UNIWERSYTET
WSB MERITO
CHORZÓW KATOWICE

Uniwersytet WSB Merito
w Poznaniu
Filia w Chorzowie

Program studiów dla kierunku

„Zarządzanie”
Studia pierwszego stopnia – ścieżka online

Studia: niestacjonarne

Profil: praktyczny

Rok akademicki 2024/2025

I. OGÓLNA CHARAKTERYSTYKA KIERUNKU STUDIÓW

nazwa kierunku studiów	Zarządzanie
Poziom kształcenia	Studia pierwszego stopnia
Profil kształcenia	praktyczny
Forma studiów niestacjonarne	niestacjonarne
Czas trwania studiów (w semestrach)	6
Łączna liczba punktów ECTS dla danej formy studiów.	180
Łączna liczba godzin określona w programie studiów	2280
Tytuł zawodowy nadawany absolwentom	licencjat
Wymiar praktyk zawodowych.	6 miesięcy (960 godzin)
Język prowadzenia studiów	polski
Rok rozpoczęcia cyklu kształcenia	2024/2025

II. EFEKTY UCZENIA SIĘ

EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA KIERUNKU STUDIÓW I STOPNIA ZARZĄDZANIE - PROFIL PRAKTYCZNY		
Poziom VI Polskiej Ramy Kwalifikacji		
Dziedziny i dyscypliny, do których odnoszą się efekty uczenia się:		
dziedzina nauk społecznych, dyscyplina: nauki o zarządzaniu i jakości (dyscyplina wiodąca)		
dziedzina nauk społecznych, dyscyplina: ekonomia i finanse		
objaśnienie oznaczeń:		
Z_I_	kierunkowy efekt uczenia się dla danego kierunku	
_W	kategoria wiedzy	
_U	kategoria umiejętności	
_K	kategoria kompetencji społecznych	
P6S_W (G,K)	uniwersalna charakterystyka drugiego stopnia VI poziomu PRK w zakresie wiedzy (zakres i głębia/ kontekst)	
P6S_U (W,K,O,U)	uniwersalna charakterystyka drugiego stopnia VI poziomu PRK w zakresie umiejętności (wykorzystanie wiedzy, komunikowanie się, organizacja pracy, uczenie się)	
P6S_K (K,O,R)	uniwersalna charakterystyka drugiego stopnia VI poziomu PRK w zakresie kompetencji społecznych (oceny, odpowiedzialność, rola zawodowa)	
PROFIL PRAKTYCZNY		
symbol efektu	opis efektów uczenia się dla absolwenta studiów I stopnia na kierunku Zarządzanie	kod uniwersalnej charakterystyki poziomu drugiego dla kwalifikacji na poziomie VI
WIEDZA		
Absolwent zna i rozumie:		
Z_I_W01	w zaawansowanym stopniu powiązania między wiedzą z zakresu funkcjonowania przedsiębiorstwa i organizacji należących do sektora publicznego, a innymi naukami właściwymi dla programu studiów	P6S_WG
Z_I_W02	kluczowe zasady i narzędzia komunikacji organizacji z rynkiem	P6S_WG
Z_I_W03	fundamentalne zasady i kluczowe koncepcje teorii przedsiębiorstwa odnośnie powstawania, funkcjonowania, przekształcania i rozwoju organizacji gospodarczych	P6S_WG

Z_I_W04	w zaawansowanym stopniu relacje między podmiotami gospodarczymi, a innymi instytucjami społecznymi tworzącymi ich otoczenie w skali krajowej i międzynarodowej	P6S_WG
Z_I_W05	obszary funkcjonalne przedsiębiorstwa i relacje między nimi	P6S_WG
Z_I_W06	role i zachowania organizacyjne z uwzględnieniem relacji interpersonalnych, procesów grupowych, sposobów przeciwdziałania stresowi i wypaleniu zawodowemu oraz zjawisk patologicznych w miejscu pracy	P6S_WG
Z_I_W07	role i funkcje procesu zarządzania	P6S_WG
Z_I_W08	podstawowe zagadnienia z zakresu finansów w odniesieniu do funkcjonowania przedsiębiorstwa	P6S_WG
Z_I_W09	podstawowe zasady tworzenia i rozwoju różnych form przedsiębiorczości oraz identyfikuje uwarunkowania przedsiębiorczości	P6S_WK
Z_I_W10	fundamentalne funkcje kierowania ludźmi w kontekście typu organizacji i zasięgu jej działania	P6S_WG, P6S_WK
Z_I_W11	pojęcie kultury organizacyjnej i ilustruje jej wpływ na sprawność działalności zespołowej i indywidualnej	P6S_WG, P6S_WK
Z_I_W12	standardowe metody ilościowe wspomagające procesy podejmowania decyzji	P6S_WG
Z_I_W13	typowe metody projektowania i przeprowadzania badań w poszczególnych obszarach działalności przedsiębiorstwa (np. badaniu rynku, analizy finansowej, poziomu jakości produktów itp.)	P6S_WG
Z_I_W14	podstawowe przepisy prawa regulujące funkcjonowanie podmiotów gospodarczych	P6S_WG
Z_I_W15	znaczenie norm i standardów w poszczególnych obszarach działalności organizacji (np. standardów rachunkowości, norm pracy, systemów i norm jakości itp.)	P6S_WG
Z_I_W16	rolę i znaczenie struktur organizacyjnych oraz wymiary strukturotwórcze	P6S_WG
Z_I_W17	podstawowy dorobek psychologii zarządzania oraz socjologii organizacji i ich odniesienie do problemów zarządzania	P6S_WG, P6S_WK
Z_I_W18	fundamentalne dylematy i rolę przywództwa w organizacji	P6S_WG
Z_I_W19	podstawowe zasady, metody i techniki negocjacji oraz potrafi je rozróżnić	P6S_WG,
Z_I_W20	podstawowe pojęcia i zasady oraz znaczenie własności intelektualnej (własności przemysłowej oraz praw autorskich i praw pokrewnych)	P6S_WG, P6S_WK
UMIEJĘTNOŚCI		
Absolwent potrafi:		

Z_I_U01	wykorzystywać posiadaną zaawansowaną wiedzę i umiejętności do prowadzenia działalności gospodarczej	P6S_UW
Z_I_U02	interpretować źródła informacji oraz dokonywać ich analizy i syntezy w oparciu o obserwację i ocenę zjawisk oraz procesów organizacji i jej otoczenia	P6S_UW
Z_I_U03	wykorzystywać wiedzę z zakresu finansów w odniesieniu do funkcjonowania przedsiębiorstwa	P6S_UW
Z_I_U04	wykorzystywać zdobytą wiedzę w ocenie metod, technik i narzędzi służących zarządzaniu organizacją	P6S_UW
Z_I_U05	wykorzystywać posiadaną wiedzę w określaniu dynamiki rozwoju organizacji	P6S_UW
Z_I_U06	określać kryteria i poziom mierników funkcjonowania organizacji	P6S_UW
Z_I_U07	uczestniczyć w procesach podejmowania decyzji operacyjnych i taktycznych oraz ocenie proponowanych rozwiązań	P6S_UW
Z_I_U08	stosować odpowiednie metody i narzędzia analityczne oraz systemy informatyczne wspomagające procesy podejmowania decyzji	P6S_UW
Z_I_U09	w stopniu zaawansowanym posługiwać się normami i standardami w procesie zarządzania organizacją	P6S_UW
Z_I_U10	wykorzystywać przepisy prawa oraz systemy znormalizowane przedsiębiorstwa (rachunkowości, bhp itp.) w celu uzasadniania konkretnych działań organizacji	P6S_UW
Z_I_U11	wykorzystywać zdobytą wiedzę w doborze metod zarządzania zmianami w organizacji	P6S_UW
Z_I_U12	wykorzystywać metody zarządzania projektami w organizacji	P6S_UW
Z_I_U13	stosować podstawowe narzędzia informatyczne wspomagające pracę menedżera	P6S_UW
Z_I_U14	posługiwać się technologiami informacyjnymi w celu gromadzenia, przetwarzania i analizowania danych	P6S_UW
Z_I_U15	zarządzać czasem własnym oraz zespołu	P6S_UO P6S_UW
Z_I_U16	interpretować zachowania ludzi w organizacji i wpływać na nie	P6S_UW
Z_I_U17	wykorzystywać zdobytą wiedzę w efektywnym zarządzaniu zasobami organizacji na poziomie operacyjnym i taktycznym	P6S_UW
Z_I_U18	prezentować zdobytą wiedzę oraz umiejętności w mowie i piśmie z wykorzystaniem m.in. narzędzi informacyjnych	P6S_UK

Z_I_U19	komunikować się z otoczeniem mono- i wielokulturowym oraz przekazywać wiedzę przy użyciu różnych środków przekazu informacji (w języku ojczystym i wybranym języku obcym) z użyciem specjalistycznej terminologii i technik informacyjno- komunikacyjnych	P6S_UK
Z_I_U20	wykorzystywać zdobytą wiedzę w trakcie debat, negocjacji i mediacji z efektywnym wykorzystaniem komunikacji interpersonalnej w środowisku mono- i wielokulturowym	P6S_UW P6S_UK
Z_I_U21	posługiwać się językiem obcym również w zakresie nauk ekonomicznych na poziomie B2 Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego	P6S_UK
Z_I_U22	wykorzystywać posiadaną wiedzę w interpretacji wyników badań	P6S_UW
Z_I_U23	współpracować w zespole w zróżnicowanych rolach i przewidzieć zachowania organizacyjne z uwzględnieniem relacji interpersonalnych, procesów grupowych, sposobów przeciwdziałania stresowi i wypaleniu zawodowemu oraz zjawisk patologicznych w miejscu pracy	P6S_UO
Z_I_U24	określić priorytety, planować i organizować zadania oraz brać odpowiedzialność za ich realizację	P6S_UO
Z_I_U25	uczestniczyć w budowaniu projektów przestrzegając wymagań prawnych, ekonomicznych, ekologicznych, politycznych i społecznych	P6S_UO P6S_UW
Z_I_U26	samodzielnie uczyć się, zdobywać i poszerzać wiedzę i umiejętności zawodowe przez całe życie oraz uwzględniać w swoich działaniach nowe pomysły i rozwiązania	P6S_UU
KOMPETENCJE SPOŁECZNE		
Absolwent jest gotów do:		
Z_I_K01	zdobywania wiedzy oraz doskonalenia umiejętności interpersonalnych i zawodowych przez całe życie, w szczegolności myślenia i działania w sposób przedsiębiorczy, a także do inicjowania działań na rzecz interesu społecznego i wypełniania związanych z tym obowiązków	P6S_KO
Z_I_K02	postępowania w sposób zgodny z zasadami etyki (w tym etyki zawodowej) i dostrzegania i rozwiązywania dylematów z nimi związanych w ramach wyznaczonych ról organizacyjnych i społecznych	P6S_KR
Z_I_K03	wzięcia odpowiedzialności za powierzone mu zadania związane z kierowaniem ludźmi, organizowaniem i planowaniem pracy samodzielnej oraz pracy w zespole	P6S_KR

Z_I_K04	krytycznej oceny posiadanej wiedzy i poszukiwania odpowiedzi na nurtujące go pytania	P6S_KK

I. ZAJĘCIA LUB GRUPY ZAJĘĆ NIEZLAEŻNIE OD FORMY PROWADZENIA WRAZ Z PRZYPISANIEM DO NICH EFEKTÓW UCZEANI SIĘ I TREŚCI PROGRAMOWYCH ZAPEWNIAJĄCYCH UZYSKANIE EFEKTÓW

A) PRZYPISANIE EFEKTÓW UCZENIA SIĘ DO ZAJĘĆ LUB GRUPY ZAJĘĆ NIEZALEŻNIE OD FORMY ICH PROWADZENIA

opis efektów uczenia się dla absolwenta studiów I stopnia na kierunku Zarządzanie- profil praktyczny																																
SYMBOL EFEKTU UCZENIA SIĘ	**EFEKTY UCZENIA SIĘ ABSOLWENTA STUDIÓW I STOPNIA NA KIERUNKU ZARZĄDZANIE**	JĘZYK OBCY	METODYKA PRACY PROJEKTOWEJ	BHP	WYZWANIA RYNKU PRACY	KOMUNIKACJA W BIZNESIE	PODSTAWY ZARZĄDZANIA	MATEMATYKA W ZARZĄDZANIU	*PODSTAWY MARKETINGU*	PODSTAWY PRAWA	TECHNOLOGIA INFORMACYJNA	*PODSTAWY EKONOMII*	*PSYCHOLOGIA W ZARZĄDZANIU*	RYNEK FINANSOWY	ZARZĄDZANIE PROJEKTAMI	*NEGOCJACJE W BIZNESIE*	ZARZĄDZANIE KAPITAŁEM LUDZKIM	STATYSTYKA	PODSTAWY LOGISTYKI	ETYKA W BIZNESIE	BADANIA MARKETINGOWE	*RACHUNKOWOŚĆ FINANSOWA*	PODSTAWY ZARZĄDZANIA	ZARZĄDZANIE JAKOŚCIĄ	*FINANSE PRZEDSIĘBIORSTWA*	*PODSTAWY PRZEDSIĘBIORCZOŚCI*	*OCENA WYNIKÓW DZIAŁALNOŚCI*	*ECOLOGY AND ENVIRONMENTAL*	*CULTURAL DIFFERENCES*	SEMINARIUM DYPLOMOWE	PRAKTYKA ZAWODOWA	kod uniwersalnej charakterystyki poziomu drugiego dla kwalifikacji na poziomie VI
WIEDZA - absolwent zna i rozumie																																
Z_I_W01	w zaawansowanym stopniu powiązania między wiedzą z zakresu funkcjonowania przedsiębiorstwa i organizacji należących do sektora publicznego, a innymi naukami właściwymi dla programu studiów					x			x			x	x		x											x						P6S_WG
Z_I_W02	kluczowe zasady i narzędzia komunikacji organizacji z rynkiem				x	x			x													x							x			P6S_WG
Z_I_W03	fundamentalne zasady i kluczowe koncepcje teorii przedsiębiorstwa odnośnie powstawania, funkcjonowania, przekształcania i rozwoju organizacji gospodarczych		x		x		x		x			x	x		x				x		x		x				x		x			P6S_WG
Z_I_W04	w zaawansowanym stopniu relacje między podmiotami gospodarczymi, a innymi instytucjami społecznymi tworzącymi ich otoczenie w skali krajowej i międzynarodowej					x			x	x				x		x			x	x	x											P6S_WG
Z_I_W05	obszary funkcjonalne przedsiębiorstwa i relacje między nimi								x			x		x					x	x	x		x		x				x			x	P6S_WG
Z_I_W06	role i zachowania organizacyjne z uwzględnieniem relacji interpersonalnych, procesów grupowych, sposobów przeciwdziałania stresowi i wypaleniu zawodowemu oraz zjawisk patologicznych w miejscu pracy												x			x	x				x											P6S_WG
Z_I_W07	role i funkcje procesu zarządzania						x										x				x		x		x						x	P6S_WG
Z_I_W08	podstawowe zagadnienia z zakresu finansów w odniesieniu do funkcjonowania przedsiębiorstwa						x							x								x					x					P6S_WG

Z_I_W09	podstawowe zasady tworzenia i rozwoju różnych form przedsiębiorczości oraz identyfikuje uwarunkowania przedsiębiorczości		x																					x	x						P6S_WK
Z_I_W10	fundamentalne funkcje kierowania ludźmi w kontekście typu organizacji i zasięgu jej działania						x										x											x			P6S_WG, P6S_WK
Z_I_W11	pojęcie kultury organizacyjnej i ilustruje jej wpływ na sprawność działalności zespołowej i indywidualnej																x										x	x			P6S_WG, P6S_WK
Z_I_W12	standardowe metody ilościowe wspomagające procesy podejmowania decyzji		x					x										x	x		x		x			x					P6S_WG
Z_I_W13	typowe metody projektowania i przeprowadzania badań w poszczególnych obszarach działalności przedsiębiorstwa (np. badaniu rynku, analizy finansowej, poziomu jakości produktów itp.)		x										x	x			x			x	x		x	x						P6S_WG
Z_I_W14	podstawowe przepisy prawa regulujące funkcjonowanie podmiotów gospodarczych								x				x			x					x										P6S_WG
Z_I_W15	znaczenie norm i standardów w poszczególnych obszarach działalności organizacji (np. standardów rachunkowości, norm pracy, systemów i norm jakości itp.)		x	x														x	x		x	x	x			x					P6S_WG
Z_I_W16	rolę i znaczenie struktur organizacyjnych oraz wymiary strukturotwórcze			x																		x						x		x	P6S_WG
Z_I_W17	podstawowy dorobek psychologii zarządzania oraz socjologii organizacji i ich odniesienie do problemów zarządzania												x			x											x				P6S_WG, P6S_WK
Z_I_W18	fundamentalne dylematy i rolę przywództwa w organizacji																								x		x				P6S_WG
Z_I_W19	podstawowe zasady, metody i techniki negocjacji oraz potrafi je rozróżnić					x																									P6S_WG,
Z_I_W20	podstawowe pojęcia i zasady oraz znaczenie własności intelektualnej (własności przemysłowej oraz praw autorskich i praw pokrewnych)																			x									x		P6S_WG, P6S_WK
UMIEJĘTNOŚCI - absolwent potrafi																															

Z_I_U01	wykorzystywać posiadaną zaawansowaną wiedzę i umiejętności do prowadzenia działalności gospodarczej						x		x							x						x					x			P6S_UW
Z_I_U02	interpretować źródła informacji oraz dokonywać ich analizy i syntezy w oparciu o obserwację i ocenę zjawisk oraz procesów organizacji i jej otoczenia			x					x			x					x		x		x		x				x	x		x	x	P6S_UW
Z_I_U03	wykorzystywać wiedzę z zakresu finansów w odniesieniu do funkcjonowania przedsiębiorstwa						x							x		x						X	x				x				P6S_UW
Z_I_U04	wykorzystywać zdobytą wiedzę w ocenie metod, technik i narzędzi służących zarządzaniu organizacją		x				x						x		x		x		x		x	x	x	x	x		x		x	x	x	P6S_UW
Z_I_U05	wykorzystywać posiadaną wiedzę w określaniu dynamiki rozwoju organizacji											x						x				X	x		x			x				P6S_UW
Z_I_U06	określać kryteria i poziom mierników funkcjonowania organizacji																					X	x	x	x							P6S_UW
Z_I_U07	uczestniczyć w procesach podejmowania decyzji operacyjnych i taktycznych oraz ocenie proponowanych rozwiązań															x								x	x							P6S_UW
Z_I_U08	stosować odpowiednie metody i narzędzia analityczne oraz systemy informatyczne wspomagające procesy podejmowania decyzji							x	X					x				x		x			x									P6S_UW
Z_I_U09	w stopniu zaawansowanym posługiwać się normami i standardami w procesie zarządzania organizacją			x						x					x								x	x	x	x						P6S_UW
Z_I_U10	wykorzystywać przepisy prawa oraz systemy znormalizowane przedsiębiorstwa (rachunkowości, bhp itp.) w celu uzasadniania konkretnych działań organizacji			x						x							x						x		x	x				x		P6S_UW
Z_I_U11	wykorzystywać zdobytą wiedzę w doborze metod zarządzania zmianami w organizacji															x																P6S_UW
Z_I_U12	wykorzystywać metody zarządzania projektami w organizacji		x												x						x			x				x				P6S_UW

Z_I_U13	stosować podstawowe narzędzia informatyczne wspomagające pracę menedżera				x						x							x														P6S_UW
Z_I_U14	posługiwać się technologiami informacyjnymi w celu gromadzenia, przetwarzania i analizowania danych				x						x							x			x									x		P6S_UW
Z_I_U15	zarządzać czasem własnym oraz zespołu																								x							P6S_UO P6S_UW
Z_I_U16	interpretować zachowania ludzi w organizacji i wpływać na nie			x		x				x			x				x								x							P6S_UW
Z_I_U17	wykorzystywać zdobytą wiedzę w efektywnym zarządzaniu zasobami organizacji na poziomie operacyjnym i taktycznym																		x		x			x	x							P6S_UW
Z_I_U18	prezentować zdobytą wiedzę oraz umiejętności w mowie i piśmie z wykorzystaniem m.in. narzędzi informacyjnych		x		x	x					x																			x		P6S_UK
Z_I_U19	komunikować się z otoczeniem mono- i wielokulturowym oraz przekazywać wiedzę przy użyciu różnych środków przekazu informacji (w języku ojczystym i wybranym języku obcym) z użyciem specjalistycznej terminologii i technik informacyjno-komunikacyjnych	x				x											x											x				P6S_UK
Z_I_U20	wykorzystywać zdobytą wiedzę w prowadzeniu negocjacji i mediacji z efektywnym wykorzystaniem komunikacji interpersonalnej w środowisku mono- i wielokulturowym				x											x																P6S_UW P6S_UK
Z_I_U21	posługiwać się językiem obcym również w zakresie nauk ekonomicznych na poziomie B2 Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego	x										X																	x	x			P6S_UK
Z_I_U22	wykorzystywać posiadaną wiedzę w interpretacji wyników badań													x				x			x							x			x		P6S_UW
Z_I_U23	współpracować w zespole w zróżnicowanych rolach i przewidzieć zachowania organizacyjne z uwzględnieniem relacji interpersonalnych, procesów grupowych,	x									x						x	x			x										x	P6S_UO

	sposobów przeciwdziałania stresowi i wypaleniu zawodowemu oraz zjawisk patologicznych w miejscu pracy																													
Z_I_U24	określić priorytety, planować i organizować zadania oraz brać odpowiedzialność za ich realizację							x						x				x		x				x						P6S_UO
Z_I_U25	uczestniczyć w budowaniu projektów przestrzegając wymagań prawnych, ekonomicznych, ekologicznych, politycznych i społecznych													x				x	x	x										P6S_UO P6S_UW
Z_I_U26	samodzielnie uczyć się, zdobywać i poszerzać wiedzę i umiejętności zawodowe przez całe życie oraz uwzględniać w swoich działaniach nowe pomysły i rozwiązania							x								x				x										P6S_UU
KOMPETENCJE SPOŁECZNE - absolwent jest gotów do																														
Z_I_K01	zdobywania wiedzy oraz doskonalenia umiejętności interpersonalnych i zawodowych przez całe życie, w szczegolności myślenia i działania w sposób przedsiębiorczy, a także do inicjowania działań na rzecz interesu społecznego i wypełniania związanych z tym obowiązków				x		x			x				x	x				x	x		x	x	x		x	x			P6S_KO
Z_I_K02	postępowania w sposób zgodny z zasadami etyki (w tym etyki zawodowej) i dostrzegania i rozwiązywania dylematów z nimi związanych w ramach wyznaczonych ról organizacyjnych i społecznych			x							x	x						x	x			x								P6S_KR
Z_I_K03	wzięcia odpowiedzialności za powierzone mu zadania związane z kierowaniem ludźmi, organizowaniem i planowaniem pracy samodzielnej oraz pracy w zespole	x				x			x	x		x	x		x	x	x		x		x			x		x	x				P6S_KR
Z_I_K04	krytycznej oceny posiadanej wiedzy i poszukiwania odpowiedzi na nurtujące go pytania		x		x				x	x		x	x	x	x	x			x	x	x	x			x	x	x		x	x	x	P6S_KK

opis efektów uczenia się dla absolwenta studiów I stopnia na kierunku Zarządzanie- profil praktyczny																									
		Zarządzanie zasobami ludzkimi											Zarządzanie przedsiębiorstwem												
SYMBOL EFEKTU UCZENIA SIĘ	EFEKTY UCZENIA SIĘ ABSOLWENTA STUDIÓW I STOPNIA NA KIERUNKU ZARZĄDZANIE	Dobór pracowników	Prawo pracy	Ocena pracowników	Metody i ścieżki rozwoju pracowników	Strategie ZZL	Komunikacja w organizacji	Employer branding	Kształtowanie struktury wynagrodzeń	Kierownie zespołem	Psychologiczne aspekty	Prowadzenie dokumentacji kadrowo-	Narzędzia IT w ZZL	Administracyjne uwarunkowania	Analiza strategiczna przedsiębiorstwa	Przedsiębiorstwo na rynku	Pozyskiwanie i budowa lojalności	Metody i ścieżki rozwoju pracowników	Decyzje kierownicze	Twórczość i kreatywność w biznesie	Controlling	Kierowanie zespołem	Inwestycje kapitałowe	Psychologia marketingu	Efektywność pracy zespołowej	kod uniwersalnej charakterystyki poziomu drugiego dla kwalifikacji na poziomie VI
WIEDZA - absolwent zna i rozumie																									
Z_I_W01	w zaawansowanym stopniu powiązania między wiedzą z zakresu funkcjonowania przedsiębiorstwa i organizacji należących do sektora publicznego, a innymi naukami właściwymi dla programu studiów								x					x											P6S_WG
Z_I_W02	kluczowe zasady i narzędzia komunikacji organizacji z rynkiem															x									P6S_WG
Z_I_W03	fundamentalne zasady i kluczowe koncepcje teorii przedsiębiorstwa odnośnie powstawania, funkcjonowania, przekształcania i rozwoju organizacji gospodarczych						x	x	x												x		x		P6S_WG
Z_I_W04	w zaawansowanym stopniu relacje między podmiotami gospodarczymi, a innymi instytucjami społecznymi tworzącymi ich otoczenie w skali krajowej i międzynarodowej		x				x							x		x	x								P6S_WG
Z_I_W05	obszary funkcjonalne przedsiębiorstwa i relacje między nimi	x						x																	P6S_WG
Z_I_W06	role i zachowania organizacyjne z uwzględnieniem relacji interpersonalnych, procesów grupowych, sposobów przeciwdziałania stresowi i wypaleniu zawodowemu oraz zjawisk patologicznych w miejscu pracy			X					X			x		x								X		x	x	P6S_WG
Z_I_W07	role i funkcje procesu zarządzania					x			X												x	X				P6S_WG
Z_I_W08	podstawowe zagadnienia z zakresu finansów w odniesieniu do funkcjonowania przedsiębiorstwa			X							x														P6S_WG
Z_I_W09	podstawowe zasady tworzenia i rozwoju różnych form przedsiębiorczości oraz identyfikuje uwarunkowania przedsiębiorczości										x		x							x				x	P6S_WK
Z_I_W10	fundamentalne funkcje kierowania ludźmi w kontekście typu organizacji i zasięgu jej działania			X	X	x		x	x		x						X								P6S_WG, P6S_WK
Z_I_W11	pojęcie kultury organizacyjnej i ilustruje jej wpływ na sprawność działalności zespołowej i indywidualnej																							x	P6S_WG, P6S_WK
Z_I_W12	standardowe metody ilościowe wspomagające procesy podejmowania decyzji										x		x						x		x		x		P6S_WG
Z_I_W13	typowe metody projektowania i przeprowadzania badań w poszczególnych obszarach działalności przedsiębiorstwa (np. badaniu rynku, analizy finansowej, poziomu jakości produktów itp.)	x												x		x		x			x				P6S_WG
Z_I_W14	podstawowe przepisy prawa regulujące funkcjonowanie podmiotów gospodarczych		x									x	x												P6S_WG

Z_I_W15	znaczenie norm i standardów w poszczególnych obszarach działalności organizacji (np. standardów rachunkowości, norm pracy, systemów i norm jakości itp.)															x										P6S_WG
Z_I_W16	rolę i znaczenie struktur organizacyjnych oraz wymiary strukturotwórcze				X													X								P6S_WG
Z_I_W17	podstawowy dorobek psychologii zarządzania oraz socjologii organizacji i ich odniesienie do problemów zarządzania										x						x		x						x	P6S_WG, P6S_WK
Z_I_W18	fundamentalne dylematy i rolę przywództwa w organizacji					x				X													X			P6S_WG
Z_I_W19	podstawowe zasady, metody i techniki negocjacji oraz potrafi je rozróżnić																									P6S_WG,
Z_I_W20	podstawowe pojęcia i zasady oraz znaczenie własności intelektualnej (własności przemysłowej oraz praw autorskich i praw pokrewnych)							x						x												P6S_WG, P6S_WK
UMIEJĘTNOŚCI - absolwent potrafi																										
Z_I_U01	wykorzystywać posiadaną zaawansowaną wiedzę i umiejętności do prowadzenia działalności gospodarczej													x												P6S_UW
Z_I_U02	interpretować źródła informacji oraz dokonywać ich analizy i syntezy w oparciu o obserwację i ocenę zjawisk oraz procesów organizacji i jej otoczenia				X	x	x	x	x		x	x			x	x		X	x		x		x	x		P6S_UW
Z_I_U03	wykorzystywać wiedzę z zakresu finansów w odniesieniu do funkcjonowania przedsiębiorstwa			X			x			X												X				P6S_UW
Z_I_U04	wykorzystywać zdobytą wiedzę w ocenie metod, technik i narzędzi służących zarządzaniu organizacją							x	x	X	x				x	x			x	x		X				P6S_UW
Z_I_U05	wykorzystywać posiadaną wiedzę w określaniu dynamiki rozwoju organizacji																									P6S_UW
Z_I_U06	określać kryteria i poziom mierników funkcjonowania organizacji			X					x						x						x					P6S_UW
Z_I_U07	uczestniczyć w procesach podejmowania decyzji operacyjnych i taktycznych oraz ocenie proponowanych rozwiązań				X													X								P6S_UW
Z_I_U08	stosować odpowiednie metody i narzędzia analityczne oraz systemy informatyczne wspomagające procesy podejmowania decyzji									X	x		x			x			x		x	X				P6S_UW
Z_I_U09	w stopniu zaawansowanym posługiwać się normami i standardami w procesie zarządzania organizacją		x					x																		P6S_UW
Z_I_U10	wykorzystywać przepisy prawa oraz systemy znormalizowane przedsiębiorstwa (rachunkowości, bhp itp.) w celu uzasadniania konkretnych działań organizacji		x	X					x			x														P6S_UW
Z_I_U11	wykorzystywać zdobytą wiedzę w doborze metod zarządzania zmianami w organizacji																									P6S_UW
Z_I_U12	wykorzystywać metody zarządzania projektami w organizacji												x											x		P6S_UW
Z_I_U13	stosować podstawowe narzędzia informatyczne wspomagające pracę menedżera						x						x											x		P6S_UW
Z_I_U14	posługiwać się technologiami informacyjnymi w celu gromadzenia, przetwarzania i analizowania danych			X							x			x					x							P6S_UW
Z_I_U15	zarządzać czasem własnym oraz zespołu					x																				P6S_UO P6S_UW

Z_I_U16	interpretować zachowania ludzi w organizacji i wpływać na nie		x			x						x													P6S_UW
Z_I_U17	wykorzystywać zdobytą wiedzę w efektywnym zarządzaniu zasobami organizacji na poziomie operacyjnym i taktycznym	x			X					X								X				X		x	x	P6S_UW
Z_I_U18	prezentować zdobytą wiedzę oraz umiejętności w mowie i piśmie z wykorzystaniem m.in. narzędzi informacyjnych													x												P6S_UK
Z_I_U19	komunikować się z otoczeniem mono- i wielokulturowym oraz przekazywać wiedzę przy użyciu różnych środków przekazu informacji (w języku ojczystym i wybranym języku obcym) z użyciem specjalistycznej terminologii i technik informacyjno- komunikacyjnych	x												x			x									P6S_UK
Z_I_U20	wykorzystywać zdobytą wiedzę w prowadzeniu negocjacji i mediacji z efektywnym wykorzystaniem komunikacji interpersonalnej w środowisku mono- i wielokulturowym																x							x		P6S_UW P6S_UK
Z_I_U21	posługiwać się językiem obcym również w zakresie nauk ekonomicznych na poziomie B2 Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego																									P6S_UK
Z_I_U22	wykorzystywać posiadaną wiedzę w interpretacji wyników badań			X						X												X		x		P6S_UW
Z_I_U23	współpracować w zespole w zróżnicowanych rolach i przewidzieć zachowania organizacyjne z uwzględnieniem relacji interpersonalnych, procesów grupowych, sposobów przeciwdziałania stresowi i wypaleniu zawodowemu oraz zjawisk patologicznych w miejscu pracy	x																							x	P6S_UO
Z_I_U24	określić priorytety, planować i organizować zadania oraz brać odpowiedzialność za ich realizację	x						x																		P6S_UO
Z_I_U25	uczestniczyć w budowaniu projektów przestrzegając wymagań prawnych, ekonomicznych, ekologicznych, politycznych i społecznych													x					x							P6S_UO P6S_UW
Z_I_U26	samodzielnie uczyć się, zdobywać i poszerzać wiedzę i umiejętności zawodowe przez całe życie oraz uwzględniać w swoich działaniach nowe pomysły i rozwiązania					x								x					x							P6S_UU
KOMPETENCJE SPOŁECZNE - absolwent jest gotów do																										
Z_I_K01	zdobywania wiedzy oraz doskonalenia umiejętności interpersonalnych i zawodowych przez całe życie, w szczególności myślenia i działania w sposób przedsiębiorczy, a także do inicjowania działań na rzecz interesu społecznego i wypełniania związanych z tym obowiązków	x	x			x	x	x	x		x			x	x	x	x							x	x		P6S_KO
Z_I_K02	postępowania w sposób zgodny z zasadami etyki (w tym etyki zawodowej) i dostrzegania i rozwiązywania dylematów z nimi związanych w ramach wyznaczonych ról organizacyjnych i społecznych			x	x	x			x				x				x			x					x	x	P6S_KR
Z_I_K03	wzięcia odpowiedzialności za powierzone mu zadania związane z kierowaniem ludźmi, organizowaniem i planowaniem pracy samodzielnej oraz pracy w zespole	x	x	x	x	x		x		x			x						x	x	x	x	x	x	x	P6S_KR

Z_I_K04	krytycznej oceny posiadanej wiedzy i poszukiwania odpowiedzi na nurtujące go pytania		x		x		x	x		x	x			x	x	x			x	x	x	x	x			P6S_KK

B) ZAJĘCIA LUB GRUPY ZAJĘĆ ORAZ TREŚCI PROGRAMOWE ZAPEWNIAJĄCE UZYSKANIE EFEKTÓW UCZENIA SIĘ

ZAJĘCIA LUB GRUPY ZAJĘĆ	SZCZEGÓŁOWE TREŚCI PROGRAMOWE
Przedmioty podstawowe i kierunkowe	
JĘZYK OBCY	Grammar and Vocabulary: present simple and present continuous; taking part in a meeting; words that go with brand, product and market Listening, Speaking and Writing: talk about your favourite brands; an interview with a brand manager; building luxury brands; Hudson Corporation: decide how a luggage manufacturer can protect its brand; e-mail Grammar and Vocabulary: noun combinations; words and expressions to describe company structure; socialising: introductions and networking Listening, Speaking and Writing: talk about status within an organisation; a successful organisation; an interview with a management consultant; InStep's relocation: decide on the relocation site of a shoe manufacturer; e-mail writing Grammar and Vocabulary: past simple and present perfect; words for describing change; managing meetings Listening, Speaking and Writing: discuss attitudes to change in general and at work; Mercedes, shining star; an interview with a management consultant; Acquiring Asia Entertainment: solve the problems arising from a recent merger; writing: action minutes Grammar and Vocabulary:

	articles; words and expressions for talking about advertising; starting and structuring a presentation Listening, Speaking and Writing: discuss authentic advertisements; a new kind of campaign; an interview with a marketing communications executive; Alpha Advertising: develop an advertising campaign; writing a summary Grammar and Vocabulary: advice, obligation and necessity; idioms for talking about business relationships; social English Listening, Speaking and Writing: discuss the importance of cultural awareness in business; an interview with the manager of a cultural training centre; culture shock; business culture briefing: prepare a talk on business culture; writing: report Grammar and Vocabulary: words and expressions for talking about finance; describing trends; dealing with figures Listening, Speaking and Writing: do a quiz and discuss attitudes to money; an interview with an investment director; an inspirational story; present a new idea to investors; e-mail writing Grammar and Vocabulary: -ing forms and infinitives; expressions for talking about job applications; getting information on the telephone Listening, Speaking and Writing: talk about job interviews; women at work; an interview with an international recruitment specialist; Fast Fitness: find a new manager for a health club chain; letter writing Grammar and Vocabulary:

	narrative tenses; words to describe illegal activity or unethical behaviour; considering options Listening, Speaking and Writing: discuss questions of ethics at work; the ethics of résumé writing; an interview with the director of an environmental organisation; principles or profit?: debate some ethical dilemmas facing a drugs company; report writing Grammar and Vocabulary: conditions; words and expressions for talking about free trade; negotiating Listening, Speaking and Writing: discuss the development of international markets; trade between China and the US; an interview with an expert on negotiating; Pampas Leather Company: negotiate a deal on leather goods; writing: e-mail Grammar and Vocabulary: relative clauses; words to describe character; presenting Listening, Speaking and Writing: discuss the qualities of good leadership; an interview with the managing director of an executive recruitment company; leading L'Oréal; Lina Sports: decide on the best leader for a troubled sportswear manufacturer; writing: e-mail Grammar and Vocabulary: passives; idioms from sport to describe competition; negotiating Listening, Speaking and Writing: do a quiz on how competitive you are; head to head competition; an interview with a manager from the Competition Commission; Fashion House: negotiate new contracts with suppliers; writing: e-mail
METODYKA PRACY PROJEKTOWEJ	Studiowanie

	- na czym polega nauka na poziomie akademickim? - jak wykorzystać walory zajęć akademickich dla budowania własnych kompetencji? - jak uczy się osoba dorosła – co już na początku studiów warto wiedzieć o własnych zasobach przydatnych do studiowania? Na pamięć czy ze zrozumieniem? - jak działa pamięć (informacje podstawowe) - co zrobić, żeby zapomnieć (płytkie przetwarzanie informacji) - co zrobić, żeby zapamiętać (głębokie przetwarzanie informacji) Notowanie - czemu służy zapisywanie? - klasyczna notatka linearna – jak notować mądrze, a nie - dużo - notatka nielinearna – jak tworzyć mapy myśli zgodnie z koncepcją Tony'ego Buzana? - nieklasyczna notatka linearna – jak to się robi na Uniwersytecie Cornella? Słaba silna wola – czy na pewno istnieje takie zjawisko? - powody odkładania na potem - jak być produktywnym mimo pokus - jak formułować wyzwania dla siebie (cel opracowany z pomocą metody SMART) Komunikacja wizualna i wprowadzenie do tworzenia prezentacji • Myślenie wizualne • Typowe błędy w prezentacjach • Szum vs. sygnał, czyli co zrobić, żeby przekazywanie informacji było skuteczne • Typy prezentacji • Analiza – dekonstrukcja prezentacji TED (case study) Analiza • 7 pytań do Twojej publiczności według Nancy Duarte • Dlaczego przygotowujesz prezentację?

	• W jaki sposób prezentacja będzie pomagać Ci w trakcie wystąpienia? • Co chcesz osiągnąć? • Jakimi zasobami dysponujesz? • Dlaczego ludzie mają Cię słuchać? Projektowanie • Definiowanie celów ogólnych i szczegółowych prezentacji • Rozwinięcie celów w narrację • Typy i cele prezentacji (informacyjne, perswazyjne, edukacyjne, aktywujące, inspirujące, motywujące, bawiące) • Modele prezentacji i cele za nimi stojące o Twitter pitch o Elewator pitch o Pecha Kucha o Ignite o TED • Wizualizacja Tworzenie • Efektywna praca w Powerpoint • Siatka w przestrzeni projektowej • Praca z tekstem • Praca z grafiką • Wizualizacja danych • Animacje • Przygotowanie do wystąpienia Dostarczanie • Przygotowanie • Jak radzić sobie z tremą? • Co, gdy sprzęt zawodzi? Ewaluacja • Ocena jakości prezentacji i wystąpienia Metoda projektu: - historia metody projektu, - myślenie projektowe,

	- elementy projektu. Etapy pracy nad projektem: - inicjacja, - planowanie, - realizacja, - ewaluacja projektu, - prezentacja efektów. Zespół projektowy: - podział ról, - zasady współpracy w zespole, - fazy rozwoju zespołu, - metody zarządzania zasobami ludzkimi w projekcie. Diagnozowanie potrzeb/problemów: - znaczenie diagnozowania potrzeb w projekcie, - sposoby diagnozowania potrzeb /problemów, - błędy w procesie diagnozowania potrzeb /problemów. Cele i rezultaty projektu: - cele ogólne, - rezultaty projektu, - metoda SMART. Ryzyka w projekcie: - identyfikacja ryzyka, - ocena ryzyka, - monitorowanie i kontrola ryzyka. Komunikacja w projekcie: - metody komunikacji w projekcie, - zasady skutecznej komunikacji w projekcie, - zarzadzanie komunikacją w projekcie. Monitoring i ewaluacja projektu: - monitoring a ewaluacja, - rodzaje i kryteria ewaluacji, - znaczenie ewaluacji w projekcie. Zmiana projektowa: - zarządzanie zmianą w projekcie,

	- metody zarządzania zmianą w projekcie. Narzędzia i metodyki zarządzania projektami: - matryca logiczna projektu, - harmonogram, - karta projektu, - raport o stanie projektu, - wybrane metodyki i standardy zarządzania projektami.
BHP	Wprowadzenie do problematyki bezpieczeństwa i higieny pracy Prawne aspekty bezpieczeństwa i higieny pracy Pomieszczenia i warunki środowiskowe Charakterystyka zagrożeń Pracownie na uczelni Wypadki na uczelni Ochrona przeciwpożarowa Pierwsza pomoc w nagłych wypadkach
WYZWANIA RYNKU PRACY	Planowanie kariery zawodowej. Poruszanie się po rynku pracy, poznanie metod aktywnego poszukiwania pracy. Organizowanie własnej aktywności. Poznanie zasad konstruowania dokumentów aplikacyjnych. Metody poszukiwania kandydatów stosowane przez rekruterów. Zapoznanie się z zasadami rekrutacji, zasadami przeprowadzania Assessment Center. Analizowanie rynku pracy, poszukiwanie informacji o rynku pracy i ofertach pracy w danym sektorze. Tworzenie sieci kontaktów zawodowych. Poznanie zasad działania rynku pracy. Doradztwo zawodowe i personalne w planowaniu kariery. „Ty" na rynku pracy – Twoja postawa, wiedza, umiejętności, typ osobowości. Przygotowanie do przeprowadzenia analizy SWOT. Wyznaczenie/Rewizja celów zawodowych. Przygotowanie do rozmowy rekrutacyjnej. Praca nad autoprezentacją własnej kandydatury.

KOMUNIKACJA W BIZNESIE	Pojęcie i istota komunikacji Znaczenie autoprezentacji i elementy budowy marki osobistej Podstawowe narzędzia komunikacji werbalnej i niewerbalnej Wystąpienia publiczne – cele, struktura, analiza audytorium, przyciąganie uwagi Komunikacja interpersonalna w aspekcie różnic międzykulturowych
PODSTAWY ZARZĄDZANIA	Wprowadzenie do zarządzania. Skuteczność i sprawność działania jako podstawowe przesłanki zarządzania. Praca menedżera – podstawowe role i umiejętności menedżerskie, źródła umiejętności menedżerskich Klasyczne, behawioralne i ilościowe podejście do zarządzania oraz podejścia integrujące. Współczesne wyzwania zarządzania. Klasyczna teoria organizacji - główne przesłanki, naukowe i administracyjne zarządzanie. Kierunek behawioralny w teorii zarządzania - kierunek stosunków międzyludzkich (teoria X i Y), zachowania organizacyjne, behawioralne podejście do zarządzania. Ilościowe podejście do zarządzania. Podejścia integrujące. Współczesne wyzwania zarządzania. Środowiskowy kontekst organizacji. Kultura organizacji, stosunki organizacji z jej otoczeniem (5 sił konkurencji). Funkcja zarządzania: planowanie i podejmowanie decyzji. Klasyczny i administracyjny model podejmowania decyzji. Grupowe podejmowanie decyzji w organizacjach – rodzaje, wady, zalety. Funkcja zarządzania: organizowanie. Istota i elementy organizowania. Uniwersalne i sytuacyjne podejścia do schematu organizacyjnego (model biurokratyczny i behawioralny). Czynniki sytuacyjne pomocne w ustalaniu schematu organizacyjnego. Podstawowe formy struktury organizacyjnej – struktury funkcjonalne, konglomeratowe, wielowydziałowe, macierzowe i hybrydowe. Nowe formy w

	tworzeniu struktur organizacji – organizacja zespołowa, wirtualna, ucząca się. Funkcja zarządzania: przewodzenie. Istota i znaczenie przywództwa w zarządzaniu. Przywództwo a władza. Podejście behawioralne. Podejścia sytuacyjne (teoria NPW, teoria ścieżki do celu, drzewo decyzyjne Vrooma). Siatka kierownicza. Środowiskowy kontekst organizacji. Otoczenie i środowisko wewnętrzne organizacji, otoczenie zewnętrzne. Funkcja zarządzania: planowanie i podejmowanie decyzji. Proces podejmowania decyzji i planowania, cele organizacji, rodzaje planów organizacji i bariery w ustalaniu celów i planowaniu. Podejmowanie decyzji – istota, typy i warunki podejmowania decyzji. Funkcja zarządzania: organizowanie. Projektowanie stanowisk pracy – specjalizacja i jej alternatywy, grupowanie stanowisk pracy, ustalenie relacji podporządkowania, podział uprawnień decyzyjnych, działania koordynujące i rozróżnienia między stanowiskami. Funkcja zarządzania: przewodzenie. Motywowanie - istota, schematy motywacji, podejście od strony treści (hierarchia potrzeb Maslowa, teoria ERG, teoria dwuczynnikowa) i procesu (teoria oczekiwań, sprawiedliwości, wyznaczania celów, elementy teorii wzmocnienia). Popularne strategie motywacji - upełnomocnienie i uczestnictwo, nowe formy organizacji pracy.
MATEMATYKA W ZARZĄDZANIU	Funkcje elementarne-przegląd (bez arcusów). Przykłady: zbiór budżetowy, krzywa obojętności, krzywa popytu, funkcja kosztów. Pochodna funkcji jednej zmiennej. Przykład: koszt krańcowy, utarg krańcowy, zysk krańcowy, elastyczność funkcji

	Ekstrema i przedziały monotoniczności funkcji jednej zmiennej. Przykład zastosowania optymalizacyjnego. Pochodne funkcji dwóch zmiennych. Ekstrema bezwarunkowe funkcji dwóch zmiennych. Przykłady: kierunkowa krańcowa użyteczność, zastosowania w optymalizacji. 3Ć Całka nieoznaczona i oznaczona. Przykład: wartości średnie, łączny zysk, nadwyżka i strata konsumenta. Macierze, działania na macierzach, wyznaczniki, macierze odwrotne. Przykłady: macierz kosztów i nakładów. Układy równań liniowych. Układy nierówności liniowych. Przykład optymalnego planu produkcji.
PODSTAWY MARKETINGU	Filozofia i geneza marketingu. Orientacja marketingowa przedsiębiorstw. Rola marketingu w przedsiębiorstwie. Istota zrównoważonego marketingu. Analiza otoczenia bliższego i dalszego przedsiębiorstwa. System informacji marketingowej. Badania marketingowe. Metody i techniki badawcze. Analiza zachowań konkurentów. Typy klientów. Modele zachowań nabywczych. Segmentacja. Wybór segmentu docelowego i pozycjonowanie swojej oferty (STP). Kryteria segmentacji Istota produktu i klasyfikacja produktów. Strategia produktu. Znak handlowy i marka produktu Cykl życia produktu na rynku i macierz BCG Asortyment produkcyjny i handlowy. Jakość produktu Opakowanie i klasyfikacja opakowań. Istota ceny. Strategie cenowe. Uwarunkowania cen. Metody ustalania cen. Próg rentowności przedsiębiorstwa. Strategia dystrybucji. Kanały dystrybucji. Handel detaliczny – organizacja i formy sklepów. Dystrybucja fizyczna. Dystrybucja a logistyka.

	Komunikacja marketingowa. Cele i narzędzia komunikacji marketingowej, tj.: reklama, public relations i publicity, aktywizacja sprzedaży, sprzedaż osobista, marketing bezpośredni. Reklama – istota, klasyfikacja, funkcje, mechanizm oddziaływania na konsumenta. Etyka w reklamie. Planowanie kampanii reklamowej. Media, środki i nośniki reklamowe. Ocena skuteczności i efektywności kampanii reklamowej. Zasady tworzenia media planu. Istota i podział planowania w organizacji. Plan marketingowy – istota, struktura i funkcje.
PODSTAWY PRAWA	Co to jest prawo? - prawo w znaczeniu podmiotowym i przedmiotowym - norma postępowania - norma prawna - akt normatywny Powstawanie prawa - formy tworzenia prawa - pojęcie źródeł prawa - proces stanowienia prawa we współczesnych państwach demokratycznych - źródła prawa i proces stanowienia prawa w Polsce Obowiązywanie, przestrzeganie i stosowanie prawa - ogłoszenie i wejście w życie aktu normatywnego - pojęcie realizowania i przestrzegania prawa; znaczenie zasady „ignorantia iuris nocet” - pojęcie i rodzaje sankcji - pojęcie i etapy stosowania prawa; wykładnia prawa System prawa - cechy systemu prawa - typologia systemów prawa - podziały w ramach systemu prawa Podstawowe wiadomości z zakresu prawa konstytucyjnego

	- pojęcie i źródła prawa konstytucyjnego - zasady ustrojowe - konstytucyjny status jednostki - władze państwa Podstawowe wiadomości z zakresu prawa cywilnego - cechy i źródła prawa cywilnego - część ogólna - prawo rzeczowe - zobowiązania - prawo rodzinne i opiekuńcze - prawo spadkowe - postępowanie cywilne Podstawowe wiadomości z zakresu prawa karnego - pojęcie prawa karnego materialnego i jego źródła - przestępstwo - kary i środki karne - proces karny Podstawowe wiadomości z zakresu prawa administracyjnego - pojęcie i źródła prawa administracyjnego - administracja publiczna, jej ustrój i prawne formy działania - dziedziny administracyjnego prawa materialnego - postępowanie administracyjne Podstawowe wiadomości o innych gałęziach prawa - prawo handlowe - prawo pracy - prawo finansowe
TECHNOLOGIA INFORMACYJNA	Zapoznanie się z podstawowymi informacjami w zakresie: zapisu informacji w systemach informatycznych (kodowania, kompresji), a także sprzętu komputerowego, systemów operacyjnych, oprogramowania użytkowego i firmware'owego, sieci komputerowych, internetu oraz podpisu elektronicznego i elementów kryptografii.

	Edytor tekstu Word (opcje podstawowe) Arkusz kalkulacyjny (wprowadzanie danych, typy danych, serie danych, formatowanie komórek, narzędzia edycyjne, sortowanie danych, filtrowanie danych, ustawienia strony i drukowanie, wprowadzenie do formuł i funkcji wbudowanych, adresacja komórek, nazwy komórek, wybrane funkcje matematyczne i statystyczne, funkcja logiczna JEŻELI, tworzenie wykresów, tabel przestawnych) Opracowanie, na podstawie instrukcji i danych umieszczonych na platformie Moodle, raportu sprzedażowego w programie Excel, przy wykorzystaniu szeregu funkcji i formuł dostępnych w tym programie, w tym wykresów i tabel przestawnych.
PODSTAWY EKONOMII	Problem rzadkości i główne nurty w historii myśli ekonomicznej Podaż, popyt i równowaga rynkowa Analiza rynku oraz podstawowe zagadnienia funkcjonowania gospodarki w skali mikroekonomicznej Pieniądz i cena jako podstawowe kategorie gospodarki rynkowej Rachunek dochodu narodowego Determinanty dochodu narodowego. Model AD-AS. Wzrost i rozwój gospodarczy. Cykl koniunkturalny. Budżet państwa. Polityka fiskalna Inflacja Bezrobocie Wprowadzenie studentów do podjęcia gry symulacyjnej
PSYCHOLOGIA W ZARZĄDZANIU	Procesy i zjawiska psychologiczne zachodzące w organizacji i zespole pracowniczym. Budowanie zespołu pracowniczego. Integracja organizacji i zespołu pracowniczego. Psychologia zarządzania zespołem pracowniczym Przywództwo w biznesie. Menedżer jako lider zespołu. Motywacja w biznesie.

	Wywieranie wpływu i manipulacje w biznesie. Jak wywierać wpływ w celu osiągnięcia zamierzonych efektów i nie podlegać manipulacjom innych. Techniki wywierania wpływu. Negocjacje w biznesie. Konflikt i psychologia konfliktu. Jak zarządzać konfliktem w organizacji i zespole pracowniczym. Kryzys w organizacji. Coaching jako metoda rozwoju pracowników. Stres w biznesie - metody zarządzania sobą w stresie.
RYNEK FINANSOWY	Pojęcie rynku finansowego, jego cechy, modele i systematyka Rynek kapitałowy, pieniężny, walutowy, instrumentów pochodnych, rynek publiczny, rynek prywatnym, rynek giełdowy i pozagiełdowy, rynek pierwotny i wtórny, rynek papierów dłużnych i rynek papierów własnościowych, krajowe i unijne regulacje prawne dotyczące rynków finansowych i instrumentów finansowych Globalizacja, deregulacja i liberalizacja rynków finansowych Organizacja i zasady funkcjonowania rynku pieniężnego Stopa procentowa i czynniki ją determinujące, transakcje rynku międzybankowego, bank centralny na rynku pieniężnym, operacje otwartego rynku, instrumenty rynku pieniężnego i zasady ich emisji, pojęcie papieru wartościowego, (bony pieniężne, bony skarbowe, bony komercyjne przedsiębiorstw, certyfikaty depozytowe), bank komercyjny na rynku pieniężnym – dealer rynku pieniężnego, dealer skarbowych papierów wartościowych Organizacja i zasady funkcjonowania rynku kapitałowego Instrumenty finansowe rynku kapitałowego, struktura rynku kapitałowego – Giełda Papierów Wartościowych w Warszawie S.A., rynek NewConnect, rynek BondSpot, rynek Catalyst, zasady emisji akcji i obligacji, transakcje i indeksy rynku giełdowego, strategie inwestycyjne, wycena akcji i obligacji Funkcjonowanie rynku walutowego Waluta jako przedmiot obrotu na rynku walutowym, zasady kwotowania walut,

	transakcje terminowe i natychmiastowe, bank centralny na rynku walutowym, rynek Forex Uczestnicy rynku finansowego w Polsce Emitenci papierów wartościowych, Komisja Nadzoru Finansowego jako organ nadzoru, Krajowy Depozyt Papierów Wartościowych, domy maklerskie, fundusze inwestycyjne, fundusze venture capital, fundusze emerytalne, firmy zarządzające aktywami, instytucje ubezpieczeniowe, banki komercyjne, banki spółdzielcze, bank centralny Ryzyko na rynkach finansowych Istota i rodzaje ryzyka na rynkach finansowych, transakcje hedgingowe, arbitrażowe i spekulacyjne, mechanizmy ograniczania ryzyka na rynkach finansowych, rating instrumentów finansowych i jego znaczenie dla inwestorów i emitentów
ZARZĄDZANIE PROJEKTAMI	Zarządzanie projektami jako proces zmierzający do osiągnięcia oczekiwań interesariuszy projektu Cykl życia projektu, ograniczenia realizacji projektu Struktura organizacyjna w zarządzaniu projektem Ryzyko i podejmowanie decyzji inwestycyjnych w warunkach niepewności Narzędzia informatyczne w zarządzaniu projektami Cele i ograniczenia projektu Struktura podziału pracy Zasoby projektu Zarządzanie ryzykiem projektu Przygotowanie planu projektu z wykorzystaniem oprogramowania komputerowego
NEGOCJACJE W BIZNESIE	Pojęcia niezbędne dla skutecznego prowadzenia negocjacji: przypomnienie i uzupełnienie poziomu podstawowego Definiowanie i komunikowanie celów negocjacji z uwzględnieniem zasad etyki i profesjonalizmu Planowanie procesu negocjacyjnego Arsenał negocjacyjny: style, strategie, taktyki i techniki negocjacyjne oraz ich zastosowanie

	Wykorzystanie komunikacji werbalnej i niewerbalnej jako narzędzi wywierania wpływu Symulacje negocjacji indywidualnych i zespołowych Analiza studiów przypadków
ZARZĄDZANIE KAPITAŁEM LUDZKIM	Od historii po teraźniejszość – jak zmieniało się i ciągle zmienia zarządzanie ludźmi w organizacji - podejście do człowieka w nurcie klasycznym, administracyjnym i stosunków międzyludzkich - teoria X i teoria Y - podejście strategiczne (model Michigan i model Harvardzki) - polityka personalna w modelu sita i modelu kapitału ludzkiego - aktualne trendy na rynku pracy i czynniki je kształtujące Organizacja funkcji personalnej i ocena potrzeb kadrowych przedsiębiorstwa - przyporządkowanie praktyk HR do funkcji zarządzania - rola działu zasobów ludzkich wg D. Urlicha - modele współpracy pomiędzy menadżerem personalnym i kierownikami liniowymi - dostosowanie organizacji funkcji personalnej do potrzeb przedsiębiorstwa Ocena potrzeb kadrowych przedsiębiorstwa - analiza popytu i podaży kadr - analiza stanowiska pracy - przygotowanie karty opisu stanowiska - rola kompetencji w opisie stanowiska pracy - profile kompetencyjne i wskaźniki behawioralne Dobór pracowników (rekrutacja, selekcja, zatrudnienie i adaptacja) - rodzaje rekrutacji i kanały rekrutacji - kształtowanie wizerunku pracodawcy - konstruowanie ogłoszenia dostosowanego do rodzaju prowadzonej rekrutacji - analiza dokumentów jako narzędzie preselekcji - przygotowanie scenariusza rozmowy rekrutacyjnej - kompetencje komunikacyjne w rozmowie rekrutacyjnej - metoda assessment center - wykorzystanie testów psychologicznych w selekcji pracowników - uwarunkowania prane zatrudniania pracownika - rola i narzędzia procesu adaptacji Od teorii do praktyki kształtowania systemów motywacyjnych – jakie wnioski płyną z teorii motywowania pracowników -

	definicja motywacji i motywowania - krytyczna analiza koncepcji A. Maslowa - koncepcja McClellanda i rola potrzeby osiągnięć - model witaminowy P. Warra - koncepcja oczekiwań V, Vrooma - zarządzanie przez cele i koncepcja E. Locke'a - model charakterystyki pracy - teoria sprawiedliwości - wykorzystanie reguł warunkowania sprawczego w motywowaniu pracowników Wykorzystanie instrumentów motywowania płacowego - płaca minimalna i jej rola w kształtowaniu polityki wynagrodzeń - płacowe i pozapłacowe składniki wynagrodzeń - sposoby ustalenia ruchomej części wynagrodzeń - wykorzystanie wartościowania pracy w kształtowaniu struktury wynagrodzeń Ocena i rozwój pracownicza jako istotne elementy komunikacji wewnętrznej i poprawy efektywności pracy - kryteria oceny pracowniczej - metody i narzędzia oceny - rola komunikacji w procesie oceny - budowanie planów rozwojowych pracowników - dobór metod rozwojowych 8 Budowanie pozytywnych postaw pracowników - rola kultury i klimatu w kształtowaniu dobrostanu pracownika - satysfakcja, przywiązanie i zaangażowanie jako kluczowe pozytywne postawy wobec pracy - rola kierownika w kształtowaniu postaw pracowniczych Przeciwdziałanie negatywnym zjawiskom w miejscu pracy - stres i wypalenie zawodowe - pracoholizm jako zjawisko społeczne - dyskryminacja i mobbing w miejscu pracy - zachowania kotrproduktywne pracowników
STATYSTYKA	Wprowadzenie do Statystyki: Definicja, geneza oraz zadania statystyki; podstawowe pojęcia używane w Statystyce (zbiorowość, jednostka i cechy statystyczne, skale pomiarowe); proces badania statystycznego (przygotowanie badania, metody gromadzenia danych, opracowanie i prezentacja materiału statystycznego)

	Metody grupowania statystycznego: budowanie szeregów prostych i rozdzielczych (jedno- i wielowariantowych); tworzenie tablic i wykresów statystycznych Analiza struktury zbiorowości statystycznej za pomocą miar przeciętnych: klasyczne (średnia arytmetyczna) oraz pozycyjne (modalna, mediana, kwartyle, decyle, percentyle) parametry opisujące położenie danych w szeregach prostych i rozdzielczych Analiza struktury zbiorowości statystycznej za pomocą miar zróżnicowania i kształtu: klasyczne (odchylenie standardowe, współczynnik zmienności, obszar typowy, wsp. asymetrii i koncentracji) oraz pozycyjne (oparte na kwartylach) parametry opisujące dyspersję, skośność oraz kurtozę w szeregach prostych i rozdzielczych Kompleksowa analiza struktury zbiorowości statystycznej (z wykorzystaniem programów komputerowych): kontrola zebranego materiału; graficzna eksploracja danych (wykresy kołowe, słupkowe, histogramy oraz typu ramka-wąsy); wybór odpowiednich miar do analizy oraz ich wyznaczenie wraz z komentarzem Analiza współzależności zjawisk - korelacja i regresja dwóch cech ilościowych: wykresy rozrzutu; współczynnik korelacji liniowej Pearsona; liniowa funkcja regresji dwóch zmiennych; ocena stopnia dopasowania funkcji regresji do danych empirycznych; prognozowanie z wykorzystaniem modelu regresji Analiza współzależności zjawisk - korelacja dwóch cech jakościowych: współczynnik korelacji rang Spearmana; współczynniki tau Kendalla; korelacja cech nominalnych w oparciu o statystykę chi-kwadrat Analiza dynamiki zjawisk - wyodrębnianie tendencji rozwojowej: wykresy szeregów czasowych; mechaniczna i analityczna metoda wyodrębniania tendencji rozwojowej

	(trendu); ocena stopnia dopasowania funkcji trendu do danych empirycznych; prognozowanie Analiza dynamiki zjawisk w oparciu o metody indeksowe: multiplikatywne i addytywne modele sezonowe; jednopodstawowe i łańcuchowe indeksy dynamiki; średnie tempo zmian.
PODSTAWY LOGISTYKI	Istota, geneza i ewolucja logistyki oraz mega trendy ją kształtujące Systemy logistyczne, łańcuchy dostaw Infrastruktura logistyczna Transport w logistyce Konteneryzacja i paletyzacja Logistyka zaopatrzenia Zarządzanie zapasami Logistyka produkcji Logistyka dystrybucji Logistyka miejska
ETYKA W BIZNESIE	Etyka gospodarcza i etyka biznesu – główne pojęcia Różnica między normą prawną, etyczną i przepisem obyczajowym Źródła złej sławy biznesu Kultura mieszczańska i etos zawodowy Negatywne zjawiska w gospodarce przed transformacją ustrojową Negatywne zjawiska w gospodarce po transformacji ustrojowej Społeczna odpowiedzialność biznesu Utylitaryzm i libertarianizm Racjonalizm etyczny i etyka odpowiedzialności Personalizm etyczny i etyka cnót Etyka komunikacji społecznej i prakseologia Model gospodarki opartej na dzieleniu się i wymianie Kodeksy etyczne w biznesie Analiza wybranych kodeksów etycznych Podsumowanie wiadomości

BADANIA MARKETINGOWE	Badania marketingowe w systemie informacji marketingowej – istota, przedmiot, rodzaje. Podstawy źródłowe badań Proces badania marketingowego – etapy i zadania Badania ilościowe a badania jakościowe – istota i różnice Metody i techniki badań marketingowych i ich zastosowanie Projektowanie badania marketingowego, w tym budowa narzędzia badawczego oraz proces doboru próby badania Metody oceny, prezentacji i wizualizacji graficznej badań Rynek badań marketingowych w Polsce i na świecie. Oferta instytucji badawczych – kryteria wyboru. Zapytanie ofertowe w badaniach marketingowych Projektowanie ilościowego badania marketingowego: definiowanie problemu badawczego, celów i zakresów badawczych oraz hipotez badawczych. Dobór próby badawczej. Źródła informacji marketingowej – proces gromadzenie danych wtórnych dla zdefiniowanego problemu badawczego. Konstruowanie narzędzia badawczego (kwestionariusza ankietowego). Dobór skal pomiarowych. Pilotaż narzędzia badawczego. Badania marketingowe on-line – narzędzia i zasady realizacji. Gromadzenie danych. Analiza danych i prezentacja wyników badań w formie pisemnej (raport z badań).
RACHUNKOWOŚĆ FINANSOWA	Istota i zasady rachunkowości finansowej. Struktura majątku i źródła jego finansowania oraz ich prezentacja w bilansie. Zasady funkcjonowania kont bilansowych i wynikowych Kategorie wynikowe kształtujące wartość wyniku finansowego Budowa i segmenty rachunku zysków i strat Bilans – aktywa i pasywa (budowa). Konta księgowe. Konta aktywne i pasywne. Podstawy ewidencji operacji. Konta analityczne i syntetyczne. Storna. Rachunek zysków i strat. Ustalanie wyniku finansowego. Przychody i koszty.

PODSTAWY ZARZĄDZANIA STRATEGICZNEGO	Wprowadzenie do zarządzania strategicznego. - Od planowania do zarządzania strategicznego. - Ewolucja zarządzania strategicznego. - Strategia korporacyjna i biznesowa. Istota zarządzania strategicznego. - Zarządzanie strategiczne w XXI wieku. - Rola strategii w osiąganiu trwałej przewagi konkurencyjnej. - Funkcje strategii. Paradygmaty i szkoły zarządzania strategicznego. - Nurty branżowy i zasobowy. - Podejście racjonalne i procesowe. - Wybrane modele procesu tworzenia strategii. - Szkoły strategii według H. Mintzberga. Istota strategii. - Geneza i zastosowania pojęcia strategia. - Atrybuty myślenia i działania strategicznego. - Sposoby myślenia o przyszłości. - Wpływ globalizacji na strategię. Diagnoza strategiczna przedsiębiorstwa. - Analiza mikro i makro otoczenia. - Analiza zasobów i kompetencji. - Analiza interesariuszy. Formułowanie strategii. - Misja, wizja i cele strategiczne organizacji. - Źródła przewagi konkurencyjnej. - Formułowanie strategii konkurowania. - Formułowanie strategii funkcjonalnych. Implementacja strategii - Powody niepowodzeń w implementacji strategii. - Rola kultury organizacyjnej w implementacji strategii. - Budżety, operacjonalizacja celów i alokacja zasobów. - Zarządzanie zmianą. Kontrola i weryfikacja strategii. - Istota i funkcje kontroli strategicznej. - Pozyskiwanie informacji na potrzeby kontroli strategicznej. - Metody kontroli strategicznej.
ZARZĄDZANIE JAKOŚCIĄ	Idea zarządzania przez jakość – filozofia, twórcy, zasady. Uwarunkowania wewnętrzne i zewnętrzne zarządzania organizacją przez jakość. System zarządzania jakością oparty o wymagania normy PN-EN ISO 9001:2015. Podejście procesowe w zarządzaniu jakością. Metody analizy i oceny systemów zarządzania jakością.

	Instrumentarium zarządzania jakością oraz koszty jakości. Uzasadnienie potrzeby wdrożenia systemu zarządzania jakością na zgodność z normą PN-EN ISO 9001:2015 w przedsiębiorstwie Identyfikacja przyczyn reklamacji wraz z propozycjami wdrożenia działań projakościowych Opracowanie procedury rozpatrywania reklamacji oraz cele audytowe Cele jakości Analiza ryzyk i szans
FINANSE PRZEDSIĘBIORSTWA	Maksymalizacja wartości jako cel jego działalności. Zmiana wartości pieniądza w czasie Inwestycje kapitałowe – wycena obligacji Inwestycje kapitałowe – wycena akcji Zarządzanie kapitałem obrotowym: strategie kapitału obrotowego netto, okres konwersji gotówki, zapotrzebowanie na kapitał obrotowy. Rachunek przepływów pieniężnych i jego planowanie Koszt kapitału obcego, koszt kapitału własnego, średnioważony koszt kapitału. Inwestycje materialne: szacowanie przepływów pieniężnych dla potrzeb oceny opłacalności inwestycji; miary opłacalności inwestycji: NPV, IRR, MIRR, PI, PP. Ryzyko finansowe. Pomiar efektów dźwigni finansowej.
PODSTAWY PRZEDSIĘBIORCZOŚCI	I. Planowanie działalności gospodarczej. Analiza wariantów wyboru: pomysł - możliwości realizacyjne – prawdopodobieństwo odniesienia sukcesu. 1. Pomysł a koncepcja biznesu. 2. Jak zidentyfikować dobry pomysł na biznes? 3. Od pomysłu do uruchomienia biznesu. II. Zakładanie działalności gospodarczej w ujęciu praktycznym. Planowanie, organizowanie, koordynowanie i kontrolowanie biznesu. 1. Założenie firmy. 2. Rozruch działalności nowej firmy. 3. Zakończenie procesu uruchomienia. 4. Realizacja zysków z inwestycji.

	III. Biznesplan w praktycznym zastosowaniu. Kreowanie pomysłu na biznes. Opis charakterystyki i profilu działalności firmy. 1. Elementy, zasady oraz funkcje biznesplanu. 2. Pomysł na biznes-analiza marketingowa. 3. Identyfikacja potencjału wnioskodawcy. 4. Opłacalność i efektywność ekonomiczna przedsięwzięcia. IV. Znaczenie innowacyjności w biznesie. Wyzwania strategii innowacyjnej. Rozwój osobistego potencjału innowacyjnego. 1. Strategie innowacji w zarządzaniu przedsiębiorstwem. 2. Regionalny System Innowacji (RSI). 3. Strategia innowacyjna OECD. 4. "Jeśli cały czas masz ten sam model biznesowy, nigdy nie będziesz innowacyjny". V. Analiza rynku i konkurencji w praktycznym zastosowaniu. 1. Analiza otoczenia konkurencyjnego. 2. Strategie konkurencji i wybrane metody analizy strategicznej. 3. Analiza rynku. 4. Jak opisać konkurencję w biznesplanie pod dotację? VI. Omówienie możliwości pozyskiwania funduszy na uruchomienie firmy. Wnioski o dofinansowanie działalności gospodarczej. 1. Fundusze na start firmy - od czego zacząć? 2. Dotacje z Urzędu Pracy na założenie firmy i rozpoczęcie działalności gospodarczej. 3. Źródła finansowania działalności gospodarczej - generalne tendencje. 4. Taktyka "stania na własnych nogach".
OCENA WYNIKÓW DZIAŁALNOŚCI GOSPODARCZEJ	Cel, istota i metody analizy finansowej. Analiza wstępna sprawozdania finansowego (w tym w szczególności: dynamika i struktura) Pomiar i ocena rentowności podmiotu gospodarczego Ocena płynności finansowej jednostki (w ujęciu statycznym) Pomiar i ocena sprawności działania jednostki gospodarczej Pomiar i ocena zadłużenia podmiotu gospodarczego Ocena zagrożenia kontynuacji działalności gospodarczej

ECOLOGY AND ENVIRONMENTAL PROTECTION	The basics: why social-ecological systems are so complex? - Ecology and ecological systems - What are ecosystems and how they work - Ecosystems management: dynamic equilibrium, uncertainty and complexity The role of scientific knowledge in environmental management & conservation Złożoność systemów społeczno-ekologicznych Ekologia i systemy ekologiczne Działanie ekosystemów Zarządzanie ekosystemami: równowaga dynamiczna, niepewność i złożoność. Rola wiedzy naukowej w zarządzaniu i ochronie środowiska. What happened that we are where we are? - The history of human impact on environment Demographic, economic, cultural and technological causes of environmental degradation Co się stało, że jesteśmy tu, gdzie jesteśmy? - Historia wpływu człowieka na środowisko Demograficzne, ekonomiczne, kulturowe i technologiczne przyczyny degradacji środowiska. Current state of the Earth – global environmental problems - Biodiversity loss and sixth mass extinction - Air quality and climate change - Water quality and deficits - Soil degradation Energy and natural resources Obecny stan Ziemi – globalne problemy środowiskowe – Utrata różnorodności biologicznej i szóste masowe wymieranie – Jakość powietrza i zmiany klimatyczne – Jakość i niedobory wody – Degradacja gleby Energia i zasoby naturalne

	Environmental problems solving – concepts and policies - Classical nature conservation - Legal and administrative approach - Economic and free market approach Socio-cultural approach Rozwiązywanie problemów środowiskowych – koncepcje i polityki - Klasyczna ochrona przyrody - Podejście prawno-administracyjne - Podejście ekonomiczne i wolnorynkowe Podejście społeczno-kulturowe Social context of environmental management - Ecological awareness and education - Public participation and civil society in environmental management Environmental social conflicts Społeczny kontekst zarządzania środowiskiem - Świadomość i edukacja ekologiczna - Partycypacja społeczna i społeczeństwo obywatelskie w zarządzaniu środowiskiem Środowiskowe konflikty społeczne Towards sustainable future - Population and environment: environmental carrying capacity and limits of growth - Sustainable Development Goals What can you do? Sustainable lifestyle W stronę zrównoważonej przyszłości - Populacja i środowisko: nośność środowiska i granice wzrostu - Cele zrównoważonego rozwoju Co możesz zrobić? Zrównoważony styl życia
CULTURAL DIFFERENCES	Culture and cultures / differences and similarities / Kultura i kultury / różnice i podobieństwa

	Constructivist concept of culture as the basis for intercultural dialogue / Konstruktywistyczna koncepcja kultury jako podstawy dialogu międzykulturowego Dialogue and intercultural mediation / Dialog i mediacja międzykulturowa Challenges associated with intercultural contacts / Wyzwania związane z kontaktami międzykulturowymi Principles of effective intercultural education / Zasady skutecznej edukacji międzykulturowej What is culture / Czym jest kultura. Language and cultures / Język i kultury Culture, brain and behaviour / Kultura, mózg i zachowanie Stereotypes and prejudice / Stereotypy i uprzedzenia Main cultural orientations / Główne orientacje kulturowe Intercultural communication / Komunikacja międzykulturowa Religion, values and culture / Religia, wartości i kultura Culture and business / Kultura i biznes
SEMINARIUM DYPLOMOWE	Dyskusja nad potencjalnym tematem pracy dyplomowej. Przegląd literatury przedmiotu i jej segregacja. Wybór i przygotowanie planu pracy, prezentacja założeń. Omówienie zasad prawa autorskiego; pojęcie plagiatu. Omówienie technicznej strony pisania pracy dyplomowej. Kontrola postępów przy pisaniu kolejnych rozdziałów, dyskusja nad uwagami.
PRAKTYKA ZAWODOWA	Podstawy prawne i przedmiot działalności przedsiębiorstwa: – status prawny, – struktura własnościowa, – przedmiot i zakres działalności przedsiębiorstwa, – misja i strategia przedsiębiorstwa. Organizacja podmiotu gospodarczego i zakresu jego działalności: – struktura organizacyjna, – uprawnienia decyzyjne i zakres odpowiedzialności, poszczególnych komórek.

	Dokumentacja organizacyjna przedsiębiorstwa: – statut, regulaminy, – instrukcje i zasady obiegu dokumentów. Infrastruktura przedsiębiorstwa – infrastruktura produkcyjna, – infrastruktura logistyczna, – infrastruktura informatyczna. Realizowanie zadań wynikających z programu praktyk zawodowych dla kierunku Zarządzanie (studia I stopnia) – szczegółowy zakres określa program praktyk
Przedmioty specjalnościowe	
Specjalność: Zarządzanie zasobami ludzkimi	
DOBÓR PRACOWNIKÓW	- Istota doboru pracowników - Etapy doboru pracowników (Rekrutacja, Selekcja, Adaptacja) - Zasady doboru pracowników - Proces doboru pracowników - Planowanie personelu - Diagnoza potrzeb kadrowych Analiza pracy - Opis stanowiska - Profil wymagań kandydata - Trening tworzenia opisu stanowiska/ profilu wymagań kandydata Przyciąganie właściwych kandydatów - Marketing stanowiska - Kogo chcemy przyciągnąć ? - Gdzie są odpowiedni kandydaci ? - 4P Metody rekrutacji - wewnętrzne – zewnętrzne Selekcja kandydatów - Selekcja wstępna - Macierz decyzyjna - Formy podań Metody selekcji: - Błędy i uprzedzenia - Rodzaje metod selekcji - Metody selekcji w praktyce (AC, pytania, zadania) - Macierz decyzji selekcyjnych - Planowanie procesu selekcji 5 Selekcja kandydatów – spotkanie, rozmowa - Pierwszy Kontakt z kandydatem – umówienie na spotkanie - Jak powinna przebiegać rozmowa kwalifikacyjna ? - Przebieg spotkania z kandydatem Decyzje o wyborze kandydata - poinformowanie kandydata

	Wprowadzenie i włączenie nowego pracownika do organizacji: - potrzeby nowych pracowników - wymiary procesu adaptacyjnego (społeczny, organizacji, techniczny) - role zaangażowane w proces adaptacji - listy kontrolne i informacje (podręczniki, procedury) dla pracowników - szkolenia, plan rozwoju, - informacja zwrotna, Korzyści z poprawnego procesu adaptacji pracownika
PRAWO PRACY	Źródła prawa pracy. Zasady prawa pracy. Podmioty stosunku pracy. Przedmiot stosunku pracy. Treść stosunku pracy. Pojęcie i istota stosunku pracy. Sposoby nawiązywania stosunku pracy – mianowanie, powołanie, wybór, spółdzielcza umowa o pracę, umowa o pracę. Rodzaje umów o pracę. Zasady nawiązania i rozwiązania stosunku . Ochrona trwałości stosunku pracy. Dokumenty i ograniczenia prawne w ich tworzeniu Czas pracy – zasady, organizacja, systemy, praca nadliczbowa. Budowa harmonogramów czasu pracy Wynagrodzenia – zasady, rodzaje, obowiązki stron stosunku pracy. Podstawy kreowania systemu wynagradzania w zakładzie. Przerwy w pracy – urlopy wypoczynkowy, urlop bezpłatny, odpoczynek dobowy i tygodniowy – zasady, organizacja, udzielanie. Budowa i organizacja wypoczynku pracowników Ochrona rodzicielstwa – status prawny kobiety-pracownika, Status prawny pracownika ojca-wychowującego dziecko. Pracownik młodociany – status prawny. Ochrona pracownika w stosunku prac a ochrona pracodawcy. Dochodzenie roszczeń ze stosunku pracy – procedura, zakres uprawnień.
OCENA PRACOWNIKÓW	Wprowadzenie do zagadnienia oceny pracowników. 1. Czym jest SOOP ? 2. Istota i znaczenie SOOP dla organizacji biznesowej. 3. Korzyści wynikające z zastosowania SOOP. 4. Funkcje oceniania. 5. Formy ocen pracowników: bieżąca, okresowa.

	Uwarunkowania systemu ocen. 1. Rodzaj działalności i wielkość organizacji. 2. Cele strategiczne firmy a ocena okresowa. 3. Metody zarządzania w organizacji. 4. Style kierowania. Metody wykorzystywane w systemach ocen. 1. Przegląd metod relatywnych. 2. Przegląd metod absolutnych. 3. Istota i zasady stosowania metody 360 stopni oraz Assessment & Development Center (AC/DC). 4 Ustalanie kryteriów oceny Kryteria oceny pracowników w praktyce - zasady ustalania oraz opracowywania. Rozmowa oceniająca. Funkcje rozmowy oceniającej. Formuły rozmów oceniających. Przygotowanie do rozmowy oceniającej - wskazówki dla oceniającego i ocenianego. Przebieg rozmowy oceniającej - jak prowadzić rozmowę? Przekazywanie informacji pozytywnych oraz formułowanie konstruktywnych uwag krytycznych. Projektowanie i wdrażanie systemu ocen pracowników. Planowane działania, w tym rola poszczególnych uczestników. Możliwe reakcje na wprowadzanie systemu ocen. Polityka informacyjna dotycząca wprowadzenia systemu ocen w organizacji. Badanie satysfakcji pracowników z oceny.
METODY I ŚCIEŻKI ROZWOJU PRACOWNIKÓW	Strategia firmy a zarządzanie zasobami ludzkimi. Opis stanowiska pracy. Zarządzanie zasobami ludzkimi przez system kompetencyjny Analiza potrzeb rozwojowych pracowników Projektowanie ścieżek rozwoju pracowników Zarządzanie talentami Sukcesja
STRATEGIE ZZL	Strategia firmy, a strategia ZZL. Misja i wizja organizacji. Wartości organizacyjne. Rola strategii ZZL w realizacji strategii ogólnej. Budowanie strategii ZZL - stawianie celów strategicznych, opracowanie planów działania

	Projektowe podejście do strategii ZZL – mierniki strategii ZZL, monitorowanie realizacji strategii ZZL Opracowanie strategii ZZL w obszarze rekrutacji – strategiczne podejście do rekrutacji, pozyskanie talentów jako element budowania przewagi konkurencyjnej przedsiębiorstwa, projektowanie ścieżek kariery jako element wspomagający realizację strategię ogólną firmy, mierniki działań HR w obszarze rekrutacji Opracowanie strategii ZZL w obszarze rozwoju pracowników - zarządzanie wiedzą w organizacji jako element strategii, definiowanie obszarów rozwojowych, analiza potrzeb rozwojowych pracowników jako element warunkujący realizację wizji organizacji, mierniki działań HR w obszarze rozwoju Model Human Performance Improvement (HPI) – badanie efektywności strategii ZZL Przykłady efektywnych strategii ZZL – analiza case study z biznesu
KOMUNIKACJA W ORGANIZACJI	Organizacja efektywnych spotkań – Przygotowanie spotkania – Budowa agendy – Komunikacja – Prowadzenie spotkań – Działania po spotkaniach Zarządzanie konfliktem – Rodzaje konfliktów – Klasyczne metody – Nowoczesne metody – Konflikt jako stymulacja Zadawanie pytań Typy pytań – Konstruowanie pytań – Zadawanie pytań – Model kwadratu komunikacyjnego

	Precyzowanie komunikatu – Kompetencja komunikacyjna – Meta model w komunikacji Prowadzenie rozmów – Komunikat Ja i Ty – Strategia spotkań indywidualnych – Różnice pokoleniowe – Sytuacje trudne Storytelling- opowiadanie historii – Wykorzystanie historii do wpływania na słuchaczy – Struktura i budowa – Kluczowe składowe – Sztuka opowiadania
EMPLOYER BRANDING	Podstawy employer branding. - Istota marki - Istota i definicja employer brandingu – początki i ewolucja podejścia. - Obszary kształtowania wizerunku pracodawcy i proces tworzenia marki pracodawcy. - Trendy i wyzwania na rynku HR Strategia employer branding w organizacji. - Employer branding, a cele firmy. - Jak cele firmy przekładają się na budowanie marki? - Etapy wyznaczania strategii employer branding w organizacji Budowanie wizerunku pracodawcy wewnątrz firmy. - Cykl życia pracownika (przyciąganie, rekrutacja, zatrudnienie, rozwój, utrzymanie, offboarding) - EVP - Employer Value Proposition - Rola komunikacja wewnętrzna, - Szkolenia i rozwój pracowników - System okresowych ocen pracowniczych, - Badania satysfakcji, - Motywatory płacowe i pozapłacowe, benefity - Działania integrujące pracowników, - System wartości, - Działania z zakresu CSR wobec pracowników. Budowanie wizerunku pracodawcy na zewnątrz. - Projektowanie użytecznych stron kariery - Oferty pracy i atrakcyjne opisy firmy pokazujące EVP - Ambasadorzy marki pracodawcy - Współpraca z uczelniami (studenccy ambasadorzy, programy letnich praktyk, wydarzenia) -

	Zastosowanie narzędzi elektronicznych: mediów społecznościowych, pozycjonowania w wyszukiwarkach, mailingi, newsletteterów - Zewnętrzny CSR i wolontariat Employer Branding w praktyce na przykładzie wybranej firmy. Kontrola, pomiar i ocena działań z zakresu employer branding - określenie danych potrzebnych do wyznaczenia kluczowych wskaźników efektywności - określenie źródła danych potrzebnych do monitorowania kluczowych wskaźników efektywności
KSZTAŁTOWANIE STRUKTURY WYNAGRODZEŃ	Karta opisu stanowiska pracy – analiza pracy Wartościowanie stanowisk pracy – kryteria wartościowania, ranking kryteriów, proces wartościowania, wnioskowanie po procesie Siatka płac – wykorzystanie wartościowania stanowisk w polityce płac, tworzenie grup stanowisk oraz siatki wynagrodzeń Rodzaje systemów wynagrodzeń - systemy prowizyjne, akordowe, premiowe Benefity w polityce wynagrodzeń – benefity źródłem przewagi konkurencyjnej, rodzaje benefitów, badanie efektywności benefitów Projektowanie systemów premiowych – premia, a płaca zasadnicza, premia indywidualna, premia zespołowa, systemy premiowe otwarte i zamknięte, częstotliwość premii Benchmark wynagrodzeń – analiza wynagrodzeń konkurencji, metody pozyskiwania danych rynkowych Regulacje prawne w wynagrodzeniach - regulacje wewnętrzne i zewnętrzne
KIEROWANIE ZESPOŁEM	Kontekst dla pracy zespołowej dziś - zjawiska społeczne, technologiczne, psychologiczne wpływające na sposób w jaki pracują zespoły. Praca zdalna jako nowa forma pracy - korzyści i negatywne skutki dla pracownika. Fazy rozwoju zespołu, a rola Lidera.

	Źródła wiedzy o członkach zespołu. Pojęcie kompetencji i jego użyteczność dla budowania zespołów. Rodzaje pytań i narzędzia sprawdzające kompetencje. Trudności występujące w zarządzaniu zespołami. Zarządzanie sytuacyjne w zarządzaniu zespołem. Zadania i rola lidera. Możliwe praktyczne metody do zastosowania w sytuacyjnym zarządzaniu zespołu. Metody ewaluacji tego, co dzieje się w zespole. Uważna komunikacja jako podstawowe narzędzie pracy zespołowej. Uważność jako baza dla komunikacji. Różne rodzaje rozmów, ich zastosowanie. Rodzaje pytań w rozmowach. Trudne sytuacje w zespole – konflikty, opór w reakcji na zmianę, mierzenie się z różnorodnością, inne trudne sytuacje w cyklu życia zespołu. Możliwe bariery w pracy zespole. Możliwe sposoby reagowania lidera w sytuacjach trudnych w zespole.
PSYCHOLOGICZNE ASPEKTY PODEJMOWANIA DECYZJI	Kontekst dla pracy zespołowej dziś - zjawiska społeczne, technologiczne, psychologiczne wpływające na sposób w jaki pracują zespoły. Praca zdalna jako nowa forma pracy - korzyści i negatywne skutki dla pracownika. Fazy rozwoju zespołu, a rola Lidera. Źródła wiedzy o członkach zespołu. Pojęcie kompetencji i jego użyteczność dla budowania zespołów. Rodzaje pytań i narzędzia sprawdzające kompetencje. Trudności występujące w zarządzaniu zespołami. Zarządzanie sytuacyjne w zarządzaniu zespołem. Zadania i rola lidera. Możliwe praktyczne metody do zastosowania w sytuacyjnym zarządzaniu zespołu. Metody ewaluacji tego, co dzieje się w zespole. Uważna komunikacja jako podstawowe narzędzie pracy zespołowej. Uważność jako baza dla komunikacji. Różne rodzaje rozmów, ich zastosowanie. Rodzaje pytań w rozmowach.

	Trudne sytuacje w zespole – konflikty, opór w reakcji na zmianę, mierzenie się z różnorodnością, inne trudne sytuacje w cyklu życia zespołu. Możliwe bariery w pracy zespole. Możliwe sposoby reagowania lidera w sytuacjach trudnych w zespole.
PROWADZENIE DOKUMENTACJI KADROWO-PŁACOWEJ	Nawiązanie stosunku pracy – umowy o prace i umowy cywilnoprawne Prowadzenie dokumentacji pracowniczej – akta osobowe pracownika części A,B,C,D, przechowywanie dokumentacji pracowniczej Czas pracy i ewidencja czasu pracy: normy czasu pracy, systemy czasu pracy, przerwy w wykonywaniu pracy, godziny nadliczbowe Urlopy wypoczynkowe i inne przerwy w wykonywaniu pracy Wynagrodzenie i jego składniki, potrącenia z wynagrodzenia i lista płac Obowiązki podatkowe związane z zatrudnianiem pracownika – zgłoszenie pracownika do Urzędu Skarbowego Obowiązki pracodawcy a ZUS – zgłoszenie pracownika do Zakładu Ubezpieczeń Społecznych Rozwiązanie stosunku pracy – przygotowanie wypowiedzenia i świadectwa pracy
NARZĘDZIA IT W ZZL	Program komputerowy PŁATNIK – narzędzie do obsługi dokumentów ubezpieczeniowych Wprowadzenie do programu PŁATNIK Kartoteka płatnika składek Zgłoszenie płatnika składek do ZUS Dokumenty zgłoszeniowe i wyrejestrowujące – procedura zgłoszenia i wyrejestrowania ubezpieczonych w programie komputerowym PŁATNIK Wynagrodzenie ze stosunku pracy – procedura naliczania wynagrodzeń z tytułu umowy o pracę przy wykorzystaniu programu komputerowego MS EXCEL Wynagrodzenie osób zatrudnionych na podstawie umów cywilnoprawnych – procedura naliczania wynagrodzeń z tytułu

	umowy zlecenia i umowy o dzieło przy wykorzystaniu programu komputerowego MS EXCEL Rozliczanie w programie komputerowym PŁATNIK wynagrodzeń pracowników zatrudnionych na umowę o pracę Rozliczanie w programie komputerowym PŁATNIK wynagrodzeń pracowników zatrudnionych na podstawie umów cywilnoprawnych
Specjalność: Zarządzanie przedsiębiorstwem	
ADMINISTRACYJNE UWARUNKOWANIA PROWADZENIA DZIAŁALNOŚCI GOSPODARCZEJ	Wstęp do przedsiębiorczości 1) Konstytucyjne podstawy przedsiębiorczości 2) Pojęcie przedsiębiorcy i przedsiębiorstwa 3) Zasady prowadzenia działalności gospodarczej Rodzaje form prawnych prowadzenia działalności gospodarczej 1) Działalność wykonywania osobiście 2) Spółki osobowe 3) Spółki kapitałowe Procedura rejestracji działalności gospodarczej 1) Obowiązki formalno-prawne 2) Tradycyjnie, z wykorzystaniem wzorca dokumentu 3) Za pomocą Internetu: platforma ePUAP, eKRS Rejestry państwowe 1) GUS 2) CEIDG 3) KRS Działalność reglamentowana 1) Koncesje 2) Zezwolenia 3) Działalność regulowana 4) Procedury uzyskania koncesji i zezwoleń Prowadzenie przedsiębiorstwa 1) Stałe obowiązki formalno-prawne przedsiębiorcy 2) Nowoczesne formy stosowania prawa 3) Komunikacja z urzędami państwowymi z wykorzystaniem e-Usług Administracji Publicznej Kontrola podatkowa 1) Prawa i obowiązki przedsiębiorcy 2) Prawa i obowiązki kontrolera 3) Przebieg procedur kontrolnych Likwidacja i zawieszanie działalności gospodarczej 1) Podstawy prawne 2) Procedury Podstawy marketingu w działalności przedsiębiorstwa 1) Prawne aspekty marketingu przedsiębiorstwa 2) Najważniejsze zagadnienia dotyczące RODO i przetwarzania danych osobowych

ANALIZA STRATEGICZNA PRZEDSIĘBIORSTWA	Wprowadzenie do analizy strategicznej: – pojęcie strategii i zarzadzanie strategiczne, analiza strategiczna, – etapy analizy strategicznej, – paradygmaty w zarządzaniu strategicznym, – odbiorcy analizy strategicznej, – system celów strategicznych w przedsiębiorstwie. Analiza makrootoczenia przedsiębiorstwa: – definicja i istota makrootoczenia przedsiębiorstwa z punktu widzenia analizy strategicznej, – metoda PESTEL jako rozszerzenie metody PEST – wprowadzenie, identyfikacja grup czynników makrootoczenia, określanie wpływu poszczególnych czynników na przedsiębiorstwo, – metody bezscenariuszowe (ekstrapolacji trendów, luki strategicznej, metoda delficka) – istota, porównanie, przykładowe zastosowania. Analiza otoczenia konkurencyjnego – istota otoczenia konkurencyjnego (mikrootoczenia przedsiębiorstwa), – model 5 sił Portera jako podstawowe narzędzie analizy otoczenia konkurencyjnego – identyfikacja czynników i kierunków ich oddziaływania, – punktowa ocena atrakcyjności sektora – istota, identyfikacja czynników oraz ich siły i kierunku oddziaływania, – mapy grup strategicznych – istota metody, zastosowanie. Analiza potencjału strategicznego przedsiębiorstwa: – bilans strategiczny przedsiębiorstwa – definicja i zastosowanie, – analiza kluczowych czynników sukcesu – definicja metody i jej zastosowanie,

	– cykl życia produktu i technologii – jako narzędzie analizy potencjału strategicznego przedsiębiorstwa, – metody portfelowe, w tym macierz BCG jako przykład metody portfelowej – wyjaśnienie, podział na grupy produktowe, podejmowanie decyzji o alokacji zasobów na podstawie macierzy BCG. Ocena pozycji strategicznej przedsiębiorstwa: – metoda SWOT/TOWS – podstawowe definicje i różnice, metody przeprowadzania tej analizy jako kalkulacji wyniku macierzy SWOT, – zrównoważona karta wyników – istota i zastosowanie, – benchmarking – istota, zastosowanie, – określenie pozycji strategicznej przedsiębiorstwa i wybór odpowiedniej strategii na przyszłość – charakterystyka typowych strategii, kryteria wyboru odpowiedniej (zalecanej) strategii na podstawie wyników uzyskanych w procesie analizy strategicznej. Teoria gier: – wprowadzenie, – podstawowe przykłady, – gra o sumie zerowej, – zastosowanie teorii gier jako metody analitycznej oraz narzędzia do podejmowania decyzji.
PRZEDSIĘBIORSTWO NA RYNKU KAPITAŁOWYM	Pojęcie rynku finansowego, jego cechy, modele i systematyka Organizacja i zasady rynku kapitałowego Charakterystyka instrumentów rynku kapitałowego. Zalety i wady pozyskiwania finansowania na rynku kapitałowym Ryzyko na rynku kapitałowym Wycena przedsiębiorstwa na rynku kapitałowym – podejście fundamentalne Inwestowanie w przedsiębiorstwa obecne na rynku kapitałowym – podejście techniczne
POZYSKIWANIE I BUDOWA LOJALNOŚCI KLIENTA	Klient w procesie sprzedaży:

	- produkt jako strategiczny element procesu sprzedaży w kontekście potrzeb nabywców - orientacja produktowa, a orientacja marketingowa w procesie sprzedaży - klient na różnych etapach procesu sprzedaży - podstawowe typologie nabywców oraz ich potrzeb Nawiązywanie osobistego kontaktu z klientem: - profesjonalny wizerunek jako element savoir-vivre sprzedawcy - podstawy komunikacji werbalnej i niewerbalnej w profesjonalnej obsłudze klienta - bariery komunikacyjne i sposoby im przeciwdziałania w kontekście budowy relacji z klientem Pozyskiwanie nowych klientów: - istota leja sprzedażowego - prospekting jako proces poszukiwania klientów - mowa windująca jako klucz do zaistnienia w świadomości klienta - obsługa „hot" i „cold" kontaktów Profesjonalna obsługa klienta kluczem do budowy lojalności klienta: - rozmowa handlowa jako podstawowa składowa procesu sprzedaży - analiza potrzeb klienta, a ofertowanie - model PCK jako narzędzie skutecznej prezentacji produktu - techniki perswazji i wpływu - obiekcje klienta w kontekście zamknięcia sprzedaży Psychologia lojalności klienta: - determinanty lojalności klientów na tle zakupów nawykowych - typologia lojalności - zarządzanie lojalnością klienta (np. programy lojalnościowe, CRM) Zarządzanie wartością klienta z wykorzystaniem nowoczesnych technologii: - budowa i zarządzanie wartością klienta - technologia, a wartość dla klienta - zarządzanie wartością klienta z wykorzystaniem Internetu

METODY I ŚCIEŻKI ROZWOJU PRACOWNIKÓW	Strategia firmy a zarządzanie zasobami ludzkimi. Opis stanowiska pracy. Zarządzanie zasobami ludzkimi przez system kompetencyjny Analiza potrzeb rozwojowych pracowników Projektowanie ścieżek rozwoju pracowników Zarządzanie talentami Sukcesja
DECYZJE KIEROWNICZE	Organizacja jako: obszar podejmowania decyzji, system, proces informacyjno- decyzyjny. Model organizacji 7S. Wpływ kultury organizacyjnej na podejmowanie decyzji. Rola kierownika w podejmowaniu decyzji. Rodzaje decyzji kierowniczych według typologii H.Mintzberga. Kluczowe pojęcia z zakresu podejmowania decyzji: sytuacja decyzyjna, problem decyzyjny, decyzja (rodzaje decyzji), proces decyzyjny, wariant decyzyjny, warunek ograniczający decyzję. Typologia decyzji kierowniczych węglug różnych kryteriów (okoliczności, stopnia złożoności, odniesienia do poziomu planowania – strategiczne, taktyczne, operacyjne, itp.) Partycypacja pracowników w procesach podejmowania decyzji (zarządzanie partycypacyjne). Metody grupowego podejmowania decyzji. Zalety i wady indywidualnego i grupowego podejmowania decyzji. Wdrażanie decyzji kierowniczych jako proces . Modele podejmowania decyzji (normatywne, deskryptywne). Bariery wdrożenia decyzji kierowniczych Błędy poznawcze, jako bariery podejmowania decyzji kierowniczych. Psychologiczne aspekty podejmowania decyzji (heurystyki i błędy poznawcze) Metody poszukiwania innowacyjnych rozwiązań/ocena i wybór optymalnych rozwiązań. Inżynieria kreatywności – wybrane proste i zaawansowane techniki twórczego myślenia. Metody twórczego myślenia wspierające diagnozę problemów decyzyjnych oraz generowania różnych wariantów rozwiązań Zasady podejmowania „lepszych” decyzji.

TWÓRCZOŚĆ I KREATYWNOŚĆ W BIZNESIE	Czym jest kreatywność i twórczość w biznesie? Perspektywy badawcze fenomenu twórczości w biznesie: psychologia, kognitywistyka, ewolucjonizm, filozofia, estetyka. Pojęcie psychologii twórczości. Typologie twórczości: znaczenie twórczości przyziemnej w biznesie; kreatywność little-c i big-C; kreatywność historyczna a osobista. Kreatywność, twórczość a innowacja (pola innowacji) Psychologiczne koncepcje twórczości: J.P. Guilforda (koncepcje inteligencji twórczej), Robert Weisberg (koncepcje wglądu i koncepcje alternatywne), Dean Simonton (typy kreatywności), Stenberg (teoria inwestycji, koncepcja 6P), Mihaly Csikszentmihalyi (kreatywność systemowa) Struktura i cechy procesu twórczego w biznesie: teoria odległych skojarzeń, test dziewięciu kropek, podejście asocjacyjne, myślenie dywergencyjne i konwergencyjne (cechy myślenia kreatywnego, kryteria oceny pomysłów) Wymiary wartości produktów twórczych a składniki poznawcze procesu twórczego: wgląd, uwaga, myślenie, pamięć, percepcja i wyobraźnia w procesie twórczym Ścieżki wspierania postaw twórczych w biznesie: trening kreatywności (technika 'burzy mózgu', lista Osborna, metoda trzech krzeseł Disneya, metoda sześciu kapeluszy); metody tworzenia pomysłów. Prokrastynacja a produktywność i kreatywność (badania Jihae Shin) Identyfikacja problemu do rozwiązania. Definicje i redefinicje problemu, techniki uściślania problemu Organizacyjne bariery w twórczym rozwiązywaniu problemów (mroczna kreatywność, kreatywność a psychopatologie) a znaczenie kreatywności w biznesie
CONTROLLING	Controlling jako podsystem zarządzania przedsiębiorstwem Zakres tematu: – definicja i zakres controllingu w przedsiębiorstwie – funkcje controllingu w przedsiębiorstwie – rodzaje controllingu w przedsiębiorstwie

	– metody i techniki stosowanie w celu wsparcia controllingu w przedsiębiorstwie Organizacja controllingu w przedsiębiorstwie Zakres tematu: – umiejscowienie controllingu w strukturze organizacyjnej przedsiębiorstwa – zadania controllera w przedsiębiorstwie – różnica pomiędzy rolą controllera a głównego księgowego i dyrektora finansowego w przedsiębiorstwie – instrumenty wykorzystywane przez controllera w przedsiębiorstwie – organizacja komórki controllingu w przedsiębiorstwie, – wykorzystanie oceny majątkowej i finansowej oraz analizy wskaźnikowej w ocenie przedsiębiorstwa Rachunek kosztów w firmie i rachunek marż pokrycia Zakres tematu: – znaczenie ewidencji kosztów i zdarzeń gospodarczych dla potrzeb controllingu, – rachunek kosztów w przedsiębiorstwie – istota zastosowania – rachunek marż pokrycia w przedsiębiorstwie – sposób opracowania – tradycyjne metody alokacji kosztów przedsiębiorstwie Ośrodki/centa odpowiedzialności w przedsiębiorstwie Zakres tematu: – pojęcie ośrodka/centra odpowiedzialności w przedsiębiorstwie – rodzaje ośrodków/centów odpowiedzialności w przedsiębiorstwie – zasady oceny ośrodków/centów odpowiedzialności w przedsiębiorstwie – analizy działalności ośrodka/centrum odpowiedzialności na przykładzie wybranych rodzajów centów odpowiedzialności

	Budżetowanie Zakres tematu: – rodzaje i metody budżetowania Budżet w przedsiębiorstwie – przykład tworzenia budżetu Analiza i raportowanie wykonanie budżetu w ciągu roku Balanced Scorecard w przedsiębiorstwie
KIEROWANIE ZESPOŁEM	Kontekst dla pracy zespołowej dziś - zjawiska społeczne, technologiczne, psychologiczne wpływające na sposób w jaki pracują zespoły. Praca zdalna jako nowa forma pracy - korzyści i negatywne skutki dla pracownika. Fazy rozwoju zespołu, a rola Lidera. Źródła wiedzy o członkach zespołu. Pojęcie kompetencji i jego użyteczność dla budowania zespołów. Rodzaje pytań i narzędzia sprawdzające kompetencje. Trudności występujące w zarządzaniu zespołami. Zarządzanie sytuacyjne w zarządzaniu zespołem. Zadania i rola lidera. Możliwe praktyczne metody do zastosowania w sytuacyjnym zarządzaniu zespołu. Metody ewaluacji tego, co dzieje się w zespole. Uważna komunikacja jako podstawowe narzędzie pracy zespołowej. Uważność jako baza dla komunikacji. Różne rodzaje rozmów, ich zastosowanie. Rodzaje pytań w rozmowach. Trudne sytuacje w zespole – konflikty, opór w reakcji na zmianę, mierzenie się z różnorodnością, inne trudne sytuacje w cyklu życia zespołu. Możliwe bariery w pracy zespole. Możliwe sposoby reagowania lidera w sytuacjach trudnych w zespole.
INWESTYCJE KAPITAŁOWE	Wprowadzenie do rynku kapitałowego. Funkcje oraz podstawowy podział papierów wartościowych. Instytucje rynku kapitałowego. Inwestycje w obligacje. Inwestycje w akcje Fundusze inwestycyjne. Fundusze

	Wykorzystania instrumentów rynku kapitałowego w III filarze emerytalnym (IKZE, IKZE, PPE i PPK)
PSYCHOLOGIA MARKETINGU	Ekonomia informacji – rola komunikowania marketingowego w niwelowaniu asymetrii informacji na rynku Marketing jako narzędzie niwelowania asymetrii informacji na rynku Ekonomia behawioralna – racjonalność konsumentów Procesy decyzyjne konsumentów Postawy konsumentów Rola narzędzi komunikowania marketingowego w kształtowaniu postaw i procesów decyzyjnych konsumentów
EFEKTYWNOŚĆ PRACY ZESPOŁOWEJ	Efektywność zespołu. Budowanie efektywnie funkcjonującego zespołu. Dynamika zespołu. Dysfunkcje zespołu. Kompetencje zespołowe. Efektywne komunikowanie się i rozwiązywanie konfliktów w pracy zespołowej. Budowanie klimatu zespołowego i relacji interpersonalnych w zespole. Rola lidera w motywowaniu zespołu oraz efektywnym zarządzaniu działaniami zespołu w czasie. Znaczenie informacji zwrotnej w systemie oceny pracowniczej dla efektywności działań zespołu. Facylitacja jako narzędzie do poprawy efektywności w pracy zespołowej.

II. PROGRAM STUDIÓW

Informacja o proponowanych specjalnościach kształcenia oferowanych w danym cyklu kształcenia
- Zarządzanie zasobami ludzkimi,
- Zarządzanie przedsiębiorstwem

A) PRZYPORZĄDKOWANIE KIERUNKU STUDIÓW DO DYSYCYPLIN NAUKOWYCH

L.p.	Dyscypliny naukowe	% PUNKTÓW ECTS
1.	Nauki o zarządzaniu i jakości	65,5
2.	Ekonomia i finanse	34,5

B) PODSTAWOWE WSKAŹNIKI ECTS OKREŚLONE DLA PROGRAMU STUDIÓW

Nazwa wskaźnika	Liczba punktów ECTS
Łączna liczba punktów ECTS, jaką student musi uzyskać w ramach zajęć prowadzonych z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich lub innych osób prowadzących zajęcia	STUDIA NIESTACJONARNE 60,9
Łączna liczba punktów ECTS przyporządkowana zajęciom kształtującym umiejętności praktyczne	96,3
Łączna liczba punktów ECTS, jaką student musi uzyskać w ramach zajęć z dziedziny nauk humanistycznych lub nauk społecznych – w przypadku kierunków studiów przyporządkowanych do dyscyplin w ramach dziedzin innych niż odpowiednio nauki humanistyczne lub nauki społeczne	5
Łączna liczba punktów ECTS przyporządkowana zajęciom do wyboru	87
Łączna liczba punktów ECTS przyporządkowana praktykom zawodowym	40

C) WYMIAR, ZASADY I FORMY ODBYWANIA PRAKTYK ZAWODOWYCH

Praktyki zawodowe stanowią integralną część programu studiów pierwszego i drugiego stopnia, co zgodnie z wymaganiami programowymi dla studiów o praktycznym profilu kształcenia, jest odzwierciedleniem zawodowego charakteru studiów.

Procedury organizacji praktyk zawodowych są sformalizowane. Główne założenia dotyczące praktyk zostały określone w regulaminie praktyk oraz procedurze organizacji praktyk. Praktyki zawodowe są obowiązkowe i każdy student jest zobowiązany do ich zaliczenia w trakcie trwania nauki.

Zgodnie z programem studiów, na studiach I stopnia praktyka realizowana jest w wymiarze 6 miesięcy, a przypisano jej 40 punkty ECTS, natomiast w przypadku studiów II stopnia zaplanowana jest na 3 miesiące, a przypisano jej 20 punktów ECTS.

Realizacja zawodowych praktyk studenckich ma na celu praktyczną weryfikację efektów uczenia się, poszerzenie kompetencji i umiejętności studenta. Praktyka obejmować powinna obserwację oraz czynne uczestnictwo w różnych formach działań realizowanych przez daną organizację.

Ważnym jej celem jest pogłębianie, rozwijanie i doskonalenie kompetencji studenta niezbędnych do wykonywania zawodu związanego z kierunkiem studiów.

Praktyki na kierunku zarządzanie mogą odbywać się w instytucjach sektora finansowego, międzynarodowych korporacjach, przedsiębiorstwach dowolnego rodzaju działalności, organizacjach

sektora publicznego, agencjach reklamowych, konsultingowych i szkoleniowych, organach administracji lokalnej, samorządowej i państwowej.

Miejsce realizowania praktyk musi dawać możliwość osiągnięcia zakładanych efektów uczenia się dla programu praktyk zawodowych i odpowiadać kierunkowi studiów. W ramach obowiązkowych praktyk dopuszcza się następujące formy praktyk: praktyka może być realizowana w organizacji znajdującej się w bazie praktyk zawodowych Biura Karier i Praktyk, gdyż uczenia zapewnia studentom, w ramach partnerstw biznesowych miejsca odbywania praktyk. Jak również dopuszcza się, że miejsce praktyk może zostać pozyskane przez studenta, przy czym zostaje ono wcześniej zatwierdzone przez merytorycznego opiekuna praktyk zgodnie z określonymi przez uczelnię kryteriami.

Praktyki zawodowe na uczelni organizuje i koordynuje Biuro Karier i Praktyk.

D) SPOSOBY WERYFIKACJI I OCENY EFEKTÓW UCZENIA SIĘ OSIĄGANYCH PRZEZ STUDENTA W TRAKCIE CAŁEGO CYKLU KSZTAŁCENIA

W procesie monitorowania stopnia osiągnięcia efektów uczenia uczestniczą: koordynator przedmiotu, metodyk, menedżer kierunku, prodziekan ds. jakości kształcenia oraz Komisja ds. zapewniania jakości prac dyplomowych i recenzji na studiach I i II stopnia, dziekan.

Weryfikacja osiągania efektów uczenia przez poszczególnych studentów rozumiana jest jako potwierdzenie przy użyciu zdefiniowanych narzędzi i kryteriów, że zostały spełnione przez studenta wyspecyfikowane wymagania określone dla postawionego zadania.

Zasadniczym obszarem bezpośredniego pomiaru efektów uczenia są przedmioty nauczania. Każdy przedmiot został zdefiniowany w kartach przedmiotów pod kątem efektów uczenia się, treści programowych, w ramach których osiągany jest dany efekt oraz metod weryfikacji osiągania przez studentów poszczególnych efektów uczenia się.

Efekty uczenia się weryfikowane są przez zastosowanie adekwatnie dobranych metod:

- efekty uczenia się w zakresie wiedzy zwykle weryfikowane są poprzez: egzaminy pisemne i ustne, kolokwia, quizy i testy,
- umiejętności najczęściej weryfikowane są poprzez wykonywanie ćwiczeń, rozwiązywanie zadań, opracowanie studiów przypadków, projekty, obserwację, portfolio i ocenę aktywności (efektów pracy studenta) na zajęciach,
- osiąganie przez studenta efektów uczenia w zakresie kompetencji społecznych zwykle weryfikowane jest poprzez ocenę różnorakich aktywności i rozwiązywanie problemów na zajęciach oraz ocenę pracy nad projektem, a także ocenę prezentacji wyników projektu.

W ramach każdego z narzędzi nauczyciel akademicki ustala kryteria i sposób oceny czy dany efekt został osiągnięty przez studenta.

Narzędziami pośredniego pomiaru zakresu realizacji efektów uczenia są:

- ankiety oceny zajęć dydaktycznych przez studentów – dzięki wynikom ankiet uzyskuje się informacje dotyczące sposobu postrzegania procesu kształcenia z perspektywy studentów oraz ich oceny pracy wykładowców, co pozwala na zdiagnozowanie obszarów nauczania przedmiotowego wymagających korekt i działań naprawczych, umożliwia także wytypowanie dobrych praktyk i rozwiązań dydaktycznych wartych promowania w praktyce nauczania,
- hospitacje metodyczne – umożliwiają ocenę możliwości realizacji założonych dla przedmiotów efektów uczenia na podstawie analizy przebiegu procesu dydaktycznego oraz ewentualne wprowadzenie modyfikacji w zakresie stosowanych metod i technik dydaktycznych oraz sposobu budowania relacji pomiędzy wykładowcą a grupami studenckimi.

Na uzyskanie zakładanych umiejętności i kompetencji oraz na opanowanie oczekiwanej wiedzy, pozwala właściwy dobór metod kształcenia. Wybór metod zależy od wielu czynników, w tym zwłaszcza od formy zajęć, od sformułowanych celów nauczania, planowanych szczególnych zadań dydaktycznych, wreszcie od przedmiotu nauczania i efektów uczenia zdefiniowanych dla danego przedmiotu.

Wykładowca może określić własne metody dydaktyczne lub wybrać spośród metod opartych o dowolną typologię metod nauczania/uczenia się. W zależności od formy zajęć (wykład/ ćwiczenia/ laboratorium), wykładowcy mogą planować pracę w oparciu o:

- metody podające (oparte na uczeniu się przez przyswajanie): wykład, wykład konwersatoryjny, wykład z prezentacją multimedialną, nauczanie wyprzedzające (analiza gotowych treści np. w opracowaniu, poprzedzona zadaniami w formie poleceń i pytań) i in.,
- metody poszukujące (oparte na samodzielnym pozyskiwaniu wiedzy): metoda zadań do samodzielnego wykonania, gry dydaktyczne, analiza przypadku (case study), dyskusja, symulacja, metoda projektu in.,
- metody waloryzacyjne (eksponujące systemy wartości): dyskusja, gry symulacyjne, analiza przypadku i in.,
- metody praktyczne/ ćwiczeniowe (treningowe): rozwiązywanie zadań/ ćwiczeń, trening kompetencji (asertywności, projektowania np. graficznego, sporządzania bilansu, komunikacji w zespole, twórczości, orientacji w terenie, projektowania działań, pisania raportu, sporządzania diagnozy) i in.

Wykładowcy planujący zajęcia dydaktyczne w terenie, poza siedzibą uczelni, chętnie wybierają: wyjazd studyjny, wycieczkę, czy też udział w imprezach i wydarzeniach organizowanych przez podmioty spoza uczelni (konferencje, spotkania, wystawy, rajdy i gry terenowe), ćwiczenia w terenie, badania terenowe, szkolenia.

Wykładowej formie zajęć, a także osiąganiu efektów uczenia się w obszarze wiedzy służą metody podające, jednak wzbogacone o elementy metod poszukujących, czy też waloryzacyjnych, gdyż uczeniu się osób dorosłych nie sprzyja opieranie się wyłącznie na uczeniu się przez przyswajanie, wielokroć skuteczniejszym jest proces uczenia się, w którym student wykazuje aktywność poznawczą, w tym zwłaszcza poszukującą.

Dydaktycy planujący ćwiczenia i laboratoria wybierają różnorakie metody, w tym poszukujące i waloryzacyjne. Często też czerpią z zasobów metod praktycznych, co jest szczególnie cenne w aspekcie procesu kształcenia realizowanego na kierunku o profilu praktycznym. Zastosowanie metod ćwiczeniowych oraz poszukujących sprzyja osiąganiu efektów uczenia się w obszarze umiejętności oraz kompetencji społecznych.

Szczególnym elementem w systemie pomiaru efektów uczenia osiąganych przez studentów jest seminarium – na studiach I stopnia jest to zespołowa praca dyplomowa (licencjacka) o charakterze projektowym oraz obrona tego projektu.

Na podstawie udziału studentów w seminarium oraz realizacji i obrony pracy dyplomowej dokonywany jest pomiar szerokiego spectrum efektów z obszaru wiedzy i umiejętności kierunkowych oraz kompetencji społecznych absolwentów. Pomiar ten dokonywany jest według jednolitych zasad i kryteriów, adekwatnie do przyjętych dla prac dyplomowych założeń oraz wytycznych, wyszczególnionych w odrębnej dokumentacji.

Szczególną rolę pełni Komisja ds. jakości prac dyplomowych i recenzji na studiach I oraz II stopnia. Zadaniem niniejszego podmiotu jest opiniowanie tematów prac dyplomowych pod kątem ich zgodności z kierunkiem studiów, ocena jakości prac dyplomowych, a także ocena jakości recenzji prac dyplomowych: opinii recenzenta oraz opinii promotora.

Uczelnia korzysta z elektronicznego systemu obron, który nie tylko został zintegrowany z Jednolitym Systemem Antyplagiatowym, dzięki któremu weryfikowany jest poziom zapożyczeń, ale

system ten pozwala na efektywniejszy i skuteczniejszy sposób prowadzenia obron prac dyplomowych, a także na ich nadzorowanie i kontrolowanie, w tym ocena pracy dyplomowej recenzenta, jak i promotora dokonywana jest na podstawie identycznych kryteriów dedykowanych danemu kierunkowi i stopniowi studiów.

W wyniku analizy w/w obszarów koordynatorzy przedmiotów we współpracy z metodykiem i menedżerem dokonują ewaluacji i modyfikacji programów i metod kształcenia.

E) WYKAZ ZAJĘĆ LUB GRUPY ZAJĘĆ Z PRZYPISANIEM PUNKTÓW ECTS

ZARZĄDZANIE (STUDIA I STOPNIA) STUDIA NIESTACJONARNE ONLINE

L.P.	PRZEDMIOT	FORMA ZALICZENIA			ROK I								ROK II								ROK III							
					sem I				sem II				sem III				sem IV				sem V				sem VI			
		W	Ć	ES	W	Ć	E-learning	ECTS	W	Ć	E-learning	ECTS	W	Ć	E-learning	ECTS	W	Ć	E-learning	ECTS	W	Ć	E-learning	ECTS	W	Ć	E-learning	ECTS
PRZEDMIOTY PODSTAWOWE I KIERUNKOWE:		**1056**			**0**	**60**	**166**	**21**	**0**	**64**	**136**	**23**	**0**	**66**	**228**	**29**	**0**	**80**	**134**	**22**	**0**	**38**	**32**	**8**	**0**	**12**	**40**	**4**
1	JĘZYK OBCY		Z											16	60	7		16	60	7								
2	METODYKA PRACY PROJEKTOWEJ		Z				42	2			32	2			32	2			10	1								
3	EGZAMIN SEMESTRALNY		E			2		2		2		2		2		2		2		2		2		2				
4	BHP		zal				4	0																				
5	WYZWANIA RYNKU PRACY		Z												16	1												
6	KOMUNIKACJA W BIZNESIE		Z			20	8	3																				
7	PODSTAWY ZARZĄDZANIA		Z			6	32	4																				
8	MATEMATYKA W ZARZĄDZANIU		Z			20	16	4																				
9	PODSTAWY MARKETINGU		Z			6	32	3																				
10	PODSTAWY PRAWA		Z			6	32	3																				
11	TECHNOLOGIA INFORMACYJNA		Z							6	16	2																
12	PODSTAWY EKONOMII		Z							6	32	5																
13	PSYCHOLOGIA W ZARZĄDZANIU		Z							16	16	4																
14	RYNEK FINANSOWY		Z							12	8	3																
15	ZARZĄDZANIE PROJEKTAMI		Z							6	32	3																
16	NEGOCJACJE W BIZNESIE		Z							16		2																
17	ZARZĄDZANIE KAPITAŁEM LUDZKIM		Z											24	16	4												
18	STATYSTYKA		Z											6	40	4												
19	PODSTAWY LOGISTYKI		Z											6	32	3												
20	ETYKA W BIZNESIE		Z												16	3												
21	BADANIA MARKETINGOWE		Z															20		2								
22	RACHUNKOWOŚĆ FINANSOWA		Z															20	16	4								
23	PODSTAWY ZARZĄDZANIA STRATEGICZNEGO		Z											12	16	3												
24	ZARZĄDZANIE JAKOŚCIĄ		Z															6	32	3								
25	FINANSE PRZEDSIĘBIORSTWA		Z																			20	16	3				
26	PODSTAWY PRZEDSIĘBIORCZOŚCI		Z															16	16	3								
27	OCENA WYNIKÓW DZIAŁALNOŚCI GOSPODARCZEJ		Z																			16	16	3				
28	ECOLOGY AND ENVIRONMENTAL PROTECTION		Z																							6	20	2
29	CULTURAL DIFFERENCES		Z																							6	20	2
PRZEDMIOTY SPECJALNOŚCIOWE:		**1224**			**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**24**	**16**	**6**	**0**	**552**	**32**	**31**	**0**	**568**	**32**	**36**
1	PRZEDMIOTY SPECJALNOŚCIOWE OBOWIĄZKOWE		Z															16	16	4		48	32	8		64	32	12
2	SEMINARIUM DYPLOMOWE		Zal/Z															8		2		24		3		24		4
3	PRAKTYKA ZAWODOWA		Zal																			480		20		480		20
OGÓŁEM GODZINY ZORGANIZOWANE (ĆWICZENIA, E-LEARNING)		**2280**			**0**	**60**	**166**	**21**	**0**	**64**	**136**	**23**	**0**	**66**	**228**	**29**	**0**	**104**	**150**	**28**	**0**	**590**	**64**	**39**	**0**	**580**	**72**	**40**
					226				**200**				**294**				**254**				**654**				**652**			

ECTS	**180**
W	**0**
Ć	**1464**
E-LEARNING	**816**
ŁĄCZNA LICZBA GODZIN KONTAKTOWYCH (ĆWICZENIA)	**1464**
PRACA WŁASNA (W TYM E-LEARNING)	**3111**

godz. ćw w sali/liczba zjazdów w sem.					
58/2-3	62/2-3	48/2-3	78/3	84/3	76/3

ZARZĄDZANIE (STUDIA I STOPNIA)												
SPECJALNOŚĆ: ZARZĄDZANIE ZASOBAMI LUDZKIMI												
L.P.	PRZEDMIOT	FORMA ZALICZENIA	ROK II			ROK III						ECTS
			sem IV			sem V			sem VI			
			W	Ć	E-learning	W	Ć	E-learning	W	Ć	E-learning	
1	Dobór pracowników	Z		16								2
2	Prawo pracy	Z			16							2
3	Ocena pracowników	Z					16					2
4	Metody i ścieżki rozwoju pracowników	Z					16					2
5	Strategie ZZL	Z						16				2
6	Komunikacja w organizacji	Z					16					2
7	Employer branding	Z									16	2
8	Kształtowanie struktury wynagrodzeń	Z								16		2
9	Kierowanie zespołem	Z								16		2
10	Psychologiczne aspekty podejmowania decyzji	Z									16	2
11	Prowadzenie dokumentacji kadrowo-płacowej	Z								16		2
12	Narzędzia IT w ZZL	Z								16		2
SUMA GODZIN ZORGANIZOWANYCH		**128**	**0**	**16**	**16**	**0**	**48**	**16**	**0**	**64**	**32**	**24**

ZARZĄDZANIE (STUDIA I STOPNIA)												
SPECJALNOŚĆ: ZARZĄDZANIE PRZEDSIĘBIORSTWEM												
L.P.	PRZEDMIOT	FORMA ZALICZENIA	ROK II			ROK III						ECTS
			sem IV			sem V			sem VI			
			W	Ć	E-learning	W	Ć	E-learning	W	Ć	E-learning	
1	Administracyjne uwarunkowania prowadzenia działalności gospodarczej	Z		16								2
2	Analiza strategiczna przedsiębiorstwa	Z			16							2
3	Przedsiębiorstwo na rynku kapitałowym	Z						16				2
4	Pozyskiwanie i budowa lojalności klienta	Z					16					2
5	Metody i ścieżki rozwoju pracowników	Z					16					2
6	Decyzje kierownicze	Z					16					2
7	Twórczość i kreatywność w biznesie	Z									16	2
8	Controlling	Z								16		2
9	Kierowanie zespołem	Z								16		2
10	Inwestycje kapitałowe	Z								16		2
11	Psychologia marketingu	Z									16	2
12	Efektywność pracy zespołowej	Z								16		2
SUMA GODZIN ZORGANIZOWANYCH		**128**	**0**	**16**	**16**	**0**	**48**	**16**	**0**	**64**	**32**	**24**