

Obowiązuje od roku akademickiego 2016/2017 Zatwierdzony Uchwałą Rady Wydziału Nauk Ekonomicznych i Zarządzania nr

Lp	Kod przedmiotu	Nazwa przedmiotu	Egz.\zal. po sem.	O	F	SN	Forma zaliczenia	Liczba godzin																						
								Godziny zajęć w tym												1 rok				2 rok						
								Razem	w	lk	ć	k	lb	p	s	ćs	zt	pk	1 w	1 i	1 pk	2 w	2 i	2 pk	3 w	3 i	3 pk	4 w	4 i	4 pk
I PRZEDMIOTY OGÓLNOUCZELNIANE																														
1	16.0III22AII99_1	Szkolenia BHP i przeciwpożarowe	1	O	-	-	Z	4	4									0	4											
2	09.1III22AII99_83	Język obcy	3	-	F	-	ZO	24										2							24	2				
Razem: PRZEDMIOTY OGÓLNOUCZELNIANE								28	4		24							2	4						24	2				
II PRZEDMIOTY PODSTAWOWE																														
1	14.3III22AII17_2	Koncepcje zarządzania	1	O	-	-	E	27	9		18							4	9	18	4									
2	14.3III22AII15_3	Funkcjonowanie współczesnej gospodarki	1	O	-	-	E	18	9		9							4	9	9	4									
3	14.3III22AII18_4	Prawo gospodarcze	1	O	-	-	E	9	9									3	9		3									
4	14.3III22AII14_5	Badania operacyjne	2	O	-	-	E	20	9		6	5						4				9	11	4						
5	14.3III22AII17_6	Społeczna odpowiedzialność biznesu	3	O	-	-	E	18	9		9							3						9	9	3				
Razem: PRZEDMIOTY PODSTAWOWE								92	45		42	5						18	27	27	11	9	11	4	9	9	3			
III PRZEDMIOTY KIERUNKOWE																														
1	14.3III22AII16_7	Przedsiębiorczość	1	O	-	-	ZO	18	9		9							4	9	9	4									
2	14.3III22AII17_8	Konsument w gospodarce rynkowej	1	O	-	-	ZO	18	9		9							3	9	9	3									
3	14.3III22AII17_9	Gospodarowanie kapitałem ludzkim	1	O	-	-	ZO	18	9		9							3	9	9	3									
4	14.3III22AII16_10	Logistyka	1	O	-	-	ZO	18			18							4		18	4									
5	14.3III22AII17_11	Planowanie marketingowe	1	O	-	-	E	18	9		9							4	9	9	4									
6	14.3III22AII16_12	Kompleksowe zarządzanie jakością	2	O	-	-	ZO	18	9		9							3				9	9	3						
7	14.3III22AII17_13	Zarządzanie strategiczne	2	O	-	-	E	27	9		18							5				9	18	5						
8	14.3III22AII16_14	Przedsiębiorstwo na rynku globalnym	2	O	-	-	ZO	18	9		9							3				9	9	3						
9	14.3III22AII17_15	Negocjacje	2	O	-	-	ZO	18			18							4				18	4							
10	14.3III22AII02_16	Zastosowanie narzędzi informatycznych w procesie decyzyjnym	3	O	-	-	ZO	24	9			15						3						9	15	3				
11	14.3III22AII16_17	Innowacje w przedsiębiorstwie	3	O	-	-	E	18	9		9							3						9	9	3				
12	14.3III22AII15_18	Handel zagraniczny	3	O	-	-	E	18	9		9							3						9	9	3				
13	14.3III22AII17_19	Marketing międzynarodowy	3	O	-	-	E	18	9		9							3						9	9	3				
14	14.3III22AII16_20	Tworzenie i rozwój grup kapitałowych	4	O	-	-	E	18	9		9							3								9	9	3		
15	14.3III22AII16_21	Modelowanie finansowe	4	O	-	-	ZO	18	9		9							3								9	9	3		
16	14.3III22AII02_22	Narzędzia informatyczne w modelowaniu finansowym	4	O	-	-	ZO	15			15							2									15	2		
Razem: PRZEDMIOTY KIERUNKOWE								300	117		117	36	30					53	36	54	18	27	54	15	36	42	12	18	33	8
IV PRZEDMIOTY POZOSTAŁE (dot. wszystkich specjalności)																														
1	14.3III22AII_90	Seminarium magisterskie	4	-	F	-	Po sem. 2, 3 i 4 - ZZO	54										20						18	3		18	3	18	14
Razem: PRZEDMIOTY POZOSTAŁE (dot. wszystkich specjalności)								54										20						18	3		18	3	18	14
V PRZEDMIOTY Z OBSZARU NAUK HUMANISTYCZNYCH																														

6	14.3III22AII16_53	Zarządzanie w korporacjach ponadnarodowych	3	-	F	-	ZO	9	9									2						9	2							
7	14.3III22AII16_54	Metody i techniki doskonalenia jakości	3	-	F	-	ZO	24	9	15								3						9	15	3						
8	14.3III22AII16_55	Wycena przedsiębiorstw	3	-	F	-	ZO	18	9	9								3						9	9	3						
9	14.3III22AII16_56	Zarządzanie portfelem technologicznym	4	-	F	-	ZO	9	9									2									9	2				
10	14.3III22AII17_57	Analiza danych marketingowych	4	-	F	-	ZO	9	9									3									9	3				
11	14.3III22AII17_58	Przywództwo w organizacji / Leadership in organization	4	-	F	-	ZO	9										3									9	3				
Łącznie na specjalności Business Management								144	96	39	9							26						36	15	8	42	24	10	18	9	8
Łącznie na specjalności Business Management (I+II+III+IV+V+Business Management)								627	262	222	54	35							120	67	90	30	72	98	30	87	117	30	36	60	30	
Ogółem na specjalności Business Management: studia/semestr								627							120	157	30	170	30	204	30	96	30									

V4	Moduł specjalności: Zarządzanie innowacjami																															
1	14.3III22AII16_59	Transfer technologii	2	-	F	-	ZO	9	9									2						9	2							
2	14.3III22AII16_60	Strategie rozwoju przemysłu	2	-	F	-	ZO	9	9									1						9	1							
3	14.3III22AII16_61	Strategie rozwoju przedsiębiorstw	2	-	F	-	ZO	9	9									2						9	2							
4	14.3III22AII16_62	Menadżeryzm i partycypacja w zarządzaniu	2	-	F	-	ZO	24	9	15								3						9	15	3						
5	14.3III22AII16_63	Metody i techniki doskonalenia jakości	3	-	F	-	ZO	12	9	3								2						9	3	2						
6	14.3III22AII16_64	Zarządzanie w korporacjach ponadnarodowych	3	-	F	-	ZO	21	9	12								3						9	12	3						
7	14.3III22AII17_65	Zarządzanie produktem	3	-	F	-	ZO	9	9									2						9	2							
8	14.3III22AII15_66	Ekonomika zrównoważonego rozwoju	3	-	F	-	ZO	18	18									3						18	3							
9	14.3III22AII16_67	Współczesne koncepcje kreowania innowacji	4	-	F	-	ZO	15			15							3										15	3			
10	14.3III22AII17_68	Przywództwo w organizacji / Leadership in organization	4	-	F	-	ZO	9			9							3										9	3			
11	14.3III22AII15_69	Zarządzanie ryzykiem i kryzysem w organizacji	4	-	F	-	ZO	9	9									2									9	2				
Łącznie na specjalności Zarządzanie innowacjami								144	90	30	24							26						36	15	8	45	15	10	9	24	8
Łącznie na specjalności Zarządzanie innowacjami (I+II+III+IV+V+Zarządzanie innowacjami)								627	256	213	69	35						120	67	90	30	72	98	30	90	108	30	27	75	30		
Ogółem na specjalności Zarządzanie innowacjami: studia/semestr								627							120	157	30	170	30	198	30	102	30									

V5	Moduł specjalności: Strategiczne zarządzanie marketingowe																													
1	14.3III22AII17_70	Kształtowanie relacji w biznesie	2	-	F	-	ZO	24	9	15								3						9	15	3				
2	14.3III22AII17_71	Marketing wartości	2	-	F	-	ZO	9	9									2						9	2					
3	14.3III22AII17_72	Gry decyzyjne	2	-	F	-	ZO	15			15							1						15	1					
4	14.3III22AII15_73	Zarządzanie ryzykiem i kryzysem w organizacji	2	-	F	-	ZO	9	9									2						9	2					
5	14.3III22AII17_74	PR	3	-	F	-	ZO	18	18									3						18	3					
6	14.3III22AII17_75	Zarządzanie produktem	3	-	F	-	ZO	18	18									3						18	3					
7	14.3III22AII16_76	Metody i techniki doskonalenia jakości	3	-	F	-	ZO	9	9									2						9	2					
8	14.3III22AII18_77	Źródła finansowania MSP	3	-	F	-	ZO	9	9									2						9	2					
9	14.3III22AII17_78	Przywództwo w organizacji / Leadership in organization	4	-	F	-	ZO	9			9							3										9	3	
10	14.3III22AII16_79	Zarządzanie w korporacjach ponadnarodowych	4	-	F	-	ZO	9	9									2										9	2	
11	14.3III22AII02_80	Business Intelligence	4	-	F	-	ZO	15			15							3										15	3	
Łącznie na specjalności Strategiczne zarządzanie marketingowe								144	90	15	9	30					26						27	30	8	54	10	9	24	8
Łącznie na specjalności Strategiczne zarządzanie marketingowe (I+II+III+IV+V+Strategiczne zarządzanie marketingowe)								627	256	198	54	65					120	67	90	30	63	113	30	99	93	30	27	75	30	
Ogółem na specjalności Strategiczne zarządzanie marketingowe: studia/semestr								627							120	157	30	176	30	192	30	102	30							

1. PRAKTYKI

Brak

2. WARUNKI ZALICZENIA SEMESTRU (ROKU)

Zgodnie z Regulaminem Studiów. Objasnienia:

E - egzamin

zo - zaliczenie z oceną

z - zaliczenie

w- wykłady

ć - ćwiczenia

k - konwersatoria

l - laboratoria

p - pracownia

s - seminaria

3. WARUNKI UKOŃCZENIA STUDIÓW

Według Regulaminu Studiów Uniwersytetu Szczecińskiego, uzyskanie 120 punktów ECTS i złożenie egzaminu magisterskiego z wynikiem, co najmniej dostatecznym.

.....
(podpis kierownika jednostki)

.....
(podpis dziekana)