exam / assessment form:	Credit		
Class type		Total contact hours	
Lecture		25	
A. Shortened (general) subject description			
The aim of the course is to give the overall and holistic perspective at human behavior and relations, in context of individual, group and system level.			

B. Prerequisites	
-	
C. Effects of Teaching	
Knowledge	
	Study programme-related learning outcome code
knows and understands in depth the specificity of the organization's operation in the digital world and the impact of digitization on the scope of shaping organizational relations	08D-2A-W3
knows and understands in a deeper scope social conditions and their influence on the management of organizations	08D-2A-W2
Skills	
	Study programme-related learning outcome code
is able to shape social relations to effectively organize and manage the work of the analytical team and to cooperate in a group and cooperate with others in order to implement the assumed plans	08D-2A-U5
can analyse the causes and course of social processes and phenomena from the point of view of management and quality science	08D-2A-U8
Can, on the basis of analytical and critical thinking, identify key problems of the organization and formulate methods and methods of analysis supporting the process of addressing these challenges in the field of social relations	08D-2A-U4
Attitudes	
	Study programme-related learning outcome code
is ready to act independently, think independently and learn throughout his life, consciously shaping organizational social relations	08D-2A-K5

Course name:	Company Performance and Business Health Metrics		
Course code:	Year of studies:	Semester:	Language of instruction:
	1	2	English
Form of conducting classes:	stationary		

ECTS credits:	5	
Exam / assessment form:	Credit	
Class type		Total contact hours
Tutorial		19
Lecture		10
A. Shortened (general) subject description		
<p>The major goal of this course is to get acquainted with methods of company performance evaluation. Student will learn basic methods of company valuation as well as methods of evaluation of company value creation, from shareholders and management perspectives. During the course students will learn about how to evaluate health of the company using different metrics.</p>		
B. Prerequisites		
-		
C. Effects of Teaching		
Knowledge		
		Study programme-related learning outcome code
Knows the metrics for evaluation of company health, especially related to intellectual capital		08D-2A-W6, 08D-2A-W7, 08D-2A-W8, 08D-2A-W10
Knows basic methods of company valuation: income and relative		08D-2A-W5, 08D-2A-W6, 08D-2A-W7, 08D-2A-W8, 08D-2A-W10
Knows the methods of evaluation of company value creating		08D-2A-W6, 08D-2A-W7, 08D-2A-W8, 08D-2A-W10
Knows the theory of value creation and its determinants		08D-2A-W1, 08D-2A-W2
Skills		
		Study programme-related learning outcome code
Posses skills to evaluate company health, especially using metrics based on intellectual capital		08D-2A-U2, 08D-2A-U7, 08D-2A-U8, 08D-2A-U9

Posses skills to utilize the methods of company valuation using income and relative approaches	08D-2A-U1, 08D-2A-U2, 08D-2A-U8
Posses skills to calculate value creation form the perspectives of shareholders and managers	08D-2A-U2, 08D-2A-U7, 08D-2A-U8, 08D-2A-U9
Posses skills to evaluate influence on company value of different value determinants	08D-2A-U1, 08D-2A-U2, 08D-2A-U8
Attitudes	
	Study programme-related learning outcome code
Is able to perform a team work for solving problems	08D-2A-K3, 08D-2A-K7
Is able to utilize various sources of knowledge	08D-2A-K1, 08D-2A-K2, 08D-2A-K3
Is able to upgrade the acquired knowledge and skills	08D-2A-K3, 08D-2A-K5

Course Information			
Course name:	Content and Community Management Analytics		
Course code:	Year of studies:	Semester:	Language of instruction:
	1	2	English
Form of conducting classes:	stationary		
ECTS credits:	3		
Exam / assessment form:	Credit		
Class type		Total contact hours	
Tutorial		15	
A. Shortened (general) subject description			
<p>The subject aims to provide comprehensive and actionable knowledge on how to approach digital marketing analytics. During the tutorials, students will learn about the content and community analytics process and get familiar with the essential tools to conduct the fundamental analysis. They'll also understand how to transform gathered data into actionable recommendations and build content and community analytics reports.</p>			
B. Prerequisites			

-	
C. Effects of Teaching	
Knowledge	
	Study programme-related learning outcome code
A student knows and understands the importance of critical thinking in analysis and undertaking strategic and operational decisions.	08D-2A-W8
A student knows and understands the interdisciplinary approach to the knowledge, as well as knows how to use it when analyzing and evaluating organization's digital marketing activities.	08D-2A-W4
A student knows and understand the relations between insights gathered during content analysis and the business environment of the organization.	08D-2A-W2
A student knows and understands methods and tools needed to analyze digital marketing activities of the organization.	08D-2A-W9
A student knows and understands methods of content and community analysis.	08D-2A-W6
A student knows and understands the impact of business environment on the strategic position of business.	08D-2A-W2
A student knows the concept of content and community analytics.	08D-2A-W1
Skills	
	Study programme-related learning outcome code
A student is able to identify, evaluate and select appropriate sources of strategic information for decision-making.	08D-2A-U1
A student is able to use modern methods and tools when analyzing content marketing and community management activities of the organization.	08D-2A-U6
A student is able to critically analyze, evaluate, and synthesize digital marketing data for decision making.	08D-2A-U2, 08D-2A-U3
A student is able to use qualitative and quantitative research methods in digital marketing analytics to make strategic decisions.	08D-2A-U9
A student is able to identify critical problems of the organization thanks to the critical and analytical thinking.	08D-2A-U4
Attitudes	
	Study programme-related learning outcome code
A student is capable of working in a team, taking different organizational roles.	08D-2A-K6
A student is able to undertake and complete tasks in accordance with professional standards and ethics.	08D-2A-K4
A student is able to critically analyse presented facts, data, and strategic information and use it for decision making.	08D-2A-K1

A student is able to act and think independently while making decisions related to digital marketing strategy of the organization.	08D-2A-K5
A student is able to use evidence-based approach to management to raise the efficiency of the organization's digital marketing activities.	08D-2A-K2

Course Information			
Course name:	Managerial Economics and Evidence Based Management		
Course code:	Year of studies:	Semester:	Language of instruction:
	1	2	English
Form of conducting classes:	stationary		
ECTS credits:	4		
Exam / assessment form:	Examination		
Class type		Total contact hours	
Lecture		33	
A. Shortened (general) subject description			
<p>The main aim of the course is the introduction of students into basic managerial economics issues as well as transfer of knowledge in the field of evidence based management. Essential element of the course will be emphasizing the significance of of both critical thinking and use of the best available evidence in decision making. The particular impact will be placed on critical evaluation of the quality of available data that underpins the managerial decisions.</p>			
B. Prerequisites			
-			
C. Effects of Teaching			
Knowledge			
			Study programme-related learning outcome code
Knows how to evaluate the outcome of decision taken			08D-2A-W6, 08D-2A-W7, 08D-2A-W8, 08D-2A-W10
Knows the methods of acquiring and apprising evidence from different sources of data and information			08D-2A-W5, 08D-2A-W6, 08D-2A-W7, 08D-2A-W8, 08D-2A-W10

Knows methods of incorporation of evidence into decision making	08D-2A-W6, 08D-2A-W7, 08D-2A-W8, 08D-2A-W10
Knows the basic theories and models in microeconomics	08D-2A-W1, 08D-2A-W2
Skills	
	Study programme-related learning outcome code
Posses skills to evaluate the outcome of decision taken	08D-2A-U2, 08D-2A-U7, 08D-2A-U8, 08D-2A-U9
Posses skills to utilize the methods of acquiring and apprising evidence from different sources of data and information	08D-2A-U1, 08D-2A-U2, 08D-2A-U8
Posses skills to incorporate the evidence into decision making	08D-2A-U2, 08D-2A-U7, 08D-2A-U8, 08D-2A-U9
Posses skills to implement in practice theories and models in microeconomics	08D-2A-U1, 08D-2A-U2, 08D-2A-U8
Attitudes	
	Study programme-related learning outcome code
Is able to perform a team work for solving problems	08D-2A-K3, 08D-2A-K7
Is able to utilize various sources of knowledge	08D-2A-K1, 08D-2A-K2, 08D-2A-K3
Is able to upgrade the acquired knowledge and skills	08D-2A-K3, 08D-2A-K5

Qualitative Research Methods and Analysis			
Course name:	Qualitative Research Methods and Analysis		
Course code:	Year of studies:	Semester:	Language of instruction:
	1	2	English
Form of conducting classes:	stationary		
ECTS credits:	4		

Exam / assessment form:	Examination	
Class type	Total contact hours	
Tutorial	20	
A. Shortened (general) subject description		
<p>The course aims to build competence in designing and conducting qualitative research and the ability to apply selected research methods or techniques in the field of qualitative research. The tutorials focus on showing students solutions to methodological problems in market research using qualitative techniques. The tutorials include a classification of qualitative research methods that are used in management and demonstrates the application of selected methods to various decision-making problems in a company.</p> <p>Students will be able to answer research questions such as: "what?", "how?" or "why?", The tutorials will show the differences between the interpretation of quantitative and qualitative research results and, above all, the complexity of interpreting qualitative results. The experience and competencies of the researcher are extremely important for the success of qualitative research.</p> <p>In the case of qualitative research, the sample selection is usually purposeful, and the number of respondents is relatively small when compared to the sample in quantitative research. Hence, the student will learn the principles of generalizing conclusions from such research in the absence of representativeness for the entire population. The course will explain the use of three qualitative methods: observation In-depth interviews and focus group. Special attention will be paid to projective methods necessary for studying the behavior of respondents.</p>		
B. Prerequisites		
-		
C. Effects of Teaching		
Knowledge		
	Study programme-related learning outcome code	
Student knows and understands to a deeper extent the importance of critical thinking and evidence-based management in organizational management and decision-making processes.	08D-2A-W8	
Student knows and understands in a deeper scope the course of market processes and changes in the organization and its environment, including the causes, course, scale and consequences of these changes.	08D-2A-W5	
Student knows and understands methods and ways of presenting results of analyses directed at decision-making processes to a deeper extent	08D-2A-W10	
Student knows and understands to a deeper extent the role of interdisciplinary knowledge about management support tools, especially in the analytical dimension, and their application.	08D-2A-W7	
Student knows and understands in depth the key concepts and methods within the discipline of management science and quality and their relationship to other sciences.	08D-2A-W1	
Skills		
	Study	

	programme-related learning outcome code
Student is able to learn in a systematic way and address emerging competencies and areas of knowledge	08D-2A-U7
Student is able to critically analyze, evaluate, and synthesize diverse data and information for organizational decision-making.	08D-2A-U2
Student is able to analyze the causes and course of selected economic and social processes and phenomena from the point of view of management science and quality	08D-2A-U8
Student is able to identify, on the basis of analytical and critical thinking, key problems of the organization and formulate methods and ways of analysis supporting the process of addressing these challenges	08D-2A-U4
Attitudes	
	Study programme-related learning outcome code
Student is ready to act independently, think independently, and be a lifelong learner	08D-2A-K5
Student is ready to use evidence-based management approaches and methods to improve organizational performance	08D-2A-K2
Student is willing to participate in teamwork, including taking on diverse roles	08D-2A-K6
Student is ready to inspire, plan, and seek out custom solutions from the realm of business analytics to solve common and uncommon business problems of organizations	08D-2A-K3
Student is ready to analyze presented facts critically, data, information as a basis for business decisions.	08D-2A-K1

Course Information			
Course name:	Quantitative Research Methods and Analysis		
Course code:	Year of studies:	Semester:	Language of instruction:
	1	2	English
Form of conducting classes:	stationary		
ECTS credits:	4		
Exam / assessment form:	Examination		
Class type		Total contact hours	
Lecture		30	
A. Shortened (general) subject description			
Quantitative Research Methods and Analysis helps students gain knowledge and skills in the use of parametric and non-parametric statistical and econometric methods. Students will be familiarized			

with the issues of inferential statistics, regression analysis, methods of survey data analysis and various multivariate methods.

B. Prerequisites

-

C. Effects of Teaching

Knowledge

	Study programme-related learning outcome code
The student knows the most important multidimensional methods and their applications in business management	08D-2A-W6
The student knows how to build a ranking using linear programming	08D-2A-W6
The student knows the basic statistical parametric and nonparametric tests and knows when they can be applied	08D-2A-W8
The student knows how to analyze the survey data	08D-2A-W10
The student knows how to apply regression analysis as well as tobit and logit models	08D-2A-W8
The student knows the criteria for verifying statistical hypotheses	08D-2A-W8

Skills

	Study programme-related learning outcome code
The student is able to build an econometric model and use it to make a prediction	08D-2A-U4, 08D-2A-U6, 08D-2A-U9
The student knows how to apply multidimensional statistical methods to solve problems in the field of business analysis and management	08D-2A-U1, 08D-2A-U2, 08D-2A-U3, 08D-2A-U9
The student is able to select variables and build a ranking using the linear programming method	08D-2A-U4, 08D-2A-U6, 08D-2A-U9
The student is able to formulate a statistical hypothesis and verify it with the help of an appropriate test	08D-2A-U4, 08D-2A-U6, 08D-2A-U9
The student uses computer software for statistical and econometric analysis, interpretation and presentation of numerical data from various sources	08D-2A-U1, 08D-2A-U2, 08D-2A-U3, 08D-2A-U9
The student is able to analyze the survey data	08D-2A-U4, 08D-2A-U6, 08D-2A-U9

Attitudes	
	Study programme-related learning outcome code
Student can participate in the preparation of reports and analyzes necessary to make business decisions, taking into account legal and economic aspects	08D-2A-K1, 08D-2A-K4
Student is able to work in a group	08D-2A-K6

Course name:	Capstone Project		
Course code:	Year of studies:	Semester:	Language of instruction:
	2	3	English
Form of conducting classes:	stationary		
ECTS credits:	6		
Exam / assessment form:	Credit		
Class type		Total contact hours	
Tutorial		30	
A. Shortened (general) subject description			
<p>“There is nothing more practical than a good applicable theory” wrote Lewin. Capstone project is a multifaceted, multistage, linking various skills and knowledge assignment that operates as a culminating academic and intellectual experience for students and creates the ability to verify students’ competences in practice. The aim is to apply the methods, models, metrics, analytics in real life case study. The project will be based on the real company facing real analytical problems.</p>			
B. Prerequisites			
-			
C. Effects of Teaching			
Knowledge			
	Study programme-related learning outcome code		
A student knows the role and relations between critical thinking, evidence based approach and managing business activities in effective way	08D-2A-W8		
A students knows the course of crucial business and market process and methods of mapping in order to build measurement systems	08D-2A-W5		

A student knows methods and analytics of measuring business strategy and activities in order to improve competitive advantage and market performance	08D-2A-W6
A student knows the role of business environment in making business decisions	08D-2A-W2, 08D-2A-W3
Skills	
	Study programme-related learning outcome code
A student is able to identify causes and factors impacting market performance	08D-2A-U8
A student is able to critically identify, analyse and evaluate key business issues to design and implement measurement system	08D-2A-U4
A student is able to use versatile and contemporary methods and metrics to measure and evaluate business and digital strategy and activities	08D-2A-U6
A student is able to identify, evaluate and select appropriate data sources and information for making business decisions in short and long term perspectives	08D-2A-U1
Attitudes	
	Study programme-related learning outcome code
A student is capable of working in a team, taking different organizational roles.	08D-2A-K6
A student is able to critically analyse presented facts, data, and market information and use it for making business decisions.	08D-2A-K1
A student is able to use data, evidence-based approach to management to raise the efficiency of the organization's market performance	08D-2A-K2

Course name:	Customer, Operations and People Analytics		
Course code:	Year of studies:	Semester:	Language of instruction:
	2	3	English
Form of conducting classes:	stationary		
ECTS credits:	3		
Exam / assessment form:	Credit		
Class type		Total contact hours	
Lecture		25	
A. Shortened (general) subject description			
Measuring internal and external business environment impacts on the ability of the organization to compete effectively in contemporary business landscape. The course aims to build comprehensive			

and practical knowledge and skills in the area of measuring and evaluating customer equity, operations efficiency and people value. By the end of this course, students will be able to build measuring systems addressing current and future business strategy as well as apply various metrics and methods to measure company ability to improve market performance in short and long term perspectives.

B. Prerequisites

-

C. Effects of Teaching

Knowledge

	Study programme-related learning outcome code
A student knows the relations between customer insights, operations management, people analytics and making efficient business decisions	08D-2A-W6
A student knows key approaches to build customer, operations and people measurement systems in terms of critical thinking	08D-2A-W4
A student knows and understand the advanced methods of measuring and evaluating customer value, operations efficiency and people equity.	08D-2A-W9
A student understands the criteria of customer, operations and people analytics selection and knows the alternatives	08D-2A-W5
A student knows and understand the role of market knowledge in building competitive advantage.	08D-2A-W2, 08D-2A-W3

Skills

	Study programme-related learning outcome code
A student is able to use versatile and contemporary methods and metrics to measure and evaluate customer equity, operations efficiency and people value	08D-2A-U6
A student is able to identify, evaluate and select appropriate data sources and information for making business decisions in short and long term perspectives	08D-2A-U1
A student is able to identify causes and factors impacting customer, operations and people performances	08D-2A-U8
A student is able to critically identify, analyse and evaluate key market, operations and people issues to design measurement system	08D-2A-U4

Attitudes

	Study programme-related learning outcome code
A student is able to use evidence-based approach to management to raise the efficiency of the organization's market activities.	08D-2A-K2
A student is capable of working in a team, taking different organizational roles.	08D-2A-K6
A student is able to critically analyse presented facts, data, and market information and use it for decision making.	08D-2A-K1

Digital Business Models			
Course name:	Digital Business Models		
Course code:	Year of studies:	Semester:	Language of instruction:
	2	3	English
Form of conducting classes:	stationary		
ECTS credits:	3		
Exam / assessment form:	Examination		
Class type		Total contact hours	
Lecture		25	
A. Shortened (general) subject description			
<p>The subject introduces students to the issues of digital business models, which show how to create value for customers and generate profits for companies using information technologies. Business models should be modified and adapted to changes in the environment or ahead of these changes, which constitute the dynamic competences of the management board and which is decisive for maintaining or increasing the competitive advantage.</p>			
B. Prerequisites			
-			
C. Effects of Teaching			
Knowledge			
		Study programme-related learning outcome code	
A student knows the concept, structure and application of the canvas business model		08D-2A-W1	
A student knows and understands Industry 4.0 conditions for business functioning		08D-2A-W2, 08D-2A-W3, 08D-2A-W6	
A student knows what digital transformation in business consists in		08D-2A-W3	
A student knows and understands the impact of business environment and conducting the market activity on the strategic position of business		08D-2A-W2	
A student knows and understands advanced methods of analysing phenomena and processes occurring in organizations used for the purpose of strategic management		08D-2A-W6	
A student knows and understands the importance of critical thinking and evidence-based management in processes related to organizational strategic management		08D-2A-W8	

and decision making	
Skills	
	Study programme-related learning outcome code
A student is able to identify, evaluate and select appropriate sources and strategic information for decision-making	08D-2A-U1
A student is able to critically analyze, evaluate, and synthesize diverse business models for decision making on their modifications.	08D-2A-U2
A student is able to identify, on the basis of analytical and critical thinking, new sources of value added and to formulate methods and ways of implementing them in the business model	08D-2A-U4
Attitudes	
	Study programme-related learning outcome code
A student is able to critically analyze presented facts, data, and strategic information as a basis for business decisions	08D-2A-K1
A student is able to undertake and complete tasks in accordance with professional standards and ethics	08D-2A-K4, 08D-2A-K7
A student is to act independently, think independently, and be a lifelong learner	08D-2A-K5
A student is capable of working in a team, substantively discussing with the evidence use	08D-2A-K6
A student exhibits entrepreneurial orientation as for digital transformation in business models	08D-2A-K7

Course name:	Google Analytics		
Course code:	Year of studies:	Semester:	Language of instruction:
	2	3	English
Form of conducting classes:	stationary		
ECTS credits:	3		
Exam / assessment form:	Credit		
Class type		Total contact hours	
Tutorial		15	
A. Shortened (general) subject description			

The subject aims to provide students with comprehensive and actionable information about Google Analytics. After the course, students will be able to configure and use Google Analytics in the marketing practice. During the subject, other related tools will be described, including Google Tag Manager and Google Data Studio.

B. Prerequisites

-

C. Effects of Teaching

Knowledge

	Study programme-related learning outcome code
A student knows and understands methods of digital marketing analytics using Google Analytics.	08D-2A-W6
A student knows and understand the relations between insights gathered during analysis using Google Analytics and the business environment of the organization.	08D-2A-W2
A student knows and understands methods of presenting and reporting digital marketing data.	08D-2A-W10
A student knows and understands the interdisciplinary approach to the knowledge, as well as knows how to use it when analyzing and evaluating organization's digital marketing activities.	08D-2A-W4
A student knows the concept of digital marketing analytics.	08D-2A-W1

Skills

	Study programme-related learning outcome code
A student is able to carry out the analysis of a particular event's causes and relate it to the management and quality sciences.	08D-2A-U8
A student is able to identify, evaluate and select appropriate sources of strategic information for decision-making.	08D-2A-U1
A student is able to use quantitative research methods in digital marketing analytics to make strategic decisions.	08D-2A-U9
A student is able to critically analyze, evaluate, and synthesize digital marketing data gathered using Google Analytics for decision making.	08D-2A-U2, 08D-2A-U3

Attitudes

	Study programme-related learning outcome code
A student is able to use evidence-based approach to management to raise the efficiency of the organization's digital marketing activities.	08D-2A-K2
A student is able to act and think independently while making decisions related to digital marketing strategy of the organization.	08D-2A-K5
A student is able to critically analyze presented facts, data, and strategic information gathered using Google Analytics and use it for decision making.	08D-2A-K1

Course name:	Web, Social Media and E-Commerce Analytics		
Course code:	Year of studies:	Semester:	Language of instruction:
	2	3	English
Form of conducting classes:	stationary		
ECTS credits:	4		
Exam / assessment form:	Credit		
Class type		Total contact hours	
Tutorial		20	
A. Shortened (general) subject description			
The subject aims to provide students with comprehensive knowledge about digital marketing analytics – especially in the area of web analytics, social media, and e-commerce. After the course, students will be able to combine data from different sources and undertake strategic decisions related to the marketing and sales activities of the organization.			
B. Prerequisites			
-			
C. Effects of Teaching			
Knowledge			
			Study programme-related learning outcome code
A student knows and understands methods and tools needed to analyze digital marketing activities of the organization.			08D-2A-W9
A student knows and understands methods of digital marketing analytics using various modern tools.			08D-2A-W6
A student knows and understands methods of presenting and reporting digital marketing data.			08D-2A-W10
A student knows and understands the importance of critical thinking in analysis and undertaking strategic and operational decisions.			08D-2A-W8
A student knows the concept of digital marketing analytics.			08D-2A-W1
Skills			
			Study programme-related learning

	outcome code
A student is able to carry out the analysis of a particular event's causes and relate it to the management and quality sciences.	08D-2A-U8
A student is able to identify, evaluate and select appropriate sources of strategic information for decision-making.	08D-2A-U1
A student is able to forecast practical implications of organizational processes and relate them to the analytic processes.	08D-2A-U10
A student is able to critically analyze, evaluate, and synthesize digital marketing data for decision making.	08D-2A-U2, 08D-2A-U3
Attitudes	
	Study programme-related learning outcome code
A student is able to use evidence-based approach to management to raise the efficiency of the organization's digital marketing activities.	08D-2A-K2
A student is able to act and think independently while making decisions related to digital marketing strategy of the organization.	08D-2A-K5
A student is able to critically analyze presented facts, data, and strategic information and use it for decision making.	08D-2A-K1

Course name:	Business Communication, Reporting and Data Visualization		
Course code:	Year of studies:	Semester:	Language of instruction:
	2	4	English
Form of conducting classes:	stationary		
ECTS credits:	4		
Exam / assessment form:	Credit		
Class type		Total contact hours	
Tutorial		15	
Lecture		8	
A. Shortened (general) subject description			
<p>This course provides students with an introduction to professional business communication. During the course, students will learn the importance of professional communication skills, standards for using various modes of professional communication, and will have the opportunity to practice and improve their communication skills. The course covers the basics of professional written and oral business communication (business presentations).</p>			
B. Prerequisites			

-	
C. Effects of Teaching	
Knowledge	
	Study programme-related learning outcome code
Students know the principles of professional speaking using a multimedia presentation as well as effective and efficient written communication	08D-2A-W10
Students have a basic understanding of the processes of persuasion	08D-2A-W4
Students know the basic process and standards of professional business communication – internal and external	08D-2A-W10
Students understand and appreciate the role of professional communication in business	08D-2A-W3
Skills	
	Study programme-related learning outcome code
Students are able to develop a multimedia presentation respecting the rules of copyright, successfully convey data using various visualisation techniques, correctly write and edit letters, e-mails and reports	08D-2A-U11
Students can develop a persuasion plan tailored to the persuasion objective	08D-2A-U6
Students are able to make a business presentation using a multimedia presentation	08D-2A-U11
Students are able to select the appropriate communication channel to fit the objective of the communication	08D-2A-U3
Attitudes	
	Study programme-related learning outcome code
Students are empathetically sensitive to considering the communication needs and limitations of message recipients	08D-2A-K7
Students will understand and be able to apply ethical standards in the context of business communication	08D-2A-K4
Students are able to include a multicultural aspect in business communication	08D-2A-K7