

Nazwa przedmiotu: Strategie rozwoju przemysłu (PRZEDMIOTY SPECJALNOŚCIOWE)		Kod przedmiotu: 14.3III22AII16_60	
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot / moduł: Wydział Nauk Ekonomicznych i Zarządzania, Instytut Zarządzania i Inwestycji			
Nazwa kierunku: Zarządzanie			
Forma studiów: drugiego stopnia, niestacjonarne		Profil kształcenia: ogólnoakademicki	Specjalność: Zarządzanie innowacjami,
Rok / semestr: 1 / 2		Status przedmiotu / modułu: fakultatywny	Język przedmiotu / modułu: polski
Forma zajęć:	wyklady		
Wymiar zajęć:	9		
Koordynator przedmiotu / modułu:	dr hab. Joanna Wiśniewska		
Prowadzący zajęcia:			
Cel przedmiotu / modułu:	Celem jest uświadomienie roli i znaczenia przemysłu w rozwoju społeczno-gospodarczym oraz w procesie transformacji systemowej gospodarki, a zwłaszcza w procesach restrukturyzacji i deindustrializacji.		
Wymagania wstępne:	Student zna podstawy makroekonomii , potrafi sklasyfikować rodzaje działalności, potrafi pracować w grupie, ma wpojone nawyki kształcenia ustawicznego.		
EFEKTY KSZTAŁCENIA		Odniesienie do efektów dla programu	Odniesienie do efektów dla obszaru
Wiedza	1. ma wiedzę na temat miejsca i tendencji rozwojowych przemysłu w gospodarce i jego determinant.	K_W09	S2A_W04,
	2. zna współczesne strategie rozwoju przemysłu.	K_W14	S2A_W07,
TREŚCI PROGRAMOWE			Liczba godzin
Forma zajęć: wyklady			
1. Przedmiot i metody badań ekonomiki przemysłu			1
2. Miejsce i rola przemysłu we współczesnej gospodarce			1
3. Istota, cele, cechy działalności przemysłowej oraz jej klasyfikacja			1
4. Megatrendy rozwoju przemysłu światowego			1
5. Specjalizacja i dywersyfikacja produkcji przemysłowej			1
6. Koncentracja działalności przemysłowej			1
7. Kooperacja przemysłowa w procesach wytwórczych			1
8. Lokalizacja działalności przemysłowej i jej wpływ na rozwój przemysłu			1
9. Zaliczenie			1
Metody kształcenia	wykład z elementami konwersatoryjnymi.		
Metody weryfikacji efektów kształcenia			Nr efektu kształcenia z sylabusu
	* kolokwium		1,2,
Forma i warunki zaliczenia	Ocena z wykładu jest uzyskiwana na podstawie pisemnego zaliczenia tej formy zajęć na ostatnim wykładzie. Zaliczenie jest pisemne i wymaga uzyskania 60% całości punktów. Student otrzymuje ocenę dostateczną, gdy potrafi omówić rolę i znaczenie przemysłu w rozwoju społeczno-gospodarczym oraz w procesie transformacji systemowej gospodarki, a zwłaszcza w procesach restrukturyzacji i deindustrializacji, co sprawdza osiągnięte efekty kształcenia w zakresie wiedzy uzyskanych podczas uczestnictwa w wykładach. Ocena z przedmiotu obliczana jest jako ocena uzyskana z zaliczenia.		
Literatura podstawowa			
Janasz W. (2006): Zarys strategii rozwoju przemysłu. Difin			
Brandenburg H. (2011): Restrukturyzacja przemysłu i przemiany regionalne. UE w Katowicach			
Zioło Z., Rachwał T. (2011): Procesy przemian przemysłu i usług w wybranych krajach. Uniwersytet Pedagogiczny w Krakowie			

Literatura uzupełniająca	
Janasz W. (2009): Innowacje w strategii rozwoju organizacji w Unii Europejskiej. Difin	
Świadek A. (2008): Determinanty aktywności innowacyjnej w regionalnych systemach przemysłowych w Polsce. Uniwersytet Szczeciński	
NAKŁAD PRACY STUDENTA:	
	Liczba godzin
Zajęcia dydaktyczne	9
Udział w konsultacjach	7
Zdawanie egzaminu lub/i zaliczenia	2
Przygotowanie się do zajęć	2
Studiowanie literatury	3
Przygotowanie się do egzaminu lub/i zaliczenia	2
ŁĄCZNY nakład pracy studenta w godz.	25
Liczba punktów ECTS	1

Nazwa przedmiotu: Narzędzia informatyczne w zarządzaniu wiedzą (PRZEDMIOTY SPECJALNOŚCIOWE)		Kod przedmiotu: 14.3III22AII02_30	
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot / moduł: Wydział Nauk Ekonomicznych i Zarządzania, Instytut Informatyki w Zarządzaniu			
Nazwa kierunku: Zarządzanie			
Forma studiów: drugiego stopnia, niestacjonarne		Profil kształcenia: ogólnoakademicki	Specjalność: Zarządzanie strategiczne,
Rok / semestr: 2 / 3		Status przedmiotu / modułu: fakultatywny	Język przedmiotu / modułu: polski
Forma zajęć:	ćwiczenia laboratoryjne		
Wymiar zajęć:	15		
Koordinator przedmiotu / modułu:	dr Ewa Krok		
Prowadzący zajęcia:	według przydziału czynności		
Cel przedmiotu / modułu:	Przekazanie wiedzy dotyczącej możliwości i zakresu wykorzystania narzędzi informatycznych w zarządzaniu wiedzą. Przygotowanie studentów do praktycznego korzystania z programu SharePoint jako wewnętrznej (intranetowej) platformy do wymiany informacji, plików i wiedzy pracowników.		
Wymagania wstępne:	Podstawowa wiedza z zakresu zarządzania zasobami ludzkimi oraz technologii informacyjnych.		
EFEKTY KSZTAŁCENIA		Odniesienie do efektów dla programu	Odniesienie do efektów dla obszaru
Wiedza	1. zna możliwości wsparcia narzędziami informatycznymi poszczególnych zadań z obszaru zarządzania wiedzą 2. wie, w jaki sposób zastosować MS SharePoint w organizacji oraz rozumie korzyści jakie to ze sobą niesie	K_W01 K_W10 K_W02 K_W20	S2A_W01, S2A_W04, S2A_W01, S2A_W10,
Umiejętności	3. potrafi korzystać z platformy MS SharePoint w codziennej pracy w zakresie wymiany informacji oraz współtworzenia i współdzielenia dokumentacji firmowej.	K_U08	S2A_U04,
Kompetencje społeczne	4. potrafi organizować i zarządzać pracą zespołową	K_K02	S2A_K02,
TREŚCI PROGRAMOWE			Liczba godzin
Forma zajęć: ćwiczenia laboratoryjne			
1. Wprowadzenie do programu MS SharePoint jako platformy do zarządzania treścią i wspierania współpracy w organizacji			1
2. Praca z witryną programu MS SharePoint (strony, układ, nawigacja, motywy, widoki, typy witryn).			2
3. Dostępne aplikacje i składniki Web-Part			1
4. Pojęcie listy w MS SharePoint (typy list, tworzenie, kolumny, sortowanie, wyświetlanie).			2
5. Praca z biblioteką (przeglądanie domyślnych bibliotek dostępnych w witrynie, tworzenie biblioteki, umieszczanie dokumentów w bibliotece, tworzenie nowego dokumentu, edytowanie dokumentu, usuwanie dokumentów, przywracanie dokumentów z kosza, tworzenie nowego folderu w bibliotece, sortowanie i filtrowanie dokumentów w bibliotece)			2
6. Praca grupowa z dokumentami (publikacja plików, zarządzanie wersjami dokumentów, wywidencjonowanie i zaewidencjonowanie dokumentu, śledzenie historii zmian, ustawianie alertów)			2
7. Wyszukiwanie informacji w witrynach			1
8. Własna witryna, kanał aktualności, blog			1
9. Zarządzanie zadaniami w MS SharePoint			2
10. Witryna społeczności i jej możliwości w SharePoint 2013			1
Metody kształcenia	Praca przy stanowiskach komputerowych Case study Dyskusje Ćwiczenia i zadania w grupach		

Metody weryfikacji efektów kształcenia		Nr efektu kształcenia z sylabusu
	* kolokwium	1,2,
	* zajęcia praktyczne (weryfikacja poprzez obserwację)	3,4,
Forma i warunki zaliczenia	<p>Minimalny zakres wiedzy i umiejętności pozwalający na zaliczenie danego przedmiotu na ocenę dostateczną: student zna podstawowe pojęcia z zakresu zarządzania wiedzą, umie scharakteryzować zasoby niematerialne w organizacji, dokonać ich identyfikacji. Jest w stanie podać kilka przykładów zastosowania narzędzi informatycznych do wspomagania realizacji wybranych zadań z obszaru zarządzania wiedzą . Umie w stopniu podstawowym wykorzystać platformę MS SharePoint w codziennej działalności przedsiębiorstwa w zakresie organizacji pracy grupowej, współdzielenia dokumentacji firmowej i wymiany wiedzy. Przy wielu czynnościach potrzebuje jednak wskazówek i pomocy nauczyciela do zrealizowania zadania.</p> <p>Efekty kształcenia w zakresie wiedzy weryfikowane są podczas kolokwium.</p> <p>Ocena z zaliczenia: średnia ocen z kolokwium i zajęć praktycznych.</p> <p>Ocena z przedmiotu: ocena z zaliczenia.</p>	
Literatura podstawowa		
Londer O., Coventry P. (2013): Microsoft SharePoint 2013 Krok po kroku. Microsoft Press		
Literatura uzupełniająca		
Szewczyk A. (2007): Społeczeństwo informacyjne - problemy rozwoju. Difin, Warszawa		
Kowalczyk A., Nogalski B. (2007): Zarządzanie wiedzą. Koncepcja i narzędzia. Difin, Warszawa		
NAKŁAD PRACY STUDENTA:		
	Liczba godzin	
Zajęcia dydaktyczne	15	
Udział w konsultacjach	2	
Zdawanie egzaminu lub/i zaliczenia	2	
Przygotowanie się do zajęć	6	
ŁĄCZNY nakład pracy studenta w godz.	25	
Liczba punktów ECTS	1	

Nazwa przedmiotu: Modelowanie finansowe (PRZEDMIOTY KIERUNKOWE)			Kod przedmiotu: 14.3III22AII16_21		
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot / moduł: Wydział Nauk Ekonomicznych i Zarządzania, Instytut Zarządzania i Inwestycji					
Nazwa kierunku: Zarządzanie					
Forma studiów: drugiego stopnia, niestacjonarne		Profil kształcenia: ogólnoakademicki		Specjalność:	
Rok / semestr: 2 / 4		Status przedmiotu / modułu: obowiązkowy		Język przedmiotu / modułu: polski	
Forma zajęć:	wykłady	ćwiczenia			
Wymiar zajęć:	9	9			
Koordinator przedmiotu / modułu:	mgr Mateusz Czerwiński				
Prowadzący zajęcia:					
Cel przedmiotu / modułu:	Celem kursu jest dostarczenie podstawowych wiadomości o symulacji jako metodzie badania i analizy systemów dynamicznych oraz nauka tworzenia modeli finansowych dla przedsiębiorstw oraz projektów inwestycyjnych.				
Wymagania wstępne:	Student zna podstawy arkusza kalkulacyjnego Excel oraz orientuje się w kategoriach finansowych z zakresu zarządzania finansami oraz ekonomii.				
EFEKTY KSZTAŁCENIA			Odniesienie do efektów dla programu	Odniesienie do efektów dla obszaru	
Wiedza	1. posiada wiedzę o zasadach modelowania finansowego jako metodzie wspierającej zarządzanie przedsiębiorstwem oraz projektami inwestycyjnymi.		K_W01 K_W13	S2A_W01, S2A_W06,	
Umiejętności	2. posiada umiejętność budowy prostych modeli finansowych przy wykorzystaniu arkusza kalkulacyjnego Excel. 3. potrafi zaprezentować projekt zaliczeniowy i obronić prezentowane tezy.		K_U08 K_U17 K_U09	S2A_U04, S2A_U10, S2A_U04,	
TREŚCI PROGRAMOWE				Liczba godzin	
Forma zajęć: wykłady					
1. Modelowanie matematyczne w ekonomii i zarządzaniu; systemy dynamiczne; rodzaje modeli formalnych; definicje struktury modelowania; etapy budowy modeli symulacyjnych; weryfikacja i walidacja modeli symulacyjnych;					1
2. Budżetowanie kapitałowe, planowanie finansowe a modelowanie finansowe					1
3. Prognozowanie podstawowych kategorii sprawozdań finansowych					2
4. Wykorzystanie opcji rzeczywistych w modelowaniu finansowym					1
5. Optymalizacji modeli finansowych przy zastosowaniu dodatku Crystal Ball					2
6. Symulacja Monte Carlo w analizie i zarządzaniu ryzykiem oraz niepewnością					2
Forma zajęć: ćwiczenia					
1. Zapoznanie studentów ze stroną dydaktyczną; przekazanie warunków zaliczenia; test poziomu wiedzy; omówienie narzędzi, które będą stosowane podczas zajęć (Excel, Crystal Ball).					1
2. Przygotowanie w arkuszu kalkulacyjnym Excel „przykładowego” modelu finansowego obejmującego moduł założeń, obliczeń i prezentacji wyników					3
3. Rozszerzenie „przykładowego” modelu finansowego o pola wyboru opcji rzeczywistych					1
4. Analiza symulacji „przykładowego” modelu finansowego przy zastosowaniu narzędzia Solver oraz Analiza scenariuszy					2
5. Analiza optymalizacji „przykładowego” modelu finansowego przy zastosowaniu dodatku Crystal Ball					1
6. Ocena projektów studenckich, powtórny test sprawdzający wiedzę.					1
Metody kształcenia	prezentacja multimedialna, metoda przypadków, metody symulacyjne, praca w grupach				

Metody weryfikacji efektów kształcenia		Nr efektu kształcenia z sylabusu
	* sprawdzian	1,
	* projekt	2,3,
Forma i warunki zaliczenia	<p>Forma i warunki zaliczenia: Studenci oceniani są na podstawie testu z wiedzy oraz projektu zaliczeniowego. Test dotyczący zasad modelowania finansowego oraz struktury modeli finansowych wpływa na ostateczną ocenę studenta w 30%. W ramach testu nastąpi również weryfikacja wiedzy studentów z zakresu rachunkowości zarządczej, finansów przedsiębiorstw i oceny projektów inwestycyjnych. Projekt zaliczeniowy polega na skonstruowaniu w arkuszu kalkulacyjnym modelu finansowego przy podanych założeniach. Ponadto studenci mogą zaproponować zastosowanie dodatku Crystal Ball w wybranym przez siebie aspekcie modelu i zaprezentować efekt optymalizacji. Projekt zaliczeniowy wraz z jego prezentacją to pozostałe 70% oceny.</p> <p>Ocenianie: Student otrzymuje ocenę dostateczną, gdy potrafi przygotować model finansowy w arkuszu kalkulacyjnym wg zaproponowanych założeń, a jednocześnie z testu wiedzy uzyskał min połowę punktów. Na ocenę dostateczną nie jest wymagana znajomość dodatku Crystal Ball.</p> <p>Ocena z przedmiotu jest tożsama z oceną uzyskaną z zaliczenia.</p>	
Literatura podstawowa		
Charnes J. (2007): <i>Financial Modeling with Crystal Ball and Excel</i> . John Wiley & Sons, Inc.		
Proctor K.S. (2010): <i>Building Financial Models with Microsoft Excel. A Guide for Business Professionals</i> , Second Edition. John Wiley & Sons, Inc.		
Jackson M., Staunton M. (2004): <i>Zaawansowane modele finansowe z wykorzystaniem Excela i VBA</i> .		
Alexander M., Walkenbach J. (2011): <i>Analiza i prezentacja danych w Microsoft Excel</i> . Vademecum Walkenbacha.		
Literatura uzupełniająca		
Gajda J.B. (2001): <i>Prognozowanie i symulacja a decyzje gospodarcze</i> . C.H.Beck rozdz.: 1, 2, 3		
Kiziukiewicz T. (red.) (2012): <i>Rachunkowość jednostek gospodarczych</i> . PWE		
Mielczarek B. (2009): <i>Modelowanie symulacyjne w zarządzaniu. Symulacja dyskretna</i> . Politechnika Wroclawska		
Nowak M. (2007): <i>Symulacja komputerowa w problemach decyzyjnych</i> . AE Katowice		
NAKŁAD PRACY STUDENTA:		
	Liczba godzin	
Zajęcia dydaktyczne	18	
Udział w konsultacjach	12	
Zdawanie egzaminu lub/i zaliczenia	3	
Przygotowanie się do zajęć	12	
Studiowanie literatury	16	
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	14	
ŁĄCZNY nakład pracy studenta w godz.	75	
Liczba punktów ECTS	3	

Nazwa przedmiotu: Badania operacyjne (PRZEDMIOTY PODSTAWOWE)			Kod przedmiotu: 14.3III22AII14_5		
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot / moduł: Wydział Nauk Ekonomicznych i Zarządzania, Instytut Ekonometrii i Statystyki					
Nazwa kierunku: Zarządzanie					
Forma studiów: drugiego stopnia, niestacjonarne		Profil kształcenia: ogólnoakademicki		Specjalność:	
Rok / semestr: 1 / 2		Status przedmiotu / modułu: obowiązkowy		Język przedmiotu / modułu: polski	
Forma zajęć:	wykłady	ćwiczenia	ćwiczenia laboratoryjne		
Wymiar zajęć:	9	6	5		
Koordynator przedmiotu / modułu:	dr hab. prof. US Stefan Grzesiak				
Prowadzący zajęcia:	dr Krzysztof Dmytrów - ćwiczenia dr Krzysztof Dmytrów - ćwiczenia laboratoryjne				
Cel przedmiotu / modułu:	zapoznanie studentów z wybranymi klasami modeli matematycznych sytuacji decyzyjnych oraz podstawami modelowania i analizy rzeczywistych problemów decyzyjnych				
Wymagania wstępne:	wiedzy - znajomość podstaw algebry liniowej, rachunku prawdopodobieństwa, ogólnoeconomiczna wiedza w zakresie mikroekonomii; umiejętności - umiejętność rozwiązywania układów równań liniowych, kompetencji (postaw) - świadomość istnienia możliwości i ograniczeń w stosowaniu metod matematycznych w zarządzaniu				
EFEKTY KSZTAŁCENIA			Odniesienie do efektów dla programu		Odniesienie do efektów dla obszaru
Wiedza	1. zna istotę badań operacyjnych i wie, w jaki sposób przedstawić zagadnienie decyzyjne w postaci modelu		K_W01	S2A_W01,	
	2. zna metody rozwiązywania wybranych modeli decyzyjnych		K_W13	S2A_W06,	
Umiejętności	3. umie konstruować, rozwiązywać i interpretować liniowe modele decyzyjne		K_U08	S2A_U04,	
	4. potrafi zapisać przedsięwzięcie w formie sieci czynności i przeprowadzić jego analizę		K_U14	S2A_U07,	
			K_U09	S2A_U04,	
TREŚCI PROGRAMOWE				Liczba godzin	
Forma zajęć: wykłady					
1. Przedmiot badań operacyjnych, pojęcie, konstrukcja i klasyfikacja modeli decyzyjnych				3	
2. Metoda simpleks, interpretacja rozwiązań i przegląd liniowych zadań decyzyjnych				3	
3. Modele sieciowe, elementy gier strategicznych i wprowadzenie do programowania wielokryterialnego				3	
Forma zajęć: ćwiczenia					
1. Konstruowanie liniowych modeli decyzyjnych i geometryczna interpretacja rozwiązania liniowego zadania decyzyjnego				2	
2. Budowa i analiza sieci czynności				2	
3. Konstruowanie i interpretacja zadań z gier strategicznych				2	
Forma zajęć: ćwiczenia laboratoryjne					
1. Rozwiązywanie zadań decyzyjnych z użyciem programów komputerowych i interpretacja wyników				5	
Metody kształcenia	Prezentacja multimedialna, praca w grupach, ćwiczenia ze wspomaganiami asystenta, samodzielna praca z komputerem pod nadzorem nauczyciela.				
Metody weryfikacji efektów kształcenia					Nr efektu kształcenia z sylabusu
	* egzamin pisemny				1,2,
	* kolokwium				3,4,

<p>Forma i warunki zaliczenia</p>	<p>ĆWICZENIA I LABORATORIUM: ocena na podstawie pisemnego kolokwium. Minimalny zakres wiedzy i umiejętności: konstrukcja, rozwiązanie i interpretacja wyników dla wybranych zadań decyzyjnych. EGZAMIN PISEMNY: sprawdzenie wiedzy w zakresie znajomości pojęć, technik i metod stosowanych w badaniach operacyjnych. Egzamin obejmuje pytania otwarte . Minimalne wymagania : dostateczna wiedza wykazana w odpowiedziach na dwa spośród trzech lub w trzech spośród pięciu pytań egzaminacyjnych OCENA z przedmiotu: jest to ocena z egzaminu skorygowana in plus lub in minus pozytywną oceną z ćwiczeń i laboratoriów</p>
<p>Literatura podstawowa</p>	
<p>Sikora W. red. (2008): Badania operacyjne. PWE</p>	
<p>Trzaskalik T. red. (2008, wyd. 2): Wprowadzenie do badań operacyjnych z komputerem. PWE</p>	
<p>Hozier J. red. (1998): Zastosowanie programowania matematycznego w ekonomii. Uniwersytet Szczeciński</p>	
<p>Literatura uzupełniająca</p>	
<p>Kukuła K. red. (wszystkie wydania): Badania operacyjne w przykładach i zadaniach. PWN</p>	
<p>Malawski M. i in. (2006): Teoria gier w ekonomii i naukach społecznych. PWN</p>	
<p>Kopańska-Bródka D. red. (2006): Wybrane metody badań operacyjnych w zarządzaniu. AE Katowice</p>	
<p style="text-align: center;">NAKŁAD PRACY STUDENTA:</p>	
	<p>Liczba godzin</p>
<p>Zajęcia dydaktyczne</p>	<p>20</p>
<p>Udział w konsultacjach</p>	<p>17</p>
<p>Zdawanie egzaminu lub/i zaliczenia</p>	<p>4</p>
<p>Przygotowanie się do zajęć</p>	<p>33</p>
<p>Studiowanie literatury</p>	<p>26</p>
<p>Przygotowanie się do egzaminu lub/i zaliczenia</p>	<p>25</p>
<p>ŁĄCZNY nakład pracy studenta w godz.</p>	<p>100</p>
<p>Liczba punktów ECTS</p>	<p>4</p>

Nazwa przedmiotu: Prawo gospodarcze (PRZEDMIOTY PODSTAWOWE)		Kod przedmiotu: 14.3III22AII18_4	
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot / moduł: Wydział Nauk Ekonomicznych i Zarządzania, Instytut Finansów			
Nazwa kierunku: Zarządzanie			
Forma studiów: drugiego stopnia, niestacjonarne		Profil kształcenia: ogólnoakademicki	Specjalność:
Rok / semestr: 1 / 1		Status przedmiotu / modułu: obowiązkowy	Język przedmiotu / modułu: polski
Forma zajęć:	wyklady		
Wymiar zajęć:	9		
Koordinator przedmiotu / modułu:	dr Robert Piszko		
Prowadzący zajęcia:			
Cel przedmiotu / modułu:	Zapoznanie studenta z podstawowymi zagadnieniami prawa gospodarczego. Przedmiot obejmuje nauczanie podstaw prawa gospodarczego.		
Wymagania wstępne:	W zakresie wiedzy: student opanował podstawowe informacje o prawie(akty normatywne, wykładnia i stosowanie prawa, zna podstawowe reguły uczestniczenia w obrocie prawnym. W zakresie umiejętności: student potrafi rozważyć sens językowy i pozajęzykowy tekstu prawnego. W zakresie kompetencji: student potrafi pracować w grupie, ma wpojone nawyki kształcenia ustawicznego, jest językowo przygotowany do analizy różnego rodzaju tekstów , w tym tekstów prawnych.		
EFEKTY KSZTAŁCENIA		Odniesienie do efektów dla programu	Odniesienie do efektów dla obszaru
Wiedza	1. zna podstawowe zagadnienia prawa cywilnego, jego wykładni i stosowania oraz administracyjne uwarunkowania prowadzenia działalności gospodarczej	K_W15	S2A_W07,
Umiejętności	2. potrafi wykorzystać instytucje prawa cywilnego w kształtowaniu sytuacji prawnej przedsiębiorcy i uwzględnić wymiar spraw formalnych w swojej praktyce zawodowej	K_U10	S2A_U05,
TREŚCI PROGRAMOWE			Liczba godzin
Forma zajęć: wyklady			
1. Źródła i wykładnia prawa gospodarczego			1
2. Swoboda działalności gospodarczej, przedsiębiorcy. Instytucje prawne wspólne dla przedsiębiorców			1
3. Formy prowadzenia działalności gospodarczej			1
4. Obowiązki przedsiębiorców			1
5. Postępowanie w sprawach nieuczciwej konkurencji			1
6. Umowy w obrocie gospodarczym. Część ogólna			1
7. Umowy w obrocie gospodarczym. Część szczegółowa			1
8. Prawo upadłościowe i naprawcze			1
9. Polubowne rozstrzyganie sporów. Postępowanie przed sądem polubownym a postępowanie przed sądem powszechnym			1
Metody kształcenia	metoda nauczania teoretycznego, metoda samodzielnego dochodzenia do wiedzy, metoda aktywizująca, metody symulacyjne		
Metody weryfikacji efektów kształcenia			Nr efektu kształcenia z sylabusu
	* egzamin pisemny		1,2,
	* praca pisemna/esej/recenzja		2,
Forma i warunki zaliczenia	Student oceniany jest na każdym ćwiczeniu przez przedstawienie pisemnej pracy osobistej albo przygotowanej w grupie na zadany temat sprawdzający umiejętność przygotowania umowy, zgłoszenia rejestrowego, wniosku o upadłość. Forma i warunki egzaminu: Student składa egzamin pisemny sprawdzający wiedzę i umiejętności. Ocenianie: student otrzymuje ocenę dostateczną jeżeli osiągnął jedynie efekty z zakresu wiedzy. Ocena z przedmiotu obliczana jest jako ocena uzyskana z egzaminu.		

Literatura podstawowa	
Olszewski J. (2009): Prawo gospodarcze. Kompendium. C.H.Beck	
Olszewski J. (2009): Publiczne prawo gospodarcze. C.H.Beck	
Snazyk Z., Szafranski A. (2009): Publiczne prawo gospodarcze. C.H.Beck	
Strzyczkowski K. (2009): Prawo gospodarcze publiczne. Lexis Nexis	
Literatura uzupełniająca	
Radwański Z. (2009): Prawo cywilne, Część ogólna. C.H.Beck	
Radwański Z. (2005): Zobowiązania. Część ogólna. C.H.Beck	
Radwański Z., Panowicz-Lipska J. (2009): Zobowiązania. Część szczegółowa. C.H.Beck	
Witczak H., Kawałko A. (2010): Zobowiązania. C.H.Beck	
Witczak H., Kawałko A. (2009): Prawo cywilne, Część ogólna. C.H.Beck	
NAKŁAD PRACY STUDENTA:	
	Liczba godzin
Zajęcia dydaktyczne	9
Udział w konsultacjach	7
Zdawanie egzaminu lub/i zaliczenia	2
Przygotowanie się do zajęć	17
Studiowanie literatury	14
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	6
Przygotowanie się do egzaminu lub/i zaliczenia	18
Inne	2
ŁĄCZNY nakład pracy studenta w godz.	75
Liczba punktów ECTS	3

Nazwa przedmiotu: Funkcjonowanie współczesnej gospodarki (PRZEDMIOTY PODSTAWOWE)			Kod przedmiotu: 14.3III22AII15_3		
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot / moduł: Wydział Nauk Ekonomicznych i Zarządzania, Instytut Ekonomii					
Nazwa kierunku: Zarządzanie					
Forma studiów: drugiego stopnia, niestacjonarne		Profil kształcenia: ogólnoakademicki		Specjalność:	
Rok / semestr: 1 / 1		Status przedmiotu / modułu: obowiązkowy		Język przedmiotu / modułu: polski	
Forma zajęć:	wykłady	ćwiczenia			
Wymiar zajęć:	9	9			
Koordynator przedmiotu / modułu:	dr Lech Próchnicki				
Prowadzący zajęcia:	mgr Małgorzata Zakrzewska - ćwiczenia				
Cel przedmiotu / modułu:	Celem jest zapoznanie studenta z mechanizmem funkcjonowania współczesnej gospodarki rynkowej, jej ograniczeniami i wyzwaniem i tą drogą stworzenie teoretycznych podstaw pod aktywne formułowanie kierunków polityki makroekonomicznej.				
Wymagania wstępne:	W zakresie wiedzy: dobrze zna podstawy makroekonomii, podstawy mikroekonomii, finansów publicznych, polityki gospodarczej, wskazana znajomość matematyki i ekonometrii. W zakresie umiejętności: ma wpojone nawyki do samodzielnego studiowania. W zakresie kompetencji (postaw): ma wyrobioną skłonność do ustawicznego kształcenia i poszerzania zdobytej już wiedzy.				
EFEKTY KSZTAŁCENIA			Odniesienie do efektów dla programu		Odniesienie do efektów dla obszaru
Wiedza	1. posiada wiedzę o cechach współczesnej gospodarki i występujących w niej zależnościach oraz sposobach prowadzenia bieżącej polityki makroekonomicznej		K_W19		S2A_W09,
	2. zna przyczyny bezrobocia we współczesnej gospodarce, obiektywne ograniczenia procesu jego zwalczania oraz sposoby adoptowania się gospodarki do zachodzących zmian		K_W09 K_W14		S2A_W04, S2A_W07,
Umiejętności	3. rozumie rolę państwa w procesie wspierania wzrostu gospodarczego i stabilizowania koniunktury i w związku z tym objaśnia posunięcia decydentów ekonomicznych w procesie dostosowywania się do zmian w makrootoczeniu		K_U02		S2A_U01,
TREŚCI PROGRAMOWE					Liczba godzin
Forma zajęć: wykłady					
1. Megatrendy we współczesnej gospodarce a główne problemy makroekonomiczne.					1
2. Otwarcie gospodarki a równowaga bieżąca - determinanty makroekonomicznego popytu.					1
3. Funkcjonowanie rynku pracy we współczesnej gospodarce.					1
4. Długookresowa równowaga w gospodarce - procesy dostosowań - nieelastyczność płac, cen oraz rola racjonalnych oczekiwań.					1
5. Wahania koniunkturalne i długookresowy wzrost we współczesnej gospodarce.					2
6. Polityka gospodarcza we współczesnej gospodarce - stabilizacja a wzrost gospodarczy.					1
7. Bieżąca i długookresowa polityka makroekonomiczna jako odpowiedź na szoki wewnętrzne i zewnętrzne.					1
8. Reguły polityki makroekonomicznej w Unii Europejskiej, rola Europejskiego Banku Centralnego					1
Forma zajęć: ćwiczenia					
1. Megazmiany: globalizacja, regionalizacja, e-gospodarka i ich wpływ na mechanizm działania współczesnej gospodarki					1
2. Model IS-LM-FE i zależności pomiędzy krótko- a długookresową równowagą					2
3. Makroekonomiczna podaż i jej determinanty. Model równowagi długookresowej AD-AS					1
4. Predeterminacja cen, płac i stopy procentowej a procesy dostosowań w gospodarce					1

5. Bezrobocie jako efekt niedoskonałej elastyczności rynku pracy a bezrobocie równowagi; ograniczonść procesu zwalczania bezrobocia		1
6. Szoki popytowe i podażowe a proces dostosowań w gospodarce		1
7. Dylematy współczesnej polityki makroekonomicznej - wybór pomiędzy wzrostem - bezrobociem - inflacją		1
8. Kolokwium		1
Metody kształcenia	Wykład multimedialny z elementami dyskusji Ćwiczenia	
Metody weryfikacji efektów kształcenia		Nr efektu kształcenia z sylabusu
	* egzamin pisemny	1,2,3,
	* kolokwium	1,2,3,
Forma i warunki zaliczenia	<p>Forma i warunki zaliczenia: -Studenci oceniani są na podstawie pisemnego kolokwium (100% punktów), które testuje efekty kształcenia w zakresie wiedzy i umiejętności. Kolokwium odbywa się w formie testu jednokrotnego wyboru (ok. 70% punktów) oraz zadań otwartych (ok. 30% punktów) służących sprawdzeniu umiejętności obliczania wielkości makroekonomicznych i ich interpretacji.</p> <p>Forma i warunki egzaminu: -Studenci oceniani są na podstawie egzaminu pisemnego składającego się z dwóch części. Pierwsza to odpowiedzi na trzy pytania problemowe weryfikujące osiągnięcia kształcenia w zakresie wiedzy (60 % punktów), druga to test jednokrotnego wyboru - 20 pytań (40 % punktów).</p> <p>Ocenianie: -Student otrzymuje ocenę dostateczną, gdy posiada elementarną wiedzę o cechach i zależnościach występujących we współczesnej gospodarce.</p> <p>Ocena z przedmiotu: Obliczana jest jako średnia arytmetyczna ocen uzyskanych z zaliczenia i egzaminu.</p>	
Literatura podstawowa		
Sułkowski Cz.(red) (2008): Podstawy teorii i polityki makroekonomicznej. Zapol, Szczecin		
Burda M., Wyplosz Ch (1999): Makroekonomia podręcznik europejski. PWE, Warszawa		
Snowdown B., Vane H.R., Wynarczyk P. (1998): Współczesne nurty teorii makroekonomii. PWN, Warszawa		
Literatura uzupełniająca		
Romer D. (2000): Makroekonomia dla zaawansowanych. PWN, Warszawa		
Snowdown B., Vane H.R. (2003): Rozmowy z wybitnymi ekonomistami. Dom Wydawniczy Bellona, Warszawa		
(2004): Elastyczny rynek pracy - jak sprostać temu wyzwaniu?. CASE, Warszawa		
NAKŁAD PRACY STUDENTA:		
	Liczba godzin	
Zajęcia dydaktyczne	18	
Udział w konsultacjach	15	
Zdawanie egzaminu lub/i zaliczenia	4	
Przygotowanie się do zajęć	20	
Studiowanie literatury	20	
Przygotowanie się do egzaminu lub/i zaliczenia	23	
ŁĄCZNY nakład pracy studenta w godz.	100	
Liczba punktów ECTS	4	

Nazwa przedmiotu: Koncepcje zarządzania (PRZEDMIOTY PODSTAWOWE)			Kod przedmiotu: 14.3III22AII17_2		
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot / moduł: Wydział Nauk Ekonomicznych i Zarządzania, Instytut Zarządzania i Marketingu					
Nazwa kierunku: Zarządzanie					
Forma studiów: drugiego stopnia, niestacjonarne		Profil kształcenia: ogólnoakademicki		Specjalność:	
Rok / semestr: 1 / 1		Status przedmiotu / modułu: obowiązkowy		Język przedmiotu / modułu: polski	
Forma zajęć:	wykłady	ćwiczenia			
Wymiar zajęć:	9	18			
Koordynator przedmiotu / modułu:	dr hab. inż. Alberto Lozano-Platonoff				
Prowadzący zajęcia:	mgr Malwina Szarek - ćwiczenia				
Cel przedmiotu / modułu:	Przedmiot obejmuje zagadnienia związane z wybranymi teoriami, koncepcjami i technikami zarządzania (istota, założenia, sposób wdrażania, wady i zalety, uwarunkowania) oraz mechanizmami funkcjonowania i rozwoju firm w zależności od ich wielkości ze wskazaniem możliwości zastosowania różnych koncepcji zarządzania w poszczególnych fazach rozwojowych. Ponadto podczas zajęć student będzie miał możliwość rozwinięcia umiejętności w zakresie analizy sytuacji firmy, identyfikacji problemów oraz doboru koncepcji i technik zarządzania w celu poprawy efektywności działania.				
Wymagania wstępne:	<input type="checkbox"/> znajomość zagadnień z obszaru: podstaw zarządzania, nauki o organizacji, zachowań organizacyjnych; <input type="checkbox"/> student potrafi zastosować narzędzia zarządzania poznane w ramach podstawowych przedmiotów z zarządzania m.in. algorytm procesu podejmowania decyzji, zasady organizacji pracy, analiza SWOT; <input type="checkbox"/> poszukiwanie materiałów literaturowych, pracy zespołowej.				
EFEKTY KSZTAŁCENIA			Odniesienie do efektów dla programu		Odniesienie do efektów dla obszaru
Wiedza	1. Przedstawia istotę omawianych teorii i koncepcji zarządzania (definicja, jaki rozwiązuje problem, elementy, etapy wdrażania, warunki wdrażania, wady i zalety, efekty)		K_W01	S2A_W01,	
	2. Tłumaczy mechanizmy zarządzania firmą i jej rozwoju		K_W17	S2A_W08,	
	3. Dokonuje porównań koncepcji zarządzania (podobieństwa i różnice w obszarze istoty, elementów, etapów, warunków i efektów wdrażania, zależności; możliwość wspólnego zastosowania)		K_W06	S2A_W03,	
Umiejętności	4. Identyfikuje problemy firmy i wskazuje na ich przyczyny		K_W20	S2A_W10,	
	5. Proponuje stosowne techniki i koncepcje zarządzania w zależności od sytuacji		K_U01	S2A_U01,	
	6. Dobiera treść i metody prezentacji oraz prezentuje i zachęca do dyskusji		K_U14	S2A_U07,	
Kompetencje społeczne	7. Przygotowuje pracę pisemną dotyczącą koncepcji zarządzania wskazując na praktyczne możliwości zastosowania koncepcji i powiązania z innymi koncepcjami		K_U12	S2A_U06,	
	8. realizuje projekt zespołowy		K_U17	S2A_U10,	
			K_U16	S2A_U09,	
			K_K02	S2A_K02,	
			K_K03	S2A_K03,	
TREŚCI PROGRAMOWE					Liczba godzin
Forma zajęć: wykłady					
1. Zarządzanie przedsiębiorstwem we współczesnym świecie i miejsce koncepcji zarządzania					1
2. Podstawowe charakterystyki postępowania menedżerów					1
3. Potencjał rozwojowy przedsiębiorstw					2
4. Istotne charakterystyki sprawnego działania przedsiębiorstwa					1
5. Koncepcje zarządzania - filozofia jakości, filozofia organizacji uczącej się					1

6. Koncepcje zarządzania według perspektywy celów, kosztów, jakości, przebiegu procesów i przebiegu wiedzy		3
Forma zajęć: ćwiczenia		
1. Ukierunkowanie na kluczowe działania - zarządzanie przez cele		2
2. Koncepcje ukierunkowane na zmianę organizacji - benchmarking, outsourcing, reengineering		5
3. Kolokwium I		1
4. Koncepcje zorientowane na wiedzę - zarządzanie wiedzą		2
5. Koncepcje ukierunkowane na jakość - Just in Time		2
6. Relacje z otoczeniem - teoria interesariuszy, teoria gron		2
7. Studium przypadku - identyfikacja problemów firmy, propozycja zastosowania koncepcji zarządzania		2
8. Kolokwium II		2
Metody kształcenia	Wykład z wykorzystaniem prezentacji multimedialnych - przekazywanie wiedzy teoretycznej popartej przykładami praktycznymi (wykład); Studia przypadków (ćwiczenia); Dyskusja nt. uwarunkowań i efektów koncepcji zarządzania.	
Metody weryfikacji efektów kształcenia		Nr efektu kształcenia z sylabusu
	* kolokwium	1,2,3,
	* egzamin ustny	1,2,3,
	* praca pisemna/esej/recenzja	4,5,6,7,8,
Forma i warunki zaliczenia	<p>Forma i warunki zaliczenia: <input type="checkbox"/>80% - dwa kolokwia przeprowadzone w formie pisemnej, pytania otwarte; 20% - praca pisemna - przedstawienie sposobu/możliwości zastosowania wybranej koncepcji zarządzania w warunkach polskich w wybranym przedsiębiorstwie; <input type="checkbox"/>dodatkowe <input type="checkbox"/>10 % - raporty ze studiów przypadku.</p> <p>Forma i warunki zaliczenia wykładu: <input type="checkbox"/>przedmiot kończy się egzaminem i ocena z egzaminu jest jednocześnie oceną z wykładu.</p> <p>Forma i warunki egzaminu: <input type="checkbox"/>egzamin w formie ustnej obejmujący zakres tematów omawianych podczas wykładów i podczas ćwiczeń.</p> <p>Ocenianie: <input type="checkbox"/>dostateczny: student potrafi określić istotę poznanych koncepcji zarządzania.</p> <p>Ocena z przedmiotu: <input type="checkbox"/>ocena jest równa 30% oceny uzyskanej z ćwiczeń oraz 70% ocenie uzyskanej z egzaminu.</p>	
Literatura podstawowa		
Czerska M. , Szpitter A. (2010): Koncepcje zarządzania. Wyd. C.H. Beck, Warszawa		
Duchniewicz S. (2005): Metody organizacji i Zarządzania. Wyd. Menedżerskie PTM, Warszawa		
Brilman J. (2002): Nowoczesne koncepcje i metody zarządzania. PWE, Warszawa		
Jashapara A. (2006): Zarządzanie wiedzą. Zintegrowane podejście. Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa		
Literatura uzupełniająca		
Senge P. (2004): Piąta dyscyplina. Teoria i praktyka organizacji uczących się. Oficyna ekonomiczna, Kraków		
Pande P.S., Neuman R.F., Cavanagh R.R. (2003): Six Sigma.Sposób poprawy. Warszawa		
Gay Ch.L., Essinger J. (2002): Outsourcing strategiczny. Koncepcja modele I wdrażanie. Oficyna Ekonomiczna, Kraków		
Borodako K. (2009): Foresight w zarządzaniu strategicznym. Wyd. C.H. Beck, Warszawa		
Kaplan R.S., Norton D.P (2001): Strategiczna Krata Wyników. Jak przełożyć strategię na działanie. PWN, Warszawa		
NAKLAD PRACY STUDENTA:		
	Liczba godzin	
Zajęcia dydaktyczne	27	
Udział w konsultacjach	17	
Zdawanie egzaminu lub/i zaliczenia	4	
Przygotowanie się do zajęć	11	

Studiowanie literatury	13
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	13
Przygotowanie się do egzaminu lub/i zaliczenia	15
ŁĄCZNY nakład pracy studenta w godz.	100
Liczba punktów ECTS	4

Nazwa przedmiotu: Konsument w gospodarce rynkowej (PRZEDMIOTY KIERUNKOWE)			Kod przedmiotu: 14.3III22AII17_8		
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot / moduł: Wydział Nauk Ekonomicznych i Zarządzania, Instytut Zarządzania i Marketingu					
Nazwa kierunku: Zarządzanie					
Forma studiów: drugiego stopnia, niestacjonarne		Profil kształcenia: ogólnoakademicki		Specjalność:	
Rok / semestr: 1 / 1		Status przedmiotu / modułu: obowiązkowy		Język przedmiotu / modułu: polski	
Forma zajęć:	wyklady	ćwiczenia			
Wymiar zajęć:	9	9			
Koordinator przedmiotu / modułu:	dr hab. Jolanta Witek				
Prowadzący zajęcia:	dr hab. Jolanta Witek - ćwiczenia				
Cel przedmiotu / modułu:	Celem jest przedstawienie podstawowej wiedzy o istocie, miejscu i roli konsumenta w gospodarce rynkowej.				
Wymagania wstępne:	W zakresie wiedzy: student definiuje podstawowe pojęcia ekonomiczne i marketingowe. W zakresie umiejętności: potrafi analizować zasady postępowania konsumentów. W zakresie kompetencji społecznych: student potrafi pracować w grupie oraz ma wpojone nawyki kształcenia ustawicznego, umie podejmować dyskusję we wskazanym obszarze.				
EFEKTY KSZTAŁCENIA			Odniesienie do efektów dla programu		Odniesienie do efektów dla obszaru
Wiedza	1. student potrafi wyjaśnić istotę funkcjonowania konsumenta jako podmiotu gospodarującego i jako źródło przewagi konkurencyjnej firm		K_W04 K_W05		S2A_W02, S2A_W02,
Umiejętności	2. student umie zidentyfikować potrzeby klientów, dokonać ich analizy oraz zaimplementowania w praktyce rynkowej przedsiębiorstw		K_U09		S2A_U04,
	3. student umie opracować i wdrożyć procedurę kształtowania satysfakcji klienta		K_U14		S2A_U07,
Kompetencje społeczne	4. potrafi uzupełniać i doskonalić nabytą wiedzę i umiejętności		K_K07		S2A_K06,
TREŚCI PROGRAMOWE					Liczba godzin
Forma zajęć: wyklady					
1. Klient i jego potrzeby jako źródło przewagi konkurencyjnej					1
2. Czynniki kształtujące zachowania klientów					2
3. Prawidłowości zachowań konsumentów					1
4. Megatrendy wyznacznikami przyszłych zachowań klientów					1
5. Etapy ewolucji dbałości o klienta, warunki skutecznego wdrażania strategii orientacji na klienta					1
6. Kształtowanie satysfakcji klienta i ich pomiar					2
7. Weryfikacja wiedzy i umiejętności(kolokwium)					1
Forma zajęć: ćwiczenia					
1. Identyfikacja potrzeb klientów oraz wskazanie możliwości ich kreowania					1
2. Analiza marketingowych uwarunkowań zachowań klientów					1
3. Przygotowanie projektu praktycznego wykorzystania wiedzy o konsumencie i jego zachowaniach					2
4. Opis orientacji na klienta w działaniach wybranych polskich przedsiębiorstw					1
5. Przeprowadzenie pomiaru satysfakcji i zadowolenia klientów					2
6. Zidentyfikowanie kluczowych klientów i przygotowanie planu zarządzania nimi					1
7. Weryfikacja wiedzy i umiejętności (kolokwium)					1

Metody kształcenia	Prezentacja multimedialna, dyskusja, studia przypadków, praca w grupach, prezentacja projektu przez studentów	
Metody weryfikacji efektów kształcenia		Nr efektu kształcenia z sylabusu
	* kolokwium	1,4,
	* zajęcia praktyczne (weryfikacja poprzez obserwację)	2,3,
Forma i warunki zaliczenia	<p>Forma i warunki zaliczenia wykładu: przedmiot nie kończy się egzaminem i ocena z wykładu jest uzyskiwana na podstawie pisemnego zaliczenia tej formy zajęć na wykładzie, oraz na ćwiczeniach.</p> <p>Ocenianie: studenci oceniani są na podstawie kolokwium obejmującego weryfikację wiedzy i umiejętności na podstawie zestawu pytań testowych lub opisowych oraz oceny przez prowadzącego zadań/ćwiczeń realizowanych podczas zajęć.</p> <p>Ocena z przedmiotu: obliczana jest jako 60% oceny z zaliczenia wykładu i 40% zaliczenia z ćwiczeń.</p>	
Literatura podstawowa		
Brown, S.A., (2003): Strategiczne podejście do klientów,. pwe		
Cheverton, P., (2001): Zarządzanie kluczowymi klientami. Oficyna Ekonomiczna		
Hill, N., Alexander, J., (2003): Pomiar satysfakcji klientów. Oficyna Ekonomiczna		
Mazurek- Łopacińska, K., (2003): Zachowania nabywców ich konsekwencje marketingowe. PWE		
Mazurek- Łopacińska, K., (2001): Orientacja na klienta w przedsiębiorstwie. PWE		
Lambkin, M., Foxall, G., van Raaij, F., Heilbrunn, B., (2001): Zachowania konsumenta. Koncepcje i badania europejskie. PWN		
Literatura uzupełniająca		
Underhill, P., (2001): Dlaczego kupujemy?. MT Biznes		
Baudrillard, J., (2006): Społeczeństwo konsumpcyjne, Jego mity i struktury. Sic		
Figiel, A., (2004): Etnocentryzm konsumencki. Produkty krajowe czy zagraniczne. PWE		
Zaltman, G., (2004): Jak myślą klienci, czyli podróż w głąb umysłu rynku. Forum		
NAKŁAD PRACY STUDENTA:		
	Liczba godzin	
Zajęcia dydaktyczne	18	
Udział w konsultacjach	12	
Zdawanie egzaminu lub/i zaliczenia	3	
Przygotowanie się do zajęć	14	
Studiowanie literatury	8	
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	10	
Przygotowanie się do egzaminu lub/i zaliczenia	10	
ŁĄCZNY nakład pracy studenta w godz.	75	
Liczba punktów ECTS	3	

Nazwa przedmiotu: Społeczna odpowiedzialność biznesu (PRZEDMIOTY PODSTAWOWE)			Kod przedmiotu: 14.3III22AII17_6		
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot / moduł: Wydział Nauk Ekonomicznych i Zarządzania, Instytut Zarządzania i Marketingu					
Nazwa kierunku: Zarządzanie					
Forma studiów: drugiego stopnia, niestacjonarne		Profil kształcenia: ogólnoakademicki		Specjalność:	
Rok / semestr: 2 / 3		Status przedmiotu / modułu: obowiązkowy		Język przedmiotu / modułu: polski	
Forma zajęć:	wyklady	ćwiczenia			
Wymiar zajęć:	9	9			
Koordynator przedmiotu / modułu:	dr Marta Młokosiewicz				
Prowadzący zajęcia:					
Cel przedmiotu / modułu:	Celem jest przedstawienie studentom podstawowych zagadnień dotyczących społecznej odpowiedzialności w biznesie jako integralnej części zarządzania przedsiębiorstwem oraz jako codziennej praktyki.				
Wymagania wstępne:	Student ma znajomość podstaw ekonomii, teorii zarządzania i marketingu, umie myśleć analitycznie, wykazuje kreatywność oraz umie komunikować się z innymi.				
EFEKTY KSZTAŁCENIA			Odniesienie do efektów dla programu	Odniesienie do efektów dla obszaru	
Wiedza	1. zna koncepcję interesariuszy firmy oraz zarządzania interesariuszami w systemie zarządzania strategicznego przedsiębiorstwem 2. posiada wiedzę dotyczącą modeli społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw oraz tzw. dobrych praktyk w biznesie 3. zna znaczenie społecznie odpowiedzialnego przywództwa oraz kultury organizacji w realizowaniu koncepcji społecznej odpowiedzialności biznesu		K_W09 K_W11 K_W05 K_W12	S2A_W04, S2A_W04, S2A_W02, S2A_W05,	
Kompetencje społeczne	4. potrafi współpracować w grupie planując projekt społecznie odpowiedzialny		K_K05	S2A_K05,	
TREŚCI PROGRAMOWE				Liczba godzin	
Forma zajęć: wyklady					
1. Społeczna odpowiedzialność w biznesie - pojęcie, aspekt historyczny i ujęcie teoretyczne					1
2. Modele społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw oraz koncepcja interesariuszy firmy					1
3. Projektowanie systemu społecznej odpowiedzialności. Model zarządzania przedsiębiorstwem ukierunkowany na potrzeby społeczne					2
4. Społecznie odpowiedzialny model kierowania ludźmi w przedsiębiorstwie					1
5. Działalność społeczna przedsiębiorstw - zakres i formy					2
6. Systemy normalizacji i oceny społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw					1
7. Raportowanie społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstwa					1
Forma zajęć: ćwiczenia					
1. Społeczna odpowiedzialność w biznesie w gospodarce rynkowej					1
2. Koncepcja interesariuszy firmy					1
3. Projektowanie systemu społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstwa. Model zarządzania przedsiębiorstwem ukierunkowany na potrzeby społeczne					2
4. Działalność społeczna przedsiębiorstw - rola firmy w społeczności lokalnej					2
5. Społeczna odpowiedzialność firmy a relacje z konkurentami					1
6. Społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstwa w relacjach z instytucjami publicznymi					1

7. Kodeksy etyczne przedsiębiorstw oraz kodeksy zawodowe		1
Metody kształcenia	wykład, dyskusja, case study, praca w grupach	
Metody weryfikacji efektów kształcenia		Nr efektu kształcenia z sylabusu
	* praca pisemna/esej/recenzja	1,2,3,4,
	* egzamin pisemny	1,2,3,
	* zajęcia praktyczne (weryfikacja poprzez obserwację)	1,2,3,4,
Forma i warunki zaliczenia	<p>Forma i warunki zaliczenia: studenci są oceniani na podstawie opracowania indywidualnego projektu dotyczącego praktyki społecznej odpowiedzialności w biznesie (60% oceny), który weryfikuje osiągnięcie efektów kształcenia w zakresie wiedzy oraz na podstawie zaangażowania w pracę grupową podczas zajęć (40% oceny), dotyczącą społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw, która sprawdza efekty kształcenia w zakresie wiedzy oraz kompetencji społecznych.</p> <p>Forma i warunki egzaminu: studenci są oceniani na podstawie egzaminu pisemnego (4 pytania), który obejmuje zagadnienia z wykładów i ćwiczeń oraz zalecanej literatury oraz weryfikuje osiągnięcie efektów kształcenia w zakresie wiedzy.</p> <p>Student otrzymuje ocenę dostateczną, gdy zna pojęcie i modele społecznej odpowiedzialności oraz podstawowe informacje dotyczące modelu społecznie odpowiedzialnego zarządzania przedsiębiorstwem.</p> <p>Ocena z przedmiotu jest równa ocenie uzyskanej z egzaminu.</p>	
Literatura podstawowa		
Adamczyk J. (2009): Społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstw. PWE, Warszawa 5-210		
Paliwoda-Matiolańska A. (2009): Odpowiedzialność społeczna w procesie zarządzania przedsiębiorstwem. C.H. Beck, Warszawa 5-258		
Roszkowska P. (2011): Rewolucja w raportowaniu biznesowym. Interesariusze, konkurencyjność, społeczna odpowiedzialność. Difin, Warszawa 5-222		
Literatura uzupełniająca		
Rybak M. (2011): Etyka menedżera - społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstwa. PWN, Warszawa 5-231		
Kietliński K., Martinez Reyes V., Oleksyn T (2005): Etyka w biznesie i zarządzaniu. Oficyna Ekonomiczna, Kraków 5-280		
NAKŁAD PRACY STUDENTA:		
	Liczba godzin	
Zajęcia dydaktyczne	18	
Udział w konsultacjach	4	
Zdawanie egzaminu lub/i zaliczenia	4	
Przygotowanie się do zajęć	10	
Studiowanie literatury	14	
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	15	
Przygotowanie się do egzaminu lub/i zaliczenia	10	
ŁĄCZNY nakład pracy studenta w godz.	75	
Liczba punktów ECTS	3	

Nazwa przedmiotu: Przedsiębiorczość (PRZEDMIOTY KIERUNKOWE)			Kod przedmiotu: 14.3III22AII16_7		
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot / moduł: Wydział Nauk Ekonomicznych i Zarządzania, Instytut Zarządzania i Inwestycji					
Nazwa kierunku: Zarządzanie					
Forma studiów: drugiego stopnia, niestacjonarne		Profil kształcenia: ogólnoakademicki		Specjalność:	
Rok / semestr: 1 / 1		Status przedmiotu / modułu: obowiązkowy		Język przedmiotu / modułu: polski	
Forma zajęć:	wyklady	ćwiczenia			
Wymiar zajęć:	9	9			
Koordynator przedmiotu / modułu:	dr Barbara Czerniachowicz				
Prowadzący zajęcia:	mgr Roman Tylżanowski - ćwiczenia				
Cel przedmiotu / modułu:	Celem jest zapoznanie studentów z nowoczesnym i zintegrowanym podejściem do problemu przedsiębiorczości indywidualnej, w tym akademickiej, a także organizacyjnej.				
Wymagania wstępne:	W zakresie wiedzy: zna zagadnienia ogólnoeconomiczne wykładane w ramach makro- i mikroekonomii, nauki o przedsiębiorstwie, teorii zarządzania. W zakresie umiejętności: potrafi założyć działalność gospodarczą, przygotować biznesplan. W zakresie kompetencji (postaw): gotowy do prezentacji innowacyjnych pomysłów na biznes, kreatywny, potrafi współpracować w zespole.				
EFEKTY KSZTAŁCENIA			Odniesienie do efektów dla programu		Odniesienie do efektów dla obszaru
Wiedza	1. zna zarządzanie przedsiębiorstwem w oparciu o ideę intraprzsiębiorczości oraz koncepcję przedsiębiorczości akademickiej.		K_W21 K_W22 K_W10		S2A_W11, S2A_W11, S2A_W04,
Umiejętności	2. potrafi przygotować plan wdrożenia przedsiębiorczego pomysłu w ramach przedsiębiorczości akademickiej lub w ramach koncepcji intraprzsiębiorczości.		K_U12 K_U14		S2A_U06, S2A_U07,
Kompetencje społeczne	3. umie zidentyfikować własny potencjał w obszarze zachowań przedsiębiorczych.		K_K01		S2A_K01,
TREŚCI PROGRAMOWE					Liczba godzin
Forma zajęć: wyklady					
1. Pojęcie, typy i znaczenie przedsiębiorczości oraz organizacji przedsiębiorczych					2
2. Przedsiębiorca, przedsiębiorczość wewnętrzna i zewnętrzna. Uwarunkowania przedsiębiorczości korporacyjnej. Cechy przedsiębiorczej osoby i orientacje na przedsiębiorczość					1
3. Przedsiębiorczość akademicka, podstawowe pojęcia, instrumenty oraz funkcjonowanie inkubatorów akademickich, parków technologicznych, tworzenie akademickiej infrastruktury technologicznej, intelektualnej, źródła finansowania, tworzenie organizacji spin-out i spin-off					2
4. Istota i rola przedsiębiorczości intelektualnej oraz klasyfikacje przedsiębiorców w praktyce gospodarczej					1
5. Przedsiębiorczość jako proces. Planowanie przedsięwzięć, organizowanie zasobów oraz określenie zasad wdrożenia planu					1
6. Nastawienia wobec przedsiębiorczości i możliwości ich zmian. Identyfikacja szans przedsiębiorczych i ryzyko związane z prowadzeniem działalności					1
7. Infrastruktura wspierająca przedsiębiorczość. Przedsiębiorczość międzynarodowa					1
Forma zajęć: ćwiczenia					
1. Wprowadzenie do przedsiębiorczości. Rozumienie pojęcia - case study „definicja przedsiębiorczości”, dyskusja. Przedsiębiorczość indywidualna. Case - study „Potrzeba samorealizacji jako motor przedsiębiorczości indywidualnej”					1
2. Proces zakładania indywidualnej działalności gospodarczej. Bariery prawne, ekonomiczne, społeczne w zakładaniu i prowadzeniu indywidualnej działalności gospodarczej. Case study. Instytucjonalne wsparcie dla innowacyjnych przedsięwzięć gospodarczych w Polsce i UE					2

3. Przedsiębiorczość korporacyjna - wprowadzenie case study „intraprzedsiębiorczość jako innowacyjna koncepcja zarządzania”		1
4. Przedsiębiorczość akademicka - problematyka komercjalizacji wiedzy. Kooperacja uczelni wyższych z sektorem przedsiębiorstw.		1
5. Przejawy przedsiębiorczości akademickiej - Akademickie Inkubatory Przedsiębiorczości. Przejawy przedsiębiorczości akademickiej - spółki typu spin off i spin out		1
6. Prezentacje projektów związanych z przedsiębiorczością akademicką		1
7. Przedsiębiorczość intelektualna. Case study. Przedsiębiorcze postawy - case study „czy jestem przedsiębiorczy” - test „role grupowe”		1
8. Zaliczenie - pisemne kolokwium		1
Metody kształcenia	prezentacja multimedialna, metoda przypadków, metody symulacyjne, praca w grupach	
Metody weryfikacji efektów kształcenia		Nr efektu kształcenia z sylabusu
	* kolokwium	1,
	* projekt	2,3,
	* zajęcia praktyczne (weryfikacja poprzez obserwację)	2,3,
Forma i warunki zaliczenia	<p>Forma i warunki zaliczenia: Zaliczenie pisemne: (50% oceny) zaliczenie pisemne w formie około 6 pytań otwartych. Projekty: (50% oceny) studenci w grupach roboczych (3-5 os.) przygotowują biznesplan w ramach idei przedsiębiorczości akademickiej. Na ocenę projektu wpływa: innowacyjność pomysłu, racjonalność planu, przejrzystość prezentacji, zaangażowanie wszystkich członków grupy.</p> <p>Forma i warunki zaliczenia wykładu: przedmiot nie kończy się egzaminem i ocena z wykładu jest uzyskiwana na podstawie pisemnego zaliczenia tej formy zajęć poprzez pozytywne zaliczenie pytań z zakresu wykładu dołączanych do problemów podczas kolokwium na ćwiczeniach.</p> <p>Ocenianie: Student otrzymuje ocenę dostateczną, gdy zna definicje przedsiębiorczości w trzech ujęciach, zna elementy biznesplanu, potrafi definiować przedsiębiorczość akademicką, umie zidentyfikować własny potencjał przedsiębiorczy.</p> <p>Ocena z przedmiotu jest równa ocenie uzyskanej z zaliczenia (średnia arytmetyczna z ocen z kolokwium i projektu).</p>	
Literatura podstawowa		
Cieślak J. (2006): Przedsiębiorczość dla ambitnych. Jak uruchomić własny biznes. Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa		
Niedzielski P., Stawasz E., Poznańska K. red. (2007): Innowacje, przedsiębiorczość i gospodarka oparta na wiedzy, Ekonomiczne problemy usług nr.8, Zeszyty Naukowe nr. 453. Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego, Szczecin		
Kaczmarzyk K. (2008): Przedsiębiorczość jako sposób myślenia i działania. Promotor, Warszawa		
Nawojczyk M. (2009): Przedsiębiorczość. O trudnościach w aplikacji teorii. Zakład Wydawniczy NOMOS, Kraków		
Piecuch T. (2010): Przedsiębiorczość. Podstawy teoretyczne. C.H. Beck, Warszawa		
Literatura uzupełniająca		
Kwiatkowski S. (2000): Przedsiębiorczość intelektualna. Wydawnictwo PWN, Warszawa		
Strużycki M. red. (2006): Przedsiębiorczość w teorii i praktyce. Wydawnictwo SGH Warszawa		
Białasiewicz M. red. (2004): Rozwój przedsiębiorstw. Zarządzanie i diagnoza. Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego, Szczecin		
NAKŁAD PRACY STUDENTA:		
	Liczba godzin	
Zajęcia dydaktyczne	18	
Udział w konsultacjach	2	
Zdawanie egzaminu lub/i zaliczenia	3	
Przygotowanie się do zajęć	20	
Studiowanie literatury	17	
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	20	

Przygotowanie się do egzaminu lub/i zaliczenia	20
ŁĄCZNY nakład pracy studenta w godz.	100
Liczba punktów ECTS	4

Nazwa przedmiotu: Gospodarowanie kapitałem ludzkim (PRZEDMIOTY KIERUNKOWE)			Kod przedmiotu: 14.3III22AII17_9		
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot / moduł: Wydział Nauk Ekonomicznych i Zarządzania, Instytut Zarządzania i Marketingu					
Nazwa kierunku: Zarządzanie					
Forma studiów: drugiego stopnia, niestacjonarne		Profil kształcenia: ogólnoakademicki		Specjalność:	
Rok / semestr: 1 / 1		Status przedmiotu / modułu: obowiązkowy		Język przedmiotu / modułu: polski	
Forma zajęć:	wyklady	ćwiczenia			
Wymiar zajęć:	9	9			
Koordinator przedmiotu / modułu:	dr hab. Wojciech Jarecki				
Prowadzący zajęcia:	dr Ewa Mazur-Wierzbicka - ćwiczenia				
Cel przedmiotu / modułu:	Celem jest przedstawienie istoty i wagi dla przedsiębiorstw i gospodarki gospodarowania kapitałem ludzkim oraz zasad jego analizy.				
Wymagania wstępne:	W zakresie wiedzy: student zna istotę i podstawowe zagadnienia dotyczące rynku pracy, zna problematykę wzrostu gospodarczego. W zakresie umiejętności: student potrafi analizować zależności występujące na rynku pracy i w gospodarce, wyciągać krytyczne wnioski. W zakresie kompetencji społecznych: student potrafi pracować w grupie, krytycznie dyskutować, posiadać motywację do samorozwoju.				
EFEKTY KSZTAŁCENIA			Odniesienie do efektów dla programu	Odniesienie do efektów dla obszaru	
Wiedza	1. Posiada wiedzę o rynku pracy, w tym o kompetencjach i kwalifikacjach oraz o mechanizmach związanych z tworzeniem i rozwojem kapitału ludzkiego.		K_W04 K_W20 K_W05	S2A_W02, S2A_W10, S2A_W02,	
Umiejętności	2. Posiada umiejętność poszukiwania, pozyskiwania i przetwarzania informacji o kapitale ludzkim.		K_U03	S2A_U02,	
Kompetencje społeczne	3. Rozumie potrzebę poprawy jakości kapitału ludzkiego oraz potrafi wpływać na jego rozwój.		K_K01	S2A_K01,	
TREŚCI PROGRAMOWE				Liczba godzin	
Forma zajęć: wyklady					
1. Teoria kapitału ludzkiego					1
2. Koncepcje i analizy kapitału ludzkiego w różnych obszarach ekonomii					1
3. Demografia jako nauka o ludności i kapitale ludzkim					1
4. Rynek pracy					2
5. Edukacja					1
6. Zdrowie jako element kapitału ludzkiego					1
7. Gospodarowanie kapitałem ludzkim w organizacji					2
Forma zajęć: ćwiczenia					
1. Cechy współczesnej gospodarki ze szczególnym uwzględnieniem rynku pracy					1
2. Pomiar gospodarki opartej na wiedzy					2
3. Mierniki i wskaźniki dotyczące demografii					1
4. Migracje					1
5. Koszty i efekty kształcenia. Skala makro i mikro					1
6. Miary dotyczące zdrowia					1
7. Obszary gospodarowania kapitałem ludzkim w organizacji					2

Metody kształcenia	Prezentacja multimedialna, dyskusje, praca w grupach, studia przypadków.	
Metody weryfikacji efektów kształcenia		Nr efektu kształcenia z sylabusu
	* kolokwium	1,2,
	* praca pisemna/esej/recenzja	3,
Forma i warunki zaliczenia	<p>Forma i warunki zaliczenia wykładów i ćwiczeń - na ocenę z zaliczenia przedmiotu wpływa aktywność w dyskusjach i pracy grupowej podczas realizacji zadań w trakcie ćwiczeń oraz kolokwium w postaci pytań testowych i opisowych, obejmujących wiedzę z zakresu wykładów oraz zalecanej literatury.</p> <p>Student otrzymuje ocenę dostateczną, gdy wykaże się znajomością podstawowych teorii kapitału ludzkiego, rynku pracy, kosztów i efektów kształcenia, wad i zalet migracji, zmian demograficznych, wpływu zdrowia na wydajność pracy.</p> <p>Ocena z przedmiotu jest oceną średnią ważoną z zaliczenia wykładów i ćwiczeń.</p>	
Literatura podstawowa		
Jarecki W., Kunasz M., Mazur-Wierzbicka ., Zwiech P. (2010): Gospodarowanie kapitałem ludzkim. Economicus, Szczecin 219		
Jarecki W., Kunasz M., Mazur-Wierzbicka ., Zwiech P. (2010): Praktyczne aspekty gospodarowania kapitałem ludzkim. Economicus, Szczecin 83		
Łukasiewicz G. (2009): Kapitał ludzki w organizacji. PWN, Warszawa 252		
Cichy K., (2008): Kapitał ludzki i postęp techniczny jako determinanty wzrostu gospodarczego. Insytut Wiedzy i Innowacji, Warszawa 219		
Literatura uzupełniająca		
Juchnowicz M. (2007): Elastyczne zarządzanie kapitałem ludzkim w organizacji wiedzy. Difin, Warszawa 330		
Pocztowski A. (2007): W kierunku jakości kapitału ludzkiego. IPISS, Warszawa 163		
Listwan T. (2010): arządzanie kadrami. CH Beck, Warszawa 542		
NAKŁAD PRACY STUDENTA:		
	Liczba godzin	
Zajęcia dydaktyczne	18	
Udział w konsultacjach	12	
Zdawanie egzaminu lub/i zaliczenia	3	
Przygotowanie się do zajęć	15	
Studiowanie literatury	15	
Przygotowanie się do egzaminu lub/i zaliczenia	12	
ŁĄCZNY nakład pracy studenta w godz.	75	
Liczba punktów ECTS	3	

Nazwa przedmiotu: Logistyka (PRZEDMIOTY KIERUNKOWE)		Kod przedmiotu: 14.3III22AII16_10	
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot / moduł: Wydział Nauk Ekonomicznych i Zarządzania, Instytut Zarządzania i Inwestycji			
Nazwa kierunku: Zarządzanie			
Forma studiów: drugiego stopnia, niestacjonarne		Profil kształcenia: ogólnoakademicki	Specjalność:
Rok / semestr: 1 / 1		Status przedmiotu / modułu: obowiązkowy	Język przedmiotu / modułu: polski
Forma zajęć:	konwersatoria		
Wymiar zajęć:	18		
Koordynator przedmiotu / modułu:	dr hab. Katarzyna Koziół-Nadolna		
Prowadzący zajęcia:			
Cel przedmiotu / modułu:	Celem jest zrozumienie istoty i roli logistyki w zarządzaniu organizacją.		
Wymagania wstępne:	Student zna rodzaje działalności prowadzone przez podmioty gospodarcze oraz formy prowadzenia działalności gospodarczej, potrafi sklasyfikować rodzaje działalności, potrafi pracować w grupie, jest przygotowany do rozwiązywania analiz przypadków.		
EFEKTY KSZTAŁCENIA		Odniesienie do efektów dla programu	Odniesienie do efektów dla obszaru
Wiedza	1. zna złożone kategorie z zakresu logistyki i strategii logistycznych.	K_W02	S2A_W01,
Umiejętności	2. potrafi przeanalizować przedsiębiorstwo pod kątem stosowanych systemów logistycznych.	K_U04	S2A_U02,
	3. potrafi prognozować i analizować modele sterowania zapasami w przedsiębiorstwie.	K_U09	S2A_U04,
TREŚCI PROGRAMOWE			Liczba godzin
Forma zajęć: konwersatoria			
1. Istota logistyki. Kategorie logistyki			1
2. Sfery działań logistycznych			1
3. Systemy logistyczne			2
4. Infrastruktura logistyczna			1
5. Planowanie potrzeb materiałowych			1
6. Modele i metody sterowania zapasami			2
7. Sterowanie przepływami produkcji i materiałów			1
8. Analiza i formułowanie strategii logistycznej firmy. Analiza potrzeb klienta			2
9. Zarządzanie zapasami w przedsiębiorstwie			1
10. Analiza i optymalizowanie zapasów w przedsiębiorstwie			1
11. Koszty logistyczne w przedsiębiorstwie			2
12. Analiza kosztów logistycznych			1
13. Strategie logistyczne w przedsiębiorstwach- istota, rodzaje, przykłady			1
14. Kolokwium			1
Metody kształcenia	konwersatorium, rozwiązywanie zadań, praca w grupach, analiza przypadków, dyskusja		
Metody weryfikacji efektów kształcenia			Nr efektu kształcenia z sylabusu
	* kolokwium		1,2,3,
	* projekt		2,3,

Forma i warunki zaliczenia	<p>Ocena z konwersatorium jest uzyskiwana na podstawie pisemnego zaliczenia tej formy zajęć na ostatnim konwersatorium (test z pytaniami wielokrotnego wyboru oraz zadania). Wykonanie pracy zaliczeniowej: przygotowanie projektu i jego prezentacja lub badań i prezentacja ich wyników.</p> <p>Zaliczenie na ocenę dostateczną wymaga uzyskania 60% możliwych punktów. Student otrzymuje ocenę dostateczną, gdy potrafi omówić podstawowe zagadnienia z zakresu istoty i roli logistyki w zarządzaniu organizacją, co sprawdza osiągnięte efekty kształcenia w zakresie wiedzy i umiejętności uzyskanych podczas uczestnictwa w konwersatoriach.</p> <p>Ocena z przedmiotu jest oceną uzyskaną z zaliczenia konwersatorium.</p>
Literatura podstawowa	
Gołębska E. (2009): Logistyka w gospodarce światowej. C.H. Beck 1-200	
Blaik P. (2010): Logistyka. Koncepcja zintegrowanego zarządzania. PWE 1-480	
Kozioł K. (2006): Procesy logistyczne w przedsiębiorstwie przemysłowym, w: Zarys strategii rozwoju przemysłu, W. Janasz (red.).. Difin 229-258	
Literatura uzupełniająca	
Abt S. (2008): Systemy logistyczne w gospodarowaniu. Teoria i praktyka logistyka. AE Poznań 1-130	
NAKLAD PRACY STUDENTA:	
	Liczba godzin
Zajęcia dydaktyczne	18
Udział w konsultacjach	10
Zdawanie egzaminu lub/i zaliczenia	2
Przygotowanie się do zajęć	21
Studiowanie literatury	21
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	14
Przygotowanie się do egzaminu lub/i zaliczenia	14
ŁĄCZNY nakład pracy studenta w godz.	100
Liczba punktów ECTS	4

Nazwa przedmiotu: Planowanie marketingowe (PRZEDMIOTY KIERUNKOWE)			Kod przedmiotu: 14.3III22AII17_11		
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot / moduł: Wydział Nauk Ekonomicznych i Zarządzania, Instytut Zarządzania i Marketingu					
Nazwa kierunku: Zarządzanie					
Forma studiów: drugiego stopnia, niestacjonarne		Profil kształcenia: ogólnoakademicki		Specjalność:	
Rok / semestr: 1 / 1		Status przedmiotu / modułu: obowiązkowy		Język przedmiotu / modułu: polski	
Forma zajęć:	wyklady	ćwiczenia			
Wymiar zajęć:	9	9			
Koordynator przedmiotu / modułu:	dr hab. Edyta Rudawska				
Prowadzący zajęcia:	dr hab. Edyta Rudawska - ćwiczenia dr Małgorzata Wiścicka - ćwiczenia				
Cel przedmiotu / modułu:	Celem jest wskazanie na konieczność marketingowego zarządzania przedsiębiorstwem w celu budowy pozycji rynkowej przez firmy; zapoznanie studentów z metodami analizy sytuacji marketingowej firmy oraz nabycie umiejętności opracowania planu marketingowego.				
Wymagania wstępne:	<input type="checkbox"/> W zakresie wiedzy: student wymienia i definiuje podstawowe zagadnienia mikro i makro ekonomii, marketingu, podstaw zarządzania, rozróżnia poszczególne metody prowadzenia badań marketingowych, wymienia poszczególne funkcje realizowane w firmach. <input type="checkbox"/> W zakresie umiejętności: student ocenia zmiany zachodzące na rynku, organizuje proces pozyskiwania informacji na temat konkretnej firmy lub produktu. <input type="checkbox"/> W zakresie kompetencji (postaw): student potrafi pracować w zespole, posiada umiejętność komunikacji.				
EFEKTY KSZTAŁCENIA			Odniesienie do efektów dla programu	Odniesienie do efektów dla obszaru	
Wiedza	1. zna proces zarządzania marketingowego we współczesnych organizacjach 2. wymienia i charakteryzuje elementy struktury planu marketingowego		K_W01 K_W06	S2A_W01, S2A_W03,	
Umiejętności	3. konstruuje plan marketingowy dla wybranej firmy lub produktu		K_U05 K_U16 K_U06	S2A_U02, S2A_U09, S2A_U02,	
TREŚCI PROGRAMOWE				Liczba godzin	
Forma zajęć: wyklady					
1. Funkcje współczesnego marketingu					1
2. Konsekwencje przyjęcia koncepcji marketingowej w przedsiębiorstwie					1
3. Proces zarządzania marketingowego					1
4. Procedura opracowania planu marketingowego					1
5. Analiza bieżącej sytuacji marketingowej, zasady formułowania celów marketingowych					1
6. Narzędzia wspomagające proces określania celów i strategii marketingowych					2
7. Strategie marketingowe, program działań marketingowych, ustalenie budżetu działań i kontrola działań					2
Forma zajęć: ćwiczenia					
1. Analiza przedsiębiorstwa					1
2. Analiza otoczenia firmy					2
3. Przygotowanie analiz portfelowych służących do wyboru strategii marketingowego działania					1
4. Formułowanie misji i celów działalności					1
5. Opracowanie marketingowych strategii działania firmy					2

6. Opracowanie programu działań marketingowych oraz sposobów kontroli działań		1
7. Zaliczenie		1
Metody kształcenia	prezentacja multimedialna, dyskusja, praca w grupach, prezentacja projektu przez studentów	
Metody weryfikacji efektów kształcenia		Nr efektu kształcenia z sylabusu
	* egzamin pisemny	1,2,
	* projekt	3,
Forma i warunki zaliczenia	<input type="checkbox"/> Studenci oceniani są na podstawie egzaminu pisemnego w formie testu z wykładów i zalecanej literatury (z 25 pytaniami jednokrotnego i wielokrotnego wyboru oraz pytaniami otwartymi) Ocenianie <input type="checkbox"/> Student otrzymuje ocenę dostateczną otrzyma co najmniej 70% punktów możliwych do zdobycia Forma i warunki zaliczenia <input type="checkbox"/> studenci oceniani są na podstawie pracy pisemnej ocenionej przez prowadzącego ćwiczenia Ocenianie <input type="checkbox"/> Student otrzymuje ocenę dostateczną jeśli prawidłowo przygotuje co najmniej 75% pracy Forma i warunki zaliczenia wykładów: <input type="checkbox"/> Przedmiot kończy się egzaminem i ocena z egzaminu jest jednocześnie oceną z wykładów. Ocena z przedmiotu jest równa średniej arytmetycznej ocen uzyskanych z zaliczenia i egzaminu.	
Literatura podstawowa		
Dziekoński M., Kozielski R. (2007): Jak szybko napisać profesjonalny plan marketingowy. Oficyna		
Frąckiewicz E., Karwowski J., Karwowski M., Rudawska E. (2004): Zarządzanie marketingowe. PWE		
Literatura uzupełniająca		
Knecht Z. (2008): Zarządzanie marketingiem. C.H. Beck		
Kotler Ph. (2005): Marketing. Rebis		
Pierścionek Z. (1998): Strategie rozwoju firmy. PWN		
Pomykański A. (2005): Zarządzanie i planowanie marketingowe. PWN		
Niestrój R. (1996): Zarządzanie marketingiem. Aspekty strategiczne. PWN		
Mruk H. (2002): Strategie marketingowe. Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej		
NAKŁAD PRACY STUDENTA:		
	Liczba godzin	
Zajęcia dydaktyczne	18	
Udział w konsultacjach	15	
Zdawanie egzaminu lub/i zaliczenia	4	
Przygotowanie się do zajęć	15	
Studiowanie literatury	13	
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	18	
Przygotowanie się do egzaminu lub/i zaliczenia	15	
Inne	2	
ŁĄCZNY nakład pracy studenta w godz.	100	
Liczba punktów ECTS	4	

Nazwa przedmiotu: Kompleksowe zarządzanie jakością (PRZEDMIOTY KIERUNKOWE)			Kod przedmiotu: 14.3III22AII16_12		
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot / moduł: Wydział Nauk Ekonomicznych i Zarządzania, Instytut Zarządzania i Inwestycji					
Nazwa kierunku: Zarządzanie					
Forma studiów: drugiego stopnia, niestacjonarne		Profil kształcenia: ogólnoakademicki		Specjalność:	
Rok / semestr: 1 / 2		Status przedmiotu / modułu: obowiązkowy		Język przedmiotu / modułu: polski	
Forma zajęć:	wyklady	ćwiczenia			
Wymiar zajęć:	9	9			
Koordynator przedmiotu / modułu:	dr inż. Marian Gołębiowski				
Prowadzący zajęcia:	dr Anna Bielawa - ćwiczenia				
Cel przedmiotu / modułu:	Celem jest przedstawienie zagadnień kompleksowego zarządzania jakością w organizacji.				
Wymagania wstępne:	w zakresie wiedzy: zna podstawy zarządzania jakością w organizacji, w zakresie umiejętności: potrafi określić podstawowe wymagania klienta odnośnie produktu, w zakresie kompetencji: potrafi pracować w grupie i ma nawyki kształcenia ustawicznego.				
EFEKTY KSZTAŁCENIA			Odniesienie do efektów dla programu		Odniesienie do efektów dla obszaru
Wiedza	1. zna i rozumie koncepcje i modele kompleksowego zarządzania jakością		K_W01		S2A_W01,
			K_W16		S2A_W07,
				K_W20	
Umiejętności	2. umie samodzielnie dokonać przeglądu dokumentacji systemu kompleksowego zarządzania jakością		K_U13		S2A_U07,
	3. ocenia zasadność zastosowanych w przedsiębiorstwie narzędzi kompleksowego zarządzania jakością		K_U01		S2A_U01,
TREŚCI PROGRAMOWE					Liczba godzin
Forma zajęć: wyklady					
1. Podstawowe zagadnienia kompleksowego zarządzania jakością (TQM)					2
2. Prekursorzy i koncepcje zarządzania przez jakość					2
3. Istota i modele TQM					1
4. Proces wdrażania TQM i jego efekty w organizacji					1
5. Wybrane techniki i metody TQM					2
6. Koszty jakości w TQM					1
Forma zajęć: ćwiczenia					
1. Narzędzia kompleksowego zarządzania jakością					2
2. Techniki TQM					2
3. Metody TQM					2
4. Nagrody jakości					1
5. Kolokwium					2
Metody kształcenia	wykład z elementami konwersatoryjnymi, ćwiczenia z wykorzystaniem case study. prezentacja multimedialna opracowanie projektu praca w grupach				

Metody weryfikacji efektów kształcenia		Nr efektu kształcenia z sylabusu
	* kolokwium	1,2,3,
	* projekt	2,3,
Forma i warunki zaliczenia	<p>Kolokwium obejmuje wiedzę z wykładów, ćwiczeń oraz zalecanej literatury (test z pytaniami wielokrotnego wyboru i pytaniami otwartymi, zaliczenie testu na ocenę dostateczną wymaga uzyskania 60% możliwych punktów).</p> <p>Wykonanie pracy zaliczeniowej: przygotowanie projektu i jego prezentacja. Ocena z wykładu jest uzyskiwana na podstawie pisemnego zaliczenia tej formy zajęć na ostatnim wykładzie.</p> <p>Student otrzymuje ocenę dostateczną - gdy potrafi omówić podstawowe zagadnienia związane z zagadnień kompleksowego zarządzania jakością w organizacji, co sprawdza osiągnięte efekty kształcenia w zakresie wiedzy i umiejętności uzyskanych podczas uczestnictwa w wykładach i ćwiczeniach.</p> <p>Ocena z przedmiotu obliczana jest jako średnia arytmetyczna ocen uzyskanych z wykładu oraz zaliczenia.</p>	
Literatura podstawowa		
Łańcucki J. (2006): Podstawy kompleksowego zarządzania jakością TQM. Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej w Poznaniu		
Fraś J., Gołębiowski M., Bielawa A. (2006): Podstawy zarządzania jakością w przedsiębiorstwie. Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego		
Konarzewska- Gubała E. (2003): Zarządzanie przez jakość. Koncepcje, metody, studia przypadków. Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej we Wrocławiu		
Literatura uzupełniająca		
Bank J. (1996): Zarządzanie przez jakość. Gebethner & Spółka		
Kolman R. (2009): Kwalitologia. Wiedza o różnych dziedzinach jakości. Placet		
Steinbeck H.H. (1998): Total Quality Management. Kompleksowe zarządzanie jakością. Placet		
NAKŁAD PRACY STUDENTA:		
	Liczba godzin	
Zajęcia dydaktyczne	18	
Udział w konsultacjach	12	
Zdawanie egzaminu lub/i zaliczenia	3	
Przygotowanie się do zajęć	13	
Studiowanie literatury	11	
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	8	
Przygotowanie się do egzaminu lub/i zaliczenia	10	
ŁĄCZNY nakład pracy studenta w godz.	75	
Liczba punktów ECTS	3	

Nazwa przedmiotu: Zarządzanie strategiczne (PRZEDMIOTY KIERUNKOWE)			Kod przedmiotu: 14.3III22AII17_13		
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot / moduł: Wydział Nauk Ekonomicznych i Zarządzania, Instytut Zarządzania i Marketingu					
Nazwa kierunku: Zarządzanie					
Forma studiów: drugiego stopnia, niestacjonarne		Profil kształcenia: ogólnoakademicki		Specjalność:	
Rok / semestr: 1 / 2		Status przedmiotu / modułu: obowiązkowy		Język przedmiotu / modułu: polski	
Forma zajęć:	wykłady	ćwiczenia			
Wymiar zajęć:	9	18			
Koordynator przedmiotu / modułu:	dr hab. inż. Alberto Lozano-Platonoff				
Prowadzący zajęcia:	mgr Hubert Pachciarek - ćwiczenia				
Cel przedmiotu / modułu:	Przedmiot obejmuje zagadnienia dotyczące istoty zarządzania strategicznego, ewolucji podejścia do zarządzania strategicznego, analizy strategicznej, istoty i tworzenia strategii, uwarunkowań różnych sposobów konkurowania, wdrażania strategii. Umożliwia rozwinięcie umiejętności studentów w zakresie przeprowadzania analizy strategicznej, zbierania danych i informacji, analizy wyników i syntezy wniosków. Zapoznanie studentów z wybranymi klasycznymi i współczesnymi podejściami do zarządzania strategicznego publikowanymi w światowej literaturze.				
Wymagania wstępne:	<input type="checkbox"/> student zna podstawowe zagadnienia z obszaru zarządzania, makroekonomia, finansów, marketingu <input type="checkbox"/> student potrafi zastosować narzędzia zarządzania poznane w ramach podstawowych przedmiotów z zarządzania i zidentyfikować główne obszary działania organizacji jak i elementy jej otoczenia <input type="checkbox"/> student potrafi pracować w grupie				
EFEKTY KSZTAŁCENIA			Odniesienie do efektów dla programu		Odniesienie do efektów dla obszaru
Wiedza	1. Opisuje zagadnienia związane z zarządzaniem strategicznym (definicje, elementy, ewolucja, etapy), istotą i typami strategii, rodzaje strategii rozwoju		K_W01	S2A_W01,	
	2. Wyjaśnia mechanizmy tworzenia przewagi konkurencyjnej wg ich rodzaju oraz identyfikuje ich uwarunkowania		K_W13 K_W04 K_W03 K_W02	S2A_W06, S2A_W02, S2A_W02, S2A_W01,	
Umiejętności	4. Przeprowadza analizę otoczenia dalszego i bliższego, interesariuszy, funkcjonowania firmy z zastosowaniem wybranych technik i metod dla dowolnie wybranej organizacji		K_U03 K_U17	S2A_U02, S2A_U10,	
	5. Wyciąga wnioski nt. otoczenia dalszego i bliższego, interesariuszy, funkcjonowania firmy z zastosowaniem wybranych technik i metod dla dowolnie wybranej organizacji		K_U16 K_U11	S2A_U09, S2A_U06,	
Kompetencje społeczne	6. Opracowuje raport z analizy strategicznej wraz z propozycjami strategicznymi dla dowolnie wybranej firmy		K_U05 K_U04	S2A_U02, S2A_U02,	
	8. Przygotowuje i prezentuje projekt zespołowy		K_K02	S2A_K02,	
9. Poszukuje informacji nt. analizowanej organizacji (nawiązanie kontaktu z kadrą zarządzającą organizacji, docieranie do różnych źródeł informacji)		K_K07	S2A_K06,		
TREŚCI PROGRAMOWE					Liczba godzin
Forma zajęć: wykłady					
1. Zarządzanie strategiczne - ogólne pojęcia					1
2. Typy strategii przy tworzeniu przewagi konkurencyjnej					1
3. Typy strategii przy tworzeniu przewagi konkurencyjnej					1
4. Koncepcje konkurowania					1

5. Strategia rozwoju przedsiębiorstwa oraz łańcuch wartości		1
6. Elementy strategii		2
7. Wdrożenie strategii		2
Forma zajęć: ćwiczenia		
1. Uwarunkowania decyzji strategicznych - studium przypadku		2
2. Wykorzystanie metod analizy scenariuszowej w planowaniu strategicznym		1
3. Analiza stanów otoczenia na przykładzie		1
4. Analiza oczekiwań interesariuszy i mapowanie interesariuszy na przykładzie		1
5. Analiza otoczenia konkurencyjnego w oparciu o pięć sił Portera na przykładzie		1
6. Analiza grup strategicznych na przykładzie		1
7. Analiza potencjału firmy w oparciu o analizę kluczowych czynników sukcesu na przykładzie		1
8. Analiza łańcucha wartości i identyfikacja kluczowych kompetencji		1
9. Analiza TOWS/SWOT, analiza SPACE i identyfikacja dróg strategicznych		1
10. Proces kształtowania misji i wizji		1
11. Kolokwium		2
12. Opracowanie propozycji strategicznych - analizy studiów przypadku		2
13. Wdrożenie strategii- studium przypadku		1
14. Prezentacje wyników analiz strategicznych przeprowadzonych w grupach projektowych		2
Metody kształcenia	Wykład z wykorzystaniem prezentacji multimedialnych - przekazywanie wiedzy teoretycznej popartej przykładami praktycznymi (wykład); Dyskusja w oparciu o artykuły z Harvard Business Review Polska (wykład); Zadania praktyczne dotyczące zastosowania metod analizy strategicznej (ćwiczenia); Studia przypadków (ćwiczenia); Multimedialne prezentacje studentów dot. wniosków z analizy strategicznej (ćwiczenia).	
Metody weryfikacji efektów kształcenia		Nr efektu kształcenia z sylabusu
	* egzamin ustny	1,2,3,
	* prezentacje	7,8,
	* kolokwium	3,
	* projekt	4,5,6,8,9,
Forma i warunki zaliczenia	<p>Forma i warunki zaliczenia:</p> <p><input type="checkbox"/>Zaliczenie pisemne (30% oceny) - znajomość podstaw teoretycznych wybranych metod analizy strategicznej oraz podstawowych zagadnień zw. z zarządzaniem strategicznym;</p> <p><input type="checkbox"/>Projekt grupowy (48% oceny) - opracowanie propozycji strategii na podstawie przeprowadzonej analizy strategicznej z wykorzystaniem metod analizy poznanych na zajęciach dla dowolnie wybranej organizacji;</p> <p><input type="checkbox"/>Prezentacja wyników projektu grupowego (12 % oceny) - prezentacja wyników analizy strategicznej i proponowanych działań strategicznych dla wybranej firmy (dobór treści, logika, sposób przygotowania prezentacji multimedialnej i sposób prezentacji).</p> <p><input type="checkbox"/>Raporty ze studiów przypadku (10%)</p> <p>Forma i warunki zaliczenia wykładu:</p> <p><input type="checkbox"/>przedmiot kończy się egzaminem i ocena z egzaminu jest jednocześnie oceną z wykładu.</p> <p>Forma i warunki egzaminu:</p> <p><input type="checkbox"/>egzamin w formie ustnej - trzy pytania, dwa z obszaru zagadnień omawianych na wykładzie, jedno z obszaru zagadnień omawianych na ćwiczeniach.</p> <p>Ocenę dostateczną otrzymuje student rozumie znaczenie strategii w zarządzaniu przedsiębiorstwem oraz zna podstawowe metody analizy strategicznej.</p> <p>Ocena z przedmiotu jest równa 40% oceny uzyskanej z ćwiczeń oraz 60% ocenie uzyskanej z egzaminu.</p>	
Literatura podstawowa		
Obłój K. (2007): Strategia organizacji. PWE, Warszawa		
Gierszewska G., Romanowska M. (2009): Analiza strategiczna przedsiębiorstwa. PWE, Warszawa		
Montgomery C.A. (nr 65/66 lipiec-sierpień 2008): Liderzy firm muszą znów poważnie zająć się strategią. Harvard Business Review		
Porter M. E. (nr 29-30 lipiec-sierpień 2005): Czym jest strategia?. Harvard Business Review		
Coyne K.P., Horn J. (nr 84 luty 2010): Jak przewidzieć reakcję konkurencji. Harvard Business Review		

Collis D. J., Rukstad M. G. (nr 81 listopad 2009): Czy potrafisz opisać swoją strategię?. Harvard Business Review	
Porter M. E. (nr 65/66 lipiec-sierpień 2008): Pięć sił konkurencyjnych kształtujących strategię. Harvard Business Review	
Tilles S. (nr 84 luty 2010): Jak ocenić strategię firmy. Harvard Business Review	
Literatura uzupełniająca	
Gołębiowski T. (2001): Zarządzanie strategiczne. Planowanie i kontrola. Diffin, Warszawa	
Porter M. E. (2010): Strategia konkurencji. MT Biznes, Warszawa	
Rokita J. (2005): Zarządzanie strategiczne - Tworzenie i utrzymywanie przewagi konkurencyjnej. PWE, Warszawa	
NAKŁAD PRACY STUDENTA:	
	Liczba godzin
Zajęcia dydaktyczne	27
Udział w konsultacjach	17
Zdawanie egzaminu lub/i zaliczenia	4
Przygotowanie się do zajęć	20
Studiowanie literatury	7
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	25
Przygotowanie się do egzaminu lub/i zaliczenia	25
ŁĄCZNY nakład pracy studenta w godz.	125
Liczba punktów ECTS	5

Nazwa przedmiotu: Przedsiębiorstwo na rynku globalnym (PRZEDMIOTY KIERUNKOWE)			Kod przedmiotu: 14.3III22AII16_14		
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot / moduł: Wydział Nauk Ekonomicznych i Zarządzania, Instytut Zarządzania i Inwestycji					
Nazwa kierunku: Zarządzanie					
Forma studiów: drugiego stopnia, niestacjonarne		Profil kształcenia: ogólnoakademicki		Specjalność:	
Rok / semestr: 1 / 2		Status przedmiotu / modułu: obowiązkowy		Język przedmiotu / modułu: polski	
Forma zajęć:	wyklady	ćwiczenia			
Wymiar zajęć:	9	9			
Koordynator przedmiotu / modułu:	dr Katarzyna Szopik-Depczyńska				
Prowadzący zajęcia:	dr Anna Bielawa - ćwiczenia				
Cel przedmiotu / modułu:	Celem jest zapoznanie studentów z wiedzą z zakresu procesu globalizacji, gospodarki globalnej, funkcjonowania przedsiębiorstw globalnych na rynku światowym, a także z zakresu różnic kulturowych w biznesie międzynarodowym.				
Wymagania wstępne:	Wiedzy: zna zagadnienia ogólnoeconomiczne wykładane w ramach makro- i mikroekonomii, nauki o przedsiębiorstwie, teorii zarządzania, międzynarodowych stosunków economicznych. Umiejętności: potrafi dokonać analizy funkcjonowania przedsiębiorstwa. Kompetencji (postaw): gotowy do analizy przykładów z praktyki gospodarczej, umie pracować w grupie.				
EFEKTY KSZTAŁCENIA			Odniesienie do efektów dla programu		Odniesienie do efektów dla obszaru
Wiedza	1. zna proces globalizacji, jej efekty i kontrowersje, globalną gospodarkę i jej wpływ na funkcjonowanie gospodarek państw Triady, a także na poziom makro i mikroeconomiczny oraz orientuje się w różnicach kulturowych w przedsiębiorstwach		K_W07 K_W18 K_W09 K_W14 K_W08	S2A_W03, S2A_W08, S2A_W04, S2A_W07, S2A_W03,	
Umiejętności	2. potrafi ocenić korzyści i słabości procesu globalizacji oraz przeanalizować funkcjonowanie wybranych firm globalnych 3. potrafi zabierać głos w dyskusji		K_U04 K_U11 K_U17	S2A_U02, S2A_U06, S2A_U10,	
Kompetencje społeczne	4. potrafi pracować w grupie		K_K02	S2A_K02,	
TREŚCI PROGRAMOWE				Liczba godzin	
Forma zajęć: wyklady					
1. Identyfikacja procesu globalizacji, gospodarki globalnej, Triady, kontrowersji wokół globalizacji.				2	
2. Otoczenie międzynarodowe.				1	
3. Transakcje na rynku globalnym.				1	
4. Firma globalna, jej powstanie, umiędzynarodowienie działalności firmy globalnej.				2	
5. Różnice kulturowe w biznesie międzynarodowym, identyfikacja kultur.				2	
6. Wpływ różnic na funkcjonowanie firm globalnych.				1	
Forma zajęć: ćwiczenia					
1. Dyskusja o gospodarce globalnej a także o przejawach i kontrowersjach dotyczących globalizacji.				2	
2. Identyfikacja firmy globalnej na podstawie case study.				2	
3. Otoczenie międzynarodowe - case study.				1	
4. Współpraca i konkurencja na rynku globalnym - case study. Fuzje i przejęcia na rynku globalnym.				1	

5. Marketing globalny.		1
6. Różnice kulturowe w biznesie międzynarodowym, identyfikacja kultur - case study.		1
7. Charakterystyka strategii firm odnośnie do różnic kulturowych w poszczególnych krajach - case study.		1
Metody kształcenia	wykład z wykorzystaniem prezentacji dyskusje studentów praca z grupach nad problemem rozwiązywanie zadań, analizy przypadków (case study)	
Metody weryfikacji efektów kształcenia		Nr efektu kształcenia z sylabusu
	* kolokwium	1,2,
	* zajęcia praktyczne (weryfikacja poprzez obserwację)	2,3,4,
Forma i warunki zaliczenia	<p>Forma i warunki zaliczenia: Ocena zaliczeniowa ustalana jest na podstawie ocen cząstkowych otrzymywanych w trakcie semestru za określone działania i prace studenta: 70% oceny stanowi zaliczenie pisemne przedmiotu w postaci kolokwium pisemnego (około 6-8 pytań). Pytania otwarte z teoretycznej części materiału oraz dotyczące przykładów z praktyki gospodarczej. 30 % oceny to projekty zespołowe realizowane w domu i omawiane na wykładzie, oraz praca na ćwiczeniach nad przypadkami przedsiębiorstw z praktyki gospodarczej. Projekty testują umiejętności studentów w zakresie wykorzystania posiadanej wiedzy do oceny analizowanych zjawisk oraz prognozowania działań organizacji gospodarczej na podstawie wyciągniętych wniosków.</p> <p>Forma i warunki zaliczenia wykładu: przedmiot nie kończy się egzaminem i ocena z wykładu jest uzyskiwana na podstawie pisemnego zaliczenia tej formy zajęć na wykładzie oraz pracy własnej studenta.</p> <p>Ocenianie: Student otrzymuje ocenę dostateczną; gdy zna podstawowe definicje z zakresu gospodarki globalnej i globalizacji, zna jej efekty i kontrowersje, orientuje się w różnicach kulturowych w przedsiębiorstwach.</p> <p>Ocena z przedmiotu jest równa ocenie uzyskanej z zaliczenia, gdzie 70% oceny stanowi zaliczenie pisemne przedmiotu a 30% praca własna studenta.</p>	
Literatura podstawowa		
Marek S., Białasiewicz M. (red.) (2011): Podstawy nauki o organizacji. PWE		
Yip G.S. (2004): Strategia globalna. PWE		
Zorska A. (2007): Korporacje globalne. PWE		
Marek S. (red.) (2008): Elementy nauki o przedsiębiorstwie. Economicus		
Sowa K. (2006): Strategie międzynarodowe. Difin		
Nowakowski M.K. (red.) (2005): Biznes międzynarodowy. Od internacjonalizacji do globalizacji. Wyd. SGH		
Gesteland R. (2000): Różnice kulturowe a zachowania w biznesie. PWN		
Hampden-Turner C. (2000): Siedem kultur kapitalizmu. Oficyna Ekonomiczna		
Literatura uzupełniająca		
Gorynia M. (2007): Strategie zagranicznej ekspansji przedsiębiorstw. PWE		
Duliniec E. (2004): Marketing międzynarodowy. PWE		
Flejterski S., Wahl P. T. (2003): Ekonomia globalna. Difin		
Rymarczyk J. (2002): Internacjonalizacja przedsiębiorstwa. PWE		
Nowakowski M.K. (2000): Biznes międzynarodowy - obszary decyzji strategicznych. Key Text		
Zorska A. (1998): Ku globalizacji, przemiany w korporacjach transnarodowych i w gospodarce światowej. PWN		
NAKŁAD PRACY STUDENTA:		
	Liczba godzin	
Zajęcia dydaktyczne	18	
Udział w konsultacjach	12	
Zdawanie egzaminu lub/i zaliczenia	3	
Przygotowanie się do zajęć	10	
Studiowanie literatury	11	

Przygotowanie projektu / eseju / itp.	11
Przygotowanie się do egzaminu lub/i zaliczenia	10
ŁĄCZNY nakład pracy studenta w godz.	75
Liczba punktów ECTS	3

Nazwa przedmiotu: Negocjacje (PRZEDMIOTY KIERUNKOWE)		Kod przedmiotu: 14.3III22AII17_15	
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot / moduł: Wydział Nauk Ekonomicznych i Zarządzania, Instytut Zarządzania i Marketingu			
Nazwa kierunku: Zarządzanie			
Forma studiów: drugiego stopnia, niestacjonarne		Profil kształcenia: ogólnoakademicki	Specjalność:
Rok / semestr: 1 / 2		Status przedmiotu / modułu: obowiązkowy	Język przedmiotu / modułu: polski
Forma zajęć:	konwersatoria		
Wymiar zajęć:	18		
Koordinator przedmiotu / modułu:	dr Marta Młokosiewicz		
Prowadzący zajęcia:			
Cel przedmiotu / modułu:	Celem jest zaprezentowanie studentom zagadnień dotyczących zasad i uwarunkowań negocjacji, istoty skutecznego negocjowania oraz umiejętności negocjacyjnych.		
Wymagania wstępne:	Student ma znajomość podstaw socjologii oraz komunikacji interpersonalnej, umie myśleć analitycznie, wykazuje postawę kreatywną, umie pracować w grupie oraz komunikować się z innymi.		
EFEKTY KSZTAŁCENIA		Odniesienie do efektów dla programu	Odniesienie do efektów dla obszaru
Wiedza	1. zna fazy negocjacji, podstawowe style i taktyki negocjowania 2. zna reguły etycznego negocjowania	K_W12 K_W01	S2A_W05, S2A_W01,
Umiejętności	3. umie posłużyć się zdobytą wiedzą do przeprowadzenia krótkich negocjacji na zadany temat z użyciem wybranych technik, odróżniając skuteczne od manipulacyjnych technik negocjowania	K_U17	S2A_U10,
TREŚCI PROGRAMOWE			Liczba godzin
Forma zajęć: konwersatoria			
1. Sposoby rozwiązywania konfliktów			1
2. Pojęcie i uwarunkowania oraz alternatywy negocjacji			1
3. Model negocjacji. Etapy negocjacji. Cechy dobrego negocjatora.			1
4. Priorytety w negocjacjach. Przygotowanie negocjacji			1
5. Czynniki emocjonalny i „mowa ciała” w negocjacjach			1
6. Styl twardy, miękki i rzeczowy w negocjacjach			1
7. Negocjacje pozycyjne			1
8. Negocjacje integracyjne			1
9. Skuteczne taktyki negocjowania			2
10. Techniki kształtowania miejsca negocjacji			1
11. Reguły etycznego negocjowania			1
12. Manipulacja w negocjacjach i sposoby obrony przed taktykami manipulacyjnymi			2
13. Zaliczenie - Prezentacja i omówienie scenek negocjacyjnych			4
Metody kształcenia	wykład, filmy szkoleniowe, dyskusja, case study, kwestionariusz negocjacyjny, scenki negocjacyjne, praca w grupach		
Metody weryfikacji efektów kształcenia			Nr efektu kształcenia z sylabusu
	* projekt		1,2,3,
	* zajęcia praktyczne (weryfikacja poprzez obserwację)		1,2,3,

Forma i warunki zaliczenia	<p>Studenci są oceniani na podstawie: opracowania (w parach) projektu negocjacji (arkusz negocjacji, opis sytuacji negocjacyjnej oraz zaprezentowanie scenki negocjacyjnej) - 60% oceny; zadanie to weryfikuje osiągnięcie efektów kształcenia w zakresie wiedzy i umiejętności; pozostałe 40% oceny obejmuje zaangażowanie studenta w pracę grupową podczas zajęć, która także sprawdza efekty kształcenia w zakresie wiedzy oraz umiejętności. Na ocenę dostateczną student zna podstawowe reguły negocjacji pozycyjnych i integracyjnych oraz sposoby obrony przed technikami manipulacyjnymi. Ocena z przedmiotu jest równa ocenie uzyskanej z zaliczenia.</p>
Literatura podstawowa	
Rządca R. (2003): Negocjacje w interesach. Jak negocjują organizacje. PWE, Warszawa 5-330	
Literatura uzupełniająca	
Bargiel-Matusiewicz K. (2007): Negocjacje i mediacje. PWE, Warszawa 5-152	
Bercoff M. A. (2007): Negocjacje. PWE, Warszawa 5-120	
Kałużna-Drewińska U. (2006): Negocjacje w biznesie. Kluczowe problemy. Akademia Ekonomiczna we Wrocławiu, Wrocław 5-202	
Rządca R., Wujec P. (2001): Negocjacje. PWE, Warszawa 5-186	
Winch A. (2005): Negocjacje: jednostka - organizacja - kultura, Difin, Warszawa 5-240	
NAKŁAD PRACY STUDENTA:	
	Liczba godzin
Zajęcia dydaktyczne	18
Udział w konsultacjach	4
Zdawanie egzaminu lub/i zaliczenia	2
Przygotowanie się do zajęć	16
Studiowanie literatury	27
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	20
Przygotowanie się do egzaminu lub/i zaliczenia	13
ŁĄCZNY nakład pracy studenta w godz.	100
Liczba punktów ECTS	4

Nazwa przedmiotu: Zastosowanie narzędzi informatycznych w procesie decyzyjnym (PRZEDMIOTY KIERUNKOWE)			Kod przedmiotu: 14.3III22AII02_16		
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot / moduł: Wydział Nauk Ekonomicznych i Zarządzania, Instytut Informatyki w Zarządzaniu					
Nazwa kierunku: Zarządzanie					
Forma studiów: drugiego stopnia, niestacjonarne		Profil kształcenia: ogólnoakademicki		Specjalność:	
Rok / semestr: 2 / 3		Status przedmiotu / modułu: obowiązkowy		Język przedmiotu / modułu: polski	
Forma zajęć:	wykłady	ćwiczenia laboratoryjne			
Wymiar zajęć:	9	15			
Koordinator przedmiotu / modułu:	dr Barbara Królikowska				
Prowadzący zajęcia:					
Cel przedmiotu / modułu:	Celem jest przekazanie wiedzy w zakresie wybranych narzędzi i technologii informatycznych stosowanych w procesie decyzyjnym; wyrobienie umiejętności stosowania arkusza kalkulacyjnego w analizie danych i wspomaganiu decyzji.				
Wymagania wstępne:	Student zna podstawowe procesy decyzyjne, wskaźniki ekonomiczne, zna podstawy systemu operacyjnego WINDOWS i pakietu Ms Excel.				
EFEKTY KSZTAŁCENIA			Odniesienie do efektów dla programu	Odniesienie do efektów dla obszaru	
Wiedza	1. zna środowisko informacyjne architektury korporacyjnej w organizacji; narzędzia i technologie CASE, EDI, agent programowy.		K_W07	S2A_W03,	
	2. zna zasady analizy danych, testowania efektów podejmowanych decyzji, rozwiązywania problemów z wykorzystaniem arkusza kalkulacyjnego.		K_W13	S2A_W06,	
Umiejętności	3. potrafi wykonać wielopoziomą analizę danych z wykorzystaniem arkusza kalkulacyjnego, stosując tabelę przestawną oraz funkcje i zmienne tablicowe.		K_U03	S2A_U02,	
	4. symuluje warianty decyzyjne z wykorzystaniem arkusza kalkulacyjnego: stosując scenariusze, dwuwęściowe tabele danych, filtrowanie zaawansowane, szukaj wyniku, SOLVER.		K_U08	S2A_U04,	
TREŚCI PROGRAMOWE				Liczba godzin	
Forma zajęć: wykłady					
1. Architektura korporacyjna-holistyczny obraz organizacji. Ramy architektury korporacyjnej, TOGAF, siatka Zachmana				2	
2. Narzędzia CASE - wspomaganie procesu decyzyjnego, aplikacje				1	
3. EDI - wymiana standardowo sformatowanych danych, standardy aplikacje internetowe przesyłania,				1	
4. Arkusz kalkulacyjny: zasady definiowania argumentów funkcji, kryterium dla funkcji bazodanowych				1	
5. Arkusz kalkulacyjny: testowanie podejmowanych decyzji, analiza danych, symulacja wariantów decyzyjnych.				1	
6. Mechanizmy ostrzegania, wizualizacja danych, raporty zbiorcze: KONSOLIDACJA DANYCH				1	
7. Modelowanie procesu decyzyjnego - zasady działania SOLVERA				2	
Forma zajęć: ćwiczenia laboratoryjne					
1. Tworzenie formatów niestandardowych, formatowanie warunkowe, , Funkcja JEŻELI z wielopoziomym zagnieżdżeniem. Funkcja WYSZUKAJ.PIONOWO, funkcje bazodanowe. Sprawdzanie poprawności wprowadzanych danych, formanty w postaci list rozwijalnych				3	
2. SUMY POŚREDNIE - analizy listy danych wg jednej grupy tematycznej; TABELA dwuwęściowa; zmienne tablicowe, KONSOLIDACJA DANYCH-raporty, wizualizacja danych				3	
3. Wielopoziomowa analiza danych oraz generowanie liczebności grup z wykorzystaniem TABELI PRZESTAWNEJ, filtrowanie danych -kryteria dla filtrów zaawansowanych. Warianty decyzyjne: SCENARIUSZE, SZUKAJ WYNIKU, zmienne tablicowe				4	

4. Budowa modeli decyzyjnych(liniowe, zerojedynkowe), optymalizacja wyniku z wykorzystaniem SOLVERA		2
5. Zaliczenie przedmiotu - indywidualnie przy komputerze rozwiązanie zadanego problemu decyzyjnego		3
Metody kształcenia	Wykład z wykorzystaniem prezentacji multimedialnej i środowiska arkusza kalkulacyjnego Laboratorium komputerowe - aplikacja Ms Excel; modelowanie,	
Metody weryfikacji efektów kształcenia		Nr efektu kształcenia z sylabusu
	* kolokwium	1,2,
	* projekt	3,4,
Forma i warunki zaliczenia	Pisemne zaliczenie wykładów 5 pytań Ocena: dst - poprawna odp. na 3 pyt. Praktyczne zaliczenie lab. (arkusz kalkulacyjny).: dst - student poprawnie rozwiązuje problem wykorzystując funkcje, adresy bezwzględne, DWUWEJŚCIOWE TABELĘ DANYCH, potrafi tworzyć podstawowe wykresy danych z wykorzystaniem arkusza kalkulacyjnego Ms Excel. Ocena z przedmiotu jest równa średniej arytmetycznej: ocen uzyskanych z zaliczenia wykładów i i lab.	
Literatura podstawowa		
Calberg C., (2009): Microsoft Excel 2007 PL. Analizy biznesowe. Rozwiązania w biznesie.. Helion 563		
Walkenbach J., Alexander M (2011): Analiza i prezentacja danych w Microsoft Excel. Vademecum Walkenbacha. Helion 425		
Literatura uzupełniająca		
Sobczak A (2008): Formułowanie i zastosowanie pryncypiów architektury korporacyjnej w organizacjach publicznych. wyd. SGH, Warszawa 397		
NAKŁAD PRACY STUDENTA:		
	Liczba godzin	
Zajęcia dydaktyczne	24	
Udział w konsultacjach	5	
Przygotowanie się do zajęć	16	
Studiowanie literatury	17	
Przygotowanie się do egzaminu lub/i zaliczenia	13	
ŁĄCZNY nakład pracy studenta w godz.	75	
Liczba punktów ECTS	3	

Nazwa przedmiotu: Innowacje w przedsiębiorstwie (PRZEDMIOTY KIERUNKOWE)			Kod przedmiotu: 14.3III22AII16_17		
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot / moduł: Wydział Nauk Ekonomicznych i Zarządzania, Instytut Zarządzania i Inwestycji					
Nazwa kierunku: Zarządzanie					
Forma studiów: drugiego stopnia, niestacjonarne		Profil kształcenia: ogólnoakademicki		Specjalność:	
Rok / semestr: 2 / 3		Status przedmiotu / modułu: obowiązkowy		Język przedmiotu / modułu: polski	
Forma zajęć:	wykłady	ćwiczenia			
Wymiar zajęć:	9	9			
Koordynator przedmiotu / modułu:	dr hab. Joanna Wiśniewska				
Prowadzący zajęcia:					
Cel przedmiotu / modułu:	Celem jest uzyskanie podstawowej wiedzy z zakresu innowacji jako głównych kategorii i determinant współczesnego rozwoju organizacji (przedsiębiorstw i instytucji) oraz gospodarki.				
Wymagania wstępne:	Student zna podstawowe pojęcia z zakresu mikroekonomii i nauki o przedsiębiorstwie, potrafi ocenić sytuacji organizacji w konkretnych warunkach rynkowych oraz potrafi pracować w grupie, ma wpojone nawyki kształcenia ustawicznego.				
EFEKTY KSZTAŁCENIA			Odniesienie do efektów dla programu		Odniesienie do efektów dla obszaru
Wiedza	1. ma wiedzę na temat kształtowania i uwarunkowań innowacyjności w przedsiębiorstwie		K_W10 K_W20 K_W21	S2A_W04, S2A_W10, S2A_W11,	
Umiejętności	2. umie samodzielnie na podstawie określonych parametrów dokonać diagnozy stanu innowacyjności i wskazać potencjalne źródła innowacji w przedsiębiorstwie i zaproponować zmiany w tym obszarze 3. rozumie (identyfikuje) problemy i proponuje kierunki działań innowacyjnych niezbędnych w przedsiębiorstwie z wykorzystaniem metod i zaawansowanego dorobku teoretycznego		K_U13 K_U15	S2A_U07, S2A_U08,	
TREŚCI PROGRAMOWE					Liczba godzin
Forma zajęć: wykłady					
1. Istota i klasyfikacja innowacji					1
2. Źródła i uwarunkowania innowacji w przedsiębiorstwie					1
3. Działalność B+R w przedsiębiorstwach					1
4. Proces kształtowania strategii innowacyjnej w przedsiębiorstwie					1
5. Ryzyko w działalności innowacyjnej					1
6. Determinanty dyfuzji innowacji					1
7. Metody ochrony innowacji przedsiębiorstw					1
8. Współczesne kierunki zmian innowacyjnych i technologicznych na świecie					2
Forma zajęć: ćwiczenia					
1. Modele procesów innowacyjnych oraz parametry oceny innowacyjności przedsiębiorstw - podejście teoretyczne i praktyczne					2
2. Źródła i rodzaje innowacji - case studies					2
3. Specyfika działalności innowacyjnej w usługach					1
4. Pomiar i badania statystyczne działalności innowacyjnej organizacji					1
5. Finansowanie działalności innowacyjnej przedsiębiorstw					1

6. Programy wsparcia działalności innowacyjnej przedsiębiorstw i organizacji w Polsce		1
7. Zaliczenie		1
Metody kształcenia	Wykład i ćwiczenia z wykorzystaniem środków audiowizualnych, dyskusje, analizy typu case study	
Metody weryfikacji efektów kształcenia		Nr efektu kształcenia z sylabusu
	* egzamin pisemny	1,2,
	* projekt	2,3,
Forma i warunki zaliczenia	<p>Ocena z ćwiczeń jest ocena za wykonanie pracy zaliczeniowej: przygotowanie projektu i jego prezentacja lub badań i prezentacja ich wyników - projekt testuje osiągnięcie efektów kształcenia w zakresie umiejętności.</p> <p>Ocena z wykładu jest uzyskiwana na podstawie egzaminu - pytania opisowe z zakresu wiedzy i umiejętności uzyskanych podczas wykładów oraz ćwiczeń - zaliczenie na ocenę dostateczną wymaga uzyskania 60% możliwych punktów.</p> <p>Student otrzymuje ocenę dostateczną, gdy potrafi omówić podstawowe zagadnienia dotyczące innowacji jako głównych kategorii i determinant współczesnego rozwoju organizacji (przedsiębiorstw i instytucji) oraz gospodarki, co sprawdza osiągnięte efekty kształcenia w zakresie wiedzy i umiejętności uzyskanej podczas uczestnictwa w wykładach i ćwiczeniach.</p> <p>Ocena z przedmiotu jest oceną uzyskaną z egzaminu.</p>	
Literatura podstawowa		
Janasz W., red. (2011): Innowacje w zrównoważonym rozwoju organizacji. Difin		
Janasz W., Koziół-Nadolna K. (2011): Innowacje w organizacji. PWE		
Janasz W., red. (2009): Innowacje w strategii rozwoju organizacji w Unii Europejskiej. Difin		
Literatura uzupełniająca		
Drucker P. (2008): Myśli przewodnie Druckera. MT Biznes		
Wiśniewska J. (2010): Procesy transferu technologii w bankach komercyjnych w Polsce. Wydawnictwo Naukowe US		
Wiśniewska J. (2004): Ekonomiczne determinanty dyfuzji innowacji produktowych i technologicznych w banku komercyjnym. Wydawnictwo Naukowe US		
NAKŁAD PRACY STUDENTA:		
	Liczba godzin	
Zajęcia dydaktyczne	18	
Udział w konsultacjach	15	
Zdawanie egzaminu lub/i zaliczenia	4	
Przygotowanie się do zajęć	9	
Studiowanie literatury	9	
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	9	
Przygotowanie się do egzaminu lub/i zaliczenia	9	
Inne	2	
ŁĄCZNY nakład pracy studenta w godz.	75	
Liczba punktów ECTS	3	

Nazwa przedmiotu: Handel zagraniczny (PRZEDMIOTY KIERUNKOWE)			Kod przedmiotu: 14.3III22AII15_18		
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot / moduł: Wydział Nauk Ekonomicznych i Zarządzania, Instytut Ekonomii					
Nazwa kierunku: Zarządzanie					
Forma studiów: drugiego stopnia, niestacjonarne		Profil kształcenia: ogólnoakademicki		Specjalność:	
Rok / semestr: 2 / 3		Status przedmiotu / modułu: obowiązkowy		Język przedmiotu / modułu: polski	
Forma zajęć:	wykłady	ćwiczenia			
Wymiar zajęć:	9	9			
Koordynator przedmiotu / modułu:	dr Renata Knap				
Prowadzący zajęcia:					
Cel przedmiotu / modułu:	Celem jest zapoznanie studentów z problematyką handlu zagranicznego oraz opanowanie przez studentów umiejętności prawidłowej interpretacji zjawisk występujących w wymianie towarowej z zagranicą.				
Wymagania wstępne:	W zakresie wiedzy: student zna podstawowe zagadnienia z zakresu międzynarodowych stosunków gospodarczych, makroekonomii i mikroekonomii. W zakresie umiejętności: student potrafi praktycznie stosować wiedzę do rozwiązywania prostych problemów ekonomicznych, korzystać ze źródeł danych ekonomicznych i metod ich analizowania, integrować wiedzę z różnych przedmiotów. W zakresie kompetencji: student kompleksowo postrzega problemy społeczno-gospodarcze, ma świadomość roli ekonomii w procesie podejmowania decyzji.				
EFEKTY KSZTAŁCENIA			Odniesienie do efektów dla programu		Odniesienie do efektów dla obszaru
Wiedza	1. Zna i rozumie podstawowe formy obrotu z zagranicą, sposoby organizacji działalności handlowej na rynkach zagranicznych, działanie mechanizmu cenowo-kursowego oraz rozwiązania systemowe w handlu zagranicznym.		K_W09 K_W18 K_W08	S2A_W04, S2A_W08, S2A_W03,	
Umiejętności	2. Potrafi analizować przebieg i przyczyny zawierania poszczególnych rodzajów transakcji handlu zagranicznego, uwarunkowania wyboru formy działalności w handlu zagranicznym oraz wykorzystać wiedzę teoretyczną do opisu i analizy handlu zagranicznego Polski oraz oceny polskiej (unijnej) polityki handlu zagranicznego.		K_U02 K_U11	S2A_U01, S2A_U06,	
Kompetencje społeczne	3. Potrafi uzupełniać i doskonalić nabytą wiedzę i umiejętności		K_K07	S2A_K06,	
TREŚCI PROGRAMOWE					Liczba godzin
Forma zajęć: wykłady					
1. Podstawowe pojęcia z zakresu handlu zagranicznego					1
2. Transakcje specjalne					1
3. Specyficzne formy obrotu międzynarodowego					1
4. Formy organizacji rynku i działalności na rynkach zagranicznych					1
5. Podmioty pomocnicze i usługowe w handlu zagranicznym					1
6. Efektywność transakcji handlu zagranicznego i jej czynniki					2
7. Polityka handlu zagranicznego					2
Forma zajęć: ćwiczenia					
1. Specyficzne formy obrotu międzynarodowego na świecie i w Polsce					1
2. Rodzaje i funkcje rynków formalnych					1
3. Bezpośrednia i pośrednia działalność w handlu zagranicznym					2
4. Mechanizm cenowo-kursowy w Polsce					2

5. System celno-podatkowy w handlu zagranicznym		1
6. Bezpośrednia regulacja handlu zagranicznego		1
7. Charakterystyka obrotów polskiego handlu zagranicznego		1
Metody kształcenia	Wykład z prezentacją multimedialną, analiza przypadków z dyskusją, samodzielne opracowanie i prezentacja przez studentów wybranych zagadnień	
Metody weryfikacji efektów kształcenia		Nr efektu kształcenia z sylabusu
	* kolokwium	1,2,
	* egzamin pisemny	1,2,3,
	* zajęcia praktyczne (weryfikacja poprzez obserwację)	2,3,
	* praca pisemna/esej/recenzja	3,
Forma i warunki zaliczenia	<p>Forma i warunki zaliczenia zajęć ćwiczeniowych: kolokwium pisemne (80% oceny), samodzielnie przygotowana prezentacja (10% oceny), aktywność (10% oceny).</p> <p>Forma i warunki egzaminu: egzamin pisemny sprawdzający wiedzę i umiejętności nabyte podczas wykładów, ćwiczeń i z zalecanej literatury (100% oceny).</p> <p>Ocenianie: student otrzymuje ocenę dostateczną, gdy potrafi omówić podstawowe zagadnienia z zakresu form obrotu z zagranicą, sposobów organizacji działalności handlowej na rynkach zagranicznych, oceny efektywności eksportu i importu, rozwiązań systemowych w handlu zagranicznym oraz scharakteryzować handel zagraniczny Polski.</p> <p>Sposób wyliczenia oceny z przedmiotu: Ocenę z przedmiotu stanowi średnia arytmetyczna ocen z zaliczenia wykładów i z zaliczenia ćwiczeń (ocena z przedmiotu: 50% oceny z zaliczenia wykładów i 50% oceny z zaliczenia ćwiczeń).</p>	
Literatura podstawowa		
Dudziński J. (2010): Podstawy handlu zagranicznego. Difin, Warszawa 260		
Rymarczyk J. (2012): Handel zagraniczny. Organizacja i technika. PWE, Warszawa 452		
Literatura uzupełniająca		
Treder H. (2003): Podstawy handlu zagranicznego. Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Gdańskiego, Gdańsk 11-180		
Bialecki K., Kaczmarek T.T. (2008): Eksportowa działalność małych i średnich przedsiębiorstw. Difin, Warszawa 42-73, 247-268		
Bialecki K., Januszkiewicz W., Oręziak L (2007): Leksykon handlu zagranicznego. PWE, Warszawa 324		
NAKŁAD PRACY STUDENTA:		
	Liczba godzin	
Zajęcia dydaktyczne	18	
Udział w konsultacjach	15	
Zdawanie egzaminu lub/i zaliczenia	4	
Przygotowanie się do zajęć	10	
Studiowanie literatury	9	
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	9	
Przygotowanie się do egzaminu lub/i zaliczenia	10	
ŁĄCZNY nakład pracy studenta w godz.	75	
Liczba punktów ECTS	3	

Nazwa przedmiotu: Marketing międzynarodowy (PRZEDMIOTY KIERUNKOWE)			Kod przedmiotu: 14.3III22AII17_19		
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot / moduł: Wydział Nauk Ekonomicznych i Zarządzania, Instytut Zarządzania i Marketingu					
Nazwa kierunku: Zarządzanie					
Forma studiów: drugiego stopnia, niestacjonarne		Profil kształcenia: ogólnoakademicki		Specjalność:	
Rok / semestr: 2 / 3		Status przedmiotu / modułu: obowiązkowy		Język przedmiotu / modułu: polski	
Forma zajęć:	wyklady	ćwiczenia			
Wymiar zajęć:	9	9			
Koordynator przedmiotu / modułu:	dr hab. Ewa Frąckiewicz				
Prowadzący zajęcia:					
Cel przedmiotu / modułu:	Celem jest zapoznanie studentów z istotą marketingu międzynarodowego, zwrócenie uwagi na występujące odmienności w otoczeniu przedsiębiorstw i ich konsekwencji w postaci konieczności dostosowania podejmowanych działań marketingowych.				
Wymagania wstępne:	W zakresie wiedzy: student definiuje podstawowe pojęcia marketingowe. W zakresie umiejętności: student posiada umiejętność znalezienia i studiowania marketingowych źródeł wtórnych. W zakresie kompetencji (postaw): student cechuje się samodyscypliną, potrafi pracować w grupie.				
EFEKTY KSZTAŁCENIA			Odniesienie do efektów dla programu	Odniesienie do efektów dla obszaru	
Wiedza	1. rozumie na czym polega i z czego wynika odmiennosc otoczenia międzynarodowego firm		K_W14 K_W08	S2A_W07, S2A_W03,	
	2. zna strategię marketingu międzynarodowego w zakresie ich standaryzacji i dywersyfikacji		K_W03	S2A_W02,	
Umiejętności	3. potrafi wskazać na różnice i podobieństwa między rynkami oraz ocenić ich konsekwencje dla narzędzi marketingu miks		K_U06 K_U05	S2A_U02, S2A_U02,	
Kompetencje społeczne	4. potrafi współpracować w grupie		K_K02	S2A_K02,	
TREŚCI PROGRAMOWE				Liczba godzin	
Forma zajęć: wyklady					
1. Procesy globalizacji rynków i przedsiębiorstw. Pojęcie marketingu międzynarodowego i euromarketingu				1	
2. Zróżnicowanie a standaryzacja. Międzynarodowe otoczenie przedsiębiorstwa				2	
3. Rodzaje strategii międzynarodowych. Badania rynkowe i marketingowe na rynkach zagranicznych				1	
4. Realizacja polityki produktu. Międzynarodowy cykl życia produktu				1	
5. Sprzedaż produktów - wybór strategii i kanału dystrybucji				1	
6. Kształtowanie ceny na arenie międzynarodowej				1	
7. Specyfika komunikacji biznesowej w marketingu międzynarodowym				1	
8. Organizacja marketingu międzynarodowego. Problemy wdrażania marketingu międzynarodowego				1	
Forma zajęć: ćwiczenia					
1. Omówienie założeń i organizacji pracy studentów wraz z tematyką zajęć, wyznaczenie grup projektowych i zadań				1	
2. Dyskusja na temat podstawowych pojęć i definicji. Praca w grupach nad orientacjami marketingu międzynarodowego.				1	
3. Analiza międzynarodowego otoczenia marketingowego-studenci opracowują i prezentują uwarunkowania w wybranych państwach.				2	
4. Wyznaczanie strategii - analiza studium przypadku				1	

5. Selekcja rynków zagranicznych oraz wybór segmentów w wybranych państwach- praca w grupach		1
6. Określenie istoty produktu i ceny na rynku międzynarodowym- prezentacja wybranych produktów, studium przypadku.		1
7. Wyznaczenie kanałów dystrybucji oraz narzędzi komunikacji na rynku międzynarodowym- prezentacja przygotowana przez studentów.		1
8. Kolokwium		1
Metody kształcenia	prezentacja multimedialna, dyskusja, studia przypadków, praca w grupach, prezentacja projektu przez studentów	
Metody weryfikacji efektów kształcenia		Nr efektu kształcenia z sylabusu
	* kolokwium	1,
	* egzamin pisemny	1,2,3,
	* zajęcia praktyczne (weryfikacja poprzez obserwację)	4,
Forma i warunki zaliczenia	<p>Forma i warunki egzaminu: Studenci oceniani są na podstawie pisemnego egzaminu obejmujące wiedzę z wykładów, ćwiczeń i zalecanej literatury (20 pytań testowych). Ocenianie: Student otrzymuje ocenę dostateczną - gdy uzyska 12 pkt.</p> <p>Forma i warunki zaliczenia : Studenci oceniani są na podstawie pisemnego kolokwium obejmujące treści realizowane na ćwiczeniach (3 pytania otwarte). Ocenianie: Student otrzymuje ocenę dostateczną - gdy potrafi poprawnie odpowiedzieć na 2 z 3 pytań.</p> <p>Ocena z przedmiotu jest równa średniej arytmetycznej ocen uzyskanych z zaliczenia i egzaminu.</p>	
Literatura podstawowa		
Duliniec E., (2007): Marketing międzynarodowy. PWE		
Grzesiuk A. (2007): Marketing międzynarodowy. CeDeWu		
Literatura uzupełniająca		
Figiel A (2004): Etnocentryzm konsumencki. Produkty krajowe czy zagraniczne. PWE		
Karcz K (2004): Międzynarodowe badania marketingowe. Uwarunkowania kulturowe. PWE		
NAKŁAD PRACY STUDENTA:		
	Liczba godzin	
Zajęcia dydaktyczne	18	
Udział w konsultacjach	15	
Zdawanie egzaminu lub/i zaliczenia	4	
Przygotowanie się do zajęć	17	
Studiowanie literatury	21	
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	10	
Przygotowanie się do egzaminu lub/i zaliczenia	10	
Inne	5	
ŁĄCZNY nakład pracy studenta w godz.	75	
Liczba punktów ECTS	3	

Nazwa przedmiotu: Tworzenie i rozwój grup kapitałowych (PRZEDMIOTY KIERUNKOWE)			Kod przedmiotu: 14.3III22AII16_20		
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot / moduł: Wydział Nauk Ekonomicznych i Zarządzania, Instytut Zarządzania i Inwestycji					
Nazwa kierunku: Zarządzanie					
Forma studiów: drugiego stopnia, niestacjonarne		Profil kształcenia: ogólnoakademicki		Specjalność:	
Rok / semestr: 2 / 4		Status przedmiotu / modułu: obowiązkowy		Język przedmiotu / modułu: polski	
Forma zajęć:	wyklady	ćwiczenia			
Wymiar zajęć:	9	9			
Koordynator przedmiotu / modułu:	dr Malwina Szczepkowska				
Prowadzący zajęcia:					
Cel przedmiotu / modułu:	Celem jest zaprezentowanie wiedzy z zakresu tworzenia, funkcjonowania i rozwoju przedsiębiorstw globalnych na rynku światowym, a także z zakresu zarządzania wybranymi funkcjami w tych podmiotach.				
Wymagania wstępne:	Wiedzy: student zna podstawowe pojęcia z zakresu przedsiębiorstwa, strategii, rynku globalnego, międzynarodowych stosunków ekonomicznych, rozróżnia typy i formy przedsiębiorstw. Umiejętności: potrafi dokonać analizy funkcjonowania przedsiębiorstwa. Kompetencji (postaw): jest przygotowany do analizy opisów przypadku i do pracy w grupie.				
EFEKTY KSZTAŁCENIA			Odniesienie do efektów dla programu		Odniesienie do efektów dla obszaru
Wiedza	1. zna pojęcia dotyczące firmy globalnej, struktur kapitałowych i przesłanki do ich tworzenia oraz istotę, cele i rodzaje grup kapitałowych, a rozróżnia sposoby tworzenia grup kapitałowych.		K_W08 K_W09 K_W21		S2A_W03, S2A_W04, S2A_W11,
Umiejętności	2. potrafi rozpoznać rodzaj grupy kapitałowej w praktyce gospodarczej, wskazać powiązania występujące między przedsiębiorstwami w grupach kapitałowych i zinterpretować zachowania rynkowe przedsiębiorstw wchodzących w skład grupy kapitałowej.		K_U04 K_U09		S2A_U02, S2A_U04,
Kompetencje społeczne	3. potrafi pracować w grupie, krytycznie analizować przypadki firm.		K_K02		S2A_K02,
TREŚCI PROGRAMOWE					Liczba godzin
Forma zajęć: wyklady					
1. Strategie rozwoju przedsiębiorstw - wzrost wewnętrzny i zewnętrzny. Koncentracja gospodarki światowej.					1
2. Struktury kapitałowe działalności gospodarczej - istota, przesłanki rozwoju i perspektywy postrzegania.					1
3. Zarządzanie grupami kapitałowymi. Identyfikacja strategii grup kapitałowych.					2
4. Tworzenie grup kapitałowych: przejęcie, outsourcing kapitałowy, utworzenie nowych spółek, konsolidacja właścicielska.					3
5. Przejęcia jako główna droga tworzenia i rozwoju grup kapitałowych.					1
6. Proces restrukturyzacji grup kapitałowych. Corporate governance i nadzór właścicielski w grupach kapitałowych.					1
Forma zajęć: ćwiczenia					
1. Istota, cele i rodzaje grup kapitałowych. Grupa kapitałowa a holding.					2
2. Rodzaje powiązań uczestników grupy kapitałowej: kapitałowe, majątkowe, personalne, kontraktowe.					1
3. Główne typy grup kapitałowych: operacyjne, zarządcze i finansowe - case study.					1
4. Kształtowanie tożsamości korporacyjnej grup kapitałowych - case study.					3
5. Rozwój grup kapitałowych w Polsce i na świecie - case study.					2

Metody kształcenia	wykład z wykorzystaniem prezentacji dyskusje studentów praca z grupach nad problemem rozwiązywanie zadań, analizy przypadków (case study)	
Metody weryfikacji efektów kształcenia		Nr efektu kształcenia z sylabusu
	* kolokwium	1,
	* egzamin pisemny	1,2,
	* zajęcia praktyczne (weryfikacja poprzez obserwację)	2,3,
	* projekt	2,
Forma i warunki zaliczenia	<p>Forma i warunki zaliczenia: Ocena zaliczeniowa ustalana jest na podstawie ocen cząstkowych otrzymywanych w trakcie semestru za określone działania i prace studenta: 60% oceny stanowi kolokwium pisemne; testuje osiągnięcie efektów kształcenia w zakresie wiedzy, który obejmuje pytania opisowe (do 8 pytań). 10% oceny obejmuje aktywność na zajęciach. 30% oceny to projekty zespołowe realizowane w domu i omawiane na wykładzie, praca nad przypadkami przedsiębiorstw z praktyki gospodarczej. Projekty testują umiejętności studentów w zakresie wykorzystania posiadanej wiedzy do oceny analizowanych zjawisk oraz prognozowania działań organizacji gospodarczej na podstawie wyciągniętych wniosków.</p> <p>Forma i warunki zaliczenia wykładu: przedmiot kończy się egzaminem i ocena z egzaminu jest jednocześnie oceną z wykładu.</p> <p>Forma i warunki egzaminu: egzamin jest w formie pisemnej i zawiera pytania opisowe (do 8 pytań), testuje osiągnięcie efektów kształcenia w zakresie wiedzy i umiejętności.</p> <p>Ocenianie: Student otrzymuje ocenę dostateczną; gdy potrafi zdefiniować pojęcie struktur kapitałowych, wymienić typy grup kapitałowych, wskazać powiązania w grupach kapitałowych, wymienić rodzaje tożsamości spółek w grupach kapitałowych.</p> <p>Ocena z przedmiotu jest równa średniej arytmetycznej ocen uzyskanych z zaliczenia i egzaminu.</p>	
Literatura podstawowa		
Trocki M. (2004): Grupy kapitałowe tworzenie i funkcjonowanie. PWE		
Kreft Z. (2004): Holding - grupa kapitałowa. PWE		
Toborek-Mazur J. (2005): Holding w aspekcie prawnym, bilansowym i podatkowym. Oficyna Ekonomiczna		
Literatura uzupełniająca		
Zelek A. (red.) (2003): Holdingi po polsku. Wyd. ZSB		
Nogalski B., Ronkowski R. (2000): Holding w gospodarce krajowej: praktyczny poradnik tworzenia. ODiDK		
Marek S., Białasiewicz M. (red.) (2011): Podstawy nauki o organizacji. PWE		
NAKŁAD PRACY STUDENTA:		
	Liczba godzin	
Zajęcia dydaktyczne	18	
Udział w konsultacjach	15	
Zdawanie egzaminu lub/i zaliczenia	4	
Przygotowanie się do zajęć	8	
Studiowanie literatury	7	
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	10	
Przygotowanie się do egzaminu lub/i zaliczenia	13	
ŁĄCZNY nakład pracy studenta w godz.	75	
Liczba punktów ECTS	3	

Nazwa przedmiotu: Narzędzia informatyczne w modelowaniu finansowym (PRZEDMIOTY KIERUNKOWE)		Kod przedmiotu: 14.3III22AII02_22	
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot / moduł: Wydział Nauk Ekonomicznych i Zarządzania, Instytut Informatyki w Zarządzaniu			
Nazwa kierunku: Zarządzanie			
Forma studiów: drugiego stopnia, niestacjonarne		Profil kształcenia: ogólnoakademicki	Specjalność:
Rok / semestr: 2 / 4		Status przedmiotu / modułu: obowiązkowy	Język przedmiotu / modułu: polski
Forma zajęć:	ćwiczenia laboratoryjne		
Wymiar zajęć:	15		
Koordynator przedmiotu / modułu:	dr Tomasz Ordysiński		
Prowadzący zajęcia:			
Cel przedmiotu / modułu:	Celem przedmiotu jest zapoznanie studentów z funkcjonalnością systemów Planowania Zasobów Przedsiębiorstwa (ERP) w zakresie do modelowania finansowego.		
Wymagania wstępne:	Student zna podstawy z zakresu zagadnień ekonomiki podmiotów rynkowych i funkcjonowania rynku, rachunkowości, analizy finansowej, finansów przedsiębiorstw i technologii informacyjnych. Student umie czytać ze zrozumieniem instrukcje obsługi programów komputerowych w języku angielskim.		
EFEKTY KSZTAŁCENIA		Odniesienie do efektów dla programu	Odniesienie do efektów dla obszaru
Wiedza	1. Student posiada podstawową wiedzę odnośnie modelowania finansowego z wykorzystaniem systemu MICROSOFT DYNAMICS® AX 2009.	K_W13	S2A_W06,
Umiejętności	2. Student potrafi wykorzystać system MS DYNAMICS® AX 2009 w procesie modelowania finansowego w przedsiębiorstwie	K_U16	S2A_U09,
TREŚCI PROGRAMOWE			Liczba godzin
Forma zajęć: ćwiczenia laboratoryjne			
1. Omówienie zasad pracy na zajęciach, treści przedmiotowych i warunków uzyskania zaliczenia. Wprowadzenie do architektury, mechanizmów integracji, sposobu obsługi i pracy grupowej w systemie MS DYNAMICS® AX 2009. Zapoznanie z odwzorowaniem w systemie MS DYNAMICS® AX 2009 modelowej firmy wykorzystywanej na potrzeby zadań realizowanych na zajęciach. Omówienie konfiguracji systemu.			2
2. Opracowanie poszczególnych składników budżetu (planowania personelu, inwestycji, środków trwałych, planowanie finansowe) oraz wprowadzenie ich do formularzy budżetowych.			1
3. Scalanie opracowanych przez poszczególne jednostki składowych, wariantów i scenariuszy budżetu. Prowadzenie analiz i symulacji na danych budżetowych i ocena ich wpływu na końcowy wynik, prowadzenie analiz „co jeśli. Analiza porównawcza różnych scenariuszy i wersji budżetu.			4
4. Okresowa analiza realizacji budżetu. Mechanizmy definiowania i automatycznego generowania raportów. Generowanie bilansu, rachunku wyników, raportu przepływów pieniężnych. Analiza odchyleń i ich korekta.			2
5. Modelowanie wielokryterialne z wykorzystaniem hierarchicznej analizy problemów decyzyjnych (AHP, ELECTRE).			2
6. Transformacja budżetu na precyzyjnie narzędzia zarządcze sterowane przepływem pracy, posiadające wiele zmiennych oraz hierarchicznych mechanizmów kontroli realizacji budżetu, pozwalających na efektywne zarządzanie wydatkami i procesami zakupowymi.			2
7. Weryfikacja wiedzy i umiejętności - kolokwium.			2
Metody kształcenia	Zajęcia laboratoryjne realizowane w sali komputerowej z wykorzystaniem systemu MS DYNAMICS® AX 2009.		
Metody weryfikacji efektów kształcenia			Nr efektu kształcenia z sylabusa
	* kolokwium		1,
	* sprawdzian		2,

Forma i warunki zaliczenia	<p>Forma i warunki kolokwium: Studenci oceniani są na podstawie jednego kolokwium składającego się z części teoretycznej i praktycznej. Część teoretyczna składa się ok. 5 pytań (ok. 40% punktów) i służy sprawdzeniu znajomości podstawowej wiedzy odnośnie realizacji poszczególnych etapów procesu budżetowania w systemie MICROSOFT DYNAMICS AX 2009 oraz ogólnej wiedzy w zakresie możliwości wsparcia operacyjnego zarządzania finansami przez informatyczne systemy klasy ERP. Część praktyczna składa się z ok. 12 zdań (ok. 60% punktów) sprawdzającym podstawowe umiejętności realizacji wybranych elementów operacyjnego zarządzania finansami w systemie MS DYNAMIC AX 2009. Ocenianie: student otrzymuje ocenę dostateczną, gdy opanował funkcjonalności systemów Planowania Zasobów Przedsiębiorstwa (ERP) w zakresie do modelowania finansowego w stopniu podstawowym. Ocena z przedmiotu obliczana jest jako ocena uzyskana z zaliczenia.</p>
Literatura podstawowa	
Cole I., Weiner D. (2009): Microsoft Dynamics AX 2009.	
Literatura uzupełniająca	
Luszczak A. (2010): Using Microsoft Dynamics AX 2009.	
NAKŁAD PRACY STUDENTA:	
	Liczba godzin
Zajęcia dydaktyczne	15
Udział w konsultacjach	7
Zdawanie egzaminu lub/i zaliczenia	2
Przygotowanie się do zajęć	1
ŁĄCZNY nakład pracy studenta w godz.	50
Liczba punktów ECTS	2

Nazwa przedmiotu: Zarządzanie różnorodnością kulturową (PRZEDMIOTY SPECJALNOŚCIOWE)			Kod przedmiotu: 14.3III22AII17_23		
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot / moduł: Wydział Nauk Ekonomicznych i Zarządzania, Instytut Zarządzania i Marketingu					
Nazwa kierunku: Zarządzanie					
Forma studiów: drugiego stopnia, niestacjonarne		Profil kształcenia: ogólnoakademicki		Specjalność: Zarządzanie strategiczne,	
Rok / semestr: 1 / 2		Status przedmiotu / modułu: fakultatywny		Język przedmiotu / modułu: polski	
Forma zajęć:	wyklady				
Wymiar zajęć:	9				
Koordinator przedmiotu / modułu:	dr Katarzyna Gadomska-Lila				
Prowadzący zajęcia:					
Cel przedmiotu / modułu:	Celem jest przekazanie wiedzy, jak różnorodność kulturowa wpływa na sprawność działania organizacji oraz rozwinięcie umiejętności definiowania i rozwiązywania problemów wynikających z kulturowego zróżnicowania.				
Wymagania wstępne:	Student zna podstawy organizacji i zarządzania, metody i techniki zarządzania (zwłaszcza zarządzania zasobami ludzkimi) oraz mechanizmy zachowań organizacyjnych.				
EFEKTY KSZTAŁCENIA			Odniesienie do efektów dla programu		Odniesienie do efektów dla obszaru
Wiedza	1. zna podstawowe charakterystyki poszczególnych kultur narodowych.		K_W07 K_W05 K_W20		S2A_W03, S2A_W02, S2A_W10,
Umiejętności	2. potrafi zdefiniować problemy wynikające z kulturowego zróżnicowania i ocenić zasadność zastosowanych rozwiązań tych problemów.		K_U14 K_U11		S2A_U07, S2A_U06,
TREŚCI PROGRAMOWE					Liczba godzin
Forma zajęć: wyklady					
1. Istota różnorodności kulturowej w organizacjach oraz charakterystyka procesu zarządzania w sytuacji kulturowego zróżnicowania.					1
2. Kultura organizacyjna a kultura narodowa. Podstawowe modele diagnozy kultury narodowej.					1
3. Charakterystyka kultur narodowych wybranych krajów europejskich.					1
4. Charakterystyka kultur narodowych wybranych krajów Ameryki Północnej.					1
5. Charakterystyka kultur narodowych wybranych krajów azjatyckich.					1
6. Charakterystyka kultur narodowych wybranych krajów arabskich, afrykańskich i latynoamerykańskich.					1
7. Kluczowe problemy w zarządzaniu zespołami wielokulturowymi. Rola przywództwa w organizacjach zróżnicowanych kulturowo.					2
8. Zaliczenie.					1
Metody kształcenia	Prezentacja multimedialna, studia przypadków, ćwiczenia praktyczne (kwestionariusze itp.), dyskusje				
Metody weryfikacji efektów kształcenia					Nr efektu kształcenia z sylabusu
	* kolokwium				1,2,

Forma i warunki zaliczenia	<p>Forma i warunki zaliczenia: <input type="checkbox"/> studenci oceniani są na podstawie prezentacji dotyczącej wybranej kultury narodowej (60% oceny), która testuje osiągnięcie efektów kształcenia w zakresie wiedzy i umiejętności oraz na podstawie aktywności i pracy podczas zajęć (40% oceny), które również weryfikują osiągnięcie efektów kształcenia w zakresie wiedzy i umiejętności.</p> <p>Ocenianie: <input type="checkbox"/> student otrzymuje ocenę dostateczną, gdy posiada podstawową wiedzę dotyczącą omawianych w trakcie zajęć kultur narodowych.</p> <p>Ocena z przedmiotu: <input type="checkbox"/> ocena jest równa ocenie uzyskanej z zaliczenia.</p>
Literatura podstawowa	
Bjerke B. (2004): Kultura a style przywództwa.. Oficyna Ekonomiczna, Kraków	
Hampden-Turner Ch. , Trompenaars A. (2006): Siedem kultur kapitalizmu.. Oficyna Ekonomiczna Grupa, Kraków	
Gesteland R. (200): Różnice kulturowe a zachowania w biznesie.. PWN, Warszawa	
Hofstede G. (2000): Kultury i organizacje.. PWE, Warszawa	
Literatura uzupełniająca	
Bartosik-Purgat M. (2010): Otoczenie kulturowe w biznesie międzynarodowym.. PWE, Warszawa	
Mole J. (2000): W tyglu Europy. Wzorce i bariery kulturowe w przedsiębiorstwach.. Prószyński i S- ka, Warszawa	
Misiak W. (2004): Narodowe cechy kultury organizacyjnej w biznesie.. Wydawnictwa Uniwersytetu Warszawskiego, Warszawa	
NAKŁAD PRACY STUDENTA:	
	Liczba godzin
Zajęcia dydaktyczne	9
Udział w konsultacjach	7
Zdawanie egzaminu lub/i zaliczenia	2
Przygotowanie się do zajęć	14
Studiowanie literatury	10
Przygotowanie się do egzaminu lub/i zaliczenia	8
ŁĄCZNY nakład pracy studenta w godz.	50
Liczba punktów ECTS	2

Nazwa przedmiotu: Gry strategiczne (PRZEDMIOTY SPECJALNOŚCIOWE)		Kod przedmiotu: 14.3III22AII17_24	
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot / moduł: Wydział Nauk Ekonomicznych i Zarządzania, Instytut Zarządzania i Marketingu			
Nazwa kierunku: Zarządzanie			
Forma studiów: drugiego stopnia, niestacjonarne		Profil kształcenia: ogólnoakademicki	Specjalność: Zarządzanie strategiczne,
Rok / semestr: 1 / 2		Status przedmiotu / modułu: fakultatywny	Język przedmiotu / modułu: polski
Forma zajęć:	ćwiczenia laboratoryjne		
Wymiar zajęć:	30		
Koordynator przedmiotu / modułu:	dr Karol Kuczera		
Prowadzący zajęcia:			
Cel przedmiotu / modułu:	Celem jest uświadomienie konieczności holistycznego spojrzenia na organizacje oraz doskonalenie umiejętności strategicznego zarządzania przedsiębiorstwem jak również integracji działań z różnych obszarów funkcjonalnych firm.		
Wymagania wstępne:	Student zna podstawowe pojęcia i zasady z zakresu funkcjonowania firm na rynku konkurencyjnym, potrafi analizować sytuację rynkową firmy oraz pracować w grupie.		
EFEKTY KSZTAŁCENIA		Odniesienie do efektów dla programu	Odniesienie do efektów dla obszaru
Wiedza	1. Posiada szeroką wiedzę dotyczącą różnych obszarów funkcjonowania organizacji oraz ich wzajemnych zależności.	K_W06	S2A_W03,
Umiejętności	2. Potrafi budować oraz realizować oraz dostosowywać do warunków rynkowych strategię organizacji.	K_U12	S2A_U06,
Kompetencje społeczne	3. Potrafi działać w sposób przedsiębiorczy, dokonując wyborów spośród alternatywnych rozwiązań, wykorzystując wiedzę i umiejętności z różnych obszarów.	K_K04 K_K06	S2A_K04, S2A_K06,
TREŚCI PROGRAMOWE			Liczba godzin
Forma zajęć: ćwiczenia laboratoryjne			
1. 1. Wyjaśnienie pojęć z zakresu organizacji oraz zarządzania firmą			2
2. 2. Budowa zespołów zarządzających firmami, określanie zasad kształtujących zachowania się członków zespołów, przypisanie funkcji zarządzania do członków zespołów, formalizacja kultury organizacyjnej, emisja akcji, zakontraktowanie badań rynku, inwestycja nadwyżek finansowych			2
3. 3. Emisja akcji, analiza obrazu rynku ze szczególnym uwzględnieniem rynków geograficznych, segmentacji klientów, ich oczekiwań, wzorców zachowań, pojemności rynku i siły nabywczej			4
4. 4. Ustalenie celów firmy oraz budowa strategii, pierwsze decyzje związane z realizacją strategii: wybór docelowych rynków i segmentów, budowa zakładu produkcyjnego i ustalenie potencjału wytwórczego fabryki, projekty testowych produktów, decyzje dotyczące otwarcia biur handlowych			4
5. 5. Emisja akcji, zatrudnienie sprzedawców, otwarcie nowych biur sprzedaży, określenie cen sprzedaży dla marek, zaprojektowanie reklam dla marek, ustalenie harmonogramu emisji reklam w mediach lokalnych oraz regionalnych, ustalenie harmonogramu produkcji, zamówienie badań rynku, zapewnienie płynności finansowej			2
6. 6. Emisja akcji, zatrudnienie sprzedawców, otwarcie nowych biur sprzedaży, określenie cen sprzedaży dla marek, zaprojektowanie reklam dla marek, ustalenie harmonogramu emisji reklam w mediach lokalnych oraz regionalnych, ustalenie harmonogramu produkcji, zamówienie badań rynku, zapewnienie płynności finansowej			2
7. 7. Emisja akcji, ocena rezultatów rynku testowego: zrównoważona karta wyników, popyt na rynku i udział w rynku w segmentach docelowych, analiza rentowności oraz zadowolenie klientów z oferowanych marek, cen i reklam			2
8. 8. Korekta strategii oraz działań taktycznych w odpowiedzi na rezultaty rynku testowego oraz działań konkurencyjnych zespołów			2
9. 9. Analiza sytuacji rynkowej, ciągle dopasowywanie działań do rozwijającego się rynku oraz działań konkurencji, pozyskanie finansowania od inwestorów zewnętrznych oraz kredytu bankowego, uruchomienie badań nad nowymi technologiami (R&D), rozbudowa zakładu produkcyjnego, rozwój sieci handlowej			2
10. 10. Analiza sytuacji rynkowej, ciągle dopasowywanie działań do rozwijającego się rynku oraz działań konkurencji, rozszerzanie oferty rynkowej, projekty nowych produktów			2

11. 11. Analiza sytuacji rynkowej, ciągłe dopasowywanie działań do rozwijającego się rynku oraz działań konkurencji, rozszerzanie oferty rynkowej, ulepszanie systemu motywacji pracowników		2
12. 12. Raportowanie przebiegu podjętych decyzji oraz wnioski z ich efektów. Analiza najlepszych decyzji biznesowych oraz posunięć nieudanych, ocena problemowych obszarów decyzyjnych. Ocena zarządów firm biorących udział w symulacji.		4
Metody kształcenia	Zajęcia laboratoryjne z wykorzystaniem komputerowej symulacji biznesowej o charakterze antagonistycznym	
Metody weryfikacji efektów kształcenia		Nr efektu kształcenia z sylabusu
	* projekt	1,2,3,
Forma i warunki zaliczenia	<p>Forma i warunki zaliczenia: <input type="checkbox"/> studenci oceniani są na podstawie bieżącej oraz końcowej analizy działań. Ocenianie: <input type="checkbox"/> student otrzymuje ocenę dostateczną, gdy potrafi identyfikować i charakteryzować podstawowe zależności pomiędzy obszarami funkcjonalnymi przedsiębiorstwa. Ocena z przedmiotu: <input type="checkbox"/> ocena jest równa ocenie uzyskanej z zaliczenia.</p>	
Literatura podstawowa		
Podręcznik uczestnika gry symulacyjnej. dostęp on-line		
Literatura uzupełniająca		
NAKŁAD PRACY STUDENTA:		
	Liczba godzin	
Zajęcia dydaktyczne	30	
Udział w konsultacjach	10	
Zdawanie egzaminu lub/i zaliczenia	2	
Przygotowanie się do zajęć	4	
Studiowanie literatury	4	
ŁĄCZNY nakład pracy studenta w godz.	50	
Liczba punktów ECTS	2	

Nazwa przedmiotu: Kształtowanie relacji w biznesie (PRZEDMIOTY SPECJALNOŚCIOWE)		Kod przedmiotu: 14.3III22AII17_25	
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot / moduł: Wydział Nauk Ekonomicznych i Zarządzania, Instytut Zarządzania i Marketingu			
Nazwa kierunku: Zarządzanie			
Forma studiów: drugiego stopnia, niestacjonarne		Profil kształcenia: ogólnoakademicki	Specjalność: Zarządzanie strategiczne,
Rok / semestr: 1 / 2		Status przedmiotu / modułu: fakultatywny	Język przedmiotu / modułu: polski
Forma zajęć:	wyklady		
Wymiar zajęć:	9		
Koordinator przedmiotu / modułu:	dr hab. Edyta Rudawska		
Prowadzący zajęcia:			
Cel przedmiotu / modułu:	Celem jest uświadomienie słuchaczy odnośnie do konieczności kształtowania trwałych i korzystnych relacji z interesariuszami firmy, tj. klientami, kontrahentami, pracownikami, mediami, konkurentami itp.		
Wymagania wstępne:	w zakresie wiedzy - student definiuje podstawowe kategorie ekonomiczne, wyjaśnia sposób funkcjonowania przedsiębiorstw oraz wyjaśnia zasady marketingowego działania firm, zna koncepcję marketingu relacji w zakresie umiejętności - student rozróżnia instrumenty marketingowego oddziaływania firm oraz narzędzia komunikacji rynkowej w zakresie kompetencji (postaw) - student potrafi pracować w zespole, posiada umiejętność komunikacji		
EFEKTY KSZTAŁCENIA		Odniesienie do efektów dla programu	Odniesienie do efektów dla obszaru
Wiedza	1. zna istotę partnerskich relacji w biznesie 2. zna podmioty, z którymi współczesne przedsiębiorstwa powinny kreować relacje	K_W04 K_W09 K_W05 K_W20	S2A_W02, S2A_W04, S2A_W02, S2A_W10,
TREŚCI PROGRAMOWE			Liczba godzin
Forma zajęć: wyklady			
1. Relacje z partnerami w biznesie jako źródło przewagi konkurencyjnej			2
2. Partnerstwo w relacjach biznesowych			1
3. Podmioty rynku, z którymi nawiązywane są relacje przez przedsiębiorstwa			1
4. Specyfika kształtowania relacji z partnerami na rynkach instytucjonalnych (B2B)			1
5. Specyfika kształtowania relacji z pracownikami			1
6. Zasady kreowania relacji z mediami			1
7. Kolokwium i zaliczenie			2
Metody kształcenia	Prezentacja multimedialna		
Metody weryfikacji efektów kształcenia			Nr efektu kształcenia z sylabusu
	* kolokwium		1,2,
Forma i warunki zaliczenia	<input type="checkbox"/> Studenci oceniani są na podstawie jednego kolokwium obejmującego weryfikację wiedzy na podstawie testu, z pytaniami jednokrotnego i wielokrotnego wyboru oraz pytaniami otwartymi w liczbie 25 pytań. Ocenianie: <input type="checkbox"/> Student otrzymuje ocenę dostateczną otrzyma co najmniej 70% punktów możliwych do zdobycia. Ocena z przedmiotu jest równa ocenie uzyskanej z zaliczenia.		
Literatura podstawowa			

Rudawska E. (2008): Znaczenie relacji z klientami w procesie kształtowania wartości przedsiębiorstwa. Wydawnictwo Naukowe US p. 1.5, 2.4	
Światowiec J. (2006): Więzy partnerskie na rynku przedsiębiorstw. PWE r. 5	
Olczak A., Urbaniak M. (2006): Marketing B2B w praktyce gospodarczej. Difin r. 1	
Fonfara K., (2004): Marketing partnerski na rynku przedsiębiorstw. PWE p. 1.1, 2.1.2	
Rudawska E. (2005): Lojalność klientów. PWE r.8	
Szymańska (2005): Public relations w systemie zintegrowanej komunikacji marketingowej. Unimex p. 4.4.1	
Schenkler I., Herrling T., (2009): Relacje z mediami. Wolters Kluwer roz. 1, 2, 3	
Black S. (2003): Public relations. Oficyna Ekonomiczna roz. 5	
Rozwadowska (2002): Public relations. Teoria, praktyka, perspektywy. Studio Emka Praktyka - roz. 3,4.	
Literatura uzupełniająca	
Cheverton P. (2001): Zarządzanie kluczowymi klientami. Oficyna Ekonomiczna	
Furtak R. (2003): Marketing partnerski na rynku usług. PWE	
Gordon I. (2001): Relacje z klientem. PWE	
NAKŁAD PRACY STUDENTA:	
	Liczba godzin
Zajęcia dydaktyczne	9
Udział w konsultacjach	7
Zdawanie egzaminu lub/i zaliczenia	2
Studiowanie literatury	16
Przygotowanie się do egzaminu lub/i zaliczenia	16
ŁĄCZNY nakład pracy studenta w godz.	50
Liczba punktów ECTS	2

Nazwa przedmiotu: Analiza finansowa w zarządzaniu strategicznym (PRZEDMIOTY SPECJALNOŚCIOWE)		Kod przedmiotu: 14.3III22AII15_26	
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot / moduł: Wydział Nauk Ekonomicznych i Zarządzania, Instytut Zarządzania i Marketingu			
Nazwa kierunku: Zarządzanie			
Forma studiów: drugiego stopnia, niestacjonarne		Profil kształcenia: ogólnoakademicki	Specjalność: Zarządzanie strategiczne,
Rok / semestr: 1 / 2		Status przedmiotu / modułu: fakultatywny	Język przedmiotu / modułu: polski
Forma zajęć:	wyklady		
Wymiar zajęć:	9		
Koordinator przedmiotu / modułu:	dr Mirela Romanowska		
Prowadzący zajęcia:			
Cel przedmiotu / modułu:	Celem przedmiotu jest przedstawienie, jakie rodzaje informacji są potrzebne w zarządzaniu strategicznym i operacyjnym, jak mogą być one uzyskane w procesie analizy finansowej oraz jak mogą być wykorzystane przez zarządzających przedsiębiorstwami w planowaniu działalności, podejmowaniu decyzji oraz w sterowaniu ich realizacją. Właściwie przeprowadzona analiza finansowa dostarcza informacji, które zabezpieczą nie tylko przetrwanie ale i rozwój przedsiębiorstwa.		
Wymagania wstępne:	Student zna podstawy rachunkowości, zarządzania, ekonomiki przedsiębiorstw, analizy ekonomicznej, potrafi czytać ze zrozumieniem podstawowe informacje zawarte m.in. w sprawozdaniach finansowych. Ma wpojone nawyki kształcenia ustawicznego, potrafi pracować w grupie i jest przygotowany do obserwacji i analizowania otoczenia.		
EFEKTY KSZTAŁCENIA		Odniesienie do efektów dla programu	Odniesienie do efektów dla obszaru
Wiedza	1. ma pogłębioną wiedzę o metody analizy danych ekonomicznych i społecznych	K_W13	S2A_W06,
Umiejętności	2. potrafi analizować i oceniać zjawiska ekonomiczne	K_U15	S2A_U08,
Kompetencje społeczne	3. potrafi myśleć i działać w sposób przedsiębiorczy	K_K08	S2A_K07,
TREŚCI PROGRAMOWE			Liczba godzin
Forma zajęć: wyklady			
1. Interpretacja informacji pozyskanych o podmiocie gospodarczym i jego otoczeniu.			1
2. Zastosowanie nowoczesnych metod analizy dokonań przedsiębiorstwa.			2
3. Analiza efektywności ekonomicznej działalności przedsiębiorstwa.			2
4. Wykorzystanie modeli w ocenie zagrożenia upadłością przedsiębiorstwa.			2
5. Identyfikacja i ocena czynników kreujących długookresową przewagę konkurencyjną.			1
6. Weryfikacja wiedzy i umiejętności.			1
Metody kształcenia	analiza tekstów z dyskusją, praca w grupach		
Metody weryfikacji efektów kształcenia			Nr efektu kształcenia z sylabusu
	* praca pisemna/esej/recenzja		1,2,3,
	* kolokwium		1,2,

<p>Forma i warunki zaliczenia</p>	<p>Przedmiot kończy się zaliczeniem w formie pisemnej. Sprawdzian testuje wiedzę (ok.20 % punktów) oraz umiejętności studenta (zadania praktyczne wraz z interpretacją ok.80% punktów). Na ocenę końcową wpływ ma także aktywność na zajęciach.</p> <p>Ocenianie: Student otrzymuje ocenę dostateczną gdy zna metody służące ocenie dokonań i efektywności ekonomicznej przedsiębiorstwa. Student otrzymuje ocenę dobrą gdy ponadto potrafi wykorzystać odpowiednie metody i dokonać interpretacji otrzymanych wyników jako skutku podejmowanych decyzji i uwarunkowań zewnętrznych. Student otrzymuje ocenę bardzo dobrą gdy ponadto potrafi sformułować i zaproponować kierunek dalszych działań przedsiębiorstwa w celu osiągnięcia sukcesu.</p> <p>Ocenę z przedmiotu stanowi w 60 % ocena z ćwiczeń i w 40% ocena z wykładów.</p>
<p>Literatura podstawowa</p>	
<p>Walczak M. red. (2007): Analiza finansowa w zarządzaniu współczesnym przedsiębiorstwem. Difin</p>	
<p>Leszczyński Z., Skowronek-Mielczarek A. (2008): Analiza działalności i rozwoju przedsiębiorstwa. PWE</p>	
<p>Siemińska M. (2002): Metody pomiaru i oceny kondycji przedsiębiorstwa. Wyd. UMK</p>	
<p>Tkaczyk T.P. red. (2001): Przedsiębiorczość a strategię konkurencji. SGH</p>	
<p>Literatura uzupełniająca</p>	
<p>Skoczyła W. red. (2009): Analiza sprawozdawczości finansowej przedsiębiorstwa. SKwP</p>	
<p>• Sierpińska M., Jachna T (2001): Ocena przedsiębiorstwa według standardów światowych. PWE</p>	
<p style="text-align: center;">NAKŁAD PRACY STUDENTA:</p>	
	<p>Liczba godzin</p>
<p>Zajęcia dydaktyczne</p>	<p>9</p>
<p>Udział w konsultacjach</p>	<p>10</p>
<p>Zdawanie egzaminu lub/i zaliczenia</p>	<p>2</p>
<p>Przygotowanie się do zajęć</p>	<p>11</p>
<p>Studiowanie literatury</p>	<p>10</p>
<p>Przygotowanie się do egzaminu lub/i zaliczenia</p>	<p>8</p>
<p>ŁĄCZNY nakład pracy studenta w godz.</p>	<p>50</p>
<p>Liczba punktów ECTS</p>	<p>2</p>

Nazwa przedmiotu: Zarządzanie dynamiczne (PRZEDMIOTY SPECJALNOŚCIOWE)		Kod przedmiotu: 14.3III22AII17_27	
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot / moduł: Wydział Nauk Ekonomicznych i Zarządzania, Instytut Zarządzania i Marketingu			
Nazwa kierunku: Zarządzanie			
Forma studiów: drugiego stopnia, niestacjonarne		Profil kształcenia: ogólnoakademicki	Specjalność: Zarządzanie strategiczne,
Rok / semestr: 2 / 3		Status przedmiotu / modułu: fakultatywny	Język przedmiotu / modułu: polski
Forma zajęć:	wyklady		
Wymiar zajęć:	18		
Koordynator przedmiotu / modułu:	dr hab. inż. Alberto Lozano-Platonoff		
Prowadzący zajęcia:			
Cel przedmiotu / modułu:	Przedmiot obejmuje zagadnienia z zakresu stosowania metod zarządzania wiedzą w procesach wdrażania strategii przedsiębiorstw ze szczególnym uwzględnieniem metodyki zarządzania dynamicznego.		
Wymagania wstępne:	<input type="checkbox"/> student posiada wiedzę z zakresu podstaw zarządzania, zachowań organizacyjnych i koncepcji zarządzania; <input type="checkbox"/> student potrafi posługiwać się podstawowymi metodami analizy przedsiębiorstwa, potrafi analizować sytuacje problemowe przedsiębiorstw dobierając do ich rozwiązania odpowiednie koncepcje zarządzania, posiada również umiejętność przygotowywania procesów wdrożeniowych koncepcji zarządzania; <input type="checkbox"/> student potrafi pracować w zespole, dokonywać analizy krytycznej czytanych tekstów, wnioskować na podstawie analizy treści opisów studiów przypadku.		
EFEKTY KSZTAŁCENIA		Odniesienie do efektów dla programu	Odniesienie do efektów dla obszaru
Wiedza	1. zna założenia i procesy koncepcji zarządzania dynamicznego	K_W01 K_W14 K_W13 K_W20	S2A_W01, S2A_W07, S2A_W06, S2A_W10,
Umiejętności	3. analizuje źródła wiedzy w organizacji i potrafi zaadaptować proces wdrażania koncepcji zarządzania dynamicznego do organizacji	K_U03 K_U16 K_U12 K_U09 K_U05 K_K06	S2A_U02, S2A_U09, S2A_U06, S2A_U04, S2A_U02, S2A_K06,
Kompetencje społeczne	5. posiada umiejętność planowania pracy w zespole i zdolność dzielenia się wiedzą	K_K02	S2A_K02,
TREŚCI PROGRAMOWE			Liczba godzin
Forma zajęć: wyklady			
1. Pojęcie wiedzy i wiedzy organizacji			1
2. Kształtowanie systemu informacyjnego w organizacji			2
3. Analiza kategorii wartości dodanej w zarządzaniu			1
4. Metodyka oceny sprawności funkcjonowania organizacji			1
5. Uwarunkowania procesu podejmowania decyzji w organizacji			1
6. Założenia koncepcji systemu dynamicznego zarządzania			1
7. Ogólny model systemu zarządzania dynamicznego			1
8. Koncepcja jądra wiedzy firmy			1

9. Analiza modułu wartości dodanej firmy		1
10. Analiza modułu sprawności działania firmy		1
11. Analiza modułów sprawności działania działów oraz sprawności działania pracowników		1
12. Analiza modułów analizy otoczenia oraz planów racjonalizatorskich		1
13. Analiza modułu analizy finansowej		1
14. Cztery procesy zarządzania dynamicznego		2
15. Przykład stosowania koncepcji zarządzania dynamicznego		2
Metody kształcenia	Wykłady z wykorzystaniem środków multimedialnych (foliogramów, prezentacji komputerowych), ilustracja przykładami konkretnych firm. Wzbogacenie przekazywanej treści o przykłady z praktyki i ćwiczenia prowadzone przy wykorzystaniu analizy przypadków firm.	
Metody weryfikacji efektów kształcenia		Nr efektu kształcenia z sylabusu
	* projekt	1,2,3,4,5,
Forma i warunki zaliczenia	<p>Forma i warunki zaliczenia: <input type="checkbox"/> zaliczenie na podstawie raportu przygotowanego i zaprezentowanego na forum grupy, dla wybranego małego lub średniego przedsiębiorstwa z regionu Pomorza Zachodniego prezentującego założenia do modułów systemu zarządzania dynamicznego. Raport będzie przygotowywany w oparciu o pracę zespołową studentów. Celem raportu jest weryfikacja nabytych przez studentów umiejętności oraz weryfikacja opanowania przez studentów wiedzy z wykładów, niezbędnej do przygotowania raportu. Praca grupowa i współpraca z przedsiębiorstwem regionalnym umożliwi również rozwój kompetencji społecznych.</p> <p>Ocenianie: <input type="checkbox"/> student otrzymuje ocenę dostateczną, gdy potrafi wyjaśnić istotę i elementy zarządzania dynamicznego i potrafi opracować podstawowe moduły zarządzania dynamicznego.</p> <p>Ocena z przedmiotu: <input type="checkbox"/> ocena jest równa ocenie uzyskanej z zaliczenia.</p>	
Literatura podstawowa		
Lozano Platonoff A. (2009): Zarządzanie dynamiczne. Nowe podejście do zarządzania przedsiębiorstwem. Difin, Warszawa		
Lozano Platonoff A. (2004): System Dynamicznego Zarządzania Przedsiębiorstwem. Wydawnictwo naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego		
Literatura uzupełniająca		
Bielecki W. (1997): Efektywność symulacyjnych gier menedżerskich w porównaniu z innymi metodami kształcenia. Symulacja Systemów Gospodarczych. Wyższa Szkoła Przedsiębiorczości i Zarządzania - Politechnika Wroclawska, Instytut Organizacji		
Wit B. (nr 4/1999): Modele zachowań konkurencyjnych przedsiębiorstw w symulacyjnych grach decyzyjnych. „Organizacja i kierowanie”		
Czerska J. (nr 2/2003): Gry symulacyjne Lean. Ekonomika i organizacja przedsiębiorstw		
Urbanowska-Sojkin E. (2002): Zarządzanie strategiczne przedsiębiorstwem na przykładach. AE w Poznaniu		
Lisiński M. (1998): Zarządzanie strategiczne i operacyjne. Studia przypadków. Wyższa Szkoła Biznesu, Nowy Sącz		
NAKLAD PRACY STUDENTA:		
	Liczba godzin	
Zajęcia dydaktyczne	18	
Udział w konsultacjach	10	
Zdawanie egzaminu lub/i zaliczenia	2	
Przygotowanie się do zajęć	8	
Studiowanie literatury	8	
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	29	
ŁĄCZNY nakład pracy studenta w godz.	75	
Liczba punktów ECTS	3	

Nazwa przedmiotu: Marketing wartości (PRZEDMIOTY SPECJALNOŚCIOWE)		Kod przedmiotu: 14.3III22AII17_28	
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot / moduł: Wydział Nauk Ekonomicznych i Zarządzania, Instytut Zarządzania i Marketingu			
Nazwa kierunku: Zarządzanie			
Forma studiów: drugiego stopnia, niestacjonarne		Profil kształcenia: ogólnoakademicki	Specjalność: Zarządzanie strategiczne,
Rok / semestr: 2 / 3		Status przedmiotu / modułu: fakultatywny	Język przedmiotu / modułu: polski
Forma zajęć:	wyklady		
Wymiar zajęć:	9		
Koordinator przedmiotu / modułu:	dr Krzysztof Błoński		
Prowadzący zajęcia:			
Cel przedmiotu / modułu:	Celem przedmiotu jest nabycie umiejętności identyfikacji marketingowych źródeł wartości przedsiębiorstwa oraz źródeł wartości dla klienta. Zapoznanie z narzędziami raportowania marketingowych zasobów przedsiębiorstwa.		
Wymagania wstępne:	Student zna podstawy marketingu, zarządzania oraz zarządzania i planowania marketingowego.		
EFEKTY KSZTAŁCENIA		Odniesienie do efektów dla programu	Odniesienie do efektów dla obszaru
Wiedza	1. zna marketingowe źródła wartości przedsiębiorstwa, źródła wartości klienta 2. zna narzędzia raportowania marketingowych zasobów przedsiębiorstwa	K_W14 K_W13 K_W04 K_W20	S2A_W07, S2A_W06, S2A_W02, S2A_W10,
TREŚCI PROGRAMOWE			Liczba godzin
Forma zajęć: wyklady			
1. Marketing jako czynnik wzrostu wartości przedsiębiorstwa			1
2. Narzędzia raportowania zasobów marketingowych			1
3. Źródła wartości dla klienta			1
4. Klient jako współtwórca wartości			1
5. Czynniki determinujące wartość klientów			1
6. Rentowność relacji z klientami			2
7. Wartość klienta w procesie segmentacji rynku i alokacji działań marketingowych			1
8. Weryfikacja wiedzy (kolokwium)			1
Metody kształcenia	Wykłady z wykorzystaniem pokazów multimedialnych		
Metody weryfikacji efektów kształcenia			Nr efektu kształcenia z sylabusu
	* kolokwium		1,2,

<p>Forma i warunki zaliczenia</p>	<p>Forma i warunki zaliczenia : Studenci oceniani są na podstawie pisemnego kolokwium obejmujące wiedzę z wykładów i zalecanej literatury (5 poleceń - pytania otwarte i/lub zadania).</p> <p>Forma i warunki zaliczenia wykładu: przedmiot nie kończy się egzaminem i ocena z wykładu jest uzyskiwana na podstawie pisemnego zaliczenia tej formy zajęć na wykładzie.</p> <p>Ocenianie: Student otrzymuje ocenę dostateczną - gdy potrafi omówić podstawowe zagadnienia dotyczące marketingu wartości, czynników determinujących wartość klientów oraz obliczyć i zinterpretować proste przykłady dotyczące wartości klienta.</p> <p>Ocena z przedmiotu jest równa ocenie uzyskanej z kolokwium pisemnego.</p>
<p>Literatura podstawowa</p>	
<p>Doyle P. (2003): Marketing wartości. Felberg SJA</p>	
<p>Piercy N. (2003): Marketing. Strategiczna reorientacja firmy. Felberg SJA</p>	
<p>Czubała A. (2006): Marketingowe strategie budowania wartości przedsiębiorstwa. Akademia Ekonomiczna w Krakowie</p>	
<p>Literatura uzupełniająca</p>	
<p>Rudawska E. (2008): Znaczenie relacji z klientami w procesie kształtowania wartości przedsiębiorstwa. Wydawnictwo Naukowe US</p>	
<p style="text-align: center;">NAKŁAD PRACY STUDENTA:</p>	
	<p>Liczba godzin</p>
<p>Zajęcia dydaktyczne</p>	<p>9</p>
<p>Udział w konsultacjach</p>	<p>7</p>
<p>Zdawanie egzaminu lub/i zaliczenia</p>	<p>2</p>
<p>Przygotowanie się do zajęć</p>	<p>12</p>
<p>Studiowanie literatury</p>	<p>11</p>
<p>Przygotowanie się do egzaminu lub/i zaliczenia</p>	<p>9</p>
<p>ŁĄCZNY nakład pracy studenta w godz.</p>	<p>50</p>
<p>Liczba punktów ECTS</p>	<p>2</p>

Nazwa przedmiotu: Zarządzanie wiedzą (PRZEDMIOTY SPECJALNOŚCIOWE)		Kod przedmiotu: 14.3III22AII17_29	
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot / moduł: Wydział Nauk Ekonomicznych i Zarządzania, Instytut Zarządzania i Marketingu			
Nazwa kierunku: Zarządzanie			
Forma studiów: drugiego stopnia, niestacjonarne		Profil kształcenia: ogólnoakademicki	Specjalność: Zarządzanie strategiczne,
Rok / semestr: 2 / 3		Status przedmiotu / modułu: fakultatywny	Język przedmiotu / modułu: polski
Forma zajęć:	wyklady		
Wymiar zajęć:	9		
Koordynator przedmiotu / modułu:	dr Aleksandra Rudawska		
Prowadzący zajęcia:			
Cel przedmiotu / modułu:	Przedmiot obejmuje zagadnienia związane z rolą wiedzy organizacyjnej w efektywnym funkcjonowaniu organizacji i budowaniu przewagi konkurencyjnej oraz zagadnienia związane z podstawowymi działaniami dot. tworzenia i wykorzystywania zasobów wiedzy, a także wskazanie potencjalnych barier związanych z wykorzystywaniem posiadanej przez organizację wiedzy.		
Wymagania wstępne:	Student biegle posługuje się terminologią z obszaru: podstaw zarządzania, teorii organizacji, zachowań organizacyjnych, koncepcji zarządzania. Posiada umiejętności analizowania organizacji z perspektywy systemowej.		
EFEKTY KSZTAŁCENIA		Odniesienie do efektów dla programu	Odniesienie do efektów dla obszaru
Wiedza	1. definiuje pojęcia wiedza, zarządzanie wiedzą, organizacyjne uczenie się, dzielenie się wiedzą i podaje przykłady	K_W01 K_W12 K_W02 K_W22 K_W20	S2A_W01, S2A_W05, S2A_W01, S2A_W11, S2A_W10,
Umiejętności	3. identyfikuje bariery zarządzania wiedzą	K_U11 K_U01	S2A_U06, S2A_U01,
Kompetencje społeczne	5. nawiązuje kontakt z organizacją i przeprowadza jej obserwację	K_K04	S2A_K04,
TREŚCI PROGRAMOWE			Liczba godzin
Forma zajęć: wyklady			
1. Co to jest wiedza i gdzie jej szukać w organizacji? Jak ma znaczenie dla funkcjonowania firm i przewagi konkurencyjnej.			2
2. Co to znaczy zarządzać wiedzą? Podejścia, modele, praktyka gospodarcza.			1
3. Tworzenie wiedzy w organizacji. Specyfika organizacyjnego uczenia się.			1
4. Utrwalanie i przechowywanie wiedzy w organizacji.			1
5. Dzielenie się wiedzą i jej upowszechnianie - metody oraz bariery.			1
6. Wiedza a działanie - czyli jak korzystać z tego co wiemy?			1
7. Zarządzanie wiedzą w praktyce - wyniki projektów studenckich			1
8. Zaliczenie pisemne			1
Metody kształcenia	Wykłady z wykorzystaniem środków multimedialnych, dyskusja w oparciu o wybraną literaturę.		

Metody weryfikacji efektów kształcenia		Nr efektu kształcenia z sylabusu
	* kolokwium	1,2,
	* projekt	3,4,5,
Forma i warunki zaliczenia	<p>Zaliczenie na podstawie: 50% oceny - zaliczenie pisemne, pytania otwarte ; sprawdzenie wiedzy z danego przedmiotu 50 % oceny - raporty z pracy projektowej nad praktycznymi przejawami zarządzania wiedzą w organizacjach.</p> <p>Ocenianie: student otrzymuje ocenę dostateczną, gdy potrafi wyjaśnić czym jest wiedza i na czym polega istota zarządzania wiedzą oraz identyfikuje działania związane z zarządzaniem wiedzą w organizacji.</p> <p>Ocena z przedmiotu: ocena jest równa ocenie uzyskanej z zaliczenia.</p>	
Literatura podstawowa		
Probst G., Raub S., Romhardt K (2004): Zarządzanie wiedzą w organizacji. Oficyna ekonomiczna, Kraków		
Jashapara A. (2006): Zarządzanie wiedzą. PWE, Warszawa		
Nonaka I. (2008, kwiecień): Firma kreująca wiedzę. HBRP		
Garvin D. A., Edmondson A. C., Gino F. (2009, marzec): Czy kierujesz organizacją uczącą się?. HBRP		
Literatura uzupełniająca		
Davenport T., Prousak, L. (1998): Working Knowledge. How organizations manage what they know. Harvard Business School Press		
Sysko-Romańczuk S. Lozano-Platonoff A., Rudawska A. (2007, nr2): Koncepcja organizacyjnego uczenia się - podstawowe perspektywy badawcze. Ekonomika i organizacja przedsiębiorstw		
Argyris C. (2008, marzec): Naucz mądrych ludzi jak należy się uczyć. HBRP		
Edmondson A.C. (2009,październik): Chcesz być konkurencyjny. HBRP		
Edmondson A. C. (2011, listopad): Strategie uczenia się na niepowodzeniach. HBRP		
Gino F., Pisano G. P. (2011, listopad): Dlaczego nie wyciągamy nauk z sukcesu?. HBRP		
NAKŁAD PRACY STUDENTA:		
	Liczba godzin	
Zajęcia dydaktyczne	9	
Udział w konsultacjach	8	
Zdawanie egzaminu lub/i zaliczenia	2	
Przygotowanie się do zajęć	5	
Studiowanie literatury	9	
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	8	
Przygotowanie się do egzaminu lub/i zaliczenia	9	
ŁĄCZNY nakład pracy studenta w godz.	50	
Liczba punktów ECTS	2	

Nazwa przedmiotu: Coaching i mentoring (PRZEDMIOTY SPECJALNOŚCIOWE)		Kod przedmiotu: 14.3III22AII17_31	
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot / moduł: Wydział Nauk Ekonomicznych i Zarządzania, Instytut Zarządzania i Marketingu			
Nazwa kierunku: Zarządzanie			
Forma studiów: drugiego stopnia, niestacjonarne		Profil kształcenia: ogólnoakademicki	Specjalność: Zarządzanie strategiczne,
Rok / semestr: 2 / 3		Status przedmiotu / modułu: fakultatywny	Język przedmiotu / modułu: polski
Forma zajęć:	wyklady		
Wymiar zajęć:	9		
Koordynator przedmiotu / modułu:	dr Ewa Mazur-Wierzbicka		
Prowadzący zajęcia:			
Cel przedmiotu / modułu:	Celem jest rozszerzenie i usystematyzowanie wiedzy dotyczącej coachingu, a także poznają nowoczesne metody i modele rozmowy coachingowej. Ponadto uczestnicy zajęć będą mieli okazję rozwoju własnych kompetencji prowadzenia wszelkich rozmów rozwojowych i ukształtowania postaw profesjonalnego coacha.		
Wymagania wstępne:	Student zna podstawowe zagadnienia z zarządzania zasobami ludzkimi oraz zasad komunikacji werbalnej i niewerbalnej, znajomość podstawowych zagadnień z zarządzania zasobami ludzkimi oraz zasad komunikacji werbalnej i niewerbalnej.		
EFEKTY KSZTAŁCENIA		Odniesienie do efektów dla programu	Odniesienie do efektów dla obszaru
Wiedza	1. zna współczesne modele coachingowe	K_W12	S2A_W05,
Umiejętności	2. potrafi zdefiniować istotę coachingu, a także uzasadnia przydatność rozmowy coachingowej w współczesnym zarządzaniu personelem w danej firmie	K_U11	S2A_U06,
Kompetencje społeczne	3. potrafi wymienić podstawowe umiejętności potrzebne do prowadzenia sesji coachingowej	K_K04	S2A_K04,
TREŚCI PROGRAMOWE			Liczba godzin
Forma zajęć: wyklady			
1. Wprowadzenie. Istota Coachingu w działalności gospodarczej			2
2. Funkcje coachingu w przedsiębiorstwie			1
3. Techniki coachingu			1
4. Model ACER - jako narzędzie sesji coachingowej			1
5. Model GROW - jako narzędzie sesji coachingowej			1
6. Pięcioletapowy model Staffcoachingu			1
7. Coaching umiejętności			2
Metody kształcenia	Prezentacja multimedialna, metoda przypadków, metody symulacyjne, praca w grupach, analiza dokumentów źródłowych		
Metody weryfikacji efektów kształcenia			Nr efektu kształcenia z sylabusu
	* projekt		1,2,3,
Forma i warunki zaliczenia	Forma i warunki zaliczenia wykładów: Studenci są oceniani na podstawie: zaliczenia pisemnego (50% oceny) - rozwiązanie case study testuje osiągnięcie efektów kształcenia w zakresie wiedzy oraz umiejętności rozwiązywania problemu, projektu własnego (50% oceny); projekt testuje osiągnięcie efektów kształcenia w zakresie umiejętności. W projekcie student winien zaprezentować przebieg sesji coachingowej Ocenianie: Student otrzymuje ocenę dostateczną, gdy rozwiąże poprawnie case study oraz potrafi określić istotę coachingu w danym przedsiębiorstwie. Ocena z przedmiotu obliczana jest jako ocena uzyskana z zaliczenia.		
Literatura podstawowa			

Bennewicz M. (2011): Coaching i mentoring w praktyce. G+J GRUNER + JAHR, Warszawa	
Marilyn A., Rae Ch. (2010): Coaching krok po kroku. NEW DAWN, Warszawa	
Demkowski S., Sedrige F., Hunter I. (2010): Coaching kadry kierowniczej. PWN, Warszawa	
Hargrove R. (2006): Mistrzowski coaching. Oficyna Ekonomiczna Grupa Wolters Kluwer, Kraków	
Holliday M. (2006): Coaching, mentoring i zarządzanie. Helion, Gliwice	
Kaminski E. (2008): 30 minut dla osiągnięcia sukcesu metodą coachingu. KOS, Katowice	
Literatura uzupełniająca	
Król H., Ludwiczynski A. (2006): Zarządzanie Zasobami ludzkimi. PWN, Warszawa	
Listwan T., (2006): Zarządzanie kadrami. C.H.Beck, Warszawa	
O'Neill B.M. (2005): Coaching dla kadry menedżerskiej. Dom Wydawniczy Rebis, Poznań	
Thorpe S., Clifford J. (2005): Podręcznik coachingu. Dom Wydawniczy Rebis, Poznań	
NAKŁAD PRACY STUDENTA:	
	Liczba godzin
Zajęcia dydaktyczne	9
Udział w konsultacjach	7
Zdawanie egzaminu lub/i zaliczenia	2
Przygotowanie się do zajęć	8
Studiowanie literatury	9
Praktyki	5
Przygotowanie się do egzaminu lub/i zaliczenia	10
ŁĄCZNY nakład pracy studenta w godz.	50
Liczba punktów ECTS	2

Nazwa przedmiotu: Przywództwo w organizacji / Leadership in organization (PRZEDMIOTY SPECJALNOŚCIOWE)		Kod przedmiotu: 14.3III22AII17_32	
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot / moduł: Wydział Nauk Ekonomicznych i Zarządzania, Instytut Zarządzania i Marketingu			
Nazwa kierunku: Zarządzanie			
Forma studiów: drugiego stopnia, niestacjonarne		Profil kształcenia: ogólnoakademicki	Specjalność: Zarządzanie strategiczne,
Rok / semestr: 2 / 4		Status przedmiotu / modułu: fakultatywny	Język przedmiotu / modułu: angielski
Forma zajęć:	konwersatoria		
Wymiar zajęć:	9		
Koordynator przedmiotu / modułu:	dr hab. inż. Alberto Lozano-Platonoff		
Prowadzący zajęcia:			
Cel przedmiotu / modułu:	Celem jest uświadomienie studentom znaczenia przywództwa w podnoszeniu efektywności zarządzania organizacją.		
Wymagania wstępne:	Student zna podstawy zarządzania, zachowań organizacyjnych, ekonomiki organizacji. Potrafi brać udział w dyskusji oraz aktywnie poszukiwać informacji. Student posiada umiejętność pracy zespołowej.		
EFEKTY KSZTAŁCENIA		Odniesienie do efektów dla programu	Odniesienie do efektów dla obszaru
Wiedza	1. wyjaśnia podstawowe pojęcia dotyczące przywództwa w organizacji z uwzględnieniem rozwoju teorii przywództwa	K_W02 K_W12 K_W21 K_W05	S2A_W01, S2A_W05, S2A_W11, S2A_W02,
Umiejętności	3. wskazuje najważniejsze kompetencje przywódcze oraz wyróżnia sposoby ich rozwijania, wyjaśnia wpływ rozwoju kompetencji menadżerskich na efektywność zarządzania organizacją	K_U01 K_U18 K_U17 K_U16	S2A_U01, S2A_U11, S2A_U10, S2A_U09,
Kompetencje społeczne	5. potrafi rozstrzygać dylematy zawodowe z zakresu przywództwa na podstawie opracowywanego opisu studium przypadku	K_K04	S2A_K04,
TREŚCI PROGRAMOWE			Liczba godzin
Forma zajęć: konwersatoria			
1. Kim jest przywódca - istotne cechy i zachowania przywódcze			1
2. Przegląd podstawowych podejść do koncepcji przywództwa			1
3. Uwarunkowania efektywności przywództwa i przykłady efektywnego przywództwa			2
4. Sytuacyjna koncepcja przywództwa			1
5. Rozwijanie kompetencji przywódcy w oparciu o koncepcję P. Cardona i P. Garcia-Lombardia			2
6. Specyfika i rola przywództwa w czasie zmian i kryzysu			1
7. Prezentacje studentów projektów zespołowych - przedstawienie studiów przypadku			1
Metody kształcenia	Dyskusja w oparciu o zadaną literaturę, metoda przypadków, praca w grupach, analiza dokumentów źródłowych, dyskusje w zespołach		
Metody weryfikacji efektów kształcenia			Nr efektu kształcenia z sylabusu
	* prezentacje		1,3,4,5,
	* praca pisemna/esej/recenzja		1,2,3,5,

Forma i warunki zaliczenia	<p>Forma i warunki zaliczenia: <input type="checkbox"/> studenci oceniani są na podstawie pracy zaliczeniowej przygotowanej w zespołach 3-4 osobowych dotyczących analizy studium przypadku przywódców osiągających sukcesy w zarządzaniu organizacjami.</p> <p>Ocenianie: <input type="checkbox"/> dostateczny: student rozumie znaczenie przywództwa w zarządzaniu przedsiębiorstwem oraz zna podstawowe pojęcia z zakresu zagadnienia przywództwa.</p> <p>Ocena z przedmiotu: <input type="checkbox"/> ocena jest równa ocenie uzyskanej z zaliczenia.</p>
Literatura podstawowa	
Prentice W. C. H. (2004 January, Vol. 82 Issue 1,): Understanding Leadership. Harvard Business Review s. 102-109	
Goleman D. (2004 January, Vol. 82 Issue 1): What Makes a Leader?. Harvard Business Review s. 82-91	
Zaleznik A. (2004 January, Vol. 82 Issue 1): Managers and Leaders: Are They Different?. Harvard Business Review s. 74-81	
Rooke D. , Torbert W.R. (2005 April, Vol. 83 Issue 4): 7 Transformations of Leadership. Harvard Business Review s. 66-76	
Heifetz R. , Grashow A., Linsky M. (2009 July/August, Vol. 87 Issue 7/8): Leadership in a (Permanent) Crisis. Harvard Business Review s. 62-69	
Fuda P., Badham R. (2011 November, Vol. 89 Issue 11): Fire, Snowball, Mask, Movie: How Leaders Spark and Sustain Change. Harvard Business Review s. 145-148	
Nonaka I., Takeuchi H. (2011 May, Vol. 89 Issue 5): The Wise Leader. Harvard Business Review s. 58-67	
Literatura uzupełniająca	
Cardona P., P. Garcia-Lombardia (2005): How to develop leadership competencies. Pamplona	
Hersey P., K.H. Blanchard, D.E. Johnson (2008): Management of Organizational Behavior - Leading Human Resources. Prentice Hall	
NAKŁAD PRACY STUDENTA:	
	Liczba godzin
Zajęcia dydaktyczne	9
Udział w konsultacjach	10
Zdawanie egzaminu lub/i zaliczenia	2
Przygotowanie się do zajęć	15
Studiowanie literatury	15
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	24
ŁĄCZNY nakład pracy studenta w godz.	75
Liczba punktów ECTS	3

Nazwa przedmiotu: Strategie innowacyjne (PRZEDMIOTY SPECJALNOŚCIOWE)		Kod przedmiotu: 14.3III22AII16_33	
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot / moduł: Wydział Nauk Ekonomicznych i Zarządzania, Instytut Zarządzania i Inwestycji			
Nazwa kierunku: Zarządzanie			
Forma studiów: drugiego stopnia, niestacjonarne		Profil kształcenia: ogólnoakademicki	Specjalność: Zarządzanie strategiczne,
Rok / semestr: 2 / 4		Status przedmiotu / modułu: fakultatywny	Język przedmiotu / modułu: polski
Forma zajęć:	wyklady		
Wymiar zajęć:	9		
Koordinator przedmiotu / modułu:	dr hab. Joanna Wiśniewska		
Prowadzący zajęcia:			
Cel przedmiotu / modułu:	Celem jest uzyskanie wiedzy z zakresu strategii innowacyjnych przedsiębiorstw.		
Wymagania wstępne:	Student zna podstawy organizacji i zarządzania w przedsiębiorstwie, rozróżnia podstawowe kategorie ekonomiczne, jak np. zasoby, procesy itd., ma nawyki kształcenia ustawicznego		
EFEKTY KSZTAŁCENIA		Odniesienie do efektów dla programu	Odniesienie do efektów dla obszaru
Wiedza	1. ma rozszerzoną wiedzę na temat formułowania strategii innowacyjnych przedsiębiorstw	K_W06	S2A_W03,
	2. ma wiedzę dotyczącą istoty i rodzajów strategii innowacyjnych przedsiębiorstw	K_W14	S2A_W07,
		K_W21	S2A_W11,
		K_W20	S2A_W10,
TREŚCI PROGRAMOWE			Liczba godzin
Forma zajęć: wyklady			
1. Istota strategii innowacyjnych			1
2. Rodzaje strategii innowacyjnych przedsiębiorstw			1
3. Formułowanie strategii innowacyjnej			2
4. Innowacyjne modele biznesu			2
5. Regionalne strategie innowacyjne			1
6. Strategie innowacyjne a potencjał konkurencyjny przedsiębiorstwa			1
7. Zaliczenie			1
Metody kształcenia	wykład z elementami konwersatoryjnymi, prezentacja multimedialna		
Metody weryfikacji efektów kształcenia			Nr efektu kształcenia z sylabusu
	* kolokwium		1,2,
Forma i warunki zaliczenia	<p>Ocena z wykładu jest uzyskiwana na podstawie pisemnego zaliczenia tej formy zajęć na ostatnim wykładzie - test z pytaniami wielokrotnego wyboru, zaliczenie testu na ocenę dostateczną wymaga uzyskania 60% możliwych punktów.</p> <p>Student otrzymuje ocenę dostateczną, gdy potrafi omówić podstawowe zagadnienia z zakresu strategii innowacyjnych przedsiębiorstw, co sprawdza osiągnięte efekty kształcenia w zakresie wiedzy uzyskanej podczas uczestnictwa w wykładach.</p> <p>Ocena z przedmiotu jest ocena uzyskana z zaliczenia wykładu.</p>		
Literatura podstawowa			
Wiśniewska J., Janasz K. -red. (2012): Innowacyjność organizacji w strategii inteligentnego i zrównoważonego rozwoju. Difin			
Janasz W., red. (2011): Innowacje w zrównoważonym rozwoju organizacji. Difin			

Janasz W., Koziół-Nadolna K. (2011): Innowacje w organizacji. PWE	
Janasz W., red. (2009): Innowacje w strategii rozwoju organizacji w Unii Europejskiej. Difin	
Literatura uzupełniająca	
Drucker P. (2008): Myśli przewodnie Druckera. MT Biznes	
Wiśniewska J. (2010): Procesy transferu technologii w bankach komercyjnych w Polsce. Wydawnictwo Naukowe US	
Wiśniewska J. (2004): Ekonomiczne determinanty dyfuzji innowacji produktowych i technologicznych w banku komercyjnym. Wydawnictwo Naukowe US	
NAKŁAD PRACY STUDENTA:	
	Liczba godzin
Zajęcia dydaktyczne	9
Udział w konsultacjach	7
Zdawanie egzaminu lub/i zaliczenia	2
Przygotowanie się do zajęć	9
Studiowanie literatury	10
Przygotowanie się do egzaminu lub/i zaliczenia	13
ŁĄCZNY nakład pracy studenta w godz.	50
Liczba punktów ECTS	2

Nazwa przedmiotu: Nadzór korporacyjny (PRZEDMIOTY SPECJALNOŚCIOWE)		Kod przedmiotu: 14.3III22AII16_34	
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot / moduł: Wydział Nauk Ekonomicznych i Zarządzania, Instytut Zarządzania i Inwestycji			
Nazwa kierunku: Zarządzanie			
Forma studiów: drugiego stopnia, niestacjonarne		Profil kształcenia: ogólnoakademicki	Specjalność: Zarządzanie strategiczne,
Rok / semestr: 2 / 4		Status przedmiotu / modułu: fakultatywny	Język przedmiotu / modułu: polski
Forma zajęć:	wyklady		
Wymiar zajęć:	9		
Koordinator przedmiotu / modułu:	dr Malwina Szczepkowska		
Prowadzący zajęcia:			
Cel przedmiotu / modułu:	Celem jest przekazanie studentom wiedzy z zakresu nadzoru korporacyjnego a modeli corporate governance.		
Wymagania wstępne:	Wiedzy: zna podstawowe pojęcia z zakresu ekonomii Umiejętności: potrafi pracować w grupie i korzystać z metod analizy przypadków Kompetencji (postaw): rozumie konieczność kształcenia ustawicznego		
EFEKTY KSZTAŁCENIA		Odniesienie do efektów dla programu	Odniesienie do efektów dla obszaru
Wiedza	1. zna pojęcia dotyczące nadzoru korporacyjnego, proces tworzenia zasad NK oraz modele NK	K_W02 K_W04 K_W08	S2A_W01, S2A_W02, S2A_W03,
Umiejętności	2. potrafi zidentyfikować i przeanalizować modele NK na przykładzie wybranych podmiotów	K_U03 K_U05	S2A_U02, S2A_U02,
TREŚCI PROGRAMOWE			Liczba godzin
Forma zajęć: wyklady			
1. Teorie i modele ładu korporacyjnego.			1
2. Geneza, istota i determinanty rozwoju nadzoru korporacyjnego.			2
3. Pojęcie nadzoru korporacyjnego (problemy definicyjne, istota corporate governance) .			2
4. Charakterystyka i ocena najważniejszych modeli nadzoru korporacyjnego.			2
5. Rada nadzorcza i zarząd jako kluczowe ogniwa ładu korporacyjnego.			2
Metody kształcenia	Wykład z wykorzystaniem prezentacji Dyskusje ze studentami Rozwiązywanie zadań, analizy przypadków (case study)		
Metody weryfikacji efektów kształcenia			Nr efektu kształcenia z sylabusu
	* kolokwium		1,2,

<p>Forma i warunki zaliczenia</p>	<p>Forma i warunki zaliczenia: Ocena zaliczeniowa ustalana jest na podstawie ocen cząstkowych otrzymywanych w trakcie semestru za określone działania i prace studenta: 70% oceny stanowi zaliczenie pisemne przedmiotu w postaci kolokwium pisemnego (około 6-8 pytań). Pytania otwarte z teoretycznej części materiału oraz dotyczące przykładów z praktyki gospodarczej. 30 % oceny to projekty zespołowe realizowane w domu i omawiane na wykładzie, praca nad przypadkami przedsiębiorstw z praktyki gospodarczej. Projekty testują umiejętności studentów w zakresie wykorzystania posiadanej wiedzy do oceny analizowanych zjawisk oraz prognozowania działań organizacji gospodarczej na podstawie wyciągniętych wniosków.</p> <p>Forma i warunki zaliczenia wykładu: przedmiot nie kończy się egzaminem i ocena z wykładu jest uzyskiwana na podstawie pisemnego zaliczenia tej formy zajęć na wykładzie oraz pracy własnej studenta.</p> <p>Ocenianie: Student otrzymuje ocenę dostateczną; gdy zna podstawowe pojęcia z zakresu ładu korporacyjnego. Potrafi wymienić modele CG.</p> <p>Ocena z przedmiotu jest równa ocenie uzyskanej z zaliczenia, gdzie 70% oceny stanowi zaliczenie pisemne przedmiotu a 30% praca własna studenta.</p>
<p>Literatura podstawowa</p>	
<p>Jeżak J. (2011): Ład korporacyjny. Doświadczenia światowe oraz kierunki rozwoju. Wyd. C.H. Beck</p>	
<p>Dobija D. , Kołodkiewicz I. (red.) (2011): Ład korporacyjny :podręcznik akademicki. Oficyna Wolters Kluwer Business</p>	
<p>Bohdanowicz L. (2009): Profesjonalizm w funkcjonowaniu rad nadzorczych spółek akcyjnych. Wyd. Uniwersytetu Łódzkiego</p>	
<p>Zakrzewska-Bielawska A. (red.) (2010): Koncepcje i metody zarządzania strategicznego oraz nadzoru korporacyjnego :doświadczenia i wyzwania. Wyd. C.H. Beck</p>	
<p>Literatura uzupełniająca</p>	
<p>Rudolf S. (red.) (2004): Ekonomiczne i społeczne problemy nadzoru korporacyjnego. Wyd. Uniwersytetu Łódzkiego</p>	
<p>Jerzemowska M. (2002): Nadzór korporacyjny. PWE</p>	
<p>Kołodkiewicz I. (2002): Nadzór korporacyjny w NFI. Wyd. WSPiZ im. L. Koźmińskiego</p>	
<p>Zalega K. (2003): Systemy corporate governance a efektywność zarządzania spółką kapitałową. Wyd. SGH</p>	
<p style="text-align: center;">NAKŁAD PRACY STUDENTA:</p>	
	<p>Liczba godzin</p>
<p>Zajęcia dydaktyczne</p>	<p>9</p>
<p>Udział w konsultacjach</p>	<p>10</p>
<p>Zdawanie egzaminu lub/i zaliczenia</p>	<p>2</p>
<p>Przygotowanie się do zajęć</p>	<p>16</p>
<p>Studiowanie literatury</p>	<p>16</p>
<p>Przygotowanie projektu / eseju / itp.</p>	<p>9</p>
<p>Przygotowanie się do egzaminu lub/i zaliczenia</p>	<p>13</p>
<p>ŁĄCZNY nakład pracy studenta w godz.</p>	<p>75</p>
<p>Liczba punktów ECTS</p>	<p>3</p>

Nazwa przedmiotu: Elastyczne zarządzanie kapitałem ludzkim / Flexible management of human capital (PRZEDMIOTY SPECJALNOŚCIOWE)		Kod przedmiotu: 14.3III22AII17_35	
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot / moduł: Wydział Nauk Ekonomicznych i Zarządzania, Instytut Zarządzania i Marketingu			
Nazwa kierunku: Zarządzanie			
Forma studiów: drugiego stopnia, niestacjonarne		Profil kształcenia: ogólnoakademicki	Specjalność: Zarządzanie kapitałem ludzkim w organizacjach,
Rok / semestr: 1 / 2		Status przedmiotu / modułu: fakultatywny	Język przedmiotu / modułu: angielski
Forma zajęć:	konwersatoria		
Wymiar zajęć:	9		
Koordinator przedmiotu / modułu:	dr hab. Wojciech Jarecki		
Prowadzący zajęcia:			
Cel przedmiotu / modułu:	Celem jest przedstawienie istoty i wagi dla organizacji elastyczności w gospodarowaniu kapitałem ludzkim.		
Wymagania wstępne:	W zakresie wiedzy: student zna istotę i podstawowe zagadnienia dotyczące rynku pracy, funkcjonowania organizacji W zakresie umiejętności: student potrafi analizować zależności występujące na rynku pracy, wyciągać krytyczne wnioski W zakresie kompetencji społecznych: student potrafi pracować w grupie, krytycznie dyskutować		
EFEKTY KSZTAŁCENIA		Odniesienie do efektów dla programu	Odniesienie do efektów dla obszaru
Wiedza	1. Posiada wiedzę o elastycznym zarządzaniu kapitałem ludzkim w organizacji i mechanizmach wpływających na jego rozwój.	K_W04	S2A_W02,
Umiejętności	2. Potrafi krytycznie analizować i oceniać zjawiska związane z tworzeniem, wykorzystaniem i rozwojem kapitału ludzkiego w organizacji.	K_U11 K_U18	S2A_U06, S2A_U11,
TREŚCI PROGRAMOWE			Liczba godzin
Forma zajęć: konwersatoria			
1. Kapitał ludzki w organizacji			2
2. Mierniki elastyczności kapitału ludzkiego			1
3. Determinanty elastycznego zarządzania kapitałem ludzkim			2
4. Elastyczne pozyskiwanie i tworzenie kapitału ludzkiego w organizacji			1
5. Rozwój kompetencji jako czynnik elastyczności kapitału ludzkiego			1
6. Elastyczne systemy motywowania materialnego i niematerialnego			1
7. Outplacement kompetencji			1
Metody kształcenia	Prezentacja multimedialna, dyskusje, praca w grupach, studia przypadków		
Metody weryfikacji efektów kształcenia			Nr efektu kształcenia z sylabusu
	* kolokwium		1,2,
	* praca pisemna/esej/recenzja		1,2,
Forma i warunki zaliczenia	Forma i warunki zaliczenia konwersatorium - na ocenę zaliczenia konwersatorium w 30% wpływa aktywność w dyskusjach i pracy grupowej obejmującej zagadnienia zawarte w treściach programowych oraz w 70% kolokwium obejmujące materiał z konwersatorium, również obejmujący materiał zawarty w treściach programowych. Ocenę dostateczną student uzyskuje po wykazaniu się wiedzą z zakresu mierników elastyczności kapitału ludzkiego, determinant elastycznego zarządzania kapitałem ludzkim, elastycznego tworzenia, motywowania i rozwoju kapitału ludzkiego, co odpowiada 60% punktów uzyskanych na kolokwium. Ocena z przedmiotu jest oceną z konwersatorium		
Literatura podstawowa			

Juchnowicz M. (red.) (2007): Elastyczne zarządzanie kapitałem ludzkim. Difin, Warszawa 184	
Listwan T. (red.) (2001): Zarządzanie kadrami. CH Beck, Warszawa 544	
Pocztowski A. (red.) (2007): Zarządzanie zasobami ludzkimi. PWE, Warszawa 460	
Literatura uzupełniająca	
Łukasiewicz G. (2009): Kapitał ludzki w organizacji. PWN, Warszawa 257	
NAKLAD PRACY STUDENTA:	
	Liczba godzin
Zajęcia dydaktyczne	9
Udział w konsultacjach	7
Zdawanie egzaminu lub/i zaliczenia	2
Przygotowanie się do zajęć	10
Studiowanie literatury	9
Przygotowanie się do egzaminu lub/i zaliczenia	13
ŁĄCZNY nakład pracy studenta w godz.	50
Liczba punktów ECTS	2

Nazwa przedmiotu: Grupy w organizacjach (PRZEDMIOTY SPECJALNOŚCIOWE)		Kod przedmiotu: 14.3III22AII17_36	
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot / moduł: Wydział Nauk Ekonomicznych i Zarządzania, Instytut Zarządzania i Marketingu			
Nazwa kierunku: Zarządzanie			
Forma studiów: drugiego stopnia, niestacjonarne		Profil kształcenia: ogólnoakademicki	Specjalność: Zarządzanie kapitałem ludzkim w organizacjach,
Rok / semestr: 1 / 2		Status przedmiotu / modułu: fakultatywny	Język przedmiotu / modułu: polski
Forma zajęć:	ćwiczenia		
Wymiar zajęć:	15		
Koordynator przedmiotu / modułu:	dr Ewa Mazur-Wierzbicka		
Prowadzący zajęcia:			
Cel przedmiotu / modułu:	Celem jest przybliżenie zagadnień z zakresu zachowań organizacyjnych w aspekcie problematyki budowania zespołów, funkcjonowania grup w organizacjach wraz z niezbędną terminologią.		
Wymagania wstępne:	Student zna podstawowe zagadnienia z zarządzania zasobami ludzkimi, komunikacji interpersonalnej, zarządzania organizacjami, zachowań człowieka w organizacji, rozróżnia podstawowe kategorie ekonomiczne, jak np. zasoby, procesy itd., student potrafi pracować w grupie oraz rozumie konieczność kształcenia ustawicznego.		
EFEKTY KSZTAŁCENIA		Odniesienie do efektów dla programu	Odniesienie do efektów dla obszaru
Wiedza	1. Student zna rolę, rodzaje, grup w organizacjach, elementy budowania zespołu w organizacji, istotę komunikacji, zachowań interpersonalnych w budowaniu i funkcjonowaniu grup w organizacjach.	K_W06 K_W12	S2A_W03, S2A_W05,
Umiejętności	2. Student potrafi rozpoznawać kompetencje, cechy niezbędne do budowania skutecznego zespołu, grupy i potrafi dostosować zespół do konkretnego działania.	K_U14	S2A_U07,
Kompetencje społeczne	3. Student potrafi uzupełniać i doskonalić nabytą wiedzę i umiejętności.	K_K01	S2A_K01,
TREŚCI PROGRAMOWE			Liczba godzin
Forma zajęć: ćwiczenia			
1. Projektowanie organizacji i jej struktura			2
2. Uwarunkowania zachowań organizacyjnych			2
3. Elementy budowania zespołu.			2
4. Rodzaje grup w organizacjach. Grupy a zespoły.			2
5. Skuteczne funkcjonowanie zespołu. Praca zespołowa			2
6. Role liderów grup.			2
7. Grupa, zespół -problemy współpracy i godzenia interesów.			2
8. Kolokwium pisemne			1
Metody kształcenia	Prezentacja multimedialna, studia przypadków, praca w grupach, dyskusja		
Metody weryfikacji efektów kształcenia			Nr efektu kształcenia z sylabusu
	* kolokwium		1,2,
	* zajęcia praktyczne (weryfikacja poprzez obserwację)		3,

Forma i warunki zaliczenia	<p>Forma i warunki zaliczenia: Studenci oceniani są na podstawie kolokwium pisemnego (60% oceny), które testuje osiągnięcie efektów kształcenia w zakresie umiejętności (5 pytań otwartych dotyczących zagadnień omawianych na zajęciach zadania) oraz pracy studenta na zajęciach podczas dyskusji panelowych bądź pracy w grupie nad przygotowywanym projektem własnym, rozwiązaniem przygotowanych ćwiczeń, studiów przypadku (40% oceny), który weryfikuje osiągnięcie efektów kształcenia w zakresie umiejętności oraz efektu w zakresie kompetencji społecznych Ocenianie: <input type="checkbox"/> Student otrzymuje ocenę dostateczną &#8211; udzieli pełnych odpowiedzi na 3 pytania, co stanowi 60% treści programowych przedmiotu oraz aktywnie uczestniczył w 60% pracach wykonywanych podczas zajęć Ocena z przedmiotu jest równa ocenie uzyskanej z zaliczenia</p>
Literatura podstawowa	
Griffin R.W (2008): Podstawy zarządzania organizacjami. PWN, Warszawa 802	
Katzenbach J. R., Smith D. K. (2001): Siła zespołów. Wpływ pracy zespołowej na efektywność organizacji. Oficyna Ekonomiczna, Kraków 283	
Kożusznik B. (2007): Zachowania człowieka w organizacji. PWE, Warszawa 315	
Pocztowski A (2007): Zarządzanie zasobami ludzkimi. PWE, Warszawa 460	
Wachowiak P., Gregorczyk S., Grucza B., Ogonek K. (2004): Kierowanie zespołem projektowym,. Difin, Warszawa 168	
Literatura uzupełniająca	
Holpp L. (2001): Jak kierować zespołami. READ ME, Warszawa 190	
Penc J. (2007): Nowoczesne kierowanie ludźmi. Difin, Warszawa 328	
Szaban J. (2003): Miękkie zarządzanie. Ze współczesnych problemów zarządzania ludźmi. Wyższa Szkoła Przedsiębiorczości i Zarządzania im. Leona Koźmińskiego, Warszawa 277	
Koźmiński A.,Piotrowski W. (red.) (2006): Zarządzanie. Teoria i praktyka. PWN, Warszawa 789	
NAKŁAD PRACY STUDENTA:	
	Liczba godzin
Zajęcia dydaktyczne	15
Udział w konsultacjach	7
Zdawanie egzaminu lub/i zaliczenia	2
Przygotowanie się do zajęć	8
Studiowanie literatury	6
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	4
Przygotowanie się do egzaminu lub/i zaliczenia	8
ŁĄCZNY nakład pracy studenta w godz.	50
Liczba punktów ECTS	2

Nazwa przedmiotu: Gry decyzyjne (PRZEDMIOTY SPECJALNOŚCIOWE)		Kod przedmiotu: 14.3III22AII17_37			
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot / moduł: Wydział Nauk Ekonomicznych i Zarządzania, Instytut Zarządzania i Marketingu					
Nazwa kierunku: Zarządzanie					
Forma studiów: drugiego stopnia, niestacjonarne		Profil kształcenia: ogólnoakademicki		Specjalność: Zarządzanie kapitałem ludzkim w organizacjach,	
Rok / semestr: 1 / 2		Status przedmiotu / modułu: fakultatywny		Język przedmiotu / modułu: polski	
Forma zajęć:	ćwiczenia laboratoryjne				
Wymiar zajęć:	15				
Koordinator przedmiotu / modułu:	dr Karol Kuczera				
Prowadzący zajęcia:					
Cel przedmiotu / modułu:	Celem jest uświadomienie konieczności holistycznego spojrzenia na organizację oraz doskonalenie umiejętności strategicznego zarządzania przedsiębiorstwem jak również integracji działań z różnych obszarów funkcjonalnych firm.				
Wymagania wstępne:	Student zna podstawowe pojęcia i zasady z zakresu funkcjonowania firm na rynku konkurencyjnym, potrafi analizować sytuację rynkową firmy oraz pracować w grupie.				
EFEKTY KSZTAŁCENIA			Odniesienie do efektów dla programu	Odniesienie do efektów dla obszaru	
Wiedza	1. Posiada szeroką wiedzę dotyczącą różnych obszarów funkcjonowania organizacji oraz ich wzajemnych zależności		K_W06	S2A_W03,	
Kompetencje społeczne	2. Potrafi integrować wiedzę i umiejętności z różnych obszarów w sposób przedsiębiorczy, dokonując wyborów spośród alternatywnych rozwiązań		K_K04 K_K06	S2A_K04, S2A_K06,	
TREŚCI PROGRAMOWE				Liczba godzin	
Forma zajęć: ćwiczenia laboratoryjne					
1. Budowa zespołów zarządzających firmami, określanie zasad kształtujących zachowania się członków zespołów, przypisanie funkcji zarządzania do członków zespołów, formalizacja kultury organizacyjnej, emisja akcji, analiza obrazu rynku ze szczególnym uwzględnieniem rynków geograficznych, segmentacji klientów, ich oczekiwań, wzorców zachowań, pojemności rynku i siły nabywczej oraz potencjalnej konkurencji, inwestycja nadwyżek finansowych				1	
2. Ustalenie celów firmy oraz budowa strategii, pierwsze decyzje związane z realizacją strategii: wybór docelowych rynków i segmentów, budowa zakładu produkcyjnego i ustalenie potencjału wytwórczego fabryki, projekty testowych produktów, decyzje dotyczące otwarcia biur handlowych				1	
3. Emisja akcji, zatrudnienie sprzedawców, otwarcie nowych biur sprzedaży, określenie cen sprzedaży dla marek, zaprojektowanie reklam dla marek, ustalenie harmonogramu emisji reklam w mediach lokalnych oraz regionalnych, ustalenie harmonogramu produkcji, zamówienie badań rynku, zapewnienie płynności finansowej				2	
4. Emisja akcji, ocena rezultatów rynku testowego: zrównoważona karta wyników, popyt na rynku i udział w rynku w segmentach docelowych, analiza rentowności oraz zadowolenie klientów z oferowanych marek, cen i reklam. Korekta strategii oraz działań taktycznych w odpowiedzi na rezultaty rynku testowego oraz działań konkurencyjnych zespołów				2	
5. Analiza sytuacji rynkowej, ciągłe dopasowywanie działań do rozwijającego się rynku oraz działań konkurencji, pozyskanie finansowania od inwestorów zewnętrznych oraz kredytu bankowego, uruchomienie badań nad nowymi technologiami (R&D), rozbudowa zakładu produkcyjnego, rozwój sieci handlowej				2	
6. Rozwijanie strategii działania firmy, analiza sytuacji rynkowej, ciągłe dopasowywanie działań do rozwijającego się rynku oraz działań konkurencji, rozszerzanie oferty rynkowej, projekty nowych produktów				2	
7. Udoskonalenie strategii działania, analiza sytuacji rynkowej, ciągłe dopasowywanie działań do rozwijającego się rynku oraz działań konkurencji, rozszerzanie oferty rynkowej, ulepszanie systemu motywacji pracowników				2	
8. Raportowanie przebiegu podjętych decyzji oraz wnioski z ich efektów. Analiza najlepszych decyzji biznesowych oraz posunięć nieudanych, ocena problemowych obszarów decyzyjnych. Ocena zarządów firm biorących udział w symulacji. Ocena zarządów firm biorących udział w symulacji.				3	
Metody kształcenia	Zajęcia laboratoryjne z wykorzystaniem komputerowej symulacji biznesowej o charakterze antagonistycznym				

Metody weryfikacji efektów kształcenia		Nr efektu kształcenia z sylabusu
Forma i warunki zaliczenia	<p>* projekt</p> <p>Forma i warunki zaliczenia: <input type="checkbox"/> studenci oceniani są na podstawie bieżącej oraz końcowej analizy działań. Ocenianie: <input type="checkbox"/> Student otrzymuje ocenę dostateczną, gdy potrafi identyfikować i charakteryzować podstawowe zależności pomiędzy obszarami funkcjonalnymi przedsiębiorstwa. Ocena z przedmiotu: <input type="checkbox"/> ocena jest równa ocenie uzyskanej z zaliczenia.</p>	
Literatura podstawowa		
Podręcznik uczestnika gry symulacyjnej. dostęp on-line		
Literatura uzupełniająca		
NAKŁAD PRACY STUDENTA:		
	Liczba godzin	
Zajęcia dydaktyczne	15	
Udział w konsultacjach	7	
Przygotowanie się do zajęć	3	
ŁĄCZNY nakład pracy studenta w godz.	25	
Liczba punktów ECTS	1	

Nazwa przedmiotu: Transfer technologii (PRZEDMIOTY SPECJALNOŚCIOWE)		Kod przedmiotu: 14.3III22AII16_38			
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot / moduł: Wydział Nauk Ekonomicznych i Zarządzania, Instytut Zarządzania i Inwestycji					
Nazwa kierunku: Zarządzanie					
Forma studiów: drugiego stopnia, niestacjonarne		Profil kształcenia: ogólnoakademicki		Specjalność: Zarządzanie kapitałem ludzkim w organizacjach,	
Rok / semestr: 1 / 2		Status przedmiotu / modułu: fakultatywny		Język przedmiotu / modułu: polski	
Forma zajęć:	wykłady				
Wymiar zajęć:	9				
Koordinator przedmiotu / modułu:	dr hab. Joanna Wiśniewska				
Prowadzący zajęcia:					
Cel przedmiotu / modułu:	Celem przedmiotu jest uzyskanie podstawowej wiedzy na temat kanałów i metod transferu technologii jako elementu egzogenicznego postępu technicznego oraz mechanizmu kreowania innowacyjności.				
Wymagania wstępne:	Student zna podstawowe pojęcia z zakresu innowacji w przedsiębiorstwie, rozróżnia podstawowe kategorie ekonomiczne, jak np. zasoby, procesy itd., ma wpojone nawyki kształcenia ustawicznego.				
EFEKTY KSZTAŁCENIA			Odniesienie do efektów dla programu	Odniesienie do efektów dla obszaru	
Wiedza	1. zna potencjalne kanały i metody transferu technologii, oraz uwarunkowania tego rodzaju procesów		K_W04	S2A_W02,	
	2. ma wiedzę na temat kształtowania i wspierania procesów transferu technologii oraz ich wpływu na rozwój i innowacyjność podmiotów		K_W10	S2A_W04,	
			K_W20	S2A_W10,	
TREŚCI PROGRAMOWE				Liczba godzin	
Forma zajęć: wykłady					
1. Transfer technologii a rozwój				2	
2. Rynek technologii				1	
3. Ośrodki innowacji w systemie transferu technologii i komercjalizacji wiedzy				1	
4. Podstawowe metody i płaszczyzny transferu technologii				1	
5. Uwarunkowania transferu technologii- stymulatory i bariery				1	
6. Wsparcie procesów transferu technologii				1	
7. Rola bezpośrednich inwestycji zagranicznych w procesach transferu technologii				1	
8. Zaliczenie				1	
Metody kształcenia	Wykład z wykorzystaniem środków audiowizualnych, dyskusje				
Metody weryfikacji efektów kształcenia					Nr efektu kształcenia z sylabusu
	* praca pisemna/esej/recenzja				1,2,
	* kolokwium				1,2,
Forma i warunki zaliczenia	<p>Ocena z wykładu jest uzyskiwana na podstawie pisemnego zaliczenia tej formy zajęć na ostatnim wykładzie. Zaliczenie jest pisemne i wymaga uzyskania 60% całości punktów.</p> <p>Student otrzymuje ocenę dostateczną, gdy potrafi omówić podstawowe zagadnienia związane z kanałami i metodami transferu technologii jako elementu egzogenicznego postępu technicznego oraz mechanizmu kreowania innowacyjności, co sprawdza osiągnięte efekty kształcenia w zakresie wiedzy uzyskanej podczas uczestnictwa w wykładach.</p> <p>Ocena z przedmiotu obliczana jest jako ocena uzyskana z zaliczenia.</p>				
Literatura podstawowa					

Matusiak K.B., Guliński J. (2010): System transferu technologii i komercjalizacji wiedzy w Polsce - siły motoryczne i bariery,. PARP	
Janasz W. (2009): Innowacje w strategii rozwoju organizacji w Unii Europejskiej. Difin	
Jasiński A.H. (2006): Innowacje i transfer techniki w procesie transformacji. Difin	
Literatura uzupełniająca	
Matusiak K.B., Guliński J (2010): Rekomendacje zmian w polskim systemie transferu technologii i komercjalizacji wiedzy. PARP	
Wiśniewska J. (2010): Procesy transferu technologii w bankach komercyjnych w Polsce,. Uniwersytet Szczeciński	
(2004): Negocjacje w transferze technologii, Podręcznik szkoleniowy. UNIDO	
NAKŁAD PRACY STUDENTA:	
	Liczba godzin
Zajęcia dydaktyczne	9
Udział w konsultacjach	10
Zdawanie egzaminu lub/i zaliczenia	2
Przygotowanie się do zajęć	7
Studiowanie literatury	13
Przygotowanie się do egzaminu lub/i zaliczenia	9
ŁĄCZNY nakład pracy studenta w godz.	50
Liczba punktów ECTS	2

Nazwa przedmiotu: Rachunkowość kapitału ludzkiego (PRZEDMIOTY SPECJALNOŚCIOWE)		Kod przedmiotu: 14.3III22AII03_39	
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot / moduł: Wydział Nauk Ekonomicznych i Zarządzania, Instytut Rachunkowości			
Nazwa kierunku: Zarządzanie			
Forma studiów: drugiego stopnia, niestacjonarne		Profil kształcenia: ogólnoakademicki	Specjalność: Zarządzanie kapitałem ludzkim w organizacjach,
Rok / semestr: 1 / 2		Status przedmiotu / modułu: fakultatywny	Język przedmiotu / modułu: polski
Forma zajęć:	wykłady		
Wymiar zajęć:	9		
Koordinator przedmiotu / modułu:	dr Urszula Wawer		
Prowadzący zajęcia:	według przydziału czynności		
Cel przedmiotu / modułu:	Celem jest zapoznanie studentów z zagadnieniami z zakresu prawa pracy, podatku dochodowego od osób fizycznych, systemu ubezpieczeń społecznych.		
Wymagania wstępne:	Student zna podstawowe kategorie z dziedziny ekonomii i rachunkowości, potrafi pracować w grupie oraz rozumie potrzebę kształcenia ustawicznego.		
EFEKTY KSZTAŁCENIA		Odniesienie do efektów dla programu	Odniesienie do efektów dla obszaru
Wiedza	1. Student zna podstawowe przepisy prawne z zakresu prawa pracy, podatku dochodowego od osób fizycznych oraz ubezpieczeń społecznych	K_W14 K_W17	S2A_W07, S2A_W08,
	2. Student zna dokumentację związaną ze stosunkiem pracy		
Umiejętności	3. Student potrafi posługiwać się przepisami z zakresu prawa pracy, prawa podatkowego i ubezpieczeń społecznych	K_U10 K_U14	S2A_U05, S2A_U07,
	4. Student umie sporządzić listę płac i ustalić zobowiązanie wobec urzędu skarbowego i ZUS		
Kompetencje społeczne	5. Student potrafi pracować w grupie, rozumie potrzebę uczenia się w związku ze zmianami w prawie pracy i prawie podatkowym	K_K01	S2A_K01,
TREŚCI PROGRAMOWE			Liczba godzin
Forma zajęć: wykłady			
1. Pojęcie kapitału ludzkiego i metody jego pomiaru. Stosunek pracy - istota i rodzaje umów o pracę. Dokumentacja związana ze stosunkiem pracy.			1
2. Wynagrodzenie ze stosunku pracy - istota i składniki wynagrodzenia. Ewidencja czasu pracy. Dokumentacja wynagrodzeń - istota i sposób naliczania poszczególnych elementów listy płac.			1
3. Sporządzanie listy płac i ustalanie zobowiązań wobec urzędu skarbowego. Rozliczenia miesięczne i roczne z urzędem skarbowym.			2
4. Powiązanie listy płac z dokumentacją ZUS. Składki na ubezpieczenie społeczne i zdrowotne pracowników oraz zasiłki z ubezpieczenia społecznego.			2
5. Sporządzanie rozliczeń pracowników za okresy urlopowe.			1
6. Umowy cywilno-prawne (umowy zlecenie, o dzieło).			1
7. Weryfikacja nabytej wiedzy i umiejętności (kolokwium).			1
Metody kształcenia	Wykład z wykorzystaniem prezentacji multimedialnej, rozwiązywanie zadań, analiza przepisów prawa pracy, prawa podatkowego.		
Metody weryfikacji efektów kształcenia			Nr efektu kształcenia z sylabusu
	* kolokwium		1,2,3,4,5,

Forma i warunki zaliczenia	<p>Forma zaliczenia wykładów: Osiągnięcie efektów kształcenia z wykładów jest oceniane podczas pisemnego kolokwium odbywającego się na ostatnim wykładzie (test jednokrotnego wyboru ok.20 pytań i 1-2 zadania). Student otrzymuje ocenę dostateczną, gdy uzyska 60% ogólnej sumy punktów. Ocena z przedmiotu: Oceną z przedmiotu jest ocena uzyskana z wykładów.</p>
Literatura podstawowa	
Ustawa z dnia 26 lipca 1991 roku o podatku dochodowym od osób fizycznych, tekst jednolity Dz.U. z 2012, poz.361.	
Ustawa z dnia 26 czerwca 1974 roku Kodeks pracy, tekst jednolity Dz.U. z 2014, poz.1502.	
Ustawa z dnia 13 października 1998 roku o systemie ubezpieczeń społecznych, tekst jednolity Dz.U. z 2013, poz.1442.	
Literatura uzupełniająca	
Małkowska D., Jacewicz A. (2012): Kadry i płace 2012. ODiDK	
NAKŁAD PRACY STUDENTA:	
	Liczba godzin
Zajęcia dydaktyczne	9
Udział w konsultacjach	7
Zdawanie egzaminu lub/i zaliczenia	2
Przygotowanie się do zajęć	2
Studiowanie literatury	3
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	2
ŁĄCZNY nakład pracy studenta w godz.	25
Liczba punktów ECTS	1

Nazwa przedmiotu: Zarządzanie kompetencjami pracowniczymi (PRZEDMIOTY SPECJALNOŚCIOWE)		Kod przedmiotu: 14.3III22AII17_40	
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot / moduł: Wydział Nauk Ekonomicznych i Zarządzania, Instytut Zarządzania i Marketingu			
Nazwa kierunku: Zarządzanie			
Forma studiów: drugiego stopnia, niestacjonarne		Profil kształcenia: ogólnoakademicki	Specjalność: Zarządzanie kapitałem ludzkim w organizacjach,
Rok / semestr: 2 / 3		Status przedmiotu / modułu: fakultatywny	Język przedmiotu / modułu: polski
Forma zajęć:	wykłady		
Wymiar zajęć:	9		
Koordinator przedmiotu / modułu:	dr hab. Wojciech Jarecki		
Prowadzący zajęcia:			
Cel przedmiotu / modułu:	Celem jest przedstawienie istoty i wagi kompetencji posiadanych przez pracowników.		
Wymagania wstępne:	W zakresie wiedzy: student zna istotę i podstawowe zagadnienia dotyczące rynku pracy i zarządzania zasobami ludzkimi W zakresie umiejętności: student potrafi analizować zależności występujące na rynku pracy, wyciągać krytyczne wnioski W zakresie kompetencji społecznych: student potrafi pracować w grupie, krytycznie dyskutować.		
EFEKTY KSZTAŁCENIA		Odniesienie do efektów dla programu	Odniesienie do efektów dla obszaru
Wiedza	1. Posiada wiedzę dotyczącą złożoności tworzenia i rozwoju kompetencji pracowników oraz mechanizmów wpływających na jakość tych kompetencji	K_W04	S2A_W02,
Umiejętności	2. Potrafi krytycznie analizować i oceniać zjawiska wpływające na jakość kapitału ludzkiego, w tym szczególnie na kompetencje pracowników	K_U11	S2A_U06,
TREŚCI PROGRAMOWE			Liczba godzin
Forma zajęć: wykłady			
1. Istota i elementy składowe kompetencji pracowniczych			1
2. Europejskie Ramy Kwalifikacyjne			1
3. Determinanty rozwoju kompetencji. Ocenianie kompetencji			2
4. Kompetencje kluczowe i ich rozwój			1
5. Osobowość i źródła jej rozwoju			2
6. Wiedza i kształcenie pracowników			1
7. Wpływ doświadczeń zawodowych na rozwój kompetencji			1
Metody kształcenia	Prezentacja multimedialna, dyskusje, praca w grupach, studia przypadków		
Metody weryfikacji efektów kształcenia			Nr efektu kształcenia z sylabusu
	* kolokwium		1,2,
* praca pisemna/esej/recenzja		1,2,	
Forma i warunki zaliczenia	Forma i warunki zaliczenia wykładu - na ocenę z wykładu w 30% wpływa aktywność w dyskusjach i pracy grupowej dotyczącej kwalifikacji i ich oceniania, osobowości i jej rozwoju, wiedzy i kształcenia oraz w 70% kolokwium obejmujące zawartość przedstawioną w treściach programowych. Na ocenę dostateczną wymagana jest podstawowa wiedza z zakresu składowych kompetencji, podmiotów oceniających, czynników wpływających na rozwój kompetencji, co odpowiada 60% punktów uzyskanych na kolokwium Ocena z przedmiotu jest oceną z zaliczenia wykładu.		
Literatura podstawowa			
Baron A., Armstrong M. (2008): Zarządzanie kapitałem ludzkim. Wolters Kluwer, Kraków 223			

Listwan T. (2010): Zarządzanie kadrami. CH Beck, Warszawa 544	
Literatura uzupełniająca	
Armstrong M. (2011): Zarządzanie zasobami ludzkimi. Wolters Kluwer, Kraków 784	
Pocztowski A. (2007): Zarządzanie zasobami ludzkimi. PWE, Warszawa 460	
Łukasiewicz G. (2009): Kapitał ludzki w organizacji. PWN, Warszawa 252	
NAKŁAD PRACY STUDENTA:	
	Liczba godzin
Zajęcia dydaktyczne	9
Udział w konsultacjach	7
Zdawanie egzaminu lub/i zaliczenia	2
Przygotowanie się do zajęć	10
Studiowanie literatury	10
Przygotowanie się do egzaminu lub/i zaliczenia	12
ŁĄCZNY nakład pracy studenta w godz.	50
Liczba punktów ECTS	2

Nazwa przedmiotu: Kształtowanie relacji w biznesie (PRZEDMIOTY SPECJALNOŚCIOWE)		Kod przedmiotu: 14.3III22AII17_42	
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot / moduł: Wydział Nauk Ekonomicznych i Zarządzania, Instytut Zarządzania i Marketingu			
Nazwa kierunku: Zarządzanie			
Forma studiów: drugiego stopnia, niestacjonarne		Profil kształcenia: ogólnoakademicki	Specjalność: Zarządzanie kapitałem ludzkim w organizacjach,
Rok / semestr: 2 / 3		Status przedmiotu / modułu: fakultatywny	Język przedmiotu / modułu: polski
Forma zajęć:	wykłady		
Wymiar zajęć:	9		
Koordinator przedmiotu / modułu:	dr hab. Edyta Rudawska		
Prowadzący zajęcia:			
Cel przedmiotu / modułu:	Celem jest uświadomienie słuchaczy odnośnie do konieczności kształtowania trwałych i korzystnych relacji z interesariuszami firmy, tj. klientami, kontrahentami, pracownikami, mediami, konkurentami itp.		
Wymagania wstępne:	w zakresie wiedzy - student definiuje podstawowe kategorie ekonomiczne, wyjaśnia sposób funkcjonowania przedsiębiorstw oraz wyjaśnia zasady marketingowego działania firm, zna koncepcję marketingu relacji w zakresie umiejętności - student rozróżnia instrumenty marketingowego oddziaływania firm oraz narzędzia komunikacji rynkowej w zakresie kompetencji (postaw) - student potrafi pracować w zespole, posiada umiejętność komunikacji		
EFEKTY KSZTAŁCENIA		Odniesienie do efektów dla programu	Odniesienie do efektów dla obszaru
Wiedza	1. zna istotę partnerskich relacji w biznesie 2. zna podmioty, z którymi współczesne przedsiębiorstwa powinny kreować relacje	K_W04 K_W09 K_W05 K_W20	S2A_W02, S2A_W04, S2A_W02, S2A_W10,
TREŚCI PROGRAMOWE			Liczba godzin
Forma zajęć: wykłady			
1. Relacje z partnerami w biznesie jako źródło przewagi konkurencyjnej			2
2. Partnerstwo w relacjach biznesowych			1
3. Podmioty rynku, z którymi nawiązywane są relacje przez przedsiębiorstwa			1
4. Specyfika kształtowania relacji z partnerami na rynkach instytucjonalnych (B2B)			1
5. Specyfika kształtowania relacji z pracownikami			1
6. Zasady kreowania relacji z mediami			1
7. Kolokwium i zaliczenie			2
Metody kształcenia	Prezentacja multimedialna		
Metody weryfikacji efektów kształcenia			Nr efektu kształcenia z sylabusu
	* kolokwium		1,2,
Forma i warunki zaliczenia	<input type="checkbox"/> Studenci oceniani są na podstawie jednego kolokwium obejmującego weryfikację wiedzy na podstawie testu, z pytaniami jednokrotnego i wielokrotnego wyboru oraz pytaniami otwartymi w liczbie 25 pytań. Ocenianie: <input type="checkbox"/> Student otrzymuje ocenę dostateczną otrzyma co najmniej 70% punktów możliwych do zdobycia. Ocena z przedmiotu jest równa ocenie uzyskanej z zaliczenia.		
Literatura podstawowa			

Rudawska E. (2008): Znaczenie relacji z klientami w procesie kształtowania wartości przedsiębiorstwa. Wydawnictwo Naukowe US p. 1.5, 2.4	
Światowiec J. (2006): Więzy partnerskie na rynku przedsiębiorstw. PWE r. 5	
Olczak A., Urbaniak M. (2006): Marketing B2B w praktyce gospodarczej. Difin r. 1	
Fonfara K., (2004): Marketing partnerski na rynku przedsiębiorstw. PWE p. 1.1, 2.1.2	
Rudawska E. (2005): Lojalność klientów. PWE r.8	
Szymańska (2005): Public relations w systemie zintegrowanej komunikacji marketingowej. Unimex p. 4.4.1	
Schenkler I., Herrling T., (2009): Relacje z mediami. Wolters Kluwer roz. 1, 2, 3	
Black S. (2003): Public relations. Oficyna Ekonomiczna roz. 5	
Rozwadowska (2002): Public relations. Teoria, praktyka, perspektywy. Studio Emka Praktyka - roz. 3,4.	
Literatura uzupełniająca	
Cheverton P. (2001): Zarządzanie kluczowymi klientami. Oficyna Ekonomiczna	
Furtak R. (2003): Marketing partnerski na rynku usług. PWE	
Gordon I. (2001): Relacje z klientem. PWE	
NAKŁAD PRACY STUDENTA:	
	Liczba godzin
Zajęcia dydaktyczne	9
Udział w konsultacjach	7
Zdawanie egzaminu lub/i zaliczenia	2
Studiowanie literatury	17
Przygotowanie się do egzaminu lub/i zaliczenia	15
ŁĄCZNY nakład pracy studenta w godz.	50
Liczba punktów ECTS	2

Nazwa przedmiotu: Zarządzanie talentami (PRZEDMIOTY SPECJALNOŚCIOWE)		Kod przedmiotu: 14.3III22AII16_43	
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot / moduł: Wydział Nauk Ekonomicznych i Zarządzania, Instytut Zarządzania i Inwestycji			
Nazwa kierunku: Zarządzanie			
Forma studiów: drugiego stopnia, niestacjonarne		Profil kształcenia: ogólnoakademicki	Specjalność: Zarządzanie kapitałem ludzkim w organizacjach,
Rok / semestr: 2 / 3		Status przedmiotu / modułu: fakultatywny	Język przedmiotu / modułu: polski
Forma zajęć:	wykłady		
Wymiar zajęć:	9		
Koordinator przedmiotu / modułu:	dr Barbara Czerniachowicz		
Prowadzący zajęcia:			
Cel przedmiotu / modułu:	Celem jest przekazanie studentom wiedzy z zakresu istoty i znaczenia zarządzania talentami oraz budowania strategii zarządzania talentami w organizacji.		
Wymagania wstępne:	Wiedzy: zna podstawowe pojęcia z zakresu zarządzania zasobami ludzkimi w organizacji Umiejętności: potrafi zaplanować poszczególne etapy zarządzania zasobami ludzkimi w przedsiębiorstwie z wykorzystaniem tradycyjnych narzędzi Kompetencji (postaw): rozumie konieczność kształcenia ustawicznego		
EFEKTY KSZTAŁCENIA		Odniesienie do efektów dla programu	Odniesienie do efektów dla obszaru
Wiedza	1. zna pojęcia dotyczące zarządzania talentami, modele ZT oraz znaczenie poszczególnych elementów gospodarowania talentami w organizacji	K_W01 K_W10	S2A_W01, S2A_W04,
Umiejętności	2. potrafi zbudować strategię zarządzania talentami	K_U05 K_U12	S2A_U02, S2A_U06,
TREŚCI PROGRAMOWE			Liczba godzin
Forma zajęć: wykłady			
1. Koncepcje dotyczące talentu. Rozpoznawanie i rozwój talentów w procesie edukacji. Talent jako walor ekonomiczny. Modele zarządzania talentami.			1
2. Przyczyny wzrostu znaczenia talentu w organizacji. Znaczenie wiedzy w przedsiębiorstwie oraz wiedza jako kapitał człowieka. Korzyści wynikające z ewaluacji wiedzy. Strategiczna perspektywa zarządzania talentami.			1
3. Gospodarowanie talentami w organizacji. Miejsce talentu w zarządzaniu zasobami ludzkimi. Role głównych podmiotów w procesie zarządzania talentami. Nowa tożsamość przedsiębiorstwa oraz szacowanie wartości talentu. Planowanie zapotrzebowania na talenty.			2
4. Pozyskiwanie, rozwój i wynagradzanie utalentowanych pracowników. Motywowanie pracowników do realizacji celów biznesowych (badanie potrzeb, zwiększanie zadowolenia i zaangażowania pracowników). Zasady edukacji i szkolenia utalentowanych pracowników i menedżerów. Specyfika zarządzania karierami talentów. Retencja utalentowanych pracowników i ochrona organizacji przed utratą cennych talentów.			2
5. Budowanie strategii zarządzania talentami. Tworzenie systemu zarządzania talentami na podstawie najlepszych praktyk. Wykorzystanie infrastruktury informatycznej w procesie zarządzania talentami. Pomiar i ocena zarządzania talentami w organizacji.			2
6. Zaliczenie pisemne przedmiotu			1
Metody kształcenia	Wykład z wykorzystaniem prezentacji Dyskusje ze studentami Rozwiązywanie zadań, analizy przypadków (case study)		
Metody weryfikacji efektów kształcenia			Nr efektu kształcenia z sylabusu
	* kolokwium		1,2,

<p>Forma i warunki zaliczenia</p>	<p>Forma i warunki zaliczenia: ocena zaliczeniowa ustalana jest na podstawie ocen cząstkowych otrzymywanych w trakcie semestru za określone działania i prace studenta: 80% oceny stanowi zaliczenie pisemne przedmiotu w postaci kolokwium pisemnego (około 6-8 pytań). Pytania otwarte z teoretycznej części materiału oraz dotyczące przykładów z praktyki gospodarczej. 20 % oceny stanowi aktywność na zajęciach wynikająca z dyskusji o wnioskach z analizy przypadków oraz przygotowania i wygłoszenia mikro-referatów. Forma i warunki zaliczenia wykładów: przedmiot nie kończy się egzaminem i ocena z wykładu jest uzyskiwana na podstawie pisemnego zaliczenia tej formy zajęć na wykładzie, Ocenianie: student otrzymuje ocenę dostateczną, gdy zna podstawowe pojęcia z zakresu zarządzania talentami w organizacji. Potrafi wymienić obszary gospodarowania ZT oraz modele ZT. Ocena z przedmiotu równa się ocenie z zaliczenia (80% oceny stanowi kolokwium 20% oceny stanowi aktywność na zajęciach)</p>
<p>Literatura podstawowa</p>	
<p>Robertson A., Abbey G. (2010): Zarządzanie talentami. Wykorzystaj możliwości najzdolniejszych pracowników. Wolters Kluwer Warszawa</p>	
<p>Ingram T. red. (2011): Zarządzanie talentami. Teoria dla praktyki zarządzania zasobami ludzkimi. PWE Warszawa</p>	
<p>Pocztowski A. red. (2008): Zarządzanie talentami w organizacji. Wolters Kluwer Kraków</p>	
<p>Grodzicki J. (2011): Talent w przedsiębiorstwie opartym na wiedzy. Uniwersytet Gdański Gdańsk</p>	
<p>Davis T., Cutt M., Flynn N., Mowl P., Orme S. (2010): Ewaluacja talentu. Nowa strategia zarządzania talentami w organizacji. Wolters Kluwer Warszawa</p>	
<p>Literatura uzupełniająca</p>	
<p>Liker J.K., Meier D.P. (2008): Toyota talent. Rozwijaj swoich pracowników na sposób Toyoty. MT Biznes Warszawa</p>	
<p>Stuart-Kotze, Dunn Ch. (2011): Gdzie są twoi najlepsi ludzie. Znajdź ich, oceń ich talent i osiągnij sukces. Wolters Kluwer Warszawa</p>	
<p>Sosińska N. (2007): Magia rozwoju talentów. Jak zdobyć, zatrudnić i zatrzymać właściwych ludzi w firmie. IFC Press Kraków</p>	
<p>Colvin G. (2009): Talent jest przeceniany. Co odróżnia najlepszych od całej reszty. MT Biznes Warszawa</p>	
<p>Król A. (2012): Talent nie istnieje. Droga do praktycznego osiągnięcia mistrzowskich umiejętności. Helion Gliwice</p>	
<p>NAKLAD PRACY STUDENTA:</p>	
	<p>Liczba godzin</p>
<p>Zajęcia dydaktyczne</p>	<p>9</p>
<p>Udział w konsultacjach</p>	<p>7</p>
<p>Zdawanie egzaminu lub/i zaliczenia</p>	<p>2</p>
<p>Przygotowanie się do zajęć</p>	<p>2</p>
<p>Studiowanie literatury</p>	<p>3</p>
<p>Przygotowanie się do egzaminu lub/i zaliczenia</p>	<p>2</p>
<p>ŁĄCZNY nakład pracy studenta w godz.</p>	<p>25</p>
<p>Liczba punktów ECTS</p>	<p>1</p>

Nazwa przedmiotu: Ryzyko personalne w organizacji (PRZEDMIOTY SPECJALNOŚCIOWE)		Kod przedmiotu: 14.3III22AII16_44	
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot / moduł: Wydział Nauk Ekonomicznych i Zarządzania, Instytut Zarządzania i Inwestycji			
Nazwa kierunku: Zarządzanie			
Forma studiów: drugiego stopnia, niestacjonarne		Profil kształcenia: ogólnoakademicki	
		Specjalność: Zarządzanie kapitałem ludzkim w organizacjach,	
Rok / semestr: 2 / 3		Status przedmiotu / modułu: fakultatywny	
		Język przedmiotu / modułu: polski	
Forma zajęć:	wykłady		
Wymiar zajęć:	9		
Koordinator przedmiotu / modułu:	dr hab. Krzysztof Janasz		
Prowadzący zajęcia:			
Cel przedmiotu / modułu:	Celem jest uzyskanie zaawansowanej wiedzy z zakresu ryzyka i niepewności w aspekcie zarządzania zasobami ludzkimi		
Wymagania wstępne:	Student zna podstawy zarządzania organizacją, rozróżnia podstawowe kategorie ekonomiczne, jak np. zasoby, procesy itd., student potrafi pracować w grupie oraz rozumie konieczność kształcenia ustawicznego.		
EFEKTY KSZTAŁCENIA		Odniesienie do efektów dla programu	Odniesienie do efektów dla obszaru
Wiedza	1. Zna kategorie ryzyka i niepewności zachodzące w procesach zarządzania	K_W01	S2A_W01,
	2. Umie zastosować odpowiednie metody zarządzania ryzykiem	K_W17	S2A_W08,
TREŚCI PROGRAMOWE			Liczba godzin
Forma zajęć: wykłady			
1. Rodzaje ryzyka i niepewności oraz ich rola w procesach zarządzania			1
2. Zarządzanie kapitałem ludzkim w organizacji			1
3. Identyfikacja i analiza ryzyka personelu			1
4. Kompetencje w zarządzaniu personelem			1
5. Ryzyko organizacyjne i ryzyko operacyjne.			2
6. Ryzyko w zarządzaniu rozwojem potencjału pracownika. Zarządzanie talentami.			2
7. Metody i sposoby ograniczania ryzyka zarządzania personelem.			1
Metody kształcenia	wykład z wykorzystaniem środków audiowizualnych, dyskusje, analizy typu case study		
Metody weryfikacji efektów kształcenia			Nr efektu kształcenia z sylabusu
	* kolokwium		1,2,
Forma i warunki zaliczenia	Forma i warunki zaliczenia wykładu: Studenci oceniani są na podstawie pisemnego kolokwium obejmującego weryfikację wiedzy na podstawie pytań otwartych. Ocenianie: Student otrzymuje ocenę dostateczną gdy potrafi wymienić i opisać rodzaje ryzyka występujące w organizacji. Ocena z przedmiotu obliczana jest jako ocena uzyskana z wykładu.		
Literatura podstawowa			
Kaczmarek T.T. (2005): Ryzyko i zarządzanie ryzykiem. Ujęcie dyscyplinarne. Difin			
Damodaran A. (2009): Ryzyko strategiczne. Podstawy zarządzania ryzykiem. Wyd. Akademickie i Profesjonalne			
Krokowski M. (red.) (2009): Personalny wymiar zarządzania. Imperia			
Jarecki W., Kunasz M., Mazur-Wierzbicka E., Zwiech P. (2010): Praktyczne aspekty gospodarowania kapitałem ludzkim. Economicus			

Pocztowski A. (1998): Zarządzanie zasobami ludzkimi. Zarys problematyki i metod. Antykwa	
Literatura uzupełniająca	
Janasz K. (2004): Ryzyko w systemie bankowym. Wyd. Naukowe US	
NAKLAD PRACY STUDENTA:	
	Liczba godzin
Zajęcia dydaktyczne	9
Udział w konsultacjach	7
Zdawanie egzaminu lub/i zaliczenia	2
Przygotowanie się do zajęć	9
Studiowanie literatury	14
Przygotowanie się do egzaminu lub/i zaliczenia	9
ŁĄCZNY nakład pracy studenta w godz.	50
Liczba punktów ECTS	2

Nazwa przedmiotu: Konflikty w organizacji (PRZEDMIOTY SPECJALNOŚCIOWE)		Kod przedmiotu: 14.3III22AII17_45			
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot / moduł: Wydział Nauk Ekonomicznych i Zarządzania, Instytut Zarządzania i Marketingu					
Nazwa kierunku: Zarządzanie					
Forma studiów: drugiego stopnia, niestacjonarne		Profil kształcenia: ogólnoakademicki		Specjalność: Zarządzanie kapitałem ludzkim w organizacjach,	
Rok / semestr: 2 / 4		Status przedmiotu / modułu: fakultatywny		Język przedmiotu / modułu: polski	
Forma zajęć:	wykłady				
Wymiar zajęć:	9				
Koordinator przedmiotu / modułu:	dr Ewa Mazur-Wierzbicka				
Prowadzący zajęcia:					
Cel przedmiotu / modułu:	Celem jest zapoznanie studentów z istotą konfliktów, ich źródłami, rodzajami, skutkami jakie przynoszą organizacjom oraz metodami ich rozwiązywania.				
Wymagania wstępne:	Student zna podstawowe zagadnienia związane z zarządzaniem zasobami ludzkimi, negocjacjami, komunikacją interpersonalną itd., student potrafi pracować w grupie oraz rozumie konieczność kształcenia ustawicznego.				
EFEKTY KSZTAŁCENIA			Odniesienie do efektów dla programu	Odniesienie do efektów dla obszaru	
Wiedza	1. zna istotę, rodzaje, źródła konfliktów organizacyjnych, uczestników konfliktu, znaczenie komunikacji interpersonalnej w sytuacjach konfliktowych oraz metody pozwalające rozwiązywać konflikty w organizacji		K_W06 K_W12 K_W05	S2A_W03, S2A_W05, S2A_W02,	
Umiejętności	2. potrafi diagnozować sytuacje konfliktowe organizacji oraz stosować odpowiednie metody rozwiązywania konfliktu w organizacji		K_U14	S2A_U07,	
Kompetencje społeczne	3. potrafi uzupełniać i doskonalić nabytą wiedzę i umiejętności		K_K01	S2A_K01,	
TREŚCI PROGRAMOWE				Liczba godzin	
Forma zajęć: wykłady					
1. Konflikt w organizacji- zagadnienia wprowadzające					1
2. Źródła konfliktu organizacyjnego. Rodzaje konfliktów.					1
3. Uczestnicy konfliktu i ich cechy. Przebieg konfliktu w organizacjach.					1
4. Metody rozwiązywania konfliktów w organizacjach.					3
5. Komunikacja interpersonalna w sytuacji konfliktów. Socjotechnika w sytuacji konfliktów.					1
6. Zarządzanie konfliktem					1
7. Kolokwium pisemne					1
Metody kształcenia	Prezentacja multimedialna, studia przypadków, praca w grupach, dyskusja				
Metody weryfikacji efektów kształcenia					Nr efektu kształcenia z sylabusu
	* zajęcia praktyczne (weryfikacja poprzez obserwację)				1,
	* kolokwium				2,3,

Forma i warunki zaliczenia	<p>Forma i warunki zaliczenia: Studenci oceniani są na podstawie kolokwium pisemnego (60% oceny), które testuje osiągnięcie efektów kształcenia w zakresie umiejętności (5 pytań otwartych dotyczących zagadnień omawianych na zajęciach zadania) oraz pracy studenta na zajęciach podczas dyskusji panelowych bądź pracy w grupie nad przygotowywanym projektem własnym, rozwiązaniem przygotowanych ćwiczeń, studiów przypadku (40% oceny), który weryfikuje osiągnięcie efektów kształcenia w zakresie umiejętności oraz efektu w zakresie kompetencji społecznych.</p> <p>Ocenianie: <input type="checkbox"/> Student otrzymuje ocenę dostateczną - udzieli pełnych odpowiedzi na 3 pytania, co stanowi 60% treści programowych przedmiotu oraz aktywnie uczestniczył w 60% pracach wykonywanych podczas zajęć.</p> <p>Ocena z przedmiotu jest równa ocenie uzyskanej z zaliczenia.</p>
Literatura podstawowa	
Harvard Business School Press (2005): Negocjacje i rozwiązywanie konfliktów. Wydawnictwo Helion, Gliwice 232	
Doherty N., Marcelas G. (2010): Mediacja i rozwiązywanie konfliktów w miejscu pracy,. Wolters Kluwer Polska, Warszawa 220	
Moore Ch. W., (2009): Mediacje. Praktyczne strategie rozwiązywania konfliktów. Wolters Kluwer Polska, Warszawa 572	
Literatura uzupełniająca	
Gut J. , Hamman W., (2008): Docenić konflikt. One press, Warszawa 224	
Marshall B. Rosenberg, Ph.D (2003): Porozumienie Bez Przemocy: Język Serca".. Jacek Santorski & Co, Warszawa 192	
Penc J. (2005): Role i umiejętności menedżerskie.. Difin, Warszawa 339	
Koźmiński A., Piotrowski W. (2006): Zarządzanie. Teoria i praktyka. PWN, Warszawa 792	
NAKŁAD PRACY STUDENTA:	
	Liczba godzin
Zajęcia dydaktyczne	9
Udział w konsultacjach	7
Zdawanie egzaminu lub/i zaliczenia	2
Przygotowanie się do zajęć	9
Studiowanie literatury	8
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	6
Przygotowanie się do egzaminu lub/i zaliczenia	9
ŁĄCZNY nakład pracy studenta w godz.	75
Liczba punktów ECTS	3

Nazwa przedmiotu: Controlling personalny (PRZEDMIOTY SPECJALNOŚCIOWE)		Kod przedmiotu: 14.3III22AII17_46	
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot / moduł: Wydział Nauk Ekonomicznych i Zarządzania, Instytut Zarządzania i Marketingu			
Nazwa kierunku: Zarządzanie			
Forma studiów: drugiego stopnia, niestacjonarne		Profil kształcenia: ogólnoakademicki	Specjalność: Zarządzanie kapitałem ludzkim w organizacjach,
Rok / semestr: 2 / 4		Status przedmiotu / modułu: fakultatywny	Język przedmiotu / modułu: polski
Forma zajęć:	wykłady		
Wymiar zajęć:	9		
Koordinator przedmiotu / modułu:	dr Patrycja Zwiech		
Prowadzący zajęcia:			
Cel przedmiotu / modułu:	Celem jest zapoznanie studentów z aparatem pojęciowym controllingu personalnego, podstawowymi metodami i miernikami controllingu personalnego oraz przygotowanie studentów do implikacji prezentowanych rozwiązań w zastosowaniach organizacyjnych.		
Wymagania wstępne:	w zakresie wiedzy: student zna wybrane koncepcje i metody zarządzania zasobami ludzkimi. w zakresie umiejętności: student potrafi dokonać opisu rzeczywistości organizacyjnej lub gospodarczej z wykorzystaniem technik opisowych, student potrafi posługiwać się aparatem matematycznym i statystycznym. w zakresie kompetencji społecznych: student potrafi pracować w grupie oraz ma wpojone nawyki kształcenia ustawicznego.		
EFEKTY KSZTAŁCENIA		Odniesienie do efektów dla programu	Odniesienie do efektów dla obszaru
Wiedza	1. zna mierniki i wskaźniki controllingu personalnego oraz zna podstawowe pojęcia z zakresu controllingu personalnego.	K_W02 K_W13	S2A_W01, S2A_W06,
Umiejętności	2. potrafi zaproponować rozwiązania problemów decyzyjnych, zaproponować zmianę istniejącego systemu controllingu personalnego lub zaprojektować taki system w przedsiębiorstwie.	K_U14	S2A_U07,
Kompetencje społeczne	3. potrafi współdziałać i pracować w grupie.	K_K02	S2A_K02,
TREŚCI PROGRAMOWE			Liczba godzin
Forma zajęć: wykłady			
1. Istota controllingu personalnego. Controlling funkcji personalnej. Audyt personalny i budżetowanie. Sprawozdawczość personalna.			2
2. Umiejscowienie kontrolera personalnego w strukturze organizacji. Przykłady procedur kadrowych.			1
3. Controlling wielkości, struktury i dynamiki zatrudnienia.			1
4. Controlling planowania i doboru pracowników.			1
5. Controlling rozwoju zawodowego i oceniania pracowników.			1
6. Controlling wydajności i produktywności pracy. Controlling czasu pracy. Controlling stosunków pracy.			1
7. Controlling wynagrodzeń i kosztów pracy. Controlling pozaekonomicznych czynników motywacyjnych. Controlling działalności socjalnej .			1
8. Zaliczenie.			1
Metody kształcenia	prezentacja, dyskusja, praca w grupach, symulacje, metody przypadków, opracowanie projektu		

Metody weryfikacji efektów kształcenia		Nr efektu kształcenia z sylabusu
	* kolokwium	1,
	* projekt	2,
	* zajęcia praktyczne (weryfikacja poprzez obserwację)	3,
Forma i warunki zaliczenia	<p>Forma i warunki zaliczenia: zaliczenie na podstawie - pracy zaliczeniowej: przygotowanie projektu własnego testującego osiągnięcie efektów kształcenia w zakresie wiedzy i umiejętności. Projekt powinien zawierać: charakterystykę wybrano przedsiębiorstwa, charakterystykę zatrudnienia; analizę wielkości, struktury i dynamiki zatrudnienia, wybrane mierniki oceny planowania personelu, wybrane mierniki wielkości rotacji zasobów ludzkich, wybrane mierniki płacowe, wybrane mierniki efektywności pracy, wybrane mierniki oceny pracowników, wybrane mierniki szkoleń i rozwoju zawodowego, SWOT zasobów ludzkich, portfolio personalne; - aktywności studenta (obserwacja pracy studenta na zajęciach podczas dyskusji panelowych bądź pracy w grupie); - kolokwium z części wykładowej.</p> <p>Forma i warunki zaliczenia wykładu: ocena z wykładu jest uzyskiwana na podstawie pisemnego zaliczenia tej formy zajęć na wykładzie.</p> <p>Ocenianie: student otrzymuje ocenę dostateczną; gdy potrafi omówić zagadnienia z zakresu controllingu personalnego, a także obliczyć podstawowe wskaźniki controllingu personalnego.</p> <p>Ocena z przedmiotu jest równa ocenie uzyskanej z zaliczenia.</p>	
Literatura podstawowa		
Nowak M. (2008): Controlling personalny w przedsiębiorstwie . Oficyna Wolters Kluwer Business, Kraków 257		
Bernais J. Ingram J. (2005): Controlling personalny i koszty pracy . Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej w Katowicach, Katowice 132		
Sekuła Z. (1999): Controlling personalny, cz. I. OPO sp. z o.o., Bydgoszcz 318		
Sekuła Z. (2000): Controlling personalny, cz. II. OPO sp. z o.o., Bydgoszcz 396		
Zwiech P. (2013): Controlling personalny, w: Podstawy zarządzania zasobami ludzkimi . Economicus, Szczecin 197-220		
Zwiech P. (2013): Controlling personalny, w: Praktyczne aspekty zarządzania zasobami ludzkimi . Economicus, Szczecin 81-90		
Literatura uzupełniająca		
Cascio W. (2001): Kalkulacja kosztów zasobów ludzkich . Oficyna Ekonomiczna, Kraków 368		
Fitz-Enz J. (2001): Rentowność inwestycji w kapitał ludzki . Oficyna Ekonomiczna, Kraków 287		
Marciniak J. (2010): Audyt funkcji personalnej w przedsiębiorstwie . Oficyna Ekonomiczna, Kraków 304		
NAKŁAD PRACY STUDENTA:		
	Liczba godzin	
Zajęcia dydaktyczne	9	
Przygotowanie się do zajęć	13	
Studiowanie literatury	15	
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	13	
ŁĄCZNY nakład pracy studenta w godz.	50	
Liczba punktów ECTS	2	

Nazwa przedmiotu: Stres i wypalenie zawodowe (PRZEDMIOTY SPECJALNOŚCIOWE)		Kod przedmiotu: 14.3III22AII17_47	
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot / moduł: Wydział Nauk Ekonomicznych i Zarządzania, Instytut Zarządzania i Marketingu			
Nazwa kierunku: Zarządzanie			
Forma studiów: drugiego stopnia, niestacjonarne		Profil kształcenia: ogólnoakademicki	Specjalność: Zarządzanie kapitałem ludzkim w organizacjach,
Rok / semestr: 2 / 4		Status przedmiotu / modułu: fakultatywny	Język przedmiotu / modułu: polski
Forma zajęć:	wykłady		
Wymiar zajęć:	9		
Koordinator przedmiotu / modułu:	dr Sandra Misiak		
Prowadzący zajęcia:			
Cel przedmiotu / modułu:	Celem jest zapoznanie studentów z zagadnieniami związanymi z problematyką stresu zawodowego z uwzględnieniem mobbingu, wypalenia zawodowego czy pracoholizmu a także przedstawienie sposobów radzenia sobie z negatywnymi konsekwencjami wyżej wymienionych zjawisk.		
Wymagania wstępne:	Student potrafi pracować w grupie oraz rozumie konieczność kształcenia ustawicznego.		
EFEKTY KSZTAŁCENIA		Odniesienie do efektów dla programu	Odniesienie do efektów dla obszaru
Kompetencje społeczne	1. wie, na jaki rodzaj stresu narażony jest podczas wykonywania swojej pracy zawodowej, potrafi temu przeciwdziałać i niwelować negatywne konsekwencje wywoływane przez stres	K_K04	S2A_K04,
	2. rozumie siłę oddziaływania grupy na jednostkę, potrafi z jednej strony współpracować z innymi, a z drugiej zarządzać zespołem pracowniczym - obie role w grupie wiążą się z różnym obciążeniem stresu	K_K02	S2A_K02,
TREŚCI PROGRAMOWE			Liczba godzin
Forma zajęć: wykłady			
1. Stres - istota, osobowość a stres			2
2. Stres w miejscu pracy - definicja, przyczyny i skutki			1
3. Pracoholizm - definicja, typologie, konsekwencje			1
4. Mobbing jako potencjalna przyczyna stresu w miejscu pracy			1
5. Wypalenie zawodowe jako konsekwencja stresu zawodowego			1
6. Zarządzanie stresem - podstawowe metody radzenia sobie ze stresem			2
7. Kolokwium z wykładów			1
Metody kształcenia	Prezentacja multimedialna, metoda przypadków, praca w grupach, dyskusja		
Metody weryfikacji efektów kształcenia			Nr efektu kształcenia z sylabusu
	* praca pisemna/esej/recenzja		1,
	* kolokwium		1,
* zajęcia praktyczne (weryfikacja poprzez obserwację)		2,	
Forma i warunki zaliczenia	Forma i warunki zaliczenia: <ul style="list-style-type: none"> • Studenci oceniani są na podstawie eseju obejmującego weryfikację wiedzy na podstawie pisemnej wypowiedzi studentów, pracy w grupie podczas zajęć oraz kolokwium z wykładów Ocenianie: <ul style="list-style-type: none"> • Student otrzymuje ocenę dostateczną - gdy potrafi definiować i rozróżniać podstawowe pojęcia związane z tematyką przedmiotu Ocena z przedmiotu obliczana jest jako: ocena z eseju (40% punktów) oraz kolokwium (60% punktów).		
Literatura podstawowa			

Kamińska M., Siewierski B., Skwara A., Szostak A. (2005): Panowanie nad stresem. Helion, Gliwice	
Maslach Ch. (2011): Prawda o wypaleniu zawodowym. PWN, Warszawa	
Litzke S., Schuh H. (2007): Stres, mobbing i wypalenie zawodowe. Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne, Gdańsk	
Literatura uzupełniająca	
Ogińska-Bulik N., Juczyński Z. (2008): Osobowość, stres a zdrowie. Difin, Warszawa	
Schulz D. P., Schulz S. E. (2002): Psychologia a wyzwania dzisiejszej pracy. PWN, Warszawa	
Sęk H. (2000): Wypalenie zawodowe. Przyczyny. Mechanizmy. Zapobieganie.. PWN, Warszawa	
Hobfoll E. (2006): Stres, kultura i społeczność. Psychologia i filozofia stresu. Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne, Gdańsk	
Lewis S M., Haviland J. M. - Jones (red) (2005): Psychologia emocji. Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne, Gdańsk	
Terelak J. (2008): Człowiek i stres. Oficyna Wydawnicza Branta, Bydgoszcz - Warszawa	
NAKŁAD PRACY STUDENTA:	
	Liczba godzin
Zajęcia dydaktyczne	9
Udział w konsultacjach	10
Zdawanie egzaminu lub/i zaliczenia	2
Przygotowanie się do zajęć	15
Studiowanie literatury	15
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	13
Przygotowanie się do egzaminu lub/i zaliczenia	11
ŁĄCZNY nakład pracy studenta w godz.	75
Liczba punktów ECTS	3

Nazwa przedmiotu: Menadżeryzm i partycypacja w zarządzaniu (PRZEDMIOTY SPECJALNOŚCIOWE)			Kod przedmiotu: 14.3III22AII16_48		
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot / moduł: Wydział Nauk Ekonomicznych i Zarządzania, Instytut Zarządzania i Inwestycji					
Nazwa kierunku: Zarządzanie					
Forma studiów: drugiego stopnia, niestacjonarne		Profil kształcenia: ogólnoakademicki		Specjalność: Business Management,	
Rok / semestr: 1 / 2		Status przedmiotu / modułu: fakultatywny		Język przedmiotu / modułu: polski	
Forma zajęć:	wyklady	ćwiczenia			
Wymiar zajęć:	9	3			
Koordinator przedmiotu / modułu:	dr Barbara Czerniachowicz				
Prowadzący zajęcia:					
Cel przedmiotu / modułu:	Celem jest wskazanie roli kadry menedżerskiej współczesnego przedsiębiorstwa w procesie decyzyjnym oraz zapoznanie studentów z ideą partycypacji pracowników w zarządzaniu				
Wymagania wstępne:	Wiedzy: z zakresu zarządzania przedsiębiorstwem i nauki o organizacji Umiejętności: tworzenie planów strategicznych, taktycznych i operacyjnych dla przedsiębiorstwa Kompetencji (postaw): gotowy do podejmowania decyzji oraz pracy w zespole				
EFEKTY KSZTAŁCENIA			Odniesienie do efektów dla programu	Odniesienie do efektów dla obszaru	
Wiedza	1. zna zadania kadry menedżerskiej na poszczególnych szczeblach zarządzania i potrafi określić typy współczesnych menedżerów oraz ich kompetencje 2. zna zasady i formy partycypacji udziałowców w zarządzaniu przedsiębiorstwem		K_W01	S2A_W01,	
			K_W12	S2A_W05,	
			K_W10	S2A_W04,	
			K_W22	S2A_W11,	
			K_W21	S2A_W11,	
			K_W05	S2A_W02,	
TREŚCI PROGRAMOWE			Liczba godzin		
Forma zajęć: wyklady					
1. Ewolucja podejścia do zarządzania przedsiębiorstwem. Kierowanie jako proces podejmowania decyzji.				2	
2. Menedżeryzm i przywództwo - rola menedżera jako podmiotu zarządzającego.				2	
3. Geneza i istota partycypacji w zarządzaniu. Modele zarządzania partycypacyjnego.				1	
4. Pojęcie partycypacyjnych grup interesu w procesie zarządzania przedsiębiorstwem.				2	
5. Zaliczenie w formie pisemnej				2	
Forma zajęć: ćwiczenia					
1. Zarządzanie partycypacyjne w świetle uregulowań prawnych.				1	
2. Koncepcja intraprzedsiebiorczości jako sposób na włączanie pracowników w proces zarządzania przedsiębiorstwem.				2	
Metody kształcenia	Prezentacja multimedialna				
Metody weryfikacji efektów kształcenia					Nr efektu kształcenia z sylabusu
	* kolokwium				1,2,

<p>Forma i warunki zaliczenia</p>	<p>Forma i warunki zaliczenia: Zaliczenie pisemne obejmujące treści wykładowe - zaliczenie w formie pisemnej obejmujące od 6 do 10 pytań; pytania otwarte z teoretycznej części materiału, pytania otwarte dotyczące przykładów z praktyki gospodarczej.</p> <p>Forma i warunki zaliczenia wykładu: przedmiot nie kończy się egzaminem i ocena z wykładu jest uzyskiwana na podstawie pisemnego zaliczenia tej formy zajęć na wykładzie</p> <p>Ocenianie: Student otrzymuje ocenę dostateczną; gdy umie wymienić zadania menedżerów poszczególnych szczebli zarządzania, poprawnie definiuje jedynie część nowych ról menedżerskich i odpowiadających im kompetencji, zna definicje i niektóre formy partycypacji w zarządzaniu.</p> <p>Ocena z przedmiotu jest równa ocenie uzyskanej z zaliczenia.</p>
<p>Literatura podstawowa</p>	
<p>Dowgiało Z., Zadworny W. (2005): Rola menedżera w zarządzaniu przedsiębiorstwem. Wybrane problemy, praktyczne zasady, techniki., Wydawnictwo Znicz, Szczecin</p>	
<p>Gliński B., Kuc B.R., Fołtyn H (2000): Menedżeryzm, strategię, zarządzanie. Wydawnictwo Key Text, Warszawa</p>	
<p>Lachiewicz S. (2007): Menedżerowie w strukturach władzy organizacji gospodarczych. PWE, Warszawa</p>	
<p>Mendel T. (2001): Partycypacja w zarządzaniu współczesnymi organizacjami. AE w Poznaniu, Poznań</p>	
<p>Piwowarczyk J. (2006): Partycypacja w zarządzaniu a motywowanie pracowników. Oficyna Ekonomiczna, Kraków</p>	
<p>Literatura uzupełniająca</p>	
<p>Rakowska A. (2007): Kompetencje menedżerskie kadry kierowniczej we współczesnych organizacjach. Wydawnictwo Uniwersytetu M. Curie-Skłodowskiej</p>	
<p>Ratyński W., Müller C.F. (2002): Menedżerskie i organizatorskie metody zarządzania. Akademia Prawa, Warszawa</p>	
<p style="text-align: center;">NAKŁAD PRACY STUDENTA:</p>	
	<p>Liczba godzin</p>
<p>Zajęcia dydaktyczne</p>	<p>12</p>
<p>Udział w konsultacjach</p>	<p>7</p>
<p>Zdawanie egzaminu lub/i zaliczenia</p>	<p>2</p>
<p>Przygotowanie się do zajęć</p>	<p>9</p>
<p>Studiowanie literatury</p>	<p>9</p>
<p>Przygotowanie się do egzaminu lub/i zaliczenia</p>	<p>11</p>
<p>ŁĄCZNY nakład pracy studenta w godz.</p>	<p>50</p>
<p>Liczba punktów ECTS</p>	<p>2</p>

Nazwa przedmiotu: Strategie rozwoju przedsiębiorstw (PRZEDMIOTY SPECJALNOŚCIOWE)		Kod przedmiotu: 14.3III22AII16_49	
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot / moduł: Wydział Nauk Ekonomicznych i Zarządzania, Instytut Zarządzania i Inwestycji			
Nazwa kierunku: Zarządzanie			
Forma studiów: drugiego stopnia, niestacjonarne		Profil kształcenia: ogólnoakademicki	Specjalność: Business Management,
Rok / semestr: 1 / 2		Status przedmiotu / modułu: fakultatywny	Język przedmiotu / modułu: polski
Forma zajęć:	wyklady		
Wymiar zajęć:	9		
Koordinator przedmiotu / modułu:	dr hab. Maria Białasiewicz		
Prowadzący zajęcia:			
Cel przedmiotu / modułu:	Celem jest przekazanie studentom wiedzy z zakresu identyfikacji i dopasowania strategii realizowanych na wszystkich poziomach przedsiębiorstwa oraz umiejętności dokonania wyboru optymalnej strategii działania na rynku.		
Wymagania wstępne:	Wiedzy: zna podstawowe pojęcia typu przedsiębiorca, przedsiębiorczość, zna typy i formy przedsiębiorstw Umiejętności: potrafi dokonać analizy funkcjonowania przedsiębiorstwa Kompetencji (postaw): jest przygotowany do analizy opisów przypadku, potrafi pracować w grupie		
EFEKTY KSZTAŁCENIA		Odniesienie do efektów dla programu	Odniesienie do efektów dla obszaru
Wiedza	1. zna istotę i klasyfikacje strategii oraz proces tworzenia strategii 2. zna kryteria wyboru optymalnej strategii działania przedsiębiorstwa na rynku	K_W06 K_W17 K_W14	S2A_W03, S2A_W08, S2A_W07,
TREŚCI PROGRAMOWE			Liczba godzin
Forma zajęć: wyklady			
1. Identyfikacja istoty strategii oraz wizji, misji i celów strategicznych przedsiębiorstwa			1
2. Proces formułowania strategii. Kryteria wyboru i rodzaje strategii			1
3. Strategie na poziomie przedsiębiorstwa oraz strategie podstawowe			1
4. Strategie dziedzin gospodarowania			2
5. Strategie funkcjonalne i marketingowe			1
6. Strategie wejścia i wyjścia z rynku, strategie stosowane przez przedsiębiorstwa sektora MSP			2
7. Weryfikacja wiedzy i umiejętności (kolokwium)			1
Metody kształcenia	Wykład z wykorzystaniem prezentacji		
Metody weryfikacji efektów kształcenia			Nr efektu kształcenia z sylabusu
	* kolokwium		1,2,
Forma i warunki zaliczenia	Forma i warunki zaliczenia: Studenci są oceniani na podstawie zaliczenia pisemnego (100% oceny); sprawdzian testuje osiągnięcie efektów kształcenia w zakresie wiedzy, który obejmuje od 6 do 8 pytań opisowych Forma i warunki zaliczenia wykładu: przedmiot nie kończy się egzaminem i ocena z wykładu jest uzyskiwana na podstawie pisemnego zaliczenia tej formy zajęć na wykładzie Ocenianie: Student otrzymuje ocenę dostateczną; gdy zna podstawowe pojęcia z zakresu strategii rozwoju przedsiębiorstw, zna główne klasyfikacje strategii oraz ogólnie proces tworzenia strategii Ocena z przedmiotu (jest równa ocenie uzyskanej z zaliczenia)		
Literatura podstawowa			
Janasz W., Janasz K., Kozioł K., Szopik-Depczyńska K. (2010): Zarządzanie strategiczne, koncepcje, metody, strategie. Difin, Warszawa			

Marek S., Białasiewicz M. red. (2011): Podstawy nauki o organizacji. PWE, Warszawa	
Marek S. red. (2008): Elementy nauki o przedsiębiorstwie. Economicus, Szczecin	
Pierścionek Z (2007): Strategie konkurencji i rozwoju przedsiębiorstwa. PWN, Warszawa	
Porter M.E. (2010): Strategia konkurencji. Wydawnictwo MT Biznes Sp. z o.o., Warszawa	
Literatura uzupełniająca	
Yip G.S. (2004): Strategia globalna. PWE, Warszawa	
Zorska A. (2007): Korporacje transnarodowe. PWE, Warszawa	
Białasiewicz M. red. (2010): Konkurencyjność przedsiębiorstw. Metody Badań, case study. Economicus, Szczecin	
Białasiewicz M. red. (2002): Rozwój przedsiębiorstw. Modele, czynniki, strategie. Wydawnictwo Naukowe US, Szczecin	
NAKŁAD PRACY STUDENTA:	
	Liczba godzin
Zajęcia dydaktyczne	9
Udział w konsultacjach	10
Zdawanie egzaminu lub/i zaliczenia	2
Przygotowanie się do zajęć	8
Studiowanie literatury	7
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	7
Przygotowanie się do egzaminu lub/i zaliczenia	7
ŁĄCZNY nakład pracy studenta w godz.	50
Liczba punktów ECTS	2

Nazwa przedmiotu: Strategie rozwoju przemysłu (PRZEDMIOTY SPECJALNOŚCIOWE)			Kod przedmiotu: 14.3III22AII16_50		
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot / moduł: Wydział Nauk Ekonomicznych i Zarządzania, Instytut Zarządzania i Inwestycji					
Nazwa kierunku: Zarządzanie					
Forma studiów: drugiego stopnia, niestacjonarne		Profil kształcenia: ogólnoakademicki		Specjalność: Business Management,	
Rok / semestr: 1 / 2		Status przedmiotu / modułu: fakultatywny		Język przedmiotu / modułu: polski	
Forma zajęć:	wyklady	ćwiczenia			
Wymiar zajęć:	9	12			
Koordynator przedmiotu / modułu:	dr hab. Katarzyna Koziół-Nadolna				
Prowadzący zajęcia:					
Cel przedmiotu / modułu:	Celem jest uświadomienie roli i znaczenia przemysłu w rozwoju społeczno-gospodarczym oraz w procesie transformacji systemowej gospodarki, a zwłaszcza w procesach restrukturyzacji i deindustrializacji				
Wymagania wstępne:	Student zna podstawy makroekonomii , potrafi sklasyfikować rodzaje działalności, potrafi pracować w grupie, ma wpojone nawyki kształcenia ustawicznego				
EFEKTY KSZTAŁCENIA			Odniesienie do efektów dla programu	Odniesienie do efektów dla obszaru	
Wiedza	1. ma wiedzę na temat miejsca i tendencji rozwojowych przemysłu w gospodarce i jego determinant		K_W09 K_W10 K_W14	S2A_W04, S2A_W04, S2A_W07,	
Umiejętności	2. ma umiejętność krytycznej analizy i interpretacji trendów rozwojowych w przemyśle 3. rozumie i ocenia strategię rozwoju przemysłu z wykorzystaniem złożonych metod		K_U11 K_U15	S2A_U06, S2A_U08,	
TREŚCI PROGRAMOWE				Liczba godzin	
Forma zajęć: wyklady					
1. Przedmiot i metody badań ekonomiki przemysłu				1	
2. Miejsce i rola przemysłu we współczesnej gospodarce				1	
3. Poziomy agregacji dla nauki o przemyśle (mega, makro, mezo, mikro)				1	
4. Megatrendy rozwoju przemysłu światowego				1	
5. Istota, cele, cechy działalności przemysłowej oraz jej klasyfikacja				2	
6. Koncepcje i strategię rozwoju przemysłu				1	
7. Formułowanie strategii rozwoju we współczesnym przemyśle na świecie				2	
Forma zajęć: ćwiczenia					
1. Specjalizacja i dywersyfikacja produkcji przemysłowej				2	
2. Koncentracja działalności przemysłowej				2	
3. Kooperacja przemysłowa w procesach wytwórczych				2	
4. Istota i rodzaje struktur przemysłu				1	
5. Czynniki i sekwencje przemian strukturalnych				1	
6. Marketing dóbr przemysłowych				2	
7. Lokalizacja działalności przemysłowej i jej wpływ na rozwój przemysłu				2	
Metody kształcenia	wykład z elementami konwersatoryjnymi, ćwiczenia z wykorzystaniem case study, prezentacja multimedialna, opracowanie projektu, praca w grupach				

Metody weryfikacji efektów kształcenia		Nr efektu kształcenia z sylabusu
	* kolokwium	1,2,3,
	* projekt	2,3,
Forma i warunki zaliczenia	<p>Ocena z ćwiczeń jest oceną za wykonanie pracy zaliczeniowej: przygotowanie projektu i jego prezentacja lub badań i prezentacja ich wyników - projekt testuje osiągnięcie efektów kształcenia w zakresie umiejętności oraz kolokwium.</p> <p>Ocena z wykładu jest uzyskiwana na podstawie pisemnego zaliczenia tej formy zajęć na ostatnim wykładzie - test z pytaniami wielokrotnego wyboru, zaliczenie na ocenę dostateczną wymaga uzyskania 60% możliwych punktów.</p> <p>Student otrzymuje ocenę dostateczną, gdy potrafi omówić podstawowe zagadnienia dotyczące roli i znaczenia przemysłu w rozwoju społeczno-gospodarczym oraz w procesie transformacji systemowej gospodarki, a zwłaszcza w procesach restrukturyzacji i deindustrializacji, co sprawdza osiągnięte efekty kształcenia w zakresie wiedzy i umiejętności uzyskanych podczas uczestnictwa w wykładach i ćwiczeniach.</p> <p>Ocena z przedmiotu jest średnią arytmetyczną ocen uzyskanych z wykładu oraz zaliczenia.</p>	
Literatura podstawowa		
Janasz W. (red.). (2006): Zarys strategii rozwoju przemysłu. Difin 1-576		
Brandenburg H. (2011): Restrukturyzacja przemysłu i przemiany regionalne. Wydawnictwo UE w Katowicach, 1-150		
Zbigniew Ziolo, Tomasz Rachwał (red.). (2011): Procesy przemian przemysłu i usług w wybranych krajach. Uniwersytet Pedagogiczny Kraków 1-100		
Literatura uzupełniająca		
Janasz W. (red.) (2009): Innowacje w strategii rozwoju organizacji w Unii Europejskiej,. Difin 1-82		
NAKŁAD PRACY STUDENTA:		
	Liczba godzin	
Zajęcia dydaktyczne	21	
Udział w konsultacjach	10	
Zdawanie egzaminu lub/i zaliczenia	2	
Przygotowanie się do zajęć	5	
Studiowanie literatury	4	
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	4	
Przygotowanie się do egzaminu lub/i zaliczenia	4	
ŁĄCZNY nakład pracy studenta w godz.	50	
Liczba punktów ECTS	2	

Nazwa przedmiotu: Zarządzanie ryzykiem i kryzysem w organizacji (PRZEDMIOTY SPECJALNOŚCIOWE)		Kod przedmiotu: 14.3III22AII15_51	
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot / moduł: Wydział Nauk Ekonomicznych i Zarządzania, Instytut Ekonomii			
Nazwa kierunku: Zarządzanie			
Forma studiów: drugiego stopnia, niestacjonarne		Profil kształcenia: ogólnoakademicki	Specjalność: Business Management,
Rok / semestr: 1 / 2		Status przedmiotu / modułu: fakultatywny	Język przedmiotu / modułu: polski
Forma zajęć:	wyklady		
Wymiar zajęć:	9		
Koordynator przedmiotu / modułu:	dr hab. Tomasz Bernat		
Prowadzący zajęcia:			
Cel przedmiotu / modułu:	Przedmiot obejmuje pokazanie sposobu myślenia o działalności gospodarczej przez pryzmat ryzyk zagrażających jej istnieniu oraz sposobów ominięcia lub zneutralizowania tych ryzyk.		
Wymagania wstępne:	<ul style="list-style-type: none"> - wiedza: student zna podstawy ekonomii, finansów i funkcjonowania przedsiębiorstw. - umiejętności: student potrafi samodzielnie analizować zagadnienia z praktyki gospodarczej. - kompetencje (postaw): student potrafi pracować w grupie, ma wpojone nawyki kształcenia ustawicznego i jest przygotowany do analizowania praktycznych przykładów 		
EFEKTY KSZTAŁCENIA		Odniesienie do efektów dla programu	Odniesienie do efektów dla obszaru
Wiedza	1. zna metody zarządzania ryzykiem	K_W01 K_W14	S2A_W01, S2A_W07,
Umiejętności	2. posiada umiejętność analizy działalności przedsiębiorstwa pod kątem analizy ryzyka oraz zastosowania odpowiednich metod jego ograniczania	K_U10	S2A_U05,
TREŚCI PROGRAMOWE			Liczba godzin
Forma zajęć: wyklady			
1. Omówienie podstawowych pojęć: ryzyko - definicje i klasyfikacja, zdarzenia losowe, szkody - klasyfikacja			3
2. Opisanie procesu zarządzania ryzykiem			2
3. Omówienie celów zarządzania przedsiębiorstwem i celów zarządzania ryzykiem			2
4. Identyfikacja ryzyk w działalności gospodarczej			2
5. Ocena ryzyka			2
6. Opis metod pozwalających zmniejszyć ryzyka			2
7. Opis metod finansowania ryzyk gospodarczych			2
Metody kształcenia	Wykład - tradycyjny przekaz wiedzy z wykorzystaniem prezentacji multimedialnych i studiów przypadku, dyskusja.		
Metody weryfikacji efektów kształcenia	* sprawdzian		1,
	* zajęcia praktyczne (weryfikacja poprzez obserwację)		2,
Forma i warunki zaliczenia	<p>Forma i warunki zaliczenia: studenci oceniani są na podstawie kolokwium pisemnego składającego się z dwóch części: pytań otwartych 50% oceny oraz umiejętności analizy i rozwiązania studium przypadku 50% oceny) z zakresu zarządzania ryzykiem i kryzysem w organizacji.</p> <p>Ocenianie: student otrzymuje ocenę dostateczną, gdy potrafi omówić podstawowe elementy procesu zarządzania ryzykiem z rozwinięciem poszczególnych części materiału w postaci przykładu.</p> <p>Ocena z przedmiotu jest równa ocenie uzyskanej z kolokwium zaliczającego wykład.</p>		
Literatura podstawowa			

Kaczmarek T.T. (2008): Ryzyko i zarządzanie ryzykiem. Ujęcie interdyscyplinarne. Difin	
Williams C. A., Smith M. L., Young P.C. (2002): Zarządzanie ryzykiem a ubezpieczenia. PWN	
Literatura uzupełniająca	
Jajuga K. (2008): Zarządzanie ryzykiem. PWN	
Monkiewicz J., Gąsiorkiewicz L. (red.) (2010): Zarządzanie ryzykiem działalności operacyjnej. CH Beck	
Kasiewicz S. (red.) (2011): Zarządzanie zintegrowanym ryzykiem przedsiębiorstwa w Polsce. Wolters Kluwer	
NAKŁAD PRACY STUDENTA:	
	Liczba godzin
Zajęcia dydaktyczne	9
Udział w konsultacjach	10
Zdawanie egzaminu lub/i zaliczenia	2
Przygotowanie się do zajęć	10
Studiowanie literatury	10
Przygotowanie się do egzaminu lub/i zaliczenia	9
ŁĄCZNY nakład pracy studenta w godz.	50
Liczba punktów ECTS	2

Nazwa przedmiotu: Podejście kompetencyjne w zarządzaniu (PRZEDMIOTY SPECJALNOŚCIOWE)			Kod przedmiotu: 14.3III22AII16_52		
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot / moduł: Wydział Nauk Ekonomicznych i Zarządzania, Instytut Zarządzania i Inwestycji					
Nazwa kierunku: Zarządzanie					
Forma studiów: drugiego stopnia, niestacjonarne		Profil kształcenia: ogólnoakademicki		Specjalność: Business Management,	
Rok / semestr: 2 / 3		Status przedmiotu / modułu: fakultatywny		Język przedmiotu / modułu: polski	
Forma zajęć:	wyklady				
Wymiar zajęć:	15				
Koordynator przedmiotu / modułu:	dr Barbara Czerniachowicz				
Prowadzący zajęcia:					
Cel przedmiotu / modułu:	Celem jest zdobycie wiedzy potrzebnej do zarządzania współczesnym przedsiębiorstwem przy wykorzystaniu innowacyjnej koncepcji kompetencji.				
Wymagania wstępne:	Wiedzy: wiedza z zakresu makroekonomii i mikroekonomii, wiedza z zakresu zarządzania przedsiębiorstwem Umiejętności: potrafi zaplanować poszczególne etapy zarządzania zasobami ludzkimi w przedsiębiorstwie z wykorzystaniem tradycyjnych narzędzi Kompetencji (postaw): gotowy do pracy w zespole, do zabierania głosu w dyskusji grupowej, potrafi ocenić innych				
EFEKTY KSZTAŁCENIA			Odniesienie do efektów dla programu		Odniesienie do efektów dla obszaru
Wiedza	1. zna koncepcję zarządzania opartą na podejściu kompetencyjnym oraz metody pomiaru kompetencji pracowników oraz identyfikacji luk kompetencyjnych		K_W01 K_W09 K_W20		S2A_W01, S2A_W04, S2A_W10,
Umiejętności	2. potrafi zastosować podejście kompetencyjne w praktyce		K_U15		S2A_U08,
TREŚCI PROGRAMOWE					Liczba godzin
Forma zajęć: wyklady					
1. Zarządzanie przedsiębiorstwem we współczesnej gospodarce (tradycyjny model zarządzania, tendencje zmian w rolach i umiejętnościach menedżerów, organizacja ucząca się i inteligentna)					2
2. Koncepcja zarządzania przedsiębiorstwem w oparciu o kompetencje					2
3. Zarządzanie kluczowymi kompetencjami organizacji (pożądane i posiadane kluczowe kompetencje)					3
4. Zarządzanie kompetencjami pracowników (istota profili kompetencyjnych i ich zastosowanie)					2
5. Bilans kompetencji (metody pomiaru kompetencji pracowników, identyfikacja luk kompetencyjnych)					2
6. Wykorzystanie podejścia kompetencyjnego w zarządzaniu zasobami ludzkimi. Audyt kompetencji i wykorzystywanie jego wyników w przedsiębiorstwie					2
7. Zaliczenie - pisemne kolokwium oraz prezentacja projektów grupowych					2
Metody kształcenia	Prezentacja multimedialna, metoda przypadków				
Metody weryfikacji efektów kształcenia					Nr efektu kształcenia z sylabusu
	* kolokwium				1,2,
	* projekt				2,

<p>Forma i warunki zaliczenia</p>	<p>Forma i warunki zaliczenia: Zaliczenie pisemne: (60% oceny) zaliczenie pisemne w formie około 6 pytań otwartych z teoretycznej części materiału oraz dotyczące przykładów z praktyki gospodarczej. Projekty: (40% oceny) studenci w grupach roboczych (3-5 os.) przygotowują system kompetencyjny dla konkretnego przedsiębiorstwa (opracowanie kluczowych kompetencji organizacyjnych, opracowanie profili kompetencyjnych, identyfikacja luka kompetencyjnych, zalecenia rozwojowe dla personelu firmy).</p> <p>Forma i warunki zaliczenia wykładu: przedmiot nie kończy się egzaminem i ocena z wykładu jest uzyskiwana na podstawie pisemnego zaliczenia tej formy zajęć na wykładzie.</p> <p>Student otrzymuje ocenę dostateczną, gdy poprawnie definiuje podejście kompetencyjne do zarządzania i odróżnia je od tradycyjnego ZZL, zna podstawowe pojęcia z zakresu zarządzania kompetencjami, umie wymienić metody pomiaru kompetencji i etapy bilansu kompetencji i zastosować je na prostych przykładach.</p> <p>Ocena z przedmiotu jest równa ocenie uzyskanej z zaliczenia (kolokwium i projektu grupowego).</p>
-----------------------------------	--

Literatura podstawowa

Chodyński A. (2007): Wiedza i kompetencje ekologiczne w strategiach rozwoju przedsiębiorstw. Difin, Warszawa

Filipowicz G. (2004): Zarządzanie kompetencjami zawodowymi. PWE, Warszawa

Sajkiewicz A. red. (2002): Jakość zasobów pracy. Kultura, kompetencje, konkurencyjność. Poltext, Warszawa

Oleksyn T. (2006): Zarządzanie kompetencjami. Teoria i praktyka. Oficyna Ekonomiczna, Kraków

Wieczorek J. (2008): Efektywne zarządzanie kompetencjami. Tworzenie przewagi konkurencyjnej firmy. ODDK, Gdańsk

Literatura uzupełniająca

Dubois D. D., Rothwell W.J. (2008): Zarządzanie zasobami ludzkimi oparte na kompetencjach. Od tradycyjnego działu kadr do współczesnego HR. Wydawnictwo Helion, Gliwice

Mikuła B. (2006): Organizacje oparte na wiedzy. Wydawnictwo AE, Kraków

Louart P. (1995): Kierowanie kompetencjami w przedsiębiorstwie. Poltext, Warszawa

Rakowska A., Sitko-Lutek A (2000): Doskonalenie kompetencji menedżerskich. PWN, Warszawa

Whiddett S., Hollyforde S. (2003): Modele kompetencyjne w zarządzaniu zasobami ludzkimi. Oficyna Ekonomiczna, Kraków

NAKŁAD PRACY STUDENTA:

	Liczba godzin
Zajęcia dydaktyczne	15
Udział w konsultacjach	7
Zdawanie egzaminu lub/i zaliczenia	2
Przygotowanie się do zajęć	3
Studiowanie literatury	3
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	8
Przygotowanie się do egzaminu lub/i zaliczenia	12
ŁĄCZNY nakład pracy studenta w godz.	50
Liczba punktów ECTS	2

Nazwa przedmiotu: Zarządzanie w korporacjach ponadnarodowych (PRZEDMIOTY SPECJALNOŚCIOWE)		Kod przedmiotu: 14.3III22AII16_53	
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot / moduł: Wydział Nauk Ekonomicznych i Zarządzania, Instytut Zarządzania i Inwestycji			
Nazwa kierunku: Zarządzanie			
Forma studiów: drugiego stopnia, niestacjonarne		Profil kształcenia: ogólnoakademicki	Specjalność: Business Management,
Rok / semestr: 2 / 3		Status przedmiotu / modułu: fakultatywny	Język przedmiotu / modułu: polski
Forma zajęć:	wyklady		
Wymiar zajęć:	9		
Koordinator przedmiotu / modułu:	dr Malwina Szczepkowska		
Prowadzący zajęcia:			
Cel przedmiotu / modułu:	Celem jest przekazanie studentom wiedzy z zakresu funkcjonowania przedsiębiorstw globalnych na rynku światowym a także z zakresu zarządzania wybranymi funkcjami w tych podmiotach		
Wymagania wstępne:	Wiedzy: student zna podstawowe pojęcia z zakresu ekonomii Umiejętności: potrafi pracować w grupie i korzystać z metody analizy przypadków Kompetencji (postaw): rozumie konieczność kształcenia ustawicznego		
EFEKTY KSZTAŁCENIA		Odniesienie do efektów dla programu	Odniesienie do efektów dla obszaru
Wiedza	1. zna pojęcia dotyczące firmy globalnej, jej przejawy i efekty	K_W04 K_W07 K_W08	S2A_W02, S2A_W03, S2A_W03,
Umiejętności	2. potrafi zidentyfikować i przeanalizować strategie realizowane przez wybrane przedsiębiorstw globalne oraz dokonać oceny procesów fuzji i przejęć, a także zidentyfikować ich efekty	K_U04 K_U05	S2A_U02, S2A_U02,
TREŚCI PROGRAMOWE			Liczba godzin
Forma zajęć: wyklady			
1. Identyfikacja procesu globalizacji, istota firmy globalnej, jej cechy i przejawy.			1
2. Powstanie firmy globalnej, umiędzynarodowienie działalności.			1
3. Przemiany w korporacjach transnarodowych. Międzynarodowa współpraca przedsiębiorstw.			1
4. Fuzje i przejęcia na rynku globalnym, koncentracja a kooperacja.			1
5. Zarządzanie międzynarodowe.			1
6. Czynniki kulturowe w zarządzaniu. Marketing w firmach globalnych. Zarządzanie zasobami ludzkimi w korporacjach globalnych.			1
7. Strategie firm globalnych.			2
8. Strategie wejścia firm globalnych na nowe rynki.			1
Metody kształcenia	Wykład z wykorzystaniem prezentacji Dyskusje studentów Praca z grupach nad problemem Rozwiązywanie zadań, analizy przypadków (case study) Mikroreferaty przygotowywane indywidualnie przez studentów		
Metody weryfikacji efektów kształcenia			Nr efektu kształcenia z sylabusu
	* kolokwium		1,2,
	* projekt		2,

<p>Forma i warunki zaliczenia</p>	<p>Forma i warunki zaliczenia: Ocena zaliczeniowa ustalana jest na podstawie ocen cząstkowych otrzymywanych w trakcie semestru za określone działania i prace studenta: 70% oceny stanowi zaliczenie pisemne przedmiotu w postaci kolokwium pisemnego (około 8 pytań). Pytania otwarte z teoretycznej części materiału oraz dotyczące przykładów z praktyki gospodarczej. 30 % oceny to projekty zespołowe realizowane w domu i omawiane na wykładzie, praca nad przypadkami przedsiębiorstw z praktyki gospodarczej. Projekty testują umiejętności studentów w zakresie wykorzystania posiadanej wiedzy do oceny analizowanych zjawisk oraz prognozowania działań organizacji gospodarczej na podstawie wyciągniętych wniosków.</p> <p>Forma i warunki zaliczenia wykładu: przedmiot nie kończy się egzaminem i ocena z wykładu jest uzyskiwana na podstawie pisemnego zaliczenia tej formy zajęć na wykładzie oraz pracy własnej studenta.</p> <p>Ocenianie: Student otrzymuje ocenę dostateczną, gdy zna podstawowe pojęcia z zakresu przedsiębiorstwa globalnego, etapów jego powstania i przejawów dla rynku globalnego. Orientuje się co do strategii działania firm globalnych.</p> <p>Ocena z przedmiotu jest równa ocenie uzyskanej z zaliczenia, gdzie 70% oceny stanowi zaliczenie pisemne przedmiotu a 30% praca własna studenta.</p>
-----------------------------------	---

Literatura podstawowa

Marek S., Białasiewicz M. (red.) (2011): Podstawy nauki o organizacji. PWE

Yip G.S. (2004): Strategia globalna. PWE

Zorska A. (2007): Korporacje globalne. PWE

Marek S. (red.) (2008): Elementy nauki o przedsiębiorstwie. Economicus

Sowa K. (2006): Strategie międzynarodowe. Difin

Nowakowski M.K. (red.) (2005): Biznes międzynarodowy. Od internacjonalizacji do globalizacji. Wyd. SGH

Literatura uzupełniająca

Gorynia M. (2007): Strategie zagranicznej ekspansji przedsiębiorstw. PWE

Duliniec E. (2004): Marketing międzynarodowy. PWE

Flejterski S., Wahl P. T. (2003): Ekonomia globalna. Difin

Gesteland R. (2000): Różnice kulturowe a zachowania w biznesie. PWN

Nowakowski M.K. (2000): Biznes międzynarodowy - obszary decyzji strategicznych. Key Text

NAKŁAD PRACY STUDENTA:

	Liczba godzin
Zajęcia dydaktyczne	9
Udział w konsultacjach	7
Zdawanie egzaminu lub/i zaliczenia	2
Przygotowanie się do zajęć	9
Studiowanie literatury	7
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	8
Przygotowanie się do egzaminu lub/i zaliczenia	8
ŁĄCZNY nakład pracy studenta w godz.	50
Liczba punktów ECTS	2

Nazwa przedmiotu: Metody i techniki doskonalenia jakości (PRZEDMIOTY SPECJALNOŚCIOWE)			Kod przedmiotu: 14.3III22AII16_54		
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot / moduł: Wydział Nauk Ekonomicznych i Zarządzania, Instytut Zarządzania i Inwestycji					
Nazwa kierunku: Zarządzanie					
Forma studiów: drugiego stopnia, niestacjonarne		Profil kształcenia: ogólnoakademicki		Specjalność: Business Management,	
Rok / semestr: 2 / 3		Status przedmiotu / modułu: fakultatywny		Język przedmiotu / modułu: polski	
Forma zajęć:	wyklady	ćwiczenia			
Wymiar zajęć:	9	15			
Koordynator przedmiotu / modułu:	dr inż. Marian Gołębiowski				
Prowadzący zajęcia:					
Cel przedmiotu / modułu:	Celem jest uzyskanie podstawowej wiedzy dotyczącej poprawy jakości produktów i procesów				
Wymagania wstępne:	Student zna podstawy zarządzania w organizacji, potrafi określić podstawowe właściwości produktu, potrafi pracować w grupie i ma nawyki kształcenia ustawicznego				
EFEKTY KSZTAŁCENIA			Odniesienie do efektów dla programu	Odniesienie do efektów dla obszaru	
Wiedza	1. ma pogłębioną wiedzę na temat metod i narzędzi doskonalenia jakości produktów i procesów		K_W01	S2A_W01,	
	2. ma wiedzę na temat regulacji dotyczących zarządzania jakością w przedsiębiorstwie (norm jakościowych)		K_W16	S2A_W07,	
Umiejętności	3. umie wykorzystać metody i techniki doskonalenia jakości		K_U01	S2A_U01,	
TREŚCI PROGRAMOWE				Liczba godzin	
Forma zajęć: wyklady					
1. Idea, potrzeba i proces doskonalenia jakości				2	
2. Metody i techniki doskonalenia jakości				2	
3. Metoda PDCA jako podstawowe narzędzie systemowe ciągłego doskonalenia jakości				1	
4. Kaizen jako filozofia doskonalenia jakości				1	
5. Metoda QFD				1	
6. Metoda FMEA				1	
7. Metoda 8 D				1	
Forma zajęć: ćwiczenia					
1. Podejście systemowe do rozwiązywania problemów i ciągłego doskonalenia jakości				2	
2. Metody i techniki doskonalenia jakości, ich istota i znaczenie				2	
3. Rozwiązywanie problemów jakości wg metody 8D				2	
4. Narzędzia i techniki rozwiązywania jakości: stara i nowa 7 technik i narzędzi				4	
5. Metoda doskonalenia jakości FMEA				2	
6. Metoda doskonalenia jakości QFD				2	
7. Zaliczenie				1	
Metody kształcenia	Wykład z elementami konwersatoryjnymi, ćwiczenia z wykorzystaniem case study. Prezentacja multimedialna Opracowanie projektu Praca w grupach				

Metody weryfikacji efektów kształcenia		Nr efektu kształcenia z sylabusu
	* kolokwium	1,2,3,
	* projekt	2,3,
Forma i warunki zaliczenia	<p>Kolokwium zaliczeniowe obejmuje wiedzę z wykładów oraz zalecanej literatury (test z pytaniami wielokrotnego wyboru, zaliczenie testu na ocenę dostateczną wymaga uzyskania 60% możliwych punktów).</p> <p>Wykonanie pracy zaliczeniowej: przygotowanie projektu i jego prezentacja lub badań i prezentacja ich wyników.</p> <p>Zaliczenie ćwiczeń na podstawie ocen cząstkowych otrzymywanych w trakcie semestru za określone działania i prace studenta: obecności, aktywność, przygotowany projekt oraz kolokwium.</p> <p>Ocena z wykładu jest uzyskiwana na podstawie pisemnego zaliczenia tej formy zajęć na ostatnim wykładzie.</p> <p>Student otrzymuje ocenę dostateczną, gdy potrafi omówić podstawowe zagadnienia związane z poprawą jakości produktów i procesów, co sprawdza osiągnięte efekty kształcenia w zakresie wiedzy i umiejętności uzyskanych podczas uczestnictwa w wykładach i ćwiczeniach.</p> <p>Ocena z przedmiotu obliczana jest jako średnia arytmetyczna ocen uzyskanych z wykładu oraz zaliczenia.</p>	
Literatura podstawowa		
Frąs J., Gołębiowski M., Bielawa A. (2006): Podstawy zarządzania jakością w przedsiębiorstwie. Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego		
Łuczak J., Matuszak-Flejszman A. (2007): Metody i techniki zarządzania jakością. Kompendium wiedzy. Quality Progress		
Żuchowski J., Łagowski E. (2004): Narzędzia i metody doskonalenia jakości. Wydawnictwo Politechniki http://www.us.esylabusy.pl/theme/szablon1/gfx/textln.gifki Radomskiej		
Literatura uzupełniająca		
Gołębiowski M. (2008): Teoretyczne aspekty doskonalenia jakości w organizacji, w: Studia i Prace WNEiZ nr 1. Wydawnictwo Naukowe US 157-164		
Frąs J. (2008): Zarządzanie jakością usług w instytucjach publicznych. Wydawnictwo Naukowe US		
Problemy Jakości. SIGMA-NOT		
Zarządzanie Jakością. Instytut Doskonalenia Organizacji		
NAKLAD PRACY STUDENTA:		
	Liczba godzin	
Zajęcia dydaktyczne	24	
Udział w konsultacjach	10	
Zdawanie egzaminu lub/i zaliczenia	2	
Przygotowanie się do zajęć	9	
Studiowanie literatury	12	
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	9	
Przygotowanie się do egzaminu lub/i zaliczenia	9	
ŁĄCZNY nakład pracy studenta w godz.	75	
Liczba punktów ECTS	3	

Nazwa przedmiotu: Wycena przedsiębiorstw (PRZEDMIOTY SPECJALNOŚCIOWE)			Kod przedmiotu: 14.3III22AII16_55		
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot / moduł: Wydział Nauk Ekonomicznych i Zarządzania, Instytut Zarządzania i Inwestycji					
Nazwa kierunku: Zarządzanie					
Forma studiów: drugiego stopnia, niestacjonarne		Profil kształcenia: ogólnoakademicki		Specjalność: Business Management,	
Rok / semestr: 2 / 3		Status przedmiotu / modułu: fakultatywny		Język przedmiotu / modułu: polski	
Forma zajęć:	wykłady	ćwiczenia			
Wymiar zajęć:	9	9			
Koordynator przedmiotu / modułu:	dr hab. Katarzyna Byrka-Kita				
Prowadzący zajęcia:					
Cel przedmiotu / modułu:	Celem przedmiotu jest zapoznanie studentów wyceną przedsiębiorstw i jej praktycznym zastosowaniem				
Wymagania wstępne:	Wiedza: student zna podstawy rachunkowości, analizy ekonomicznej i finansów, podstawowe metod statystyczne oraz metod oceny efektywności inwestycji i zasady planowania finansowego. Student posiada ogólną wiedzę w zakresie makro- i mikroekonomii oraz zarządzania. Umiejętności: student umie posługiwać się arkuszem kalkulacyjnym typu Excel Kompetencji (postaw): student potrafi pracować w grupie, ma wpojone nawyki kształcenia ustawicznego				
EFEKTY KSZTAŁCENIA			Odniesienie do efektów dla programu	Odniesienie do efektów dla obszaru	
Wiedza	1. rozumie istotę, cele i funkcje wyceny przedsiębiorstw		K_W01	S2A_W01,	
	2. zna złożone kategorie wartości stosowane w wycenie przedsiębiorstw		K_W13	S2A_W06,	
	3. zna najważniejsze metody służące wycenie przedsiębiorstw		K_W02 K_W20	S2A_W01, S2A_W10,	
Umiejętności	4. ma umiejętność zbudowania modelu finansowego na potrzeby wyceny przedsiębiorstw		K_U04	S2A_U02,	
	5. ma umiejętność sporządzenia raportu z wyceny przedsiębiorstwa		K_U08	S2A_U04,	
TREŚCI PROGRAMOWE				Liczba godzin	
Forma zajęć: wykłady					
1. Istota, cele i funkcje wyceny przedsiębiorstw				1	
2. Wartość - definicje i podstawowe koncepcje				1	
3. Standardy wartości i podstawowe założenie dotyczące wyceny				1	
4. Formalnoprawne uregulowania wyceny przedsiębiorstw w Polsce				1	
5. Stopnie sformalizowania wyceny przedsiębiorstw				1	
6. Klasyfikacje metod wyceny. Czynniki decydujące o wyborze metod wyceny				1	
7. Przegląd podstawowych metod wyceny z punktu widzenia warunków i okoliczności przemawiających za ich zastosowaniem				2	
8. Koszt kapitału a wartość przedsiębiorstwa				1	
Forma zajęć: ćwiczenia					
1. Wprowadzenie do wyceny przedsiębiorstw				1	
2. Zapoznanie się z procedurą wyceny przedsiębiorstwa				1	
3. Omówienie założeń pracy zaliczeniowej				1	
4. Układ i treść raportu z wyceny przedsiębiorstwa				1	
5. Przykłady zastosowania metod mnożnikowych				1	

6. Przykłady zastosowania metody zdyskontowanych przepływów pieniężnych - model FCFE		1
7. Przykłady zastosowania metody zdyskontowanych przepływów pieniężnych - model FCFF		2
8. Zaliczenie		1
Metody kształcenia	Wykłady z wykorzystaniem prezentacji multimedialnej oraz ćwiczenia i przykłady do praktycznego rozwiązania (case study) na ćwiczeniach i jako praca własna	
Metody weryfikacji efektów kształcenia		Nr efektu kształcenia z sylabusu
	* kolokwium	3,1,2,
	* praca pisemna/esej/recenzja	4,5,
Forma i warunki zaliczenia	<p>Forma i warunki zaliczenia: praca pisemna oraz kolokwium w formie testu. Podczas testu studenci nie mogą korzystać ze wzorów i pomocy naukowych.</p> <p>Oceniana jest wystawiana według liczby punktów z poszczególnych form zaliczenia (jednakowa skala):</p> <ul style="list-style-type: none"> - poniżej 50% - niedostateczny - od 50% do 60% - dostateczny - od 60% do 70% - dostateczny + - od 70% do 80% - dobry - od 80% do 90% - dobry + - powyżej 90% - bardzo dobry <p>Ocena z przedmiotu wystawiana przez koordynatora wynika z oceny z kolokwium.</p>	
Literatura podstawowa		
Zarzecki D. (1999): Metody wyceny przedsiębiorstw. Fundacja Rozwoju Rachunkowości w Polsce		
Szablewski A., Tuzimka R. (2008): Wycena i zarządzanie wartością firmy. Poltext		
Zadora H. (2010): Wycena przedsiębiorstw w teorii i praktyce. Wydawnictwo Stowarzyszenia Księgowych w Polsce		
Literatura uzupełniająca		
T. Copeland, T. Koller, J. Murrin (1990): Valuation: Measuring and Managing the Value of Companies. John Wiley & Sons		
NAKŁAD PRACY STUDENTA:		
	Liczba godzin	
Zajęcia dydaktyczne	18	
Udział w konsultacjach	10	
Zdawanie egzaminu lub/i zaliczenia	2	
Przygotowanie się do zajęć	17	
Studiowanie literatury	17	
Przygotowanie się do egzaminu lub/i zaliczenia	11	
ŁĄCZNY nakład pracy studenta w godz.	75	
Liczba punktów ECTS	3	

Nazwa przedmiotu: Zarządzanie portfelem technologicznym (PRZEDMIOTY SPECJALNOŚCIOWE)		Kod przedmiotu: 14.3III22AII16_56	
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot / moduł: Wydział Nauk Ekonomicznych i Zarządzania, Instytut Zarządzania i Inwestycji			
Nazwa kierunku: Zarządzanie			
Forma studiów: drugiego stopnia, niestacjonarne		Profil kształcenia: ogólnoakademicki	Specjalność: Business Management,
Rok / semestr: 2 / 4		Status przedmiotu / modułu: fakultatywny	Język przedmiotu / modułu: polski
Forma zajęć:	wyklady		
Wymiar zajęć:	9		
Koordinator przedmiotu / modułu:	dr hab. Joanna Wiśniewska		
Prowadzący zajęcia:			
Cel przedmiotu / modułu:	Celem jest poznanie problematyki związanej z procesem kształtowania i znaczenia zasobów technologicznych w działalności przedsiębiorstw		
Wymagania wstępne:	Student posiada podstawową wiedzę z zakresu nauki o przedsiębiorstwie, potrafi sklasyfikować rodzaje działalności i wskazać główne obszary funkcjonalne działalności przedsiębiorstw, ma wpojone nawyki kształcenia ustawicznego		
EFEKTY KSZTAŁCENIA		Odniesienie do efektów dla programu	Odniesienie do efektów dla obszaru
Wiedza	1. ma wiedzę na temat zarządzania technologiami w przedsiębiorstwach	K_W02 K_W10	S2A_W01, S2A_W04,
Umiejętności	2. ma umiejętność rozróżniania kluczowych procesów w zarządzaniu technologią i ich uwarunkowań	K_U11	S2A_U06,
TREŚCI PROGRAMOWE			Liczba godzin
Forma zajęć: wyklady			
1. Istota i klasyfikacja technologii, problematyka postępu technologicznego			1
2. Tworzenie potencjału technologicznego w przedsiębiorstwie			1
3. Kluczowe procesy w systemowym zarządzaniu technologią i ich uwarunkowania			1
4. Procesy kreowania, pozyskiwania i rozprzestrzeniania technologii			1
5. Uwarunkowania i formy transferu technologii-sposoby i praktyczne problemy			2
6. Współczesne koncepcje i kierunki kształtowania zasobów technologicznych			1
7. Współczesne wyzwania w zakresie zmian technologicznych na świecie			1
8. Zaliczenie			1
Metody kształcenia	Konwersatorium Prezentacje z wykorzystaniem środków multimedialnych Praca w grupach Dyskusja		
Metody weryfikacji efektów kształcenia			Nr efektu kształcenia z sylabusu
	* kolokwium		1,2,
	* zajęcia praktyczne (weryfikacja poprzez obserwację)		1,2,

Forma i warunki zaliczenia	<p>Zaliczenie pisemne- sprawdzenie osiągniętych efektów kształcenia w zakresie wiedzy i umiejętności uzyskanych podczas uczestnictwa w konwersatorium (test maksymalnie 10 pytań otwartych): 50 % oceny końcowej. Aktywność na zajęciach- udział w dyskusji, praca w grupach: 50 % oceny końcowej. Ocena z wykładu jest uzyskiwana na podstawie pisemnego zaliczenia tej formy zajęć na ostatnim wykładzie.</p> <p>Student otrzymuje ocenę dostateczną, gdy potrafi omówić podstawowe zagadnienia związane z procesem kształtowania i znaczenia zasobów technologicznych w działalności przedsiębiorstw, co sprawdza osiągnięte efekty kształcenia w zakresie wiedzy i umiejętności uzyskanych podczas uczestnictwa w wykładach.</p> <p>Ocena z przedmiotu jest oceną z wykładu.</p>
Literatura podstawowa	
Grudzewski W. M., Hejduk I. K. (2008): Zarządzanie technologiami. Zaawansowane technologie i wyzwanie ich komercjalizacji. Difin	
Wiśniewska J., Janasz K. (2012): Innowacyjność organizacji wobec wyzwań strategii inteligentnego i zrównoważonego rozwoju. Difin	
Wiśniewska J. (2010): Procesy transferu technologii w bankach komercyjnych w Polsce. Wydawnictwo Uniwersytetu Szczecińskiego	
(2003): Negocjacje w transferze technologii. UNIDO	
Literatura uzupełniająca	
Janasz W. (2011): Innowacje w zrównoważonym rozwoju organizacji. Difin	
Janasz W. (2009): Innowacje w strategii rozwoju organizacji w Unii Europejskiej. Difin	
Lowe P. (1999): Zarządzanie technologią. Możliwości poznawcze i szanse. Wydawnictwo Naukowe Śląsk	
NAKŁAD PRACY STUDENTA:	
	Liczba godzin
Zajęcia dydaktyczne	9
Udział w konsultacjach	7
Zdawanie egzaminu lub/i zaliczenia	2
Przygotowanie się do zajęć	10
Studiowanie literatury	11
Przygotowanie się do egzaminu lub/i zaliczenia	11
ŁĄCZNY nakład pracy studenta w godz.	50
Liczba punktów ECTS	2

Nazwa przedmiotu: Analiza danych marketingowych (PRZEDMIOTY SPECJALNOSCIOWE)		Kod przedmiotu: 14.3III22AII17_57	
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot / moduł: Wydział Nauk Ekonomicznych i Zarządzania, Instytut Zarządzania i Marketingu			
Nazwa kierunku: Zarządzanie			
Forma studiów: drugiego stopnia, niestacjonarne		Profil kształcenia: ogólnoakademicki	Specjalność: Business Management,
Rok / semestr: 2 / 4		Status przedmiotu / modułu: fakultatywny	Język przedmiotu / modułu: polski
Forma zajęć:	wyklady		
Wymiar zajęć:	9		
Koordynator przedmiotu / modułu:	dr hab. Augustyna Burlita		
Prowadzący zajęcia:			
Cel przedmiotu / modułu:	Zapoznanie studentów z zagadnieniami dotyczącymi metod analizowania danych marketingowych i ich wykorzystywania w procesie zarządzania marketingowego organizacją		
Wymagania wstępne:	Student posiada wiedzę w zakresie statystyki, badań marketingowych i zarządzania marketingowego oraz umiejętność gromadzenia, przetwarzania i analizowania informacji, a także samodzielnego wyciągania wniosków i ich wykorzystania w procesie zarządzania marketingowego, potrafi też pracować samodzielnie, ma wpojone nawyki kształcenia ustawicznego, jest odpowiedzialny za powierzone zadania.		
EFEKTY KSZTAŁCENIA		Odniesienie do efektów dla programu	Odniesienie do efektów dla obszaru
Wiedza	1. zna zakres, rodzaje, proces i metody prowadzenia analizy danych marketingowych.	K_W13	S2A_W06,
Umiejętności	2. posiada pogłębioną umiejętność wyszukiwania danych, przeprowadzenia analizy oraz krytycznej interpretacji i oceny zjawisk.	K_U03 K_U11	S2A_U02, S2A_U06,
TREŚCI PROGRAMOWE			Liczba godzin
Forma zajęć: wyklady			
1. Istota, znaczenie, rodzaje i procesy analizy marketingowej (wprowadzenie do przedmiotu, objaśnienie podstawowych pojęć).			1
2. Sprzedaż jako przedmiot analizy.			1
3. Analiza klientów.			1
4. Analiza produktu.			1
5. Analiza cen.			1
6. Analiza dystrybucji.			1
7. Analiza komunikacji			1
8. Zaliczenie przedmiotu.			2
Metody kształcenia	Prezentacja multimedialna Rozwiązywanie zadań Studia przypadków		
Metody weryfikacji efektów kształcenia			Nr efektu kształcenia z sylabusu
	* kolokwium		1,2,
Forma i warunki zaliczenia	Forma i warunki zaliczenia wykładów : Studenci oceniani są na podstawie pisemnego kolokwium obejmujące wiedzę z wykładów i zalecanej literatury (3 zadania; podczas kolokwium studenci mogą korzystać z opracowanych przez siebie wzorów). Ocenianie: Student otrzymuje ocenę dostateczną - gdy potrafi poprawnie rozwiązać 2 z 3 zadań oraz wyciągnąć podstawowe wnioski z przeprowadzonej analizy. Ocena z przedmiotu jest równa ocenie uzyskanej z zaliczenia.		
Literatura podstawowa			

Strzyewska M., Rószkiewicz M. (2002): Analizy marketingowe. Difin, Warszawa	
Mynarski S. (2000): Praktyczne metody analizy danych rynkowych i marketingowych. Zakamycze, Kraków	
Kozielski R. (red.) (2004): Wskaźniki marketingowe. Oficyna Ekonomiczna, Kraków	
Rószkiewicz M. (2002): Metody ilościowe w badaniach marketingowych. PWN, Warszawa	
Literatura uzupełniająca	
Pieczkolan R. (2005): Informacja marketingowa. PWE, Warszawa	
Mazurek-Łopacińska K. (red.) (2005): Badania marketingowe. Teoria i praktyka. PWN, Warszawa	
Churchil G. A. (2002): Badania marketingowe. Podstawy metodologiczne. PWN, Warszawa	
Hill N., Alexander J. (2003): Pomiar satysfakcji i lojalności klientów. Oficyna Ekonomiczna, Kraków	
NAKŁAD PRACY STUDENTA:	
	Liczba godzin
Zajęcia dydaktyczne	9
Udział w konsultacjach	10
Zdawanie egzaminu lub/i zaliczenia	2
Przygotowanie się do zajęć	20
Studiowanie literatury	20
Przygotowanie się do egzaminu lub/i zaliczenia	14
ŁĄCZNY nakład pracy studenta w godz.	75
Liczba punktów ECTS	3

Nazwa przedmiotu: Przywództwo w organizacji / Leadership in organization (PRZEDMIOTY SPECJALNOŚCIOWE)		Kod przedmiotu: 14.3III22AII17_58	
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot / moduł: Wydział Nauk Ekonomicznych i Zarządzania, Instytut Zarządzania i Marketingu			
Nazwa kierunku: Zarządzanie			
Forma studiów: drugiego stopnia, niestacjonarne		Profil kształcenia: ogólnoakademicki	Specjalność: Business Management,
Rok / semestr: 2 / 4		Status przedmiotu / modułu: fakultatywny	Język przedmiotu / modułu: angielski
Forma zajęć:	konwersatoria		
Wymiar zajęć:	9		
Koordynator przedmiotu / modułu:	dr hab. inż. Alberto Lozano-Platonoff		
Prowadzący zajęcia:			
Cel przedmiotu / modułu:	Celem jest uświadomienie studentom znaczenia przywództwa w podnoszeniu efektywności zarządzania organizacją.		
Wymagania wstępne:	Student zna podstawy zarządzania, zachowań organizacyjnych, ekonomiki organizacji. Potrafi brać udział w dyskusji oraz aktywnie poszukiwać informacji. Student posiada umiejętność pracy zespołowej.		
EFEKTY KSZTAŁCENIA		Odniesienie do efektów dla programu	Odniesienie do efektów dla obszaru
Wiedza	1. wyjaśnia podstawowe pojęcia dotyczące przywództwa w organizacji z uwzględnieniem rozwoju teorii przywództwa 2. wyjaśnia czynniki wpływające na efektywność podejmowanych działań przywódczych	K_W02 K_W12 K_W21 K_W05	S2A_W01, S2A_W05, S2A_W11, S2A_W02,
Umiejętności	3. wskazuje najważniejsze kompetencje przywódcze oraz wyróżnia sposoby ich rozwijania, wyjaśnia wpływ rozwoju kompetencji menadżerskich na efektywność zarządzania organizacją 4. bierze czynny udział w dyskusji w języku angielskim i prezentuje treści z wykorzystaniem języka angielskiego	K_U01 K_U18 K_U17 K_U16	S2A_U01, S2A_U11, S2A_U10, S2A_U09,
Kompetencje społeczne	5. potrafi rozstrzygać dylematy zawodowe z zakresu przywództwa na podstawie opracowywanego opisu studium przypadku	K_K04	S2A_K04,
TREŚCI PROGRAMOWE			Liczba godzin
Forma zajęć: konwersatoria			
1. Kim jest przywódca - istotne cechy i zachowania przywódcze			1
2. Przegląd podstawowych podejść do koncepcji przywództwa			1
3. Uwarunkowania efektywności przywództwa i przykłady efektywnego przywództwa			1
4. Sytuacyjna koncepcja przywództwa			1
5. Rozwijanie kompetencji przywódcy w oparciu o koncepcję P. Cardona i P. Garcia-Lombardia			2
6. Specyfika i rola przywództwa w czasie zmian i kryzysu			1
7. Prezentacje studentów projektów zespołowych - przedstawienie studiów przypadku			2
Metody kształcenia	Dyskusja w oparciu o zadaną literaturę, metoda przypadków, praca w grupach, analiza dokumentów źródłowych, dyskusje w zespołach.		
Metody weryfikacji efektów kształcenia			Nr efektu kształcenia z sylabusu
	* prezentacje		1,3,4,5,
	* praca pisemna/esej/recenzja		1,2,3,5,

<p>Forma i warunki zaliczenia</p>	<p>Forma i warunki zaliczenia: <input type="checkbox"/> studenci oceniani są na podstawie pracy zaliczeniowej przygotowanej w zespołach 3-4 osobowych dotyczących analizy studium przypadku przywódców osiągających sukcesy w zarządzaniu organizacjami.</p> <p>Ocenianie: <input type="checkbox"/> dostateczny: student rozumie znaczenie przywództwa w zarządzaniu przedsiębiorstwem oraz zna podstawowe pojęcia z zakresu zagadnienia przywództwa.</p> <p>Ocena z przedmiotu: <input type="checkbox"/> ocena jest równa ocenie uzyskanej z zaliczenia.</p>
<p>Literatura podstawowa</p>	
<p>Prentice W. C. H. (2004 January, Vol. 82 Issue 1,): Understanding Leadership. Harvard Business Review s. 102-109</p>	
<p>Goleman D. (2004 January, Vol. 82 Issue 1): What Makes a Leader?. Harvard Business Review s. 82-91</p>	
<p>Zaleznik A. (2004 January, Vol. 82 Issue 1): Managers and Leaders: Are They Different?. Harvard Business Review s. 74-81</p>	
<p>Rooke D. , Torbert W.R. (2005 April, Vol. 83 Issue 4): 7 Transformations of Leadership. Harvard Business Review s. 66-76</p>	
<p>Heifetz R. , Grashow A., Linsky M. (2009 July/August, Vol. 87 Issue 7/8): Leadership in a (Permanent) Crisis. Harvard Business Review s. 62-69</p>	
<p>Fuda P., Badham R. (2011 November, Vol. 89 Issue 11): Fire, Snowball, Mask, Movie: How Leaders Spark and Sustain Change. Harvard Business Review s. 145-148</p>	
<p>Nonaka I., Takeuchi H. (2011 May, Vol. 89 Issue 5): The Wise Leader. Harvard Business Review s. 58-67</p>	
<p>Literatura uzupełniająca</p>	
<p>Cardona P., P. Garcia-Lombardia (2005): How to develop leadership competencies. Pamplona</p>	
<p>Hersey P., K.H. Blanchard, D.E. Johnson (2008): Management of Organizational Behavior - Leading Human Resources. Prentice Hall</p>	
<p style="text-align: center;">NAKŁAD PRACY STUDENTA:</p>	
	<p>Liczba godzin</p>
<p>Zajęcia dydaktyczne</p>	<p>9</p>
<p>Udział w konsultacjach</p>	<p>10</p>
<p>Zdawanie egzaminu lub/i zaliczenia</p>	<p>2</p>
<p>Przygotowanie się do zajęć</p>	<p>15</p>
<p>Studiowanie literatury</p>	<p>15</p>
<p>Przygotowanie projektu / eseju / itp.</p>	<p>24</p>
<p>ŁĄCZNY nakład pracy studenta w godz.</p>	<p>75</p>
<p>Liczba punktów ECTS</p>	<p>3</p>

Nazwa przedmiotu: Transfer technologii (PRZEDMIOTY SPECJALNOŚCIOWE)		Kod przedmiotu: 14.3III22AII16_59	
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot / moduł: Wydział Nauk Ekonomicznych i Zarządzania, Instytut Zarządzania i Inwestycji			
Nazwa kierunku: Zarządzanie			
Forma studiów: drugiego stopnia, niestacjonarne		Profil kształcenia: ogólnoakademicki	Specjalność: Zarządzanie innowacjami,
Rok / semestr: 1 / 2		Status przedmiotu / modułu: fakultatywny	Język przedmiotu / modułu: polski
Forma zajęć:	wyklady		
Wymiar zajęć:	9		
Koordinator przedmiotu / modułu:	dr hab. Joanna Wiśniewska		
Prowadzący zajęcia:			
Cel przedmiotu / modułu:	Celem przedmiotu jest uzyskanie podstawowej wiedzy na temat kanałów i metod transferu technologii jako elementu egzogenicznego postępu technicznego oraz mechanizmu kreowania innowacyjności		
Wymagania wstępne:	Student zna podstawowe pojęcia z zakresu innowacji w przedsiębiorstwie, rozróżnia podstawowe kategorie ekonomiczne, jak np. zasoby, procesy itd., ma wpojone nawyki kształcenia ustawicznego		
EFEKTY KSZTAŁCENIA		Odniesienie do efektów dla programu	Odniesienie do efektów dla obszaru
Wiedza	1. zna potencjalne kanały i metody transferu technologii, oraz uwarunkowania tego rodzaju procesów 2. ma wiedzę na temat kształtowania i wspierania procesów transferu technologii oraz ich wpływu na rozwój i innowacyjność podmiotów	K_W04 K_W10 K_W20	S2A_W02, S2A_W04, S2A_W10,
TREŚCI PROGRAMOWE			Liczba godzin
Forma zajęć: wyklady			
1. Transfer technologii a rozwój			2
2. Rynek technologii			1
3. Ośrodki innowacji w systemie transferu technologii i komercjalizacji wiedzy			1
4. Podstawowe metody i płaszczyzny transferu technologii			1
5. Uwarunkowania transferu technologii- stymulatory i bariery			1
6. Wsparcie procesów transferu technologii			1
7. Rola bezpośrednich inwestycji zagranicznych w procesach transferu technologii			1
8. Zaliczenie			1
Metody kształcenia	Wykład z wykorzystaniem środków audiowizualnych, dyskusje		
Metody weryfikacji efektów kształcenia			Nr efektu kształcenia z sylabusu
	* kolokwium		1,2,
	* praca pisemna/esej/recenzja		1,2,
Forma i warunki zaliczenia	Ocena z wykładu jest uzyskiwana na podstawie pisemnego zaliczenia tej formy zajęć na ostatnim wykładzie. Zaliczenie jest pisemne i wymaga uzyskania 60% całości punktów. Student otrzymuje ocenę dostateczną, gdy potrafi omówić podstawowe zagadnienia związane z kanałami i metodami transferu technologii jako elementu egzogenicznego postępu technicznego oraz mechanizmu kreowania innowacyjności, co sprawdza osiągnięte efekty kształcenia w zakresie wiedzy uzyskanych podczas uczestnictwa w wykładach. Ocena z przedmiotu obliczana jest jako ocena uzyskana z zaliczenia.		
Literatura podstawowa			
Matusiak K.B., Guliński J. (2010): System transferu technologii i komercjalizacji wiedzy w Polsce - siły motoryczne i bariery., PARP			

Janasz W. (2009): Innowacje w strategii rozwoju organizacji w Unii Europejskiej. Difin	
Jasiński A.H. (2006): Innowacje i transfer techniki w procesie transformacji. Difin	
Literatura uzupełniająca	
Matusiak K.B., Guliński J (2010): Rekomendacje zmian w polskim systemie transferu technologii i komercjalizacji wiedzy. PARP	
Wiśniewska J. (2010): Procesy transferu technologii w bankach komercyjnych w Polsce., Uniwersytet Szczeciński	
(2004): Negocjacje w transferze technologii, Podręcznik szkoleniowy. UNIDO	
NAKŁAD PRACY STUDENTA:	
	Liczba godzin
Zajęcia dydaktyczne	9
Udział w konsultacjach	10
Zdawanie egzaminu lub/i zaliczenia	2
Przygotowanie się do zajęć	7
Studiowanie literatury	14
Przygotowanie się do egzaminu lub/i zaliczenia	8
ŁĄCZNY nakład pracy studenta w godz.	50
Liczba punktów ECTS	2

Nazwa przedmiotu: Strategie rozwoju przedsiębiorstw (PRZEDMIOTY SPECJALNOŚCIOWE)		Kod przedmiotu: 14.3III22AII16_61	
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot / moduł: Wydział Nauk Ekonomicznych i Zarządzania, Instytut Zarządzania i Inwestycji			
Nazwa kierunku: Zarządzanie			
Forma studiów: drugiego stopnia, niestacjonarne		Profil kształcenia: ogólnoakademicki	Specjalność: Zarządzanie innowacjami,
Rok / semestr: 1 / 2		Status przedmiotu / modułu: fakultatywny	Język przedmiotu / modułu: polski
Forma zajęć:	wykłady		
Wymiar zajęć:	9		
Koordinator przedmiotu / modułu:	dr hab. Maria Białasiewicz		
Prowadzący zajęcia:			
Cel przedmiotu / modułu:	Celem jest przekazanie studentom wiedzy z zakresu identyfikacji i dopasowania strategii realizowanych na wszystkich poziomach przedsiębiorstwa oraz umiejętności dokonania wyboru optymalnej strategii działania na rynku.		
Wymagania wstępne:	Wiedzy: zna podstawowe pojęcia typu przedsiębiorca, przedsiębiorczość, zna typy i formy przedsiębiorstw Umiejętności: potrafi dokonać analizy funkcjonowania przedsiębiorstwa Kompetencji (postaw): jest przygotowany do analizy opisów przypadku, potrafi pracować w grupie		
EFEKTY KSZTAŁCENIA		Odniesienie do efektów dla programu	Odniesienie do efektów dla obszaru
Wiedza	1. zna istotę i klasyfikacje strategii oraz proces tworzenia strategii 2. zna kryteria wyboru optymalnej strategii działania przedsiębiorstwa na rynku	K_W06 K_W17 K_W14	S2A_W03, S2A_W08, S2A_W07,
TREŚCI PROGRAMOWE			Liczba godzin
Forma zajęć: wykłady			
1. Identyfikacja istoty strategii oraz wizji, misji i celów strategicznych przedsiębiorstwa			1
2. Proces formułowania strategii. Kryteria wyboru i rodzaje strategii			1
3. Strategie na poziomie przedsiębiorstwa oraz strategie podstawowe			1
4. Strategie dziedzin gospodarowania			2
5. Strategie funkcjonalne i marketingowe			1
6. Strategie wejścia i wyjścia z rynku, strategie stosowane przez przedsiębiorstwa sektora MSP			2
7. Weryfikacja wiedzy i umiejętności (kolokwium)			1
Metody kształcenia	Wykład z wykorzystaniem prezentacji		
Metody weryfikacji efektów kształcenia			Nr efektu kształcenia z sylabusu
	* kolokwium		1,2,
Forma i warunki zaliczenia	Forma i warunki zaliczenia: Studenci są oceniani na podstawie zaliczenia pisemnego (100% oceny); sprawdzian testuje osiągnięcie efektów kształcenia w zakresie wiedzy, który obejmuje od 6 do 8 pytań opisowych Forma i warunki zaliczenia wykładu: przedmiot nie kończy się egzaminem i ocena z wykładu jest uzyskiwana na podstawie pisemnego zaliczenia tej formy zajęć na wykładzie Ocenianie: Student otrzymuje ocenę dostateczną; gdy zna podstawowe pojęcia z zakresu strategii rozwoju przedsiębiorstw, zna główne klasyfikacje strategii oraz ogólnie proces tworzenia strategii Ocena z przedmiotu jest równa ocenie uzyskanej z zaliczenia		
Literatura podstawowa			
Janasz W., Janasz K., Kozioł K., Szopik-Depczyńska K (2010): Zarządzanie strategiczne, koncepcje, metody, strategie. Difin, Warszawa			

Marek S., Białasiewicz M. red. (2011): Podstawy nauki o organizacji. PWE, Warszawa	
Marek S. red. (2008): Elementy nauki o przedsiębiorstwie. Economicus, Szczecin	
Pierścionek Z. (2007): Strategie konkurencji i rozwoju przedsiębiorstwa. PWN, Warszawa	
Porter M.E. (2010): Strategia konkurencji. Wydawnictwo MT Biznes Sp. z o.o., Warszawa	
Literatura uzupełniająca	
Yip G.S. (2004): Strategia globalna. PWE, Warszawa	
Zorska A. (2007): Korporacje transnarodowe. PWE, Warszawa	
Białasiewicz M. red. (2010): Konkurencyjność przedsiębiorstw. Metody Badań, case study. Economicus, Szczecin	
Białasiewicz M. red. (2002): Rozwój przedsiębiorstw. Modele, czynniki, strategie. Wydawnictwo Naukowe US, Szczecin	
NAKŁAD PRACY STUDENTA:	
	Liczba godzin
Zajęcia dydaktyczne	9
Udział w konsultacjach	10
Zdawanie egzaminu lub/i zaliczenia	2
Przygotowanie się do zajęć	7
Studiowanie literatury	7
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	7
Przygotowanie się do egzaminu lub/i zaliczenia	8
ŁĄCZNY nakład pracy studenta w godz.	50
Liczba punktów ECTS	2

Nazwa przedmiotu: Menadżeryzm i partycypacja w zarządzaniu (PRZEDMIOTY SPECJALNOŚCIOWE)			Kod przedmiotu: 14.3III22AII16_62		
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot / moduł: Wydział Nauk Ekonomicznych i Zarządzania, Instytut Zarządzania i Inwestycji					
Nazwa kierunku: Zarządzanie					
Forma studiów: drugiego stopnia, niestacjonarne		Profil kształcenia: ogólnoakademicki		Specjalność: Zarządzanie innowacjami,	
Rok / semestr: 1 / 2		Status przedmiotu / modułu: fakultatywny		Język przedmiotu / modułu: polski	
Forma zajęć:	wyklady	ćwiczenia			
Wymiar zajęć:	9	15			
Koordynator przedmiotu / modułu:	dr Barbara Czerniachowicz				
Prowadzący zajęcia:					
Cel przedmiotu / modułu:	Celem jest wskazanie roli kadry menedżerskiej współczesnego przedsiębiorstwa w procesie decyzyjnym oraz zapoznanie studentów z ideą partycypacji pracowników w zarządzaniu				
Wymagania wstępne:	Wiedzy: z zakresu zarządzania przedsiębiorstwem i nauki o organizacji Umiejętności: tworzenie planów strategicznych, taktycznych i operacyjnych dla przedsiębiorstwa Kompetencji (postaw): gotowy do podejmowania decyzji oraz pracy w zespole				
EFEKTY KSZTAŁCENIA			Odniesienie do efektów dla programu	Odniesienie do efektów dla obszaru	
Wiedza	1. zna zadania kadry menedżerskiej na poszczególnych szczeblach zarządzania i potrafi określić typy współczesnych menedżerów oraz ich kompetencje. 2. zna zasady i formy partycypacji udziałowców w zarządzaniu przedsiębiorstwem.		K_W01 K_W10 K_W22 K_W21 K_W05	S2A_W01, S2A_W04, S2A_W11, S2A_W11, S2A_W02,	
Umiejętności	3. potrafi stworzyć plan wdrożenia idei partycypacji pracowniczej dla konkretnego przedsiębiorstwa		K_U05	S2A_U02,	
Kompetencje społeczne	4. doskonali umiejętność dyskusji w grupie i pracy zespołowej		K_K02	S2A_K02,	
TREŚCI PROGRAMOWE				Liczba godzin	
Forma zajęć: wyklady					
1. Ewolucja podejścia do zarządzania przedsiębiorstwem				1	
2. Kierowanie jako proces podejmowania decyzji.				1	
3. Menedżeryzm i przywództwo - rola menedżera jako podmiotu zarządzającego.				1	
4. Geneza i istota partycypacji w zarządzaniu. Modele zarządzania partycypacyjnego				1	
5. Pojęcie partycypacyjnych grup interesu w procesie zarządzania przedsiębiorstwem.				2	
6. Koncepcja intraprzedsiebiorczości jako sposób na włączanie pracowników w proces zarządzania przedsiębiorstwem.				1	
7. Zarządzanie partycypacyjne w świetle uregulowań prawnych.				2	
Forma zajęć: ćwiczenia					
1. Istota zarządzania przedsiębiorstwem				2	
2. Rola menedżerów różnych szczebli w zarządzaniu przedsiębiorstwem. Kompetencje menedżerskie w kontekście organizacyjnym. Case study.				2	
3. Nowe role menedżerów we współczesnych organizacjach.				2	
4. Idea i formy partycypacji pracowniczej w zarządzaniu przedsiębiorstwem. Case study.				2	
5. Partycypacja w zarządzaniu a motywowanie pracowników. Case study.				2	

6. Partycypacja udziałowców a efektywność zarządzania organizacjami.		3
7. Zaliczenie w formie pisemnego kolokwium.		2
Metody kształcenia	Prezentacja multimedialna, metoda przypadków, dyskusje w grupie	
Metody weryfikacji efektów kształcenia		Nr efektu kształcenia z sylabusu
	* kolokwium	1,2,
	* projekt	3,4,
Forma i warunki zaliczenia	<p>Forma i warunki zaliczenia: Zaliczenie pisemne obejmujące treści wykładowe (60% oceny) - zaliczenie w formie pisemnej obejmujące od 6 do 10 pytań; pytania otwarte z teoretycznej części materiału, pytania otwarte dotyczące przykładów z praktyki gospodarczej. Projekt grupowy: (30 % oceny) - w ramach pracy zespołowej studenci przygotowują projekt wdrożenia idei partycypacji pracowniczej w wybranym przedsiębiorstwie. Aktywność na zajęciach: (10% oceny) studenci oceniani są pod kątem aktywności na zajęciach, która obejmuje: dyskusję wniosków z analizy przypadków.</p> <p>Forma i warunki zaliczenia wykładów: przedmiot nie kończy się egzaminem i ocena z wykładu jest uzyskiwana na podstawie pisemnego zaliczenia tej formy zajęć poprzez pozytywne zaliczenie pytań z zakresu wykładu dołączanych do problemów podczas kolokwium na ćwiczeniach.</p> <p>Ocenianie: Student otrzymuje ocenę dostateczną; gdy umie wymienić zadania menedżerów poszczególnych szczebli zarządzania, poprawnie definiuje jedynie część nowych ról menedżerskich i odpowiadających im kompetencji, zna definicje i niektóre formy partycypacji w zarządzaniu.</p> <p>Ocena z przedmiotu jest równa ocenie uzyskanej z zaliczenia (kolokwium 60% oceny końcowej, projekt 30% oceny końcowej, aktywność 10% oceny końcowej).</p>	
Literatura podstawowa		
Dowgiało Z., Zadworny W. (2005): Rola menedżera w zarządzaniu przedsiębiorstwem. Wybrane problemy, praktyczne zasady, techniki. Wydawnictwo Znicz, Szczecin		
Gliński B., Kuc B.R., Fołtyn H. (2000): Menedżeryzm, strategię, zarządzanie. Wydawnictwo Key Text, Warszawa		
Lachiewicz S. (2007): Menedżerowie w strukturach władzy organizacji gospodarczych. PWE, Warszawa		
Mendel T. (2011): Partycypacja w zarządzaniu współczesnymi organizacjami. AE w Poznaniu, Poznań		
Piwowarczyk J. (2006): Partycypacja w zarządzaniu a motywowanie pracowników. Oficyna Ekonomiczna, Kraków		
Literatura uzupełniająca		
Rakowska A. (2007): Kompetencje menedżerskie kadry kierowniczej we współczesnych organizacjach. Wydawnictwo Uniwersytetu M. Curie-Skłodowskiej, Lublin		
Ratyński W., Müller C.F. (2002): Menedżerskie i organizatorskie metody zarządzania. Akademia Prawa, Warszawa		
NAKŁAD PRACY STUDENTA:		
	Liczba godzin	
Zajęcia dydaktyczne	24	
Udział w konsultacjach	10	
Zdawanie egzaminu lub/i zaliczenia	2	
Przygotowanie się do zajęć	14	
Studiowanie literatury	9	
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	8	
Przygotowanie się do egzaminu lub/i zaliczenia	8	
ŁĄCZNY nakład pracy studenta w godz.	75	
Liczba punktów ECTS	3	

Nazwa przedmiotu: Metody i techniki doskonalenia jakości (PRZEDMIOTY SPECJALNOŚCIOWE)			Kod przedmiotu: 14.3III22AII16_63		
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot / moduł: Wydział Nauk Ekonomicznych i Zarządzania, Instytut Zarządzania i Inwestycji					
Nazwa kierunku: Zarządzanie					
Forma studiów: drugiego stopnia, niestacjonarne		Profil kształcenia: ogólnoakademicki		Specjalność: Zarządzanie innowacjami,	
Rok / semestr: 2 / 3		Status przedmiotu / modułu: fakultatywny		Język przedmiotu / modułu: polski	
Forma zajęć:	wykłady	ćwiczenia			
Wymiar zajęć:	9	3			
Koordynator przedmiotu / modułu:	dr inż. Marian Gołębiowski				
Prowadzący zajęcia:					
Cel przedmiotu / modułu:	Celem jest uzyskanie podstawowej wiedzy dotyczącej poprawy jakości produktów i wykorzystania jej w praktyce				
Wymagania wstępne:	Student zna w zakresie wiedzy: podstawy zarządzania jakością w organizacji, w zakresie umiejętności: potrafi określić podstawowe właściwości produktu, w zakresie kompetencji: potrafi pracować w grupie i ma nawyki kształcenia ustawicznego				
EFEKTY KSZTAŁCENIA			Odniesienie do efektów dla programu		Odniesienie do efektów dla obszaru
Wiedza	1. ma pogłębioną wiedzę na temat metod i narzędzi doskonalenia jakości produktów i procesów		K_W01		S2A_W01,
	2. ma wiedzę na temat regulacji dotyczących zarządzania jakością w przedsiębiorstwie (norm jakościowych)		K_W16		S2A_W07,
TREŚCI PROGRAMOWE					Liczba godzin
Forma zajęć: wykłady					
1. Idea, potrzeba i proces doskonalenia jakości					3
2. Metody i techniki doskonalenia jakości					2
3. Metoda PDCA jako podstawowe narzędzie systemowe ciągłego doskonalenia jakości					2
4. Kaizen jako filozofia doskonalenia jakości					2
Forma zajęć: ćwiczenia					
1. Metoda QFD					1
2. Metoda FMEA					1
3. Metoda 8 D					1
Metody kształcenia	Wykład z elementami konwersatoryjnymi, ćwiczenia z wykorzystaniem case study. Prezentacja multimedialna				
Metody weryfikacji efektów kształcenia					Nr efektu kształcenia z sylabusu
	* kolokwium				1,2,
Forma i warunki zaliczenia	Kolokwium zaliczeniowe obejmuje wiedzę z wykładów oraz zalecanej literatury (test z pytaniami wielokrotnego wyboru, zaliczenie testu na ocenę dostateczną wymaga uzyskania 60% możliwych punktów). Zaliczenie ćwiczeń na podstawie ocen cząstkowych otrzymywanych w trakcie semestru za określone działania i prace studenta: obecność, aktywność oraz kolokwium. Ocena z wykładu jest uzyskiwana na podstawie pisemnego zaliczenia tej formy zajęć na ostatnim wykładzie. Student otrzymuje ocenę dostateczną, gdy potrafi omówić podstawowe zagadnienia związane z poprawą jakości produktów i ich wykorzystania w praktyce, co sprawdza osiągnięte efekty kształcenia w zakresie wiedzy i umiejętności uzyskanych podczas uczestnictwa w wykładach i ćwiczeniach. Ocena z przedmiotu obliczana jest jako średnia arytmetyczna ocen uzyskanych z wykładu oraz zaliczenia.				
Literatura podstawowa					

Fraś J., Gołębiowski M., Bielawa A. (2006): Podstawy zarządzania jakością w przedsiębiorstwie. Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego	
Łuczak J., Matuszak-Flejszman A. (2007): Metody i techniki zarządzania jakością. Kompendium wiedzy. Quality Progress	
Żuchowski J., Łagowski E. (2004): Narzędzia i metody doskonalenia jakości. Wydawnictwo Politechniki Radomskiej http://www.us.esylabusy.pl/theme/szablon1/gfx/textln.gifki	
Literatura uzupełniająca	
Gołębiowski M. (2008): Teoretyczne aspekty doskonalenia jakości w organizacji, w: Studia i Prace WNEiZ nr 1. Wydawnictwo Naukowe US 157-164	
Fraś J. (2008): Zarządzanie jakością usług w instytucjach publicznych. Wydawnictwo Naukowe US	
Problemy Jakości. SIGMA-NOT	
Zarządzanie Jakością. Instytut Doskonalenia Organizacji	
NAKŁAD PRACY STUDENTA:	
	Liczba godzin
Zajęcia dydaktyczne	12
Udział w konsultacjach	7
Zdawanie egzaminu lub/i zaliczenia	2
Przygotowanie się do zajęć	11
Studiowanie literatury	11
Przygotowanie się do egzaminu lub/i zaliczenia	7
ŁĄCZNY nakład pracy studenta w godz.	50
Liczba punktów ECTS	2

Nazwa przedmiotu: Zarządzanie w korporacjach ponadnarodowych (PRZEDMIOTY SPECJALNOŚCIOWE)			Kod przedmiotu: 14.3III22AII16_64		
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot / moduł: Wydział Nauk Ekonomicznych i Zarządzania, Instytut Zarządzania i Inwestycji					
Nazwa kierunku: Zarządzanie					
Forma studiów: drugiego stopnia, niestacjonarne		Profil kształcenia: ogólnoakademicki		Specjalność: Zarządzanie innowacjami,	
Rok / semestr: 2 / 3		Status przedmiotu / modułu: fakultatywny		Język przedmiotu / modułu: polski	
Forma zajęć:	wyklady	ćwiczenia			
Wymiar zajęć:	9	12			
Koordinator przedmiotu / modułu:	dr Malwina Szczepkowska				
Prowadzący zajęcia:					
Cel przedmiotu / modułu:	Celem jest przekazanie studentom wiedzy z zakresu funkcjonowania przedsiębiorstw globalnych na rynku światowym a także z zakresu zarządzania wybranymi funkcjami w tych podmiotach				
Wymagania wstępne:	Wiedzy: student zna podstawowe pojęcia z zakresu ekonomii Umiejętności: potrafi pracować w grupie i korzystać z metody analizy przypadków Kompetencji (postaw): rozumie konieczność kształcenia ustawicznego				
EFEKTY KSZTAŁCENIA			Odniesienie do efektów dla programu	Odniesienie do efektów dla obszaru	
Wiedza	1. zna pojęcia dotyczące firmy globalnej, jej przejawy i efekty		K_W04 K_W07 K_W08	S2A_W02, S2A_W03, S2A_W03,	
Umiejętności	2. potrafi zidentyfikować i przeanalizować strategie realizowane przez wybrane przedsiębiorstw globalne oraz dokonać oceny procesów fuzji i przejęć, a także zidentyfikować ich efekty		K_U04 K_U05	S2A_U02, S2A_U02,	
Kompetencje społeczne	3. uczy się krytycznej analizy przypadków firm		K_K07	S2A_K06,	
TREŚCI PROGRAMOWE				Liczba godzin	
Forma zajęć: wyklady					
1. Identyfikacja procesu globalizacji, istota firmy globalnej, jej cechy i przejawy.					1
2. Powstanie firmy globalnej, umiędzynarodowienie działalności.					1
3. Przemiany w korporacjach transnarodowych. Międzynarodowa współpraca przedsiębiorstw.					1
4. Fuzje i przejęcia na rynku globalnym, koncentracja a kooperacja.					1
5. Zarządzanie międzynarodowe.					1
6. Czynniki kulturowe w zarządzaniu. Marketing w firmach globalnych. Zarządzanie zasobami ludzkimi w korporacjach globalnych.					2
7. Strategie firm globalnych.					1
8. Strategie wejścia firm globalnych na nowe rynki.					1
Forma zajęć: ćwiczenia					
1. Dyskusja o przejawach i kontrowersjach dotyczących globalizacji.					2
2. Identyfikacja firmy globalnej na podstawie case study.					2
3. Współpraca i konkurencja w firmach globalnych - dyskusja, case study.					2
4. Marketing w firmach globalnych - case study.					3
5. Strategie personalne realizowane w korporacji na przykładzie wybranych firm.					1
6. Charakterystyka strategii firm, case study.					2

Metody kształcenia	<p>Wykład z wykorzystaniem prezentacji Dyskusje studentów Praca z grupach nad problemem Rozwiązywanie zadań, analizy przypadków (case study) Mikroreferaty przygotowywane indywidualnie przez studentów</p>	
Metody weryfikacji efektów kształcenia		Nr efektu kształcenia z sylabusu
	* kolokwium	1,2,
	* projekt	2,3,
Forma i warunki zaliczenia	<p>Forma i warunki zaliczenia: Ocena zaliczeniowa ustalana jest na podstawie ocen cząstkowych otrzymywanych w trakcie semestru za określone działania i prace studenta: 70% oceny stanowi zaliczenie pisemne przedmiotu w postaci kolokwium pisemnego (około 8 pytań). Pytania otwarte z teoretycznej części materiału oraz dotyczące przykładów z praktyki gospodarczej. 20 % oceny to projekty zespołowe realizowane na ćwiczeniach, praca nad przypadkami przedsiębiorstw z praktyki gospodarczej. Projekty testują umiejętności studentów w zakresie wykorzystania posiadanej wiedzy do oceny analizowanych zjawisk oraz prognozowania działań organizacji gospodarczej na podstawie wyciągniętych wniosków. 10% oceny stanowi aktywność na zajęciach wynikająca z dyskusji o wnioskach z analizy przypadków oraz przygotowania i wygłoszenia mikro-referatów.</p> <p>Forma i warunki zaliczenia wykładu: przedmiot nie kończy się egzaminem i ocena z wykładu jest uzyskiwana na podstawie pisemnego zaliczenia tej formy zajęć.</p> <p>Ocenianie: Student otrzymuje ocenę dostateczną, gdy zna podstawowe pojęcia z zakresu przedsiębiorstwa globalnego, etapów jego powstania i przejawów dla rynku globalnego. Orientuje się co do strategii działania firm globalnych.</p> <p>Ocena z przedmiotu jest równa ocenie uzyskanej z zaliczenia, gdzie 70% oceny stanowi zaliczenie pisemne przedmiotu a 30% praca własna studenta.</p>	
Literatura podstawowa		
Marek S., Białasiewicz M. (red.) (2011): Podstawy nauki o organizacji. PWE		
Yip G.S. (2004): Strategia globalna. PWE		
Zorska A. (2007): Korporacje globalne. PWE		
Marek S. (red.) (2008): Elementy nauki o przedsiębiorstwie. Economicus		
Sowa K. (2006): Strategie międzynarodowe. Difin		
Nowakowski M.K. (red.) (2005): Biznes międzynarodowy. Od internacjonalizacji do globalizacji. Wyd. SGH		
Literatura uzupełniająca		
Gorynia M. (2007): Strategie zagranicznej ekspansji przedsiębiorstw. PWE		
Duliniec E. (2004): Marketing międzynarodowy. PWE		
Flejterski S., Wahl P. T. (2003): Ekonomia globalna. Difin		
Gesteland R. (2000): Różnice kulturowe a zachowania w biznesie. PWN		
NAKŁAD PRACY STUDENTA:		
	Liczba godzin	
Zajęcia dydaktyczne	21	
Udział w konsultacjach	10	
Zdawanie egzaminu lub/i zaliczenia	2	
Przygotowanie się do zajęć	11	
Studiowanie literatury	10	
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	12	
Przygotowanie się do egzaminu lub/i zaliczenia	9	
ŁĄCZNY nakład pracy studenta w godz.	75	
Liczba punktów ECTS	3	

Nazwa przedmiotu: Zarządzanie produktem (PRZEDMIOTY SPECJALNOŚCIOWE)		Kod przedmiotu: 14.3III22AII17_65	
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot / moduł: Wydział Nauk Ekonomicznych i Zarządzania, Instytut Zarządzania i Marketingu			
Nazwa kierunku: Zarządzanie			
Forma studiów: drugiego stopnia, niestacjonarne		Profil kształcenia: ogólnoakademicki	Specjalność: Zarządzanie innowacjami,
Rok / semestr: 2 / 3		Status przedmiotu / modułu: fakultatywny	Język przedmiotu / modułu: polski
Forma zajęć:	wyklady		
Wymiar zajęć:	9		
Koordinator przedmiotu / modułu:	dr hab. Augustyna Burlita		
Prowadzący zajęcia:			
Cel przedmiotu / modułu:	Zapoznanie studentów z zagadnieniami dotyczącymi problematyki zarządzania produktem w przedsiębiorstwie.		
Wymagania wstępne:	Student posiada wiedzę w zakresie ekonomii i marketingu, potrafi podejmować dyskusję we wskazanym obszarze, ma wpojone nawyki kształcenia ustawicznego.		
EFEKTY KSZTAŁCENIA		Odniesienie do efektów dla programu	Odniesienie do efektów dla obszaru
Wiedza	1. zna problemy i strategie związane z zarządzaniem produktem w przedsiębiorstwie.	K_W01	S2A_W01,
Umiejętności	2. potrafi zaproponować koncepcję działań odnoszących się do określonych aspektów zarządzania produktem i analizuje określone przykłady takich działań w praktyce rynkowej.	K_U05 K_U06	S2A_U02, S2A_U02,
TREŚCI PROGRAMOWE			Liczba godzin
Forma zajęć: wyklady			
1. Istota i zakres zarządzania produktem.			1
2. Zarządzanie cyklem życia produktu.			1
3. Zarządzanie portfelem produktów.			2
4. . Zarządzanie marką.			1
5. Wprowadzanie nowych produktów na rynek.			1
6. Zarządzanie opakowaniem jako elementem produktu.			1
7. Zaliczenie przedmiotu.			2
Metody kształcenia	Prezentacja multimedialna Dyskusja		
Metody weryfikacji efektów kształcenia			Nr efektu kształcenia z sylabusu
	* kolokwium		1,2,
Forma i warunki zaliczenia	Forma i warunki zaliczenia : &#8226; Studenci oceniani są na podstawie pisemnego kolokwium obejmujące wiedzę z wykładów i zalecanej literatury (3 pytania). Ocenianie: &#8226; Student otrzymuje ocenę dostateczną - gdy potrafi poprawnie w podstawowym zakresie odpowiedzieć na 2 z 3 pytań. Ocena z przedmiotu jest równa ocenie uzyskanej z zaliczenia.		
Literatura podstawowa			
Kall J. (2001): Silna marka. Istota i kreowanie. PWE, Warszawa			
Kall J., Kleczek E., Sagan A. (2006): Zarządzanie marką. Oficyna Ekonomiczna, Kraków			
Sojkin B. (2003): Zarządzanie produktem. PWE, Warszawa			

Szulce H., Janiszewska K. (2006): Zarządzanie marką. Wydawnictwo AE w Poznaniu	
Literatura uzupełniająca	
www.euromonitor.com.	
www.marketing-news.pl.	
www.swiatmarketingu.pl.	
NAKLAD PRACY STUDENTA:	
	Liczba godzin
Zajęcia dydaktyczne	9
Udział w konsultacjach	7
Zdawanie egzaminu lub/i zaliczenia	2
Przygotowanie się do zajęć	6
Studiowanie literatury	11
Przygotowanie się do egzaminu lub/i zaliczenia	15
ŁĄCZNY nakład pracy studenta w godz.	50
Liczba punktów ECTS	2

Nazwa przedmiotu: Ekonomika zrównoważonego rozwoju (PRZEDMIOTY SPECJALNOŚCIOWE)		Kod przedmiotu: 14.3III22AII15_66	
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot / moduł: Wydział Nauk Ekonomicznych i Zarządzania, Instytut Ekonomii			
Nazwa kierunku: Zarządzanie			
Forma studiów: drugiego stopnia, niestacjonarne		Profil kształcenia: ogólnoakademicki	Specjalność: Zarządzanie innowacjami,
Rok / semestr: 2 / 3		Status przedmiotu / modułu: fakultatywny	Język przedmiotu / modułu: polski
Forma zajęć:	wyklady		
Wymiar zajęć:	18		
Koordynator przedmiotu / modułu:	dr hab. Barbara Kryk		
Prowadzący zajęcia:			
Cel przedmiotu / modułu:	Celem jest zapoznanie studentów z problematyką zrównoważonego rozwoju (ZR) jako nowego paradygmatu ekonomii oraz z wybranymi sposobami i narzędziami realizacji celów ZR.		
Wymagania wstępne:	Student zna podstawowe pojęcia z makroekonomii, mikroekonomii, związku gospodarki ze środowiskiem, podstawy zarządzania; analizuje i obserwuje zjawiska i związki ekonomiczno-ekologiczno-społeczne; jest otwarty do dyskusji.		
EFEKTY KSZTAŁCENIA		Odniesienie do efektów dla programu	Odniesienie do efektów dla obszaru
Wiedza	1. Wyjaśnia paradygmat ekonomii ZR, definiuje jej przedmiot, kategorie, cele i założenia; wymienia i charakteryzuje sposoby, mechanizmy i instrumenty wdrażania ZR oraz jego mierniki, a także korzyści z tym związane.	K_W13 K_W09 K_W14	S2A_W06, S2A_W04, S2A_W07,
Umiejętności	2. Identyfikuje i interpretuje związki między środowiskiem, społeczeństwem a gospodarką w kontekście ZR oraz wykorzystuje wiedzę o instrumentach, systemach norm i regulach ZR do opisu obowiązków podmiotów związanych z wdrażaniem ZR	K_U15 K_U02	S2A_U08, S2A_U01,
Kompetencje społeczne	3. Jest przygotowany do wdrażania i propagowania zrównoważonego rozwoju w życiu społeczno-gospodarczym,	K_K06	S2A_K06,
TREŚCI PROGRAMOWE			Liczba godzin
Forma zajęć: wyklady			
1. Od ekonomii tradycyjnej do ekonomii ZR - potrzeba reformy tradycyjnej ekonomii; ekonomia środowiska i ekologiczna jako filary ekonomii ZR. Paradygmat, przedmiot i kategorie ekonomii ZR. Geneza i założenia ZR			3
2. Środowisko przyrodnicze a gospodarowanie i zarządzanie środowiskiem w kontekście ZR			3
3. Społeczny wymiar ZR, zrównowazona produkcja, konsumpcja a jakość życia			3
4. Edukacja dla ZR, zrównowazoność transportu i zrównowazona gospodarka energetyczna			3
5. Mechanizmy, instrumenty i pomiar ZR			3
6. Fundusze unijne w realizacji celów ZR, kolokwium			3
Metody kształcenia	prezentacje multimedialne, analiza tekstów z dyskusją, opisy przypadków, filmy dydaktyczne, przygotowanie prezentacji na zadany temat		
Metody weryfikacji efektów kształcenia		Nr efektu kształcenia z sylabusu	
	* kolokwium	1,2,	
	* projekt	1,2,3,	

Forma i warunki zaliczenia	<p>Studenci oceniani są na podstawie: wyników kolokwium pisemnego (z wykładów i ćwiczeń) mającego postać testu (test wyboru+pytania otwarte), które sprawdza efekty w zakresie wiedzy i umiejętności (70% oceny końcowej) oraz aktywności, przygotowania projektu i jego prezentacji, sprawdzają efekty w zakresie wiedzy, umiejętności i kompetencji (30% oceny końcowej).</p> <p>Ocenę dostateczną student otrzymuje, gdy potrafi wymienić i omówić podstawowe pojęcia i kategorie z EZR.</p> <p>Ocenianie na kolokwium: Za jedno pytanie testowe można otrzymać 0, lub 1 pkt, pytania otwarte są wyżej oceniane niż pytania testowe. Student otrzymuje ocenę dostateczną za prawidłowe wypełnienie części testowej z podstawowej wiedzy (tj. ok. 50%ogółu punktów); Student otrzymuje ocenę dobrą za prawidłowe odpowiedzi na pytania testowe i 1,5-2 pytań otwartych wykazujących nie tylko jego wiedzę, ale i umiejętności analizowania (tj. 75-80% ogółu punktów); Student otrzymuje ocenę bardzo dobrą za poprawne odpowiedzi na wszystkie pytania testowe oraz otwarte wykazujących nie tylko jego wiedzę, ale również umiejętności analizowania i oceniania.</p> <p>Ocena projektu: Student otrzymuje ocenę dostateczną za samo skompilowanie wiedzy na dany temat; Student otrzymuje ocenę dobrą za skompilowanie wiedzy na dany temat i analizę Student otrzymuje ocenę bardzo dobrą za skompilowanie wiedzy na dany temat, analizę i ocenę własną w kontekście aktualnej sytuacji.</p> <p>Ocena z przedmiotu jest równa średniej arytmetycznej ocen uzyskanych z wykładów i ćwiczeń (70% z kolokwium) i z projektu (30%).</p>
----------------------------	--

Literatura podstawowa

Kryk B. (red.) (2012): Gospodarowanie i zarządzanie środowiskiem. Wyd. Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego 1-321

Poskrobko B. red. (2010): Ekonomia zrównoważonego rozwoju. Zarys problemów badawczych i dydaktyki. WSE w Białymstoku, Białysto 1-90

Rogall H. (2010): Ekonomia zrównoważonego rozwoju. Teoria i praktyka. ZYSK iS-KA, Poznań 1-300

Kronenberg J., Burger T. red. (2010): Wyzwania zrównoważonego rozwoju w Polsce. Fundacja Sendzimira, Kraków 1-300

Poskrobko B. red. (2010): Ekonomia zrównoważonego rozwoju. Materiały do studiowania. WSE w Białymstoku, Białystok 1-90

Ryszawska B. (2013): Zielona gospodarka - teoretyczne podstawy koncepcji i pomiar jej wdrażania w Unii Europejskiej. Wyd. UE we Wrocławiu 19-198

Literatura uzupełniająca

Borys T. red. (2005): Wskaźniki zrównoważonego rozwoju. Ekonomia i Środowisko 1-200

Poskrobko B. red. (2010): Edukacja dla zrównoważonego rozwoju, t. III. Ekonomia iŚrodowisko 1-250

Bartniczak B., Zaremba-Warnke S. red. (2010): Edukacja dla zrównoważonego rozwoju, t. IV. Ekonomia iŚrodowisko 1-250

Kryk B., Klos L., Łucka I. A. (2011): Opłaty i podatki ekologiczne po polsku. CeDeWu.pl 9-155

NAKŁAD PRACY STUDENTA:

	Liczba godzin
Zajęcia dydaktyczne	18
Udział w konsultacjach	10
Zdawanie egzaminu lub/i zaliczenia	2
Przygotowanie się do zajęć	8
Studiowanie literatury	10
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	5
Przygotowanie się do egzaminu lub/i zaliczenia	22
ŁĄCZNY nakład pracy studenta w godz.	75
Liczba punktów ECTS	3

Nazwa przedmiotu: Współczesne koncepcje kreowania innowacji (PRZEDMIOTY SPECJALNOŚCIOWE)		Kod przedmiotu: 14.3III22AII16_67	
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot / moduł: Wydział Nauk Ekonomicznych i Zarządzania, Instytut Zarządzania i Inwestycji			
Nazwa kierunku: Zarządzanie			
Forma studiów: drugiego stopnia, niestacjonarne		Profil kształcenia: ogólnoakademicki	Specjalność: Zarządzanie innowacjami,
Rok / semestr: 2 / 4		Status przedmiotu / modułu: fakultatywny	Język przedmiotu / modułu: polski
Forma zajęć:	konwersatoria		
Wymiar zajęć:	15		
Koordinator przedmiotu / modułu:	dr hab. Joanna Wiśniewska		
Prowadzący zajęcia:			
Cel przedmiotu / modułu:	Celem jest uzyskanie wiedzy na temat aktualnych koncepcji generowania innowacji jako głównych kategorii i determinant współczesnego rozwoju organizacji		
Wymagania wstępne:	Zna podstawowe pojęcia z zakresu innowacji w przedsiębiorstwie, rozróżnia podstawowe kategorie ekonomiczne (np. zasoby, procesy itd.), ma wpojone nawyki kształcenia ustawicznego		
EFEKTY KSZTAŁCENIA		Odniesienie do efektów dla programu	Odniesienie do efektów dla obszaru
Wiedza	1. ma wiedzę o kierunkach zmian innowacyjnych i technologicznych na świecie, ich skali i konsekwencjach 2. ma wiedzę o różnych koncepcjach kreowania innowacji, a także zasadach ich realizacji	K_W18 K_W10 K_W21 K_W20	S2A_W08, S2A_W04, S2A_W11, S2A_W10,
Umiejętności	3. potrafi wskazać możliwości zmian w zakresie tworzenia innowacji w podmiocie gospodarczym	K_U13	S2A_U07,
TREŚCI PROGRAMOWE			Liczba godzin
Forma zajęć: konwersatoria			
1. Istota, zakres i znaczenie innowacji we współczesnych przedsiębiorstwach			2
2. Podażowe podejście do procesu innowacyjnego			2
3. Współczesne paradygmaty zmian innowacyjnych i technologicznych na świecie			2
4. Koncepcje popytowe tworzenia innowacji. Open innovation- zalety i wady			2
5. Kreowanie innowacji na bazie koncepcji user-driven innovation i design thinking			2
6. Strategia Błękitnego Oceanu a innowacje			2
7. Podejście do innowacji ukierunkowane na rezultaty			2
8. Zaliczenie-kolokwium			1
Metody kształcenia	Wykład z wykorzystaniem środków audiowizualnych Dyskusje Prezentacje		
Metody weryfikacji efektów kształcenia			Nr efektu kształcenia z sylabusu
	* prezentacje		1,2,3,
	* praca pisemna/esej/recenzja		1,2,3,
	* kolokwium		1,2,3,

Forma i warunki zaliczenia	<p>Studenci oceniani są na podstawie kolokwium pisemnego obejmującego weryfikację wiedzy na podstawie odpowiedzi na pytania otwarte (50% oceny końcowej) oraz oceny opracowanego eseju lub prezentacji wybranego studium przypadku i jego prezentacja (50% oceny końcowej).</p> <p>Ocena z konwersatorium jest uzyskiwana na podstawie pisemnego zaliczenia tej formy zajęć na ostatni spotkaniu.</p> <p>Student otrzymuje ocenę dostateczną, gdy potrafi omówić podstawowe zagadnienia związane z tematem aktualnych koncepcji generowania innowacji jako głównych kategorii i determinant współczesnego rozwoju organizacji, co sprawdza osiągnięte efekty kształcenia w zakresie wiedzy i umiejętności uzyskanych podczas konwersatorium.</p> <p>Ocena z przedmiotu jest oceną z konwersatorium.</p>
----------------------------	---

Literatura podstawowa

Wiśniewska J., Janasz K. (2012): Innowacyjność organizacji wobec wyzwań strategii inteligentnego i zrównoważonego rozwoju. Difin

Ulwick A. W. (2009): Czego chcą klienci? Tworzenie przełomowych produktów i usług dzięki innowacji ukierunkowanej na rezultaty. Oficyna Wolters Kluwer Business

Mauborgne R. (2006): Strategia błękitnego oceanu. MT Biznes

Literatura uzupełniająca

Drucker P. (2008): Myśli przewodnie Druckera. MT Biznes

Janasz W. (2011): Innowacje w zrównoważonym rozwoju organizacji. Difin

NAKŁAD PRACY STUDENTA:

	Liczba godzin
Zajęcia dydaktyczne	15
Udział w konsultacjach	10
Zdawanie egzaminu lub/i zaliczenia	2
Przygotowanie się do zajęć	13
Studiowanie literatury	13
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	13
Przygotowanie się do egzaminu lub/i zaliczenia	9
ŁĄCZNY nakład pracy studenta w godz.	75
Liczba punktów ECTS	3

Nazwa przedmiotu: Przywództwo w organizacji / Leadership in organization (PRZEDMIOTY SPECJALNOŚCIOWE)		Kod przedmiotu: 14.3III22AII17_68	
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot / moduł: Wydział Nauk Ekonomicznych i Zarządzania, Instytut Zarządzania i Marketingu			
Nazwa kierunku: Zarządzanie			
Forma studiów: drugiego stopnia, niestacjonarne		Profil kształcenia: ogólnoakademicki	Specjalność: Zarządzanie innowacjami,
Rok / semestr: 2 / 4		Status przedmiotu / modułu: fakultatywny	Język przedmiotu / modułu: angielski
Forma zajęć:	konwersatoria		
Wymiar zajęć:	9		
Koordynator przedmiotu / modułu:	dr hab. inż. Alberto Lozano-Platonoff		
Prowadzący zajęcia:			
Cel przedmiotu / modułu:	Celem jest uświadomienie studentom znaczenia przywództwa w podnoszeniu efektywności zarządzania organizacją.		
Wymagania wstępne:	Student zna podstawy zarządzania, zachowań organizacyjnych, ekonomiki organizacji. Potrafi brać udział w dyskusji oraz aktywnie poszukiwać informacji. Student posiada umiejętność pracy zespołowej.		
EFEKTY KSZTAŁCENIA		Odniesienie do efektów dla programu	Odniesienie do efektów dla obszaru
Wiedza	1. wyjaśnia podstawowe pojęcia dotyczące przywództwa w organizacji z uwzględnieniem rozwoju teorii przywództwa 2. wyjaśnia czynniki wpływające na efektywność podejmowanych działań przywódczych	K_W02 K_W12 K_W21 K_W05	S2A_W01, S2A_W05, S2A_W11, S2A_W02,
Umiejętności	3. wskazuje najważniejsze kompetencje przywódcze oraz wyróżnia sposoby ich rozwijania, wyjaśnia wpływ rozwoju kompetencji menadżerskich na efektywność zarządzania organizacją 4. bierze czynny udział w dyskusji w języku angielskim i prezentuje treści z wykorzystaniem języka angielskiego	K_U01 K_U18 K_U17 K_U16	S2A_U01, S2A_U11, S2A_U10, S2A_U09,
Kompetencje społeczne	5. potrafi rozstrzygać dylematy zawodowe z zakresu przywództwa na podstawie opracowywanego opisu studium przypadku	K_K04	S2A_K04,
TREŚCI PROGRAMOWE			Liczba godzin
Forma zajęć: konwersatoria			
1. Kim jest przywódca - istotne cechy i zachowania przywódcze			1
2. Przegląd podstawowych podejść do koncepcji przywództwa			1
3. Uwarunkowania efektywności przywództwa i przykłady efektywnego przywództwa			2
4. Sytuacyjna koncepcja przywództwa			1
5. Rozwijanie kompetencji przywódcy w oparciu o koncepcję P. Cardona i P. Garcia-Lombardia			2
6. Specyfika i rola przywództwa w czasie zmian i kryzysu			1
7. Prezentacje studentów projektów zespołowych - przedstawienie studiów przypadku			1
Metody kształcenia	Dyskusja w oparciu o zadaną literaturę, metoda przypadków, praca w grupach, analiza dokumentów źródłowych, dyskusje w zespołach.		
Metody weryfikacji efektów kształcenia			Nr efektu kształcenia z sylabusu
	* prezentacje		1,3,4,5,
	* praca pisemna/esej/recenzja		1,2,3,5,

<p>Forma i warunki zaliczenia</p>	<p>Forma i warunki zaliczenia: <input type="checkbox"/> studenci oceniani są na podstawie pracy zaliczeniowej przygotowanej w zespołach 3-4 osobowych dotyczących analizy studium przypadku przywódców osiągających sukcesy w zarządzaniu organizacjami.</p> <p>Ocenianie: <input type="checkbox"/> dostateczny: student rozumie znaczenie przywództwa w zarządzaniu przedsiębiorstwem oraz zna podstawowe pojęcia z zakresu zagadnienia przywództwa.</p> <p>Ocena z przedmiotu: <input type="checkbox"/> ocena jest równa ocenie uzyskanej z zaliczenia.</p>
<p>Literatura podstawowa</p>	
<p>Prentice W. C. H. (2004 January, Vol. 82 Issue 1,): Understanding Leadership. Harvard Business Review s. 102-109</p>	
<p>Goleman D. (2004 January, Vol. 82 Issue 1): What Makes a Leader?. Harvard Business Review s. 82-91</p>	
<p>Zaleznik A. (2004 January, Vol. 82 Issue 1): Managers and Leaders: Are They Different?. Harvard Business Review s. 74-81</p>	
<p>Rooke D., W.R. Torbert (2005 April, Vol. 83 Issue 4): 7 Transformations of Leadership. Harvard Business Review s. 66-76</p>	
<p>Heifetz R., A. Grashow, M. Linsky (2009 July/August, Vol. 87 Issue 7/8): Leadership in a (Permanent) Crisis. Harvard Business Review s. 62-69</p>	
<p>Fuda P., R. Badham (2011 November, Vol. 89 Issue 11): Fire, Snowball, Mask, Movie: How Leaders Spark and Sustain Change. Harvard Business Review s. 145-148</p>	
<p>Nonaka I., H. Takeuchi (2011 May, Vol. 89 Issue 5): The Wise Leader. Harvard Business Review s. 58-67</p>	
<p>Literatura uzupełniająca</p>	
<p>Cardona P., P. Garcia-Lombardia (2005): How to develop leadership competencies. Pamplona</p>	
<p>Hersey P., K.H. Blanchard, D.E. Johnson (2008): Management of Organizational Behavior - Leading Human Resources. Prentice Hall</p>	
<p>NAKLAD PRACY STUDENTA:</p>	
	<p>Liczba godzin</p>
<p>Zajęcia dydaktyczne</p>	<p>9</p>
<p>Udział w konsultacjach</p>	<p>10</p>
<p>Zdawanie egzaminu lub/i zaliczenia</p>	<p>2</p>
<p>Przygotowanie się do zajęć</p>	<p>15</p>
<p>Studiowanie literatury</p>	<p>15</p>
<p>Przygotowanie projektu / eseju / itp.</p>	<p>24</p>
<p>ŁĄCZNY nakład pracy studenta w godz.</p>	<p>75</p>
<p>Liczba punktów ECTS</p>	<p>3</p>

Nazwa przedmiotu: Zarządzanie ryzykiem i kryzysem w organizacji (PRZEDMIOTY SPECJALNOŚCIOWE)		Kod przedmiotu: 14.3III22AII15_69	
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot / moduł: Wydział Nauk Ekonomicznych i Zarządzania, Instytut Ekonomii			
Nazwa kierunku: Zarządzanie			
Forma studiów: drugiego stopnia, niestacjonarne		Profil kształcenia: ogólnoakademicki	Specjalność: Zarządzanie innowacjami,
Rok / semestr: 2 / 4		Status przedmiotu / modułu: fakultatywny	Język przedmiotu / modułu: polski
Forma zajęć:	wyklady		
Wymiar zajęć:	9		
Koordynator przedmiotu / modułu:	dr hab. Tomasz Bernat		
Prowadzący zajęcia:			
Cel przedmiotu / modułu:	Przedmiot obejmuje pokazanie sposobu myślenia o działalności gospodarczej przez pryzmat ryzyk zagrażających jej istnieniu oraz sposobów ominięcia lub zneutralizowania tych ryzyk.		
Wymagania wstępne:	<ul style="list-style-type: none"> - wiedza: student zna podstawy ekonomii, finansów i funkcjonowania przedsiębiorstw. - umiejętności: student potrafi samodzielnie analizować zagadnienia z praktyki gospodarczej. - kompetencje (postaw): student potrafi pracować w grupie, ma wpojone nawyki kształcenia ustawicznego i jest przygotowany do analizowania praktycznych przykładów 		
EFEKTY KSZTAŁCENIA		Odniesienie do efektów dla programu	Odniesienie do efektów dla obszaru
Wiedza	1. zna metody zarządzania ryzykiem	K_W01 K_W14	S2A_W01, S2A_W07,
Umiejętności	2. posiada umiejętność analizy działalności przedsiębiorstwa pod kątem analizy ryzyka oraz zastosowania odpowiednich metod jego ograniczania	K_U10	S2A_U05,
TREŚCI PROGRAMOWE			Liczba godzin
Forma zajęć: wyklady			
1. Omówienie podstawowych pojęć: ryzyko - definicje i klasyfikacja, zdarzenia losowe, szkody - klasyfikacja			3
2. Opisanie procesu zarządzania ryzykiem			2
3. Omówienie celów zarządzania przedsiębiorstwem i celów zarządzania ryzykiem			2
4. Identyfikacja ryzyk w działalności gospodarczej			2
5. Ocena ryzyka			2
6. Opis metod pozwalających zmniejszyć ryzyka			2
7. Opis metod finansowania ryzyk gospodarczych			2
Metody kształcenia	Wykład - tradycyjny przekaz wiedzy z wykorzystaniem prezentacji multimedialnych i studiów przypadku, dyskusja.		
Metody weryfikacji efektów kształcenia	* sprawdzian		1,
	* zajęcia praktyczne (weryfikacja poprzez obserwację)		2,
Forma i warunki zaliczenia	<p>Forma i warunki zaliczenia: studenci oceniani są na podstawie kolokwium pisemnego składającego się z dwóch części: pytań otwartych 50% oceny oraz umiejętności analizy i rozwiązania studium przypadku 50% oceny) z zakresu zarządzania ryzykiem i kryzysem w organizacji.</p> <p>Ocenianie: student otrzymuje ocenę dostateczną, gdy potrafi omówić podstawowe elementy procesu zarządzania ryzykiem z rozwinięciem poszczególnych części materiału w postaci przykładu.</p> <p>Ocena z przedmiotu jest równa ocenie uzyskanej z kolokwium zaliczającego wykład.</p>		
Literatura podstawowa			

Kaczmarek T.T. (2008): Ryzyko i zarządzanie ryzykiem. Ujęcie interdyscyplinarne. Difin	
Williams C. A., Smith M. L., Young P.C. (2002): Zarządzanie ryzykiem a ubezpieczenia. PWN	
Literatura uzupełniająca	
Jajuga K. (2008): Zarządzanie ryzykiem. PWN	
Monkiewicz J., Gąsiorkiewicz L. (red.) (2010): Zarządzanie ryzykiem działalności operacyjnej. CH Beck	
Kasiewicz S. (red.) (2011): Zarządzanie zintegrowanym ryzykiem przedsiębiorstwa w Polsce. Wolters Kluwer	
NAKŁAD PRACY STUDENTA:	
	Liczba godzin
Zajęcia dydaktyczne	9
Udział w konsultacjach	10
Zdawanie egzaminu lub/i zaliczenia	2
Przygotowanie się do zajęć	10
Studiowanie literatury	10
Przygotowanie się do egzaminu lub/i zaliczenia	9
ŁĄCZNY nakład pracy studenta w godz.	50
Liczba punktów ECTS	2

Nazwa przedmiotu: Kształtowanie relacji w biznesie (PRZEDMIOTY SPECJALNOŚCIOWE)		Kod przedmiotu: 14.3III22AII17_70	
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot / moduł: Wydział Nauk Ekonomicznych i Zarządzania, Instytut Zarządzania i Marketingu			
Nazwa kierunku: Zarządzanie			
Forma studiów: drugiego stopnia, niestacjonarne		Profil kształcenia: ogólnoakademicki	Specjalność: Strategiczne zarządzanie marketingowe,
Rok / semestr: 1 / 2		Status przedmiotu / modułu: fakultatywny	Język przedmiotu / modułu: polski
Forma zajęć:	wykłady	ćwiczenia	
Wymiar zajęć:	9	15	
Koordynator przedmiotu / modułu:	dr hab. Edyta Rudawska		
Prowadzący zajęcia:			
Cel przedmiotu / modułu:	Celem jest uświadomienie słuchaczy odnośnie do konieczności kształtowania trwałych i korzystnych relacji z interesariuszami firmy, tj. klientami, kontrahentami, pracownikami, mediami, konkurentami itp.		
Wymagania wstępne:	<input type="checkbox"/> w zakresie wiedzy - student definiuje podstawowe kategorie ekonomiczne, wyjaśnia sposób funkcjonowania przedsiębiorstw oraz wyjaśnia zasady marketingowego działania firm, zna koncepcję marketingu relacji <input type="checkbox"/> w zakresie umiejętności - student rozróżnia instrumenty marketingowego oddziaływania firm oraz narzędzia komunikacji rynkowej <input type="checkbox"/> w zakresie kompetencji (postaw) - student potrafi pracować w zespole, posiada umiejętność komunikacji		
EFEKTY KSZTAŁCENIA		Odniesienie do efektów dla programu	Odniesienie do efektów dla obszaru
Wiedza	1. zna istotę partnerskich relacji w biznesie 2. zna podmioty, z którymi współczesne przedsiębiorstwa powinny kreować relacje	K_W04 K_W09 K_W05 K_W20	S2A_W02, S2A_W04, S2A_W02, S2A_W10,
TREŚCI PROGRAMOWE			Liczba godzin
Forma zajęć: wykłady			
1. Relacje z partnerami w biznesie jako źródło przewagi konkurencyjnej			2
2. Partnerstwo w relacjach biznesowych			2
3. Podmioty rynku, z którymi nawiązywane są relacje przez przedsiębiorstwa			2
4. Specyfika kształtowania relacji z partnerami na rynkach instytucjonalnych (B2B)			2
5. Specyfika kształtowania relacji z klientami finalnymi (B2C)			1
Forma zajęć: ćwiczenia			
1. Zarządzanie relacjami z kluczowymi klientami			4
2. Zarządzanie relacjami z pracownikami			3
3. Zasady kreowania relacji z mediami			2
4. Proces kreowania relacji z lokalną społecznością i akcjonariuszami			2
5. Proces i narzędzia komunikacji w relacjach biznesowych			2
6. Kolokwium i zaliczenie			2
Metody kształcenia	Prezentacja multimedialna, dyskusja		
Metody weryfikacji efektów kształcenia			Nr efektu kształcenia z sylabusu
	* kolokwium		1,2,

<p>Forma i warunki zaliczenia</p>	<p>☐ Studenci oceniani są na podstawie jednego kolokwium obejmującego weryfikację wiedzy z wykładów, na podstawie testu, z pytaniami jednokrotnego i wielokrotnego wyboru oraz pytaniami otwartymi w liczbie 25 pytań oraz zalecanej literatury.</p> <p>Forma i warunki zaliczenia wykładów: ☐ Ocena z wykładu jest uzyskiwana na podstawie pisemnego zaliczenia tej formy zajęć poprzez pozytywne zaliczenie pytań z zakresu wykładu dołączonych do problemów podczas kolokwium na ćwiczeniach.</p> <p>Ocenianie: ☐ Student otrzymuje ocenę dostateczną jeśli otrzyma co najmniej 70% punktów możliwych do zdobycia.</p> <p>Ocena z przedmiotu jest równa ocenie uzyskanej z zaliczenia.</p>
<p>Literatura podstawowa</p>	
<p>Rudawska E. (2008): Znaczenie relacji z klientami w procesie kształtowania wartości przedsiębiorstwa. Wydawnictwo Naukowe US p. 1.5, 2.4</p>	
<p>Światowiec J. (2006): Więzi partnerskie na rynku przedsiębiorstw. PWE r. 5</p>	
<p>Olczak A., Urbaniak M. (2006): Marketing B2B w praktyce gospodarczej. Difin r. 1</p>	
<p>Fonfara K., (2004): Marketing partnerski na rynku przedsiębiorstw. PWE p. 1.1, 2.1.2</p>	
<p>Burnett K. (2002): Relacje z kluczowymi klientami. Oficyna Ekonomiczna r. 3</p>	
<p>Rudawska E. (2005): Lojalność klientów. PWE r. 8</p>	
<p>Szymańska (2005): Public relations w systemie zintegrowanej komunikacji marketingowej. Unimex p. 4.4.1, 4.4.3, 4.4.4, 4.4.6</p>	
<p>Schenkler I., Herrling T., (2009): Relacje z mediami. Wolters Kluwer roz. 1, 2, 3</p>	
<p>Black S. (2003): Public relations. Oficyna Ekonomiczna roz. 5, 8</p>	
<p>Rozwadowska (2002): Public relations. Teoria, praktyka, perspektywy. Studio Emka roz. 3, 4</p>	
<p>Literatura uzupełniająca</p>	
<p>Cheverton P. (2001): Zarządzanie kluczowymi klientami. Oficyna Ekonomiczna</p>	
<p>Furtak R. (2003): Marketing partnerski na rynku usług. PWE</p>	
<p>Gordon I. (2001): Relacje z klientem. PWE</p>	
<p style="text-align: center;">NAKŁAD PRACY STUDENTA:</p>	
	<p>Liczba godzin</p>
<p>Zajęcia dydaktyczne</p>	<p>24</p>
<p>Udział w konsultacjach</p>	<p>10</p>
<p>Zdawanie egzaminu lub/i zaliczenia</p>	<p>2</p>
<p>Przygotowanie się do zajęć</p>	<p>9</p>
<p>Studiowanie literatury</p>	<p>14</p>
<p>Przygotowanie się do egzaminu lub/i zaliczenia</p>	<p>16</p>
<p>ŁĄCZNY nakład pracy studenta w godz.</p>	<p>75</p>
<p>Liczba punktów ECTS</p>	<p>3</p>

Nazwa przedmiotu: Marketing wartości (PRZEDMIOTY SPECJALNOŚCIOWE)		Kod przedmiotu: 14.3III22AII17_71	
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot / moduł: Wydział Nauk Ekonomicznych i Zarządzania, Instytut Zarządzania i Marketingu			
Nazwa kierunku: Zarządzanie			
Forma studiów: drugiego stopnia, niestacjonarne		Profil kształcenia: ogólnoakademicki	Specjalność: Strategiczne zarządzanie marketingowe,
Rok / semestr: 1 / 2		Status przedmiotu / modułu: fakultatywny	Język przedmiotu / modułu: polski
Forma zajęć:	wykłady		
Wymiar zajęć:	9		
Koordynator przedmiotu / modułu:	dr Krzysztof Błoński		
Prowadzący zajęcia:			
Cel przedmiotu / modułu:	Celem przedmiotu jest nabycie umiejętności identyfikacji marketingowych źródeł wartości przedsiębiorstwa oraz źródeł wartości dla klienta. Zapoznanie z narzędziami raportowania marketingowych zasobów przedsiębiorstwa.		
Wymagania wstępne:	Student zna podstawy marketingu, zarządzania oraz zarządzania i planowania marketingowego		
EFEKTY KSZTAŁCENIA		Odniesienie do efektów dla programu	Odniesienie do efektów dla obszaru
Wiedza	1. zna marketingowe źródła wartości przedsiębiorstwa, źródła wartości klienta 2. zna narzędzia raportowania marketingowych zasobów przedsiębiorstwa	K_W14 K_W13 K_W04 K_W20	S2A_W07, S2A_W06, S2A_W02, S2A_W10,
TREŚCI PROGRAMOWE			Liczba godzin
Forma zajęć: wykłady			
1. Marketing jako czynnik wzrostu wartości przedsiębiorstwa			1
2. Narzędzia raportowania zasobów marketingowych			1
3. Źródła wartości dla klienta			1
4. Klient jako współtwórca wartości			1
5. Czynniki determinujące wartość klientów			1
6. Rentowność relacji z klientami			2
7. Wartość klienta w procesie segmentacji rynku i alokacji działań marketingowych			1
8. Weryfikacja wiedzy (kolokwium)			1
Metody kształcenia	Wykłady z wykorzystaniem pokazów multimedialnych		
Metody weryfikacji efektów kształcenia			Nr efektu kształcenia z sylabusu
	* kolokwium		1,2,
Forma i warunki zaliczenia	Forma i warunki zaliczenia : Studenci oceniani są na podstawie pisemnego kolokwium obejmujące wiedzę z wykładów i zalecanej literatury (5 poleceń - pytania otwarte i/lub zadania). Forma i warunki zaliczenia wykładu - przedmiot nie kończy się egzaminem i ocena z wykładu jest uzyskiwana na podstawie pisemnego zaliczenia tej formy zajęć na wykładzie Ocenianie: Student otrzymuje ocenę dostateczną - gdy potrafi omówić podstawowe zagadnienia dotyczące marketingu wartości, czynników determinujących wartość klientów oraz obliczyć i zinterpretować proste przykłady dotyczące wartości klienta. Ocena z przedmiotu: jest równa ocenie uzyskanej z kolokwium pisemnego.		

Literatura podstawowa	
Doyle P. (2003): Marketing wartości. Felberg SJA	
Piercy N. (2003): Marketing. Strategiczna reorientacja firmy. Felberg SJA	
Czubała A. (2006): Marketingowe strategie budowania wartości przedsiębiorstwa. Akademia Ekonomiczna w Krakowie	
Literatura uzupełniająca	
Rudawska E. (2008): Znaczenie relacji z klientami w procesie kształtowania wartości przedsiębiorstwa. Wydawnictwo Naukowe US	
NAKŁAD PRACY STUDENTA:	
	Liczba godzin
Zajęcia dydaktyczne	9
Udział w konsultacjach	7
Zdawanie egzaminu lub/i zaliczenia	2
Przygotowanie się do zajęć	14
Studiowanie literatury	10
Przygotowanie się do egzaminu lub/i zaliczenia	8
ŁĄCZNY nakład pracy studenta w godz.	50
Liczba punktów ECTS	2

Nazwa przedmiotu: Gry decyzyjne (PRZEDMIOTY SPECJALNOŚCIOWE)		Kod przedmiotu: 14.3III22AII17_72			
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot / moduł: Wydział Nauk Ekonomicznych i Zarządzania, Instytut Zarządzania i Marketingu					
Nazwa kierunku: Zarządzanie					
Forma studiów: drugiego stopnia, niestacjonarne		Profil kształcenia: ogólnoakademicki		Specjalność: Strategiczne zarządzanie marketingowe,	
Rok / semestr: 1 / 2		Status przedmiotu / modułu: fakultatywny		Język przedmiotu / modułu: polski	
Forma zajęć:	ćwiczenia laboratoryjne				
Wymiar zajęć:	15				
Koordinator przedmiotu / modułu:	dr Karol Kuczera				
Prowadzący zajęcia:					
Cel przedmiotu / modułu:	Celem jest uświadomienie konieczności holistycznego spojrzenia na organizację oraz doskonalenie umiejętności strategicznego zarządzania przedsiębiorstwem jak również integracji działań z różnych obszarów funkcjonalnych firm.				
Wymagania wstępne:	Student zna podstawowe pojęcia i zasady z zakresu funkcjonowania firm na rynku konkurencyjnym, potrafi analizować sytuację rynkową firmy oraz pracować w grupie.				
EFEKTY KSZTAŁCENIA			Odniesienie do efektów dla programu	Odniesienie do efektów dla obszaru	
Wiedza	1. Posiada szeroką wiedzę dotyczącą różnych obszarów funkcjonowania organizacji oraz ich wzajemnych zależności		K_W06	S2A_W03,	
Kompetencje społeczne	2. Potrafi integrować wiedzę i umiejętności z różnych obszarów w sposób przedsiębiorczy w dokonywaniu wyborów spośród alternatywnych rozwiązań		K_K04 K_K06	S2A_K04, S2A_K06,	
TREŚCI PROGRAMOWE				Liczba godzin	
Forma zajęć: ćwiczenia laboratoryjne					
1. Budowa zespołów zarządzających firmami, określanie zasad kształtujących zachowania się członków zespołów, przypisanie funkcji zarządzania do członków zespołów, formalizacja kultury organizacyjnej, emisja akcji, analiza obrazu rynku ze szczególnym uwzględnieniem rynków geograficznych, segmentacji klientów, ich oczekiwań, wzorców zachowań, pojemności rynku i siły nabywczej oraz potencjalnej konkurencji, inwestycja nadwyżek finansowych				1	
2. Ustalenie celów firmy oraz budowa strategii, pierwsze decyzje związane z realizacją strategii: wybór docelowych rynków i segmentów, budowa zakładu produkcyjnego i ustalenie potencjału wytwórczego fabryki, projekty testowych produktów, decyzje dotyczące otwarcia biur handlowych				1	
3. Emisja akcji, zatrudnienie sprzedawców, otwarcie nowych biur sprzedaży, określenie cen sprzedaży dla marek, zaprojektowanie reklam dla marek, ustalenie harmonogramu emisji reklam w mediach lokalnych oraz regionalnych, ustalenie harmonogramu produkcji, zamówienie badań rynku, zapewnienie płynności finansowej				2	
4. Emisja akcji, ocena rezultatów rynku testowego: zrównoważona karta wyników, popyt na rynku i udział w rynku w segmentach docelowych, analiza rentowności oraz zadowolenie klientów z oferowanych marek, cen i reklam. Korekta strategii oraz działań taktycznych w odpowiedzi na rezultaty rynku testowego oraz działań konkurencyjnych zespołów				2	
5. Analiza sytuacji rynkowej, ciągłe dopasowywanie działań do rozwijającego się rynku oraz działań konkurencji, pozyskanie finansowania od inwestorów zewnętrznych oraz kredytu bankowego, uruchomienie badań nad nowymi technologiami (R&D), rozbudowa zakładu produkcyjnego, rozwój sieci handlowej				2	
6. Rozwijanie strategii działania firmy, analiza sytuacji rynkowej, ciągłe dopasowywanie działań do rozwijającego się rynku oraz działań konkurencji, rozszerzanie oferty rynkowej, projekty nowych produktów				2	
7. Udoskonalenie strategii działania, analiza sytuacji rynkowej, ciągłe dopasowywanie działań do rozwijającego się rynku oraz działań konkurencji, rozszerzanie oferty rynkowej, ulepszanie systemu motywacji pracowników				2	
8. Raportowanie przebiegu podjętych decyzji oraz wnioski z ich efektów. Analiza najlepszych decyzji biznesowych oraz posunięć nieudanych, ocena problemowych obszarów decyzyjnych. Ocena zarządów firm biorących udział w symulacji. Ocena zarządów firm biorących udział w symulacji.				3	
Metody kształcenia	Zajęcia laboratoryjne z wykorzystaniem komputerowej symulacji biznesowej o charakterze antagonistycznym				

Metody weryfikacji efektów kształcenia		Nr efektu kształcenia z sylabusu
Forma i warunki zaliczenia	<p>* projekt</p> <p>Forma i warunki zaliczenia: <input type="checkbox"/> studenci oceniani są na podstawie bieżącej oraz końcowej analizy działań. Ocenianie: <input type="checkbox"/> student otrzymuje ocenę dostateczną, gdy potrafi identyfikować i charakteryzować podstawowe zależności pomiędzy obszarami funkcjonalnymi przedsiębiorstwa. Ocena z przedmiotu: ocena jest równa ocenie uzyskanej z zaliczenia.</p>	
Literatura podstawowa		
Podręcznik uczestnika gry symulacyjnej. dostęp on-line		
Literatura uzupełniająca		
NAKŁAD PRACY STUDENTA:		
	Liczba godzin	
Zajęcia dydaktyczne	15	
Udział w konsultacjach	5	
Przygotowanie się do zajęć	5	
ŁĄCZNY nakład pracy studenta w godz.	25	
Liczba punktów ECTS	1	

Nazwa przedmiotu: Zarządzanie ryzykiem i kryzysem w organizacji (PRZEDMIOTY SPECJALNOŚCIOWE)		Kod przedmiotu: 14.3III22AII15_73	
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot / moduł: Wydział Nauk Ekonomicznych i Zarządzania, Instytut Ekonomii			
Nazwa kierunku: Zarządzanie			
Forma studiów: drugiego stopnia, niestacjonarne		Profil kształcenia: ogólnoakademicki	Specjalność: Strategiczne zarządzanie marketingowe,
Rok / semestr: 1 / 2		Status przedmiotu / modułu: fakultatywny	Język przedmiotu / modułu: polski
Forma zajęć:	wykłady		
Wymiar zajęć:	9		
Koordinator przedmiotu / modułu:	dr hab. Tomasz Bernat		
Prowadzący zajęcia:			
Cel przedmiotu / modułu:	Przedmiot obejmuje pokazanie sposobu myślenia o działalności gospodarczej przez pryzmat ryzyk zagrażających jej istnieniu oraz sposobów ominięcia lub zneutralizowania tych ryzyk.		
Wymagania wstępne:	<ul style="list-style-type: none"> - wiedza: student zna podstawy ekonomii, finansów i funkcjonowania przedsiębiorstw. - umiejętności: student potrafi samodzielnie analizować zagadnienia z praktyki gospodarczej. - kompetencje (postaw): student potrafi pracować w grupie, ma wpojone nawyki kształcenia ustawicznego i jest przygotowany do analizowania praktycznych przykładów 		
EFEKTY KSZTAŁCENIA		Odniesienie do efektów dla programu	Odniesienie do efektów dla obszaru
Wiedza	1. zna metody zarządzania ryzykiem	K_W01 K_W14	S2A_W01, S2A_W07,
Umiejętności	2. posiada umiejętność analizy działalności przedsiębiorstwa pod kątem analizy ryzyka oraz zastosowania odpowiednich metod jego ograniczania	K_U10	S2A_U05,
TREŚCI PROGRAMOWE			Liczba godzin
Forma zajęć: wykłady			
1. Omówienie podstawowych pojęć: ryzyko - definicje i klasyfikacja, zdarzenia losowe, szkody - klasyfikacja			3
2. Opisanie procesu zarządzania ryzykiem			2
3. Omówienie celów zarządzania przedsiębiorstwem i celów zarządzania ryzykiem			2
4. Identyfikacja ryzyk w działalności gospodarczej			2
5. Ocena ryzyka			2
6. Opis metod pozwalających zmniejszyć ryzyka			2
7. Opis metod finansowania ryzyk gospodarczych			2
Metody kształcenia	Wykład - tradycyjny przekaz wiedzy z wykorzystaniem prezentacji multimedialnych i studiów przypadku, dyskusja.		
Metody weryfikacji efektów kształcenia			Nr efektu kształcenia z sylabusu
	* sprawdzian		1,
* zajęcia praktyczne (weryfikacja poprzez obserwację)		2,	
Forma i warunki zaliczenia	<p>Forma i warunki zaliczenia: studenci oceniani są na podstawie kolokwium pisemnego składającego się z dwóch części: pytań otwartych 50% oceny oraz umiejętności analizy i rozwiązania studium przypadku 50% oceny) z zakresu zarządzania ryzykiem i kryzysem w organizacji.</p> <p>Ocenianie: student otrzymuje ocenę dostateczną, gdy potrafi omówić podstawowe elementy procesu zarządzania ryzykiem z rozwinięciem poszczególnych części materiału w postaci przykładu.</p> <p>Ocena z przedmiotu jest równa ocenie uzyskanej z kolokwium zaliczającego wykład.</p>		
Literatura podstawowa			

Kaczmarek T.T. (2008): Ryzyko i zarządzanie ryzykiem. Ujęcie interdyscyplinarne. Difin	
Williams C. A., Smith M. L., Young P.C. (2002): Zarządzanie ryzykiem a ubezpieczenia. PWN	
Literatura uzupełniająca	
Jajuga K. (2008): Zarządzanie ryzykiem. PWN	
Monkiewicz J., Gąsiorkiewicz L. (red.) (2010): Zarządzanie ryzykiem działalności operacyjnej. CH Beck	
Kasiewicz S. (red.) (2011): Zarządzanie zintegrowanym ryzykiem przedsiębiorstwa w Polsce. Wolters Kluwer	
NAKŁAD PRACY STUDENTA:	
	Liczba godzin
Zajęcia dydaktyczne	9
Udział w konsultacjach	10
Zdawanie egzaminu lub/i zaliczenia	2
Przygotowanie się do zajęć	8
Studiowanie literatury	8
Przygotowanie się do egzaminu lub/i zaliczenia	13
ŁĄCZNY nakład pracy studenta w godz.	50
Liczba punktów ECTS	2

Nazwa przedmiotu: PR (PRZEDMIOTY SPECJALNOŚCIOWE)		Kod przedmiotu: 14.3III22AII17_74			
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot / moduł: Wydział Nauk Ekonomicznych i Zarządzania, Instytut Zarządzania i Marketingu					
Nazwa kierunku: Zarządzanie					
Forma studiów: drugiego stopnia, niestacjonarne		Profil kształcenia: ogólnoakademicki		Specjalność: Strategiczne zarządzanie marketingowe,	
Rok / semestr: 2 / 3		Status przedmiotu / modułu: fakultatywny		Język przedmiotu / modułu: polski	
Forma zajęć:	wykłady				
Wymiar zajęć:	18				
Koordinator przedmiotu / modułu:	dr hab. Ewa Frąckiewicz				
Prowadzący zajęcia:					
Cel przedmiotu / modułu:	Celem przedmiotu jest zaznajomienie studentów z zasadami i metodami tworzenia wizerunku firmy.				
Wymagania wstępne:	w zakresie wiedzy: student zna podstawy ekonomii i marketingu w zakresie umiejętności: student rozróżnia komunikację marketingową od pozostałych działań operacyjnych w zakresie kompetencji (postaw): student zna zasady dobrego wychowania, cechuje się samodyscypliną,				
EFEKTY KSZTAŁCENIA			Odniesienie do efektów dla programu	Odniesienie do efektów dla obszaru	
Wiedza	1. zna istotę i rolę PR w organizacji		K_W01	S2A_W01,	
	2. zna narzędzia PR		K_W06	S2A_W03,	
	3. posiada wiedzę nt. zarządzania sytuacją kryzysową		K_W03	S2A_W02,	
TREŚCI PROGRAMOWE				Liczba godzin	
Forma zajęć: wykłady					
1. Historia, definicje, cele i funkcje PR				2	
2. Instrumenty public relations				2	
3. Jednolity system komunikacji. Proces PR				1	
4. Pisemne i ustne formy komunikacji				2	
5. Reklama i mass media w PR. Kontakty z dziennikarzami				2	
6. Sponsoring, mecenat i lobbying				2	
7. Targi jako narzędzie PR				1	
8. Human Relations				2	
9. Zarządzanie sytuacją kryzysową				2	
10. Organizacyjne aspekty PR				2	
Metody kształcenia	Prezentacja multimedialna, dyskusja, studia przypadków, praca w grupach, prezentacja projektu przez studentów, odgrywanie ról				
Metody weryfikacji efektów kształcenia					Nr efektu kształcenia z sylabusu
	* kolokwium				1,2,3,

<p>Forma i warunki zaliczenia</p>	<p>Forma i warunki zaliczenia wykładu: przedmiot nie kończy się egzaminem i ocena z wykładu jest uzyskiwana na podstawie pisemnego zaliczenia tej formy zajęć na wykładzie, oraz na ćwiczeniach. Ocenianie: studenci oceniani są na podstawie kolokwium obejmującego weryfikację wiedzy i umiejętności na podstawie zestawu pytań testowych lub opisowych oraz oceny przez prowadzącego zadań/ćwiczeń realizowanych podczas zajęć. Ocena z przedmiotu: obliczana jest jako 50% oceny z zaliczenia wykładu i 50% zaliczenia z ćwiczeń</p>
<p>Literatura podstawowa</p>	
<p> Cenker E. M., (2002): Public relations. WSB</p>	
<p> Wojcik K., (2005): Public relations. Placet</p>	
<p> Zemler Z., (1992): Public relations - kreowanie reputacji firmy. Poltext</p>	
<p>Literatura uzupełniająca</p>	
<p> Black S., (2005): Public relations. Oficyna Ekonomiczna</p>	
<p> Ries A. i L (2004): Upadek reklamy i wzlot public relations,. PWE</p>	
<p style="text-align: center;">NAKŁAD PRACY STUDENTA:</p>	
	<p>Liczba godzin</p>
<p>Zajęcia dydaktyczne</p>	<p>18</p>
<p>Udział w konsultacjach</p>	<p>10</p>
<p>Zdawanie egzaminu lub/i zaliczenia</p>	<p>2</p>
<p>Przygotowanie się do zajęć</p>	<p>17</p>
<p>Studiowanie literatury</p>	<p>17</p>
<p>Przygotowanie się do egzaminu lub/i zaliczenia</p>	<p>11</p>
<p>ŁĄCZNY nakład pracy studenta w godz.</p>	<p>75</p>
<p>Liczba punktów ECTS</p>	<p>3</p>

Nazwa przedmiotu: Zarządzanie produktem (PRZEDMIOTY SPECJALNOŚCIOWE)		Kod przedmiotu: 14.3III22AII17_75	
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot / moduł: Wydział Nauk Ekonomicznych i Zarządzania, Instytut Zarządzania i Marketingu			
Nazwa kierunku: Zarządzanie			
Forma studiów: drugiego stopnia, niestacjonarne		Profil kształcenia: ogólnoakademicki	Specjalność: Strategiczne zarządzanie marketingowe,
Rok / semestr: 2 / 3		Status przedmiotu / modułu: fakultatywny	Język przedmiotu / modułu: polski
Forma zajęć:	wykłady		
Wymiar zajęć:	18		
Koordynator przedmiotu / modułu:	dr hab. Augustyna Burlita		
Prowadzący zajęcia:			
Cel przedmiotu / modułu:	Zapoznanie studentów z zagadnieniami dotyczącymi problematyki zarządzania produktem w przedsiębiorstwie.		
Wymagania wstępne:	Student posiada wiedzę w zakresie ekonomii i marketingu, potrafi podejmować dyskusję we wskazanym obszarze, ma wpojone nawyki kształcenia ustawicznego.		
EFEKTY KSZTAŁCENIA		Odniesienie do efektów dla programu	Odniesienie do efektów dla obszaru
Wiedza	1. zna problemy i strategie związane z zarządzaniem produktem w przedsiębiorstwie.	K_W01	S2A_W01,
Umiejętności	2. potrafi zaproponować koncepcję działań odnoszących się do określonych aspektów zarządzania produktem i analizuje określone przykłady takich działań w praktyce rynkowej.	K_U05 K_U06	S2A_U02, S2A_U02,
Kompetencje społeczne	3. potrafi samodzielnie i krytycznie uzupełnić i doskonalić zdobytą wiedzę i umiejętności	K_K01	S2A_K01,
TREŚCI PROGRAMOWE			Liczba godzin
Forma zajęć: wykłady			
1. Produkt jako instrument marketingu.			1
2. Istota i zakres zarządzania produktem.			1
3. Asortyment i inne pojęcia związane z produktem.			2
4. Strategie związane z produktem.			2
5. Zarządzanie cyklem życia produktu.			2
6. Zarządzanie portfelem produktów.			2
7. Zarządzanie marką.			2
8. Wprowadzanie nowych produktów na rynek.			1
9. Zarządzanie opakowaniem jako elementem produktu.			1
10. Marketingowe badania produktu.			2
11. Zaliczenie przedmiotu.			2
Metody kształcenia	Prezentacja multimedialna Dyskusja Opracowanie projektu		
Metody weryfikacji efektów kształcenia			Nr efektu kształcenia z sylabusu
	* kolokwium		1,2,
	* zajęcia praktyczne (weryfikacja poprzez obserwację)		3,

Forma i warunki zaliczenia	<p>Forma i warunki zaliczenia: Studenci oceniani są na podstawie pisemnego kolokwium obejmujące wiedzę z wykładów i zalecanej literatury (3 pytania; 70% oceny) oraz oceny z projektu przygotowanego przez studenta (w grupach do 4 osób, na tematy zadane przez prowadzącego zajęcia 30% oceny). Ocenianie: Student otrzymuje ocenę dostateczną - gdy potrafi poprawnie w podstawowym zakresie odpowiedzieć na 2 z 3 pytań oraz poprawnie przygotuje projekt, rozwiązując na poziomie podstawowym opracowane zagadnienia praktyczne. Ocena z przedmiotu: jest równa ocenie uzyskanej z zaliczenia.</p>
Literatura podstawowa	
Kall J. (2001): Silna marka. Istota i kreowanie. PWE, Warszawa	
Kall J., Kłeczek E., Sagan A. (2006): Zarządzanie marką. Oficyna Ekonomiczna, Kraków	
Sojkin B. (2003): Zarządzanie produktem. PWE, Warszawa	
Szulce H., Janiszewska K. (2006): Zarządzanie marką. Wydawnictwo AE w Poznaniu	
Literatura uzupełniająca	
www.euromonitor.com.	
www.marketing-news.pl.	
www.swiatmarketingu.pl.	
NAKŁAD PRACY STUDENTA:	
	Liczba godzin
Zajęcia dydaktyczne	18
Udział w konsultacjach	10
Zdawanie egzaminu lub/i zaliczenia	2
Przygotowanie się do zajęć	9
Studiowanie literatury	13
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	9
Przygotowanie się do egzaminu lub/i zaliczenia	14
ŁĄCZNY nakład pracy studenta w godz.	75
Liczba punktów ECTS	3

Nazwa przedmiotu: Metody i techniki doskonalenia jakości (PRZEDMIOTY SPECJALNOŚCIOWE)		Kod przedmiotu: 14.3III22AII16_76	
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot / moduł: Wydział Nauk Ekonomicznych i Zarządzania, Instytut Zarządzania i Inwestycji			
Nazwa kierunku: Zarządzanie			
Forma studiów: drugiego stopnia, niestacjonarne		Profil kształcenia: ogólnoakademicki	Specjalność: Strategiczne zarządzanie marketingowe,
Rok / semestr: 2 / 3		Status przedmiotu / modułu: fakultatywny	Język przedmiotu / modułu: polski
Forma zajęć:	wykłady		
Wymiar zajęć:	9		
Koordinator przedmiotu / modułu:	dr inż. Marian Gołębiowski		
Prowadzący zajęcia:			
Cel przedmiotu / modułu:	Celem jest uzyskanie podstawowej wiedzy dotyczącej poprawy jakości produktów i procesów		
Wymagania wstępne:	Student zna podstawy zarządzania w organizacji, potrafi określić podstawowe właściwości produktu, potrafi pracować w grupie i ma nawyki kształcenia ustawicznego		
EFEKTY KSZTAŁCENIA		Odniesienie do efektów dla programu	Odniesienie do efektów dla obszaru
Wiedza	1. ma pogłębioną wiedzę na temat metod i narzędzi doskonalenia jakości produktów i procesów 2. ma wiedzę na temat regulacji dotyczących zarządzania jakością w przedsiębiorstwie (norm jakościowych)	K_W01 K_W16	S2A_W01, S2A_W07,
TREŚCI PROGRAMOWE			Liczba godzin
Forma zajęć: wykłady			
1. Idea, potrzeba i proces doskonalenia jakości			1
2. Metody i techniki doskonalenia jakości			2
3. Metoda PDCA jako podstawowe narzędzie systemowe ciągłego doskonalenia jakości			1
4. Kaizen jako filozofia doskonalenia jakości			1
5. Metoda QFD			1
6. Metoda FMEA			1
7. Metoda 8 D			1
8. Zaliczenie			1
Metody kształcenia	Wykład z elementami konwersatoryjnymi, ćwiczenia z wykorzystaniem case study. Prezentacja multimedialna		
Metody weryfikacji efektów kształcenia			Nr efektu kształcenia z sylabusu
	* kolokwium		1,2,
Forma i warunki zaliczenia	Zaliczenie obejmuje wiedzę z wykładów oraz zalecanej literatury (test z pytaniami wielokrotnego wyboru, zaliczenie testu na ocenę dostateczną wymaga uzyskania 60% możliwych punktów). Ocena z wykładu jest uzyskiwana na podstawie pisemnego zaliczenia tej formy zajęć na ostatnim wykładzie. Student otrzymuje ocenę dostateczną, gdy potrafi omówić podstawowe zagadnienia związane z poprawą jakości produktów i procesów, co sprawdza osiągnięte efekty kształcenia w zakresie wiedzy i umiejętności uzyskanych podczas uczestnictwa w wykładach. Ocena z przedmiotu jest oceną z wykładu.		
Literatura podstawowa			
Fraś J., Gołębiowski M., Bielawa A. (2006): Podstawy zarządzania jakością w przedsiębiorstwie. Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego			
Łuczak J., Matuszak-Flejszman A. (2007): Metody i techniki zarządzania jakością. Kompendium wiedzy. Quality Progress			

Żuchowski J., Łagowski E. (2004): Narzędzia i metody doskonalenia jakości. Wydawnictwo Politechniki Radomskiej <http://www.us.esylabusy.pl/theme/szablon1/gfx/textln.gifki>

Literatura uzupełniająca

Gołębiowski M. (2008): Teoretyczne aspekty doskonalenia jakości w organizacji, w: Studia i Prace WNEiZ nr 1. Wydawnictwo Naukowe US 157-164

Fraś J. (2008): Zarządzanie jakością usług w instytucjach publicznych. Wydawnictwo Naukowe US

Problemy Jakości. SIGMA-NOT

Zarządzanie Jakością. Instytut Doskonalenia Organizacji

NAKŁAD PRACY STUDENTA:

	Liczba godzin
Zajęcia dydaktyczne	9
Udział w konsultacjach	7
Zdawanie egzaminu lub/i zaliczenia	2
Przygotowanie się do zajęć	12
Studiowanie literatury	12
Przygotowanie się do egzaminu lub/i zaliczenia	8
ŁĄCZNY nakład pracy studenta w godz.	50
Liczba punktów ECTS	2

Nazwa przedmiotu: Źródła finansowania MSP (PRZEDMIOTY SPECJALNOŚCIOWE)		Kod przedmiotu: 14.3III22AII18_77	
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot / moduł: Wydział Nauk Ekonomicznych i Zarządzania, Instytut Finansów			
Nazwa kierunku: Zarządzanie			
Forma studiów: drugiego stopnia, niestacjonarne		Profil kształcenia: ogólnoakademicki	Specjalność: Strategiczne zarządzanie marketingowe,
Rok / semestr: 2 / 3		Status przedmiotu / modułu: fakultatywny	Język przedmiotu / modułu: polski
Forma zajęć:	wykłady		
Wymiar zajęć:	9		
Koordinator przedmiotu / modułu:	dr hab. Adam Adamczyk		
Prowadzący zajęcia:			
Cel przedmiotu / modułu:	Przedmiot obejmuje zagadnienia służące identyfikacji źródeł i form finansowania małych i średnich przedsiębiorstw.		
Wymagania wstępne:	wiedzy: student posiada wiedzę z podstaw rachunkowości i finansów przedsiębiorstw umiejętności: student potrafi dokonać kalkulacji finansowych kompetencji: student potrafi pracować w grupie i jest przygotowany do analizowania procesów zachodzących w przedsiębiorstwie		
EFEKTY KSZTAŁCENIA		Odniesienie do efektów dla programu	Odniesienie do efektów dla obszaru
Wiedza	1. ma wiedzę o rodzajach źródeł finansowania małych i średnich przedsiębiorstw oraz o kosztach i korzyściach związanych z wykorzystaniem danego źródła finansowania	K_W13	S2A_W06,
Umiejętności	2. posiada umiejętności wykorzystania wiedzy teoretycznej do prawidłowego analizowania możliwych do pozyskania źródeł finansowania w MSP, nabywa umiejętności analizowania kosztów i korzyści związanych wyborem źródła finansowania	K_U15	S2A_U08,
TREŚCI PROGRAMOWE			Liczba godzin
Forma zajęć: wykłady			
1. Klasyfikacja źródeł finansowania			1
2. Kryteria wyboru źródeł finansowania. Wstępna analiza korzyści i kosztów.			1
3. Kapitał własny: udziałowy			1
4. Fundusze inwestycyjne, fundusze podwyższonego ryzyka: Private Equity, Anioły Biznesu, Venture Capital, Corporate Venturing)			1
5. Finansowanie obce			1
6. Alternatywne formy finansowania (leasing, factoring, forfeiting)			2
7. Fundusze europejskie			1
8. Zaliczenie			1
Metody kształcenia	Wykład z wykorzystaniem prezentacji multimedialnej połączona z dyskusją o specyfice finansów MSP oraz rozwiązywaniem studiów przypadku		
Metody weryfikacji efektów kształcenia			Nr efektu kształcenia z sylabusu
	* kolokwium		1,2,

Forma i warunki zaliczenia	<p>Forma zaliczenia: Kolokwium pisemne; test jednokrotnego wyboru z zadaniami otwartymi.</p> <p>Warunki zaliczenia: Warunkiem uzyskania zaliczenia jest zdobycie przynajmniej 60% punktacji z testu zaliczeniowego.</p> <p>Ocenianie: Warunkiem uzyskania przez studenta oceny dostatecznej jest wykazanie się podstawową znajomością źródeł finansowania MSP oraz umiejętnością posługiwania się formułami niezbędnymi do szacowania kosztu podstawowych źródeł finansowania.</p> <p>Ocena z przedmiotu: ocena uzyskana z wykładu.</p>
Literatura podstawowa	
Pluta W (red) (2004): Finanse małych i średnich przedsiębiorstw. PWE	
Skowronek-Milczarek A (2007): Małe i średnie przedsiębiorstwa. Źródła finansowania. BECK	
Grzywacz J., Okońska A (2005): Venture capital a potrzeby kapitałowe małych i średnich przedsiębiorstw, Wydawnictwo: Szkoła Główna Handlowa. Oficyna Wydawnicza, 2005. Wydawnictwo: Szkoła Główna Handlowa. Oficyna Wydawnicza	
M. Panfil (red.) (2011): Finansowanie rozwoju przedsiębiorstwa studia przypadków. Difin	
Literatura uzupełniająca	
Barrow C. (2009): Zarządzanie finansami w małej firmie. HELION ONE-PRESS	
A. Rutkowski (2007): Zarządzanie finansam. PWE	
Daszkiewicz N. (2006): i średnie przedsiębiorstwa. Szanse i zagrożenia rozwoju. CEDEWU	
NAKŁAD PRACY STUDENTA:	
	Liczba godzin
Zajęcia dydaktyczne	9
Udział w konsultacjach	10
Zdawanie egzaminu lub/i zaliczenia	2
Przygotowanie się do zajęć	14
Studiowanie literatury	14
Przygotowanie się do egzaminu lub/i zaliczenia	1
ŁĄCZNY nakład pracy studenta w godz.	50
Liczba punktów ECTS	2

Nazwa przedmiotu: Przywództwo w organizacji / Leadership in organization (PRZEDMIOTY SPECJALNOŚCIOWE)		Kod przedmiotu: 14.3III22AII17_78	
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot / moduł: Wydział Nauk Ekonomicznych i Zarządzania, Instytut Zarządzania i Marketingu			
Nazwa kierunku: Zarządzanie			
Forma studiów: drugiego stopnia, niestacjonarne		Profil kształcenia: ogólnoakademicki	Specjalność: Strategiczne zarządzanie marketingowe,
Rok / semestr: 2 / 4		Status przedmiotu / modułu: fakultatywny	Język przedmiotu / modułu: angielski
Forma zajęć:	konwersatoria		
Wymiar zajęć:	9		
Koordinator przedmiotu / modułu:	dr hab. inż. Alberto Lozano-Platonoff		
Prowadzący zajęcia:			
Cel przedmiotu / modułu:	Celem jest uświadomienie studentom znaczenia przywództwa w podnoszeniu efektywności zarządzania organizacją.		
Wymagania wstępne:	Student zna podstawy zarządzania, zachowań organizacyjnych, ekonomiki organizacji. Potrafi brać udział w dyskusji oraz aktywnie poszukiwać informacji. Student posiada umiejętność pracy zespołowej.		
EFEKTY KSZTAŁCENIA		Odniesienie do efektów dla programu	Odniesienie do efektów dla obszaru
Wiedza	1. wyjaśnia podstawowe pojęcia dotyczące przywództwa w organizacji z uwzględnieniem rozwoju teorii przywództwa 2. wyjaśnia czynniki wpływające na efektywność podejmowanych działań przywódczych	K_W02 K_W12 K_W21 K_W05	S2A_W01, S2A_W05, S2A_W11, S2A_W02,
Umiejętności	3. wskazuje najważniejsze kompetencje przywódcze oraz wyróżnia sposoby ich rozwijania, wyjaśnia wpływ rozwoju kompetencji menadżerskich na efektywność zarządzania organizacją 4. bierze czynny udział w dyskusji w języku angielskim i prezentuje treści z wykorzystaniem języka angielskiego	K_U01 K_U18 K_U17 K_U16	S2A_U01, S2A_U11, S2A_U10, S2A_U09,
Kompetencje społeczne	5. potrafi rozstrzygać dylematy zawodowe z zakresu przywództwa na podstawie opracowywanego opisu studium przypadku	K_K04	S2A_K04,
TREŚCI PROGRAMOWE			Liczba godzin
Forma zajęć: konwersatoria			
1. Kim jest przywódca - istotne cechy i zachowania przywódcze			1
2. Przegląd podstawowych podejść do koncepcji przywództwa			1
3. Uwarunkowania efektywności przywództwa i przykłady efektywnego przywództwa			2
4. Sytuacyjna koncepcja przywództwa			1
5. Rozwijanie kompetencji przywódcy w oparciu o koncepcję P. Cardona i P. Garcia-Lombardia			2
6. Specyfika i rola przywództwa w czasie zmian i kryzysu			1
7. Prezentacje studentów projektów zespołowych - przedstawienie studiów przypadku			1
Metody kształcenia	Dyskusja w oparciu o zadaną literaturę, metoda przypadków, praca w grupach, analiza dokumentów źródłowych, dyskusje w zespołach		
Metody weryfikacji efektów kształcenia			Nr efektu kształcenia z sylabusu
	* prezentacje		1,3,4,5,
	* praca pisemna/esej/recenzja		1,2,3,5,

Forma i warunki zaliczenia	<p>Forma i warunki zaliczenia: studenci oceniani są na podstawie pracy zaliczeniowej przygotowanej w zespołach 3-4 osobowych dotyczących analizy studium przypadku przywódców osiągających sukcesy w zarządzaniu organizacjami.</p> <p>Ocenianie: dostateczny: student rozumie znaczenie przywództwa w zarządzaniu przedsiębiorstwem oraz zna podstawowe pojęcia z zakresu zagadnienia przywództwa.</p> <p>Ocena z przedmiotu: jest równa ocenie uzyskanej z zaliczenia.</p>
Literatura podstawowa	
Prentice W. C. H. (2004 January, Vol. 82 Issue 1,): Understanding Leadership. Harvard Business Review s. 102-109	
Goleman D. (2004 January, Vol. 82 Issue 1): What Makes a Leader?. Harvard Business Review s. 82-91	
Zaleznik A. (2004 January, Vol. 82 Issue 1): Managers and Leaders: Are They Different?. Harvard Business Review s. 74-81	
Rooke D., Torbert W.R. (2005 April, Vol. 83 Issue 4): 7 Transformations of Leadership. Harvard Business Review s. 66-76	
Heifetz R., A. Grashow, M. Linsky (2009 July/August, Vol. 87 Issue 7/8): Leadership in a (Permanent) Crisis. Harvard Business Review s. 62-69	
Fuda P., R. Badham (2011 November, Vol. 89 Issue 11): Fire, Snowball, Mask, Movie: How Leaders Spark and Sustain Change. Harvard Business Review s. 145-148	
Nonaka I., H. Takeuchi (2011 May, Vol. 89 Issue 5): The Wise Leader. Harvard Business Review s. 58-67	
Literatura uzupełniająca	
Cardona P., P. Garcia-Lombardia (2005): How to develop leadership competencies. Pamplona	
Hersey P., K.H. Blanchard, D.E. Johnson (2008): Management of Organizational Behavior - Leading Human Resources. Prentice Hall	
NAKŁAD PRACY STUDENTA:	
	Liczba godzin
Zajęcia dydaktyczne	9
Udział w konsultacjach	10
Zdawanie egzaminu lub/i zaliczenia	2
Przygotowanie się do zajęć	15
Studiowanie literatury	15
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	24
ŁĄCZNY nakład pracy studenta w godz.	75
Liczba punktów ECTS	3

Nazwa przedmiotu: Zarządzanie w korporacjach ponadnarodowych (PRZEDMIOTY SPECJALNOŚCIOWE)		Kod przedmiotu: 14.3III22AII16_79	
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot / moduł: Wydział Nauk Ekonomicznych i Zarządzania, Instytut Zarządzania i Inwestycji			
Nazwa kierunku: Zarządzanie			
Forma studiów: drugiego stopnia, niestacjonarne		Profil kształcenia: ogólnoakademicki	Specjalność: Strategiczne zarządzanie marketingowe,
Rok / semestr: 2 / 4		Status przedmiotu / modułu: fakultatywny	Język przedmiotu / modułu: polski
Forma zajęć:	wykłady		
Wymiar zajęć:	9		
Koordinator przedmiotu / modułu:	dr Malwina Szczepkowska		
Prowadzący zajęcia:			
Cel przedmiotu / modułu:	Celem jest przekazanie studentom wiedzy z zakresu funkcjonowania przedsiębiorstw globalnych na rynku światowym a także z zakresu zarządzania wybranymi funkcjami w tych podmiotach.		
Wymagania wstępne:	Wiedzy: student zna podstawowe pojęcia z zakresu ekonomii Umiejętności: potrafi pracować w grupie i korzystać z metody analizy przypadków Kompetencji (postaw): rozumie konieczność kształcenia ustawicznego		
EFEKTY KSZTAŁCENIA		Odniesienie do efektów dla programu	Odniesienie do efektów dla obszaru
Wiedza	1. zna pojęcia dotyczące firmy globalnej, jej przejawy i efekty	K_W04 K_W07 K_W08	S2A_W02, S2A_W03, S2A_W03,
Umiejętności	2. potrafi zidentyfikować i przeanalizować strategie realizowane przez wybrane przedsiębiorstw globalne oraz dokonać oceny procesów fuzji i przejęć, a także zidentyfikować ich efekty	K_U04 K_U05	S2A_U02, S2A_U02,
TREŚCI PROGRAMOWE			Liczba godzin
Forma zajęć: wykłady			
1. Identyfikacja procesu globalizacji, istota firmy globalnej, jej cechy i przejawy.			1
2. Powstanie firmy globalnej, umiędzynarodowienie działalności.			1
3. Przemiany w korporacjach transnarodowych. Międzynarodowa współpraca przedsiębiorstw.			1
4. Fuzje i przejęcia na rynku globalnym, koncentracja a kooperacja.			1
5. Zarządzanie międzynarodowe.			1
6. Czynniki kulturowe w zarządzaniu. Marketing w firmach globalnych. Zarządzanie zasobami ludzkimi w korporacjach globalnych.			1
7. Strategie firm globalnych.			2
8. Strategie wejścia firm globalnych na nowe rynki.			1
Metody kształcenia	Wykład z wykorzystaniem prezentacji Dyskusje studentów Praca z grupami nad problemem Rozwiązywanie zadań, analizy przypadków (case study) Mikroreferaty przygotowywane indywidualnie przez studentów		
Metody weryfikacji efektów kształcenia			Nr efektu kształcenia z sylabusu
	* kolokwium		1,2,
	* projekt		2,

Forma i warunki zaliczenia	<p>Forma i warunki zaliczenia wykładu: przedmiot nie kończy się egzaminem i ocena z wykładu jest uzyskiwana na podstawie pisemnego zaliczenia tej formy zajęć na wykładzie oraz pracy własnej studenta.</p> <p>Ocena zaliczeniowa ustalana jest na podstawie ocen cząstkowych otrzymywanych w trakcie semestru za określone działania i prace studenta: 70% oceny stanowi zaliczenie pisemne przedmiotu w postaci kolokwium pisemnego (około 8 pytań). Pytania otwarte z teoretycznej części materiału oraz dotyczące przykładów z praktyki gospodarczej. 30 % oceny to projekty zespołowe realizowane w domu i omawiane na wykładzie, praca nad przypadkami przedsiębiorstw z praktyki gospodarczej. Projekty testują umiejętności studentów w zakresie wykorzystania posiadanej wiedzy do oceny analizowanych zjawisk oraz prognozowania działań organizacji gospodarczej na podstawie wyciągniętych wniosków.</p> <p>Ocenianie: Student otrzymuje ocenę dostateczną , gdy zna podstawowe pojęcia z zakresu przedsiębiorstwa globalnego, etapów jego powstania i przejawów dla rynku globalnego. Orientuje się co do strategii działania firm globalnych.</p> <p>Ocena z przedmiotu: jest równa ocenie uzyskanej z zaliczenia, gdzie 70% oceny stanowi zaliczenie pisemne przedmiotu a 30% praca własna studenta.</p>
Literatura podstawowa	
Marek S., Białasiewicz M. (red.) (2011): Podstawy nauki o organizacji. PWE	
Yip G.S. (2004): Strategia globalna. PWE	
Zorska A. (2007): Korporacje transnarodowe. PWE	
Marek S. (red.) (2008): Elementy nauki o przedsiębiorstwie. Economicus	
Sowa K. (2006): Strategie międzynarodowe. Difin	
Nowakowski M.K. (red.) (2005): Biznes międzynarodowy. Od internacjonalizacji do globalizacji. Wyd. SGH	
Literatura uzupełniająca	
Gorynia M. (2007): Strategie zagranicznej ekspansji przedsiębiorstw. PWE	
Duliniec E. (2004): Marketing międzynarodowy. PWE	
Flejterski S., Wahl P. T. (2003): Ekonomia globalna. Difin	
Gesteland R. (2000): Różnice kulturowe a zachowania w biznesie. PWN	
NAKŁAD PRACY STUDENTA:	
	Liczba godzin
Zajęcia dydaktyczne	9
Udział w konsultacjach	7
Zdawanie egzaminu lub/i zaliczenia	2
Przygotowanie się do zajęć	9
Studiowanie literatury	8
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	7
Przygotowanie się do egzaminu lub/i zaliczenia	8
ŁĄCZNY nakład pracy studenta w godz.	50
Liczba punktów ECTS	2

Nazwa przedmiotu: Business Intelligence (PRZEDMIOTY SPECJALNOŚCIOWE)		Kod przedmiotu: 14.3III22AII02_80	
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot / moduł: Wydział Nauk Ekonomicznych i Zarządzania, Instytut Informatyki w Zarządzaniu			
Nazwa kierunku: Zarządzanie			
Forma studiów: drugiego stopnia, niestacjonarne		Profil kształcenia: ogólnoakademicki	Specjalność: Strategiczne zarządzanie marketingowe,
Rok / semestr: 2 / 4		Status przedmiotu / modułu: fakultatywny	Język przedmiotu / modułu: polski
Forma zajęć:	ćwiczenia laboratoryjne		
Wymiar zajęć:	15		
Koordynator przedmiotu / modułu:	dr Tomasz Ordysiński		
Prowadzący zajęcia:	według przydziału czynności		
Cel przedmiotu / modułu:	Celem przedmiotu jest zapoznanie studentów z możliwościami rozwiązań klasy Business Intelligence w procesie pozyskiwania wiedzy na potrzeby zarządzania organizacjami gospodarczymi. W trakcie zajęć Studenci pozyskają podstawową wiedzę i posiadają umiejętność wykorzystania wybranych elementów platformy Microsoft Business Intelligence.		
Wymagania wstępne:	Student zna podstawy z zakresu zagadnień ekonomiki podmiotów rynkowych i funkcjonowania rynku, zarządzania, marketingu, analizy finansowej, technologii informacyjnych. Student umie czytać ze zrozumieniem instrukcje obsługi programów komputerowych w języku angielskim.		
EFEKTY KSZTAŁCENIA		Odniesienie do efektów dla programu	Odniesienie do efektów dla obszaru
Wiedza	1. rozumie podstawowe koncepcje systemów Business Intelligence w ujęciu technologicznym i organizacyjnym oraz rozumie ich rolę w budowaniu przewagi konkurencyjnej organizacji gospodarczych	K_W13	S2A_W06,
Umiejętności	2. potrafi wykorzystać wybrane elementy platformy Microsoft Business Intelligence do pozyskiwania wiedzy na potrzeby zarządzania organizacjami gospodarczymi.	K_U08 K_U09	S2A_U04, S2A_U04,
TREŚCI PROGRAMOWE			Liczba godzin
Forma zajęć: ćwiczenia laboratoryjne			
1. Omówienie zasad pracy i treści przedmiotowych realizowanych na zajęciach. Wprowadzenie architektury i funkcjonalności platformy Microsoft Business Intelligence. Miejsce hurtowni danych w systemach BI, rodzaje systemów BI: Marketing Intelligence, Financial Intelligence, Competitive Intelligence Zapoznanie z odwzorowaniem struktury modelowej firmy i jej źródeł danych, wykorzystywanych na potrzeby zadań realizowanych na zajęciach.			2
2. Wprowadzenie do architektury Hurtowni Danych na przykładzie MS Server 2008 R2. Modele danych stosowane w hurtowniach danych. Typowe operacje w hurtowniach danych. Język MDX w procesie pozyskiwania informacji z hurtowni danych Mechanizmy zasilania hurtowni w systemie SQL Server 2008 R2 Integration Services:			4
3. Projektowanie raportów i dokonywanie analiz. Raporty statyczne, analizy i zapytania ad-hoc i analizy OLAP. Zaawansowana wizualizacja danych.			4
4. Zastosowanie wybranych metod eksploracji danych (klasyfikacja, grupowanie, reguły asocjacyjne) do odkrywania wiedzy z hurtowni danych.			2
5. Tworzenie mapy drogowej wdrożenia systemu BI. Identyfikacja potrzeb informacyjnych przydatnych w procesie zarządzania. Analiza istniejących rozwiązań. Dobór komponentów. Projektowanie pożądanych sposobów realizacji procesów po wdrożeniu BI.			1
6. Weryfikacja wiedzy i umiejętności - kolokwium.			2
Metody kształcenia	Zajęcia laboratoryjne realizowane w sali komputerowej z wykorzystaniem platformy Microsoft Business Intelligence.		
Metody weryfikacji efektów kształcenia			Nr efektu kształcenia z sylabusu
	* kolokwium		1,2,

<p>Forma i warunki zaliczenia</p>	<p>Forma i warunki zaliczeń ćwiczeń: Studenci oceniani są na podstawie jednego kolokwium składającego się z części teoretycznej i praktycznej. Część teoretyczna składa się ok. 5 pytań (ok. 40% punktów) i służy sprawdzeniu znajomości podstawowej wiedzy odnośnie koncepcji i roli systemów Business Intelligence. Część praktyczna składa się z ok. 12 zdań (ok. 60% punktów) sprawdzających podstawowe umiejętności realizacji wybranych zadań związanych z odkrywaniem wiedzy na platformie Microsoft Business Intelligence.</p> <p>Ocenianie: student otrzymuje ocenę dostateczną gdy zna możliwości rozwiązań klasy Business Intelligence w procesie pozyskiwania wiedzy na potrzeby zarządzania organizacjami gospodarczymi w stopniu podstawowym.</p> <p>Ocena z przedmiotu obliczana jest jako ocena uzyskana z zaliczenia.</p>
<p>Literatura podstawowa</p>	
<p>Pelikant A (2011): Hurtownie danych. Od przetwarzania analitycznego do raportowania. Helion</p>	
<p>Literatura uzupełniająca</p>	
<p>Fouche G., Langit L (2011): Foundations of SQL Server 2008 R2 Business Intelligence. Apress</p>	
<p>Ralston B. (2011): PowerPivot for Business Intelligence Using Excel and SharePoint. Apress</p>	
<p>Larose T. L (2006): Odkrywanie wiedzy z danych. PWN</p>	
<p>NAKŁAD PRACY STUDENTA:</p>	
	<p>Liczba godzin</p>
<p>Zajęcia dydaktyczne</p>	<p>15</p>
<p>Udział w konsultacjach</p>	<p>10</p>
<p>Zdawanie egzaminu lub/i zaliczenia</p>	<p>2</p>
<p>Przygotowanie się do zajęć</p>	<p>17</p>
<p>Studiowanie literatury</p>	<p>18</p>
<p>Przygotowanie się do egzaminu lub/i zaliczenia</p>	<p>13</p>
<p>ŁĄCZNY nakład pracy studenta w godz.</p>	<p>75</p>
<p>Liczba punktów ECTS</p>	<p>3</p>

Nazwa przedmiotu: Przywództwo i lider w organizacji (PRZEDMIOTY SPECJALNOŚCIOWE)		Kod przedmiotu: 14.3III22AII17_41			
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot / moduł: Wydział Nauk Ekonomicznych i Zarządzania, Instytut Zarządzania i Marketingu					
Nazwa kierunku: Zarządzanie					
Forma studiów: drugiego stopnia, niestacjonarne		Profil kształcenia: ogólnoakademicki		Specjalność: Zarządzanie kapitałem ludzkim w organizacjach,	
Rok / semestr: 2 / 3		Status przedmiotu / modułu: fakultatywny		Język przedmiotu / modułu: polski	
Forma zajęć:	wykłady	ćwiczenia			
Wymiar zajęć:	9	15			
Koordinator przedmiotu / modułu:	dr Marta Młokosiewicz				
Prowadzący zajęcia:					
Cel przedmiotu / modułu:	celem jest rozszerzenie i usystematyzowanie wiedzy dotyczącej przywództwa a także roli lidera w organizacji. Student ma możliwość rozwoju własnych kompetencji przywódczych i kształtowania postawy profesjonalnego lidera.				
Wymagania wstępne:	Student zna podstawowe zagadnienia z zarządzania zasobami ludzkimi, potrafi pracować w grupie, myśleć analitycznie i wykazuje kreatywność.				
EFEKTY KSZTAŁCENIA			Odniesienie do efektów dla programu	Odniesienie do efektów dla obszaru	
Wiedza	1. zna współczesne paradygmaty przywództwa.		K_W05 K_W17 K_W21	S2A_W02, S2A_W08, S2A_W11,	
Umiejętności	2. potrafi wskazać zasady skutecznego przywództwa ze szczególnym uwzględnieniem miękkich umiejętności.		K_U12	S2A_U06,	
Kompetencje społeczne	3. potrafi określić własne kompetencje przywódcze oraz potencjalny styl przywództwa.		K_K06	S2A_K06,	
TREŚCI PROGRAMOWE				Liczba godzin	
Forma zajęć: wykłady					
1. Przywództwo a zarządzanie. Źródła władzy przywódcy					2
2. Przywództwo klasyczne, transakcyjne, wizjonerskie i organiczne					2
3. Kompetencje przywódcze oraz rola lidera w ZZL					2
4. Przywództwo w zmiennym otoczeniu organizacji					2
5. Przywództwo skuteczne					1
Forma zajęć: ćwiczenia					
1. Istota przywództwa oraz jego wpływ na funkcjonowanie organizacji					2
2. Przywódca a menedżer. Źródła władzy przywódcy					2
3. Paradygmaty przywództwa					2
4. Mikro i makropoziom przywództwa. Inteligencja emocjonalna					2
5. Kształtowanie kompetencji przywódczych					2
6. Przywódca wobec zmian w otoczeniu organizacji					2
7. Zasady oraz umiejętności związane z przywództwem skutecznym					1
8. Kolokwium					2
Metody kształcenia	Prezentacja multimedialna, dyskusja, metoda przypadków, praca w grupach				

Metody weryfikacji efektów kształcenia		Nr efektu kształcenia z sylabusu
	* projekt	1,2,
	* kolokwium	1,
	* zajęcia praktyczne (weryfikacja poprzez obserwację)	1,2,
Forma i warunki zaliczenia	<p>Forma i warunki zaliczenia wykładu: zaliczenie pisemne, które testuje osiągnięcie efektów kształcenia w zakresie wiedzy</p> <p>Forma i warunki zaliczenia ćwiczeń: studenci są oceniani na podstawie aktywności podczas zajęć, a także na podstawie projektu grupowego, które testują osiągnięcie efektów kształcenia w zakresie wiedzy i umiejętności; projekt powinien przedstawiać aspekty przywództwa i osobę lidera na przykładzie wybranej organizacji.</p> <p>Ocenianie: Student otrzymuje ocenę dostateczną, gdy zna podstawowe paradygmaty przywództwa oraz potrafi wskazać cechy i kompetencje skutecznego przywódcy.</p> <p>Ocena z przedmiotu jest równa średniej arytmetycznej oceny z zaliczenia wykładów oraz oceny z ćwiczeń.</p>	
Literatura podstawowa		
Avery, G.C. (2009): Przywództwo w organizacji. PWE, Warszawa 21-305		
Blanchard R. (2007): Przywództwo wyższego stopnia. PWN, Warszawa 5-270		
Dzikowski P. (2011): Przywództwo w organizacjach gospodarczych, w warunkach polskich. Difin, Warszawa 7-135		
Drzewiecki A., D. Chełmiński, Kubica E. (2011): Dobre przywództwo. Oficyna Wolters Kluwer business, Warszawa 7-370		
Mrówka R. (2010): Przywództwo w organizacjach. Oficyna Wolters Kluwer business, Warszawa 94-217		
Wójcik M, Czarnecka-Wójcik E., (2009): Przywództwo i władza menedżerska. Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej w Katowicach, Katowice 11-135		
Literatura uzupełniająca		
Daloz Parks Sh., (2007): Przywództwa można się nauczyć. Wydawnictwo Helion, Gliwice 7-256		
Covey S. R., (2004): Zasady skutecznego przywództwa. REBIS, Poznań 9-339		
Kožusznik B. (2010): Kierowanie zespołem pracowniczym. PWE, Warszawa 57-113		
Pocztowski A., (2008): Zarządzanie zasobami ludzkimi. PWE, Warszawa 178-224		
NAKŁAD PRACY STUDENTA:		
	Liczba godzin	
Zajęcia dydaktyczne	24	
Udział w konsultacjach	4	
Zdawanie egzaminu lub/i zaliczenia	2	
Przygotowanie się do zajęć	10	
Studiowanie literatury	10	
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	15	
Przygotowanie się do egzaminu lub/i zaliczenia	10	
ŁĄCZNY nakład pracy studenta w godz.	75	
Liczba punktów ECTS	3	

Nazwa przedmiotu: Seminarium magisterskie (0)		Kod przedmiotu: 14.3III22AI17_81			
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot / moduł: Wydział Nauk Ekonomicznych i Zarządzania, Instytut Zarządzania i Marketingu					
Nazwa kierunku: Zarządzanie					
Forma studiów: drugiego stopnia, niestacjonarne		Profil kształcenia: ogólnoakademicki		Specjalność: Zarządzanie strategiczne	
Rok / semestr: 1,2 / 2,3,4		Status przedmiotu / modułu: fakultatywny		Język przedmiotu / modułu: polski	
Forma zajęć:	seminarium				
Wymiar zajęć:	54				
Koordinator przedmiotu / modułu:	dr hab. inż. Alberto Lozano-Platonoff				
Prowadzący zajęcia:					
Cel przedmiotu / modułu:	Przygotowanie i pomoc studentowi w wyborze i definiowaniu tematu pracy, samodzielnym definiowaniu problemu i celu, formułowaniu planu pracy, zebraniu i analizie niezbędnych materiałów literaturowych oraz danych liczbowych, zaplanowaniu i przeprowadzeniu badania empirycznego i napisania na tej podstawie pracy magisterskiej.				
Wymagania wstępne:	Wymagania wstępne w zakresie: - wiedzy -posiada poszerzoną wiedzę z zakresu zarządzania oraz zna możliwości zastosowania metod i koncepcji zarządzania oraz narzędzi analitycznych w różnego rodzaju podmiotach. - umiejętności- potrafi zastosować zaawansowane metody analizy organizacji i jej otoczenia i wyciągać wnioski na ich podstawie - kompetencji - wybiera i logicznie uzasadnia potrzebę wykorzystania w badaniu określonych metod badawczych i analitycznych a także dostosowuje skalę ich użycia do własnych potrzeb badawczych				
EFEKTY KSZTAŁCENIA				Odniesienie do efektów dla programu	Odniesienie do efektów dla obszaru
Wiedza	1. opanował podstawową wiedzę z dziedziny, do której należy tematyka pracy magisterskiej		K_W01	S2A_W01,	
	2. zna najnowszą polską literaturę z dziedziny obejmującej przedmiot pracy		K_W13 K_W10 K_W03 K_W02	S2A_W06, S2A_W04, S2A_W02, S2A_W01,	
	4. zna i rozumie podstawowe pojęcia i zasady z zakresu ochrony własności przemysłowej i prawa autorskiego oraz konieczność zarządzania zasobami własności intelektualnej		K_W20	S2A_W10,	
Umiejętności	5. umie sformułować zadanie badawcze i cel pracy, postawić hipotezy badawcze		K_U03	S2A_U02,	
	6. potrafi dobrać właściwe metody i techniki badawcze do realizacji tematu oraz zastosować je we własnym badaniu		K_U16 K_U15	S2A_U09, S2A_U08,	
	7. analizuje i interpretuje uzyskane wyniki, wyciąga z nich wnioski		K_U14 K_U11	S2A_U07, S2A_U06,	
	8. umie logicznie skonstruować tekst pracy magisterskiej dzięki opanowaniu umiejętności formułowania tekstu naukowego		K_U08 K_U07	S2A_U04, S2A_U03,	
Kompetencje społeczne	10. samodzielnie stawia pytania i problemy oraz poszukuje odpowiedzi		K_K01	S2A_K01,	
	11. korzysta z zaproponowanych w trakcie dyskusji seminaryjnej sugestii				
TREŚCI PROGRAMOWE				Liczba godzin	
Forma zajęć: seminarium					
1. Określenie problematyki badawczej i tematu (tytułu) pracy wraz z uzasadnieniem				4	
2. Omówienie podstawowych pojęć i zasad z zakresu ochrony własności przemysłowej i prawa autorskiego oraz konieczność zarządzania zasobami własności				2	

3. Dyskusja o literaturze przedmiotu i źródłach pozyskania danych oraz wymogach edycyjnych		4
4. Prezentacja samodzielnie przygotowanych planów pracy magisterskiej		5
5. Korekta i ostateczne zaakceptowanie planów pracy		3
6. Przygotowanie i prezentacja esejów związanych tematycznie z treścią pracy		5
7. Formułowanie i korygowanie rozdziału pracy zawierającego przedmiot, cel i zakres badania		3
8. Dyskusja nad wyborem metod i sformułowaniem treści rozdziału zawierającego aspekty metodologiczne		5
9. Prezentacja rozdziałów pracy o charakterze teoretycznym wraz z ich oceną		5
10. Prezentacja i ocena zebranych materiałów statystycznych, niezbędnych do konstrukcji empirycznej części pracy		3
11. Przegląd wyników i dyskusja nad rezultatami przeprowadzonych analiz ilościowych		5
12. Sformułowanie i prezentacja zasadniczej empirycznej części pracy		5
13. Ostateczne formułowanie części empirycznej oraz całościowa konstrukcja pracy		5
Metody kształcenia	Zajęcia o charakterze konwersatoryjnym z prezentacjami uczestników, dotyczącymi omawiania części pracy oraz wyników przeprowadzonych badań	
Metody weryfikacji efektów kształcenia		Nr efektu kształcenia z sylabusu
	* prezentacje	1,2,3,5,6,7,8,10,11,
	* praca dyplomowa	1,2,10,9,8,7,6,5,4,3,11,
Forma i warunki zaliczenia	<p>Ocena z przedmiotu: student otrzymuje zaliczenie przedmiotu, jeśli na koniec semestru zrealizuje zadanie przewidziane dla niego tzn. sem. 2 przygotuje i sformułuje plan pracy oraz zbierze niezbędną literaturę przedmiotu sem. 3 przygotuje i zaprezentuje część teoretyczną pracy (dwa rozdziały) sem.4 przeprowadzi badania empiryczne, napisze i złoży gotową pracę magisterską Ocenę wpisuje promotor.</p>	
Literatura podstawowa		
Majchrzak J., Mendel T. (2009): <i>Metodyka pisania prac magisterskich i dyplomowych</i> . Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu		
Nowak S. (2011): <i>Metodologia badań społecznych</i> . PWN		
Literatura uzupełniająca		
Babbie E. (2010): <i>Podstawy badań społecznych</i> . PWN		
Bereźnicki F. (2010): <i>Praca dyplomowa na studiach I i II stopnia z nauk społecznych</i> . Impuls		
Polańska A. (2012): <i>Praca dyplomowa nauką i sztuką</i> . Wyższa Szkoła Administracji i Biznesu im. E. Kwiatkowskiego		
NAKLAD PRACY STUDENTA:		
	Liczba godzin	
Zajęcia dydaktyczne	54	
Udział w konsultacjach	70	
Przygotowanie się do zajęć	20	
Studiowanie literatury	56	
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	300	
ŁĄCZNY nakład pracy studenta w godz.	500	
Liczba punktów ECTS	20	

Nazwa przedmiotu: Seminarium magisterskie (0)		Kod przedmiotu: 14.3III22AII15_86	
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot / moduł: Wydział Nauk Ekonomicznych i Zarządzania, Instytut Zarządzania i Marketingu			
Nazwa kierunku: Zarządzanie			
Forma studiów: drugiego stopnia, niestacjonarne		Profil kształcenia: ogólnoakademicki	Specjalność: Zarządzanie kapitałem ludzkim w organizacjach
Rok / semestr: 1,2 / 2,3,4		Status przedmiotu / modułu: fakultatywny	Język przedmiotu / modułu: polski
Forma zajęć:	seminarium		
Wymiar zajęć:	54		
Koordynator przedmiotu / modułu:	dr hab. Wojciech Jarecki		
Prowadzący zajęcia:	dr hab. Marek Kunasz - seminarium dr hab. Wojciech Jarecki - seminarium dr Ewa Mazur-Wierzbicka - seminarium dr hab. Katarzyna Włodarczyk - seminarium		
Cel przedmiotu / modułu:	Przygotowanie i pomoc studentowi w wyborze i definiowaniu tematu pracy, samodzielnym definiowaniu problemu i celu, formułowaniu planu pracy, zebraniu i analizie niezbędnych materiałów literaturowych oraz danych liczbowych, zaplanowaniu i przeprowadzeniu badania empirycznego i napisania na tej podstawie pracy magisterskiej.		
Wymagania wstępne:	Wymagania wstępne w zakresie: - wiedzy - posiada poszerzoną wiedzę z zakresu zarządzania oraz zna możliwości zastosowania metod i koncepcji zarządzania oraz narzędzi analitycznych w różnego rodzaju podmiotach. - umiejętności - potrafi zastosować zaawansowane metody analizy organizacji i jej otoczenia i wyciągać wnioski na ich podstawie - kompetencji - wybiera i logicznie uzasadnia potrzebę wykorzystania w badaniu określonych metod badawczych i analitycznych a także dostosowuje skalę ich użycia do własnych potrzeb badawczych		
EFEKTY KSZTAŁCENIA		Odniesienie do efektów dla programu	Odniesienie do efektów dla obszaru
Wiedza	1. opanował podstawową wiedzę z dziedziny, do której należy tematyka pracy magisterskiej	K_W01	S2A_W01,
	2. zna najnowszą polską literaturę z dziedziny obejmującej przedmiot pracy	K_W13 K_W10 K_W03 K_W02	S2A_W06, S2A_W04, S2A_W02, S2A_W01,
	4. zna i rozumie podstawowe pojęcia i zasady z zakresu ochrony własności przemysłowej i prawa autorskiego oraz konieczność zarządzania zasobami własności intelektualnej	K_W20	S2A_W10,
Umiejętności	5. umie sformułować zadanie badawcze i cel pracy, postawić hipotezy badawcze	K_U03	S2A_U02,
	6. potrafi dobrać właściwe metody i techniki badawcze do realizacji tematu oraz zastosować je we własnym badaniu	K_U16 K_U15	S2A_U09, S2A_U08,
	7. analizuje i interpretuje uzyskane wyniki, wyciąga z nich wnioski	K_U14	S2A_U07,
	8. umie logicznie skonstruować tekst pracy magisterskiej dzięki opanowaniu umiejętności formułowania tekstu naukowego	K_U11 K_U08 K_U07	S2A_U06, S2A_U04, S2A_U03,
Kompetencje społeczne	10. samodzielnie stawia pytania i problemy oraz poszukuje odpowiedzi	K_K01	S2A_K01,
	11. korzysta z zaproponowanych w trakcie dyskusji seminaryjnej sugestii	K_K07 K_K06	S2A_K06, S2A_K06,
TREŚCI PROGRAMOWE			Liczba godzin
Forma zajęć: seminarium			

1. Określenie problematyki badawczej i tematu (tytułu) pracy wraz z uzasadnieniem	4	
2. Omówienie podstawowych pojęć i zasad z zakresu ochrony własności przemysłowej i prawa autorskiego oraz konieczność zarządzania zasobami własności	2	
3. Dyskusja o literaturze przedmiotu i źródłach pozyskania danych oraz wymogach edycyjnych	4	
4. Prezentacja samodzielnie przygotowanych planów pracy magisterskiej	5	
5. Korekta i ostateczne zaakceptowanie planów pracy	3	
6. Przygotowanie i prezentacja esejów związanych tematycznie z treścią pracy	5	
7. Formułowanie i korygowanie rozdziału pracy zawierającego przedmiot, cel i zakres badania	3	
8. Dyskusja nad wyborem metod i sformułowaniem treści rozdziału zawierającego aspekty metodologiczne	5	
9. Prezentacja rozdziałów pracy o charakterze teoretycznym wraz z ich oceną	5	
10. Prezentacja i ocena zebranych materiałów statystycznych, niezbędnych do konstrukcji empirycznej części pracy	3	
11. Przegląd wyników i dyskusja nad rezultatami przeprowadzonych analiz ilościowych	5	
12. Sformułowanie i prezentacja zasadniczej empirycznej części pracy	5	
13. Ostateczne formułowanie części empirycznej oraz całościowa konstrukcja pracy	5	
Metody kształcenia	Zajęcia o charakterze konwersatoryjnym z prezentacjami uczestników, dotyczącymi omawiania części pracy oraz wyników przeprowadzonych badań	
Metody weryfikacji efektów kształcenia	Nr efektu kształcenia z sylabusu	
	* prezentacje	1,2,3,5,6,7,8,10,11,
	* praca dyplomowa	1,2,10,9,8,7,6,5,4,3,11,
Forma i warunki zaliczenia	Ocena z przedmiotu: Student otrzymuje zaliczenie przedmiotu, jeśli na koniec semestru zrealizuje zadanie przewidziane dla niego tzn. sem. 2 przygotuje i sformułuje plan pracy oraz zbierze niezbędną literaturę przedmiotu sem. 3 przygotuje i zaprezentuje część teoretyczną pracy (dwa rozdziały) sem.4 przeprowadzi badania empiryczne, napisze i złoży gotową pracę magisterską ocenę z przedmiotu wpisuje promotor.	
Literatura podstawowa		
Majchrzak J., Mendel T. (2009): <i>Metodyka pisania prac magisterskich i dyplomowych</i> . Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu		
Nowak S. (2011): <i>Metodologia badań społecznych</i> . PWN		
Literatura uzupełniająca		
Babbie E. (2010): <i>Podstawy badań społecznych</i> . PWN		
Bereźnicki F. (2010): <i>Praca dyplomowa na studiach I i II stopnia z nauk społecznych</i> . Impuls		
Polańska A. (2012): <i>Praca dyplomowa nauką i sztuką</i> . Wyższa Szkoła Administracji i Biznesu im. E. Kwiatkowskiego		
NAKŁAD PRACY STUDENTA:		
	Liczba godzin	
Zajęcia dydaktyczne	54	
Udział w konsultacjach	70	
Przygotowanie się do zajęć	20	
Studiowanie literatury	56	
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	300	
ŁĄCZNY nakład pracy studenta w godz.	500	
Liczba punktów ECTS	20	

Nazwa przedmiotu: Seminarium magisterskie (0)		Kod przedmiotu: 14.3III22AII16_87	
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot / moduł: Wydział Nauk Ekonomicznych i Zarządzania, Instytut Zarządzania i Inwestycji			
Nazwa kierunku: Zarządzanie			
Forma studiów: drugiego stopnia, niestacjonarne		Profil kształcenia: ogólnoakademicki	Specjalność: Business Management
Rok / semestr: 1,2 / 2,3,4		Status przedmiotu / modułu: fakultatywny	Język przedmiotu / modułu: polski
Forma zajęć:	seminarium		
Wymiar zajęć:	54		
Koordynator przedmiotu / modułu:	dr hab. Maria Białasiewicz		
Prowadzący zajęcia:			
Cel przedmiotu / modułu:	Przygotowanie i pomoc studentowi w wyborze i definiowaniu tematu pracy, samodzielnym definiowaniu problemu i celu, formułowaniu planu pracy, zebraniu i analizie niezbędnych materiałów literaturowych oraz danych liczbowych, zaplanowaniu i przeprowadzeniu badania empirycznego i napisania na tej podstawie pracy magisterskiej.		
Wymagania wstępne:	Wymagania wstępne w zakresie: - wiedzy -posiada poszerzoną wiedzę z zakresu zarządzania oraz zna możliwości zastosowania metod i koncepcji zarządzania oraz narzędzi analitycznych w różnego rodzaju podmiotach. - umiejętności - potrafi zastosować zaawansowane metody analizy organizacji i jej otoczenia i wyciągać wnioski na ich podstawie - kompetencji - wybiera i logicznie uzasadnia potrzebę wykorzystania w badaniu określonych metod badawczych i analitycznych a także dostosowuje skalę ich użycia do własnych potrzeb badawczych		
EFEKTY KSZTAŁCENIA		Odniesienie do efektów dla programu	Odniesienie do efektów dla obszaru
Wiedza	1. opanował podstawową wiedzę z dziedziny, do której należy tematyka pracy magisterskiej	K_W01 K_W13 K_W10 K_W03 K_W02	S2A_W01, S2A_W06, S2A_W04, S2A_W02, S2A_W01,
	4. zna i rozumie podstawowe pojęcia i zasady z zakresu ochrony własności przemysłowej i prawa autorskiego oraz konieczność zarządzania zasobami własności intelektualnej	K_W20	S2A_W10,
Umiejętności	5. umie sformułować zadanie badawcze i cel pracy, postawić hipotezy badawcze	K_U03 K_U16 K_U15	S2A_U02, S2A_U09, S2A_U08,
	6. potrafi dobrać właściwe metody i techniki badawcze do realizacji tematu oraz zastosować je we własnym badaniu	K_U14	S2A_U07,
	7. analizuje i interpretuje uzyskane wyniki, wyciąga z nich wnioski	K_U11	S2A_U06,
	8. umie logicznie skonstruować tekst pracy magisterskiej dzięki opanowaniu umiejętności formułowania tekstu naukowego	K_U08 K_U07	S2A_U04, S2A_U03,
Kompetencje społeczne	10. samodzielnie stawia pytania i problemy oraz poszukuje odpowiedzi	K_K01	S2A_K01,
	11. korzysta z zaproponowanych w trakcie dyskusji seminaryjnej sugestii		
TREŚCI PROGRAMOWE			Liczba godzin
Forma zajęć: seminarium			
1. Określenie problematyki badawczej i tematu (tytułu) pracy wraz z uzasadnieniem			4
2. Dyskusja o literaturze przedmiotu i źródłach pozyskania danych oraz wymogach edycyjnych			6

3. Prezentacja samodzielnie przygotowanych planów pracy magisterskiej		5
4. Korekta i ostateczne zaakceptowanie planów pracy		3
5. Przygotowanie i prezentacja esejów związanych tematycznie z treścią pracy		5
6. Formułowanie i korygowanie rozdziału pracy zawierającego przedmiot, cel i zakres badania		3
7. Dyskusja nad wyborem metod i sformułowaniem treści rozdziału zawierającego aspekty metodologiczne		5
8. Prezentacja rozdziałów pracy o charakterze teoretycznym wraz z ich oceną		5
9. Prezentacja i ocena zebranych materiałów statystycznych, niezbędnych do konstrukcji empirycznej części pracy		3
10. Przegląd wyników i dyskusja nad rezultatami przeprowadzonych analiz ilościowych		5
11. Sformułowanie i prezentacja zasadniczej empirycznej części pracy		5
12. Ostateczne formułowanie części empirycznej oraz całościowa konstrukcja pracy		5
Metody kształcenia	Zajęcia o charakterze konwersatoryjnym z prezentacjami uczestników, dotyczącymi omawiania części pracy oraz wyników przeprowadzonych badań	
Metody weryfikacji efektów kształcenia		Nr efektu kształcenia z sylabusu
	* prezentacje	1,2,3,4,5,6,7,8,10,11,
	* praca dyplomowa	1,2,3,5,6,7,8,9,10,11,
Forma i warunki zaliczenia	<p>Ocena z przedmiotu: Student otrzymuje zaliczenie przedmiotu, jeśli na koniec semestru zrealizuje zadanie przewidziane dla niego tzn. sem. 2 przygotuje i sformułuje plan pracy oraz zbierze niezbędną literaturę przedmiotu sem. 3 przygotuje i zaprezentuje część teoretyczną pracy (dwa rozdziały) sem.4 przeprowadzi badania empiryczne, napisze i złoży gotową pracę magisterską</p> <p>ocenę z przedmiotu wpisuje promotor.</p>	
Literatura podstawowa		
Majchrzak J., Mendel T. (2009): <i>Metodyka pisania prac magisterskich i dyplomowych</i> . Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu		
Nowak S. (2011): <i>Metodologia badań społecznych</i> . PWN		
Literatura uzupełniająca		
Babbie E. (2010): <i>Podstawy badań społecznych</i> . PWN		
Bereźnicki F. (2010): <i>Praca dyplomowa na studiach I i II stopnia z nauk społecznych</i> . Impuls		
Polańska A. (2012): <i>Praca dyplomowa nauką i sztuką</i> . Wyższa Szkoła Administracji i Biznesu im. E. Kwiatkowskiego		
NAKLAD PRACY STUDENTA:		
	Liczba godzin	
Zajęcia dydaktyczne	54	
Udział w konsultacjach	70	
Przygotowanie się do zajęć	20	
Studiowanie literatury	56	
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	300	
ŁĄCZNY nakład pracy studenta w godz.	500	
Liczba punktów ECTS	20	

Nazwa przedmiotu: Seminarium magisterskie (0)		Kod przedmiotu: 14.3III22AII16_88			
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot / moduł: Wydział Nauk Ekonomicznych i Zarządzania, Instytut Zarządzania i Inwestycji					
Nazwa kierunku: Zarządzanie					
Forma studiów: drugiego stopnia, niestacjonarne		Profil kształcenia: ogólnoakademicki		Specjalność: Zarządzanie innowacjami	
Rok / semestr: 1,2 / 2,3,4		Status przedmiotu / modułu: fakultatywny		Język przedmiotu / modułu: polski	
Forma zajęć:	seminarium				
Wymiar zajęć:	54				
Koordinator przedmiotu / modułu:	dr hab. Joanna Wiśniewska				
Prowadzący zajęcia:					
Cel przedmiotu / modułu:	Przygotowanie i pomoc studentowi w wyborze i definiowaniu tematu pracy, samodzielnym definiowaniu problemu i celu, formułowaniu planu pracy, zebraniu i analizie niezbędnych materiałów literaturowych oraz danych liczbowych, zaplanowaniu i przeprowadzeniu badania empirycznego i napisania na tej podstawie pracy magisterskiej.				
Wymagania wstępne:	Wymagania wstępne w zakresie: - wiedzy posiada poszerzoną wiedzę z zakresu zarządzania oraz zna możliwości zastosowania metod i koncepcji zarządzania oraz narzędzi analitycznych w różnego rodzaju podmiotach. - umiejętności potrafi zastosować zaawansowane metody analizy organizacji i jej otoczenia i wyciągać wnioski na ich podstawie - kompetencji wybiera i logicznie uzasadnia potrzebę wykorzystania w badaniu określonych metod badawczych i analitycznych a także dostosowuje skalę ich użycia do własnych potrzeb badawczych				
EFEKTY KSZTAŁCENIA			Odniesienie do efektów dla programu	Odniesienie do efektów dla obszaru	
Wiedza	1. opanował podstawową wiedzę z dziedziny, do której należy tematyka pracy magisterskiej		K_W01	S2A_W01,	
	2. zna najnowszą polską literaturę z dziedziny obejmującej przedmiot pracy		K_W13 K_W10 K_W03 K_W02	S2A_W06, S2A_W04, S2A_W02, S2A_W01,	
	4. zna i rozumie podstawowe pojęcia i zasady z zakresu ochrony własności przemysłowej i prawa autorskiego oraz konieczność zarządzania zasobami własności intelektualnej		K_W20	S2A_W10,	
Umiejętności	5. umie sformułować zadanie badawcze i cel pracy, postawić hipotezy badawcze		K_U03	S2A_U02,	
	6. potrafi dobrać właściwe metody i techniki badawcze do realizacji tematu oraz zastosować je we własnym badaniu		K_U16 K_U15	S2A_U09, S2A_U08,	
	7. analizuje i interpretuje uzyskane wyniki, wyciąga z nich wnioski		K_U14 K_U11	S2A_U07, S2A_U06,	
	8. umie logicznie skonstruować tekst pracy magisterskiej dzięki opanowaniu umiejętności formułowania tekstu naukowego		K_U08 K_U07	S2A_U04, S2A_U03,	
Kompetencje społeczne	10. samodzielnie stawia pytania i problemy oraz poszukuje odpowiedzi		K_K01	S2A_K01,	
	11. korzysta z zaproponowanych w trakcie dyskusji seminaryjnej sugestii				
TREŚCI PROGRAMOWE				Liczba godzin	
Forma zajęć: seminarium					
1. Określenie problematyki badawczej i tematu (tytułu) pracy wraz z uzasadnieniem					4
2. Omówienie podstawowych pojęć i zasad z zakresu ochrony własności przemysłowej i prawa autorskiego oraz konieczność zarządzania zasobami własności					2

3. Dyskusja o literaturze przedmiotu i źródłach pozyskania danych oraz wymogach edycyjnych		4
4. Prezentacja samodzielnie przygotowanych planów pracy magisterskiej		5
5. Korekta i ostateczne zaakceptowanie planów pracy		3
6. Przygotowanie i prezentacja esejów związanych tematycznie z treścią pracy		5
7. Formułowanie i korygowanie rozdziału pracy zawierającego przedmiot, cel i zakres badania		3
8. Dyskusja nad wyborem metod i sformułowaniem treści rozdziału zawierającego aspekty metodologiczne		5
9. Prezentacja rozdziałów pracy o charakterze teoretycznym wraz z ich oceną		5
10. Prezentacja i ocena zebranych materiałów statystycznych, niezbędnych do konstrukcji empirycznej części pracy		3
11. Przegląd wyników i dyskusja nad rezultatami przeprowadzonych analiz ilościowych		5
12. Sformułowanie i prezentacja zasadniczej empirycznej części pracy		5
13. Ostateczne formułowanie części empirycznej oraz całościowa konstrukcja pracy		5
Metody kształcenia	Zajęcia o charakterze konwersatoryjnym z prezentacjami uczestników, dotyczącymi omawiania części pracy oraz wyników przeprowadzonych badań	
Metody weryfikacji efektów kształcenia		Nr efektu kształcenia z sylabusu
	* praca dyplomowa	1,2,10,9,8,7,6,5,4,3,11,
	* praca dyplomowa	1,2,3,5,6,7,8,10,11,
Forma i warunki zaliczenia	<p>Ocena z przedmiotu: Student otrzymuje zaliczenie przedmiotu, jeśli na koniec semestru zrealizuje zadanie przewidziane dla niego tzn. sem. 2 przygotuje i sformułuje plan pracy oraz zbierze niezbędną literaturę przedmiotu sem. 3 przygotuje i zaprezentuje część teoretyczną pracy (dwa rozdziały) sem.4 przeprowadzi badania empiryczne, napisze i złoży gotową pracę magisterską</p> <p>ocenę z przedmiotu wpisuje promotor.</p>	
Literatura podstawowa		
Majchrzak J., Mendel T. (2009): <i>Metodyka pisania prac magisterskich i dyplomowych</i> . Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu		
Nowak S. (2011): <i>Metodologia badań społecznych</i> . PWN		
Literatura uzupełniająca		
Babbie E. (2010): <i>Podstawy badań społecznych</i> . PWN		
Bereźnicki F. (2010): <i>Praca dyplomowa na studiach I i II stopnia z nauk społecznych</i> . Impuls		
Polańska A. (2012): <i>Praca dyplomowa nauką i sztuką</i> . Wyższa Szkoła Administracji i Biznesu im. E. Kwiatkowskiego		
NAKŁAD PRACY STUDENTA:		
	Liczba godzin	
Zajęcia dydaktyczne	54	
Udział w konsultacjach	70	
Przygotowanie się do zajęć	20	
Studiowanie literatury	56	
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	300	
ŁĄCZNY nakład pracy studenta w godz.	500	
Liczba punktów ECTS	20	

Nazwa przedmiotu: Seminarium magisterskie (0)		Kod przedmiotu: 14.3III22AII17_89			
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot / moduł: Wydział Nauk Ekonomicznych i Zarządzania, Instytut Zarządzania i Marketingu					
Nazwa kierunku: Zarządzanie					
Forma studiów: drugiego stopnia, niestacjonarne		Profil kształcenia: ogólnoakademicki		Specjalność: Strategiczne zarządzanie marketingowe	
Rok / semestr: 1,2 / 2,3,4		Status przedmiotu / modułu: fakultatywny		Język przedmiotu / modułu: polski	
Forma zajęć:	seminarium				
Wymiar zajęć:	54				
Koordinator przedmiotu / modułu:	dr hab. Edyta Rudawska				
Prowadzący zajęcia:					
Cel przedmiotu / modułu:	Przygotowanie i pomoc studentowi w wyborze i definiowaniu tematu pracy, samodzielnym definiowaniu problemu i celu, formułowaniu planu pracy, zebraniu i analizie niezbędnych materiałów literaturowych oraz danych liczbowych, zaplanowaniu i przeprowadzeniu badania empirycznego i napisania na tej podstawie pracy magisterskiej.				
Wymagania wstępne:	Wymagania wstępne w zakresie: - wiedzy posiada poszerzoną wiedzę z zakresu zarządzania oraz zna możliwości zastosowania metod i koncepcji zarządzania oraz narzędzi analitycznych w różnego rodzaju podmiotach. - umiejętności potrafi zastosować zaawansowane metody analizy organizacji i jej otoczenia i wyciągać wnioski na ich podstawie - kompetencji wybiera i logicznie uzasadnia potrzebę wykorzystania w badaniu określonych metod badawczych i analitycznych a także dostosowuje skalę ich użycia do własnych potrzeb badawczych				
EFEKTY KSZTAŁCENIA			Odniesienie do efektów dla programu	Odniesienie do efektów dla obszaru	
Wiedza	1. opanował podstawową wiedzę z dziedziny, do której należy tematyka pracy magisterskiej		K_W01	S2A_W01,	
	2. zna najnowszą polską literaturę z dziedziny obejmującej przedmiot pracy		K_W13 K_W10 K_W03 K_W02	S2A_W06, S2A_W04, S2A_W02, S2A_W01,	
	4. zna i rozumie podstawowe pojęcia i zasady z zakresu ochrony własności przemysłowej i prawa autorskiego oraz konieczność zarządzania zasobami własności intelektualnej		K_W20	S2A_W10,	
Umiejętności	5. umie sformułować zadanie badawcze i cel pracy, postawić hipotezy badawcze		K_U03	S2A_U02,	
	6. potrafi dobrać właściwe metody i techniki badawcze do realizacji tematu oraz zastosować je we własnym badaniu		K_U16 K_U15	S2A_U09, S2A_U08,	
	7. analizuje i interpretuje uzyskane wyniki, wyciąga z nich wnioski		K_U14 K_U11	S2A_U07, S2A_U06,	
	8. umie logicznie skonstruować tekst pracy magisterskiej dzięki opanowaniu umiejętności formułowania tekstu naukowego		K_U08 K_U07	S2A_U04, S2A_U03,	
Kompetencje społeczne	10. samodzielnie stawia pytania i problemy oraz poszukuje odpowiedzi		K_K01 K_K07	S2A_K01, S2A_K06,	
	11. korzysta z zaproponowanych w trakcie dyskusji seminaryjnej sugestii		K_K06	S2A_K06,	
TREŚCI PROGRAMOWE				Liczba godzin	
Forma zajęć: seminarium					
1. Określenie problematyki badawczej i tematu (tytułu) pracy wraz z uzasadnieniem					4
2. Omówienie podstawowych pojęć i zasad z zakresu ochrony własności przemysłowej i prawa autorskiego oraz konieczność zarządzania zasobami własności					2

3. Dyskusja o literaturze przedmiotu i źródłach pozyskania danych oraz wymogach edycyjnych		4
4. Prezentacja samodzielnie przygotowanych planów pracy magisterskiej		5
5. Korekta i ostateczne zaakceptowanie planów pracy		3
6. Przygotowanie i prezentacja esejów związanych tematycznie z treścią pracy		5
7. Formułowanie i korygowanie rozdziału pracy zawierającego przedmiot, cel i zakres badania		3
8. Dyskusja nad wyborem metod i sformułowaniem treści rozdziału zawierającego aspekty metodologiczne		5
9. Prezentacja rozdziałów pracy o charakterze teoretycznym wraz z ich oceną		5
10. Prezentacja i ocena zebranych materiałów statystycznych, niezbędnych do konstrukcji empirycznej części pracy		5
11. Przegląd wyników i dyskusja nad rezultatami przeprowadzonych analiz ilościowych		3
12. Sformułowanie i prezentacja zasadniczej empirycznej części pracy		5
13. Ostateczne formułowanie części empirycznej oraz całościowa konstrukcja pracy		5
Metody kształcenia	Zajęcia o charakterze konwersatoryjnym z prezentacjami uczestników, dotyczącymi omawiania części pracy oraz wyników przeprowadzonych badań.	
Metody weryfikacji efektów kształcenia		Nr efektu kształcenia z sylabusu
	* praca dyplomowa	1,2,10,9,8,7,6,5,4,3,11,
	* prezentacje	1,2,3,5,6,7,8,10,11,
Forma i warunki zaliczenia	<p>Ocena z przedmiotu: Student otrzymuje zaliczenie przedmiotu, jeśli na koniec semestru zrealizuje zadanie przewidziane dla niego tzn. sem. 2 przygotuje i sformułuje plan pracy oraz zbierze niezbędną literaturę przedmiotu sem. 3 przygotuje i zaprezentuje część teoretyczną pracy (dwa rozdziały) sem.4 przeprowadzi badania empiryczne, napisze i złoży gotową pracę magisterską</p> <p>ocenę z przedmiotu wpisuje promotor.</p>	
Literatura podstawowa		
Majchrzak J., Mendel T. (2009): <i>Metodyka pisania prac magisterskich i dyplomowych</i> . Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu		
Nowak S. (2011): <i>Metodologia badań społecznych</i> . PWN		
Literatura uzupełniająca		
Babbie E. (2010): <i>Podstawy badań społecznych</i> . PWN		
Bereźnicki F. (2010): <i>Praca dyplomowa na studiach I i II stopnia z nauk społecznych</i> . Impuls		
Polańska A. (2012): <i>Praca dyplomowa nauką i sztuką</i> . Wyższa Szkoła Administracji i Biznesu im. E. Kwiatkowskiego		
NAKŁAD PRACY STUDENTA:		
	Liczba godzin	
Zajęcia dydaktyczne	54	
Udział w konsultacjach	70	
Przygotowanie się do zajęć	20	
Studiowanie literatury	56	
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	300	
ŁĄCZNY nakład pracy studenta w godz.	500	
Liczba punktów ECTS	20	

Nazwa przedmiotu: Język angielski ()		Kod przedmiotu: 09.1III22AII99_83			
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot / moduł: Akademickie Centrum Kształcenia Językowego					
Nazwa kierunku: Zarządzanie					
Forma studiów: drugiego stopnia, niestacjonarne		Profil kształcenia: ogólnoakademicki		Specjalność:	
Rok / semestr: 2 / 3		Status przedmiotu / modułu: obowiązkowy		Język przedmiotu / modułu: angielski	
Forma zajęć:	ćwiczenia				
Wymiar zajęć:	24				
Koordynator przedmiotu / modułu:	Osoba prowadząca zajęcia				
Prowadzący zajęcia:					
Cel przedmiotu / modułu:	Konsolidacja materiału na poziomie B2. Dodatkowe słownictwo i struktury językowe zgodne ze specjalizacją kierunku na poziomie B2 +.				
Wymagania wstępne:	Poziom kompetencji językowej definiowanej jako B2.				
EFEKTY KSZTAŁCENIA			Odniesienie do efektów dla programu	Odniesienie do efektów dla obszaru	
Wiedza	1. Zna konstrukcje gramatyczne, frazeologię i słownictwo pozwalające na zrozumienie tekstów dotyczących danego kierunku studiów oraz tekstów o charakterze akademickim.		K_W08	S2A_W03,	
Umiejętności	2. Rozumie teksty dotyczące studiowanej dziedziny, a także teksty o charakterze ogólniakademickim. Potrafi dostrzec znaczenie ukryte, wyrażone pośrednio. 3. Potrafi przygotować różnorodne opracowania pisemne dot. studiowanego kierunku, a także przedstawić wyniki swoich własnych badań naukowych. 4. Potrafi formułować przejrzyste i rozbudowane wypowiedzi ustne dotyczące języka potrzebnego do prawidłowego funkcjonowania w środowisku akademickim i w środowisku pracy		K_U16 K_U18	S2A_U09, S2A_U11,	
Kompetencje społeczne	5. Ma świadomość uczenia się przez całe życie. 6. Pracuje samodzielnie nad powierzoną pracą. 7. Wykazuje kreatywność podczas realizowanych zadań		K_K01	S2A_K01,	
TREŚCI PROGRAMOWE				Liczba godzin	
Forma zajęć: ćwiczenia					
1. Zajęcia doskonalące wszystkie kompetencje językowe (słuchanie, mówienie, czytanie i pisanie) odnoszące się do słownictwa i tematyki w zakresie proponowanym w podręczniku. (patrz: literatura podstawowa).				10	
2. Zajęcia związane z materiałem leksykalno-gramatycznym zawartym w podręczniku i wynikającym z celów nauczania na poziomie B2+				10	
3. Zajęcia poświęcone na powtórzenie przerobionego materiału i kolokwia.				4	
Metody kształcenia	1. konwersacje 2. symulacja scenek z życia codziennego 3. słuchanie dialogów, tekstów i wiadomości 4. oglądanie krótkich filmów(sceny z życia codziennego) 5. czytanie, analiza i tłumaczenie tekstów 6. ćwiczenia gramatyczne (pisane i interaktywne) 7. pisanie krótkich tekstów (maile, listy) 8. prezentacje samodzielnie przygotowanych zagadnień				

Metody weryfikacji efektów kształcenia		Nr efektu kształcenia z sylabusu
	* sprawdzian	1,2,4,6,
	* zajęcia praktyczne (weryfikacja poprzez obserwację)	1,2,4,5,7,
	* projekt	1,2,4,7,
	* praca pisemna/esej/recenzja	1,2,3,6,7,
	* kolokwium	1,2,4,5,6,
Forma i warunki zaliczenia	FORMA zaliczenia : zaliczenie na ocenę WARUNKI zaliczenia: obecność, aktywność na zajęciach, zaliczenie testów cząstkowych, prac pisemnych lub prezentacji Ocena z przedmiotu: OCENA za semestr na podstawie ocen z testów, prac pisemnych, oceny aktywności OCENĘ z lektoratu stanowi ocena z kolokwium zaliczeniowego według wskazania w planie studiów	
Literatura podstawowa		
Philip Kerr, Lindsay Clandfield, Ceri Jones, Jim Scrivener, Roy Norris Straightforward (pre-intermediate, intermediate, upper-intermediate). Macmillan		
Power base. Macmillan		
Sue Kay, Vaughan Jones New Inside Out (pre-intermediate, intermediate, upper-intermediate). Macmillan		
Lindsay Clandfield, Amanda Jeffries, Jackie McAvoy, Kate Pickering, Rebecca Robb Benne Global (pre-intermediate, intermediate, upper-intermediate). Macmillan		
John Allison, Jeremy Townend, Paul Emmerson, Karen Richardson, John Sydes, Marie Kavanagh The Business (pre-intermediate, intermediate, upper-intermediate). Macmillan		
Roy Norris CAE. Macmillan		
Clive Oxenden Christina Latham Koenig New English File (pre-intermediate, intermediate, upper-intermediate). Oxford University Press		
Ian MacKenzie English for Finance (B2). Oxford University Press		
Evans Virginia, Milton James FCE Listening&Speaking. Oxford University Press		
David Falvey, David Otton, Simon Kent, Margaret O'Keeffe, Iwonna Dubicka Market Leader. Longman		
Literatura uzupełniająca		
Zalecany jest dodatkowy podręcznik z tego samego poziomu realizowany samodzielnie przez studenta; może to być na przykład.		
NAKŁAD PRACY STUDENTA:		
	Liczba godzin	
Zajęcia dydaktyczne	24	
Udział w konsultacjach	3	
Przygotowanie się do zajęć	7	
Studiowanie literatury	6	
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	5	
Przygotowanie się do egzaminu lub/i zaliczenia	5	
ŁĄCZNY nakład pracy studenta w godz.	50	
Liczba punktów ECTS	2	

Nazwa przedmiotu: Język hiszpański ()		Kod przedmiotu: 09.1III22AII99_93	
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot / moduł: Akademickie Centrum Kształcenia Językowego			
Nazwa kierunku: Zarządzanie			
Forma studiów: drugiego stopnia, niestacjonarne		Profil kształcenia: ogólnoakademicki	Specjalność:
Rok / semestr: 2 / 3		Status przedmiotu / modułu: obowiązkowy	Język przedmiotu / modułu: polski
Forma zajęć:	ćwiczenia		
Wymiar zajęć:	24		
Koordinator przedmiotu / modułu:	Osoba prowadząca zajęcia		
Prowadzący zajęcia:			
Cel przedmiotu / modułu:	Konsolidacja materiału na poziomie B2. Dodatkowe słownictwo i struktury językowe zgodne ze specjalizacją kierunku na poziomie B2 +.		
Wymagania wstępne:	Poziom kompetencji językowej definiowanej jako B2.		
EFEKTY KSZTAŁCENIA		Odniesienie do efektów dla programu	Odniesienie do efektów dla obszaru
Wiedza	1. Zna konstrukcje gramatyczne, frazeologię i słownictwo pozwalające na zrozumienie tekstów dotyczących danego kierunku studiów oraz tekstów o charakterze akademickim.	K_W08	S2A_W03,
Umiejętności	2. Rozumie teksty dotyczące studiowanej dziedziny, a także teksty o charakterze ogólnoakademickim. Potrafi dostrzec znaczenie ukryte, wyrażone pośrednio. 3. Potrafi przygotować różnorodne opracowania pisemne dot. studiowanego kierunku, a także przedstawić wyniki swoich własnych badań naukowych. 4. Potrafi formułować przejrzyste i rozbudowane wypowiedzi ustne dotyczące języka potrzebnego do prawidłowego funkcjonowania w środowisku akademickim i w środowisku pracy	K_U16 K_U18	S2A_U09, S2A_U11,
Kompetencje społeczne	5. Ma świadomość uczenia się przez całe życie. 6. Pracuje samodzielnie nad powierzoną pracą. 7. Wykazuje kreatywność podczas realizowanych zadań	K_K01	S2A_K01,
TREŚCI PROGRAMOWE			Liczba godzin
Forma zajęć: ćwiczenia			
1. Zajęcia doskonalące wszystkie kompetencje językowe (słuchanie, mówienie, czytanie i pisanie) odnoszące się do słownictwa i tematyki w zakresie proponowanym w podręczniku. (patrz: literatura podstawowa).			10
2. Zajęcia związane z materiałem leksykalno-gramatycznym zawartym w podręczniku i wynikającym z celów nauczania na poziomie B2+			10
3. Zajęcia poświęcone na powtórzenie przerobionego materiału i kolokwia.			4
Metody kształcenia	1. konwersacje 2. symulacja scenek z życia codziennego 3. słuchanie dialogów, tekstów i wiadomości 4. oglądanie krótkich filmów(sceny z życia codziennego) 5. czytanie, analiza i tłumaczenie tekstów 6. ćwiczenia gramatyczne (pisane i interaktywne) 7. pisanie krótkich tekstów (maile, listy) 8. prezentacje samodzielnie przygotowanych zagadnień		

Metody weryfikacji efektów kształcenia		Nr efektu kształcenia z sylabusu
	* sprawdzian	1,2,4,6,
	* zajęcia praktyczne (weryfikacja poprzez obserwację)	1,2,4,5,7,
	* projekt	1,2,4,7,
	* praca pisemna/esej/recenzja	1,2,3,6,7,
	* kolokwium	1,2,4,5,6,
Forma i warunki zaliczenia	FORMA zaliczenia : zaliczenie na ocenę WARUNKI zaliczenia: obecność, aktywność na zajęciach, zaliczenie testów cząstkowych, prac pisemnych lub prezentacji Ocena z przedmiotu: OCENA za semestr na podstawie ocen z testów, prac pisemnych, oceny aktywności OCENĘ z lektoratu stanowi ocena z kolokwium zaliczeniowego według wskazania w planie studiów	
Literatura podstawowa		
F. Marin. R. Morales. M. del Mazo de Unamuno - NUEVO VEN 3.		
Literatura uzupełniająca		
Zalecany jest dodatkowy podręcznik z tego samego poziomu realizowany samodzielnie przez studenta; może to być na przykład.		
NAKŁAD PRACY STUDENTA:		
	Liczba godzin	
Zajęcia dydaktyczne	24	
Udział w konsultacjach	3	
Przygotowanie się do zajęć	7	
Studiowanie literatury	6	
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	5	
Przygotowanie się do egzaminu lub/i zaliczenia	5	
ŁĄCZNY nakład pracy studenta w godz.	50	
Liczba punktów ECTS	2	

Nazwa przedmiotu: Język francuski ()		Kod przedmiotu: 09.1III22AII99_92	
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot / moduł: Akademickie Centrum Kształcenia Językowego			
Nazwa kierunku: Zarządzanie			
Forma studiów: drugiego stopnia, niestacjonarne		Profil kształcenia: ogólnoakademicki	Specjalność:
Rok / semestr: 2 / 3		Status przedmiotu / modułu: obowiązkowy	Język przedmiotu / modułu: francuski
Forma zajęć:	ćwiczenia		
Wymiar zajęć:	24		
Koordynator przedmiotu / modułu:	Osoba prowadząca zajęcia		
Prowadzący zajęcia:			
Cel przedmiotu / modułu:	Konsolidacja materiału na poziomie B2. Dodatkowe słownictwo i struktury językowe zgodne ze specjalizacją kierunku na poziomie B2 +.		
Wymagania wstępne:	Poziom kompetencji językowej definiowanej jako B2.		
EFEKTY KSZTAŁCENIA		Odniesienie do efektów dla programu	Odniesienie do efektów dla obszaru
Wiedza	1. Zna konstrukcje gramatyczne, frazeologię i słownictwo pozwalające na zrozumienie tekstów dotyczących danego kierunku studiów oraz tekstów o charakterze akademickim.	K_W08	S2A_W03,
Umiejętności	2. Rozumie teksty dotyczące studiowanej dziedziny, a także teksty o charakterze ogólnoakademickim. Potrafi dostrzec znaczenie ukryte, wyrażone pośrednio. 3. Potrafi przygotować różnorodne opracowania pisemne dot. studiowanego kierunku, a także przedstawić wyniki swoich własnych badań naukowych. 4. Potrafi formułować przejrzyste i rozbudowane wypowiedzi ustne dotyczące języka potrzebnego do prawidłowego funkcjonowania w środowisku akademickim i w środowisku pracy	K_U16 K_U18	S2A_U09, S2A_U11,
Kompetencje społeczne	5. Ma świadomość uczenia się przez całe życie. 6. Pracuje samodzielnie nad powierzoną pracą. 7. Wykazuje kreatywność podczas realizowanych zadań	K_K01	S2A_K01,
TREŚCI PROGRAMOWE			Liczba godzin
Forma zajęć: ćwiczenia			
1. Zajęcia doskonalące wszystkie kompetencje językowe (słuchanie, mówienie, czytanie i pisanie) odnoszące się do słownictwa i tematyki w zakresie proponowanym w podręczniku. (patrz: literatura podstawowa).			10
2. Zajęcia związane z materiałem leksykalno-gramatycznym zawartym w podręczniku i wynikającym z celów nauczania na poziomie B2+			10
3. Zajęcia poświęcone na powtórzenie przerobionego materiału i kolokwia.			4
Metody kształcenia	1. konwersacje 2. symulacja scenek z życia codziennego 3. słuchanie dialogów, tekstów i wiadomości 4. oglądanie krótkich filmów(sceny z życia codziennego) 5. czytanie, analiza i tłumaczenie tekstów 6. ćwiczenia gramatyczne (pisane i interaktywne) 7. pisanie krótkich tekstów (maile, listy) 8. prezentacje samodzielnie przygotowanych zagadnień		

Metody weryfikacji efektów kształcenia		Nr efektu kształcenia z sylabusu
	* zajęcia praktyczne (weryfikacja poprzez obserwację)	1,2,4,5,7,
	* sprawdzian	1,2,4,6,
	* kolokwium	1,2,4,5,6,
	* praca pisemna/esej/recenzja	1,2,3,6,7,
	* projekt	1,2,4,7,
Forma i warunki zaliczenia	FORMA zaliczenia : zaliczenie na ocenę WARUNKI zaliczenia: obecność, aktywność na zajęciach, zaliczenie testów cząstkowych, prac pisemnych lub prezentacji Ocena z przedmiotu: OCENA za semestr na podstawie ocen z testów, prac pisemnych, oceny aktywności OCENĘ z lektoratu stanowi ocena z kolokwium zaliczeniowego według wskazania w planie studiów	
Literatura podstawowa		
Elodie Heu, Jean-Jacques Mabilat (2006): Edito B2+. Wyd. Didier, Paris		
Literatura uzupełniająca		
Bloomfield Anatole et Emmanuelle Daill DELF B2 : 200 activites.. CLE International,		
Boulares, Michele et Jean-Louis Frerot. Grammaire progressive du francais : niveau avance.. CLE International,		
Leroy-Miquel Claire. Vocabulaire progressif du francais : niveau avance.. CLE International,		
strony internetowe przydatne w realizacji powyższego programu podane przez prowadzącego zajęcia.		
NAKŁAD PRACY STUDENTA:		
	Liczba godzin	
Zajęcia dydaktyczne	24	
Udział w konsultacjach	3	
Przygotowanie się do zajęć	7	
Studiowanie literatury	6	
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	5	
Przygotowanie się do egzaminu lub/i zaliczenia	5	
ŁĄCZNY nakład pracy studenta w godz.	50	
Liczba punktów ECTS	2	

Nazwa przedmiotu: Język rosyjski ()		Kod przedmiotu: 09.1III22AII99_91	
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot / moduł: Akademickie Centrum Kształcenia Językowego			
Nazwa kierunku: Zarządzanie			
Forma studiów: drugiego stopnia, niestacjonarne		Profil kształcenia: ogólnoakademicki	Specjalność:
Rok / semestr: 2 / 3		Status przedmiotu / modułu: obowiązkowy	Język przedmiotu / modułu: rosyjski
Forma zajęć:	ćwiczenia		
Wymiar zajęć:	24		
Koordynator przedmiotu / modułu:	Osoba prowadząca zajęcia		
Prowadzący zajęcia:			
Cel przedmiotu / modułu:	Konsolidacja materiału na poziomie B2. Dodatkowe słownictwo i struktury językowe zgodne ze specjalizacją kierunku na poziomie B2 +.		
Wymagania wstępne:	Poziom kompetencji językowej definiowanej jako B2.		
EFEKTY KSZTAŁCENIA		Odniesienie do efektów dla programu	Odniesienie do efektów dla obszaru
Wiedza	1. Zna konstrukcje gramatyczne, frazeologię i słownictwo pozwalające na zrozumienie tekstów dotyczących danego kierunku studiów oraz tekstów o charakterze akademickim.	K_W08	S2A_W03,
Umiejętności	2. Rozumie teksty dotyczące studiowanej dziedziny, a także teksty o charakterze ogólnoakademickim. Potrafi dostrzec znaczenie ukryte, wyrażone pośrednio. 3. Potrafi przygotować różnorodne opracowania pisemne dot. studiowanego kierunku, a także przedstawić wyniki swoich własnych badań naukowych. 4. Potrafi formułować przejrzyste i rozbudowane wypowiedzi ustne dotyczące języka potrzebnego do prawidłowego funkcjonowania w środowisku akademickim i w środowisku pracy	K_U16 K_U18	S2A_U09, S2A_U11,
Kompetencje społeczne	5. Ma świadomość uczenia się przez całe życie. 6. Pracuje samodzielnie nad powierzoną pracą. 7. Wykazuje kreatywność podczas realizowanych zadań	K_K01	S2A_K01,
TREŚCI PROGRAMOWE			Liczba godzin
Forma zajęć: ćwiczenia			
1. Zajęcia doskonalące wszystkie kompetencje językowe (słuchanie, mówienie, czytanie i pisanie) odnoszące się do słownictwa i tematyki w zakresie proponowanym w podręczniku. (patrz: literatura podstawowa).			10
2. Zajęcia związane z materiałem leksykalno-gramatycznym zawartym w podręczniku i wynikającym z celów nauczania na poziomie B2+			10
3. Zajęcia poświęcone na powtórzenie przerobionego materiału i kolokwia.			4
Metody kształcenia	1. konwersacje 2. symulacja scenek z życia codziennego 3. słuchanie dialogów, tekstów i wiadomości 4. oglądanie krótkich filmów(sceny z życia codziennego) 5. czytanie, analiza i tłumaczenie tekstów 6. ćwiczenia gramatyczne (pisane i interaktywne) 7. pisanie krótkich tekstów (maile, listy) 8. prezentacje samodzielnie przygotowanych zagadnień		

Metody weryfikacji efektów kształcenia		Nr efektu kształcenia z sylabusu
	* kolokwium	1,2,4,5,6,
	* praca pisemna/esej/recenzja	1,2,3,6,7,
	* projekt	1,2,4,7,
	* zajęcia praktyczne (weryfikacja poprzez obserwację)	1,2,4,5,7,
	* sprawdzian	1,2,4,6,
Forma i warunki zaliczenia	FORMA zaliczenia : zaliczenie na ocenę WARUNKI zaliczenia: obecność, aktywność na zajęciach, zaliczenie testów cząstkowych, prac pisemnych lub prezentacji Ocena z przedmiotu: OCENA za semestr na podstawie ocen z testów, prac pisemnych, oceny aktywności OCENĘ z lektoratu stanowi ocena z kolokwium zaliczeniowego według wskazania w planie studiów	
Literatura podstawowa		
Jeden z podręczników do wyboru (wszystkie na poziomie obejmującym obszar od punktu B1 do punktu B2.		
Pado A. start.ru, język rosyjski dla średnio zaawansowanych, cz. 1 i 2. WSiP		
Wiatr-Kmieciak M., Wujec S. Vot i my, cz. 2 i 3. Wydawnictwa Szkolne PWN		
Ślązak-Gwizdała A., Tatarczyk O Ekspres na Wschód, Kurs języka rosyjskiego B1-- B2. Cogit		
Literatura uzupełniająca		
Pado A. ty za ili protiv, Materiały uzupełniające. WSiP		
Duchnowska D. Russkij yazyk, podgotovitelnye materialy k ekzamienu TELC uovrn B1, B2. Politechnika Krakowska		
Ponadto student powinien stale korzystać ze słownika monolingwalnego oraz z podręcznika do gramatyki języka rosyjskiego, np. H. Stelmach, Język rosyjski, prościej, jaśniej, Interbook □ Materiały.		
NAKŁAD PRACY STUDENTA:		
	Liczba godzin	
Zajęcia dydaktyczne	24	
Udział w konsultacjach	3	
Przygotowanie się do zajęć	7	
Studiowanie literatury	6	
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	5	
Przygotowanie się do egzaminu lub/i zaliczenia	5	
ŁĄCZNY nakład pracy studenta w godz.	50	
Liczba punktów ECTS	2	

Nazwa przedmiotu: Język niemiecki ()		Kod przedmiotu: 09.1III22AII99_90	
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot / moduł: Akademickie Centrum Kształcenia Językowego			
Nazwa kierunku: Zarządzanie			
Forma studiów: drugiego stopnia, niestacjonarne		Profil kształcenia: ogólnoakademicki	Specjalność:
Rok / semestr: 2 / 3		Status przedmiotu / modułu: obowiązkowy	Język przedmiotu / modułu: niemiecki
Forma zajęć:	ćwiczenia		
Wymiar zajęć:	24		
Koordynator przedmiotu / modułu:	Osoba prowadząca zajęcia		
Prowadzący zajęcia:			
Cel przedmiotu / modułu:	Konsolidacja materiału na poziomie B2. Dodatkowe słownictwo i struktury językowe zgodne ze specjalizacją kierunku na poziomie B2 +.		
Wymagania wstępne:	Poziom kompetencji językowej definiowanej jako B2.		
EFEKTY KSZTAŁCENIA		Odniesienie do efektów dla programu	Odniesienie do efektów dla obszaru
Wiedza	1. Zna konstrukcje gramatyczne, frazeologię i słownictwo pozwalające na zrozumienie tekstów dotyczących danego kierunku studiów oraz tekstów o charakterze akademickim.	K_W08	S2A_W03,
Umiejętności	2. Rozumie teksty dotyczące studiowanej dziedziny, a także teksty o charakterze ogólnoakademickim. Potrafi dostrzec znaczenie ukryte, wyrażone pośrednio. 3. Potrafi przygotować różnorodne opracowania pisemne dot. studiowanego kierunku, a także przedstawić wyniki swoich własnych badań naukowych. 4. Potrafi formułować przejrzyste i rozbudowane wypowiedzi ustne dotyczące języka potrzebnego do prawidłowego funkcjonowania w środowisku akademickim i w środowisku pracy	K_U16 K_U18	S2A_U09, S2A_U11,
Kompetencje społeczne	5. Ma świadomość uczenia się przez całe życie. 6. Pracuje samodzielnie nad powierzoną pracą. 7. Wykazuje kreatywność podczas realizowanych zadań	K_K01	S2A_K01,
TREŚCI PROGRAMOWE			Liczba godzin
Forma zajęć: ćwiczenia			
1. Zajęcia doskonalące wszystkie kompetencje językowe (słuchanie, mówienie, czytanie i pisanie) odnoszące się do słownictwa i tematyki w zakresie proponowanym w podręczniku. (patrz: literatura podstawowa).			10
2. Zajęcia związane z materiałem leksykalno-gramatycznym zawartym w podręczniku i wynikającym z celów nauczania na poziomie B2+			10
3. Zajęcia poświęcone na powtórzenie przerobionego materiału i kolokwia.			4
Metody kształcenia	1. konwersacje 2. symulacja scenek z życia codziennego 3. słuchanie dialogów, tekstów i wiadomości 4. oglądanie krótkich filmów(sceny z życia codziennego) 5. czytanie, analiza i tłumaczenie tekstów 6. ćwiczenia gramatyczne (pisane i interaktywne) 7. pisanie krótkich tekstów (maile, listy) 8. prezentacje samodzielnie przygotowanych zagadnień		

Metody weryfikacji efektów kształcenia		Nr efektu kształcenia z sylabusu
	* sprawdzian	1,2,4,6,
	* zajęcia praktyczne (weryfikacja poprzez obserwację)	1,2,4,5,7,
	* projekt	1,2,4,7,
	* praca pisemna/esej/recenzja	1,2,3,6,7,
	* kolokwium	1,2,4,5,6,
Forma i warunki zaliczenia	FORMA zaliczenia : zaliczenie na ocenę WARUNKI zaliczenia: obecność, aktywność na zajęciach, zaliczenie testów cząstkowych, prac pisemnych lub prezentacji Ocena z przedmiotu: OCENA za semestr na podstawie ocen z testów, prac pisemnych, oceny aktywności OCENĘ z lektoratu stanowi ocena z kolokwium zaliczeniowego według wskazania w planie studiów	
Literatura podstawowa		
Prowadzący mogą wybrać wśród następujących podręczników: Aspekte 2(B2)Lehr-und AB Teil 1 mit 2 Audio CD, Langenscheidt, Studio D B2 Cornelsen..		
Literatura uzupełniająca		
Zalecany jest dodatkowy podręcznik z tego samego poziomu realizowany samodzielnie przez studenta; może to być na przykład.		
NAKŁAD PRACY STUDENTA:		
	Liczba godzin	
Zajęcia dydaktyczne	24	
Udział w konsultacjach	3	
Przygotowanie się do zajęć	7	
Studiowanie literatury	6	
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	5	
Przygotowanie się do egzaminu lub/i zaliczenia	5	
ŁĄCZNY nakład pracy studenta w godz.	50	
Liczba punktów ECTS	2	

Nazwa przedmiotu: Kultura myślenia i argumentacji (PRZEDMIOTY Z OBSZARU NAUK HUMANISTYCZNYCH)		Kod przedmiotu: 08.0122AI04_205	
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot / moduł: Wydział Humanistyczny, Instytut Filozofii			
Nazwa kierunku: Zarządzanie			
Forma studiów: pierwszego stopnia, niestacjonarne		Profil kształcenia: ogólnoakademicki	Specjalność:
Rok / semestr: 2 / 3		Status przedmiotu / modułu: obowiązkowy	Język przedmiotu / modułu: polski
Forma zajęć:	konwersatoria		
Wymiar zajęć:	9		
Koordynator przedmiotu / modułu:	dr hab. prof. US Maciej Witek		
Prowadzący zajęcia:	dr hab. prof. US Maciej Witek - konwersatoria		
Cel przedmiotu / modułu:	Przekazanie studentom podstawowej wiedzy z zakresu teorii argumentacji i komunikacji, wypracowanie umiejętności umożliwiających precyzyjne formułowanie opinii i argumentów oraz krytyczną analizę opinii i argumentów formułowanych przez innych.		
Wymagania wstępne:	Brak wymagań wstępnych.		
EFEKTY KSZTAŁCENIA		Odniesienie do efektów dla programu	Odniesienie do efektów dla obszaru
Wiedza	1. Student zna zasady racjonalnej dyskusji i argumentacji, wyjaśnia ich rolę w budowaniu efektywnego systemu komunikacji w organizacji.	K_W16 K_W08	S1A_W05, S1A_W02,
Umiejętności	2. Student konstruuje tezy, argumenty i definicje zgodnie z regułami racjonalnej dyskusji. 3. Rozpoznaje i klasyfikuje typy argumentów, standardyzuje i ocenia wypowiedzi argumentacyjne, rozpoznaje i klasyfikuje rodzaje definicji, wykrywa błędy w definicjach, identyfikuje implikatury i presupozycje wypowiedzi.	K_U23 K_U18	S1A_U10, S1A_U08,
Kompetencje społeczne	4. W trakcie dyskusji student zachowuje ostrożność i krytycyzm w formułowaniu opinii, jest otwarty na argumenty strony przeciwnej, wykrywa demagogię i indoktrynację.	K_K02	S1A_K02,
TREŚCI PROGRAMOWE			Liczba godzin
Forma zajęć: konwersatoria			
1. Preliminaria logiczne: klasyczny rachunek zdań i rachunek predykatów.			2
2. Nieporozumienia spowodowane przez wieloznaczność wypowiedzi (leksykalną i składniową), użycie nazw nieostrych, wyrażeń okazjonalnych i anafor.			2
3. Definicje, ich budowa i funkcje. Błędy w definiowaniu.			1
4. Argumentacja a perswazja. Standaryzacja i ewaluacja wypowiedzi argumentacyjnych. Typy argumentów.			2
5. Formy komunikacji pośredniej: implikatury konwersacyjne i presupozycje.			2
Metody kształcenia	Wykład konwersatoryjny, analiza przypadków i dyskusja problemowa.		
Metody weryfikacji efektów kształcenia			Nr efektu kształcenia z sylabusu
	* kolokwium		1,2,
	* projekt		3,4,
Forma i warunki zaliczenia	Warunkiem zaliczenia przedmiotu jest uzyskanie pozytywnej oceny z przedmiotu wg następującej skali: bdb (15 pkt.), db+ (14 pkt.), db (12-13 pkt.), dst+ (11 pkt.), dst (9-10 pkt.). Student uzyskuje punkty realizując dwa obowiązkowe zadania: zaliczając kolokwium (do 9 pkt.) oraz przedstawiając projekt zaliczeniowy (do 6 pkt.)		
Literatura podstawowa			
Z. Ziemiński (2010): Logika praktyczna. Warszawa WN PWN			

K. Szymanek, K. A. Wieczorek, A. S. Wójcik (2008): Sztuka argumentacji. Ćwiczenia w badaniu argumentów. Warszawa WN PWN

Literatura uzupełniająca

T. Hołówka (2007): Kultura logiczna w przykładach. Warszawa WN PWN

K. Szymanek (2008): Sztuka argumentacji. Słownik terminologiczny. Warszawa WN PWN

NAKŁAD PRACY STUDENTA:

	Liczba godzin
Zajęcia dydaktyczne	9
Udział w konsultacjach	4
Studiowanie literatury	6
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	3
Przygotowanie się do egzaminu lub/i zaliczenia	3
ŁĄCZNY nakład pracy studenta w godz.	25
Liczba punktów ECTS	1

Nazwa przedmiotu: Sztuka wystąpień publicznych (PRZEDMIOTY Z OBSZARU NAUK HUMANISTYCZNYCH)		Kod przedmiotu: 08.0VIII22AII01_91	
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot / moduł: Wydział Filologiczny, Instytut Polonistyki i Kulturoznawstwa			
Nazwa kierunku: Zarządzanie			
Forma studiów: drugiego stopnia, niestacjonarne		Profil kształcenia: ogólnoakademicki	Specjalność:
Rok / semestr: 1 / 1		Status przedmiotu / modułu: obowiązkowy	Język przedmiotu / modułu: polski
Forma zajęć:	konwersatoria		
Wymiar zajęć:	9		
Koordynator przedmiotu / modułu:	dr Adrianna Seniów		
Prowadzący zajęcia:	dr Adrianna Seniów - konwersatoria		
Cel przedmiotu / modułu:	Celem zajęć jest przygotowanie studentów do wystąpień publicznych, zapoznanie ich z podstawowymi zasadami komunikacji werbalnej i niewerbalnej oraz zasadami świadomego kreowania własnego wizerunku.		
Wymagania wstępne:	Podstawowe wiadomości z zakresu językoznawstwa.		
EFEKTY KSZTAŁCENIA		Odniesienie do efektów dla programu	Odniesienie do efektów dla obszaru
Wiedza	1. Ma podstawową wiedzę na temat procesu komunikacji i jej znaczenia w pracy zawodowej.	K_W08	S2A_W03,
	2. Zna zasady skutecznej prezentacji.	K_W13	S2A_W06,
Umiejętności	3. Potrafi funkcjonalnie wykorzystać wiedzę z zakresu teorii komunikacji, savoir -vivre'u.	K_U04	S2A_U02,
	4. Umie przygotować krótkie wystąpienie publiczne	K_U08	S2A_U04,
	5. Potrafi świadomie kreować swój wizerunek uwzględniając okoliczności wystąpień		
	6. Potrafi wykorzystywać zasady komunikacji werbalnej i niewerbalnej w wystąpieniach publicznych.		
Kompetencje społeczne	7. Ma świadomość znaczenia troski o własny wizerunek publiczny.	K_K06	S2A_K06,
	8. Potrafi pracować w grupie przyjmując w niej różne role.		
TREŚCI PROGRAMOWE			Liczba godzin
Forma zajęć: konwersatoria			
1. Kompetencja językowa i komunikacyjna. Język jako element kreacji własnego wizerunku w kontaktach zawodowych.			1
2. Komunikacja werbalna i niewerbalna.			2
3. Podstawowe zasady emisji głosu, poprawna dykcja, modulacja głosu.			1
4. Kreowanie własnego wizerunku (zasady doboru garderoby, znaczenie kolorów, dodatków, elementy savoir -vivre'u i etykiety językowej.			2
5. Zasady przygotowywania prezentacji multimedialnych i wystąpień publicznych.			1
6. Bariery w komunikacji interpersonalnej.			1
7. Wystąpienia przygotowane przez studentów			1
Metody kształcenia	Prezentacja multimedialna, ćwiczenia warsztatowe, praca w grupach		
Metody weryfikacji efektów kształcenia			Nr efektu kształcenia z sylabusu
	* zajęcia praktyczne (weryfikacja poprzez obserwację)		1,2,3,4,5,6,7,8,
Forma i warunki zaliczenia	Przygotowanie krótkiego wystąpienia publicznego.		

Literatura podstawowa	
R. Cialdini (1996): Wywieranie wpływu na ludzi. Teoria i praktyka. Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne	
M. Leary (2002): Wywieranie wrażenia na innych. O sztuce autoprezentacji. Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne	
M Oczkoś (2007): Sztuka poprawnej wymowy, czyli o bełkotaniu i fałunieniu. RM Warszawa	
A.Pease (2005): Mowa ciała. Jak odczytywać myśli innych ludzi z gestów. Jedność Kielce	
W. Pisarek (2008): Wstęp do nauki o komunikowaniu. Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne Warszawa	
Literatura uzupełniająca	
M. Hartley (2005): Mowa ciała w pracy. Jedność Kielce	
A. Markowski (2002): Nowy słownik poprawnej polszczyzny. PWN Warszawa	
NAKLAD PRACY STUDENTA:	
	Liczba godzin
Zajęcia dydaktyczne	9
Studiowanie literatury	6
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	5
Przygotowanie się do egzaminu lub/i zaliczenia	5
ŁĄCZNY nakład pracy studenta w godz.	25
Liczba punktów ECTS	1