



Uniwersytet WSB Merito w Poznaniu  
Wydział Ekonomiczny w Szczecinie

Program studiów

Dla kierunku

„Zarządzanie”

Studia I Stopnia – ścieżka online

Studia: stacjonarne/niestacjonarne  
(wskazać formę lub formy studiów)

Profil: praktyczny  
(ogólnoakademicki / praktyczny)

Rok akademicki 2026/2027

## I. OGÓLNA CHARAKTERYSTYKA KIERUNKU STUDIÓW

<b>nazwa kierunku studiów</b>	<b>ZARZĄDZANIE</b>
<b>Poziom kształcenia</b> (studia pierwszego stopnia / studia drugiego stopnia / jednolite studia magisterskie)	<b>Studia pierwszego stopnia</b>
<b>Profil kształcenia</b>	praktyczny
<b>Forma studiów</b> stacjonarne/niestacjonarne	<b>stacjonarne i niestacjonarne</b>
<b>Czas trwania studiów (w semestrach)</b>	<b>6</b>
<b>Łączna liczba punktów ECTS dla danej formy studiów.</b>	<b>180</b>
<b>Łączna liczba godzin określona w programie studiów</b>	<b>Studia niestacjonarne</b> <b>2272</b>
<b>Tytuł zawodowy nadawany absolwentom</b>	<b>licencjat</b>
<b>Wymiar praktyk zawodowych.</b>	<b>960 godzin</b>
<b>Język prowadzenia studiów</b>	<b>polski</b>
<b>Rok rozpoczęcia cyklu kształcenia</b>	<b>2026</b>

## II. EFEKTY UCZENIA SIĘ

symbol efektu	opis efektów uczenia się dla absolwenta studiów I stopnia na kierunku Zarządzanie	kod uniwersalnej charakterystyki poziomu drugiego dla kwalifikacji na poziomie VI
<b>WIEDZA</b>		
<b>Absolwent zna i rozumie:</b>		
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

<b>UMIEJĘTNOŚCI</b>		
<b>Absolwent potrafi:</b>		
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
<b>KOMPETENCJE SPOŁECZNE</b>		
<b>Absolwent jest gotów do:</b>		
Z_I_K01	zdobycia 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	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

### **III. ZAJĘCIA LUB GRUPY ZAJĘĆ NIEZŁAŻNIE OD FORMY PROWADZENIA WRAZ Z PRZYPISANIEM DO NICH EFEKTÓW UCZEANI SIĘ I TREŚCI PROGRAMOWYCH ZAPEWNIĄJĄCYCH UZYSKANIE EFEKTÓW**

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



SYMBOL EFEKTU UCZENIA SIĘ	Z_I_W01	Z_I_W02	Z_I_W03	Z_I_W04	Z_I_W05	Z_I_W06	Z_I_W07	Z_I_W08	Z_I_W09	Z_I_W10	Z_I_W11	Z_I_W12	Z_I_W13	Z_I_W14	Z_I_W15	Z_I_W16	Z_I_W17	Z_I_W18	Z_I_W19	Z_I_W20	Z_I_U01	Z_I_U02	Z_I_U03	Z_I_U04	Z_I_U05	Z_I_U06	Z_I_U07	Z_I_U08	Z_I_U09	Z_I_U10	Z_I_U11	Z_I_U12	Z_I_U13	Z_I_U14	Z_I_U15	Z_I_U16	Z_I_U17	Z_I_U18	Z_I_U19	Z_I_U20	Z_I_U21	Z_I_U22	Z_I_U23	Z_I_U24	Z_I_U25	Z_I_U26	Z_I_K01	Z_I_K02	Z_I_K03	Z_I_K04									
<b>specjalność: Zarządzanie zasobami ludzkimi</b>																																																											
Dobór pracowników				x								x																									x		x							x		x											
Prawo pracy			x										x																																														
Ocena pracowników					x		x		x																																																		
Metody i ścieżki rozwoju pracowników										x						x																																											
Strategie ZZL							x			x								x																																									
Komunikacja w organizacji			x	x																																																							
Employer branding			x		x																																																						
Kształtowanie struktury wynagrodzeń	x		x																																																								
Kierownie zespołem						x	x																																																				
Psychologiczne aspekty podejmowania decyzji													x																																														
Prowadzenie dokumentacji kadrowo-płacowej																																																											
Narzędzia IT w ZZL																																																											
<b>specjalność: Zarządzanie przedsiębiorstwem</b>																																																											
Administracyjne uwarunkowania prowadzenia działalności gospodarczej	x																																																										
Analiza strategiczna przedsiębiorstwa																																																											
Przedsiębiorstwo na rynku kapitałowym																																																											
Pozyskiwanie i budowa lojalności klienta																																																											
Metody i ścieżki rozwoju pracowników																																																											
Decyzje kierownicze																																																											
Twórczość i kreatywność w biznesie																																																											
Controlling																																																											
Kierowanie zespołem																																																											
Inwestycje kapitałowe																																																											
Psychologia marketingu																																																											
Efektywność pracy zespołowej																																																											

**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 (angielski)	Poszukiwanie pracy/stażu/praktyk – analiza ofert pracy, szukanie rekomendacji u znajomych, słownictwo związane z oferowanymi warunkami pracy (słuchanie, czytanie); gramatyka – okresy warunkowe; Rozmowa kwalifikacyjna – zachowania związane z rozmową kwalifikacyjną, szukanie silnych i słabych stron, mowa ciała, zarządzanie stresem, pisanie efektywnego CV (słuchanie, czytanie); gramatyka – czasy przeszłe, opisywanie przeszłych doświadczeń; Moje zadania w pracy, podział odpowiedzialności, struktura firmy, pisanie korespondencji formalnej (słuchanie, czytanie); gramatyka – rzeczowniki policzalne i niepoliczalne; Onboarding – wprowadzenie nowej osoby w struktury i zasady firmy; rozumienie regulaminów oraz instrukcji (czytanie, słuchanie), gramatyka – strona bierna; Organisation – organizacja; Funkcjonowanie firmy: obsługa klienta, Internet, technologie, reklama, zarządzanie projektem i komunikacja w firmie (czytanie i słuchanie), gramatyka – czasy Perfect; Prezentacje – techniki prezentacyjne i oddziaływanie na słuchacza, prezentowanie danych, skuteczny początek i mocne zakończenie prezentacji (czytanie i słuchanie); gramatyka – relative clauses; Techniki i strategie negocjacyjne, wady i zalety outsourcingu, negocjacje z klientem, wyrażanie argumentów i opinii (czytanie i słuchanie); gramatyka – mowa zależna; Podróże służbowe – organizacja podróży, środki transportu, rezerwowanie noclegu i reagowanie na problemy, korespondencja związana z podróżą służbową (czytanie i słuchanie); gramatyka – wyrażanie przyszłości
JĘZYK OBCY (niemiecki)	Poszukiwanie pracy/stażu/praktyk – analiza ofert pracy, rekomendacje, słownictwo warunków pracy, gramatyka – tryb rozkazujący; Rozmowa kwalifikacyjna – zachowania, mocne i słabe strony, mowa ciała, zarządzanie stresem, pisanie CV, gramatyka – zdania pytające; Nowa praca – orientacja w nowym miejscu pracy, wideokonferencje, analiza e-maili, gramatyka – czasownik oddzielnie złożony; Spotkanie z klientami – ustalanie terminu i agendy, gramatyka – czasowniki modalne; Prezentacja produktów firmy – prezentacja usług i produktów, rozmowy pracowników, gramatyka – odmiana przymiotnika; Obsługa klienta – zapytania, rozmowy telefoniczne, gramatyka – Konjunktiv II; Zamawianie towarów – rozmowa o zamówieniu, gramatyka – liczby porządkowe; Zakończenie praktyk – analiza zaświadczenia, gramatyka – spójniki weil, denn, dass
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 zapamiętać (płytkie przetwarzanie informacji)

	<p>- co zrobić, żeby zapamiętać (głębokie przetwarzanie informacji)</p> <p>Notowanie</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- czemu służy zapisywanie?</li> <li>- klasyczna notatka linearna – jak notować mądrze, a nie - dużo</li> <li>- notatka nielinearna – jak tworzyć mapy myśli zgodnie z koncepcją Tony’ego Buzana?</li> <li>- nieklasyczna notatka linearna – jak to się robi na Uniwersytecie Cornella?</li> </ul> <p>Słaba silna wola – czy na pewno istnieje takie zjawisko?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- powody odkładania na potem</li> <li>- jak być produktywnym mimo pokus</li> <li>- jak formułować wyzwania dla siebie (cel opracowany z pomocą metody SMART)</li> </ul> <p>Komunikacja wizualna i wprowadzenie do tworzenia prezentacji</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Myślenie wizualne</li> <li>• Typowe błędy w prezentacjach</li> <li>• Szum vs. sygnał, czyli co zrobić, żeby przekazywanie informacji było skuteczne</li> <li>• Typy prezentacji</li> <li>• Analiza – dekonstrukcja prezentacji TED (case study)</li> </ul> <p>Analiza</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 7 pytań do Twojej publiczności według Nancy Duarte</li> <li>• Dlaczego przygotowujesz prezentację?</li> <li>• W jaki sposób prezentacja będzie pomagać Ci w trakcie wystąpienia?</li> <li>• Co chcesz osiągnąć?</li> <li>• Jakimi zasobami dysponujesz?</li> <li>• Dlaczego ludzie mają Cię słuchać?</li> </ul> <p>Projektowanie</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Definiowanie celów ogólnych i szczegółowych prezentacji</li> <li>• Rozwinięcie celów w narrację</li> <li>• Typy i cele prezentacji (informacyjne, perswazyjne, edukacyjne, aktywujące, inspirujące, motywujące, bawiące)</li> <li>• Modele prezentacji i cele za nimi stojące</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>o Twitter pitch</li> <li>o Elewator pitch</li> <li>o Pecha Kucha</li> <li>o Ignite</li> <li>o TED</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Wizualizacja</li> </ul> <p>Tworzenie</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Efektywna praca w Powerpoint</li> <li>• Siatka w przestrzeni projektowej</li> <li>• Praca z tekstem</li> <li>• Praca z grafiką</li> <li>• Wizualizacja danych</li> <li>• Animacje</li> <li>• Przygotowanie do wystąpienia</li> </ul> <p>Dostarczanie</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Przygotowanie</li> <li>• Jak radzić sobie z tremą?</li> <li>• Co, gdy sprzęt zawodzi?</li> </ul> <p>Ewaluacja</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ocena jakości prezentacji i wystąpienia</li> </ul>
--	--

	<p>Metoda projektu:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- historia metody projektu,</li> <li>- myślenie projektowe,</li> <li>- elementy projektu.</li> </ul> <p>Etapy pracy nad projektem:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- inicjacja,</li> <li>- planowanie,</li> <li>- realizacja,</li> <li>- ewaluacja projektu,</li> <li>- prezentacja efektów.</li> </ul> <p>Zespół projektowy:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- podział ról,</li> <li>- zasady współpracy w zespole,</li> <li>- fazy rozwoju zespołu,</li> <li>- metody zarządzania zasobami ludzkimi w projekcie.</li> </ul> <p>Diagnozowanie potrzeb/problemów:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- znaczenie diagnozowania potrzeb w projekcie,</li> <li>- sposoby diagnozowania potrzeb /problemów,</li> <li>- błędy w procesie diagnozowania potrzeb /problemów.</li> </ul> <p>Cele i rezultaty projektu:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- cele ogólne,</li> <li>- rezultaty projektu,</li> <li>- metoda SMART.</li> </ul> <p>Ryzyka w projekcie:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- identyfikacja ryzyka,</li> <li>- ocena ryzyka,</li> <li>- monitorowanie i kontrola ryzyka.</li> </ul> <p>Komunikacja w projekcie:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- metody komunikacji w projekcie,</li> <li>- zasady skutecznej komunikacji w projekcie,</li> <li>- zarządzanie komunikacją w projekcie.</li> </ul> <p>Monitoring i ewaluacja projektu:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- monitoring a ewaluacja,</li> <li>- rodzaje i kryteria ewaluacji,</li> <li>- znaczenie ewaluacji w projekcie.</li> </ul> <p>Zmiana projektowa:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- zarządzanie zmianą w projekcie,</li> <li>- metody zarządzania zmianą w projekcie.</li> </ul> <p>Narzędzia i metodyki zarządzania projektami:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- matryca logiczna projektu,</li> <li>- harmonogram,</li> <li>- karta projektu,</li> <li>- raport o stanie projektu,</li> <li>- wybrane metodyki i standardy zarządzania projektami.</li> </ul>
BHP	<p>Wprowadzenie do problematyki bezpieczeństwa i higieny pracy</p> <p>Prawne aspekty bezpieczeństwa i higieny pracy</p> <p>Pomieszczenia i warunki środowiskowe</p> <p>Charakterystyka zagrożeń</p> <p>Pracownie na uczelni</p> <p>Wypadki na uczelni</p> <p>Ochrona przeciwpożarowa</p> <p>Pierwsza pomoc w nagłych wypadkach</p>

<p>WYZWANIA RYNKU PRACY</p>	<p>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.</p> <p>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.</p> <p>„Ty” na rynku pracy – Twoja postawa, wiedza, umiejętności, typ osobowości.</p> <p>Przygotowanie do przeprowadzenia analizy SWOT. Wyznaczenie/Rewizja celów zawodowych.</p> <p>Przygotowanie do rozmowy rekrutacyjnej. Praca nad autoprezentacją własnej kandydatury.</p>
<p>KOMUNIKACJA W BIZNESIE</p>	<p>Pojęcie i istota komunikacji</p> <p>Znaczenie autoprezentacji i elementy budowy marki osobistej</p> <p>Podstawowe narzędzia komunikacji werbalnej i niewerbalnej</p> <p>Wystąpienia publiczne – cele, struktura, analiza audytorium, przyciąganie uwagi</p> <p>Komunikacja interpersonalna w aspekcie różnic międzykulturowych</p>
<p>PODSTAWY ZARZĄDZANIA</p>	<p>Wprowadzenie do zarządzania. Skuteczność i sprawność działania jako podstawowe przesłanki zarządzania. Praca menedżera – podstawowe role i umiejętności menedżerskie, źródła umiejętności menedżerskich</p> <p>Klasyczne, behawioralne i ilościowe podejście do zarządzania oraz podejścia integrujące. Współczesne wyzwania zarządzania.</p> <p>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.</p> <p>Środowiskowy kontekst organizacji.</p> <p>Kultura organizacji, stosunki organizacji z jej otoczeniem (5 sił konkurencji).</p> <p>Funkcja zarządzania: planowanie i podejmowanie decyzji.</p> <p>Klasyczny i administracyjny model podejmowania decyzji.</p> <p>Grupowe podejmowanie decyzji w organizacjach – rodzaje, wady, zalety.</p> <p>Funkcja zarządzania: organizowanie.</p> <p>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.</p> <p>Funkcja zarządzania: przewodzenie.</p> <p>Istota i znaczenie przywództwa w zarządzaniu. Przywództwo a władza. Podejście behawioralne. Podejścia sytuacyjne (teoria NPW, teoria ścieżki do celu, drzewo decyzyjne Vrooma). Siatka kierownicza.</p> <p>Środowiskowy kontekst organizacji.</p> <p>Otoczenie i środowisko wewnętrzne organizacji, otoczenie zewnętrzne.</p> <p>Funkcja zarządzania: planowanie i podejmowanie decyzji.</p>

	<p>Proces podejmowania decyzji i planowania, cele organizacji, rodzaje planów organizacji i bariery w ustalaniu celów i planowaniu.</p> <p>Podejmowanie decyzji – istota, typy i warunki podejmowania decyzji.</p> <p>Funkcja zarządzania: organizowanie.</p> <p>Projektowanie stanowisk pracy – specjalizacja i jej alternatywy, grupowanie stanowisk pracy, ustalenie relacji podporządkowania, podział uprawnień decyzyjnych, działania koordynujące i rozróżnienia między stanowiskami.</p> <p>Funkcja zarządzania: przewodzenie.</p> <p>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 - upewnienie i uczestnictwo, nowe formy organizacji pracy.</p>
<p>MATEMATYKA W ZARZĄDZANIU</p>	<p>Funkcje elementarne-przegląd (bez arcusów). Przykłady: zbiór budżetowy, krzywa obojętności, krzywa popytu, funkcja kosztów.</p> <p>Pochodna funkcji jednej zmiennej. Przykład: koszt krańcowy, utarg krańcowy, zysk krańcowy, elastyczność funkcji</p> <p>Ekstrema i przedziały monotoniczności funkcji jednej zmiennej. Przykład zastosowania optymalizacyjnego.</p> <p>Pochodne funkcji dwóch zmiennych. Ekstrema bezwarunkowe funkcji dwóch zmiennych. Przykłady: kierunkowa krańcowa użyteczność, zastosowania w optymalizacji. 3C</p> <p>Całka nieoznaczona i oznaczona. Przykład: wartości średnie, łączny zysk, nadwyżka i strata konsumenta.</p> <p>Macierze, działania na macierzach, wyznaczniki, macierze odwrotne. Przykłady: macierz kosztów i nakładów.</p> <p>Układy równań liniowych.</p> <p>Układy nierówności liniowych. Przykład optymalnego planu produkcji.</p>
<p>PODSTAWY MARKETINGU</p>	<p>Filozofia i geneza marketingu. Orientacja marketingowa przedsiębiorstw. Rola marketingu w przedsiębiorstwie. Istota zrównoważonego marketingu.</p> <p>Analiza otoczenia bliższego i dalszego przedsiębiorstwa. System informacji marketingowej. Badania marketingowe. Metody i techniki badawcze. Analiza zachowań konkurentów. Typy klientów.</p> <p>Modele zachowań nabywczych. Segmentacja. Wybór segmentu docelowego i pozycjonowanie swojej oferty (STP). Kryteria segmentacji</p> <p>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.</p> <p>Istota ceny. Strategie cenowe. Uwarunkowania cen. Metody ustalania cen. Próg rentowności przedsiębiorstwa.</p> <p>Strategia dystrybucji. Kanały dystrybucji. Handel detaliczny – organizacja i formy sklepów. Dystrybucja fizyczna. Dystrybucja a logistyka.</p> <p>Komunikacja marketingowa. Cele i narzędzia komunikacji marketingowej, tj.: reklama, public relations i publicity, aktywizacja sprzedaży, sprzedaż osobista, marketing bezpośredni.</p>

	<p>Reklama – istota, klasyfikacja, funkcje, mechanizm oddziaływania na konsumenta. Etyka w reklamie.</p> <p>Planowanie kampanii reklamowej. Media, środki i nośniki reklamowe. Ocena skuteczności i efektywności kampanii reklamowej. Zasady tworzenia media planu.</p> <p>Istota i podział planowania w organizacji. Plan marketingowy – istota, struktura i funkcje.</p>
<p>PODSTAWY PRAWA</p>	<p>Co to jest prawo?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- prawo w znaczeniu podmiotowym i przedmiotowym</li> <li>- norma postępowania</li> <li>- norma prawna</li> <li>- akt normatywny</li> </ul> <p>Powstawanie prawa</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- formy tworzenia prawa</li> <li>- pojęcie źródeł prawa</li> <li>- proces stanowienia prawa we współczesnych państwach demokratycznych</li> <li>- źródła prawa i proces stanowienia prawa w Polsce</li> </ul> <p>Obowiązwanie, przestrzeganie i stosowanie prawa</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ogłoszenie i wejście w życie aktu normatywnego</li> <li>- pojęcie realizowania i przestrzegania prawa; znaczenie zasady „ignorantia iuris nocet”</li> <li>- pojęcie i rodzaje sankcji</li> <li>- pojęcie i etapy stosowania prawa; wykładnia prawa</li> </ul> <p>System prawa</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- cechy systemu prawa</li> <li>- typologia systemów prawa</li> <li>- podziały w ramach systemu prawa</li> </ul> <p>Podstawowe wiadomości z zakresu prawa konstytucyjnego</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- pojęcie i źródła prawa konstytucyjnego</li> <li>- zasady ustrojowe</li> <li>- konstytucyjny status jednostki</li> <li>- władze państwa</li> </ul> <p>Podstawowe wiadomości z zakresu prawa cywilnego</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- cechy i źródła prawa cywilnego</li> <li>- część ogólna</li> <li>- prawo rzeczowe</li> <li>- zobowiązania</li> <li>- prawo rodzinne i opiekuńcze</li> <li>- prawo spadkowe</li> <li>- postępowanie cywilne</li> </ul> <p>Podstawowe wiadomości z zakresu prawa karnego</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- pojęcie prawa karnego materialnego i jego źródła</li> <li>- przestępstwo</li> <li>- kary i środki karne</li> <li>- proces karny</li> </ul> <p>Podstawowe wiadomości z zakresu prawa administracyjnego</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- pojęcie i źródła prawa administracyjnego</li> <li>- administracja publiczna, jej ustrój i prawne formy działania</li> <li>- dziedziny administracyjnego prawa materialnego</li> </ul>

	<p>- postępowanie administracyjne Podstawowe wiadomości o innych gałęziach prawa</p> <p>- prawo handlowe - prawo pracy - prawo finansowe</p>
TECHNOLOGIA INFORMACYJNA	<p>Zapoznanie się z podstawowymi informacjami w zakresie: zapisu informacji w systemach informatycznych (kodowania, kompresji),</p> <p>a także sprzętu komputerowego, systemów operacyjnych, oprogramowania użytkowego i firmware'owego, sieci komputerowych, internetu oraz podpisu elektronicznego i elementów kryptografii.</p> <p>Edytor tekstu Word (opcje podstawowe)</p> <p>Arkusze 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)</p> <p>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.</p>
PODSTAWY EKONOMII	<p>Problem rzadkości i główne nurty w historii myśli ekonomicznej</p> <p>Podaż, popyt i równowaga rynkowa</p> <p>Analiza rynku oraz podstawowe zagadnienia funkcjonowania gospodarki w skali mikroekonomicznej</p> <p>Pieniądz i cena jako podstawowe kategorie gospodarki rynkowej</p> <p>Rachunek dochodu narodowego</p> <p>Determinanty dochodu narodowego. Model AD-AS.</p> <p>Wzrost i rozwój gospodarczy. Cykl koniunkturalny.</p> <p>Budżet państwa. Polityka fiskalna</p> <p>Inflacja</p> <p>Bezrobocie</p> <p>Wprowadzenie studentów do podjęcia gry symulacyjnej</p>
PSYCHOLOGIA W ZARZĄDZANIU	<p>Procesy i zjawiska psychologiczne zachodzące w organizacji i zespole pracowniczym.</p> <p>Budowanie zespołu pracowniczego. Integracja organizacji i zespołu pracowniczego. Psychologia zarządzania zespołem pracowniczym</p> <p>Przywództwo w biznesie. Menedżer jako lider zespołu. Motywacja w biznesie.</p> <p>Wywieranie wpływu i manipulacje w biznesie. Jak wywierać wpływ w celu osiągnięcia zamierzonych efektów i nie podlegać manipulacjom innych.</p> <p>Techniki wywierania wpływu.</p> <p>Negocjacje w biznesie.</p> <p>Konflikt i psychologia konfliktu. Jak zarządzać konfliktem w organizacji i zespole pracowniczym. Kryzys w organizacji.</p> <p>Coaching jako metoda rozwoju pracowników. Stres w biznesie - metody zarządzania sobą w stresie.</p>

RYNEK FINANSOWY	<p>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</p> <p>Globalizacja, deregulacja i liberalizacja rynków finansowych</p> <p>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</p> <p>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, strategię inwestycyjne, wycena akcji i obligacji</p> <p>Funkcjonowanie rynku walutowego Waluta jako przedmiot obrotu na rynku walutowym, zasady kwotowania walut, transakcje terminowe i natychmiastowe, bank centralny na rynku walutowym, rynek Forex</p> <p>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</p> <p>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</p>
ZARZĄDZANIE PROJEKTAMI	<p>Zarządzanie projektami jako proces zmierzający do osiągnięcia oczekiwanych interesariuszy projektu</p> <p>Cykl życia projektu, ograniczenia realizacji projektu</p> <p>Struktura organizacyjna w zarządzaniu projektem</p> <p>Ryzyko i podejmowanie decyzji inwestycyjnych w warunkach niepewności</p> <p>Narzędzia informatyczne w zarządzaniu projektami</p> <p>Cele i ograniczenia projektu</p> <p>Struktura podziału pracy</p> <p>Zasoby projektu</p> <p>Zarządzanie ryzykiem projektu</p> <p>Przygotowanie planu projektu z wykorzystaniem oprogramowania komputerowego</p>
NEGOCJACJE W BIZNESIE	<p>Pojęcia niezbędne dla skutecznego prowadzenia negocjacji: przypomnienie i uzupełnienie poziomu podstawowego</p> <p>Definiowanie i komunikowanie celów negocjacji z uwzględnieniem zasad etyki i profesjonalizmu</p> <p>Planowanie procesu negocjacyjnego</p> <p>Arsenał negocjacyjny: style, strategię, taktyki i techniki negocjacyjne oraz ich zastosowanie</p>

	<p>Wykorzystanie komunikacji werbalnej i niewerbalnej jako narzędzi wywierania wpływu</p> <p>Symulacje negocjacji indywidualnych i zespołowych</p> <p>Analiza studiów przypadków</p>
<p>ZARZĄDZANIE KAPITAŁEM LUDZKIM</p>	<p>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</p> <p>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</p> <p>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</p> <p>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</p> <p>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</p> <p>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</p> <p>Ocena i rozwój pracownicza jako istotne elementy komunikacji wewnętrznej i poprawy efektywności pracy - kryteria oceny pracowniczey - metody i narzędzia oceny - rola komunikacji w procesie oceny - budowanie planów rozwojowych pracowników</p> <p>- 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</p> <p>Przeciwdziałanie negatywnym zjawiskom w miejscu pracy - stres i wypalenie zawodowe - pracoholizm jako zjawisko społeczne - dyskryminacja i mobbing w miejscu pracy - zachowania kotrproduktywne pracowników</p>

STATYSTYKA	<p>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)</p> <p>Metody grupowania statystycznego: budowanie szeregów prostych i rozdzielczych (jedno- i wielowariantowych); tworzenie tablic i wykresów statystycznych</p> <p>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</p> <p>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</p> <p>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</p> <p>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</p> <p>Analiza współzależności zjawisk - korelacja dwóch cech jakościowych: współczynnik korelacji rang Spearmana; współczynniki tau Kendalla; korelacja cech nominalnych w oparciu o statystykę chi-kwadrat</p> <p>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</p> <p>Analiza dynamiki zjawisk w oparciu o metody indeksowe: multiplikatywne i addytywne modele sezonowe; jednopodstawowe i łańcuchowe indeksy dynamiki; średnie tempo zmian.</p>
<p>PODSTAWY LOGISTYKI</p>	<p>Istota, geneza i ewolucja logistyki oraz mega trendy ją kształtujące</p> <p>Systemy logistyczne, łańcuchy dostaw</p> <p>Infrastruktura logistyczna</p> <p>Transport w logistyce</p> <p>Konteneryzacja i paletyzacja</p> <p>Logistyka zaopatrzenia</p> <p>Zarządzanie zapasami</p> <p>Logistyka produkcji</p> <p>Logistyka dystrybucji</p> <p>Logistyka miejska</p>
ETYKA W BIZNESIE	<p>Etyka gospodarcza i etyka biznesu – główne pojęcia</p> <p>Różnica między normą prawną, etyczną i przepisem obyczajowym</p> <p>Źródła złej sławy biznesu</p> <p>Kultura mieszczańska i etos zawodowy</p>

	<p>Negatywne zjawiska w gospodarce przed transformacją ustrojową</p> <p>Negatywne zjawiska w gospodarce po transformacji ustrojowej</p> <p>Społeczna odpowiedzialność biznesu</p> <p>Utylitaryzm i libertarianizm</p> <p>Racjonalizm etyczny i etyka odpowiedzialności</p> <p>Personalizm etyczny i etyka cnót</p> <p>Etyka komunikacji społecznej i prakseologia</p> <p>Model gospodarki opartej na dzieleniu się i wymianie</p> <p>Kodeksy etyczne w biznesie</p> <p>Analiza wybranych kodeksów etycznych</p> <p>Podsumowanie wiadomości</p>
BADANIA MARKETINGOWE	<p>Badania marketingowe w systemie informacji marketingowej – istota, przedmiot, rodzaje. Podstawy źródłowe badań</p> <p>Proces badania marketingowego – etapy i zadania</p> <p>Badania ilościowe a badania jakościowe – istota i różnice</p> <p>Metody i techniki badań marketingowych i ich zastosowanie</p> <p>Projektowanie badania marketingowego, w tym budowa narzędzia badawczego oraz proces doboru próby badania</p> <p>Metody oceny, prezentacji i wizualizacji graficznej badań</p> <p>Rynek badań marketingowych w Polsce i na świecie. Oferta instytucji badawczych – kryteria wyboru. Zapytanie ofertowe w badaniach marketingowych</p> <p>Projektowanie ilościowego badania marketingowego: definiowanie problemu badawczego, celów i zakresów badawczych oraz hipotez badawczych. Dobór próby badawczej.</p> <p>Źródła informacji marketingowej – proces gromadzenie danych wtórnych dla zdefiniowanego problemu badawczego.</p> <p>Konstruowanie narzędzia badawczego (kwestionariusza ankietowego). Dobór skal pomiarowych. Pilotaż narzędzia badawczego.</p> <p>Badania marketingowe on-line – narzędzia i zasady realizacji. Gromadzenie danych.</p> <p>Analiza danych i prezentacja wyników badań w formie pisemnej (raport z badań).</p>
RACHUNKOWOŚĆ FINANSOWA	<p>Istota i zasady rachunkowości finansowej.</p> <p>Struktura majątku i źródła jego finansowania oraz ich prezentacja w bilansie.</p> <p>Zasady funkcjonowania kont bilansowych i wynikowych</p> <p>Kategorie wynikowe kształtujące wartość wyniku finansowego</p> <p>Budowa i segmenty rachunku zysków i strat</p> <p>Bilans – aktywa i pasywa (budowa).</p> <p>Konta księgowe. Konta aktywne i pasywne. Podstawy ewidencji operacji.</p> <p>Konta analityczne i syntetyczne. Storna.</p> <p>Rachunek zysków i strat. Ustalanie wyniku finansowego. Przychody i koszty.</p>
PODSTAWY ZARZĄDZANIA STRATEGICZNEGO	<p>Wprowadzenie do zarządzania strategicznego. - Od planowania do zarządzania strategicznego. - Ewolucja zarządzania strategicznego. - Strategia korporacyjna i biznesowa.</p> <p>Istota zarządzania strategicznego. - Zarządzanie strategiczne w XXI wieku. - Rola strategii w osiągnięciu trwałej przewagi konkurencyjnej. - Funkcje strategii.</p> <p>Paradygmaty i szkoły zarządzania strategicznego. - Nurty branżowy i zasobowy. - Podejście racjonalne i procesowe. - Wybrane modele procesu tworzenia strategii. - Szkoły strategii według H. Mintzberga.</p>

	<p>Istota strategii. - Geneza i zastosowania pojęcia strategia. - Atrybuty myślenia i działania strategicznego. - Sposoby myślenia o przyszłości. - Wpływ globalizacji na strategię.</p> <p>Diagnoza strategiczna przedsiębiorstwa. - Analiza mikro i makro otoczenia. - Analiza zasobów i kompetencji. - Analiza interesariuszy.</p> <p>Formułowanie strategii. - Misja, wizja i cele strategiczne organizacji. - Źródła przewagi konkurencyjnej. - Formułowanie strategii konkurowania. - Formułowanie strategii funkcjonalnych.</p> <p>Implementacja strategii - Powody niepowodzeń w implementacji strategii. - Rola kultury organizacyjnej w implementacji strategii. - Budżety, operacjonalizacja celów i alokacja zasobów. - Zarządzanie zmianą.</p> <p>Kontrola i weryfikacja strategii. - Istota i funkcje kontroli strategicznej. - Pozyskiwanie informacji na potrzeby kontroli strategicznej. - Metody kontroli strategicznej.</p>
ZARZĄDZANIE JAKOŚCIĄ	<p>Idea zarządzania przez jakość – filozofia, twórcy, zasady.</p> <p>Uwarunkowania wewnętrzne i zewnętrzne zarządzania organizacją przez jakość.</p> <p>System zarządzania jakością oparty o wymagania normy PN-EN ISO 9001:2015.</p> <p>Podejście procesowe w zarządzaniu jakością.</p> <p>Metody analizy i oceny systemów zarządzania jakością.</p> <p>Instrumentarium zarządzania jakością oraz koszty jakości.</p> <p>Uzasadnienie potrzeby wdrożenia systemu zarządzania jakością na zgodność z normą PN-EN ISO 9001:2015 w przedsiębiorstwie</p> <p>Identyfikacja przyczyn reklamacji wraz z propozycjami wdrożenia działań projakościowych</p> <p>Opracowanie procedury rozpatrywania reklamacji oraz cele audytowe</p> <p>Cele jakości</p> <p>Analiza ryzyk i szans</p>
FINANSE PRZEDSIĘBIORSTWA	<p>Maksymalizacja wartości jako cel jego działalności. Zmiana wartości pieniądza w czasie</p> <p>Inwestycje kapitałowe – wycena obligacji</p> <p>Inwestycje kapitałowe – wycena akcji</p> <p>Zarządzanie kapitałem obrotowym: strategię kapitału obrotowego netto, okres konwersji gotówki, zapotrzebowanie na kapitał obrotowy.</p> <p>Rachunek przepływów pieniężnych i jego planowanie</p> <p>Koszt kapitału obcego, koszt kapitału własnego, średnioważony koszt kapitału.</p> <p>Inwestycje materialne: szacowanie przepływów pieniężnych dla potrzeb oceny opłacalności inwestycji; miary opłacalności inwestycji: NPV, IRR, MIRR, PI, PP.</p> <p>Ryzyko finansowe. Pomiar efektów dźwigni finansowej.</p>
PODSTAWY PRZEDSIĘBIORCZOŚCI	<p>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.</p> <p>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.</p>

	<p>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.</p> <p>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".</p> <p>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?</p> <p>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".</p>
<p>OCENA WYNIKÓW DZIAŁALNOŚCI GOSPODARCZEJ</p>	<p>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)</p> <p>Pomiar i ocena sprawności działania jednostki gospodarczej Pomiar i ocena zadłużenia podmiotu gospodarczego Ocena zagrożenia kontynuacji działalności gospodarczej</p>
<p>ECOLOGY AND ENVIRONMENTAL PROTECTION</p>	<p>The basics: why social-ecological systems are so complex?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Ecology and ecological systems</li> <li>- What are ecosystems and how they work</li> <li>- Ecosystems management: dynamic equilibrium, uncertainty and complexity</li> </ul> <p>The role of scientific knowledge in environmental management &amp; conservation</p> <p>Złożoność systemów społeczno-ekologicznych</p> <p>Ekologia i systemy ekologiczne</p> <p>Działanie ekosystemów</p> <p>Zarządzanie ekosystemami: równowaga dynamiczna, niepewność i złożoność. Rola wiedzy naukowej w zarządzaniu i ochronie środowiska.</p> <p>What happened that we are where we are?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- The history of human impact on environment</li> </ul> <p>Demographic, economic, cultural and technological causes of environmental degradation</p> <p>Co się stało, że jesteśmy tu, gdzie jesteśmy? - Historia wpływu człowieka na środowisko</p> <p>Demograficzne, ekonomiczne, kulturowe i technologiczne przyczyny degradacji środowiska.</p> <p>Current state of the Earth – global environmental problems</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Biodiversity loss and sixth mass extinction</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Air quality and climate change</li> <li>- Water quality and deficits</li> <li>- Soil degradation</li> </ul> <p>Energy and natural resources</p> <p>Obecny stan Ziemi – globalne problemy środowiskowe</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Utrata różnorodności biologicznej i szóste masowe wymieranie</li> <li>– Jakość powietrza i zmiany klimatyczne</li> <li>– Jakość i niedobory wody</li> <li>– Degradacja gleby</li> </ul> <p>Energia i zasoby naturalne</p> <p>Environmental problems solving – concepts and policies</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Classical nature conservation</li> <li>- Legal and administrative approach</li> <li>- Economic and free market approach</li> </ul> <p>Socio-cultural approach</p> <p>Rozwiązywanie problemów środowiskowych – koncepcje i polityki</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Klasyczna ochrona przyrody</li> <li>- Podejście prawno-administracyjne</li> <li>- Podejście ekonomiczne i wolnorynkowe</li> </ul> <p>Podejście społeczno-kulturowe</p> <p>Social context of environmental management</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Ecological awareness and education</li> <li>- Public participation and civil society in environmental management</li> </ul> <p>Environmental social conflicts</p> <p>Społeczny kontekst zarządzania środowiskiem</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Świadomość i edukacja ekologiczna</li> <li>- Partycypacja społeczna i społeczeństwo obywatelskie w zarządzaniu środowiskiem</li> </ul> <p>Środowiskowe konflikty społeczne</p> <p>Towards sustainable future</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Population and environment: environmental carrying capacity and limits of growth</li> <li>- Sustainable Development Goals</li> </ul> <p>What can you do? Sustainable lifestyle</p> <p>W stronę zrównoważonej przyszłości</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Populacja i środowisko: nośność środowiska i granice wzrostu</li> <li>- Cele zrównoważonego rozwoju</li> </ul> <p>Co możesz zrobić? Zrównoważony styl życia</p>
<p style="text-align: center;"><b>CULTURAL DIFFERENCES</b></p>	<p>Culture and cultures / differences and similarities / Kultura i kultury / różnice i podobieństwa</p> <p>Constructivist concept of culture as the basis for intercultural dialogue / Konstruktywistyczna koncepcja kultury jako podstawy dialogu międzykulturowego</p> <p>Dialogue and intercultural mediation / Dialog i mediacja międzykulturowa</p> <p>Challenges associated with intercultural contacts / Wyzwania związane z kontaktami międzykulturowymi</p> <p>Principles of effective intercultural education / Zasady skutecznej edukacji międzykulturowej</p> <p>What is culture / Czym jest kultura.</p> <p>Language and cultures / Język i kultury</p> <p>Culture, brain and behaviour / Kultura, mózg i zachowanie</p> <p>Stereotypes and prejudice / Stereotypy i uprzedzenia</p>

	<p>Main cultural orientations / Główne orientacje kulturowe  Intercultural communication / Komunikacja międzykulturowa  Religion, values and culture / Religia, wartości i kultura  Culture and business / Kultura i biznes</p>
SEMINARIUM DYPLOMOWE	<p>Przedmiot, cel i obszar badań w nauce; Główne procesy tworzenia wiedzy; Źródła wiedzy naukowej – przykłady; Etapy postępowania badawczego; Metody i techniki badań – przykłady praktyczne; Procedura postępowania badawczego – proces preparacji pracy projektowej; Motywy i racje podjęcia danego tematu; Harmonogram treści prac projektowych/konstrukcja projektu; Podstawowe sposoby przetwarzania materiałów będące funkcją procesów myślowych; Metody gromadzenia aktualnej wiedzy i jej przetwarzanie – z podziałem na członków grupy; Literatura przedmiotu – rodzaje publikacji ze względu na ich wartość naukową; Zasady sporządzania bibliografii – przykłady; Wymogi metodyczne stawiane pracom projektowym; Zasady wnioskowania; Ocena merytoryczna prac i ich stopnia zaawansowania</p>
PRAKTYKA ZAWODOWA	<p><b>I. Moduły obowiązkowe</b> - <u>Student obowiązkowo powinien zrealizować wszystkie moduły</u></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Podstawy prawne i przedmiot funkcjonowania przedsiębiorstwa na rynku. W tym również jednoosobowej działalności gospodarczej.</li> <li>2. Organizacja wewnętrzna podmiotu gospodarczego</li> <li>3. Wpływ otoczenia na funkcjonowanie organizacji</li> <li>4. Dokumentacja organizacyjna przedsiębiorstwa</li> <li>5. Systemy wewnętrzne i infrastruktura przedsiębiorstwa</li> </ol> <p><b>II. Moduły do wyboru</b> - <u>Student obowiązkowo powinien zrealizować co najmniej 1 dodatkowy moduł, który wynika z obranej przez studenta specjalności.</u></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Zarządzanie przedsiębiorstwem</li> <li>2. Zarządzanie zasobami ludzkimi</li> <li>3. Psychologia menedżerska w obszarze zarządzania</li> <li>4. Działalność marketingowej i sprzedażowa w przedsiębiorstwie</li> <li>5. Systemy informatyczne oraz innowacje w przedsiębiorstwie</li> <li>6. Zarządzanie i obrót nieruchomościami</li> <li>7. Zarządzanie bezpieczeństwem i higieną pracy w organizacji</li> <li>8. Zarządzanie projektami</li> </ol>
Przedmioty specjalnościowe	
Specjalność: Zarządzanie zasobami ludzkimi	
DOBÓR PRACOWNIKÓW	<p>- 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</p>

	<p>Przyciąganie właściwych kandydatów - Marketing stanowiska - Kogo chcemy przyciągnąć ? - Gdzie są odpowiedni kandydaci ? - 4P Metody rekrutacji - wewnętrzne – zewnętrzne</p> <p>Selekcja kandydatów - Selekcja wstępna - Macierz decyzyjna - Formy podań</p> <p>Metody selekcji: - Błędy i uprzedzenia - Rodzaje metod selekcji</p> <p>- Metody selekcji w praktyce (AC, pytania, zadania) - Macierz decyzji selekcyjnych - Planowanie procesu selekcji</p> <p>5 Selekcja kandydatów – spotkanie, rozmowa - Pierwszy Kontakt z kandydatem – umówienie na spotkanie - Jak powinna przebiegać rozmowa kwalifikacyjna ? - Przebieg spotkania z kandydatem</p> <p>Decyzje o wyborze kandydata - poinformowanie kandydata</p> <p>Wprowadzenie i włączenie nowego pracownika do organizacji: - potrzeby nowych pracowników - wymiary procesu adaptacyjnego (społeczny, organizacyjny, 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</p>
PRAWO PRACY	<p>Źródła prawa pracy. Zasady prawa pracy. Podmioty stosunku pracy. Przedmiot stosunku pracy. Treść stosunku pracy. Pojęcie i istota stosunku pracy.</p> <p>Sposoby nawiązywania stosunku pracy – mianowanie, powołanie, wybór, spółdzielcza umowa o pracę, umowa o pracę. Rodzaje umów o pracę. Zasady nawiązania i rozwiązania stosunku .</p> <p>Ochrona trwałości stosunku pracy. Dokumenty i ograniczenia prawne w ich tworzeniu</p> <p>Czas pracy – zasady, organizacja, systemy, praca nadliczbowa. Budowa harmonogramów czasu pracy</p> <p>Wynagrodzenia – zasady, rodzaje, obowiązki stron stosunku pracy. Podstawy kreowania systemu wynagradzania w zakładzie.</p> <p>Przerwy w pracy – urlopy wypoczynkowy, urlop bezpłatny, odpoczynek dobowy i tygodniowy – zasady, organizacja, udzielanie. Budowa i organizacja wypoczynku pracowników</p> <p>Ochrona rodzicielstwa – status prawny kobiety-pracownika, Status prawny pracownika ojca-wychowującego dziecko.</p> <p>Pracownik młodociany – status prawny. Ochrona pracownika w stosunku prac a ochrona pracodawcy. Dochodzenie roszczeń ze stosunku pracy – procedura, zakres uprawnień.</p>
OCENA PRACOWNIKÓW	<p>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.</p> <p>Uwarunkowania systemu ocen. 1. Rodzaj działalności i wielkość organizacji. 2. Cele strategiczne firmy a ocena okresowa. 3. Metody zarządzania w organizacji. 4. Style kierowania.</p> <p>Metody wykorzystywane w systemach ocen. 1. Przegląd metod relatywnych. 2. Przegląd metod absolutnych. 3. Istota i zasady stosowania metody 360 stopni oraz Assessment &amp; Development Center (AC/DC). 4 Ustalanie kryteriów oceny</p> <p>Kryteria oceny pracowników w praktyce - zasady ustalania oraz opracowywania.</p> <p>Rozmowa oceniająca.</p>

	<p>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.</p> <p>Planowane działania, w tym rola poszczególnych uczestników. Możliwe reakcje na wprowadzanie systemu ocen.</p> <p>Polityka informacyjna dotycząca wprowadzenia systemu ocen w organizacji. Badanie satysfakcji pracowników z oceny.</p>
METODY I ŚCIEŻKI ROZWOJU PRACOWNIKÓW	<p>Strategia firmy a zarządzanie zasobami ludzkimi. Opis stanowiska pracy. Zarządzanie zasobami ludzkimi przez system kompetencyjny</p> <p>Analiza potrzeb rozwojowych pracowników</p> <p>Projektowanie ścieżek rozwoju pracowników</p> <p>Zarządzanie talentami</p> <p>Sukcesja</p>
STRATEGIE ZZL	<p>Strategia firmy, a strategia ZZL. Misja i wizja organizacji. Wartości organizacyjne. Rola strategii ZZL w realizacji strategii ogólnej.</p> <p>Budowanie strategii ZZL - stawianie celów strategicznych, opracowanie planów działania</p> <p>Projektowe podejście do strategii ZZL – mierniki strategii ZZL, monitorowanie realizacji strategii ZZL</p> <p>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</p> <p>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</p> <p>Model Human Performance Improvement (HPI) – badanie efektywności strategii ZZL</p> <p>Przykłady efektywnych strategii ZZL – analiza case study z biznesu</p>
KOMUNIKACJA W ORGANIZACJI	<p>Organizacja efektywnych spotkań</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Przygotowanie spotkania</li> <li>– Budowa agendy</li> <li>– Komunikacja</li> <li>– Prowadzenie spotkań</li> <li>– Działania po spotkaniach</li> </ul> <p>Zarządzanie konfliktem</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Rodzaje konfliktów</li> <li>– Klasyczne metody</li> <li>– Nowoczesne metody</li> <li>– Konflikt jako stymulacja</li> </ul> <p>Zadawanie pytań</p> <p>Typy pytań</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Konstruowanie pytań</li> <li>– Zadawanie pytań</li> <li>– Model kwadratu komunikacyjnego</li> </ul>

	<p>Precyzowanie komunikatu</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Kompetencja komunikacyjna</li> <li>– Meta model w komunikacji</li> </ul> <p>Prowadzenie rozmów</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Komunikat Ja i Ty</li> <li>– Strategia spotkań indywidualnych</li> <li>– Różnice pokoleniowe</li> <li>– Sytuacje trudne</li> </ul> <p>Storytelling- opowiadanie historii</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Wykorzystanie historii do wpływania na słuchaczy</li> <li>– Struktura i budowa</li> <li>– Kluczowe składowe</li> <li>– Sztuka opowiadania</li> </ul>
<p>EMPLOYER BRANDING</p>	<p>Podstawy employer branding. - Istota marki - Istota i definicja employer branding - początki i ewolucja podejścia. - Obszary kształtowania wizerunku pracodawcy i proces tworzenia marki pracodawcy. - Trendy i wyzwania na rynku HR</p> <p>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</p> <p>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.</p> <p>Budowanie wizerunku pracodawcy na zewnątrz. - Projektowanie użytecznych stron kariery - Oferty pracy i atrakcyjne opisy firmy pokazujące EVP - Ambasadorzy marki pracodawcy - Współpraca z uczelniami (studenci ambasadorzy, programy letnich praktyk, wydarzenia) - Zastosowanie narzędzi elektronicznych: mediów społecznościowych, pozycjonowania w wyszukiwarkach, mailingi, newsletterów - Zewnętrzny CSR i wolontariat</p> <p>Employer Branding w praktyce na przykładzie wybranej firmy.</p> <p>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</p>
<p>KSZTAŁTOWANIE STRUKTURY WYNAGRODZEŃ</p>	<p>Karta opisu stanowiska pracy – analiza pracy</p> <p>Wartościowanie stanowisk pracy – kryteria wartościowania, ranking kryteriów, proces</p> <p>wartościowania, wnioskowanie po procesie</p> <p>Siatka płac – wykorzystanie wartościowania stanowisk w polityce płac, tworzenie grup stanowisk oraz siatki wynagrodzeń</p> <p>Rodzaje systemów wynagrodzeń - systemy prowizyjne, akordowe, premiowe</p> <p>Benefity w polityce wynagrodzeń – benefity źródłem przewagi konkurencyjnej, rodzaje benefitów, badanie efektywności benefitów</p> <p>Projektowanie systemów premiowych – premia, a płaca zasadnicza, premia indywidualna, premia zespołowa, systemy premiowe otwarte i zamknięte, częstotliwość premii</p>

	<p>Benchmark wynagrodzeń – analiza wynagrodzeń konkurencji, metody pozyskiwania danych rynkowych</p> <p>Regulacje prawne w wynagrodzeniach - regulacje wewnętrzne i zewnętrzne</p>
KIEROWANIE ZESPOŁEM	<p>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.</p> <p>Źródła wiedzy o członkach zespołu. Pojęcie kompetencji i jego użyteczność dla budowania zespołów. Rodzaje pytań i narzędzia sprawdzające kompetencje. Trudności występujące w zarządzaniu zespołami.</p> <p>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.</p> <p>Uważna komunikacja jako podstawowe narzędzie pracy zespołowej. Uważność jako baza dla komunikacji. Różne rodzaje rozmów, ich zastosowanie. Rodzaje pytań w rozmowach.</p> <p>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.</p>
PSYCHOLOGICZNE ASPEKTY PODEJMOWANIA DECYZJI	<p>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.</p> <p>Źródła wiedzy o członkach zespołu. Pojęcie kompetencji i jego użyteczność dla budowania zespołów. Rodzaje pytań i narzędzia sprawdzające kompetencje. Trudności występujące w zarządzaniu zespołami.</p> <p>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.</p> <p>Uważna komunikacja jako podstawowe narzędzie pracy zespołowej. Uważność jako baza dla komunikacji. Różne rodzaje rozmów, ich zastosowanie. Rodzaje pytań w rozmowach.</p> <p>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.</p>
PROWADZENIE DOKUMENTACJI KADROWO-PŁACOWEJ	<p>Nawiązanie stosunku pracy – umowy o pracę i umowy cywilnoprawne</p> <p>Prowadzenie dokumentacji pracowniczej – akta osobowe pracownika części A,B,C,D, przechowywanie dokumentacji pracowniczej</p> <p>Czas pracy i ewidencja czasu pracy: normy czasu pracy, systemy czasu pracy, przerwy w wykonywaniu pracy, godziny nadliczbowe</p> <p>Urlopy wypoczynkowe i inne przerwy w wykonywaniu pracy</p> <p>Wynagrodzenie i jego składniki, potrącenia z wynagrodzenia i lista płac</p> <p>Obowiązki podatkowe związane z zatrudnianiem pracownika – zgłoszenie pracownika do Urzędu Skarbowego</p> <p>Obowiązki pracodawcy a ZUS – zgłoszenie pracownika do Zakładu Ubezpieczeń Społecznych</p> <p>Rozwiązanie stosunku pracy – przygotowanie wypowiedzenia i świadectwa pracy</p>

NARZĘDZIA IT W ZZL	<p>Program komputerowy PŁATNIK – narzędzie do obsługi dokumentów ubezpieczeniowych Wprowadzenie do programu PŁATNIK Kartoteka płatnika składek Zgłoszenie płatnika składek do ZUS</p> <p>Dokumenty zgłoszeniowe i wyrejestrowujące – procedura zgłoszenia i wyrejestrowania ubezpieczonych w programie komputerowym PŁATNIK</p> <p>Wynagrodzenie ze stosunku pracy – procedura naliczania wynagrodzeń z tytułu umowy o pracę przy wykorzystaniu programu komputerowego MS EXCEL</p> <p>Wynagrodzenie osób zatrudnionych na podstawie umów cywilnoprawnych – procedura naliczania wynagrodzeń z tytułu umowy zlecenia i umowy o dzieło przy wykorzystaniu programu komputerowego MS EXCEL</p> <p>Rozliczanie w programie komputerowym PŁATNIK wynagrodzeń pracowników zatrudnionych na umowę o pracę</p> <p>Rozliczanie w programie komputerowym PŁATNIK wynagrodzeń pracowników zatrudnionych na podstawie umów cywilnoprawnych</p>
Specjalność: Zarządzanie przedsiębiorstwem	
ADMINISTRACYJNE UWARUNKOWANIA PROWADZENIA DZIAŁALNOŚCI GOSPODARCZEJ	<p>Wstęp do przedsiębiorczości 1) Konstytucyjne podstawy przedsiębiorczości 2) Pojęcie przedsiębiorcy i przedsiębiorstwa 3) Zasady prowadzenia działalności gospodarczej</p> <p>Rodzaje form prawnych prowadzenia działalności gospodarczej 1) Działalność wykonywana osobiście 2) Spółki osobowe 3) Spółki kapitałowe</p> <p>Procedura rejestracji działalności gospodarczej 1) Obowiązki formalno-prawne 2) Tradycyjnie, z wykorzystaniem wzorca dokumentu 3) Za pomocą Internetu: platforma ePUAP, eKRS</p> <p>Rejestry państwowe 1) GUS 2) CEIDG 3) KRS</p> <p>Działalność reglamentowana 1) Koncesje 2) Zezwolenia 3) Działalność regulowana 4) Procedury uzyskania koncesji i zezwoleń</p> <p>Prowadzenie przedsiębiorstwa 1) Stałe obowiązki formalno-prawne przedsiębiorcy 2) Nowoczesne formy stosowania prawa 3) Komunikacja z urzędami państwowymi z wykorzystaniem e-Uслуг Administracji Publicznej</p> <p>Kontrola podatkowa 1) Prawa i obowiązki przedsiębiorcy 2) Prawa i obowiązki kontrolera 3) Przebieg procedur kontrolnych</p> <p>Likwidacja i zawieszanie działalności gospodarczej 1) Podstawy prawne 2) Procedury</p> <p>Podstawy marketingu w działalności przedsiębiorstwa 1) Prawne aspekty marketingu przedsiębiorstwa 2) Najważniejsze zagadnienia dotyczące RODO i przetwarzania danych osobowych</p>
ANALIZA STRATEGICZNA PRZEDSIĘBIORSTWA	<p>Wprowadzenie do analizy strategicznej:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– pojęcie strategii i zarządzanie strategiczne, analiza strategiczna,</li> <li>– etapy analizy strategicznej,</li> <li>– paradygmaty w zarządzaniu strategicznym,</li> <li>– odbiorcy analizy strategicznej,</li> <li>– system celów strategicznych w przedsiębiorstwie.</li> </ul> <p>Analiza makrootoczenia przedsiębiorstwa:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– definicja i istota makrootoczenia przedsiębiorstwa z punktu widzenia analizy strategicznej,</li> <li>– metoda PESTEL jako rozszerzenie metody PEST – wprowadzenie, identyfikacja grup czynników makrootoczenia, określanie wpływu poszczególnych czynników na przedsiębiorstwo,</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>– metody bezscenariuszowe (ekstrapolacji trendów, luki strategicznej, metoda delficka) – istota, porównanie, przykładowe zastosowania.</li> </ul> <p>Analiza otoczenia konkurencyjnego</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– istota otoczenia konkurencyjnego (mikrootoczenia przedsiębiorstwa),</li> <li>– model 5 sił Portera jako podstawowe narzędzie analizy otoczenia konkurencyjnego – identyfikacja czynników i kierunków ich oddziaływania,</li> <li>– punktowa ocena atrakcyjności sektora – istota, identyfikacja czynników oraz ich siły i kierunku oddziaływania,</li> <li>– mapy grup strategicznych – istota metody, zastosowanie.</li> </ul> <p>Analiza potencjału strategicznego przedsiębiorstwa:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– bilans strategiczny przedsiębiorstwa – definicja i zastosowanie,</li> <li>– analiza kluczowych czynników sukcesu – definicja metody i jej zastosowanie,</li> <li>– cykl życia produktu i technologii – jako narzędzie analizy potencjału strategicznego przedsiębiorstwa,</li> <li>– metody portfelowe, w tym macierz BCG jako przykład metody portfelowej – wyjaśnienie, podział na grupy produktowe, podejmowanie decyzji o alokacji zasobów na podstawie macierzy BCG.</li> </ul> <p>Ocena pozycji strategicznej przedsiębiorstwa:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– metoda SWOT/TOWS – podstawowe definicje i różnice, metody przeprowadzania tej analizy jako kalkulacji wyniku macierzy SWOT,</li> <li>– zrównoważona karta wyników – istota i zastosowanie,</li> <li>– benchmarking – istota, zastosowanie,</li> <li>– 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.</li> </ul> <p>Teoria gier:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– wprowadzenie,</li> <li>– podstawowe przykłady,</li> <li>– gra o sumie zerowej,</li> <li>– zastosowanie teorii gier jako metody analitycznej oraz narzędzia do podejmowania decyzji.</li> </ul>
<p>PRZEDSIĘBIORSTWO NA RYNKU KAPITAŁOWYM</p>	<p>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</p>
<p>POZYSKIWANIE I BUDOWA LOJALNOŚCI KLIENTA</p>	<p>Klient w procesie sprzedaży: - produkt jako strategiczny element procesu sprzedaży w kontekście potrzeb nabywców - orientacja produktowa, a orientacja marketingowa w procesie sprzedaży</p>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- klient na różnych etapach procesu sprzedaży - podstawowe typologie nabywców oraz ich potrzeb</li> <li>Nawiązywanie osobistego kontaktu z klientem: <ul style="list-style-type: none"> <li>- profesjonalny wizerunek jako element savoir-vivre sprzedawcy</li> <li>- podstawy komunikacji werbalnej i niewerbalnej w profesjonalnej obsłudze klienta</li> <li>- bariery komunikacyjne i sposoby im przeciwdziałania w kontekście budowy relacji z klientem</li> </ul> </li> <li>Pozyskiwanie nowych klientów: - istota leja sprzedażowego <ul style="list-style-type: none"> <li>- prospekting jako proces poszukiwania klientów</li> <li>- mowa windująca jako klucz do zaistnienia w świadomości klienta - obsługa „hot” i „cold” kontaktów</li> </ul> </li> <li>Profesjonalna obsługa klienta kluczem do budowy lojalności klienta: <ul style="list-style-type: none"> <li>- rozmowa handlowa jako podstawowa składowa procesu sprzedaży</li> <li>- analiza potrzeb klienta, a ofertowanie - model PCK jako narzędzie skutecznej prezentacji produktu - techniki perswazji i wpływu - obiekcje klienta w kontekście zamknięcia sprzedaży</li> </ul> </li> <li>Psychologia lojalności klienta: <ul style="list-style-type: none"> <li>- determinanty lojalności klientów na tle zakupów nawykowych - typologia lojalności</li> <li>- zarządzanie lojalnością klienta (np. programy lojalnościowe, CRM)</li> </ul> </li> <li>Zarządzanie wartością klienta z wykorzystaniem nowoczesnych technologii: <ul style="list-style-type: none"> <li>- budowa i zarządzanie wartością klienta - technologia, a wartość dla klienta</li> <li>- zarządzanie wartością klienta z wykorzystaniem Internetu</li> </ul> </li> </ul>
<p style="text-align: center;"><b>METODY I ŚCIEŻKI ROZWOJU PRACOWNIKÓW</b></p>	<p>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</p>
<p style="text-align: center;"><b>DECYZJE KIEROWNICZE</b></p>	<p>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 według 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</p>

	<p>wspierające diagnozę problemów decyzyjnych oraz generowania różnych wariantów rozwiązań</p> <p>Zasady podejmowania „lepszyc” decyzji.</p>
<p><b>TWÓRCZOŚĆ I KREATYWNOŚĆ W BIZNESIE</b></p>	<p>Czym jest kreatywność i twórczość w biznesie? Perspektywy badawcze fenomenu twórczości w biznesie: psychologia, kognitywistyka, ewolucjonizm, filozofia, estetyka.</p> <p>Pojęcie psychologii twórczości. Typologie twórczości: znaczenie twórczości przyjemnej w biznesie; kreatywność little-c i big-C; kreatywność historyczna a osobista. Kreatywność, twórczość a innowacja (pola innowacji)</p> <p>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)</p> <p>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)</p> <p>Wymiary wartości produktów twórczych a składniki poznawcze procesu twórczego: wgląd, uwaga, myślenie, pamięć, percepcja i wyobrażenia w procesie twórczym</p> <p>Ścieżki wspierania postaw twórczych w biznesie: trening kreatywności (technika ‘burzy mózgu’, lista Osborna, metoda trzech krzesel Disneya, metoda sześciu kapeluszy); metody tworzenia pomysłów. Prokrastynacja a produktywność i kreatywność (badania Jihae Shin)</p> <p>Identyfikacja problemu do rozwiązania. Definicje i redefinicje problemu, techniki uściślenia problemu</p> <p>Organizacyjne bariery w twórczym rozwiązywaniu problemów (mroczna kreatywność, kreatywność a psychopatologie) a znaczenie kreatywności w biznesie</p>
<p><b>CONTROLLING</b></p>	<p>Controlling jako podsystem zarządzania przedsiębiorstwem Zakres tematu:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– definicja i zakres controllingu w przedsiębiorstwie</li> <li>– funkcje controllingu w przedsiębiorstwie</li> <li>– rodzaje controllingu w przedsiębiorstwie</li> <li>– metody i techniki stosowanie w celu wsparcia controllingu w przedsiębiorstwie</li> </ul> <p>Organizacja controllingu w przedsiębiorstwie Zakres tematu:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– umiejscowienie controllingu w strukturze organizacyjnej przedsiębiorstwa</li> <li>– zadania controllera w przedsiębiorstwie</li> <li>– różnica pomiędzy rolą controllera a głównego księgowego i dyrektora finansowego w przedsiębiorstwie</li> <li>– instrumenty wykorzystywane przez controllera w przedsiębiorstwie</li> <li>– organizacja komórki controllingu w przedsiębiorstwie,</li> <li>– wykorzystanie oceny majątkowej i finansowej oraz analizy wskaźnikowej w ocenie przedsiębiorstwa</li> </ul> <p>Rachunek kosztów w firmie i rachunek marż pokrycia Zakres tematu:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– znaczenie ewidencji kosztów i zdarzeń gospodarczych dla potrzeb controllingu,</li> <li>– rachunek kosztów w przedsiębiorstwie – istota zastosowania</li> <li>– rachunek marż pokrycia w przedsiębiorstwie – sposób opracowania</li> <li>– tradycyjne metody alokacji kosztów przedsiębiorstwie</li> </ul>

	<p>Ośrodki/centa odpowiedzialności w przedsiębiorstwie Zakres tematu:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– pojęcie ośrodka/centra odpowiedzialności w przedsiębiorstwie</li> <li>– rodzaje ośrodków/centów odpowiedzialności w przedsiębiorstwie</li> <li>– zasady oceny ośrodków/centów odpowiedzialności w przedsiębiorstwie</li> <li>– analizy działalności ośrodka/centrum odpowiedzialności na przykładzie wybranych rodzajów centów odpowiedzialności</li> </ul> <p>Budżetowanie Zakres tematu:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– rodzaje i metody budżetowania</li> </ul> <p>Budżet w przedsiębiorstwie – przykład tworzenia budżetu  Analiza i raportowanie wykonanie budżetu w ciągu roku  Balanced Scorecard w przedsiębiorstwie</p>
KIEROWANIE ZESPOŁEM	<p>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.</p> <p>Źródła wiedzy o członkach zespołu. Pojęcie kompetencji i jego użyteczność dla budowania zespołów. Rodzaje pytań i narzędzia sprawdzające kompetencje. Trudności występujące w zarządzaniu zespołami.</p> <p>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.</p> <p>Uważna komunikacja jako podstawowe narzędzie pracy zespołowej. Uważność jako baza dla komunikacji. Różne rodzaje rozmów, ich zastosowanie. Rodzaje pytań w rozmowach.</p> <p>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.</p>
INWESTYCJE KAPITAŁOWE	<p>Wprowadzenie do rynku kapitałowego.</p> <p>Funkcje oraz podstawowy podział papierów wartościowych.</p> <p>Instytucje rynku kapitałowego.</p> <p>Inwestycje w obligacje.</p> <p>Inwestycje w akcje</p> <p>Fundusze inwestycyjne.</p> <p>Fundusze</p> <p>Wykorzystania instrumentów rynku kapitałowego w III filarze emerytalnym (IKZE, IKZE, PPE i PPK)</p>
PSYCHOLOGIA MARKETINGU	<p>Ekonomia informacji – rola komunikowania marketingowego w niwelowaniu asymetrii informacji na rynku</p> <p>Marketing jako narzędzie niwelowania asymetrii informacji na rynku</p> <p>Ekonomia behawioralna – racjonalność konsumentów Procesy decyzyjne konsumentów</p> <p>Postawy konsumentów</p> <p>Rola narzędzi komunikowania marketingowego w kształtowaniu postaw i procesów decyzyjnych konsumentów</p>
EFEKTYWNOŚĆ PRACY ZESPOŁOWEJ	<p>Efektywność zespołu. Budowanie efektywnie funkcjonującego zespołu.</p> <p>Dynamika zespołu.</p> <p>Dysfunkcje zespołu. Kompetencje zespołowe.</p> <p>Efektywne komunikowanie się i rozwiązywanie konfliktów w pracy zespołowej.</p>

	<p>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.</p>
--	--

#### IV. PROGRAM STUDIÓW

W ramach studiów I stopnia na kierunku Zarządzanie oferowane są następujące specjalności:

- Zarządzanie zasobami ludzkimi
- Zarządzanie przedsiębiorstwem

#### A) PRZYPORZĄDKOWANIE KIERUNKU STUDIÓW DO DYSYCYPLIN NAUKOWYCH

L.p.	Dyscypliny naukowe	% PUNKTÓW ECTS
1.	Nauki o zarządzaniu i jakości	71%
2.	Ekonomia i finanse	29%

#### B) PODSTAWOWE WSKAŹNIKI ECTS OKREŚLONE DLA PROGRAMU STUDIÓW

Nazwa wskaźnika	Liczba punktów ECTS/Liczba godzin
Łączna liczba punktów ECTS, jaką student musi uzyskać w ramach zajęć prowadzonych z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich lub innych osób prowadzących zajęcia	STUDIA NIESTACJONARNE 57
Łączna liczba punktów ECTS przyporządkowana zajęciom kształtującym umiejętności praktyczne	STUDIA NIESTACJONARNE 101
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	38

## C) WYMIAR, ZASADY I FORMY ODBYWANIA PRAKTYK ZAWODOWYCH

Praktyki zawodowe są integralną częścią procesu dydaktycznego, co zgodnie z wymaganiami programowymi dla studiów I stopnia, jest odzwierciedleniem ich zawodowego charakteru. Zgodnie z obowiązującym regulaminem studiów Uniwersytetu WSB Merito w Poznaniu, Wydziału Ekonomicznego w Szczecinie, praktyki zawodowe są obowiązkowe (są przedmiotem).

### • Wymiar praktyk zawodowych

Szczegóły związane z odbywaniem praktyk określa Dziekan Wydziału. Dla kierunku Zarządzanie I stopnia przewidziane są następujące regulacje: student ma możliwość realizacji praktyki w trakcie całego przebiegu studiów, już od pierwszego roku studiów. Od roku akademickiego 2019/20, zgodnie z regulacjami ustawy Prawo o szkolnictwie wyższym i nauce z dn. 20 lipca 2018, obowiązujący wymiar godzin praktyk na studiach pierwszego stopnia wynosi: 6 miesięcy/24 tygodnie/960 godzin.

### • Zasady i formy odbywania praktyk zawodowych

- 1) Biuro Karier i Praktyk (dalej: BKiP) jest organizatorem i koordynatorem praktyki zawodowej dla studentów studiów I i II stopnia;
- 2) BKiP wspiera studenta i doradza w zakresie poszukiwania miejsca praktyk;
- 3) BKiP prowadzi monitoring realizowanych praktyk;
- 4) Student ma możliwość zorganizowania praktyki:
  - a) za pośrednictwem BKiP,
  - b) samodzielnie.
- 5) Jeżeli student chce zorganizować praktykę **za pośrednictwem Biura Karier i Praktyk**, zobowiązany jest do:
  - a) wypełnienia deklaracji udostępnionej w Extranecie w wersji elektronicznej lub osobiście w Biurze Karier i Praktyk w wersji papierowej w terminie określonym przez Biuro Karier i Praktyk, nie później niż na 2 tygodnie przed terminem rozpoczęcia praktyk,
  - b) dostarczenia do Biura Karier i Praktyk CV w wersji papierowej lub elektronicznej.
- 6) Jeżeli student chce zorganizować praktykę **samodzielnie**, zobowiązany jest do wypełnienia deklaracji w wersji elektronicznej lub papierowej potwierdzonej przez praktykodawcę w terminie określonym przez Biuro Karier i Praktyk, jednak nie później niż na 2 tygodnie przed terminem rozpoczęcia praktyk.
- 7) Miejsce odbywania praktyki zatwierdza opiekun merytoryczny praktyk wyznaczony przez Dziekana Wydziału. Opiekun merytoryczny w razie wątpliwości co do miejsca odbywania praktyk przeprowadza szczegółową rozmowę ze studentem i opiekunem wyznaczonym ze strony firmy odnośnie kryteriów jakościowych doboru miejsca odbywania praktyk przez studenta oraz infrastruktury i wyposażenia miejsca odbywanych praktyk.
- 8) Po otrzymaniu przez studenta pozytywnej oceny dot. miejsca praktyki zawodowej przez opiekuna merytorycznego, BKiP przygotowuje dokumentację kierującą na praktykę zawodową.
- 9) Praktyka jest realizowana zgodnie z programem praktyk dla danego kierunku studiów.
- 10) Uczelnia nie pokrywa kosztów związanych z praktykami (np. ubezpieczenie NNW, OC, dojazdu, noclegu).
- 11) Student zobowiązany jest do rozliczenia praktyki zawodowej zgodnie z regulaminem praktyk w ciągu dwóch tygodni od dnia zakończenia praktyki zawodowej.
- 12) Dokumentacja z odbytej praktyki podlega ocenie formalnej przez BKiP oraz ocenie merytorycznej przez opiekuna kierunku.
- 13) Opiekun merytoryczny praktyk na podstawie dzienniczka praktyk oraz oceny opiekuna praktyk u praktykodawcy weryfikuje, czy student osiągnął zakładane efekty uczenia się i na tej podstawie zalicza praktykę zawodową.

- 14) Decyzję końcową o zaliczeniu praktyki zawodowej podejmuje Dziekan Wydziału.
- 15) Zaliczenie przez studenta praktyki w pełnym wymiarze jest warunkiem dopuszczenia studenta do egzaminu dyplomowego.

Zasady zaliczania praktyk na podstawie aktywności zawodowej i potwierdzonych efektów uczenia się.

- 1) Na pisemny wniosek student może ubiegać się o częściowe lub całkowite zaliczenie praktyk na podstawie wykonywanej pracy zawodowej trwającej minimum:
  - a) 3 miesiące zatrudnienia (dotyczy studentów, którzy rozpoczęli studia do 30 września 2019 r. oraz wszystkich studentów studiów II stopnia),
  - b) 6 miesięcy zatrudnienia (dotyczy studentów studiów I stopnia, którzy rozpoczęli studia po 01 października 2019 r.).
- 2) O wymiarze zaliczenia praktyk w całości lub części na podstawie wykonywanej pracy zawodowej decyduje Dziekan na podstawie złożonej dokumentacji. Decyzja jest podejmowana w przeciągu 2 tygodni od momentu złożenia w BKiP kompletnej dokumentacji. Przy ustaleniu zmniejszonego wymiaru praktyk brany jest pod uwagę staż pracy oraz jej zgodność z kierunkiem studiów lub specjalnością.
- 3) O zaliczenie praktyk może ubiegać się student, który:
  - a) wykonuje lub wykonywał pracę bądź odbywał staż - w tym przypadku do wniosku należy dołączyć aktualne zaświadczenie o zatrudnieniu lub świadectwo pracy wraz z zakresem obowiązków oraz z potwierdzeniem realizacji efektów uczenia się w wykonywanej pracy zawodowej,
  - b) pracuje (współpracuje) lub pracował (współpracował) w ramach własnej działalności gospodarczej – w tym przypadku do wniosku należy dołączyć zaświadczenie o prowadzeniu działalności gospodarczej wraz z potwierdzeniem realizacji efektów uczenia się w wykonywanej pracy zawodowej oraz aktualny wydruk Centralnej Ewidencji Informacji o Działalności Gospodarczej (CEIDG), Biuro Karier i Praktyk umawia studenta na rozmowę z opiekunem merytorycznym praktyk w celu potwierdzenia efektów uczenia się przez opiekuna merytorycznego. W trakcie spotkania, opiekun merytoryczny wypełnia formularz w którym zatwierdza zaliczenie praktyk i efektów uczenia się na podstawie rozmowy i dokumentacji przedstawionej przez studenta.
  - c) wykonuje lub wykonywał inne aktywności zawodowe - w tym przypadku do wniosku należy dołączyć dokument potwierdzający aktywność zawodową (np. referencje, zaświadczenie) oraz potwierdzenie realizacji efektów uczenia się w wykonywanej aktywności zawodowej podpisane przez uprawnioną do tego osobę Studentom będącym pracownikami służb mundurowych w uzasadnionych przypadkach związanych z koniecznością zachowania poufności informacji Dziekan może zaliczyć praktykę bez przekładania wszystkich lub części wymaganych dokumentów.
- 4) W przypadku częściowego zaliczenia praktyk student ma obowiązek zaliczenia pozostałej części zgodnie z programem praktyk, co jest warunkiem dopuszczania studenta do egzaminu dyplomowego.
- 5) W przypadku studentów I stopnia, gdzie wymiar praktyk wynosi 960 godzin, student może wnioskować o zaliczenie częściowe w wymiarze 160 godzin (1 miesiąc) co daje możliwość zaliczenia podstawowych modułów z programu praktyk jakąkolwiek aktywnością zawodową. Natomiast 800 godzin należy zrealizować zgodnie z kierunkiem studiów tak, aby student osiągnął efekty uczenia się założone w modułach programowych praktyk.

#### **D) SPOSOBY WERYFIKACJI OCENY EFEKTÓW UCZENIA SIĘ OSIĄGANÝCH PRZEZ STUDENTA W TRAKCIE CAŁEGO CYKLU KSZTAŁCENIA**

Walidacja efektów uczenia się założonych w programie studiów, uszczegółowionych w kartach przedmiotu poprzez przedmiotowe efekty uczenia się, dotyczy trzech obszarów: wiedzy, umiejętności i kompetencji społecznych. Niektóre z metod weryfikacji efektów uczenia się pozwalają na ocenę w więcej niż jednym obszarze.

Metody weryfikacji oceny efektów uczenia się:

<b>Kategoria</b>	<b>Wiedza</b>	<b>Umiejętności</b>	<b>Kompetencje społeczne</b>
Metody:	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Egzaminacje ustne – standaryzowane</li> <li>- Egzaminacje pisemne – pytania otwarte, testy jedno –, bądź wielokrotnego wyboru, tekst z lukami, mini – testy, zadania, zadania rachunkowe</li> <li>- Ocena prac pisemnych, indywidualnych lub zespołowych, np.: projekty, scenariusze działań, analizy przypadku, symulacje procesów, recenzje artykułów</li> <li>- Ocena prezentacji projektu zespołowego lub indywidualnego w oparciu o prezentacje multimedialne, scenariusze, symulacje etc.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Egzaminacje ustne i pisemne</li> <li>- Obserwacja wykonania zadania lub projektu indywidualnego lub zespołowego</li> <li>- Ocena pracy indywidualnej lub zespołowej podczas zajęć</li> <li>- Ocena aktywności podczas działań praktycznych</li> <li>- Ocena prezentacji/projektu rozwiązującego problem inżynierski</li> <li>- Obserwacja i analiza prac lub innych wyników działań studenckich</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Obserwacja i analiza projektów lub zadań pod kątem gotowości do podejmowania działań zgodnych ze wskazanymi kompetencjami społecznymi,</li> <li>- Obserwacja zachowań i kompetencji społecznych podczas działań praktycznych</li> <li>- Samoocena</li> <li>- Ocena aktywności poza zajęciami – udział w kołach zainteresowań, konferencjach naukowych, konkursach, projektach</li> </ul>

Wskazane metody weryfikacji wykorzystywane są również w trybie zdalnym.

## **E) PLANY STUDIÓW**



Plan studiów w UWSBM w Poznaniu Wydział Ekonomiczny w Szczecinie  
 Studia niestacjonarne - I stopnia - **Zarządzanie on-line (od naboru 2026/2027)**  
**SPECJALNOŚĆ: ZARZĄDZANIE ZASOBAMI LUDZKIMI**

L.p.	Przedmiot	FORMA ZALICZENIA	Rok II						Rok III											
			Sem. 4						Sem. 5						Sem. 6					
			W	Ć	L	P	E	ECTS	W	Ć	L	P	E	ECTS	W	Ć	L	P	E	ECTS
1	Dobór pracowników	Z		16																
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	Kierowni 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														16					2
<b>RAZEM</b>			<b>0</b>	<b>16</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>16</b>	<b>4</b>	<b>0</b>	<b>48</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>16</b>	<b>8</b>	<b>0</b>	<b>32</b>	<b>32</b>	<b>0</b>	<b>32</b>	<b>12</b>
<b>RAZEM w semestrze</b>			<b>32</b>						<b>64</b>						<b>96</b>					
<b>ECTS w semestrze</b>			<b>4</b>						<b>8</b>						<b>12</b>					
<b>RAZEM godziny kontaktowe w semestrze</b>			<b>16</b>						<b>48</b>						<b>64</b>					

Plan studiów w UWSBM w Poznaniu Wydział Ekonomiczny w Szczecinie  
 Studia niestacjonarne - I stopnia - **Zarządzanie on-line (od naboru 2026/2027)**  
**SPECJALNOŚĆ: ZARZĄDZANIE PRZEDSIĘBIORSTWEM**

L.p.	Przedmiot	FORMA ZALICZENIA	Rok II						Rok III											
			Sem. 4						Sem. 5						Sem. 6					
			W	Ć	L	P	E	ECTS	W	Ć	L	P	E	ECTS	W	Ć	L	P	E	ECTS
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 w marketingu	Z																16	2	
12	Efektywność pracy zespołowej														16					2
<b>RAZEM</b>			<b>0</b>	<b>16</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>16</b>	<b>4</b>	<b>0</b>	<b>48</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>16</b>	<b>8</b>	<b>0</b>	<b>64</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>32</b>	<b>12</b>
<b>RAZEM w semestrze</b>			<b>32</b>						<b>64</b>						<b>96</b>					
<b>ECTS w semestrze</b>			<b>4</b>						<b>8</b>						<b>12</b>					
<b>RAZEM godziny kontaktowe w semestrze</b>			<b>16</b>						<b>48</b>						<b>64</b>					