

Program studiów**Część A) programu studiów****Efekty uczenia się**

Wydział realizujący kształcenie:	Wydział Nauk Ekonomicznych i Zarządzania
Kierunek, na którym są prowadzone studia:	komunikacja i psychologia w biznesie
Poziom studiów:	studia pierwszego stopnia
Poziom Polskiej Ramy Kwalifikacji:	poziom 6
Profil studiów:	ogólnoakademicki
Tytuł zawodowy uzyskiwany przez absolwenta:	licencjat
Przyporządkowanie kierunku do dyscypliny naukowej lub artystycznej (dyscyplin), do których odnoszą się efekty uczenia się:	Dyscyplina: - nauki o zarządzaniu i jakości (74%) - psychologia (14%) - ekonomia i finanse (7%) - nauki o komunikacji społecznej i mediach (5%) Dyscyplina wiodąca: nauki o zarządzaniu i jakości
Symbol	Po ukończeniu studiów absolwent osiąga następujące efekty uczenia się:
WIEDZA (absolwent zna i rozumie)	
K_W01	charakter i znaczenie nauk o zarządzaniu i psychologii oraz ich miejscu w systemie nauk społecznych
K_W02	w zaawansowanym stopniu podstawy wiedzy z ekonomii i finansów oraz ich powiązania z zarządzaniem organizacjami
K_W03	w zaawansowanym stopniu zna i rozumie wiedzę z zakresu nauk o zarządzaniu i psychologii dotyczącą jednostki, struktur i instytucji społecznych, ich elementów, więzi i reguł (społecznych, organizacyjnych, etycznych) oraz uwarunkowania ich zmian i konsekwencji tych zmian
K_W04	procesy społeczne i gospodarcze zachodzące w instytucjach biznesowych i w ich otoczeniu, procesy zmian tych instytucji reguły z punktu widzenia właściwego dla nauk o zarządzaniu i psychologii
K_W05	relacje wewnętrzne i zewnętrzne instytucji biznesowych z podmiotami w otoczeniu, ich charakter, cele, prawidłowości i reguły z punktu widzenia właściwego dla nauk o zarządzaniu i psychologii
K_W06	ma zaawansowaną wiedzę o człowieku, w szczególności jako podmiocie konstytuującym struktury biznesowe i zasady ich funkcjonowania, a także działającym w tych strukturach
K_W07	ma zaawansowaną wiedzę o zachowaniach ludzi w organizacji na poziomie indywidualnym, grupowym i instytucjonalnym
K_W08	w zaawansowanym stopniu metody i narzędzia badań, w tym techniki pozyskiwania danych, właściwe dla zarządzania i psychologii, pozwalających opisywać struktury i instytucje biznesowe oraz procesy w nich i między nimi zachodzące
K_W09	w zaawansowanym stopniu instrumenty i narzędzia komunikowania stosowane wewnątrz instytucji biznesowych oraz w relacjach z różnymi grupami interesariuszy
K_W10	pojęcia i zasady z zakresu ochrony własności przemysłowej i prawa autorskiego

K_W11	zasady tworzenia i rozwoju form indywidualnej przedsiębiorczości wykorzystującej wiedzę z zakresu nauk o zarządzaniu i psychologii
UMIEJĘTNOŚCI (absolwent potrafi)	
K_U01	diagnozować i interpretować problemy społeczne i organizacyjne oraz (szanse i/lub zagrożenia) jakie pojawiają się w praktyce funkcjonowania instytucji biznesowych
K_U02	projektować, adekwatne dla zdiagnozowanych przyczyn i przebiegu zjawisk/problemów społecznych, przedsięwzięcia prowadzące do ich sprawnego rozwiązania
K_U03	wykorzystać wiedzę z zakresu nauk o zarządzaniu i psychologii oraz pozyskiwać dane do analizowania konkretnych procesów i zjawisk społecznych w instytucjach biznesowych
K_U04	w zaawansowanym stopniu stosować odpowiednie metody i techniki w rozwiązywaniu problemów komunikowania instytucji biznesowych
K_U05	diagnozować, analizować i przewidywać procesy i zjawiska społeczne z wykorzystaniem właściwych metod i narzędzi, w szczególności w zakresie komunikowania wewnętrznego i zewnętrznego instytucji biznesowych
K_U06	ocenić skutki organizacyjne i społeczne podejmowanych decyzji i przedsięwzięć oraz przedstawić ich merytoryczne uzasadnienie
K_U07	prawidłowo posługiwać się systemami normatywnymi oraz wybranymi normami i regułami (społecznymi, organizacyjnymi, etycznymi, zawodowymi) w celu rozwiązania konkretnego zadania z zakresu psychologii biznesu i zarządzania, a w szczególności w zakresie komunikowania instytucji biznesowych
K_U08	wykorzystywać zdobytą wiedzę, z uwzględnieniem umiejętności nabytych podczas praktyki zawodowej
K_U09	przygotowywać wystąpienia ustne w języku polskim w zakresie właściwym dla praktyki biznesu, z wykorzystaniem ujęć teoretycznych, a także różnych źródeł i nowoczesnych technologii komunikowania
K_U10	przygotowywać prace pisemne w języku polskim w zakresie właściwym dla praktyki biznesu, z wykorzystaniem ujęć teoretycznych, a także różnych źródeł i nowoczesnych technologii komunikowania
K_U11	posługiwać się specjalistycznym językiem obcym (angielskim) na poziomie B2 w stopniu właściwym dla praktyki biznesu
K_U12	wykorzystywać posiadaną wiedzę - formułować i rozwiązywać złożone i nietypowe problemy oraz wykonywać zadania w zakresie komunikowania w warunkach nie w pełni przewidywalnych przez właściwy dobór źródeł oraz informacji z nich pochodzących, dokonywanie oceny, krytycznej analizy i syntezy tych informacji, dobór i stosowanie właściwych metod i narzędzi, w tym zaawansowanych technik informacyjno – komunikacyjnych (ICT)
K_U13	samodzielnie planować i realizować proces uczenia się przez całe życie oraz ma potrzebę samorozwoju opartego o ciągłe pogłębianie wiedzy i twórczą refleksję w odniesieniu do własnych doświadczeń
K_U14	brać udział w debacie, komunikatywnie (z wykorzystaniem specjalistycznej terminologii) formułować i przekazywać swoje myśli, opinie i wszelkie informacje
K_U15	uczestniczyć w przedsięwzięciach zespołowych, pełniąc w nich różne role
KOMPETENCJE SPOŁECZNE (absolwent jest gotów do)	
K_K01	zdobywania wiedzy, informacji i danych potrzebnych w procesach rozwiązywania problemów występujących w instytucjach biznesowych oraz określania priorytetów w tym zakresie
K_K02	identyfikowania i rozstrzygania merytorycznych i etycznych dylematów związanych z pełnieniem ról zawodowych w tym: przestrzegania zasad etyki zawodowej i wymagania tego od innych, dbałości o dorobek i tradycję zawodu
K_K03	kreatywnego uczestnictwa w przedsięwzięciach (zespołach) związanych z rozwiązywaniem problemów społecznych instytucji biznesowych
K_K04	do myślenia i działania w sposób przedsiębiorczy

Opis procesu prowadzącego do uzyskania efektów uczenia się

Część B) programu studiów

Wydział realizujący kształcenie:	Wydział Nauk Ekonomicznych i Zarządzania
Kierunek, na którym są prowadzone studia:	komunikacja i psychologia w biznesie
Poziom studiów:	studia pierwszego stopnia
Poziom Polskiej Ramy Kwalifikacji:	poziom 6
Profil studiów:	ogólnoakademicki
Przyporządkowanie kierunku do dyscypliny naukowej lub artystycznej (dyscyplin), do których odnoszą się efekty uczenia się:	Dyscypliny: nauki o zarządzaniu i jakości (74%), psychologia (14%), ekonomia i finanse (7%), nauki o komunikacji społecznej i mediach (5%) Dyscyplina wiodąca: nauki o zarządzaniu i jakości
Forma studiów:	studia niestacjonarne
Liczba semestrów:	6
Liczba punktów ECTS konieczna do ukończenia studiów na danym poziomie:	180
Łączna liczba godzin zajęć dydaktycznych:	1062
Tytuł zawodowy nadawany absolwentom:	licencjat
Wskazanie związku programu studiów z misją i strategią UMK:	Kierunek komunikacja i psychologia w biznesie wpisuje się w misję uczelni poprzez rozwijanie i upowszechnianie wiedzy z zakresu nauk społecznych i humanistycznych, odpowiadając na aktualne potrzeby współczesnego rynku pracy i aspiracje społeczne. Program kształcenia łączy naukowe podejście do psychologii i komunikacji z praktycznym zastosowaniem w biznesie, co odzwierciedla dążenie UMK do prowadzenia badań oraz kształcenia na najwyższym poziomie akademickim. W duchu tradycji uniwersyteckiej kierunek ten przygotowuje studentów do rzetelnej i etycznej pracy, promując wolność badań naukowych i interdyscyplinarne podejście do problemów gospodarczych i społecznych. Dzięki temu absolwenci są wyposażeni nie tylko w specjalistyczną wiedzę, ale także w kompetencje społeczne i analityczne, umożliwiające skuteczne zarządzanie komunikacją i relacjami w organizacjach. Ponadto, jako część uniwersytetu o silnych międzynarodowych powiązaniach akademickich, kierunek komunikacja i psychologia w biznesie umożliwia studentom uczestnictwo w europejskiej wymianie naukowej i współpracy badawczej, przyczyniając się do rozwoju umiejętności w zakresie budowania innowacyjnych strategii biznesowych i komunikacyjnych w wymiarze globalnym.

Przedmioty/grupy wraz z zakładanymi efektami uczenia się

Grupy przedmiotów	Przedmiot	Zakładane efekty uczenia się (student)	Formy i metody kształcenia zapewniające osiągnięcie efektów uczenia się	Sposoby weryfikacji i oceny efektów uczenia się osiągniętych przez studenta
Grupa przedmiotów I - kształcenie ogólne	Technologie informacyjne	W1: posiada wiedzę z zakresu obsługi arkusza kalkulacyjnego, edytora tekstu, narzędzi graficznych do budowania prezentacji oraz wiedzę z zakresu projektowania i obsługi baz danych – K_W08 U1: Potrafi efektywnie wykorzystywać wybrane oprogramowanie w celu zdiagnozowania przyczyn konkretnego problemu prowadzące do jego sprawnego rozwiązania – K_U02 U2: Korzysta z programów zawartych w pakiecie MS Office oraz analogicznych aplikacji w celu analizy i prezentacji informacji – K_U04 U3: posiada umiejętność przygotowania prac pisemnych z wykorzystaniem różnych źródeł. Potrafi tworzyć, redagować oraz korygować teksty – K_U10 K1: Rozumie wpływ podejmowanych decyzji na środowisko i związane z tym konsekwencje. Jest świadomy odpowiedzialności za wykorzystanie i przetwarzanie danych – K_K01	pokaz i metoda ćwiczeniowa	zaliczenie na ocenę
	Ochrona własności intelektualnej	W1: zna i rozumie podstawowe pojęcia i zasady dotyczące ochrony własności intelektualnej, a w szczególności dotyczące praw własności przemysłowej i prawa autorskiego – K_W10	Prezentacja multimedialna, wykład, prezentacja przykładów	zaliczenie na ocenę
	Nowoczesne techniki uczenia się	U1. potrafi identyfikować etapy cyklu uczenia się Kolba, stosować w różne strategie czytania, notowania oraz wybrane techniki zapamiętywania - K_U13.	Wykład z elementami ćwiczeń warsztatowych dot. stosowania techniki mindmappingu, technik zapamiętywania i kinezylogii edukacyjnej.	zaliczenie na ocenę

			Wykład wspomagany jest prezentacjami komputerowymi wykorzystującymi metodę mindmappingu.	
	Język angielski w biznesie	K_U11 - potrafi posługiwać się specjalistycznym językiem obcym (j. angielskim) na poziomie B2 w stopniu właściwym dla praktyki biznesu U01: komunikować się z użyciem specjalistycznej terminologii (mówienie, pisanie, czytanie i słuchanie), U02: brać udział debacie – przedstawiać i oceniać różne opinie i stanowiska oraz dyskutować o nich, U03: posługiwać się językiem obcym na poziomie B2 wg CEFR	Metody eksponujące (drama, inscenizacja, pokaz, symulacja). Metody podające (opis, opowiadanie, pogadanka). Metody poszukujące (ćwiczeniowa, giełda pomysłów, oxfordzka, projektu). Metody dydaktyczne w kształceniu online (metody ewaluacyjne) Metody eksponujące (drama, inscenizacja, pokaz, symulacja). Metody podające (opis, opowiadanie, pogadanka). Metody poszukujące (ćwiczeniowa, giełda pomysłów, oxfordzka, projektu). Metody dydaktyczne w kształceniu online (metody ewaluacyjne)	zaliczenia na ocenę semestralne, egzamin pisemny końcowy
	Wychowanie fizyczne (studia stacjonarne)	W zależności od wybranych przedmiotów	W zależności od wybranych przedmiotów	W zależności od wybranych przedmiotów

	zajęcia z dziedziny nauk humanistycznych	W zależności od wybranych przedmiotów	W zależności od wybranych przedmiotów	W zależności od wybranych przedmiotów
	zajęcia ogólnouczelniane lub realizowane na innym kierunku studiów	W zależności od wybranych przedmiotów	W zależności od wybranych przedmiotów	W zależności od wybranych przedmiotów
	Mikroekonomia	W1: Posiada podstawową wiedzę z mikroekonomii i dostrzega związek teorii z zarządzaniem organizacjami - K_W02 U1: Stosuje zdobytą wiedzę w diagnozowaniu i interpretowaniu problemów ekonomicznych instytucji biznesowych - K_U01 K1: Potrafi myśleć i działać w sposób przedsiębiorczy - K_K04	Wykład konwersatoryjny, Dyskusja panelowa, Metoda problemowa, Studium przypadku	ćwiczenia - zaliczenie za ocenę, wykłady - egzamin końcowy
	Statystyka w biznesie i psychologii	W1: zna miary wykorzystywane w opisie statystycznym i podstawowe techniki pozyskiwania danych (K_W08) W2: zna metody analizy współzależności zjawisk ekonomicznych (K_W08) W3: zna metody analizy dynamiki zjawisk gospodarczych (K_W08) U1: potrafi stosować metody opisu statystycznego oraz analizy współzależności i dynamiki zjawisk (KU_01) U2: potrafi pozyskiwać dane do analizy procesów i zjawisk społeczno-ekonomicznych (KU_03) K1: potrafi myśleć analityczne, pozyskiwać dane oraz wiązać wiedzę teoretyczną z obszaru statystyki i zarządzania z problemami organizacji i praktyki gospodarczej (K_K01)	pokaz, wykład informacyjny (konwencjonalny), metoda ćwiczeniowa	ćwiczenia - zaliczenie za ocenę, wykłady - egzamin końcowy
	Metodyka badań w biznesie i psychologii	W1: Zna główne rodzaje źródeł informacji w badaniach realizowanych w obszarze biznesu i psychologii biznesu (K_W08) W2: Zna główne rodzaje badań realizowanych w	Wykład: wykład konwersatoryjny Wykład prowadzony jest z wykorzystaniem	ćwiczenia - zaliczenie za ocenę, wykłady - zaliczenie na ocenę

		obszarze biznesu i psychologii biznesu (K_W08) W3: Zna podstawowe techniki losowego i nielosowego doboru próby, metody zbierania danych ze źródeł pierwotnych oraz odpowiadające im instrumenty pomiarowe (K_W08) W4: Zna podstawowe różnice pomiędzy kwestionariuszem ankietowym, kwestionariuszem wywiad i scenariuszem wywiadu (K_W08) W5: Zna podstawowe czynności podejmowane przez badacza w fazie przygotowania badania oraz w fazie jego realizacji (K_W08) W6: Zna podstawowe zasady analizy i prezentacji danych pozyskanych w badaniach (K_W08) U1: Potrafi zidentyfikować źródła informacji możliwe do wykorzystania przy rozwiązywaniu danego problemu decyzyjnego / do rozpoznania danego problemu badawczego (K_U01, K_U02) U2: Potrafi wskazać rodzaje badań, metody zbierania danych i odpowiadające im instrumenty pomiarowe oraz techniki doboru próby właściwe dla rozwiązania danego problemu decyzyjnego / właściwe dla realizacji konkretnego celu badawczego (K_U01, K_U02) U3: Potrafi ocenić kwestionariusz wywiadu, kwestionariusz ankietowy, scenariusz wywiadu z punktu widzenia poprawności jego budowy i adekwatności do przyjętych założeń badawczych (K_U01, K_U02) K1: Jest gotów do projektowania i realizacji przedsięwzięć badawczych w obszarze biznesu i psychologii, zakładających wykorzystanie podstawowych metod zbierania danych (K_K02)	prezentacji multimedialnej przygotowanej w programie Power Point. Wszystkie omawiane treści są ilustrowane przykładami z praktyki. Z uwagi na stosunkowo niedużą liczbę uczestników zajęć, zakłada się ich aktywny udział w wykładzie. Części prezentowane przez wykładowcę przeplatane są wypowiedziami słuchaczy na temat ich doświadczeń i opinii w zakresie omawianych kwestii. Wykładowca na bieżąco wyjaśnia też wszelkie wątpliwości zgłaszane przez studentów. Ćwiczenia: opis, pogadanka, giełda pomysłów, studium przypadku, dyskusja, klasyczna metoda problemowa	
	Moduł kształcenia - BHP	Moodle	Moodle	Test na platformie Moodle

	Praktyka zawodowa U1: potrafi diagnozować i interpretować wewnątrzorganizacyjne problemy oraz występujące w otoczeniu szanse i zagrożenia, które pojawiają się w praktyce funkcjonowania instytucji biznesowych (KU01) U2: potrafi wykorzystać podstawową wiedzę z zakresu nauk o zarządzaniu i psychologii oraz pozyskać dane niezbędne do analizowania konkretnych procesów i zjawisk społeczno-gospodarczych występujących w praktyce funkcjonowania instytucji biznesowych (KU03) U3: potrafi wykorzystywać zdobytą wiedzę, z uwzględnieniem umiejętności nabytych podczas praktyki zawodowej (KU08) U4: ma świadomość potrzeby samorozwoju opartego o ciągłe pogłębianie wiedzy i twórczą refleksję w odniesieniu do własnych doświadczeń (KU13) U5: potrafi komunikatywnie formułować i przekazywać swoje myśli, opinie i wszelkie informacje (komunikatywność) (KU14) U6: potrafi uczestniczyć w przedsięwzięciach zespołowych, pełniąc w nich różne role (praca zespołowa) (KU15) i wykorzystywać nowo zdobytą podczas praktyki zawodowej wiedzę i umiejętności (KU08). K1: posiada kompetencje zdobywania wiedzy, informacji i danych potrzebnych w procesach rozwiązywania problemów występujących w instytucji biznesowej oraz określania priorytetów w tym zakresie (analityczne myślenie) (KK01) K2: jest gotów do kreatywnego uczestnictwa w przedsięwzięciach związanych z rozwiązywaniem problemów społecznych instytucji biznesowych (kreatywność) (KK03)	Uczestnictwo studenta w pracach podejmowanych, przez przyjmującą na praktyki organizację, w trakcie realizowania różnych funkcji	karta oceny studenckiej praktyki zawodowej, wystawiona przez organizację, w której student odbywał praktyki, zaliczenie na ocenę po każdym roku studiów
--	---	---	--

Grupa przedmiotów II - Moduł menedżerski	Podstawy zarządzania	W1. posiada niezbędną wiedzę z zakresu nauk o zarządzaniu pozwalającą mu na sprawne rozwiązywanie rzeczywistych problemów zarządzania (K_W01; K_W03) W2. zna i rozumie istotę i znaczenie wpływu otoczenia organizacji na jej funkcjonowanie (K_W04) W3. zna dopuszczalne formy prawne działalności gospodarczej i rozumie różnice między nimi (K_W11) U1. potrafi identyfikować szanse i zagrożenia pojawiające się w otoczeniu organizacji oraz oceniać ich znaczenie dla funkcjonowania organizacji (K_U01; K_U05) K1. jest gotów do samodzielnego poszerzania nabytej wiedzy z zakresu zarządzania w celu rozwiązania problemów pojawiających się w pracy zawodowej (K_K01)	Wykłady - wykład problemowy prowadzony metodą tradycyjną z wykorzystaniem prezentacji multimedialnej. Wykład prowadzony w taki sposób, aby zapewnić możliwość prowadzenia dyskusji ze studentami.	Egzamin końcowy
	Zarządzanie jakością	W1. ma podstawową wiedzę na temat problematyki zarządzania jakością (K_W01) W2. zna możliwości wykorzystania różnych instrumentów zarządzania jakością oraz posiada ogólną wiedzę z zakresu doboru poszczególnych instrumentów (K_W09) U1. potrafi dobierać instrumenty zarządzania jakością do zaistniałej sytuacji i specyfiki organizacji (K_U03) U2. rozumie procesy zachodzące w organizacjach biznesowych i potrafi wykorzystać tę umiejętność w procesie doskonalenia jakości (K_U05) K1. identyfikuje i rozstrzyga merytoryczne i etyczne dylematy związane z procesem zarządzania jakością (K_K03)	Wykład: prezentacje multimedialne, case study Ćwiczenia: dyskusja w grupach, praca zespołowa, prezentacje, wystąpienia ustne, case study	ćwiczenia - zaliczenie za ocenę, wykłady - egzamin końcowy

	Zarządzanie finansami w biznesie	W1: ma zaawansowaną wiedzę z zakresu ekonomii i finansów, możliwą do zastosowania w zarządzaniu gospodarstwem domowym, przedsiębiorstwem oraz instytucją publiczną (K_W02). U1: potrafi diagnozować i interpretować problemy gospodarcze i społeczne oraz identyfikować szanse i/lub zagrożenia w praktyce funkcjonowania podmiotów w obszarze gospodarki (K_U01). K1: jest gotów do zdobywania wiedzy z obszaru finansów potrzebnej w procesach rozwiązywania problemów występujących w gospodarstwach domowych, przedsiębiorstwach oraz instytucjach publicznych (K_K01).	Pogadanka, wykład problemowy, analiza przypadków	Egzamin
	Zarządzanie zasobami ludzkimi	W1: zna i rozumie przebieg procesów personalnych w instytucjach i ich uwarunkowania - K_W04, K_W05 W2: ma podstawową wiedzę o zachowaniach ludzi w organizacji na poziomie indywidualnym grupowym i instytucjonalnym - K_W07 W3: zna podstawowe metody i narzędzia wykorzystywane w procesie zarządzania ludźmi i jego podstawowych subprocesach - K_W08 U1: potrafi diagnozować i interpretować i rozwiązywać problemy społeczne i organizacyjne w obszarze funkcji personalnej - K_U01 U2: potrafi zaprojektować rozwiązania adekwatne do zdiagnozowanych problemów - K_U02 U3: potrafi stosować odpowiednie metody i techniki w rozwiązywaniu problemów z zakresu zarządzania ludźmi w organizacji - K_U04 K1: jest gotów do zdobywania wiedzy i informacji służących diagnozowaniu i rozwiązywaniu problemów w obszarze zarządzania zasobami ludzkimi K_K01	Wykład z elementami dyskusji z wykorzystaniem prezentacji multimedialnej Studia przypadków, projekt, pogadanka	ćwiczenia - zaliczenie za ocenę, wykłady - zaliczenie na ocenę

	Zarządzanie innowacyjnością	W1: zna definicję, istotę i klasyfikację innowacji oraz rozumie potrzebę jej kreowania lub adaptacji w przedsiębiorstwach - K_W04 W2: zna i rozumie przebieg procesu innowacyjnego w przedsiębiorstwie oraz czynniki go warunkujące- K_W11 U1: potrafi diagnozować i interpretować impulsy innowacyjne oraz wyzwania organizacyjne, które mogą stanowić szansę lub zagrożenie dla rozwoju współczesnych przedsiębiorstw - K_U01 U2: potrafi w ramach pracy zespołowej ocenić poziom innowacyjności przedsiębiorstwa - K_U15 K1: jest gotów do gromadzenia i wykorzystania w praktyce informacji niezbędnych do stworzenia strategii innowacji będącej odpowiedzią na problemy występujące we współczesnych organizacjach K2: jest gotów do wykreowania własnych pomysłów i innowacyjnych rozwiązań - K_K04	Wykład konwencjonalny i wykład problemowy, ćwiczenia: klasyczna metoda problemów, analiza przypadków.	ćwiczenia - zaliczenie za ocenę, wykłady - egzamin końcowy
	Kreatywność i twórcze rozwiązywanie problemów	W1. rozumie znaczenie podstawowej terminologii związanej z kreatywnością i twórczym rozwiązywaniem problemów K_W03, W2. zna podstawowe techniki kreatywnego myślenia i twórczego rozwiązywania problemów K_W05 U1. potrafi stosować podstawowe techniki kreatywnego myślenia i twórczego rozwiązywania problemów K_U04 U2. potrafi gromadzić materiały, prezentować wyniki swoich prac z zastosowaniem środków ICT K_U09 K1. potrafi pracować w zespole realizującym powierzone zadania, w sposób profesjonalny i odpowiedzialny przygotowuje projekty zespołowe z zakresu kreatywnego myślenia K_K03 K2. wykazuje inicjatywę i prezentuje własne pomysły z odpowiednią argumentacją, umie	Wykład konwersatoryjny; gry i symulacje; metody odnoszące się do autentycznych lub fikcyjnych sytuacji; metody oparte na współpracy	ćwiczenia - zaliczenie za ocenę,

		wchodzić w polemikę, przyjmować krytykę i konstruktywnie na nią reagować K_K02		
	Podstawy marketingu	W1: Zna istotę marketingu i korzyści dla organizacji z wdrażania reguł marketingowej koncepcji zarządzania K_W04 W2: Zna warunki wykształcania się i cechy organizacji zorientowanych produkcyjnie, sprzedażowo i marketingowo K_W04 W3: Zna różnice pomiędzy nabywcą na rynku B2C i B2B oraz główne charakterystyki ich zachowań rynkowych K_W04 W4: Zna główne elementy otoczenia organizacji i jej potencjału strategicznego oraz wyjaśnia w jaki sposób ich zmiany wpływają na pozycję rynkową organizacji K_W04 W5: Zna czynniki analizy SWOT i objaśnia jej procedurę K_W04 W6: Zna podstawowe założenia segmentacji rynku i jej znaczenie dla organizacji oraz jej klientów K_W04 W7: Zna podstawowe elementy marketingu-mix (tym przede wszystkim działania służące komunikacji organizacji z jej klientami zewnętrznymi) oraz zna zasady ich właściwego wykorzystania w działaniach organizacji K_W09 U1: Potrafi identyfikować problemy natury marketingowej, jakie pojawiają się w praktyce funkcjonowania organizacji K_U01 U2: Potrafi analizować otoczenie organizacji oraz potencjał strategiczny organizacji z wykorzystaniem analizy SWOT K_U01 U3: Potrafi zaproponować działania bądź instrumenty marketingowe adekwatne do zdiagnozowanych problemów/zmian zachodzących w organizacjach i/lub w ich otoczeniu, prowadzące	wykład: wykład konwersatoryjny; Ćwiczenia: pogadanka, giełda pomysłów, studium przypadku, dyskusja, analiza SWOT	ćwiczenia - zaliczenie za ocenę, wykłady - zaliczenie na ocenę

		do ich rozwiązania /wykorzystania K_U02 K1: Jest gotów do identyfikowania i rozstrzygania marketingowych problemów pojawiających się w organizacjach i proponowania dla nich rozwiązań K_K02		
	Komunikacja marketingowa	W1: W zaawansowanym stopniu zna i rozumie instrumenty i narzędzia z zakresu komunikacji marketingowej stosowane wewnątrz instytucji biznesowych oraz w relacjach z różnymi grupami interesariuszy, ze szczególnym uwzględnieniem takich jej elementów jak: reklama, promocja uzupełniająca, sprzedaż osobista, public relations, marketing szeptany, marketing partyzancki, marketing sensoryczny- K_W09 U1: Potrafi projektować, adekwatne dla zdiagnozowanych problemów przedsięwzięcia związane z realizacją wybranych elementów komunikacji marketingowej - K_U02 K1: Jest gotów do myślenia i działania w sposób przedsiębiorczy w zakresie realizacji wybranych elementów komunikacji marketingowej - K_K04	Wykład: Wykład konwersatoryjny prowadzony z wykorzystaniem prezentacji multimedialnych przygotowanych w programie Power Point; wszystkie omawiane treści są bogato ilustrowane przykładami z praktyki. Ćwiczenia: SWOT, pogadanka, studium przypadku (case study), giełda pomysłów, metoda projektu, dyskusja; wszystkie omawiane treści są bogato ilustrowane przykładami z praktyki.	ćwiczenia - zaliczenie za ocenę, wykłady - egzamin

	Podstawy strategii	W1. zna i rozumie procesy społeczne i ekonomiczne w organizacji i jej otoczeniu (w tym otoczeniu globalnym), ich przyczyny, relacje pomiędzy nimi oraz ich konsekwencje (K_W02) W2. zna, rozumie i rozważa z perspektywy teorii zarządzania relacje pomiędzy organizacją a jej interesariuszami, oraz zasady zarządzania tymi relacjami z uwzględnieniem zasad etyki i CSR (K_W03) W3. zna i rozumie metody i techniki analizy strategicznej (K_W04) W4. zna, rozumie i rozważa z perspektywy teorii zarządzania zasady i metody racjonalizacji procesów decyzyjnych, w tym w szczególności decyzji o charakterze strategicznym (K_W07) W5. zna, rozumie i rozważa z perspektywy teorii zarządzania proces wdrażania strategii (K_W08) U1. potrafi prognozować zmiany w otoczeniu organizacji oraz identyfikować i analizować problemy dotyczące strategii i rozwoju organizacji (K_U01) U2. potrafi zastosować w sprawny i skuteczny sposób metody i techniki analizy strategicznej (K_U04) K1. uczestniczy w projektach, w tym pełni rolę ich lidera (K_K02) K2. wykorzystuje narzędzia pozyskiwania informacji niezbędne do działania w otoczeniu globalnym (K_K04)	Wykład: - uczestnictwo w zajęciach (nieobowiązkowe), prowadzonych w formie tradycyjnego wykładu z wykorzystaniem prezentacji PowerPoint – egzamin pisemny testowy oparty na treściach omówionych na wykładzie i ćwiczeniach Ćwiczenia: - uczestnictwo w zajęciach (obowiązkowe – dopuszczalna 1 nieobecność), przygotowywanie się do zajęć, aktywność, realizacja zadań – praca zespołowa – analiza przypadków – przedłużona obserwacja przez prowadzącego - praca samodzielna (projekt zaliczeniowy przygotowywany w zespołach i jego prezentacja) lub kolokwium	ćwiczenia - zaliczenie za ocenę, wykłady - egzamin
--	--------------------	---	--	---

	Zarządzanie międzykulturowe	W1: wymienia i charakteryzuje istotę wymiarów kultury narodowej mających wpływ na zachowania ludzi w organizacji (K_W07) U1: posiada umiejętność wyjaśnienia przyczyn zjawisk społecznych w organizacji, które pojawiają się w przestrzeni międzykulturowej (K_U01) U2: potrafi określić ryzyko nowych przedsięwzięć biznesowych w przestrzeni rynków globalnych, ze względu na różnice kulturowe (K_U01) K1: dążenie do rozwoju - posiada kompetencje w zakresie ciągłego rozwijania swej wiedzy i umiejętności oraz inspirowania do tego innych (K_K01) K2: praca zespołowa - posiada kompetencje w zakresie tworzenia pozytywnego klimatu organizacyjnego (i zaufania) w zespołach, w których uczestniczy, a zwłaszcza w tych, którymi kieruje (K_K03)	Wykład z wykorzystaniem prezentacji multimedialnej, analiza przypadków, gry symulacyjne	Zaliczenie za ocenę,
	Symulacje i gry biznesowe	U1 - potrafi diagnozować i interpretować problemy rynkowe, organizacyjne, społeczne i finansowe oraz szanse i/lub zagrożenia jakie pojawiają się w praktyce funkcjonowania biznesu – K_U01 U2 - potrafi projektować rozwiązania problemów rynkowych, organizacyjnych, społecznych i finansowych, na podstawie diagnozy ich przyczyn - K_U02 U3 – potrafi pracować w zespole pełniąc w nim różne role - K_U15 K1 – jest gotów/a do kreatywnego uczestnictwa w przedsięwzięciach (zespółach) związanych z rozwiązywaniem problemów społecznych instytucji biznesowych K_K03 K2 - jest gotów/a do myślenia i działania w sposób przedsiębiorczy K_K04	Symulacje procesów zarządzania przedsiębiorstwami w warunkach wirtualnego konkurencyjnego rynku, praca zespołowa	ćwiczenia - zaliczenie za ocenę,

	Innowacyjny start up w biznesie	W1: zna i rozumie zasady tworzenia i rozwoju form indywidualnej przedsiębiorczości o znamionach start-upu wykorzystującej wiedzę z zakresu nauk o zarządzaniu – K_W11. U1: potrafi ocenić skutki organizacyjne i społeczne podejmowanych przedsięwzięć biznesowych oraz przedstawić ich merytoryczne uzasadnienie – K_U06. K1: jest gotów do myślenia i działania w sposób przedsiębiorczy z perspektywy kreowania koncepcji własnego biznesu – K_K04.	Wykład: wykład problemowy prowadzony metodą tradycyjną z wykorzystaniem prezentacji multimedialnej, w sposób zapewniający możliwość dyskusowania ze studentami omawianych zagadnień. Ćwiczenia: konwersacja ze studentami, w ramach której są rozwiązywane zadania, analizowane studia przypadków, dyskutowane i rozwiązywane praktyczne problemy decyzyjne z zakresu zagadnień odnoszących się do podejmowanego przedmiotu.	ćwiczenia - zaliczenie za ocenę, wykłady - zaliczenie na ocenę
	Zarządzanie projektami	W1: zna i rozumie wiedzę w zakresie nauk o zarządzaniu odnoszącą się do realizowania funkcji i budowania struktur w organizacji oraz kształtowania ról i więzi w zespole projektowym – K_W03. U1: potrafi projektować, planować i organizować złożone przedsięwzięcia w następstwie zdiagnozowanych problemów i potrzeb – K_U02. U2: potrafi uczestniczyć w przedsięwzięciach zespołowych, pełniąc w nich różne role przewidziane w ramach zespołu projektowego – K_U15. K1: Student jest gotów do kreatywnego uczestnictwa w zespołowych przedsięwzięciach związanych z	Wykład: wykład problemowy prowadzony metodą tradycyjną z wykorzystaniem prezentacji multimedialnej, w sposób zapewniający możliwość dyskusowania ze studentami omawianych zagadnień. Ćwiczenia: konwersacja ze studentami, w ramach której są rozwiązywane	ćwiczenia - zaliczenie za ocenę, wykłady - zaliczenie na ocenę

		rozwiązywaniem różnych problemów w organizacji – K_K03	zadania, analizowane studia przypadków, dyskutowane i rozwiązywane praktyczne problemy decyzyjne z zakresu zagadnień odnoszących się do podejmowanego przedmiotu, a także planowane konkretne przedsięwzięcia projektowe	
	Finansowanie i rozwój firmy	W1: zna i rozumie zasady tworzenia i rozwoju form indywidualnej przedsiębiorczości (K_W11), U1: Potrafi uczestniczyć w przedsięwzięciach zespołowych (K_U15) K1: Podejmuje decyzje przedsiębiorcze. (K_K04)	zajęcia problemowe z wykorzystaniem prezentacji multimedialnej; zajęcia projektowe z wykorzystaniem aplikacji informatycznej, Generator wniosków	ćwiczenia - zaliczenie za ocenę,
Grupa przedmiotów III - Moduł psychologia w biznesie	Podstawy psychologii	W1: wskazuje tło psychologiczne ludzkich postaw w różnych okolicznościach i warunkach życia prywatnego oraz zawodowego – K_W01 W2: identyfikuje czynniki psychologiczne w kontekście zasad współdziałania i kierowania ludźmi – K_W06 U1: potrafi obserwować, analizować i oceniać zjawiska w otoczeniu, w oparciu o zachodzące procesy myślowe i emocjonalne – K_U03	metoda podawcza (wykład akademicki), metoda podawczo-aktywizująca (wykład konwersatoryjny, prezentacja multimedialna, w tym projekcja nagrań dokumentalnych klasycznych eksperymentów psychologicznych)	egzamin pisemny

	Psychologia społeczna	W1: rozumie zależności ludzkich zachowań w różnych okolicznościach i warunkach życia prywatnego oraz zawodowego w kontekście praw psychologii społecznej K_W07 W2: identyfikuje czynniki psychologiczne w kontekście zasad wpływu społecznego, wychowania, kształcenia i kierowania ludźmi K_W07 W3: wie jakie techniki i narzędzia komunikacyjne pozwalają mu na określony przekaz – _W09 U1: rozumie zasady wpływu społecznego oraz to ,w jaki sposób jego postawa i zachowanie oddziałuje na innych ludzi oraz potrafi wykorzystać tę wiedzę w kontaktach społecznych K_U03 U2: potrafi stosować odpowiednie metody i techniki w komunikacji interpersonalnej K_U04 U3: potrafi zastosować minimum trzy techniki perswazji K_U07 U4: potrafi pracować w zespole K_U15 U5: planuje, inicjuje i właściwie stosuje komunikację interpersonalną, aby sprawnie zarządzać czasem i zasobami ludzkimi w pracy zespołowej K_U15 K1: ma świadomość konieczności rozwoju osobistego i rozwijania własnych kompetencji w zakresie komunikacji społecznej – K_K01 K3: jest gotów pracować w zespole i skutecznie się w nim komunikować – K_K03	Wykład z wykorzystaniem multimedialnych metod prezentacji treści programowych; konsultacje (interpersonalne i drogą elektroniczną); Konwersatorium: pogadanka, dyskusja moderowana, ćwiczenia symulacyjne zachowań społecznych.	ćwiczenia - zaliczenie za ocenę, wykłady - egzamin
	Emocje i motywacje - trening interpersonalny	W1: posiada wiedzę o normach i regułach rządzących zachowaniem człowieka w grupie (organizacji) i w efekcie – funkcjach jakie człowiek w nich pełni – K_W08 U1: opisuje procesy związane z zaspakajaniem poszczególnych potrzeb człowieka, jego motywacji – K_U06 U2: analizuje typowe zjawiska i procesy natury psychicznej, zachodzące w człowieku jako takim	ćwiczenia: metody podstawowe: Experiential Learning Model Kolba, First Principles of Instruction Merrill techniki wspomagające: praca grupowa nad tekstem źródłowym, symulacja sytuacji	ćwiczenia - zaliczenie za ocenę,

		oraz w człowieku działającym w organizacji – K_U03 K1: jest przygotowany do uczestniczenia w inicjatywach społecznych – K_K03	społecznych i osobistych, motywowanie do wystąpień publicznych studentów, burza mózgów, obserwacja uczestnicząca, dyskusja moderowana	
	Psychologiczne procesy podejmowania decyzji	W1: objaśnia kluczowe koncepcje teorii funkcjonowania człowieka w aspekcie postrzegania prawdopodobieństwa w otaczającym go świecie – K_W03, K_W06 W2: identyfikuje uwarunkowania związane z ryzykiem przedsiębiorczości człowieka oraz uwarunkowania podejmowania decyzji – K_W05 U1: określa kryteria i poziom mierników ryzyka związanych z funkcjonowaniem człowieka i organizacji i na tej podstawie umie podejmować optymalne decyzje – K_U01, K_U02 K1: działa w sposób przedsiębiorczy z uwzględnieniem prawdopodobieństwa występowania zjawisk ryzykownych i decyzyjnych w środowisku – K_K01, K_K04	wykład: metoda podawcza (wykład akademicki), metoda podawczo-aktywizująca (wykład konwersatoryjny, prezentacja multimedialna, w tym projekcja nagrań dokumentalnych) konwersatorium: praca grupowa nad materiałem źródłowym, symulacja sytuacji decyzyjnych, motywowanie do wystąpień publicznych studentów, burza mózgów, obserwacja	ćwiczenia - zaliczenie za ocenę, wykłady - egzamin
	Psychologia osobowości i różnic indywidualnych	W1: zna podstawowe koncepcje psychologiczne człowieka – K_W06, K_W07 W2: przedstawia psychologiczny portret człowieka w jego relacjach i innymi jednostkami, grupami i organizacjami – K_W07 U1: posiada umiejętność rozumienia człowieka w obliczu reguł jakie nim rządzą – K_U02, K_U07 K1: potrafi posługiwać się wiedzą z zakresu osobowości w procesach biznesowych - K_K01	metoda podawcza (wykład akademicki), metoda podawczo-aktywizująca (wykład konwersatoryjny, prezentacja multimedialna) konwersatorium: praca grupowa nad materiałem źródłowym, dyskusja moderowana	ćwiczenia - zaliczenie za ocenę, wykłady - egzamin

	Negocjacje w biznesie	W1: zna techniki i zasady negocjacji (K_W04) W2: zna instrumenty komunikacji interpersonalnej (K_W07) U1: dostosowuje styl negocjowania do sytuacji (K_U03) U2 : opracowuje pełną strategię negocjacyjną ((K_U06) U3 : stosuje zasady czynienia ustępstw zgodnie ze sztuką negocjacyjną (K_U04) U4 : stosuje adekwatne instrumenty komunikacyjne w procesie negocjacji (K_U02) K1: posiada świadomość własnych kompetencji negocjacyjnych (K_K01) K2: kreatywnie rozwiązuje dylematy pojawiające się w procesie negocjowania (K_K03)	Zajęcia prowadzone są w formie warsztatu psychoedukacyjnego z wykorzystaniem metod aktywizujących uczestników: • gry dydaktyczne, • symulacje, • analizy przypadków, • dyskusje grupowe, • mini wykłady,	ćwiczenia - zaliczenie za ocenę,
	Zachowania organizacyjne	W1: zna i rozumie pozytywne i negatywne zachowania człowieka w organizacji - K_W07 U1: potrafi obserwować i diagnozować zachowania i zjawiska (pozytywne i negatywne) w organizacji - K_U01 U2: właściwie formułuje komunikuje wnioski z badań i obserwacji dotyczących zachowań człowieka w organizacji - K_U14 U3: bierze udział w zespołach analizujących zachowania człowieka w organizacji - K_U15 K1: uczestniczy w zespołowym formułowaniu propozycji rozwiązań problemów indywidualnych, organizacyjnych i społecznych, dotyczących zachowań człowieka w organizacji - K_K03	Wykład z wykorzystaniem prezentacji multimedialnej, analiza przypadków, gry symulacyjne	ćwiczenia - zaliczenie za ocenę, wykłady -zaliczenie na ocenę

	Przywództwo i rola lidera w pracy zespołowej	W1. zna i rozumie istotę przywództwa i jego znaczenie dla funkcjonowania organizacji (K_W06) W2. ma podstawową wiedzę na temat roli lidera w pracy zespołowej (K_W07) U1. potrafi wykorzystać modele przywództwa do zaprojektowania pożądanych postaw i zachowań lidera (K_U02) K1. jest gotów do aktywnego udziału w przedsięwzięciach zespołowych, pełniąc w nich różne role, w tym rolę lidera (K_K03)	wykład, pogadanka, prezentacje studentów gra zespołowa "Gdzie jest lider?" debata	ćwiczenia - zaliczenie za ocenę,
	Asertywność w biznesie	W1: zna i rozumie istotę zachowań asertywnych – K_W07, W2: zna i rozumie podstawowe techniki asertywne – K_W08 W3: zna i rozumie teorię Analizy Transakcyjnej K_W07 U1: potrafi sformułować swoje exposé - (K_U09) U2: potrafi zastosować procedury asertywne w wywieraniu wpływu na innych – K_U02, U3: potrafi dokonać analizy zachowań jednostek w relacji szef - podwładny z wykorzystaniem teorii Analizy Transakcyjnej (K_U09,) K1: jest gotów do rozwiązywania trudnych sytuacji interpersonalnych w miejscu pracy z zachowaniem interesu obu stron - K_K01 K2: jest gotów do jasnego i klarownego wyznaczenia standardów obowiązujących w relacji szef - podwładny z zachowaniem prawa do szacunku każdej ze stron - K_K02	Psychodrama, autodiagnoza, praca w grupach, praca indywidualna, prezentacja	ćwiczenia - zaliczenie za ocenę,

	Zarządzanie stresem w biznesie	W1: posiada wiedzę umożliwiającą zrozumienie istoty, mechanizmów i uwarunkowań reakcji stresowej jako reakcji psychofizjologicznej ((K_W01) W2 Rozróżnia terminy stres, stresor, trauma, wypalenie zawodowe, rozpoznaje ich przejawy i przykłady (K_W07) W3: wie jakie techniki i narzędzia radzenia sobie ze stresem pozwalają modyfikować poziom stresu na poziomie poznawczym, emocjonalnym i w zachowaniu (K_W06) U1 Potrafi opisać i scharakteryzować objawy różnych form stresu i wypalenia zawodowego na poziomie indywidualnym i organizacyjnym (K_U01) U2 Potrafi rozpoznawać przejawy stresu w różnych typach temperamentu (K_U03) U3 Potrafi opisywać i wyrażać różne stany emocjonalne w celu skutecznego radzenia sobie z sytuacją trudną (K_U08) U4 Potrafi zaplanować profilaktyczne działania zdrowotne na poziomie indywidualnym i organizacyjnym (K_U05) K1 Potrafi skutecznie wspierać i pomagać osobom zmagającym się z różnymi skutkami stresu (K_K03) K2 Akceptuje możliwość gorszego funkcjonowania pod wpływem stresu u siebie i u innych – potrafi wskazać realne formy pomocy (K_K02)	wykład, dyskusja, ćwiczenia, warsztaty	ćwiczenia - zaliczenie za ocenę,
	Zarządzanie karierą	W1 posiada wiedzę na temat znaczenia, kompetencji, predyspozycji zawodowych w osiągnięciu wysokiej efektywności w pracy zawodowej - K_W05 W2 posiada wiedzę na temat aktualnej sytuacji na rynku pracy - K_W04 W3 zna narzędzia wspierające zarządzanie własną karierą oraz metody zarządzania karierami	wykłady, prezentacje, dyskusja	ćwiczenia - zaliczenie za ocenę,

		pracowników stosowane przez przedsiębiorstwa K_W06 U1 - identyfikuje swoje silne i słabe strony, potrafi zaplanować adekwatne działania rozwojowe w ramach planu kariery - K_U02, K_U04 U2 potrafi zaprezentować siebie i swoje cele zawodowe w sytuacjach zawodowych i prywatnych z wykorzystaniem wiedzy na temat sposobów komunikacji interpersonalnej - K_U08. K_U12 U3 potrafi przygotować dokumenty aplikacyjne zgodnie z aktualnymi standardami - K_U08 U4 wykorzystuje media społecznościowe do budowania własnej marki - K_U10 U5 potrafi zaplanować swój samorozwój K_U11 K1 potrafi zidentyfikować swoje silne i słabe strony - K_K01 K2 potrafi w sposób komunikatywny wyrażać swoje zdanie - K_K03		
Grupa przedmiotów IV - Moduł komunikacja w biznesie	Podstawy komunikacji społecznej	W1: rozumie zależności człowieka i środowiska społecznego, jako konstytuujące jego postawę i zachowania K_W07 W2: wie jakie techniki i narzędzia komunikacyjne pozwalają mu na określony przekaz – _W09 U1: rozumie zasady komunikacji interpersonalnej i to, w jaki sposób jego postępowanie oddziałuje na innych ludzi oraz potrafi wykorzystać tę wiedzę w kontaktach społecznych K_U03 U2: potrafi stosować odpowiednie metody i techniki w komunikacji interpersonalnej K_U04 U3: potrafi posługiwać się wybranymi normami i regułami społecznymi do budowania relacji międzyludzkich i rozwiązywania konfliktów interpersonalnych K_U07 U4: potrafi pracować w zespole K_U15 K1: Student ma świadomość konieczności rozwoju osobistego i	wykład: metoda podawcza (wykład akademicki), metoda podawczo-aktywizująca (wykład konwersatoryjny, prezentacja multimedialna, w tym projekcja nagrań; konwersatorium: dyskusje otwarte, symulacje z odgrywaniem ról, praca w grupie, analiza case study, gry szkoleniowe, ćwiczenia indywidualne.	ćwiczenia - zaliczenie za ocenę, wykłady - egzamin .

		rozwijania własnych kompetencji w zakresie komunikacji interpersonalnej – K_K01 K3: jest gotów pracować w zespole i skutecznie się w nim komunikować – K_K03		
	Komunikacja z mediami	W1: zna podstawowe instrumenty i narzędzia komunikowania stosowane w relacjach z mediami – K_W09; W2: zna i rozumie z punktu widzenia właściwego dla nauk o zarządzaniu relacje wewnętrzne i zewnętrzne z mediami, ich charakter, cele, prawidłowości i reguły – K_W05. U1: potrafi stosować odpowiednie metody i techniki w rozwiązywaniu problemów komunikowania się z mediami (w tym w sytuacjach kryzysowych w instytucji biznesowej) K_U04 U2: potrafi ocenić skutki organizacyjne i społeczne podejmowanych decyzji i przedsięwzięć oraz przedstawić ich merytoryczne uzasadnienie – K_U05; U3: potrafi formułować i przekazywać opinie i wszelkie informacje niezbędne w pracy wymagającej współpracy z mediami – K_U14; K1: Kreatywność: potrafi kreatywnie uczestniczyć w przedsięwzięciach (zespołach) związanych z rozwiązywaniem problemów społecznych instytucji biznesowych oraz nagłasniać je w ciekawy sposób za pomocą mediów – K_K03;	Wykład konwencjonalny z wykorzystaniem prezentacji zdjęć, filmów, opisu studium przypadku Ćwiczenia – poprzez analizę studium przypadków. Ćwiczenia będą prowadzone w taki sposób, aby zapewnić możliwość prowadzenia dyskusji ze studentami	ćwiczenia - zaliczenie za ocenę, wykłady - zaliczenie na ocenę

	Systemy komunikacji w organizacji	W1: Stosuje podejście systemowe do procesu komunikacji w organizacji K_W05 W2: Zna determinanty kształtujące proces komunikacji w organizacji K_W05 W3: Definiuje elementy systemu komunikacji K_W05 W4: Zna narzędzia komunikacji w organizacji K_W09 U1: Identyfikuje problemy w procesie komunikacji K_U02 U2: Projektuje schematy przepływu informacji w organizacji K_U05 U3: Wykorzystuje narzędzia komunikacji w organizacji K_U05 K1: Posiada kompetencje do tworzenia i identyfikowania ról zespołowych w organizacji K_K02 K2: Posiada kompetencje w zakresie kreatywnego działania przynoszącego wartość dodaną organizacji oraz podejmowania się twórczych rozwiązań dotyczących procesu komunikacji w zespole K_K03	Metody podające: Wykład informacyjny (konwencjonalny), wykład konwersatoryjny; Metody poszukujące: projekt, studium przypadku, dyskusje.	ćwiczenia - zaliczenie za ocenę, wykłady - egzamin
	Korespondencja biznesowa	W1: (K_W09): zna podstawowe zasady redagowania korespondencji biznesowej wewnątrz organizacji oraz w relacjach z różnymi grupami interesariuszy U1 (K_U10): posiada umiejętność przygotowywania korespondencji biznesowej tj. dokumentów wewnątrzorganizacyjnych oraz pism do interesariuszy zewnętrznych, w tym okolicznościowych. U2 (K_U12): student potrafi wykorzystywać systemy informatyczne do prowadzenia korespondencji biznesowej oraz komunikowania się wewnątrz organizacji. K1 (K_K03): Komunikatywność: posiada kompetencje w zakresie kreatywnego uczestnictwa w	Analiza i interpretacja tekstów. Ćwiczenia pisanie tekstów (opracowywania dokumentów).	ćwiczenia - zaliczenie za ocenę,

		rozwiązywaniu problemów drogą komunikatywnego formułowania i przekazywania swych myśli, opinii i wszelkich informacji w postaci pisemnej.		
	Spółeczna odpowiedzialność biznesu	W1: potrafi zdefiniować i wyjaśnić istotę społecznej odpowiedzialności biznesu (CSR) oraz wskazać przykłady "dobrych praktyk" w tej dziedzinie - K_W01; W2: zna, rozumie i rozpatruje z punktu widzenia właściwego dla nauk o zarządzaniu i psychologii powiązania wewnętrzne i zewnętrzne podmiotów biznesowych z wykorzystaniem społecznej odpowiedzialności biznesu - K_W05 U1: potrafi projektować przedsięwzięcia z zakresu społecznej odpowiedzialności biznesu - K_U02; U2: potrafi wyszczególnić i przygotować podstawowe założenia do realizacji projektu społecznego - K_U05 K1: posiada kompetencje identyfikowania i rozstrzygania dylematów z obszaru CSR m.in. etycznych, moralnych i prawych - K_02; K2: charakteryzuje się biegłością dotyczącą uczestnictwa w kampaniach zespołowych opartych na projektach CSR - K_03	Wykład informacyjny i problemowy z wykorzystaniem prezentacji PowerPoint oraz MS Teams i Moodle Wykład z elementami dyskusji moderowanej	ćwiczenia - zaliczenie za ocenę, wykłady - zaliczenie na ocenę
	Media społecznościowe	W1: Zna współczesne rozwiązania, narzędzia i mechanizmy stosowane w mediach społecznościowych oraz zasady ich wykorzystywania w biznesie - K_W09 U1: Potrafi wykorzystywać media społecznościowe w komunikacji biznesowej - K_U04 U2: Potrafi wykorzystywać media społecznościowe do przewidywania procesów zachodzących w instytucjach biznesowych - K_U05 K1: Posiada kompetencje analizy informacji oraz procesów zachodzących w mediach społecznościowych oraz ich wykorzystywania w	Konwersatorium, praca w laboratorium komputerowym	ćwiczenia - zaliczenie za ocenę, wykłady - zaliczenie na ocenę

		instytucjach biznesowych - K_K01 K2: Potrafi wykorzystywać media społecznościowe do twórczej pracy zespołowej oraz rozwiązywania problemów społecznych w biznesie - K_K03		
	Budowanie wizerunku	W1 Zna podstawowe instrumenty i narzędzia komunikowania własnych kompetencji i umiejętności przydatne w budowaniu własnego wizerunku K_W09 . W2 Zna zasady wykorzystania marki personalnej w budowaniu pozycji na rynku pracy i wspierania indywidualnej przedsiębiorczości K_W11 . U1 Wykorzystuje zdobytą wiedzę z zakresu psychologii i zarządzania w budowaniu własnego wizerunku K_U08. U2 Stosuje strony internetowe i portale społecznościowe w komunikowaniu i budowaniu własnego wizerunku K_U12 . U3 Dąży do rozwoju: ma świadomość własnych umiejętności i talentów oraz samorozwoju opartego o ciągłe pogłębianie wiedzy K_U13. U4 Komunikatywność: Posiada kompetencje w zakresie komunikatywnego formułowania autoprezentacji i przekazywania informacji K_U14. K1 Przedsiębiorczość: Potrafi tworzyć własny wizerunek w sposób przedsiębiorczy K_K04	wykład: metoda podawcza (wykład akademicki), metoda podawczo-aktywizująca (wykład konwersatoryjny, prezentacja multimedialna, w tym projekcja nagrań. konwersatorium: dyskusje otwarte, symulacje z odgrywaniem ról, praca w grupie, analiza case study, gry szkoleniowe, ćwiczenia indywidualne.	ćwiczenia - zaliczenie za ocenę,
	Zarządzanie marką	W1: zna pojęcia związane z marką i rozumie mechanizmy oddziaływania marki na konsumentów - K_W05, U1: wyjaśnia i ocenia siłę marki i jej determinanty w budowaniu przewagi konkurencyjnej przedsiębiorstw - K_U06 U1: przygotowuje pracę pisemną w oparciu o teorię uzasadniając siłę wybranej marki na podstawie przeprowadzonej analizy biznesowej K_U10,	Prezentacje multimedialne, case study	ćwiczenia - zaliczenie za ocenę

		K1: zdobywa wiedzę, informacje i dane potrzebne w procesie oceny siły marki i jej determinant- K_K01		
	Sztuka wystąpień publicznych	W1: zna i rozumie charakter i reguły prezentacji i wystąpień publicznych i ich znaczenie dla instytucji biznesowych i ich otoczenia, a także ma podstawową wiedzę na temat reakcji nadawców i odbiorców wystąpień publicznych w organizacjach biznesowych i ich otoczeniu – K_W07 W2: zna podstawowe narzędzia i metody wykorzystywane w zakresie wystąpień publicznych – K_W09 U1: potrafi przygotować wystąpienie publiczne w języku polskim, stosować metody i techniki wykorzystywane w trakcie wystąpień publicznych na forum instytucji biznesowych i ich otoczenia oraz wykorzystać nowoczesne technologie komunikowania - K_U09 U2: potrafi oceniać skuteczność działań podejmowanych w ramach wystąpień publicznych, a także merytorycznie uzasadniać swoją ocenę – K_U06 K1: potrafi planować wystąpienie publiczne adekwatne do oczekiwań zlecniodawców i audytorium – K_K04	opis, pokaz, wykład konwersatoryjny, gry i symulacje	ćwiczenia - zaliczenie za ocenę,

Grupa przedmiotów specjalnościowych V - Menedżer PR	Seminarium dyplomowe	W1: posiada wiedzę merytoryczną dotyczącą problematyki z zakresu wybranego tematu pracy – K_W01, K_W02 W2: zna podstawowe metody i narzędzia, w tym techniki pozyskiwania danych, właściwe dla zarządzania i psychologii, pozwalających opisywać struktury i instytucje biznesowe oraz procesy w nich i między nimi zachodzące – K_W08 U1: potrafi wykorzystać podstawową wiedzę z zakresu nauk o zarządzaniu i psychologii oraz pozyskiwać dane do analizowania konkretnych procesów i zjawisk społecznych w instytucjach biznesowych - K_U03 U2: posiada umiejętność przygotowywania typowych prac pisemnych w języku polskim w zakresie właściwym dla praktyki biznesu, z wykorzystaniem podstawowych ujęć teoretycznych, a także różnych źródeł i nowoczesnych technologii komunikowania – K_U10 K1: Analityczne myślenie: posiada kompetencje zdobywania wiedzy, informacji i danych potrzebnych w procesach rozwiązywania problemów występujących w instytucji biznesowej oraz określania priorytetów w tym zakresie - K_K01	Prezentacja multimedialna, dyskusja w grupie, referaty	zaliczenie bez oceny, egzamin dyplomowy
	Public Relations	W1: Opisuje funkcjonowanie rynku oraz wpływ działań wizerunkowych i tworzonych relacji na kształtowanie struktur rynkowych. (KW_03) W2: Identyfikuje powiązania gospodarcze oraz wzajemne relacje pomiędzy organizacjami w różnych obszarach ekonomicznych. (KW_02) U1: Identyfikuje powiązania gospodarcze oraz wzajemne relacje przy pomocy public relations pomiędzy organizacjami w różnych obszarach ekonomicznych. (KU_03) U2: Ma umiejętność przygotowywania pisemnych	Wykład: wykład konwersatoryjny Ćwiczenia: dyskusja moderowana, rozwiązywanie zadań, analiza studium przypadku, praca w zespołach, przygotowanie prezentacji.	ćwiczenia - zaliczenie za ocenę, wykłady - zaliczenie na ocenę

		komunikatów oraz ustnych wystąpień dotyczących wyjaśnienia działań realizowanych przez podmioty gospodarcze.(KU_10) U3: Potrafi pracować w grupie przyjmując w niej różne role oraz odpowiedzialność za powierzone zadania (KU_14) K1: Prezentuje aktywną i twórczą postawę w formułowaniu rozstrzygnięć problemu z uwzględnieniem wielokierunkowych skutków gospodarczych i społecznych.(KK_01)		
	Zarządzanie wizerunkiem firmy	W1: definiuje pojęcia związane z zarządzaniem wizerunkiem firmy – K_W03 W2: wyjaśnia mechanizm i znaczenie procesu zarządzania wizerunkiem firmy – K_W05 W3: wymienia instrumenty komunikowania tożsamości firmy – K_W09 U1: ocenia skutki zarządzania wizerunkiem firmy na przykładzie rynkowym – K_U06 K1: Komunikatywność: posiada kompetencje w zakresie komunikatywnego formułowania i przekazywania swych myśli, opinii i wszelkich informacji– K_K03	Wykład konwersatoryjny, wykład informacyjny wspomagany prezentacją multimedialną, opis, pogadanka, studium przypadku, metoda projektu.	Egzamin
	Komunikacja kryzysowa	W1: Posiada wiedzę z zakresu podstawowych zagadnień dotyczących komunikacji kryzysowej - K_W01 U1: Rozumie procesy zachodzące podczas sytuacji kryzysowych i potrafi wykorzystać tą umiejętność w procesie tworzenia adekwatnych komunikatów - K_U04 U2: Potrafi przygotować wystąpienie ustne i pisemne w sytuacji kryzysowej– przygotowanie różnych wariantów komunikatów dotyczących sytuacji kryzysowej – K_U09 K1: Potrafi kreatywnie uczestniczyć w przedsięwzięciach (zespołach) związanych z	Ćwiczenia: pogadanka, dyskusja w grupach, praca zespołowa, prezentacje, wystąpienia ustne, case study	ćwiczenia - zaliczenie za ocenę,

		rozwiązywaniem problemów społecznych instytucji biznesowych – K_K03		
	Etyka w biznesie	W1: odtwarza zapamiętane informacje z zakresu ogólnej wiedzy o etyce, definiuje podstawowe pojęcia dyscypliny, wymienia główne działy, przywołuje genezę podstawowej terminologii w etyce, jako odrębnej dyscyplinie humanistycznej z jej swoistością metodologiczną i problemową. Prezentuje podstawowych pojęć z zakresu etyki ogólnej i stosowanej - K_W03. W2: rozpoznaje etykę jako integralną część dziedzictwa filozoficznego, czy szerzej kulturowego. Orientuje się i potrafi zreferować główne typy teorii etycznych, jako narzędzi wyznaczania i uzasadniania postaw moralnych oraz etycznych oraz kamienie milowe dziedzictwa etycznego w myśli europejskiej - K_W03. W3: rozpoznaje kluczowe elementy relacji ekonomii do etyki, a zwłaszcza sfery styku racjonalności ekonomicznej oraz racjonalności etycznej. Prezentuje główne systemy etyczne znanych z tradycji, teraz jako racje dla ograniczania perspektywy skuteczności w dążeniu do maksymalizacji wyników ekonomicznych. Zna zasady społecznej odpowiedzialności biznesu. Rozpoznaje główne patologie życia gospodarczego - K_W03 U1: odróżnia trzy poziomy konstruowania racji działania: efektywność, ekonomiczność, etyczność; śledzi etyczny wymiar działalności zorganizowanej	Wykład informacyjny, wykład konwersatoryjny	wykłady - egzamin

		(kooperacja, konkurencja), rozpoznaje i reaguje na wyzwania późnego kapitalizmu – w szczególności globalizacji i korporacjonizmu; pozostaje w gotowości do reartykulacji i translacji tradycyjnych kodów etycznych na potrzeby rzeczywistości poddanej presji postępu technicznego, w tym informatycznego. Potrafi zaadoptować teoretyczną refleksję na temat społecznej odpowiedzialności biznesu (CSR) do własnych projektów biznesowych oraz reagować na patologie życia gospodarczego - K_U01, K_U02, K_U07. K1: Prawidłowo rozpoznaje główne zagrożenia naruszeń norm etycznych; posiada kompetencje do trafnych rozstrzygnięć dylematów moralnych, związanych z działalnością gospodarczą, stanowiącą element szerszego zbioru relacji międzypodmiotowych. Świadomość złożoności zagadnień etycznych, wielorakość prób rozwiązywania moralnych konfliktów przez tradycyjne koncepcje filozoficzne oraz umiejętność ich aplikacji do wyzwań współczesnej praktyki biznesowej kształtuje kompetencje w budowaniu relacji z innymi osobami oraz doskonali podstawy kształtowania pracy zespołowej, w celu podnoszenia jej efektywności z zachowaniem poszanowania autonomii członków zespołu jako moralnych podmiotów - K_K02, K_U15.		
	Savoir-vivre w biznesie	W1: rozumie uwarunkowania zachowania właściwych relacji wewnętrznych i zewnętrznych w kontekstach związanych z znajomością i przestrzeganiem podstawowych zasady etykiety K_W05. U1: potrafi prawidłowo posługiwać się regułami społecznymi - posiada umiejętność poprawnych zachowań zarówno w otoczeniu wewnętrznym i	Inscenizacja, pokaz, opis, studium przypadku	ćwiczenia - zaliczenie za ocenę,

		zewnątrznym (w tym w relacjach międzynarodowych) K_U07 K1: nabywa odpowiednie kompetencje społeczne, aby swoimi postawami i zachowaniami tworzyć pozytywny wizerunek instytucji, którą reprezentuje K_K02		
	Tworzenie kampanii PR - zasady, etapy, studia przypadków	W1: w zaawansowanym stopniu zna i rozumie instrumenty i narzędzia komunikowania stosowane w organizacjach - K_W09 U1: w zaawansowanym stopniu potrafi stosować odpowiednie metody i techniki w rozwiązywaniu problemów komunikowania, szczególnie w zakresie PR - K_U04 U2: potrafi diagnozować, analizować i przewidywać procesy i zjawiska społeczne z wykorzystaniem właściwych metod i narzędzi, w szczególności w zakresie PR - K_U05 K1: jest gotów do zdobywania wiedzy, informacji i danych potrzebnych w procesach rozwiązywania problemów występujących w instytucji biznesowej oraz określania priorytetów w tym zakresie w szczególności w obszarze PR - K_K03	wykład informacyjny (konwencjonalny) z elementami inscenizacji i konwersacji; pogadanka, studium przypadku (case study), giełda pomysłów	ćwiczenia - zaliczenie za ocenę,
	Prawne uwarunkowania działalności PR	W1: zna zgodne z prawem sposoby działań PR - K_W10 W2: rozpoznaje formy prawne podmiotów prowadzących działalność PR i funkcjonujących w sektorze biznesu oraz administracji publicznej – K_W11 U1: analizuje działania PR pod kątem ich zgodności z prawem, w szczególności prasowym, autorskim i własności przemysłowej - K_U07 U2: doradza jak w zgodzie z prawem kreować wizerunek podmiotów gospodarczych i publicznych - K_U05 K1: prawidłowo identyfikuje i rozstrzyga prawne i	Wykład: wykład ilustrowany prezentacją multimedialną; Ćwiczenia: studia przypadków, referaty/prezentacje projektów, udział w dyskusji (aktywność podczas zajęć).	ćwiczenia - zaliczenie za ocenę, wykłady - egzamin

		etyczne dylematy związane z wykonywaniem zawodu i działalnością w sferze PR - K_K02		
	Erystyka praktyczna	W1: zna narzędzia retoryki i erystyki wykorzystywane w debacie i procesie argumentowania – K_W09 U1: potrafi stosować narzędzia retoryki i erystyki – K_U12 U2: potrafi brać udział w debacie, dobierać argumenty i przekonywać do swojej racji K_U14 U3: potrafi prowadzić dyskusję i argumentować w procesie rozwiązywania problemów K_U14 U5: potrafi prowadzić dyskusję i rozwiązać problem w zespole - K_U15 U6: ma świadomość konieczności rozwijania własnych kompetencji w zakresie prowadzenia dyskusji – K_U13 K1: jest gotowy do pracy i debaty w zespole K_K03	opis, pokaz, wykład konwersatoryjny, gry i symulacje	ćwiczenia - zaliczenie za ocenę,
Grupa przedmiotów specjalnościowych VI - Menedżer zarządzania sprzedażą	Seminarium dyplomowe	W1: posiada wiedzę merytoryczną dotyczącą problematyki z zakresu wybranego tematu pracy – K_W01, K_W02 W2: zna podstawowe metody i narzędzia, w tym techniki pozyskiwania danych, właściwe dla zarządzania i psychologii, pozwalających opisywać struktury i instytucje biznesowe oraz procesy w nich i między nimi zachodzące – K_W08, W3: pojęcia i zasady z zakresu ochrony własności przemysłowej i prawa autorskiego - K_W010 U1: potrafi wykorzystać podstawową wiedzę z zakresu nauk o zarządzaniu i psychologii oraz pozyskiwać dane do analizowania konkretnych procesów i zjawisk społecznych w instytucjach biznesowych - K_U03 U2: posiada umiejętność przygotowywania typowych prac pisemnych w języku polskim w	pogadanka	zaliczenie bez oceny, egzamin dyplomowy

		zakresie właściwym dla praktyki biznesu, z wykorzystaniem podstawowych ujęć teoretycznych, a także różnych źródeł i nowoczesnych technologii komunikowania – K_U10 K1: Analityczne myślenie: posiada kompetencje zdobywania wiedzy, informacji i danych potrzebnych w procesach rozwiązywania problemów występujących w instytucji biznesowej oraz określania priorytetów w tym zakresie - K_K01		
	E-commerce	W1: wyjaśnia jak wykorzystać współczesne narzędzia internetowe w handlu K_W01 U1: potrafi stosować odpowiednie metody i techniki w handlu elektronicznym - K_U04 K1: Przedsiębiorczość: potrafi myśleć i działać w sposób przedsiębiorczy korzystając z narzędzi e-commerce – K_K04	pogadanka, studium przypadku	zaliczenie na ocenę
	Strategie marketingowe	W1. zna i rozumie procesy społeczne i gospodarcze zachodzące w instytucjach biznesowych oraz w ich otoczeniu w kontekście tworzenia strategii marketingowych właściwego dla nauk o zarządzaniu i psychologii K_W04 W2: w zaawansowanym stopniu zna i rozumie podstawowe metody wykorzystywane do oceny sytuacji bieżącej przedsiębiorstw K_W08 U1: potrafi projektować, adekwatne dla zdiagnozowanych problemów przedsięwzięcia związane z realizacją wybranych strategii marketingowych - K_U02 K1: jest gotów do myślenia i działania w sposób przedsiębiorczy w zakresie realizacji wybranych strategii marketingowych - K_K04	Wykład: Wykład konwersatoryjny prowadzony z wykorzystaniem prezentacji multimedialnych przygotowanych w programie Power Point; wszystkie omawiane treści są bogato ilustrowane przykładami z praktyki.	ćwiczenia - zaliczenie na ocenę, wykłady - egzamin

	Zachowania konsumentów	W1: w zaawansowanym stopniu zna i rozumie wiedzę zakresu nauk o zarządzaniu i psychologii dotyczącą jednostki oraz struktur społecznych, ich elementów, więzi i reguł (społecznych, organizacyjnych, etycznych) oraz uwarunkowań ich zmian i konsekwencji tych zmian w szczególności w obszarze zachowań klientów - K_W03 U1: potrafi diagnozować i interpretować problemy społeczne i organizacyjne oraz szanse i zagrożenia, jakie pojawiają się w praktyce funkcjonowania instytucji biznesowych w szczególności w obszarze zachowań klientów - K_U01 K1: jest gotów do zdobywania wiedzy, informacji i danych potrzebnych w procesach rozwiązywania problemów występujących w instytucji biznesowej oraz określania priorytetów w tym zakresie w szczególności w obszarze rozpoznawania potrzeb klientów i odpowiadania na te potrzeby- K_K01	Prezentacje multimedialne, case study	ćwiczenia - zaliczenie na ocenę, wykłady - egzamin
	Sprzedaż bezpośrednia i jej techniki	W1: Zna proces sprzedaży i wybrane techniki sprzedaży stosowane w poszczególnych etapach sprzedaży K_W05 W2: Zna techniki pozyskiwania danych na temat klienta potrzebnych do poprawy jakości procesu sprzedaży K_W08 U1: Potrafi przygotować rozmowę sprzedażową K_U02 U2: Potrafi zastosować wybraną technikę sprzedaży K_U04 U3: Potrafi dopasować technikę sprzedaży do branży, sytuacji i klienta K_U04 U4: Wykorzystuje techniki wywierania wpływu i techniki negocjacyjne w rozmowie sprzedażowej K_U08 U5: Przeprowadza prezentację sprzedażową uwzględniając przedmiot sprzedaży i sytuację	Prezentacje multimedialne, symulacje sprzedażowe z odgrywaniem ról, analizy przypadku, dyskusje i debaty moderowane.	ćwiczenia - zaliczenie na ocenę,

		biznesową K_U09 K1: Posiada kompetencje zdobywania danych i informacji potrzebnych dla budowy relacji z klientem w procesie sprzedaży K_K02 K2: Posiada kompetencje w zakresie komunikatywnego formułowania i przekazywania myśli, opinii, informacji K_K03		
	Budowanie satysfakcji klientów (CRM)	W1: zna i rozumie relacje wewnętrzne i zewnętrzne instytucji biznesowych z podmiotami w otoczeniu, ich charakter, cele, prawidłowości i reguły ze szczególnym uwzględnieniem satysfakcji klientów - K_W05 U1: Potrafi projektować adekwatne dla zdiagnozowanych przyczyn i przebiegu zjawisk/problemów społecznych, przedsięwzięcia prowadzące do ich sprawnego rozwiązania w obszarach związanych z satysfakcją klienta- K_U02 K1: jest gotów do kreatywnego uczestnictwa w przedsięwzięciach związanych z rozwiązywaniem problemów społecznych w przedsiębiorstwach w obszarze budowania satysfakcji klientów - K_K03	Prezentacje multimedialne, case study	Zaliczenie na ocenę
	Budowanie i motywowanie zespołu sprzedażowego	U1: rozpoznaje sytuacje problemowe związane z funkcjonowaniem zespołu sprzedażowego oraz opisuje ich przyczyny – K_U01 U2: projektuje odpowiednie do rozpoznanych problemów działania związane z budowaniem i motywowaniem zespołu sprzedażowego – K_U02 U3: stawia sobie cele dotyczące samorozwoju opartego o ciągłe pogłębianie wiedzy i twórczą refleksję w odniesieniu do własnych doświadczeń – K_U13. U4: uczestniczy w przedsięwzięciach zespołowych, pełniąc w nich różne role - K_U15 K1: posiada kompetencje w zakresie kreatywnego udziału w przedsięwzięciach zespołowych	pogadanka, dyskusja, analiza tekstu, burza mózgów, testy i gry dydaktyczne, studium przypadku	Zaliczenie na ocenę

Grupa przedmiotów specjalnościowych VII - Menedżer HR		związanych z rozwiązywaniem problemów funkcjonowania zespołu sprzedażowego – K_K03		
	Narzędzia IT wspomagające zarządzanie sprzedażą	W1: Identyfikuje rodzaje systemów informatycznych wspomagających zarządzanie sprzedażą w organizacjach (K_W08) U1: efektywnie posługuje się poznanymi systemami informatycznymi w obszarze zarządzania sprzedażą (K_U04) K1: potrafi odpowiednio określić priorytety służące realizacji określonych przez siebie i innych problemów z zakresu wsparcia informatycznego zarządzania sprzedażą (K_K01)	pokaz i metoda ćwiczeniowa	ćwiczenia - zaliczenie na ocenę
	Prawne uwarunkowania zarządzania sprzedażą	W1: zna zgodne z prawem sposoby sprzedaży - K_W10 W2: rozpoznaje formy prawne podmiotów prowadzących działalność w zakresie sprzedaży – K_W11 U1: analizuje warunki sprzedaży pod kątem ich zgodności z prawem, w szczególności autorskim i własności przemysłowej - K_U07 U2: doradza jak w zgodzie z prawem przygotować ofertę sprzedaży i przeprowadzić transakcję kupna-sprzedaży - K_U01 K1: prawidłowo identyfikuje i rozstrzyga prawne i etyczne dylematy związane z wykonywaniem zawodu i działalnością w sferze sprzedaży i dystrybucji - K_K02	Wykład: wykład konwencjonalny Ćwiczenia: studia przypadków, referaty/prezentacje projektów, udział w dyskusji (aktywność podczas zajęć).	ćwiczenia - zaliczenie na ocenę, wykłady - egzamin
Grupa przedmiotów specjalnościowych VII - Menedżer HR	Seminarium dyplomowe	W1: posiada wiedzę merytoryczną dotyczącą problematyki z zakresu wybranego tematu pracy – K_W01, K_W02 W2: zna podstawowe metody i narzędzia, w tym techniki pozyskiwania danych, właściwe dla zarządzania i psychologii, pozwalających opisywać struktury i instytucje biznesowe oraz procesy w nich	pogadanka	zaliczenie bez oceny, egzamin dyplomowy

		i między nimi zachodzące – K_W08, W3: pojęcia i zasady z zakresu ochrony własności przemysłowej i prawa autorskiego - K_W010 U1: potrafi wykorzystać podstawową wiedzę z zakresu nauk o zarządzaniu i psychologii oraz pozyskiwać dane do analizowania konkretnych procesów i zjawisk społecznych w instytucjach biznesowych - K_U03 U2: posiada umiejętność przygotowywania typowych prac pisemnych w języku polskim w zakresie właściwym dla praktyki biznesu, z wykorzystaniem podstawowych ujęć teoretycznych, a także różnych źródeł i nowoczesnych technologii komunikowania – K_U10 K1: Analityczne myślenie: posiada kompetencje zdobywania wiedzy, informacji i danych potrzebnych w procesach rozwiązywania problemów występujących w instytucji biznesowej oraz określania priorytetów w tym zakresie - K_K01		
	Rekrutacja wspierająca i onboarding	W1: zna i rozumie procesy dotyczące pozyskiwania pracowników w instytucjach biznesowych – K_W04 W2: w zaawansowanym stopniu zna i rozumie instrumenty i narzędzia komunikowania stosowane w relacjach z kandydatami – K_W09 U1: potrafi projektować adekwatne przedsięwzięcia dotyczące rekrutacji, selekcji i onboardingu pracowników – K_U02 U2: potrafi prawidłowo posługiwać się systemami normatywnymi oraz wybranymi normami i regułami (społecznymi, organizacyjnymi, etycznymi, zawodowymi) w procesie rekrutacji i selekcji kandydatów w organizacji - K_U07 K1: jest gotów do identyfikowania i rozstrzygania merytorycznych i etycznych dylematów związanych z wspierającą rekrutacją i selekcją kandydatów – K_K02	Wykład interaktywny, pogadanka, analiza przypadków, dyskusja.	ćwiczenia - zaliczenie na ocenę, wykłady - egzamin

	Systemy motywowania i wynagradzania	W1 – definiuje pojęcie motywacji i motywowania, wyjaśnia mechanizm kształtowania motywacji, odwołując się do odpowiednich teorii - K_W03, KW_07 W2 – wymienia i opisuje składniki stałe i zmienne wynagrodzenia, wymienia przykładowe świadczenia dodatkowe – K_W02, K_W03 W3 – zna odpowiednie metody wartościowania pracy - K_W08 W4 – zna i wyjaśnia zasady skutecznego motywowania, premiowania, budowy tabel płac, udzielania konstruktywnej informacji zwrotnej - K_W_03, K_W09 U1 - dokonuje wyceny pracy dla wybranego stanowiska, wykorzystując Uniwersalną Metodę Wartościowania Pracy - UMEWAP - K_U03 U2 – wykorzystuje informacje i dane prezentowane w raportach płacowych, przeglądach wynagrodzeń – K_U03 U3 - dobiera adekwatne do sytuacji środki motywowania płacowego i pozapłacowego, projektuje tabelę płacy, system premiowania, świadczenia pozapłacowe - K_U02, K_U09, K_U15 U4 – sprawnie komunikuje się w sytuacjach nagradzania i karania pracownika, udziela konstruktywnej informacji zwrotnej – K_U04 K1 – aktywnie uczestniczy w zajęciach, wykonując zadania, ćwiczenia i projekty grupowe dotyczące motywowania i wynagradzania pracowników, zgłasza swoje pomysły i proponuje różne rozwiązania – K_K03 K2 – inicjuje działania związane z realizacją projektów grupowych, zdobywa informacje i dane potrzebne do wykonania projektu K_K01	Wykład interaktywny z prezentacją multimedialną zadania indywidualne case study dyskusja grupowa projekty grupowe prezentacje	ćwiczenia - zaliczenie na ocenę, wykłady - egzamin
--	-------------------------------------	---	---	--

	Analityka HR	W1: zna i rozumie powody i cele przeprowadzania analiz HR w miejscu pracy – K_W01, K_W08 W2: zna i rozumie metody pomiaru i wykorzystania danych dotyczących zasobów ludzkich w organizacji – K_W04, K_W08 W3: zna i rozumie zasady racjonalnego podejmowania decyzji dotyczących zasobów ludzkich w przedsiębiorstwie – K_W03 W4: zna i rozumie charakter i wzajemne powiązania procesów zarządzania i wdrażania zmian w instytucji oraz identyfikuje ich konsekwencje dla zasobów ludzkich w przedsiębiorstwie – K_W04, K_W05 U1: potrafi zdiagnozować i rozwiązywać problemy w obrębie HR w organizacji – K_U01, K_U02 U2: potrafi zastosować poznane metody analizy HR – K_U01, K_U03 U3: potrafi zinterpretować i zaprezentować rezultaty przeprowadzonych analiz – K_U09, K_U10, K_U15 U4: potrafi wyciągać wnioski z przeprowadzonych analiz oraz podejmuje działania zmierzające do wykorzystania zdobytej wiedzy w praktyce – K_U05, K_U06, K_U10, K_U12 K1: jest gotów uczestniczyć w pracach związanych z pozyskaniem danych do analiz z wnętrza organizacji – K_K01, K_K03, K_K04 K2: posiada i rozwija kompetencje zdobywania wiedzy, informacji i danych potrzebnych w procesach rozwiązywania problemów występujących w instytucjach w obszarze zasobów ludzkich – K_K01, K_K02, K_K03	Zajęcia prowadzone: - w formie ćwiczeń, z wykorzystaniem metody badania przypadku (case study): przygotowywanie się do zajęć, wykonywanie zadań, praca grupowa	ćwiczenia - zaliczenie na ocenę
--	---------------------	---	--	--

	Employer branding	W1: zaawansowaną wiedzę o organizacji jako o podmiocie komunikowania w kontekście budowania wizerunku organizacji jako atrakcyjnego pracodawcy (K_W03) U1: samodzielnie planować i realizować projekty związane z employer brandingiem, w tym projekty biznesowe, a także analizuje, ocenia i wdraża proponowane rozwiązania problemów w tych obszarach (K_U08) U2: planować narzędzia employer branding z uwzględnieniem wiedzy na temat zachowań ludzi w organizacji (K_U07) U3: brać aktywny udział w przedsięwzięciach zespołowych, pełniąc w nich różne role, także lidera (K_U15) U4: komunikatywnie formułować i przekazywać swoje myśli, opinie i wszelkie informacje wykorzystywane w pracy zespołowej (K_U14) K1: odnosić zdobytą wiedzę do samodzielnego projektowania działań związanych z budowaniem marki pracodawcy oraz zasięgania opinii ekspertów w przypadku trudności z samodzielnym rozwiązaniem problemów związanych z zagadnieniami employer brandingowymi (K_K01) K2: Współpracuje w grupie przyjmując w niej różne role, w tym rolę lidera czy koordynatora projektu z zakresu employer branding lub budowania marki osobistej (K_K03) K3: Uczestniczy w przygotowaniu projektów employer brandingowych i z zakresu marki osobistej, uwzględniając uwarunkowania prawne, ekonomiczne, polityczne i kulturowe. (K_K04)	Zajęcia prowadzone w formie ćwiczeń (warsztatu) z wykorzystaniem pogadanek, dyskusji, gier i ćwiczeń indywidualnych i zespołowych oraz prezentacji PowerPoint	zaliczenie na ocenę
--	-------------------	--	--	---------------------

	Zarządzanie inkluzywne	W1: zna i rozumie pojęcia charakterystyczne dla zarządzania inkluzywnego, znaczenie poszczególnych wymiarów różnorodności dla zarządzania, korzyści i uzasadnienie biznesowe dla zarządzania inkluzywnego - K_W04; K_W06; K_W07 U1: potrafi uzasadnić biznesowo zarządzanie inkluzywne i sformułować podstawowe założenia strategii zarządzania inkluzywnego w organizacji – K_U01; K_U02; K_U06 K1: jest gotów do zdobywania wiedzy, informacji i danych potrzebnych w procesach rozwiązywania problemów dotyczących zarządzania inkluzywnego występujących w instytucjach biznesowych – K_K01 K2: jest gotów do identyfikowania i rozstrzygania etycznych dylematów związanych z zarządzaniem zróżnicowanym zespołem – K_K02	Wykład interaktywny	Egzamin pisemny
	Wellbeing w miejscu pracy	W1 zna i rozumie pojęcie wellbeingu i znaczenie stosowania tego w miejscu pracy K_W01 W2 Wie jak wzmacniać i rozwijać podejście wellbeingu w swoim życiu K_W07 U1 potrafi wykorzystać wiedzę z zakresu wellbeingu w relacjach interpersonalnych zarówno w miejscu pracy jak i życiu osobistym K_U03 U2 potrafi stosować odpowiednie techniki i konkretne narzędzia, aby przewidywać obszary do zmiany w zakresie funkcjonowania w organizacji K_U05 K1 jest gotów do zdobywania wiedzy, informacji i umiejętności w kwestii wykorzystywania wellbeingu w zakresie procesów interpersonalnych i w rozwiązywaniu problemów K_K01 K2 jest gotów do myślenia i działania w sposób uwzględniający wykorzystanie dobrostanu w przedsiębiorstwie K_K04	Ćwiczenia i warsztaty prowadzone z wykorzystaniem szeregu metod aktywizujących studentów, także interaktywnych, dających im możliwość dyskusji i aktywnego włączania się w przebieg zajęć.	Zaliczenie na ocenę

	Zarządzanie talentami i plany rozwojowe	W1: Zna koncepcję zarządzania talentami i jej elementy, uzasadnia potrzebę jej stosowania w odniesieniu do wymagań gospodarki opartej na wiedzy i zapotrzebowania na innowacyjność oraz rozumie jej powiązania z zarządzaniem organizacjami K_W02 W2: Posiada wiedzę dotyczącą procesu zarządzania talentami: identyfikacji, pozyskiwania, rozwoju, metod zatrzymywania i ewaluacji talentów K_W04 W3: Rozumie umiejscowienie zarządzania talentami w strukturze i role organizacyjne związane z tym procesem K_W03 W4: Zna metody i techniki identyfikacji, pozyskiwania, rozwijania i utrzymania i ewaluacji utalentowanych pracowników, potrafi je dobrać i zastosować do konkretnych przypadków K_W05 W5: Student zna najnowsze trendy w zarządzaniu talentami K_W03 U1: Student potrafi dokonać identyfikacji talentów wewnętrznych i zaplanować proces pozyskania talentów zewnętrznych K_U02 U2: Potrafi ocenić własny potencjał, potrzeby rozwojowe, zaplanować proces doskonalenia własnych kompetencji w formie długofalowego indywidualnego planu rozwoju K_U01 U2: Potrafi dokonać analizy zapotrzebowania organizacji na talenty i nowe kompetencje K_U02 U3: Potrafi zaprojektować program rozwoju dla talentów wraz z jego komunikacją wewnętrzną i zewnętrzną K_U05 U4: Potrafi dostosować metody pozyskiwania talentów do konkretnych uwarunkowań wynikających z sytuacji na lokalnym/krajowym rynku pracy K_U02 U5: Potrafi ocenić skuteczność procesu zarządzania	Wykład problemowy z elementami dyskusji moderowanej, z wykorzystaniem prezentacji PowerPoint (oraz ewentualnie MS Teams), Ćwiczenia- dyskusja grupowa, case study, projekt zespołowy	ćwiczenia - zaliczenie na ocenę, wykłady - egzamin
--	--	---	--	--

		talentami oraz jego wpływ na poprawę konkurencyjności przedsiębiorstwa K_U06 K1: Posiada kompetencje współpracy w zespole K_K03 K2: Rozumie potrzebę diagnozowania własnych talentów i podążania zaplanowaną ścieżką rozwoju K_K04		
--	--	---	--	--

	Komunikacja interpersonalna	W1: zaawansowaną wiedzę o człowieku, jego przekonaniach, emocjach, stylach myślenia, i ich wpływie na procesy komunikacji (K_W06) W2: ma zaawansowaną wiedzę o zachowaniach ludzi w organizacji na poziomie indywidualnym, grupowym i instytucjonalnym i wpływie tych zachowań na komunikację (K_W07) U1: identyfikować różne sytuacje w relacjach z innymi ludźmi i dobierać do nich odpowiednie narzędzia komunikacji – (K_U04) U2: reagować adekwatnie do sytuacji komunikacyjnej w celu rozwiązywania sytuacji konfliktów potrzeb i wartości - (K_U04) U3: brać aktywny udział w przedsięwzięciach zespołowych, pełniąc w nich różne role, także lidera – (K_U15) U5: komunikatywnie formułować i przekazywać swoje myśli, opinie i wszelkie informacje wykorzystywane w pracy zespołowej – (K_U14) (K_U15) K1: do identyfikowania i rozstrzygania merytorycznych i etycznych dylematów związanych z pełnieniem ról zawodowych powstający podczas komunikacji i współpracy z innymi (K_K02) K2: Współpracować w grupie przyjmując w niej różne role, w tym rolę lidera (K_K03) K3: komunikatywnie formułować i przekazywać swoje myśli, opinie i wszelkie informacje wykorzystywane w pracy zespołowej – (K_K04)	Zajęcia prowadzone w formie ćwiczeń (warsztatu) z wykorzystaniem pogadanek, dyskusji, gier i ćwiczeń indywidualnych i zespołowych oraz prezentacji PowerPoint	zaliczenie na ocenę
--	------------------------------------	---	--	----------------------------

	Prawne uwarunkowania działalności HR	W1: zna i rozumie znaczenie prawa dla procesu zarządzania zasobami ludzkimi (K_W03; K_W04) U2: potrafi rozwiązywać problemy prawne pojawiające się w procesie zarządzania zasobami ludzkimi (K_U02) U1: posiada umiejętność prawidłowego wypowiedzania się z wykorzystaniem języka prawnego i prawniczego (K_U14) K1: jest gotów do zdobywania wiedzy, informacji i danych służących rozwiązywaniu problemów prawnych (K_K01)	Wykład konwersatoryjny	Egzamin pisemny
--	--------------------------------------	--	------------------------	-----------------

Praktyka zawodowa realizowana jest zgodnie z regulaminem praktyk Wydziału Nauk Ekonomicznych i Zarządzania

Szczegółowe wskaźniki punktacji ECTS

Dyscypliny naukowe lub artystyczne, do których odnoszą się efekty uczenia się:

	Dyscyplina naukowa lub artystyczna						Punkty ECTS		
							Liczba	%	
1.	nauki o zarządzaniu i jakości						133	74%	
2.	ekonomia i finanse						12	7%	
3.	psychologia						26	14%	
4.	nauki o komunikacji społecznej i mediach						9	5%	
Grupa przedmiotów zajęć	Przedmiot	Liczba punktów ECTS	Liczba ECTS w dyscyplinie:				Liczba punktów ECTS z zajęć do wyboru	Liczba punktów ECTS, jaką student uzyskuje w ramach zajęć prowadzonych z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich lub innych osób prowadzących zajęcia (studia stacjonarne)	Liczba punktów ECTS, które student uzyskuje realizując: zajęcia związane z prowadzoną w uczelni działalnością naukową w dyscyplinie lub dyscyplinach, do których przyporządkowany jest kierunek studiów
			Nauki o zarządzaniu i jakości	Ekonomia i finanse	Psychologia	Nauki o komunikacji społecznej i mediach			
Grupa przedmiotów I - kształcenie ogólne	Technologie informacyjne	2	2					1	
	Ochrona własności intelektualnej	1	1					0,6	
	Nowoczesne techniki uczenia się	1	1					0,6	
	Język angielski w biznesie	7	7				7	4	
	Wychowanie fizyczne (studia stacjonarne)	0	0						
	zajęcia z dziedziny nauk humanistycznych	6	6				6	3	

	zajęcia ogólnouczelniane lub realizowane na innym kierunku studiów	2	2				2	1	
	Mikroekonomia	4		4				2	4
	Statystyka w biznesie i psychologii	5	0	5				2,5	5
	Metodyka badań w biznesie i psychologii	5	3		2			2,5	5
	Moduł kształcenia - BHP	0							
	Praktyka zawodowa	15	15				15	15	
Grupa przedmiotów II - Moduł menedżerski	Podstawy zarządzania	3	3					1,5	3
	Zarządzanie jakością	4	4					2	3
	Zarządzanie finansami w biznesie	3	1	2				1,5	3
	Zarządzanie zasobami ludzkimi	4	4					2	4
	Zarządzenie innowacyjnością	5	5					2,5	5
	Kreatywność i twórcze rozwiązywanie problemów	2	0			2		1	2
	Podstawy marketingu	4	4					2	4
	Komunikacja marketingowa	3	3					1,5	3
	Podstawy strategii	3	3					1,5	3
	Zarządzanie międzykulturowe	3	3					1,5	3
	Symulacje i gry biznesowe	4	4					2	
	Innowacyjny start up w biznesie	3	3					1,5	3
	Zarządzanie projektami	3	3					1,5	3
	Finansowanie i rozwój firmy	2	1	1				1	2

Grupa przedmiotów III - Moduł psychologia w biznesie	Podstawy psychologii	3			3			1,5	3
	Psychologia społeczna	3			3			1,5	3
	Emocje i motywacje - trening interpersonalny	3			3			1,5	3
	Psychologiczne procesy podejmowania decyzji	3			3			1,5	3
	Psychologia osobowości i różnic indywidualnych	4			4			2	4
	Negocjacje w biznesie	2	2					1	
	Zachowania organizacyjne	3	3					1,5	3
	Przywództwo i rola lidera w pracy zespołowej	3	2		1			1,5	3
	Asertywność w biznesie	3	1		2			1	
	Zarządzanie stresem w biznesie	3	1		2			1,5	2
	Zarządzanie karierą	2	2					1	
Grupa przedmiotów IV - Moduł komunikacja w biznesie	Podstawy komunikacji społecznej	5			1	4		2,5	5
	Komunikacja z mediami	4	4					2,5	
	Systemy komunikacji w organizacji	3	3					1,5	
	Korespondencja biznesowa	2	2					1	
	Społeczna odpowiedzialność biznesu	3	3					1,5	3
	Media społecznościowe	3	3					1,5	3
	Budowanie wizerunku	1	1					0,66	1
	Zarządzanie marką	2	2					1	2
	Sztuka wystąpień publicznych	3				3		1,5	
	Seminarium dyplomowe	10	8		2		10	5	10

Grupa przedmiotów specjalnościowych V - Menedżer PR	Public Relations	4	4				4	2	4
	Zarządzanie wizerunkiem firmy	3	3				3	1,5	3
	Komunikacja kryzysowa	2	2				2	1	3
	Etyka w biznesie	2	2				2	1	
	Savoir-vivre w biznesie	1	1				1	0,6	
	Tworzenie kampanii PR - zasady, etapy, studia przypadków	2	2				2	1	2
	Prawne uwarunkowania działalności PR	3	3				3	1,5	
	Erystyka praktyczna	1	1				1	0,6	
Grupa przedmiotów specjalnościowych VI - Menedżer zarządzania sprzedażą	Seminarium dyplomowe	10	8		2		10	5	10
	E-commerce	1	1				1	0,66	1
	Strategie marketingowe	4	4				4	2	4
	Zachowania konsumentów	3	3				3	1,5	3
	Sprzedaż bezpośrednia i jej techniki	3	3				3	1,5	
	Budowanie satysfakcji klientów (CRM)	2	2				2	1	3
	Narzędzia IT wspomagające zarządzanie sprzedażą	1	1				1	0,66	1
	Prawne uwarunkowania zarządzania sprzedażą	3	3				3	1,5	
	Budowanie i motywowanie zespołu sprzedażowego	1	1				1	0,5	1
Grupa przedmiotów specjalnościowych VII - Menedżer HR	Seminarium dyplomowe	10	8		2		10	5	10
	Rekrutacja wspierająca i onboarding	3	3				3	1,5	2

	Systemy motywowania i wynagradzania	3	3				3	1,5	3
	Analityka HR	2	2				2	1	0
	Employer branding	1	1				1	0,6	1
	Zarządzanie inkluzywne	2	2				2	1	2
	Wellbeing w miejscu pracy	1	1				1	0,6	1
	Zarządzanie talentami i plany rozwojowe	3	3				3	1,5	2
	Komunikacja interpersonalna	1	1				1	0,6	
	Prawne uwarunkowania działalności HR	2	2				2	1	
Specjalność - Menedżer PR		180,00	133,00	12,00	26,00	9,00	58,00	98,56	115,00
%			73,9%	6,7%	14,4%	5,0%	32,2%	54,8%	63,9%
Specjalność - Menedżer zarządzania sprzedażą		180,00	133,00	12,00	26,00	9,00	58,00	98,68	116,00
%			73,9%	6,7%	14,4%	5,0%	32,2%	54,8%	64,4%
Specjalność Menedżer HR		180,00	133,00	12,00	26,00	9,00	58,00	98,66	114,00
%			73,9%	6,7%	14,4%	5,0%	32,2%	54,8%	63,3%
			133,00	12,00	26,00	9,00	58,00	98,63	115,00
		Razem	73,9%	6,7%	14,4%	5,0%	32,2%	54,8%	63,9%

Grupy przedmiotów	Przedmiot	Treści programowe
Grupa przedmiotów I - kształcenie ogólne	Technologie informacyjne	Wprowadzanie, edycja oraz formatowanie tekstów w Wordzie Wprowadzanie, edycja oraz analiza danych z wykorzystaniem Excela Tworzenie tabel przestawnych Graficzna prezentacja danych Automatyzacja zadań w arkuszu kalkulacyjnym

	Ochrona własności intelektualnej	specyfika zasobów niematerialnych i ich miejsce we współczesnej organizacji rodzaje wiedzy i ochrona wiedzy własność intelektualna i prawa własności intelektualnej - rozwiązania własność intelektualna i prawa własności intelektualnej - oznaczenia własność intelektualna i prawa własności intelektualnej - utwory
	Nowoczesne techniki uczenia się	Cykl uczenia się Kolba Strategie czytania Techniki zaangażowanego notowania i twórczego myślenia Techniki zapamiętywania
	Język angielski w biznesie	Organisations and their structures; Company types Supply chain management Quality management Marketing Strategy Customer relationship management Accounting Finance Presentations Job Application Writing Business Emails Business Meetings
	Wychowanie fizyczne	w zależności od wybranych zajęć
	zajęcia z dziedziny nauk humanistycznych	w zależności od wybranego przedmiotu
	zajęcia ogólnouczelniane lub realizowane na innym kierunku studiów	w zależności od wybranego przedmiotu
	Mikroekonomia	Podstawowe pojęcia mikroekonomii. Rynek jako mechanizm regulacji. Teoria wyboru konsumenta. Teoria wyboru producenta. Struktury rynku.

	Statystyka w biznesie i psychologii	Opis statystyczny. Struktura rozkładu. Współzależność cech. Dynamika zjawisk.
	Metodyka badań w biznesie i psychologii	Główne rodzaje badań i źródeł informacji w obszarze zarządzania i psychologii Etapy procesu badawczego Losowe i nielosowe techniki doboru próby Główne metody zbierania danych i odpowiadające im instrumenty pomiarowe Kwestionariusz ankietowy, kwestionariusz wywiadu a scenariusz wywiadu
	Moduł kształcenia - BHP	potencjalne zagrożenia w miejscu nauki i przebywania, czynniki szkodliwe dla zdrowia, uciążliwe i niebezpieczne - profilaktyka wprowadzenie do ergonomii, ochrona przeciwpożarowa, zasady pierwszej pomocy
	Praktyka zawodowa	Specyfika środowiska zawodowego Praktyczne zastosowanie zagadnień odnoszących się do procesu komunikowania się Umiejętności skutecznego komunikowania się w organizacji Umiejętności organizacji pracy własnej i pracy zespołowej Umiejętności efektywnego zarządzania czasem
Grupa przedmiotów II - Moduł menedżerski	Podstawy zarządzania	Podstawowe założenia zarządzania Otoczenia przedsiębiorstwa Podejmowanie decyzji zarządczych Analiza i projektowanie struktur organizacyjnych Zasady etyczne w zarządzaniu Zrównoważony rozwój w zarządzaniu
	Zarządzanie jakością	Geneza zarządzania jakością Zarządzanie jakością produktów Zarządzanie jakością usług Zarządzanie przez jakość Metody zarządzania przez jakość Nagrody jakości

	Zarządzanie finansami w biznesie	Finansowe aspekty analizy projektów inwestycyjnych Instrumenty finansowe w zarządzaniu przedsiębiorstwem Finanse publiczne a finanse prywatne - analiza powiązań i zależności Zjawiska i procesy występujące na krajowym i międzynarodowym rynku finansowym
	Zarządzanie zasobami ludzkimi	Zarządzanie zasobami ludzkimi - istota, cele, narzędzia, uwarunkowania Kształtowanie poziomu i struktury zatrudnienia w organizacji Oceny pracownicze Kształcenie i rozwój pracowników Stymulowanie zachowań ludzi w organizacji Wynagradzanie pracowników
	Zarządzenie innowacyjnością	Istota innowacji Typologia innowacji Źródła innowacji Teorie innowacji – perspektywa makro i mikro Modele innowacji Strategie innowacji DNA Innowatora Indywidualna zdolność innowacyjna
	Kreatywność i twórcze rozwiązywanie problemów	Kreatywność, twórcze myślenie, innowacyjność - definicje Warunki występowania i rozwoju kreatywności Procesy kreatywne Design Thinking
	Podstawy marketingu	Marketing i marketing-mix (interpretacja, ewolucja, współczesne rozumienie) Orientacja produkcyjna, sprzedażowa i marketingowa oraz cechy organizacji zorientowanych produkcyjnie, dystrybucyjnie i marketingowo Otoczenie organizacji i jej potencjał, szansa, zagrożenie, słaba i mocna strona organizacji, analiza SWOT Segmentacja rynku – pojęcie, przykładowe kryteria segmentacji na rynku B2C i B2B Podstawowe elementy marketingu-mix ze szczególnym uwzględnieniem marki produktu oraz promocji Nabywca na rynku B2C vs. nabywca na rynku B2B Uwarunkowania zachowań konsumentów na rynku B2C Proces podejmowania decyzji zakupu na rynku B2C

	Komunikacja marketingowa	Istota komunikacji marketingowej. Klasyczne elementy komunikacji marketingowej. Współczesne formy komunikacji marketingowej. Planowanie komunikacji marketingowej.
	Podstawy strategii	Pojęcie i istota strategii Proces zarządzania strategicznego Analiza strategiczna otoczenia organizacyjnego Analiza strategiczna przedsiębiorstwa Strategie konkurencyjnego i przewaga konkurencyjna Dobór strategii w zależności od rodzaju sektora i sytuacji przedsiębiorstwa
	Zarządzanie międzykulturowe	Znaczenie różnic kulturowych w zarządzaniu Komunikacja w środowisku wielokulturowym (komunikacja werbalna i niewerbalna) Stosunek do czasu i przestrzeni jako zmienna kulturowa Nawiązywanie relacji w biznesie międzynarodowym Etykieta w relacjach międzynarodowych Wartości w zarządzaniu międzykulturowym (modele G.Hofstede i F.Trompenaars'a) i ich znaczenie dla zachowań organizacyjnych Relacje między kulturami narodowymi w przedsiębiorstwie wielokulturowym Funkcje i cechy globalnego menedżera
	Symulacje i gry biznesowe	analiza danych biznesowych rozwiązywanie problemów biznesowych podejmowanie decyzji biznesowych
	Innowacyjny start up w biznesie	Istota funkcjonowania innowacyjnych start-upów Rola przedsiębiorczości w budowaniu start-upów Budowanie koncepcji biznesu dla start-upów Budowanie modelu biznesowego dla start-upów
	Zarządzanie projektami	Istota projektów i zarządzania projektami Funkcjonalne problemy zarządzania projektami Instytucjonalne problemy zarządzania projektami Personalne problemy zarządzania projektami Metody zarządzania projektami

	Finansowanie i rozwój firmy	źródła finansowania przedsiębiorstw przedsiębiorczość rozwój działalności gospodarczej ryzyko działalności gospodarczej
Grupa przedmiotów III - Moduł psychologia w biznesie	Podstawy psychologii	Definiowanie i rozumienie podstawowych procesów psychicznych w oparciu o neurobiologiczne podstawy zachowania rozumienie złożoności uwarunkowań ludzkich zachowań Teorie wyjaśniające podstawowe zjawiska psychologiczne (jak: stres, osobowość, konflikty, kształtowanie nawyków)
	Psychologia społeczna	Podstawowe pojęcia psychologii społecznej Uwarunkowania zachowań jednostki w otoczeniu społecznym Rola badań i eksperymentów psychologii społecznej w wyjaśnianiu zjawisk społecznych i zachowań jednostek, grup, organizacji, społeczności Podstawy wywierania wpływu
	Emocje i motywacje - trening interpersonalny	Odróżnianie i nazywanie procesów emocjonalnych i myślowych Rozumienie własnych zachowań emocjonalnych w grupie Udzielanie konstruktywnej informacji zwrotnej Techniki regulacji emocji, kontenerowane i udzielanie wsparcia
	Psychologiczne procesy podejmowania decyzji	Teorie funkcjonowania człowieka w aspekcie postrzegania prawdopodobieństwa w otaczającym go świecie Uwarunkowania związane z ryzykiem przedsiębiorczości człowieka Uwarunkowania podejmowania decyzji
	Psychologia osobowości i różnic indywidualnych	Wprowadzenie do teorii osobowości – podstawowe zagadnienia i problemy Główne nurty psychologii Psychodynamiczna wizja człowieka Teoria psychospołecznego rozwoju ego (Eriksona) Teorie relacji z obiektem (Klein, Mahler, Winnicott, Kohut) Teorie cech (Cattell, Eysenck, Costa i McCrae) Poznawcza psychologia osobowości (Kelly, Lewin, Bowlby) Teoria pola (Goldstein, Rogers, Masłowski, Levin) Psychologia humanistyczna Psychologia egzystencjalna (Frankl) Teorie temperamentu (główne koncepcje) Zaburzenia osobowości – modele i koncepcje - diagnoza osobowości

	Negocjacje w biznesie	Dynamika negocjacji - przebieg negocjacji, strategie negocjacji, przygotowanie w negocjacjach. Zasady, techniki i taktyki negocjacji. Zarządzanie konfliktem a proces negocjacji, Komunikacja werbalna i niewerbalna w procesie negocjacji, Perswazja, kłamstwo i manipulacja a etyka w negocjacjach,
	Zachowania organizacyjne	pozytywne zachowania w pracy negatywne zachowania pracowników kultura organizacyjna komunikacja interpersonalna władza w organizacji konflikty interpersonalne
	Przywództwo i rola lidera w pracy zespołowej	przywództwo a zarządzanie behawioralne modele przywództwa sytuacyjne modele przywództwa wybrane teorie przywództwa (teoria uwarunkowań Fiedlera, teoria wymiany – LMX, model uczestnictwa Vrooma i Yettona) znaczenie lidera w pracy zespołowej - role lidera budowanie zespołów (role w zespole, dysfunkcje zespołowe, coaching)
	Asertywność w biznesie	Podstawowe wzorce relacji interpersonalnych (agresja, uległość, manipulacja, asertywność) Model Asertywności - wartości, przekonania, postawy, zachowania Bariery asertywności - jakość monologu wewnętrznego, przyznawanie sobie praw, skala pozycji życiowej Trening asertywności w praktyce - asertywne reagowanie na krytykę, asertywna odmowa, asertywna ochrona granic, asertywna konfrontacja przekonań.
	Zarządzanie stresem w biznesie	podstawowe zagadnienia związane ze stresem (definicja stresu, mechanizm stresowy- jego działanie, przyczyny oraz skutki stresu, schemat reakcji na stres i proces uważnej reakcji na stres, objawy stresu) techniki radzenia sobie ze stresem, metody i sposoby kształtowania dobrostanu psychicznego pracowników

	Zarządzanie karierą	autodiagnoza - test MBTI, kwestionariusz umiejętności, identyfikacja potencjału planowanie ścieżki kariery (wizja, cel zawodowy, analiza zasobów FIES, poszukiwanie opcji działania, tworzenie planu) wyzwania w pracy zawodowej (rekrutacja, ocena okresowa, rozmowa o podwyżce/awansie/odejściu) zjawiska niepożądane w pracy zawodowej (mobbing, dyskryminacja, wypalenie zawodowe)
Grupa przedmiotów IV - Moduł komunikacja w biznesie	Podstawy komunikacji społecznej	Wprowadzenie do komunikacji społecznej Etyka i język w komunikacji Kulturowe aspekty komunikacji Rozwój umiejętności związanych z komunikacją i budowaniem relacji z innymi Zarządzanie konfliktami
	Komunikacja z mediami	Rola i typy mediów strategia, planowanie i wdrażanie działań media relations wystąpienia medialne zarządzanie kryzysem medialnym
	Systemy komunikacji w organizacji	Przepływ informacji Formy organizacji a ich komunikacja Komunikacja wewnętrzna i zewnętrzna
	Korespondencja biznesowa	korespondencja w systemie komunikacji korespondencja wewnątrzorganizacyjna korespondencja z interesariuszami zewnętrznymi pisma okolicznościowe korespondencja w budowaniu wizerunku podmiotu
	Społeczna odpowiedzialność biznesu	rozumienie odpowiedzialności w różnych kontekstach, koncepcja oraz obszary zainteresowań CSR, normy i standardy międzynarodowe CSR, główne obszary zainteresowań CSR, inicjatywy oraz dobre praktyki w zakresie CSR, strategie CSR w kontekście stosowanych praktyk komunikacji

	Media społecznościowe	Rola i typy mediów społecznościowych strategie komunikacji w social media tworzenie i zarządzanie treściami budowanie społeczności online analityka i monitorowanie mediów społecznościowych influencer marketing, kampanie reklamowe w social media etyka i zarządzanie kryzysowe
	Budowanie wizerunku	Atrakcyjność społeczna i relacje biznesowe Kształtowanie wizerunku osobistego i zawodowego Budowanie wizerunku w mediach społecznościowych
	Zarządzanie marką	Istota i funkcje marki Klasyfikacje i architektura marek Tożsamość marki i jej komunikowanie Strategie budowania marki Siła marki i jej determinanty
	Sztuka występów publicznych	Stres, lęk, asertywność, krytyka i trema – ich znaczenie dla osób występujących publicznie Autoprezentacja – czynniki wpływające na odbiór występującego Przygotowanie wystąpienia publicznego Mowa ciała i proksemika w wystąpieniach publicznych Emisja głosu w wystąpieniach publicznych Słowo i obraz (dźwięk, film, muzyka, światło) w wystąpieniach publicznych – Tropy, schematy i motywy – powielanie i powtórzenia w wystąpieniach publicznych Narzędzia multimedialne i ich rola w wystąpieniach publicznych Wywieranie wpływu na słuchaczy (przekonywanie, perswadowanie, pytania retoryczne itp.) Motywacja i zaangażowanie – ich rola i znaczenie w wystąpieniach publicznych Pytania, negacja i dyskusja w trakcie i po wystąpieniu publicznym Ocenianie i analizowanie występów publicznych

Grupa przedmiotów specjalnościowych V - Menedżer PR	Seminarium dyplomowe	Wybór tematu pracy i ukierunkowanie jej na rozwiązanie problemu z praktyki funkcjonowania organizacji (nacisk na aplikacyjny charakter pracy) Sformułowanie celu i szczegółowych pytań badawczych, źródeł informacji i metod badawczych Omówienie zasad studiowania literatury i jej cytowania, zasad pisanie i redagowania, zasad opracowania i prezentacji wyników i wniosków o charakterze aplikacyjnym. Tematyka prac mieści się w obszarze nauk o zarządzaniu oraz psychologii społecznej i ma charakter aplikacyjny - ma pozwolić pozyskiwać dane do analizowania konkretnych procesów i zjawisk społecznych w instytucjach biznesowych
	Public Relations	Funkcje PR, techniki i metody PR, wizerunek przedsiębiorstwa, tożsamość, reputacja,
	Zarządzanie wizerunkiem firmy	Wizerunek organizacji a jej tożsamość Wizerunek firmy jako element strategii biznesowej i źródło przewagi konkurencyjnej Wiarygodność, zaufanie i reputacja Proces komunikacji marketingowej Wpływ wizerunku firmy na zachowania konsumentów Kreowanie, komunikowanie i ochrona wizerunku Zarządzanie wizerunkiem w Internecie
	Komunikacja kryzysowa	Istota kryzysów wizerunkowych, źródła i specyfika kryzysów w organizacji, znaczenie opinii publicznej i otoczenia organizacji w zarządzaniu sytuacją kryzysową, planowanie działań zarządczych w sytuacjach kryzysowych, elementy zarządzania kryzysowego
	Etyka w biznesie	Etyczna gospodarka, sprawiedliwy zysk, godziwa praca, zrównoważony rozwój, korupcja, nieuczciwa konkurencja, molestowanie seksualne, działania antydyskryminacyjne i antymobbingowe, etyczne przywództwo

	Savoir-vivre w biznesie	wizerunek w biznesie podstawy etykiety w biznesie etykieta w biznesie międzynarodowym różnice kulturowe spotkania biznesowe
	Tworzenie kampanii PR - zasady, etapy, studia przypadków	Planowanie strategii PR i ustalanie celów, Tworzenie przekazu i dobór narzędzi komunikacji, Organizacja i realizacja kampanii PR, Zarządzanie kryzysowe w komunikacji, Współpraca z mediami i influencerami,
	Prawne uwarunkowania działalności PR	Podstawowe pojęcia i zasady polskiego systemu prawnego oraz źródła prawa PR. Prawo a etyka zawodowa. Lobbying. Wybrane elementy prawa pracy oraz prawa gospodarczego i administracyjnego ważne dla podmiotów z branży PR. Podstawy prawa prasowego. Prawne aspekty funkcjonowania mediów oraz rynku reklamy w Polsce. Przepisy dotyczące promocji i reklamy. PR a ochrona praw autorskich i własności przemysłowej. Ochrona dóbr osobistych i materialnych.
	Erystyka praktyczna	Podstawy erystyki i argumentacji Perswazja, manipulacja i retoryka Dyskusja i spór
Grupa przedmiotów specjalnościowych VI - Menedżer zarządzania sprzedażą	Seminarium dyplomowe	Wybór tematu pracy i ukierunkowanie jej na rozwiązanie problemu z praktyki funkcjonowania organizacji (nacisk na aplikacyjny charakter pracy) Sformułowanie celu i szczegółowych pytań badawczych, źródeł informacji i metod badawczych Omówienie zasad studiowania literatury i jej cytowania, zasad pisania i redagowania, zasad opracowania i prezentacji wyników i wniosków o charakterze aplikacyjnym. Tematyka prac mieści się w obszarze nauk o zarządzaniu oraz psychologii społecznej i ma charakter aplikacyjny - ma pozwolić pozyskiwać dane do analizowania konkretnych procesów i zjawisk społecznych w instytucjach biznesowych

	E-commerce	Modele biznesowe w e-commerce strategie sprzedaży online projektowanie i zarządzanie sklepami internetowymi optymalizacja doświadczenia użytkownika (UX), logistyka i fulfillment regulacje prawne i bezpieczeństwo transakcji
	Strategie marketingowe	Koncepcja strategii marketingowej. Analiza sytuacji bieżącej organizacji w procesie tworzenia koncepcji strategicznej. Typologia strategii marketingowych. Funkcjonalne strategie marketingowe.
	Zachowania konsumentów	Czynniki wpływające na decyzje zakupowe, Segmentacja i typologie konsumentów, Wpływ emocji i motywacji na zachowania zakupowe, Rola kultury i wartości w zachowaniach konsumenckich, Trendy i zmiany w zachowaniach konsumentów
	Sprzedaż bezpośrednia i jej techniki	Sprzedaż bezpośrednia i jej rodzaje – wstęp do przedmiotu Nabywcy jako decydenci (dlaczego kupują, czynniki wpływające na decyzję zakupu) Model rozmowy sprzedażowej (Wyznaczanie celu rozmowy sprzedażowej - rozpoczęcie rozmowy, mowa ciała, rozpoznanie, prowadzenie wywiadu) Techniki badania potrzeb: model trójpoziomowej analizy potrzeb Style sprzedaży: orientacja na klienta, orientacja na rozwiązanie problemów, orientacja na technikę sprzedaży, orientacja na forsowanie produktu, kup lub zostaw Techniki obrony i odpowiedzi na zarzuty Sprzedaż doradcza i kontakt z kluczowymi klientami Profesjonalny sprzedawca: cechy pracownika na stanowisku sprzedawcy Prezentacja sprzedażowa – narzędzia i techniki
	Budowanie satysfakcji klientów (CRM)	Identyfikacja potrzeb i oczekiwań klientów, Mapowanie podróży klienta, Personalizacja i budowanie lojalności, Zarządzanie doświadczeniem klienta, Etyka i zrównoważony rozwój w budowaniu satysfakcji klientów

	Budowanie i motywowanie zespołu sprzedażowego	Znaczenie zespołu w organizacji biznesowej Fazy rozwoju zespołu Dobór pracowników do zespołu sprzedażowego z uwzględnieniem czynników osobowościowych Role zespołowe wg modelu R.M. Belbina Zaufanie i komunikacja w zespole sprzedażowym Konflikty w zespole sprzedażowym Techniki motywowania zespołu sprzedażowego
	Narzędzia IT wspomagające zarządzanie sprzedażą	Rodzaje narzędzi i systemów IT w obszarze sprzedaży Wykorzystanie wybranych rozwiązań IT w obszarze sprzedaży Procesy biznesowe obszaru sprzedaży i ich obsługa w systemach transakcyjnych klasy ERP i CRM Elementy analityki danych sprzedażowych
	Prawne uwarunkowania zarządzania sprzedażą	Podstawy prawa zobowiązań – konstrukcja prawna zobowiązania, świadczenie, pojęcia długu i odpowiedzialności Tryby zawierania umów wg prawa cywilnego oraz podstawy prawa zamówień publicznych w Polsce Konstrukcja prawna umowy sprzedaży. Rodzaje sprzedaży. Prawa ochronne. Inne umowy przeniesienia praw Zasady działania podmiotów prowadzących sprzedaż Zawodowe kodeksy etyczne, zasady odpowiedzialności, zasady ochrony konkurencji i konsumenta
Grupa przedmiotów specjalnościowych VII - Menedżer HR	Seminarium dyplomowe	Wybór tematu pracy i ukierunkowanie jej na rozwiązanie problemu z praktyki funkcjonowania organizacji (nacisk na aplikacyjny charakter pracy) Sformułowanie celu i szczegółowych pytań badawczych, źródeł informacji i metod badawczych Omówienie zasad studiowania literatury i jej cytowania, zasad pisania i redagowania, zasad opracowania i prezentacji wyników i wniosków o charakterze aplikacyjnym. Tematyka prac mieści się w obszarze nauk o zarządzaniu oraz psychologii społecznej i ma charakter aplikacyjny - ma pozwolić pozyskiwać dane do analizowania konkretnych procesów i zjawisk społecznych w instytucjach biznesowych
	Rekrutacja wspierająca i onboarding	Pojęcie i rola rekrutacji wspierającej Współczesne źródła i metody rekrutacji kandydatów Metody selekcji i feedback Pre-onboarding i onboarding

	Systemy motywowania i wynagradzania	Przegląd głównych teorii motywowania. Proces motywacji Zasady i determinanty kształtowania polityki płacowej w organizacji Rodzaje i składniki wynagrodzeń Metody wartościowania pracy Wyznaczanie płacy zasadniczej. Budowa tabel płac Wynagrodzenia zmienne krótko- i długoterminowe. Premiowanie Projektowanie świadczeń pozapłacowych. Benefity
	Analityka HR	Analiza wskaźnikowa HR Planowanie zasobów ludzkich w organizacji Prognozowanie zatrudnienia Optymalizacja procesów kadrowych Podejmowanie decyzji kadrowych AI w zarządzaniu kapitałem ludzkim Analityka HR a zielony ZZL
	Employer branding	Istota employer branding Tworzenie strategii budowania marki pracodawcy, Narzędzia wykorzystywane w obszarze employer branding Pomiar skuteczności skuteczności działań z zakresu budowania marki pracodawcy
	Zarządzanie inkluzywne	Kreowanie inkluzywnego środowiska pracy i inkluzywnego otoczenia Pomiar różnorodności w organizacji Główne wymiary różnorodności w organizacji Rola języka w budowaniu inkluzywnej organizacji
	Wellbeing w miejscu pracy	Wellbeing” i założenia psychologii pozytywnej, jako elementy osobistego rozwoju i poczucia bezpieczeństwa w życiu Radzenie sobie ze stresem i budowanie odporności psychicznej Dobrostan w oparciu o model PERMA M. Seligmana. Korzyści dla organizacji, wynikające z wellbeingu.
	Zarządzanie talentami i plany rozwojowe	Koncepcja zarządzania talentami Proces zarządzania talentami: pozyskiwanie talentów, rozwijanie talentów, zatrzymywanie talentów w organizacji Indywidualne plany rozwojowe – samoocena potencjału i kompetencji, ocena potencjału pracownika Projektowanie programów zarządzania talentami, plan rozwoju talentów Uwarunkowania realizacji zarządzania talentami

	Komunikacja interpersonalna	Zrozumienie siebie w kontekście różnorodności i współpracy w zespole Rozwój umiejętności związanych z komunikacją i budowaniem relacji z innymi - poziom zaawansowany Zarządzanie konfliktami - konflikty potrzeb i konflikty wartości
	Prawne uwarunkowania działalności HR	Źródła prawa pracy Cechy i strony stosunku pracy; Nawiązanie, zmiana i ustanie stosunku pracy Stosunek cywilnoprawny, Umowa zlecenie i umowa o dzieło Prawa i obowiązki pracownika, Wynagrodzenie za pracę Odpowiedzialność pracownicza

Program studiów obowiązuje od semestru zimowego roku akademickiego 2025/2026.