

# S Y L A B U S (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: <b>USWE-Z-O-II-S-19/20Z</b>					
Moduł: <b>Przedmiot do wyboru w j zyku obcym [moduł]</b>					
Nazwa przedmiotu: <b>Case studies on Management (OGÓLNOUCZELNIANE)</b>				Kod przedmiotu: <b>US182AIIJ2865_39S</b>	
Nazwa kierunku: <b>zarz dzenie</b>					
Forma studiów: <b>II stopnia, stacjonarne</b>		Profil studiów: <b>ogólnoakademicki</b>		Specjalno : 	
Status przedmiotu: <b>fakultatywny</b>			J zyk przedmiotu: <b>semestr: 4 - j zyk angielski (100%)</b>		
<b>Rok</b>	<b>Semestr</b>	<b>Forma zaj</b>	<b>Liczba godzin</b>	<b>Forma zaliczenia</b>	<b>ECTS</b>
2	4	wiczenia	30	ZO	3
<b>Razem</b>			<b>30</b>		<b>3</b>
Koordinator przedmiotu:	<b>dr HUBERT PACHCIAREK</b>				
Prowadz cy zaj cia:					
Cele przedmiotu:	<p>Przedmiot obejmuje zagadnienia z zakresu pracy mened era, przybli a studentom specyfik pracy mened era poprzez analiz konkretnych studiów przypadków. Studia przypadków dotycz pi ciu głównych obszarów:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-zadania i funkcje pełnione przez mened erów;</li> <li>-proces podejmowania decyzji;</li> <li>-przywództwo (wyznaczniki skutecznego przywództwa, najcz stsze bł dy);</li> <li>-motywowanie i kontrolowanie pracowników;</li> <li>-kształtowanie warunków rozwoju przedsi biorstwa.</li> </ul>				
Wymagania wst pne:	<p>student posiada podstawow wiedz z zakresu zarz dzenia, funkcjonowania rynku, zachowa organizacyjnych, marketingu, analizy finansowej.</p> <p>student potrafi posługiwa si podstawowymi metodami analizy przedsi biorstwa, wyliczy podstawowe wska niki analizy ekonomicznej.</p> <p>student potrafi pracowa w zespole, dokonywa analizy krytycznej czytanych tekstów, wnioskowa na podstawie analizy tre ci opisów studiów przypadku.</p>				
<b>EFEKTY UCZENIA SI</b>					
<b>Kategoria</b>	<b>Lp</b>	<b>KOD</b>	<b>Opis efektu</b>	<b>Odniesienie do efektów dla programu</b>	
wiedza	1	EP4	w sposób pogł biony zna i rozumie problemy zarz dzenia współczesnych przedsi biorstw, potrafi na nie reagowa	K_W02 K_W03	
umiej tno ci	1	EP1	identyfikuje i analizuje sytuacje problemowe i ocenia ich oddziaływanie na organizacj w odniesieniu do wewn trznych i zewn trznych uwarunkowa organizacji	K_U01 K_U03 K_U04 K_U05 K_U06	
	2	EP2	potrafi moderowa dyskusj zespołu	K_U06	
	3	EP3	posiada umiej tno pracy w zespole	K_U08	
kompetencje społeczne	1	EP5	potrafi w sposób kreatywny podej do zdiagnozowanych problemów i twórczo poszukiwa ich rozwi za	K_K03 K_K04	
<b>TRE CI PROGRAMOWE</b>				Semestr	Liczba godzin
Przedmiot: <b>Case studies on Management</b>					
Forma zaj : <b>wiczenia</b>					
1. <b>Omówienie współczesnych problemów zarz dzenia</b>				4	2
2. <b>Wprowadzenie do metodyki pracy z wykorzystaniem studium przypadku</b>				4	2

3. Analiza studium przypadku Grafoserwis cz	A- analiza sytuacji problemowej	4	4
4. Analiza studium przypadku Grafoserwis cz	A- projektowanie decyzji	4	2
5. Analiza studium przypadku Grafoserwis cz	B	4	4
6. Analiza studium przypadku Amando Vitale		4	2
7. Analiza studium przypadku Betopol		4	2
8. Analiza studium przypadku Co z t firm		4	2
9. Analiza studium przypadku "Zwierciadło"		4	4
10. Analiza studium przypadku "Lubiana"		4	4
11. Dyskusja nad zakresem obowiązków współczesnych menedżerów w odniesieniu do zrealizowanych studiów przypadku, charakterystyki zarządzania przedsiębiorstwem i odpowiedzialności menedżera z sukcesu firmy		4	2

Metody kształcenia	Analiza studiów przypadku, prezentacje analiz sytuacji problemowych i ich rozwiązań, dyskusje w grupach.				
Metody weryfikacji efektów uczenia się					Nr efektu uczenia się z sylabusu
	PRACA PISEMNA/ ESEJ/ RECENZJA				EP1,EP2,EP3
	ZAJĘCIA PRAKTYCZNE (WERYFIKACJA POPRZECZ OBSERWACJAMI)				EP2,EP3,EP4,EP5
Forma i warunki zaliczenia	<p><b>Forma i warunki zaliczenia:</b></p> <p>-Zaliczenie na podstawie przygotowanych raportów z 10 studiów przypadku. Każdy raport będzie osobno punktowany w skali od 0-10 punktów.</p> <p>-Raporty z poszczególnych studiów przypadku umożliwi weryfikację wiedzy studentów na temat pracy menedżerskiej, zakresu odpowiedzialności i funkcji menedżerów. Pozwoli określić i rozwinąć umiejętności analityczne studentów oraz zdolności wnioskowania na przykładzie konkretnych przypadków. Preferowanie pracy zespołowej oraz zespołowe przygotowywanie raportów jak i ocena grupowa pozwoli na weryfikację i rozwój umiejętności pracy w grupie</p>				
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu				
	<p>student otrzymuje ocenę dostateczną, gdy potrafi zidentyfikować problemy w opisanych sytuacjach oraz wyjaśnić obowiązki i funkcje związane ze stanowiskiem kierowniczym. Ocena z przedmiotu: ocena jest równa ocenie uzyskanej z zaliczenia.</p>				
Metoda obliczania oceny końcowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej
	4	Case studies on Management		Nieobliczana	
	4	Case studies on Management [zaliczenia]	zaliczenie z ocen		
Literatura podstawowa	Kotłowski A.K. (2008): Koniec świata menedżerów, Warszawa				
	Kotłowski A.K. (2007): Zarządzanie w warunkach niepewności, PWN, Warszawa				
Literatura uzupełniająca	autor zbiorowy : www.studiumprzypadku.edu.pl				
	Senge P. (2004): Pięta dyscyplina. Teoria i praktyka organizacji uczących się, Oficyna ekonomiczna, Kraków				

#### NAKŁAD PRACY STUDENTA

	Liczba godzin
Zajęcia dydaktyczne	30
Udział w egzaminie/zaliczeniu	2
Przygotowanie się do zajęć	15
Studiowanie literatury	6
Udział w konsultacjach	8
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	14
Przygotowanie się do egzaminu/zaliczenia	0
<b>Łączny nakład pracy studenta w godz.</b>	<b>75</b>
<b>Liczba punktów ECTS</b>	<b>3</b>



# S Y L A B U S (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: <b>USWE-Z-O-II-S-19/20Z</b>					
Moduł: <b>Blok: Doskonalenie potencjału pracowników</b>					
Nazwa przedmiotu: <b>coaching i mentoring (KIERUNKOWE)</b>				Kod przedmiotu: <b>US182AIIJ2935_31S</b>	
Nazwa kierunku: <b>zarz dzanie</b>					
Forma studiów: <b>II stopnia, stacjonarne</b>		Profil studiów: <b>ogólnoakademicki</b>		Specjalno :	
Status przedmiotu: <b>fakultatywny</b>			J zyk przedmiotu: <b>semestr: 3 - j zyk polski</b>		
<b>Rok</b>	<b>Semestr</b>	<b>Forma zaj</b>	<b>Liczba godzin</b>	<b>Forma zaliczenia</b>	<b>ECTS</b>
2	3	wiczenia	15	ZO	1
<b>Razem</b>			<b>15</b>		<b>1</b>
Koordinator przedmiotu:	<b>dr ANETA SOKÓŁ</b>				
Prowadz cy zaj cia:					
Cele przedmiotu:	<b>Celem jest rozszerzenie i usystematyzowanie wiedzy dotycz cej coachingu, a tak e poznaj nowoczesne metody i modele rozmowy coachingowej. Ponadto uczestnicy zaj b d mieli okazj rozwoju własnych kompetencji prowadzenia wszelkich rozmów rozwojowych i ukształtowania postaw profesjonalnego coacha.</b>				
Wymagania wst pne:	<b>Student zna podstawowe zagadnienia z zarz dzania zasobami ludzkimi oraz zasad komunikacji werbalnej i niewerbalnej, znajomo podstawowych zagadnie z zarz dzania zasobami ludzkimi oraz zasad komunikacji werbalnej i niewerbalnej</b>				
<b>EFEKTY UCZENIA SI</b>					
<b>Kategoria</b>	<b>Lp</b>	<b>KOD</b>	<b>Opis efektu</b>	<b>Odniesienie do efektów dla programu</b>	
wiedza	1	EP1	zna współczesne modele coachingowe	<b>K_W04 K_W10</b>	
umiej tno ci	1	EP2	potrafi prawidłowo wykorzysta w praktyce narz dzia coachingowe, prowadzi rozmowy coachingowe	<b>K_U06 K_U08</b>	
kompetencje społeczne	1	EP3	jest gotów do wykorzystania praktycznego narz dzi coachingowych	<b>K_K01 K_K02</b>	
<b>TRE CI PROGRAMOWE</b>				Semestr	Liczba godzin
Przedmiot: <b>coaching i mentoring</b>					
Forma zaj : <b>wiczenia</b>					
1. <b>Poj cie, istota, znaczenie, funkcje coachingu</b>				3	4
2. <b>Techniki coachingu</b>				3	3
3. <b>Modele coachingowe- np. Grow, Coach</b>				3	3
4. <b>Coaching a mentoring</b>				3	1
5. <b>Coaching umiej tno ci</b>				3	4
Metody kształcenia	<b>Prezentacja multimedialna, metoda przypadków, metody symulacyjne, praca w grupach, analiza dokumentów źródłowych</b>				
Metody weryfikacji efektów uczenia si					Nr efektu uczenia si z sylabusu
	<b>KOŁOKWIUM</b>				<b>EP1,EP2,EP3</b>
	<b>ZAJ CIA PRAKTYCZNE (WERYFIKACJA POPRZEZ OBSERWACJ )</b>				

Forma i warunki zaliczenia	<b>Forma i warunki zaliczenia wykładów: Studenci s oceniani na podstawie: zaliczenia pisemnego (4 pytania otwarte) czynnego udziału na zaj ciach</b>				
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu				
	<b>Ocena z przedmiotu to ocena uzyskana z zaliczenia.</b>				
Metoda obliczania oceny ko cowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej
	3	coaching i mentoring		Arytmetyczna	
	3	coaching i mentoring [ wiczenia]	zaliczenie z ocen		
Literatura podstawowa	Bennewicz M. (2011): Coaching i mentoring w praktyce, G+J GRUNER + JAHR, Warszawa				
	Holliday M. (2006): Coaching, mentoring i zarz dzanie, Helion, Gliwice				
Literatura uzupełniają ca	Demkowski S., Sedrige F., Hunter I. (2010): Coaching kadry kierowniczej, PWN, Warszawa				
	Kaminski E. (2008): 30 minut dla osi gni cia sukcesu metod coachingu, KOS, Katowice				
<b>NAKŁAD PRACY STUDENTA</b>					
	Liczba godzin				
Zaj cia dydaktyczne	<b>15</b>				
Udział w egzaminie/zaliczeniu	<b>1</b>				
Przygotowanie si do zaj	<b>1</b>				
Studiowanie literatury	<b>1</b>				
Udział w konsultacjach	<b>5</b>				
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	<b>0</b>				
Przygotowanie si do egzaminu/zaliczenia	<b>2</b>				
<b>Ł CZNY nakład pracy studenta w godz.</b>	<b>25</b>				
<b>Liczba punktów ECTS</b>	<b>1</b>				

# S Y L A B U S (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: <b>USWE-Z-O-II-S-19/20Z</b>					
Moduł: <b>Przedmiot do wyboru w j zyku obcym [moduł]</b>					
Nazwa przedmiotu: <b>Consumer Behaviour (OGÓLNOUCZELNIANE)</b>				Kod przedmiotu: <b>US182AIIJ2935_38S</b>	
Nazwa kierunku: <b>zarz dżanie</b>					
Forma studiów: <b>II stopnia, stacjonarne</b>		Profil studiów: <b>ogólnoakademicki</b>		Specjalno : 	
Status przedmiotu: <b>fakultatywny</b>			J zyk przedmiotu: <b>semestr: 4 - j zyk polski</b>		
<b>Rok</b>	<b>Semestr</b>	<b>Forma zaj</b>	<b>Liczba godzin</b>	<b>Forma zaliczenia</b>	<b>ECTS</b>
2	4	wiczenia	30	ZO	3
<b>Razem</b>			<b>30</b>		<b>3</b>
Koordynator przedmiotu:	<b>dr hab. KATARZYNA WŁODARCZYK</b>				
Prowadz cy zaj cia:					
Cele przedmiotu:	<b>Zapoznanie studenta z podstawami podejmowania decyzji konsumpcyjnych, ekonomicznymi i pozaekonomicznymi uwarunkowaniami zachowa konsumenta oraz przedstawienie modeli zachowa konsumenta, a tak e kreowanie umiej tno ci oceny zachowa konsumentów na rynku .</b>				
Wymagania wst pne:	<b>Podstawy ekonomii, zarz dżania i marketingu oraz elementarne poj cia socjologiczne.</b>				
<b>EFEKTY UCZENIA SI</b>					
<b>Kategoria</b>	<b>Lp</b>	<b>KOD</b>	<b>Opis efektu</b>	<b>Odniesienie do efektów dla programu</b>	
wiedza	1	EP1	<b>potrafi wykorzysta wiedz na temat funkcjonowania gospodarki i organizacji w odniesieniu do zachowa konsumentów</b>	<b>K_W02</b>	
	2	EP2	<b>potrafi oceni rol konsumenta w funkcjonowaniu gospodarki i organizacji</b>	<b>K_W09</b>	
umiej tno ci	1	EP3	<b>potrafi zaprojektowa i przeprowadzi badania rynkowe zwi zane z zachowaniami konsumenta na rynku</b>	<b>K_U04</b>	
kompetencje społeczne	1	EP4	<b>podchodzi w sposób obiektywy do posiadanej wiedzy i informacji zwi zanych z zachowaniami konsumentów na rynku</b>	<b>K_K01</b>	
	2	EP5	<b>zdobywa now wiedz z zakresu zachowa konsumentów oraz ceni opinie ekspertów</b>	<b>K_K03</b>	
<b>TRE CI PROGRAMOWE</b>				Semestr	Liczba godzin
Przedmiot: <b>Consumer Behaviour</b>					
Forma zaj : <b>wiczenia</b>					
1. <b>Consumption and consumers in economics - basic theories and definitions</b>				4	4
2. <b>Needs of consumers and consumers behaviours</b>				4	4
3. <b>Models of buyers behaviour</b>				4	2
4. <b>Determinants of consumers behaviour</b>				4	4
5. <b>Laws and effects in consumer behaviour</b>				4	2
6. <b>Segmentation and positioning</b>				4	2
7. <b>Consumer Research</b>				4	4

8. Trends in modern consumers behaviour		4	4		
9. Cross - cultural Consumers Behaviour		4	2		
10. Presentations of Students		4	2		
Metody kształcenia	wiczenia, studium przypadku, dyskusja				
Metody weryfikacji efektów uczenia się			Nr efektu uczenia się z sylabusu		
	PRACA PISEMNA/ ESEJ/ RECENZJA		EP1,EP2,EP3,EP4,EP5		
Forma i warunki zaliczenia	Student będzie oceniony na podstawie przygotowanego artykułu naukowego na wybrany przez siebie temat z zakresu tematyki rynkowych zachowań konsumentów. Ocenie będzie podlegała wartość merytoryczna artykułu, a także forma zaprezentowania głównych tez i wniosków z artykułu na forum grupy.				
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu				
Metoda obliczania oceny końcowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej
	4	Consumer Behaviour		Ważona	
	4	Consumer Behaviour [ wiczenia]	zaliczenie z ocen		1,00
Literatura podstawowa	Antonides G., Van Raaij W.F., Van Raaij F.W. (2107): Consumer Behaviour: A European Perspective, John Wiley & Sons				
	Schiffman L.G., Wisenblit J.L. (2015): Consumer Behaviour, Pearson				
	Solomon M.R. (2017): Consumer Behavior: Buying, Having, and Being, Pearson				
Literatura uzupełniająca					
<b>NAKŁAD PRACY STUDENTA</b>					
	Liczba godzin				
Zajęcia dydaktyczne	30				
Udział w egzaminie/zaliczeniu	0				
Przygotowanie się do zajęć	0				
Studiowanie literatury	10				
Udział w konsultacjach	10				
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	15				
Przygotowanie się do egzaminu/zaliczenia	10				
<b>Łączny nakład pracy studenta w godz.</b>	<b>75</b>				
<b>Liczba punktów ECTS</b>	<b>3</b>				

# S Y L A B U S (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: <b>USWE-Z-O-II-S-19/20Z</b>					
Moduł: <b>Blok: Doskonalenie potencjału pracowników</b>					
Nazwa przedmiotu: <b>controlling i audyt personalny (KIERUNKOWE)</b>				Kod przedmiotu: <b>US182AIIJ2935_45S</b>	
Nazwa kierunku: <b>zarz dzanie</b>					
Forma studiów: <b>II stopnia, stacjonarne</b>		Profil studiów: <b>ogólnoakademicki</b>		Specjalno : 	
Status przedmiotu: <b>fakultatywny</b>			J zyk przedmiotu: <b>semestr: 4 - j zyk polski</b>		
<b>Rok</b>	<b>Semestr</b>	<b>Forma zaj</b>	<b>Liczba godzin</b>	<b>Forma zaliczenia</b>	<b>ECTS</b>
2	4	wiczenia	15	ZO	1
<b>Razem</b>			<b>15</b>		<b>1</b>
Koordynator przedmiotu:		<b>dr hab. PATRYCJA ZWIECH</b>			
Prowadz cy zaj cia:					
Cele przedmiotu:		<p>Zapoznanie studentów z aparatem poj ciowym controllingu personalnego oraz podstawowymi metodami i miernikami controllingu personalnego.</p> <p>Zapoznanie studentów z aparatem poj ciowym audytu personalnego oraz podstawowymi metodami i miernikami/wska nikami stosowanymi w audycie personalnym.</p> <p>Przygotowanie studentów do implikacji prezentowanych rozwi za z obszaru controllingu personalnego w zastosowaniach organizacyjnych.</p>			
Wymagania wst pne:		<p>w zakresie umiej tno ci: student potrafi dokona opisu rzeczywisto ci organizacyjnej lub gospodarczej z wykorzystaniem technik opisowych, student potrafi posługiwa si aparatem matematycznym i statystycznym.</p> <p>w zakresie wiedzy: student zna wybrane koncepcje i metody zarz dzania zasobami ludzkimi.</p>			
<b>EFEKTY UCZENIA SI</b>					
<b>Kategoria</b>	<b>Lp</b>	<b>KOD</b>	<b>Opis efektu</b>	<b>Odniesienie do efektów dla programu</b>	
wiedza	1	EP1	Student zna mierniki i wska niki controllingu personalnego oraz zna podstawowe poj cia z zakresu controllingu personalnego oraz audytu personalnego.	K_W02 K_W03 K_W10	
umiej tno ci	1	EP2	Student potrafi zaproponowa rozwi zania problemów decyzyjnych, zaproponowa zmian istniej cego systemu controllingu personalnego lub zaprojektowa taki system w przedsi biorstwie.	K_U01 K_U04 K_U05	
kompetencje społeczne	1	EP3	Student jest gotów do krytycznej oceny wiedzy wyptywaj cej z mierników i wska ników controllingu personalnego.	K_K01 K_K03	
<b>TRE CI PROGRAMOWE</b>				Semestr	Liczba godzin
Przedmiot: <b>controlling i audyt personalny</b>					
Forma zaj : <b>wiczenia</b>					
1. Istota controllingu personalnego. Controlling funkcji personalnej. Audyt personalny i bud etowanie. Sprawozdawczo personalna.				4	2
2. Umiejscowienie kontrolera personalnego w strukturze organizacji. Przykłady procedur kadrowych.				4	1
3. Controlling wielko ci, struktury i dynamiki zatrudnienia. Ruch pracowniczy.				4	1
4. Controlling planowania i doboru pracowników.				4	1
5. Controlling rozwoju zawodowego i oceniania pracowników.				4	2
6. Controlling wydajno ci i produktywno ci pracy. Controlling czasu pracy. Controlling stosunków pracy.				4	2



7. Controlling wynagrodze i kosztów pracy. Controlling pozaekonomicznych czynników motywacyjnych. Controlling działalności socjalnej .		4	2		
8. Audyt personalny.		4	4		
Metody kształcenia	prezentacja, dyskusja, praca w grupach, symulacje, metody przypadków				
Metody weryfikacji efektów uczenia się		Nr efektu uczenia się z sylabusu			
	PROJEKT	EP1,EP2,EP3			
	ZAJ CIA PRAKTYCZNE (WERYFIKACJA POPRZEZ OBSERWACJ )	EP1,EP2,EP3			
Forma i warunki zaliczenia	Zaliczenie na podstawie: pracy zaliczeniowej (przygotowanie projektu własnego testuj czego osiągnie efektów kształcenia w zakresie wiedzy i umiejętności. Projekt powinien zawierać : charakterystyk wybranej firmy, charakterystyk zatrudnienia w firmie, analiz wielkości, struktury i dynamiki zatrudnienia, wybrane mierniki oceny planowania personelu, wybrane mierniki wielkości rotacji zasobów ludzkich, wybrane mierniki płacowe, wybrane mierniki efektywności pracy, wybrane mierniki oceny pracowników, wybrane mierniki szkoleń i rozwoju zawodowego, SWOT zasobów ludzkich, portfolio personalne) - 60% oceny oraz aktywności studenta (obserwacja pracy studenta na zajęciach podczas dyskusji panelowych i pracy w grupie) - 40% oceny.				
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu				
	Ocena z przedmiotu jest oceną z wicze .				
Metoda obliczania oceny końcowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej
	4	controlling i audyt personalny		Ważona	
	4	controlling i audyt personalny [ wiczenia]	zaliczenie z ocen		1,00
Literatura podstawowa	Marciniak Jarosław (2010): Audyt funkcji personalnej w przedsiębiorstwie, Oficyna Ekonomiczna, Kraków				
	Sekuła Zofia (1999): Controlling personalny, cz. I. , OPO sp. z o.o., Bydgoszcz				
	Sekuła Zofia (2000): Controlling personalny, cz. II. , OPO sp. z o.o., Bydgoszcz				
Literatura uzupełniająca	Bernais Jolanta, Ingram Jolanta (2005): Controlling personalny i koszty pracy, Wyd. Akademii Ekonomicznej w Katowicach, Katowice				
	Cascio Wayne F. (2001): Kalkulacja kosztów zasobów ludzkich, Oficyna Ekonomiczna, Kraków				
	Fitz-Enz Jac (2001): Rentowność inwestycji w kapitał ludzki, Oficyna Ekonomiczna, Kraków				
	Nowak Marta (2008): Controlling personalny w przedsiębiorstwie, Oficyna a Wolters Kluwer Business, Kraków				
<b>NAKŁAD PRACY STUDENTA</b>					
	Liczba godzin				
Zajęcia dydaktyczne	15				
Udział w egzaminie/zaliczeniu	1				
Przygotowanie się do zajęć	0				
Studiowanie literatury	0				
Udział w konsultacjach	5				
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	2				
Przygotowanie się do egzaminu/zaliczenia	2				
<b>Ł. CZYNY nakład pracy studenta w godz.</b>	<b>25</b>				
<b>Liczba punktów ECTS</b>	<b>1</b>				

# S Y L A B U S (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: <b>USWE-Z-O-II-S-19/20Z</b>					
Moduł: <b>Przedmiot do wyboru w j zyku obcym [moduł]</b>					
Nazwa przedmiotu: <b>Creativity (OGÓLNOUCZELNIANE)</b>				Kod przedmiotu: <b>US182AIIJ2714_40S</b>	
Nazwa kierunku: <b>zarz dżanie</b>					
Forma studiów: <b>II stopnia, stacjonarne</b>		Profil studiów: <b>ogólnoakademicki</b>		Specjalno : 	
Status przedmiotu: <b>fakultatywny</b>			J zyk przedmiotu: <b>semestr: 4 - j zyk angielski (100%)</b>		
<b>Rok</b>	<b>Semestr</b>	<b>Forma zaj</b>	<b>Liczba godzin</b>	<b>Forma zaliczenia</b>	<b>ECTS</b>
2	4	wiczenia	30	ZO	3
<b>Razem</b>			<b>30</b>		<b>3</b>
Koordynator przedmiotu:	<b>dr JOANNA MARKIEWICZ</b>				
Prowadz cy zaj cia:					
Cele przedmiotu:	<b>The aim of this course is to provide students with the knowledge about creativity and its links with the innovation process. Students will also gain practical knowledge about using methods that increase human creativity.</b>				
Wymagania wst pne:	<b>Knowledge of the basics of marketing, management and innovation.</b>				
<b>EFEKTY UCZENIA SI</b>					
<b>Kategoria</b>	<b>Lp</b>	<b>KOD</b>	<b>Opis efektu</b>	<b>Odniesienie do efektów dla programu</b>	
wiedza	1	EP1	<b>Student has knowledge on the specifics of creativity and its links with the innovation process. Student also is able to indicate sources of innovations.</b>	<b>K_W02 K_W05</b>	
	2	EP3	<b>Student knows the legal aspects of creativity</b>	<b>K_W13</b>	
umiej tno ci	1	EP4	<b>Students can manage the process of change, creativity and innovation choosing appropriate methods and resources</b>	<b>K_U05 K_U08</b>	
kompetencje społeczne	1	EP5	<b>Student is able to use creativity enhancement techniques and is aware about the importance of building creative culture of organisations</b>	<b>K_K03 K_K04</b>	
<b>TRE CI PROGRAMOWE</b>				Semestr	Liczba godzin
Przedmiot: <b>Creativity</b>					
Forma zaj : <b>wiczenia</b>					
1. <b>The meaning of creativity and its various aspects</b>				4	2
2. <b>Theories and models of creativity</b>				4	3
3. <b>The process of change, creativity and innovation</b>				4	4
4. <b>Sources of creativity and innovation</b>				4	5
5. <b>Creativity enhancement techniques</b>				4	5
6. <b>Creative culture as an important determinant of organizational creativity</b>				4	4
7. <b>Creativity as an intangible asset ( legal aspects )</b>				4	3
8. <b>Creative industries, cities and the creative economy</b>				4	4

Metody kształcenia	<b>Lecture with elements of conversations</b> <b>Exercises using a case study</b> <b>Multimedia presentationons</b> <b>Project development</b> <b>Working in groups</b>				
Metody weryfikacji efektów uczenia się					Nr efektu uczenia się z sylabusu
	<b>KOLOKWIUM</b>				<b>EP1,EP3,EP4</b>
	<b>PROJEKT</b>				<b>EP4,EP5</b>
Forma i warunki zaliczenia	<b>Final grade will be based on gathered points from the test and the final essay and its presentation.</b>				
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu				
	<b>Arithmetic average from the test and the project</b>				
Metoda obliczania oceny końcowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej
	4	Creativity		Nieobliczana	
	4	Creativity [ wiczenia]	zaliczenie z ocen		
Literatura podstawowa	ed. by Brian Moeran, Bo T. Christensen. (2013): Exploring creativity : evaluative practices in innovation, design, and the arts, Cambridge University Press, , Cambridge				
	ed. by Filip De Beule and Ysabel Nauwelaerts. (2013): Innovation and creativity : pillars of the future global economy / ; Edward Elgar, Cheltenham				
	Goodman, Malcolm. (2013): Creativity and strategic innovation management, Routledge/Taylor & Francis, London/New York				
Literatura uzupełniająca	ed. by Barak S. Aharonson, Uriel Stettner, Terry L. Amburgey, Shmuel Ellis, Israel Drori. (2013): Understanding the relationship between networks and technology, creativity and innovation / . , Emerald, , Bingley, U.K				
	Dawson P, Andriopoulos C. (2014): Managing Change, Creativity & Innovation, Sage, London, New Delhi, Singapore, Thousand Oaks				
	Pietro -Pyszczek, Agata. (2013): Stymulowanie innowacyjności pracowników, Wydawnictwo Marina, Wrocław				
<b>NAKŁAD PRACY STUDENTA</b>					
			Liczba godzin		
Zajęcia dydaktyczne			<b>30</b>		
Udział w egzaminie/zaliczeniu			<b>2</b>		
Przygotowanie się do zajęć			<b>10</b>		
Studiowanie literatury			<b>6</b>		
Udział w konsultacjach			<b>10</b>		
Przygotowanie projektu / eseju / itp.			<b>12</b>		
Przygotowanie się do egzaminu/zaliczenia			<b>5</b>		
<b>Ł CZNY nakład pracy studenta w godz.</b>			<b>75</b>		
<b>Liczba punktów ECTS</b>			<b>3</b>		

# S Y L A B U S (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: <b>USWE-Z-O-II-S-19/20Z</b>					
Nazwa przedmiotu: <b>ekonomia menedżerska (PODSTAWOWE)</b>				Kod przedmiotu: <b>US182AIIJ2860_2S</b>	
Nazwa kierunku: <b>zarządzanie</b>					
Forma studiów: <b>II stopnia, stacjonarne</b>		Profil studiów: <b>ogólnoakademicki</b>		Specjalność:	
Status przedmiotu: <b>obowiązkowy</b>			Język przedmiotu: <b>semestr: 1 - język polski</b>		
Rok	Semestr	Forma zajęć	Liczba godzin	Forma zaliczenia	ECTS
1	1	wiczenia	15	ZO	4
		wykład	15	E	
<b>Razem</b>			<b>30</b>		<b>4</b>
Koordynator przedmiotu:		<b>dr hab. JAROSŁAW KORPYSA</b>			
Prowadzący zajęcia:					
Cele przedmiotu:		<b>Wykorzystanie teorii mikroekonomii w praktycznym podejściu do zarządzania przedsiębiorstwem. Nauka wykorzystania teorii ekonomii do podejmowania decyzji menedżerskich</b>			
Wymagania wstępne:		<b>Wiedza: student zna podstawy mikro- i makroekonomii oraz podstawy nauki o przedsiębiorstwie i zarządzaniu przedsiębiorstwem Umiejętności: student potrafi samodzielnie analizować zagadnienia z praktyki gospodarczej. Kompetencje (postaw): student potrafi pracować w grupie, ma wpojone nawyki kształcenia ustawicznego i jest przygotowany do analizowania praktycznych przykładów.</b>			
<b>EFEKTY UCZENIA SI</b>					
Kategoria	Lp	KOD	Opis efektu	Odniesienie do efektów dla programu	
wiedza	1	EP1	<b>Zna wpływ mechanizmów funkcjonowania gospodarki na działalność przedsiębiorstwa</b>	<b>K_W01 K_W05 K_W08</b>	
umiejętności	1	EP2	<b>Potrafi stosować narzędzia analizy makro i mikroekonomicznej w indywidualnym i zespołowym procesie podejmowania decyzji menedżerskich</b>	<b>K_U02 K_U04 K_U08</b>	
kompetencje społeczne	1	EP3	<b>Jest gotów do podejmowania menedżerskich decyzji w organizacji</b>	<b>K_K01 K_K04</b>	
<b>TRECI PROGRAMOWE</b>				Semestr	Liczba godzin
Przedmiot: <b>ekonomia menedżerska</b>					
Forma zajęć: <b>wykład</b>					
1. <b>Podejmowanie optymalnych decyzji na podstawie analizy marginalnej</b>				1	3
2. <b>Wykorzystanie znajomości popytu do optymalizacji decyzji cenowych</b>				1	3
3. <b>Analiza kosztów przedsiębiorstwa</b>				1	3
4. <b>Analiza wpływu otoczenia konkurencyjnego na decyzje menedżerskie - modele rynku, teoria gier</b>				1	3
5. <b>Wartość informacji dla podejmowania decyzji menedżerskich</b>				1	3
Forma zajęć: <b>wiczenia</b>					
1. <b>Funkcja popytu - kształtowanie cen w przedsiębiorstwie</b>				1	3
2. <b>Analiza rentowności i wrażliwości</b>				1	3
3. <b>Funkcja produkcji i kosztów</b>				1	4

4. Struktury rynkowe		1	3		
5. Kolokwium		1	2		
Metody kształcenia	Wykład - tradycyjny przekaz wiedzy z wykorzystaniem prezentacji multimedialnych i studiów przypadku. wiczenia - dyskusja nad pojęciami teoretycznymi, metoda analizy przypadków.				
Metody weryfikacji efektów uczenia się			Nr efektu uczenia się z sylabusu		
	EGZAMIN PISEMNY		EP1,EP2,EP3		
Forma i warunki zaliczenia	wiczenia: kolokwium podsumowujące wiedzę teoretyczną, przygotowanie i prezentacja własnego studium przypadku. Wykład: zaliczenie pisemne: rozwiązanie studium przypadku z wykorzystaniem wiedzy teoretycznej				
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu  Ocena końcowa: 50% wiczenia, 50% wykład				
Metoda obliczania oceny końcowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej
	1	ekonomia menedżerska		Nieobliczana	
	1	ekonomia menedżerska [wykład]	egzamin		
	1	ekonomia menedżerska [wiczenia]	zaliczenie z ocen		
Literatura podstawowa	Froeb L.M., McCann B.T. (2012): Ekonomia menedżerska, PWE, Warszawa				
	Png I., Lehman D. (2013): Ekonomia menedżerska, Wolters Kluwer Polska SA, Warszawa				
	Samuelson W.F., Marks S.G. (2009): Ekonomia menedżerska, PWE, Warszawa				
	Sołek A. (2013): Optymalne decyzje ekonomiczne w zadaniach, Wyd. Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie, Kraków				
Literatura uzupełniająca	Ważnińska A., Szreszewska K. (2012): Ekonomia menedżerska. Podstawy teoretyczne z zadaniami, Akademia Morska w Gdyni, Gdynia				
	Varian H.R. (2009): Mikroekonomia, PWE, Warszawa				
<b>NAKŁAD PRACY STUDENTA</b>					
		Liczba godzin			
Zajęcia dydaktyczne		30			
Udział w egzaminie/zaliczeniu		2			
Przygotowanie się do zajęć		18			
Studiowanie literatury		20			
Udział w konsultacjach		10			
Przygotowanie projektu / eseju / itp.		0			
Przygotowanie się do egzaminu/zaliczenia		20			
<b>Łączny nakład pracy studenta w godz.</b>		<b>100</b>			
<b>Liczba punktów ECTS</b>		<b>4</b>			

# S Y L A B U S (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: <b>USWE-Z-O-II-S-19/20Z</b>					
Moduł: <b>Blok: Zarz dzenie projektami w praktyce [moduł]</b>					
Nazwa przedmiotu: <b>gry symulacyjne (KIERUNKOWE)</b>				Kod przedmiotu: <b>US182AIIJ3345_35S</b>	
Nazwa kierunku: <b>zarz dzenie</b>					
Forma studiów: <b>II stopnia, stacjonarne</b>		Profil studiów: <b>ogólnoakademicki</b>		Specjalno :	
Status przedmiotu: <b>fakultatywny</b>			J zyk przedmiotu: <b>semestr: 3 - j zyk polski</b>		
<b>Rok</b>	<b>Semestr</b>	<b>Forma zaj</b>	<b>Liczba godzin</b>	<b>Forma zaliczenia</b>	<b>ECTS</b>
2	3	laboratorium	15	ZO	1
<b>Razem</b>			<b>15</b>		<b>1</b>
Koordinatork przedmiotu:	<b>dr JOANNA RZEMPAŁA</b>				
Prowadz cy zaj cia:					
Cele przedmiotu:	<b>Podstawowym celem przedmiotu jest zapoznanie studentów z problematyk funkcjonowania organizacji w warunkach symulacji, stworzenie sytuacji problemowych i warunków do aktywnego uczestnictwa w procesie podejmowania decyzji.</b>				
Wymagania wst pne:	<b>Podstawowa wiedza z zakresu ekonomii, zarz dzenia,</b>				
<b>EFEKTY UCZENIA SI</b>					
<b>Kategoria</b>	<b>Lp</b>	<b>KOD</b>	<b>Opis efektu</b>	<b>Odniesienie do efektów dla programu</b>	
wiedza	1	EP1	<b>Identyfikuje swoje kompetencje w obszarze przedsi biorczo ci , zarz dzenia (planowania, organizacji, decyzyjnosci, zarządzania ryzykiem)</b>	<b>K_W03 K_W04 K_W06</b>	
umiej tno ci	1	EP2	<b>Posiada umiej tno ci w zakresie identyfikacji zjawisk przyczynowoskutkowych w sytuacjach problemowych, wykorzystuj c wiedz z zarządzania projektami</b>	<b>K_U01 K_U03 K_U08</b>	
kompetencje społeczne	1	EP3	<b>Potrafi pracowa w grupie, przejawia aktywne postawy w trakcie zaj , rozumie własna i zbiorow odpowiedzialno</b>	<b>K_K02 K_K03 K_K04</b>	
<b>TRE CI PROGRAMOWE</b>				Semestr	Liczba godzin
Przedmiot: <b>gry symulacyjne</b>					
Forma zaj : <b>laboratorium</b>					
1. <b>Gra Poligon projektów</b>				3	6
2. <b>Whiskey Game</b>				3	6
3. <b>Pizza Kanban Game</b>				3	3
Metody kształcenia	<b>Cwiczenia w formie warsztatów, które obejmuj dyskusj moderowan , analiz studium przypadku, gry decyzyjne i kierownicze, prace w grupach oraz elementy projektu (prezentacji wyników).</b>				
Metody weryfikacji efektów uczenia si					Nr efektu uczenia si z sylabusu
	<b>SPRAWDZIAN</b>				<b>EP1,EP2</b>
	<b>ZAJ CIA PRAKTYCZNE (WERYFIKACJA POPRZEZ OBSERWACJ )</b>				<b>EP2,EP3</b>

Forma i warunki zaliczenia	<b>sparwdziany, aktywno na zaj ciach</b>				
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu				
	<b>50% wyniki ze sparwdzianów, 50% aktywno podczas gier</b>				
Metoda obliczania oceny kocowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej
	3	gry symulacyjne		Arytmetyczna	
	3	gry symulacyjne [laboratorium]	zaliczenie z ocen		
Literatura podstawowa	2. Nowoczesne zarządzanie projektami, red. M. Trocki, PWE, Warszawa 2014. :				
	.Belbin M., Nie tylko zespół, Oficyna Ekonomiczna, Kraków 2010. :				
Literatura uzupełniająca					
<b>NAKŁAD PRACY STUDENTA</b>					
	Liczba godzin				
Zajcia dydaktyczne	<b>15</b>				
Udział w egzaminie/zaliczeniu	<b>3</b>				
Przygotowanie się do zaj	<b>3</b>				
Studiowanie literatury	<b>1</b>				
Udział w konsultacjach	<b>3</b>				
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	<b>0</b>				
Przygotowanie się do egzaminu/zaliczenia	<b>0</b>				
<b>Ł CZNY nakład pracy studenta w godz.</b>	<b>25</b>				
<b>Liczba punktów ECTS</b>	<b>1</b>				

# S Y L A B U S (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: <b>USWE-Z-O-II-S-19/20Z</b>					
Moduł: <b>J zyk obcy [moduł]</b>					
Nazwa przedmiotu: <b>j zyk angielski (OGÓLNOUCZELNIANE)</b>				Kod przedmiotu: <b>US182AIIJ2643_21S</b>	
Nazwa kierunku: <b>zarz dzanie</b>					
Forma studiów: <b>II stopnia, stacjonarne</b>		Profil studiów: <b>ogólnoakademicki</b>		Specjalno : 	
Status przedmiotu: <b>fakultatywny</b>			J zyk przedmiotu: <b>semestr: 3 - j zyk angielski (100%)</b>		
<b>Rok</b>	<b>Semestr</b>	<b>Forma zaj</b>	<b>Liczba godzin</b>	<b>Forma zaliczenia</b>	<b>ECTS</b>
2	3	lektorat	30	ZO	3
<b>Razem</b>			<b>30</b>		<b>3</b>
Koordynator przedmiotu:	<b>mgr IWONA ROKITA-LISIECKA</b>				
Prowadz cy zaj cia:					
Cele przedmiotu:	<b>Doskonalenie sprawno ci j zykowych i doprowadzenie studentów do poziomu B2+ poprzez poszerzenie i usystematyzowanie wiedzy z zakresu słownictwa fachowego (zarz dzanie).</b>				
Wymagania wst pne:	<b>wiadomo ci z zakresu gramatyki, słownictwa i fonetyki na poziomie B2 według zalece Common European Framework</b>				
<b>EFEKTY UCZENIA SI</b>					
<b>Kategoria</b>	<b>Lp</b>	<b>KOD</b>	<b>Opis efektu</b>	<b>Odniesienie do efektów dla programu</b>	
wiedza	1	EP1	<b>Student zna zasób słownictwa i struktur gramatycznych wła ciwych dla odpowiedniego rejestru wypowiedzi pisemnych i ustnych.</b>	<b>K_W01</b>	
umiej tno ci	1	EP2	<b>Student potrafi wyra a opinie, udziela rekomendacji, okre la upodobania i zainteresowania, co stanowi baz do wicze konwersacyjnych. Student potrafi stre ci wypowiedz ustn lub pisemn w sposób jasny i zrozumiały. Student tworzy spójny i logiczny tekst na dany temat w postaci listu formalnego, nieformalnego, recenzji.</b>	<b>K_U07</b>	
<b>TRE CI PROGRAMOWE</b>				Semestr	Liczba godzin
Przedmiot: <b>j zyk angielski</b>					
Forma zaj : <b>lektorat</b>					
1. <b>Powtórka materiału i kolokwium</b>				3	6
2. <b>Zaj cia doskonal ce wszystkie umiej tno ci j zykowe - czytanie, konwersacje, gramatyka, słownictwo na poziomie B2-B2+.</b>				3	24
Metody kształcenia	<b>konwersacje, symulacja scenek, słuchanie dialogów, tekstów i wiadomo ci, czytanie, analiza i tłumaczenie tekstów, wiczenia gramatyczne (pisemne i interaktywne), pisanie tekstów (maile, listy, sprawozdania), prezentacje samodzielnie, przygotowanych zagadnie</b>				
Metody weryfikacji efektów uczenia si					Nr efektu uczenia si z sylabusu
	<b>KOLOKWIIUM</b>				<b>EP1, EP2</b>



Forma i warunki zaliczenia	<b>Zaliczenie pisemne w formie testu, kolokwium i sprawdzian na poziomie B2+ i aktywno na zaj ciach.</b>				
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu				
	<b>Ocena ko cowa (ocena koordynatora) równa si redniej ocen z kolokwium, sprawdzianu i weryfikacji przez obserwacj .</b>				
Metoda obliczania oceny ko cowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej
	3	j zyk angielski		Nieobliczana	
	3	j zyk angielski [lektorat]	zaliczenie z ocen		
Literatura podstawowa	wg wyboru Lektora :				
Literatura uzupełniają ca	wg wyboru Lektora :				
<b>NAKŁAD PRACY STUDENTA</b>					
	Liczba godzin				
Zaj cia dydaktyczne	<b>30</b>				
Udział w egzaminie/zaliczeniu	<b>5</b>				
Przygotowanie si do zaj	<b>15</b>				
Studiowanie literatury	<b>15</b>				
Udział w konsultacjach	<b>5</b>				
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	<b>0</b>				
Przygotowanie si do egzaminu/zaliczenia	<b>5</b>				
<b>Ł CZNY nakład pracy studenta w godz.</b>	<b>75</b>				
<b>Liczba punktów ECTS</b>	<b>3</b>				

# S Y L A B U S (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: <b>USWE-Z-O-II-S-19/20Z</b>					
Moduł: <b>J zyk obcy [moduł]</b>					
Nazwa przedmiotu: <b>j zyk francuski (OGÓLNOUCZELNIANE)</b>				Kod przedmiotu: <b>US182AIIJ2646_22S</b>	
Nazwa kierunku: <b>zarz dzanie</b>					
Forma studiów: <b>II stopnia, stacjonarne</b>		Profil studiów: <b>ogólnoakademicki</b>		Specjalno : 	
Status przedmiotu: <b>fakultatywny</b>			J zyk przedmiotu: <b>semestr: 3 - j zyk francuski (100%)</b>		
<b>Rok</b>	<b>Semestr</b>	<b>Forma zaj</b>	<b>Liczba godzin</b>	<b>Forma zaliczenia</b>	<b>ECTS</b>
2	3	lektorat	30	ZO	3
<b>Razem</b>			<b>30</b>		<b>3</b>
Koordinator przedmiotu:	<b>mgr REGINA PTAK</b>				
Prowadz cy zaj cia:					
Cele przedmiotu:	<b>Konsolidacja materiału na poziomie B2. Dodatkowe słownictwo i struktury j zykowe zgodne ze specjalizacj kierunku na poziomie B2 +.</b>				
Wymagania wst pne:	<b>Poziom kompetencji j zykowej definiowanej jako B2.</b>				
<b>EFEKTY UCZENIA SI</b>					
<b>Kategoria</b>	<b>Lp</b>	<b>KOD</b>	<b>Opis efektu</b>	<b>Odniesienie do efektów dla programu</b>	
umiej tno ci	1	EP1	<b>Zna konstrukcje gramatyczne, frazeologi i słownictwo pozwalaj ce na zrozumienie tekstów dotycz cych danego kierunku studiów oraz tekstów o charakterze akademickim.</b>	<b>K_U06 K_U07</b>	
	2	EP2	<b>Rozumie teksty dotycz ce studiowanej dziedziny, a tak e teksty o charakterze ogólnoakademickim. Potrafi dostrzec znaczenie ukryte, wyra one po rednio.</b>	<b>K_U07</b>	
	3	EP3	<b>Potrafi przygotowa ró norodne opracowania pisemne dot. studiowanego kierunku, a tak e przedstawi wyniki swoich własnych bada naukowych.</b>	<b>K_U06 K_U07</b>	
	4	EP4	<b>Potrafi formułowa przejrzyste i rozbudowane wypowiedzi ustne dotycz ce j zyka potrzebnego do prawidłowego funkcjonowania w rodowisku akademickim i w rodowisku pracy</b>	<b>K_U06 K_U07</b>	
kompetencje społeczne	1	EP5	<b>Ma wiadomo uczenia si przez całe ycie.</b>	<b>K_K01</b>	
	2	EP6	<b>Pracuje samodzielnie nad powierzon prac .</b>	<b>K_K02 K_K04</b>	
	3	EP7	<b>Wykazuje kreatywno podczas realizowanych zada</b>	<b>K_K04</b>	
<b>TRE CI PROGRAMOWE</b>				Semestr	Liczba godzin
Przedmiot: <b>j zyk francuski</b>					
Forma zaj : <b>lektorat</b>					
1. <b>Frazeologia i słownictwo j zyka specjalistycznego danej dziedziny studiów</b>				3	20
2. <b>Konsolidacja zagadnie z gramatyki na poziomie B2</b>				3	10

Metody kształcenia	1. konwersacje 2. symulacja scenek z życia codziennego 3. słuchanie dialogów, tekstów i wiadomości 4. oglądanie krótkich filmów (sceny z życia codziennego) 5. czytanie, analiza i tłumaczenie tekstów 6. ćwiczenia gramatyczne (pisane i interaktywne) 7. pisanie krótkich tekstów (maile, listy) 8. prezentacje samodzielnie przygotowanych zagadnień				
Metody weryfikacji efektów uczenia się					Nr efektu uczenia się z sylabusu
	KOŁOKWIUM				EP1,EP2,EP4,EP5,EP6
	SPRAWDZIAN				EP1,EP2,EP4,EP6
	PRACA PISEMNA/ ESEJ/ RECENZJA				EP1,EP2,EP3,EP6,EP7
	ZAJĘCIA PRAKTYCZNE (WERYFIKACJA POPRZEZ OBSERWACJĘ)				EP1,EP2,EP4,EP5,EP7
Forma i warunki zaliczenia	<b>FORMA zaliczenia :</b> zaliczenie na ocenę <b>WARUNKI zaliczenia:</b> obecność, aktywność na zajęciach, zaliczenie testów czystkowych, prac pisemnych lub prezentacji <b>OCENA za semestr na podstawie ocen z testów, prac pisemnych, oceny aktywności</b> <b>OCENA z lektoratu stanowi ocenę z kolokwium zaliczeniowego według wskazania w planie studiów</b>				
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu				
	<b>Wymagania dotyczące oceny:</b> <b>Dostateczny 60-70 % punktów z testu</b> <b>Dobry 70%-90% punktów z testu</b> <b>Bardzo dobry 90%-100% punktów z testu</b>				
Metoda obliczania oceny końcowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej
	3	język francuski		Ważona	
	3	język francuski [lektorat]	zaliczenie z ocen		1,00
Literatura podstawowa	Elodie Heu, Jean-Jacques Mabilat (2006): Edito B2+, Wyd. Didier, Paris				
Literatura uzupełniająca	Bloomfield Anatole et Emmanuelle Daill : DELF B2 : 200 activités, CLE International,				
	Boulares, Michele et Jean-Louis Frerot. : Grammaire progressive du français : niveau avancé, CLE International				
	Leroy-Miquel Claire : Vocabulaire progressif du français : niveau avancé, CLE International				
	strony internetowe przydatne w realizacji powyższego programu podane przez prowadzącego zajęcia				
<b>NAKŁAD PRACY STUDENTA</b>					
			Liczba godzin		
Zajęcia dydaktyczne			30		
Udział w egzaminie/zaliczeniu			4		
Przygotowanie się do zajęć			20		
Studiowanie literatury			7		
Udział w konsultacjach			4		
Przygotowanie projektu / eseju / itp.			6		
Przygotowanie się do egzaminu/zaliczenia			4		
<b>Łączny nakład pracy studenta w godz.</b>			<b>75</b>		
<b>Liczba punktów ECTS</b>			<b>3</b>		

# S Y L A B U S (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: <b>USWE-Z-O-II-S-19/20Z</b>					
Moduł: <b>J zyk obcy [moduł]</b>					
Nazwa przedmiotu: <b>j zyk hiszpa ski (OGÓLNOUCZELNIANE)</b>				Kod przedmiotu: <b>US182AIIJ2643_19S</b>	
Nazwa kierunku: <b>zarz dzenie</b>					
Forma studiów: <b>II stopnia, stacjonarne</b>		Profil studiów: <b>ogólnoakademicki</b>		Specjalno : 	
Status przedmiotu: <b>fakultatywny</b>			J zyk przedmiotu: <b>semestr: 3 - j zyk hiszpa ski (100%)</b>		
<b>Rok</b>	<b>Semestr</b>	<b>Forma zaj</b>	<b>Liczba godzin</b>	<b>Forma zaliczenia</b>	<b>ECTS</b>
2	3	lektorat	30	ZO	3
<b>Razem</b>			<b>30</b>		<b>3</b>
Koordinator przedmiotu:	<b>dr PIOTR WAHL</b>				
Prowadz cy zaj cia:					
Cele przedmiotu:	<b>Doskonalenie sprawno ci j zykowych i doprowadzenie studentów do poziomu B2+ przez poszerzenie i usystematyzowanie wiedzy z zakresu gramatyki i słownictwa.</b>				
Wymagania wst pne:	<b>Wiadomo ci z zakresu gramatyki, słownictwa i fonetyki j zyka angielskiego na poziomie B2.</b>				
<b>EFEKTY UCZENIA SI</b>					
<b>Kategoria</b>	<b>Lp</b>	<b>KOD</b>	<b>Opis efektu</b>	<b>Odniesienie do efektów dla programu</b>	
wiedza	1	EP1	<b>Student zna zasób słownictwa i struktur gramatycznych wła ciwych dla odpowiedniego rejestru wypowiedzi pisemnych i ustnych.</b>	<b>K_W01</b>	
umiej tno ci	1	EP2	<b>Student potrafi wyra a opinie, udziela rekomendacji, okre la upodobania i zainteresowania, co stanowi baz do wicze konwersacyjnych. Student potrafi stre ci wypowied ustn lub pisemn w sposób jasny i zrozumiały. Student tworzy spójny i logiczny tekst na dany temat w postaci listu formalnego, nieformalnego, recenzji.</b>	<b>K_U07</b>	
kompetencje społeczne	1	EP3	<b>Wykazuje aktywn postaw w ci głym kształceniu si i doskonaleniu kompetencji j zykowych.</b>	<b>K_K01 K_K03</b>	
<b>TRE CI PROGRAMOWE</b>				Semestr	Liczba godzin
Przedmiot: <b>j zyk hiszpa ski</b>					
Forma zaj : <b>lektorat</b>					
1. <b>Zagadnienia gramatyczne i leksykalne</b>				3	10
2. <b>Ewaluacja w zakresie przerobionego materiału gramatyczno-leksykalnego</b>				3	10
3. <b>Zintegrowane Sprawno ci J zykowe</b>				3	10
Metody kształcenia	<b>Konwersacje; symulacja scenek z ycia codziennego; słuchanie dialogów, tekstów i wiadomo ci; ogl danie krótkich filmów(sceny z ycia codziennego); czytanie, analiza i tłumaczenie tekstów; wiczenia gramatyczne (pisane i interaktywne); pisanie krótkich tekstów (maile, listy); prezentacje samodzielnie przygotowanych zagadnie .</b>				

Metody weryfikacji efektów uczenia się						Nr efektu uczenia się z sylabusu
	<b>EGZAMIN PISEMNY</b>					<b>EP1,EP2,EP3</b>
Forma i warunki zaliczenia	<b>Zaliczenie pisemne w formie testu, kolokwium i sprawdzian na poziomie B2+ i aktywno na zaj ciach.</b>					
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu					
<b>Ocena ko cowa (ocena koordynatora) równa si redniej ocen z kolokwium, sprawdzianu i weryfikacji przez obserwacj .</b>						
Metoda obliczania oceny ko cowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej	
	3	j zyk hiszpa ski		Wa ona		
	3	j zyk hiszpa ski [lektorat]	zaliczenie z ocen		1,00	
Literatura podstawowa	wg wyboru Lektora :					
Literatura uzupełniają ca	wg wyboru Lektora :					
<b>NAKŁAD PRACY STUDENTA</b>						
			Liczba godzin			
Zaj cia dydaktyczne			<b>30</b>			
Udział w egzaminie/zaliczeniu			<b>5</b>			
Przygotowanie się do zaj			<b>20</b>			
Studiowanie literatury			<b>15</b>			
Udział w konsultacjach			<b>5</b>			
Przygotowanie projektu / eseju / itp.			<b>0</b>			
Przygotowanie się do egzaminu/zaliczenia			<b>0</b>			
<b>Ł CZNY nakład pracy studenta w godz.</b>			<b>75</b>			
<b>Liczba punktów ECTS</b>			<b>3</b>			

# S Y L A B U S (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: <b>USWE-Z-O-II-S-19/20Z</b>					
Moduł: <b>J zyk obcy [moduł]</b>					
Nazwa przedmiotu: <b>j zyk niemiecki (OGÓLNOUCZELNIANE)</b>				Kod przedmiotu: <b>US182AIIJ2644_20S</b>	
Nazwa kierunku: <b>zarz dzanie</b>					
Forma studiów: <b>II stopnia, stacjonarne</b>		Profil studiów: <b>ogólnoakademicki</b>		Specjalno : 	
Status przedmiotu: <b>fakultatywny</b>			J zyk przedmiotu: <b>semestr: 3 - j zyk niemiecki (100%)</b>		
<b>Rok</b>	<b>Semestr</b>	<b>Forma zaj</b>	<b>Liczba godzin</b>	<b>Forma zaliczenia</b>	<b>ECTS</b>
2	3	lektorat	30	ZO	3
<b>Razem</b>			<b>30</b>		<b>3</b>
Koordinator przedmiotu:	<b>mgr DOROTA MATKOWSKA-KLATT</b>				
Prowadz cy zaj cia:					
Cele przedmiotu:	<b>Konsolidacja materiału na poziomie B2. Dodatkowe słownictwo i struktury j zykowe zgodne ze specjalizacj kierunku na poziomie B2 +.</b>				
Wymagania wst pne:	<b>Poziom kompetencji j zykowej definiowany jako B2.</b>				
<b>EFEKTY UCZENIA SI</b>					
<b>Kategoria</b>	<b>Lp</b>	<b>KOD</b>	<b>Opis efektu</b>	<b>Odniesienie do efektów dla programu</b>	
umiej tno ci	1	EP1	Rozumie teksty dotycz ce studiowanej dziedziny, a tak e teksty o charakterze ogólnoakademickim. Potrafi dostrzec znaczenie ukryte wyra one po rednio.	K_U07	
	2	EP2	Potrafi przygotowa ró norodne opracowania pisemne dot. studiowanego kierunku, a tak e przedstawi wyniki swoich własnych bada naukowych.	K_U04 K_U07	
	3	EP3	Potrafi formułowa przejrzyste i rozbudowane wypowiedzi ustne w j zyku obcym niezbd ne do prawidłowego funkcjonowania w rodowisku akademickim i w rodowisku pracy.	K_U06 K_U07	
kompetencje społeczne	1	EP4	Ma wiadomo uczenia si przez całe ycie.	K_K03	
	2	EP5	Pracuje samodzielnie nad powierzon prac .	K_K04	
	3	EP6	Wykazuje kreatywno podczas realizowanych zada .	K_K04	
<b>TRE CI PROGRAMOWE</b>				Semestr	Liczba godzin
Przedmiot: j zyk niemiecki					
Forma zaj : lektorat					
1. Zaj cia doskonal ce wszystkie kompetencje j zykowe (słuchanie, mówienie, czytanie i pisanie) odnosz ce si do słownictwa i tematyki w zakresie proponowanym w podr czniku (patrz: literatura podstawowa).				3	12
2. Zaj cia zwi zane z materiałem leksykalno-gramatycznym zawartym w podr czniku i wynikaj cym z celów nauczania na poziomie B2+.				3	12
3. Zaj cia po wi cone na powtórzenie przerobionego materiału i kolokwia.				3	6
Metody kształcenia	Symulacja scenek z ycia codziennego i zawodowego, Pisanie krótkich tekstów (maile, listy), Prezentacje samodzielnie przygotowanych zagadnie , Ogl danie krótkich filmów (sceny z ycia codziennego i zawodowego), wiczenia gramatyczne (pisanie i interaktywne), Czytanie, analiza i tłumaczenie tekstów, Słuchanie dialogów, tekstów i wiadomo ci				

Metody weryfikacji efektów uczenia się					Nr efektu uczenia się z sylabusu
	<b>KOLOKWIUM</b>				<b>EP1,EP3,EP5,EP6</b>
	<b>PRACA PISEMNA/ ESEJ/ RECENZJA</b>				<b>EP2,EP5,EP6</b>
	<b>PROJEKT</b>				<b>EP1,EP2,EP3,EP4,EP5,EP6</b>
	<b>ZAJ CIA PRAKTYCZNE (WERYFIKACJA POPRZEZ OBSERWACJ )</b>				<b>EP1,EP3,EP5,EP6</b>
Forma i warunki zaliczenia	<b>FORMA: zaliczenie na ocen</b> <b>WARUNKI zaliczenia: obecno , aktywno na zaj ciach, zaliczenie kolokwiów, prac pisemnych i prezentacji.</b>				
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu				
	<b>OCENA semestralna stanowi redni arytmetyczn ocen cz stkowych z kolokwiów, prac pisemnych i prezentacji.</b>				
Metoda obliczania oceny ko cowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej
	3	j zyk niemiecki		Arytmetyczna	
	3	j zyk niemiecki [lektorat]	zaliczenie z ocen		
Literatura podstawowa	Klotz Verena, Merkelbach Matthias (2016): Fokus Deutsch - Erfolgreich in Alltag und Beruf B2, Cornelsen Verlag, Berlin				
Literatura uzupełniaj ca	Jin Friederike, Voß Ute (2017): Grammatik aktiv B2-C1, Cornelsen Schulverlage, Berlin				
	Niemieckie gazety i czasopisma				
<b>NAKŁAD PRACY STUDENTA</b>					
			Liczba godzin		
Zaj cia dydaktyczne			<b>30</b>		
Udział w egzaminie/zaliczeniu			<b>2</b>		
Przygotowanie się do zaj			<b>15</b>		
Studiowanie literatury			<b>8</b>		
Udział w konsultacjach			<b>5</b>		
Przygotowanie projektu / eseju / itp.			<b>5</b>		
Przygotowanie się do egzaminu/zaliczenia			<b>10</b>		
<b>Ł CZNY nakład pracy studenta w godz.</b>			<b>75</b>		
<b>Liczba punktów ECTS</b>			<b>3</b>		

# S Y L A B U S (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: <b>USWE-Z-O-II-S-19/20Z</b>					
Moduł: <b>J zyk obcy [moduł]</b>					
Nazwa przedmiotu: <b>j zyk rosyjski (OGÓLNOUCZELNIANE)</b>				Kod przedmiotu: <b>US182AIIJ2646_18S</b>	
Nazwa kierunku: <b>zarz dzanie</b>					
Forma studiów: <b>II stopnia, stacjonarne</b>		Profil studiów: <b>ogólnoakademicki</b>		Specjalno : 	
Status przedmiotu: <b>fakultatywny</b>			J zyk przedmiotu: <b>semestr: 3 - j zyk rosyjski (100%)</b>		
<b>Rok</b>	<b>Semestr</b>	<b>Forma zaj</b>	<b>Liczba godzin</b>	<b>Forma zaliczenia</b>	<b>ECTS</b>
2	3	lektorat	30	ZO	3
<b>Razem</b>			<b>30</b>		<b>3</b>
Koordynator przedmiotu:		<b>mgr LUCYNA SM DZIK</b>			
Prowadz cy zaj cia:					
Cele przedmiotu:		<b>wykształcenie u studentów sprawn o ci receptywnych i produktywnych w zakresie j zyka obcego oraz poszerzenie słownictwa i umiej tno ci komunikacyjnych w sytuacjach ycia codziennego a tak e interesuj cej ich problematyki fachowej</b>			
Wymagania wst pne:		<b>w ka dym kolejnym semestrze kursu, zaliczony ka dy poprzedni semestr kursu; nawyki j zykowe niezbd ne do opanowania j zyka obcego, umiej tno ci reprodukowania d wi ków, analizowania i systematyzowania wiedzy</b>			
<b>EFEKTY UCZENIA SI</b>					
<b>Kategoria</b>	<b>Lp</b>	<b>KOD</b>	<b>Opis efektu</b>	<b>Odniesienie do efektów dla programu</b>	
wiedza	1	EP1	<b>zna słownictwo dotycz ce: mediów, podró y, sztuki i historii, gastronomii, zdrowia i rodowiska naturalnego, nauki, pracy i problemów społecznych</b>	<b>K_W04 K_W10</b>	
umiej tno ci	1	EP2	<b>czyta artykuły dotycz ce problematyki współczesnego wiata, w których autorzy zawieraj pewien punkt widzenia lub własne opinie; rozumie współczesny tekst pisany proz</b>	<b>K_U07 K_U09</b>	
kompetencje społeczne	1	EP3	<b>ma wiadomo , e nauka j zyka obcego jest procesem; udoskonala i uzupełnia wiedz i zdobyte umiej tno ci</b>	<b>K_K01</b>	
<b>TRE CI PROGRAMOWE</b>				Semestr	Liczba godzin
Przedmiot: <b>j zyk rosyjski</b>					
Forma zaj : <b>lektorat</b>					
1. <b>zasady fonetyki, intonacji i akcentuacji</b>				3	10
2. <b>wiczenia w mówieniu, czytaniu, słuchaniu, pisaniu</b>				3	18
3. <b>sprawdzian zdobytej wiedzy</b>				3	2
Metody kształcenia		<b>zaj cia doskonala ce wszystkie kompetencje j zykowe: czytanie, słuchanie, mówienie i pisanie, odnosz ce si do słownictwa i tematyki w zakresie proponowanym w podr czniku do nauki j zyka obcego oraz dodatkowych materiałów tekstowych; zaj cia zwi zane z materiałem leksykalno-gramatycznym zawartym w podr czniku i wynikaj cym z celów nauczania; podstawy wymowy i pisowni; tworzenie wypowiedzi na ró ne tematy</b>			
Metody weryfikacji efektów uczenia si					Nr efektu uczenia si z sylabusa
		<b>KOLOKWIUM</b>			<b>EP1,EP2,EP3</b>



Forma i warunki zaliczenia	zaliczenie przedmiotu na ocen : wypowiedzi w formie ustnej oraz prace pisemne: sprawdzian, test. kolokwium				
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu				
	ocen ko cow z wicze stanowi rednia ocen ze sprawdzianu, testu, kolokwium oraz za przygotowan prezentacj ocen ko cow z przedmiotu stanowi ocena rednia ze wszystkich wykonanych prac przez studenta w formie ustnej i pisemnej; aktywny udział w zaj ciach				
Metoda obliczania oceny ko cowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej
	3	j zyk rosyjski		Wa ona	
	3	j zyk rosyjski [lektorat]	zaliczenie z ocen		1,00
Literatura podstawowa	według wyboru prowadz cego :				
Literatura uzupełniają ca					
<b>NAKŁAD PRACY STUDENTA</b>					
	Liczba godzin				
Zaj cia dydaktyczne	<b>30</b>				
Udział w egzaminie/zaliczeniu	<b>4</b>				
Przygotowanie si do zaj	<b>18</b>				
Studiowanie literatury	<b>2</b>				
Udział w konsultacjach	<b>17</b>				
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	<b>2</b>				
Przygotowanie si do egzaminu/zaliczenia	<b>2</b>				
<b>Ł CZNY nakład pracy studenta w godz.</b>	<b>75</b>				
<b>Liczba punktów ECTS</b>	<b>3</b>				

# S Y L A B U S (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: <b>USWE-Z-O-II-S-19/20Z</b>					
Nazwa przedmiotu: <b>kompleksowe zarz dzenie jako ci (KIERUNKOWE)</b>				Kod przedmiotu: <b>US182AIJ2714_6S</b>	
Nazwa kierunku: <b>zarz dzenie</b>					
Forma studiów: <b>II stopnia, stacjonarne</b>		Profil studiów: <b>ogólnoakademicki</b>		Specjalno : 	
Status przedmiotu: <b>obowi zkowy</b>			J zyk przedmiotu: <b>semestr: 2 - j zyk polski</b>		
<b>Rok</b>	<b>Semestr</b>	<b>Forma zaj</b>	<b>Liczba godzin</b>	<b>Forma zaliczenia</b>	<b>ECTS</b>
1	2	konwersatorium	30	ZO	3
<b>Razem</b>			<b>30</b>		<b>3</b>
Koordynator przedmiotu:		dr ANNA BIELAWA			
Prowadz cy zaj cia:					
Cele przedmiotu:		Celem jest przedstawienie zagadnie kompleksowego zarz dzania jako ci w organizacji, nabycie umiej tno ci wykorzystania poznanych narz dzi kształtowania jako ci oraz u wiadomienia kompleksowego wpływu problematyki dotycz cej zarz dzania jako ci produktów i usług na całokształt funkcjonowania przedsi biorstw i gospodarki.			
Wymagania wst pne:		Student zna podstawy zarz dzania jako ci w organizacji, student potrafi okre li podstawowe wymagania klienta odno nie produktu, student potrafi pracowa w grupie i ma nawyki kształcenia ustawicznego.			
<b>EFEKTY UCZENIA SI</b>					
<b>Kategoria</b>	<b>Lp</b>	<b>KOD</b>	<b>Opis efektu</b>	<b>Odniesienie do efektów dla programu</b>	
wiedza	1	EP1	zna i rozumie koncepcje i modele kompleksowego zarz dzania jako ci	K_W02 K_W05	
umiej tno ci	1	EP2	umie samodzielnie dokona przegl du dokumentacji systemu kompleksowego zarz dzania jako ci	K_U02	
	2	EP3	ocenia zasadno zastosowanych w przedsi biorstwie narz dzi kompleksowego zarz dzania jako ci	K_U08	
kompetencje społeczne	1	EP4	rozumie kompleksowy wpływ problematyki dotycz cej zarz dzania jako ci produktów i usług na całokształt funkcjonowania przedsi biorstw i gospodarki.	K_K03	
	2	EP5	posiada wiadomo konieczno ci d enia do ci głego doskonalenia we wszystkich obszarach ycia społeczno-ekonomicznego.	K_K01 K_K04	
<b>TRE CI PROGRAMOWE</b>				Semestr	Liczba godzin
Przedmiot: <b>kompleksowe zarz dzenie jako ci</b>					
Forma zaj : <b>konwersatorium</b>					
1. Podstawowe zagadnienia kompleksowego zarz dzania jako ci (TQM)				2	2
2. Prekursorzy i koncepcje zarz dzania przez jako				2	2
3. Proces wdra ania TQM i jego efekty w organizacji				2	2
4. Nagrody jako ci				2	2
5. Model doskonało ci EFQM				2	2
6. Metody usprawniania i doskonalenia pracy w organizacji.				2	2
7. Kaizen w przedsi biorstwie				2	2
8. Wybrane techniki i metody TQM				2	10

9. Koszty jako ci		2	2
10. TQM ? studia przypadków		2	4
Metody kształcenia	Konwersatoria z wykorzystaniem case study i prezentacji multimedialnych		
Metody weryfikacji efektów uczenia si			Nr efektu uczenia si z sylabusa
	KOLOKWIUM		EP1,EP2,EP3,EP4,EP5
	PROJEKT		EP1,EP2,EP3,EP4,EP5
Forma i warunki zaliczenia	Podstaw uzyskania zaliczenia jest uzyskanie pozytywnej oceny z zaliczenia i projektu.		
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu		
	Ocena z przedmiotu jest redni wa on z zaliczenia i projektu.		
Metoda obliczania oceny ko cowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia
	2	kompleksowe zarz dzanie jako ci	Metoda obl. oceny Ważona
	2	kompleksowe zarz dzanie jako ci [konwersatorium]	zaliczenie z ocen
Literatura podstawowa	E. Konarzewska-Gubała (2003): Zarz dzanie przez jako . Koncepcje, metody, studia przypadków, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej we Wrocławiu		
	Fr J., Goł biowski M., Bielawa A. (2006): Podstawy zarz dzania jako ci w przedsi biorstwie, Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Szczeci skiego		
	H. Obora, M. wiklicki (2009): Metody TQM w zarz dzaniu firm . Praktyczne przykłady zastosowa ., PolteXt		
	J. Ła cuki (2006): Podstawy kompleksowego zarz dzania jako ci TQM, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej w Poznaniu		
	K. Szczepa ska (2010): TQM w zarz dzaniu zasobami ludzkimi, Poltext		
Literatura uzupełniają ca	H.H. Steinbeck (1998): Total Quality Management. Kompleksowe zarz dzanie jako ci . Do wiadczenia praktyczne z IBM Niemcy, Placet		
<b>NAKŁAD PRACY STUDENTA</b>			
	Liczba godzin		
Zaj cia dydaktyczne	30		
Udział w egzaminie/zaliczeniu	2		
Przygotowanie si do zaj	8		
Studiowanie literatury	10		
Udział w konsultacjach	5		
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	8		
Przygotowanie si do egzaminu/zaliczenia	10		
<b>Ł CZNY nakład pracy studenta w godz.</b>	<b>73</b>		
<b>Liczba punktów ECTS</b>	<b>3</b>		

# S Y L A B U S (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: <b>USWE-Z-O-II-S-19/20Z</b>					
Moduł: <b>Blok: Doskonalenie potencjału pracowników</b>					
Nazwa przedmiotu: <b>komunikacja interpersonalna (KIERUNKOWE)</b>				Kod przedmiotu: <b>US182AIIJ2935_11S</b>	
Nazwa kierunku: <b>zarz dżanie</b>					
Forma studiów: <b>II stopnia, stacjonarne</b>		Profil studiów: <b>ogólnoakademicki</b>		Specjalno : 	
Status przedmiotu: <b>fakultatywny</b>			J zyk przedmiotu: <b>semestr: 2 - j zyk polski</b>		
<b>Rok</b>	<b>Semestr</b>	<b>Forma zaj</b>	<b>Liczba godzin</b>	<b>Forma zaliczenia</b>	<b>ECTS</b>
1	2	wiczenia	15	ZO	1
<b>Razem</b>			<b>15</b>		<b>1</b>
Koordynator przedmiotu:	<b>dr AGNIESZKA KWARCI SKA</b>				
Prowadz cy zaj cia:					
Cele przedmiotu:	<b>Celem przedmiotu jest przedstawienie wiedzy o podstawowych zagadnieniach z zakresu komunikowania interpersonalnego oraz form i technik komunikowania si .</b>				
Wymagania wst pne:	<b>Student zna podstawy ekonomii i zarz dżania oraz rozró nia podstawowe kategorie ekonomiczne, potrafi interpretowa uzyskane wyniki, b d ce przedmiotem analiz ekonomicznych oraz pracowa w grupie i zna zasady kształcenia ustawicznego</b>				
<b>EFEKTY UCZENIA SI</b>					
<b>Kategoria</b>	<b>Lp</b>	<b>KOD</b>	<b>Opis efektu</b>	<b>Odniesienie do efektów dla programu</b>	
wiedza	1	EP1	<b>potrafi wskaza na prawidłowo ci funkcjonowania gospodarki i odnie je w stosunku do działania konkretnej organizacji</b>	<b>K_W01</b>	
	2	EP2	<b>wie jakie zasoby organizacji zastosowa w konkretnym działaniu</b>	<b>K_W05</b>	
	3	EP3	<b>wie, w jaki sposób zarz dża pracownikami w organizacji</b>	<b>K_W10</b>	
umiej tno ci	1	EP4	<b>ma opanowan technik komunikowania si , zna zasady zarz dżania oraz stosuje fachow terminolgi</b>	<b>K_U06</b>	
	2	EP5	<b>jest samodzielny w planowaniu i realizacji zada</b>	<b>K_U09</b>	
kompetencje społeczne	1	EP6	<b>obiektywnie ocenia wiedz i przekazywane informacje</b>	<b>K_K01</b>	
	2	EP7	<b>jest przedsi biorczy i innowacyjny</b>	<b>K_K04</b>	
<b>TRE CI PROGRAMOWE</b>				Semestr	Liczba godzin
Przedmiot: <b>komunikacja interpersonalna</b>					
Forma zaj : <b>wiczenia</b>					
1. <b>Wprowadzenie do procesu komunikacji</b>				2	2
2. <b>Komunikacja w organizacjach</b>				2	2
3. <b>Relacje interpersonalne</b>				2	2
4. <b>Style komunikacji</b>				2	2
5. <b>Efektywna komunikacja werbalna, niewerbalna, pisemna i publiczna</b>				2	4

6. Przewyci anie barier komunikacyjnych		2	2
7. Prezentacje artykułów		2	1
Metody kształcenia	Studium przypadków, prezentacje multimedialne, dyskusje, praca w grupach		
Metody weryfikacji efektów uczenia się			Nr efektu uczenia się z sylabusu
	PRACA PISEMNA/ ESEJ/ RECENZJA		EP1,EP2,EP3,EP4,EP5,EP6,EP7
Forma i warunki zaliczenia	Student jest oceniany na podstawie napisanego przez siebie artykułu na dowolnie wybrany temat zwi zany z procesem komunikacji oraz na podstawie prezentacji głównych tez i wniosków artykułu na forum grupy.		
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu		
Metoda obliczania oceny końcowej	Sem.      Przedmiot		Rodzaj zaliczenia
	2	komunikacja interpersonalna	Waga do redniej
	2	komunikacja interpersonalna [ wiczenia]	zaliczenie z ocen      1,00
Literatura podstawowa	Hamilton C. (2011): Skuteczna komunikacja w biznesie, PWN, Warszawa		
	S.P. Morreale, B.H. Spitzberg, J.K. Barge (2007): Komunikacja między ludźmi. Motywacja, wiedza i umiejętności, PWN, Warszawa		
	Stewart J. (red.) (2000): Mosty zamiast murów. O komunikowaniu się ludzi, PWN, Warszawa		
Literatura uzupełniająca	Jabłoński W. (2007): Kreowanie informacji, PWN, Warszawa		
<b>NAKŁAD PRACY STUDENTA</b>			
	Liczba godzin		
Zajęcia dydaktyczne	15		
Udział w egzaminie/zaliczeniu	0		
Przygotowanie się do zajęć	1		
Studiowanie literatury	1		
Udział w konsultacjach	4		
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	4		
Przygotowanie się do egzaminu/zaliczenia	0		
<b>Ł CZNY nakład pracy studenta w godz.</b>	<b>25</b>		
<b>Liczba punktów ECTS</b>	<b>1</b>		

# S Y L A B U S (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: <b>USWE-Z-O-II-S-19/20Z</b>					
Nazwa przedmiotu: <b>konceptcje zarz dzania (PODSTAWOWE)</b>				Kod przedmiotu: <b>US182AIIJ2865_1S</b>	
Nazwa kierunku: <b>zarz dzanie</b>					
Forma studiów: <b>II stopnia, stacjonarne</b>		Profil studiów: <b>ogólnoakademicki</b>		Specjalno :	
Status przedmiotu: <b>obowi zkowy</b>			J zyk przedmiotu: <b>semestr: 1 - j zyk polski</b>		
<b>Rok</b>	<b>Semestr</b>	<b>Forma zaj</b>	<b>Liczba godzin</b>	<b>Forma zaliczenia</b>	<b>ECTS</b>
1	1	wiczenia	30	ZO	6
		wykład	15	E	
<b>Razem</b>			<b>45</b>		<b>6</b>
Koordynator przedmiotu:		<b>dr HUBERT PACHCIAREK</b>			
Prowadz cy zaj cia:					
Cele przedmiotu:		<p>Przedmiot obejmuje zagadnienia zwi zane z wybranymi teoriami, konceptjami i technikami zarz dzania (istota, zało enia, sposób wdra nia, wady i zalety, uwarunkowania) oraz mechanizmami funkcjonowania i rozwoju firm w zale no ci od ich wielko ci ze wskazaniem mo liwo ci zastosowania ró nych konceptji zarz dzania w poszczególnych fazach rozwojowych. Ponadto podczas zaj student b dzie miał mo liwo rozwini cia umiej tno ci w zakresie analizy sytuacji firmy, identyfikacji problemów oraz doboru konceptji i technik zarz dzania w celu poprawy efektywno ci działania.</p>			
Wymagania wst pne:		<p>-znajomo zagadnie z obszaru: podstaw zarz dzania, nauki o organizacji, zachowa organizacyjnych; -student potrafi zastosowa narz dzania poznane w ramach podstawowych przedmiotów z zarz dzania m.in. algorytm procesu podejmowania decyzji, zasady organizacji pracy, analiza SWOT; -umiej tno poszukiwania materiałów literaturowych, pracy zespołowej.</p>			
<b>EFEKTY UCZENIA SI</b>					
<b>Kategoria</b>	<b>Lp</b>	<b>KOD</b>	<b>Opis efektu</b>	<b>Odniesienie do efektów dla programu</b>	
wiedza	1	EP1	Przedstawia istot omawianych teorii i konceptji zarz dzania (definicja, problem na jaki odpowiadaj , elementy, etapy wdra nia, warunki wdra nia, wady i zalety, efekty wdro enia)	K_W01 K_W06	
	2	EP2	Tłumaczy mechanizmy zarz dzania firm i jej rozwoju	K_W01	
	3	EP3	Dokonyuje porówna konceptji zarz dzania (podobie stwa i ró nice w obszarze istoty, elementów, etapów, warunków i efektów wdra nia; zale no ci; mo liwo wspólnego zastosowania)	K_W01	
umiej tno ci	1	EP4	Analizuje problemy przedsi biorstwa i wskazuje na ich przyczyny	K_U01	
	2	EP5	Proponuje stosowne techniki i konceptje zarz dzania w zale no ci od sytuacji	K_U01	
	3	EP6	Przygotowuje prac pisemn dotycz c konceptji zarz dzania wskazuj c na praktyczne mo liwo ci zastosowania konceptji i powi zania z innymi konceptjami	K_U01	
	4	EP7	Dobiera tre i metody prezentacji oraz prezentuje i zach ca do dyskusji	K_U01 K_U06	
kompetencje społeczne	1	EP8	W sposób twórczy podchodzi do rozwi zywania zidentyfikowanych problemów zarz dczych, wyra a postaw gotowo ci do podejmowania odpowiedzialno ci za powierzone role zawodowe.	K_K02 K_K04	
<b>TRE CI PROGRAMOWE</b>				Semestr	Liczba godzin
Przedmiot: <b>konceptcje zarz dzania</b>					

Forma zaj : wykład					
1. Zarządzanie przedsiębiorstwem we współczesnym świecie i miejsce koncepcji zarządzania		1	2		
2. Podstawowe charakterystyki postępowania menedżerów		1	2		
3. Potencjał rozwojowy przedsiębiorstwa		1	3		
4. Istotne charakterystyki sprawnego działania przedsiębiorstwa		1	2		
5. Koncepcje zarządzania - filozofia jakości, filozofia organizacji uczących się		1	2		
6. Koncepcje zarządzania według perspektywy celów, kosztów, jakości, przebiegu procesów i przebiegu wiedzy		1	4		
Forma zaj : wiczenia					
1. Studium przypadku wprowadzające do problematyki koncepcji zarządzania		1	2		
2. Studium przypadku - rozwinięcie umiejętności identyfikowania i analizy problemów		1	4		
3. Koncepcje ukierunkowane na jakość - TQM, Six Sigma, Just in Time		1	4		
4. Koncepcje ukierunkowane na zmianę organizacji - teoria ograniczeń, benchmarking, outsourcing, reengineering		1	4		
5. Ukierunkowanie na kluczowe działania - zarządzanie przez cele, kluczowe czynniki sukcesu		1	2		
6. kolokwium nr 1		1	2		
7. Kontrola działania firmy - Activity Based Management, Economic Value Added, Strategiczna Karta Wyników		1	2		
8. Relacje z otoczeniem - teoria interesariuszy, teoria grup, foresight		1	4		
9. Koncepcje zorientowane na wiedzę - zarządzanie wiedzą, organizacja uczących się		1	2		
10. Studium przypadku - identyfikacja problemów firmy, propozycja zastosowania koncepcji zarządzania		1	2		
11. Kolokwium nr 2		1	2		
Metody kształcenia	Wykład z wykorzystaniem prezentacji multimedialnych - przekazywanie wiedzy teoretycznej popartej przykładami praktycznymi (wykład); Studia przypadków (wiczenia); Multimedialne prezentacje studentów dot. wniosków z przygotowywanych prac pisemnych (wiczenia), Dyskusja nt. uwarunkowań i efektów koncepcji zarządzania				
Metody weryfikacji efektów uczenia się				Nr efektu uczenia się z sylabusu	
	EGZAMIN USTNY			EP1,EP2,EP3	
	KOLOKWIUM			EP1,EP2,EP3	
	PRACA PISEMNA/ ESEJ/ RECENZJA			EP4,EP5,EP6,EP8	
PROJEKT			EP4,EP5,EP7,EP8		
Forma i warunki zaliczenia	<p>Forma i warunki zaliczenia:</p> <p>-50% - dwa kolokwia przeprowadzone w formie pisemnej, pytania otwarte;</p> <p>-25% - zespołowa praca pisemna składająca się z części teoretycznej i praktycznej - charakterystyka koncepcji zarządzania wg podanych wytycznych i przedstawienie sposobu/możliwości zastosowania tej koncepcji w warunkach polskich w wybranym przedsiębiorstwie</p> <p>-25% - zespołowa prezentacja 30 minutowa w oparciu o przygotowaną pracę pisemną - ocena rodzaju i sposobu prezentowania treści merytorycznych, umiejętności angażowania i aktywizowania słuchaczy i prowadzenia dyskusji;</p> <p><b>dotatkowe -10 % - raporty ze studiów przypadku.</b></p>				
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu				
	<p>Forma i warunki zaliczenia wykładu:</p> <p>przedmiot kończy się egzaminem i ocena z egzaminu jest jednocześnie oceną z wykładu.</p> <p>-egzamin w formie ustnej obejmuje cały zakres tematów omawianych podczas wykładów i podczas wiczeń.</p> <p>Ocenianie:</p> <p>dostateczny: student potrafi określić istotę poznanych koncepcji zarządzania.</p> <p>Ocena z przedmiotu: -ocena jest równa 30% oceny uzyskanej z wiczeń oraz 70% ocenie uzyskanej z egzaminu.</p>				
Metoda obliczania oceny końcowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej
	1	konceptcje zarządzania		Nieobliczana	
	1	konceptcje zarządzania [wykład]	egzamin		
	1	konceptcje zarządzania [wiczenia]	zaliczenie z		

Literatura podstawowa	Brilman J. (2002): Nowoczesne koncepcje i metody zarz dzania, PWE, Warszawa
	Czerska M., Szpitter A. (2010): Koncepcje Zarz dzania, C.H. Beck, Warszawa
	Jashapara A. (2006): Zarz dzanie wied . Zintegrowane podej cie, PWE, Warszawa
Literatura uzupełniaj ca	Borodako K. (2009): Foresight w zarz dzaniu strategicznym, C.H. Beck, Warszawa
	Kaplan R.S., Norton D.P. (2001): Strategiczna karta wyników. Jka przeło y strategi na działanie, PWN, Warszawa
	Senge P. (2004): Pi ta dyscyplina. Teoria i praktyka organizacji ucz ych si , Oficyna ekonomiczna, Kraków
<b>NAKŁAD PRACY STUDENTA</b>	
	Liczba godzin
Zaj cia dydaktyczne	<b>45</b>
Udział w egzaminie/zaliczeniu	<b>4</b>
Przygotowanie si do zaj	<b>8</b>
Studiowanie literatury	<b>10</b>
Udział w konsultacjach	<b>20</b>
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	<b>33</b>
Przygotowanie si do egzaminu/zaliczenia	<b>30</b>
<b>Ł CZNY nakład pracy studenta w godz.</b>	<b>150</b>
<b>Liczba punktów ECTS</b>	<b>6</b>



# S Y L A B U S (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: <b>USWE-Z-O-II-S-19/20Z</b>					
Moduł: <b>Blok: Doskonalenie potencjału pracowników</b>					
Nazwa przedmiotu: <b>konflikty w organizacji (KIERUNKOWE)</b>				Kod przedmiotu: <b>US182AIIJ2935_12S</b>	
Nazwa kierunku: <b>zarz dzenie</b>					
Forma studiów: <b>II stopnia, stacjonarne</b>		Profil studiów: <b>ogólnoakademicki</b>		Specjalno :	
Status przedmiotu: <b>fakultatywny</b>			J zyk przedmiotu: <b>semestr: 2 - j zyk polski</b>		
<b>Rok</b>	<b>Semestr</b>	<b>Forma zaj</b>	<b>Liczba godzin</b>	<b>Forma zaliczenia</b>	<b>ECTS</b>
1	2	wiczenia	15	ZO	1
<b>Razem</b>			<b>15</b>		<b>1</b>
Koordynator przedmiotu:		<b>dr AGNIESZKA KWARCI SKA</b>			
Prowadz cy zaj cia:					
Cele przedmiotu:		<b>Celem jest zapoznanie studentów z istot konfliktów, ich ródłami, rodzajami, skutkami jakie przynosz organizacjom oraz metodami ich rozwi zywania</b>			
Wymagania wst pne:		<b>Student zna podstawowe zagadnienia zwi zane z zarz dzeniem zasobami ludzkimi, negocjacjami, komunikacj interpersonaln itd., student potrafi pracowa w grupie oraz rozumie konieczno kształcenia ustawicznego.</b>			
<b>EFEKTY UCZENIA SI</b>					
<b>Kategoria</b>	<b>Lp</b>	<b>KOD</b>	<b>Opis efektu</b>	<b>Odniesienie do efektów dla programu</b>	
wiedza	1	EP1	<b>zna istot , rodzaje, ródła konfliktów organizacyjnych, uczestników konfliktu, znaczenie komunikacji interpersonalnej w sytuacjach konfliktowych oraz metody pozwalaj ce rozwi zywa konflikty w organizacji</b>	<b>K_W10</b>	
umiej tno ci	1	EP2	<b>posiada umiej tno ci diagnozowania sytuacji konfliktowych w organizacji oraz stosowania odpowiednich metod rozwi zywania konfliktów w organizacji</b>	<b>K_U08</b>	
kompetencje społeczne	1	EP3	<b>jest gotów do doskonalenia i nabywania wiedzy i umiej tno ci z zakresu rozwi zywania sytuacji konfliktowych</b>	<b>K_K02</b>	
<b>TRE CI PROGRAMOWE</b>				Semestr	Liczba godzin
Przedmiot: <b>konflikty w organizacji</b>					
Forma zaj : <b>wiczenia</b>					
1. 1. <b>Konflikt w organizacji- zagadnienia wprowadzaj ce</b>				2	2
2. 2. <b>ródła konfliktu organizacyjnego. Rodzaje konfliktów.</b>				2	2
3. 3. <b>Uczestnicy konfliktu i ich cechy. Przebieg konfliktu w organizacjach.</b>				2	2
4. 4. <b>Metody rozwi zywania konfliktów w organizacjach.</b>				2	4
5. 5. <b>Komunikacja interpersonalna w sytuacji konfliktów. Socjotechnika w sytuacji konfliktów.</b>				2	2
6. 6. <b>Zarz dzenie konfliktem</b>				2	2
7. 7. <b>Kolokwium pisemne</b>				2	1
Metody kształcenia		<b>Prezentacja multimedialna, studia przypadków, praca w grupach, dyskusja</b>			

Metody weryfikacji efektów uczenia się					Nr efektu uczenia się z sylabusu
	KOLOKWIUM				EP1
	ZAJ CIA PRAKTYCZNE (WERYFIKACJA POPRZEZ OBSERWACJ )				EP2,EP3
Forma i warunki zaliczenia	Studenci oceniani s na podstawie kolokwium pisemnego (60% oceny), które testuje osi gni cie efektów kształcenia w zakresie umiej tno ci (5 pyta otwartych dotycz cych zagadnie omawianych na zaj ciach zadania) oraz pracy studenta na zaj ciach podczas dyskusji panelowych b d pracy w grupie nad przygotowywanym projektem własnym, rozwi zaniem przygotowanych wicze , studiów przypadku (40% oceny), który weryfikuje osi gni cie efektów kształcenia w zakresie umiej tno ci oraz efektu w zakresie kompetencji społecznych				
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu				
	Student otrzymuje ocen dostateczn udzieli pełnych odpowiedzi na 3 pytania, co stanowi 60% tre ci programowych przedmiotu oraz aktywnie uczestniczył w 60% pracach wykonywanych podczas zaj . Ocena ostateczna jest równa ocenie uzyskanej z zaliczenia .				
Metoda obliczania oceny ko cowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej
	2	konflikty w organizacji		Wa ona	
	2	konflikty w organizacji [ wiczenia]	zaliczenie z ocen		1,00
Literatura podstawowa	Doherty N., Marcelas G. (2010): Mediacja i rozwi zywanie konfliktów w miejscu pracy, Wolters Kluwer Polska, Warszawa				
	Harvard Business School Press (2005): Negocjacje i rozwi zywanie konfliktów, Helion, Gliwice				
	Moore Ch. W. (2009): Mediacje. Praktyczne strategie rozwi zywania konfliktów, Wolters Kluwer Polska, Warszawa				
Literatura uzupełniają ca	Gut J. , Hamman W. (2008): Doceni konflikt, Onepress, Warszawa				
	Penc J. (2005): Role i umiej tno ci mened erskie, Difin, Warszawa				
	red. A. Ko mi ski, W.Piotrowski (2006): Zarz dzanie. Teoria i praktyka, PWN, Warszawa				
<b>NAKŁAD PRACY STUDENTA</b>					
			Liczba godzin		
Zaj cia dydaktyczne			15		
Udział w egzaminie/zaliczeniu			2		
Przygotowanie się do zaj			1		
Studiowanie literatury			2		
Udział w konsultacjach			2		
Przygotowanie projektu / eseju / itp.			0		
Przygotowanie się do egzaminu/zaliczenia			3		
<b>Ł CZNY nakład pracy studenta w godz.</b>			<b>25</b>		
<b>Liczba punktów ECTS</b>			<b>1</b>		

# S Y L A B U S (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: <b>USWE-Z-O-II-S-19/20Z</b>					
Nazwa przedmiotu: <b>konsument w globalnej gospodarce (PODSTAWOWE)</b>				Kod przedmiotu: <b>US182AIIJ2866_28S</b>	
Nazwa kierunku: <b>zarz dzanie</b>					
Forma studiów: <b>II stopnia, stacjonarne</b>		Profil studiów: <b>ogólnoakademicki</b>		Specjalno : 	
Status przedmiotu: <b>obowi zkowy</b>			J zyk przedmiotu: <b>semestr: 1 - j zyk polski</b>		
Rok	Semestr	Forma zaj	Liczba godzin	Forma zaliczenia	ECTS
1	1	wiczenia	15	ZO	3
		wykład	15	ZO	
<b>Razem</b>			<b>30</b>		<b>3</b>
Koordynator przedmiotu:		<b>dr MAŁGORZATA WI CICKA-FERNANDO</b>			
Prowadz cy zaj cia:					
Cele przedmiotu:		<b>Celem jest przedstawienie podstawowej wiedzy o istocie, miejscu i roli konsumenta w gospodarce rynkowej.</b>			
Wymagania wst pne:		<b>W zakresie wiedzy: student definiuje podstawowe poj cia ekonomiczne i marketingowe.</b> <b>W zakresie umiej tno ci: potrafi analizowa zasady post powania konsumentów.</b> <b>W zakresie kompetencji społecznych: student potrafi pracowa w grupie oraz ma wpojone nawyki kształcenia ustawicznego, umie podejmowa dyskusj we wskazanym obszarze.</b>			
<b>EFEKTY UCZENIA SI</b>					
Kategoria	Lp	KOD	Opis efektu	Odniesienie do efektów dla programu	
wiedza	1	EP1	student potrafi wyja ni istot funkcjonowania konsumenta jako podmiotu gospodaruj cego i jako ródło przewagi konkurencyjnej firm	<b>K_W09</b>	
umiej tno ci	1	EP2	student umie zidentyfikowa potrzeby klientów, dokona ich analizy oraz zaimplementowania w praktyce rynkowej przedsi biorstw	<b>K_U03</b>	
	2	EP3	student umie opracowa i wdroy procedur kształtowania satysfakcji klienta	<b>K_U04</b>	
kompetencje społeczne	1	EP4	potrafi uzupełnia i doskonali nabyt wiedz i umiej tno ci	<b>K_K01</b>	
<b>TRE CI PROGRAMOWE</b>				Semestr	Liczba godzin
Przedmiot: <b>konsument w globalnej gospodarce</b>					
Forma zaj : <b>wykład</b>					
1. Klient i jego potrzeby jako ródło przewagi konkurencyjnej				1	3
2. Czynniki kształtuj ce zachowania klientów				1	2
3. Prawidłowo ci zachowa konsumentów				1	2
4. Megatrendy wyznacznikami przyszłych zachowa klientów				1	2
5. Etapy ewolucji dbało ci o klienta, warunki skutecznego wdra nia strategii orientacji na klienta				1	3
6. Kształtowanie satysfakcji klienta i ich pomiar				1	3
Forma zaj : <b>wiczenia</b>					
1. Identyfikacja potrzeb klientów oraz wskazanie mo liwo ci ich kreowania				1	2

2. Analiza marketingowych uwarunkowa zachowa klientów		1	2		
3. Przygotowanie projektu praktycznego wykorzystania wiedzy o konsumencie i jego zachowaniach		1	3		
4. Opis orientacji na klienta w działaniach wybranych polskich przedsi biorstw		1	2		
5. Przeprowadzenie pomiaru satysfakcji i zadowolenia klientów		1	3		
6. Zidentyfikowanie kluczowych klientów i przygotowanie planu zarz dzania nimi		1	3		
Metody kształcenia	Prezentacja multimedialna, dyskusja, studia przypadków, praca w grupach, prezentacja projektu przez studentów.				
Metody weryfikacji efektów uczenia si			Nr efektu uczenia si z sylabusu		
	KOLOKWIUM		EP1,EP4		
	ZAJ CIA PRAKTYCZNE (WERYFIKACJA POPRZEZ OBSERWACJ )		EP2,EP3		
Forma i warunki zaliczenia	Forma i warunki zaliczenia wykładu: przedmiot nie ko czy si egzaminem i ocena z przedmiotu jest uzyskiwana na podstawie pisemnego zaliczenia z zagadnie poruszanych na wykładzie, oraz realizowanych zada na wiczeniach, a tak e projekt.				
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu				
	Ocenianie: studenci oceniani s na podstawie kolokwium obejmuj cego weryfikacj wiedzy i umiej tno ci na podstawie zestawu pyta testowych lub opisowych oraz oceny przez prowadz cego zada / wicze realizowanych podczas zaj i projektu.  Ocena z przedmiotu obliczana jest jako 60% oceny z zaliczenia wykładu i 40% zaliczenia z wicze				
Metoda obliczania oceny ko cowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej
	1	konsument w globalnej gospodarce		Wa ona	
	1	konsument w globalnej gospodarce [wykład]	zaliczenie z ocen		0,60
	1	konsument w globalnej gospodarce [ wiczenia]	zaliczenie z ocen		0,40
Literatura podstawowa	Bartosik - Purgat Małgorzata (red.) (2017): Zachowania konsumenta. Globalizacja, nowe technologie, aktualne trendy, otoczenie społeczno - kulturowe, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa				
	Brown, S.A., (2003): Strategiczne podej cie do klientów,, PWE				
	Cheverton, P., (2001): Zarz dzanie kluczowymi klientami, Oficyna Ekonomiczna				
	East R., Wright M., Vanhuele M., (2011): Zachowania konsumentów, Wolters Kluwer, Warszawa				
	Hill, N., Alexander, J., (2003): Pomiar satysfakcji klientów, Oficyna Ekonomiczna				
	Mazurek- Łopaci ska, K., (2003): Zachowania nabywców ich konsekwencje marketingowe, PWE				
	Mróz B., (2013): Konsument w globalnej gospodarce, Oficyna Wydawnicza SGH w Warszawie, Warszawa				
Literatura uzupełniają ca	Baudrillard, J., (2006): Społecze stwo konsumpcyjne, Jego mity i struktury, Sic				
	D browska A., Bylok F., Jano -Kresło M., Kiełczewski D., Ozimek I., (2015): Kompetencje konsumentów. Innowacyjne zachowania, zrównowa ona konsumpcja, PWE, Warszawa				
	Michael R. Solomon, (2006): Zachowania i zwyczaje konsumentów, Wydawnictwo Helion, Warszawa				
	Underhill, P., (2001): Dlaczego kupujemy?, MT Biznes				
	Zaltman, G., (2004): Jak my l klienci, czyli podró w g ł b umysłu rynku, Forum				
<b>NAKŁAD PRACY STUDENTA</b>					
		Liczba godzin			
Zaj cia dydaktyczne		30			
Udział w egzaminie/zaliczeniu		2			
Przygotowanie si do zaj		10			
Studiowanie literatury		10			
Udział w konsultacjach		10			

Przygotowanie projektu / eseju / itp.	7
Przygotowanie si do egzaminu/zaliczenia	6
<b>Ł CZNY nakład pracy studenta w godz.</b>	<b>75</b>
<b>Liczba punktów ECTS</b>	<b>3</b>

# S Y L A B U S (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: <b>USWE-Z-O-II-S-19/20Z</b>					
Moduł: <b>Blok: Zarządzanie marketingowe [moduł]</b>					
Nazwa przedmiotu: <b>marketing usług (KIERUNKOWE)</b>				Kod przedmiotu: <b>US182AIIJ3342_10S</b>	
Nazwa kierunku: <b>zarządzanie</b>					
Forma studiów: <b>II stopnia, stacjonarne</b>		Profil studiów: <b>ogólnoakademicki</b>		Specjalność:	
Status przedmiotu: <b>fakultatywny</b>			Język przedmiotu: <b>semestr: 2 - język polski</b>		
<b>Rok</b>	<b>Semestr</b>	<b>Forma zajęć</b>	<b>Liczba godzin</b>	<b>Forma zaliczenia</b>	<b>ECTS</b>
1	2	wiczenia	15	ZO	1
<b>Razem</b>			<b>15</b>		<b>1</b>
Koordynator przedmiotu:		prof. dr hab. EWA FRĄCKIEWICZ			
Prowadzący zajęcia:					
Cele przedmiotu:		Celem przedmiotu jest zapoznanie studentów z narzędziami marketingu w podmiotach usługowych oraz pokazanie ich praktycznego wykorzystania. Zostanie przekazana wiedza z zakresu specyfiki i odmienności działań marketingowych podejmowanych w różnych przedsiębiorstwach usługowych oraz innych organizacjach usługowych. Sektor usług stale się rozszerza, stąd problematyka marketingu usług i zdobycie umiejętności rozoznania się na rynku nabiera coraz większego znaczenia.			
Wymagania wstępne:		podstawowa wiedza z zakresu marketingu			
<b>EFEKTY UCZENIA SI</b>					
<b>Kategoria</b>	<b>Lp</b>	<b>KOD</b>	<b>Opis efektu</b>	<b>Odniesienie do efektów dla programu</b>	
wiedza	1	EP1	student zna i rozumie na poziomie pogłębionym pojęcia związane z funkcjonowaniem przedsiębiorstw w otoczeniu, charakteryzuje instrumenty marketingowe odnoszące się do przedsiębiorstw usługowych	K_W02	
	2	EP2	student rozróżnia zachowania rynkowe podmiotów funkcjonujących w otoczeniu (indywidualnych i instytucjonalnych)	K_W09	
umiejętności	1	EP3	student bada otoczenie przedsiębiorstwa, identyfikuje segmenty na wybranym rynku i dostosowuje do nich rozwiązania marketingowe	K_U03	
	2	EP4	student potrafi dobrać i zaprojektować instrumenty marketingowe dla przykładowego przedsiębiorstwa usługowego	K_U03 K_U05	
kompetencje społeczne	1	EP5	jest gotów do poszerzania wiedzy oraz działania w sposób przedsiębiorczy z poszanowaniem zasad marketingowego podejścia	K_K01 K_K04	
<b>TREŚCI PROGRAMOWE</b>				Semestr	Liczba godzin
Przedmiot: <b>marketing usług</b>					
Forma zajęć: <b>wiczenia</b>					
1. Specyfika usług. Istota i znaczenie marketingu usług. Rozpoznawanie orientacji działania podmiotów usługowych na wybranych przykładach. Rozpoznawanie i grupowanie instrumentów marketingowych				2	2
2. Identyfikowanie marketingowego otoczenia przedsiębiorstwa usługowego na wybranych przykładach. Określanie rynku docelowego. Zachowania konsumentów na rynku usług				2	3
3. Polityka produktu. Znaczenie marki. Kształtowanie asortymentu. Kształtowanie jakości w usługach. Wprowadzenie nowej usługi na rynek				2	3
4. Polityka cenowa dla przedsiębiorstw usługowych				2	1

5. Polityka dystrybucji usług. Kanały dystrybucji dla różnych rodzajów usług		2	1		
6. Komunikacja marketingowa. Dobór form komunikacji dla danego przedsiębiorstwa usługowego. Nowe formy promocji. Wykorzystanie internetu w komunikacji z otoczeniem		2	3		
7. Polityka personelu. Istota obsługi klienta		2	2		
Metody kształcenia	prezentacja multimedialna, praca w grupach, case study, wymiana poglądów/dyskusja moderowana				
Metody weryfikacji efektów uczenia się			Nr efektu uczenia się z sylabusu		
	KOLOKWIUM		EP1,EP2,EP3		
	ZAJĘCIA PRAKTYCZNE (WERYFIKACJA POPRZEZ OBSERWACJĘ)		EP2,EP3,EP4,EP5		
Forma i warunki zaliczenia	Zaliczenie z ocen z wicze : kolokwium pisemne z zagadnień zaprezentowanych na wiczeniach. Oceniana będzie również aktywność studenta podczas wicze w grupach				
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu				
	Oceny z przedmiotu jest ocena ustalona przez prowadzącego przedmiot wynikająca z oceny z kolokwium oraz aktywności na zajęciach.				
Metoda obliczania oceny końcowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej
	2	marketing usług		Ważona	
	2	marketing usług [ wiczenia]	zaliczenie z ocen		1,00
Literatura podstawowa	Czubała A., Jonas A., Smole T., Wiktor J. (2012): Marketing usług, Wolters Kluwer, Warszawa				
	Gilmore A. (2006): Usługi. Marketing i zarządzanie, PWE, Warszawa				
	Payne A. (1997): Marketing usług, PWE, Warszawa				
	red. A. Sty (2003): Marketing usług, PWE, Warszawa				
Literatura uzupełniająca	Bronakowski H., Hościłowicz E., Widelska U. (2009): Zarządzanie marketinowe małymi firmami usługowymi, Wydawnictwo Szkoły Wyższej i Finansów i Zarządzania, Białystok				
	Czuba M. (2001): Marketing usług. Teoria i praktyka, Wyd. Tara, Katowice				
	Mudie P., Cottam A. (1998): Usługi. Zarządzanie i marketing, Wyd. Naukowe PWN, Warszawa				
	red. G. Rosa (2015): Konsument na rynku usług, C.H. Beck, Warszawa				
<b>NAKŁAD PRACY STUDENTA</b>					
		Liczba godzin			
Zajęcia dydaktyczne		15			
Udział w egzaminie/zaliczeniu		1			
Przygotowanie się do zajęć		1			
Studiowanie literatury		1			
Udział w konsultacjach		3			
Przygotowanie projektu / eseju / itp.		3			
Przygotowanie się do egzaminu/zaliczenia		1			
<b>Ł CZNY nakład pracy studenta w godz.</b>		<b>25</b>			
<b>Liczba punktów ECTS</b>		<b>1</b>			

# S Y L A B U S (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: <b>USWE-Z-O-II-S-19/20Z</b>					
Moduł: <b>Blok: Zarządzanie marketingowe [moduł]</b>					
Nazwa przedmiotu: <b>marketing wartości (KIERUNKOWE)</b>				Kod przedmiotu: <b>US182AIIJ2866_44S</b>	
Nazwa kierunku: <b>zarządzanie</b>					
Forma studiów: <b>II stopnia, stacjonarne</b>		Profil studiów: <b>ogólnoakademicki</b>		Specjalność:	
Status przedmiotu: <b>fakultatywny</b>			Język przedmiotu: <b>semestr: 4 - j język polski</b>		
<b>Rok</b>	<b>Semestr</b>	<b>Forma zajęć</b>	<b>Liczba godzin</b>	<b>Forma zaliczenia</b>	<b>ECTS</b>
2	4	wiczenia	15	ZO	1
<b>Razem</b>			<b>15</b>		<b>1</b>
Koordynator przedmiotu:		<b>dr hab. KRZYSZTOF BŁOŃSKI</b>			
Prowadzący zajęcia:					
Cele przedmiotu:		<b>Celem przedmiotu jest nabycie umiejętności identyfikacji marketingowych ról wartości przedsiębiorstwa oraz ról wartości dla klienta. Zapoznanie z narzędziami raportowania marketingowych zasobów przedsiębiorstwa.</b>			
Wymagania wstępne:		<b>Student zna podstawy marketingu, zarządzania oraz zarządzania i planowania marketingowego</b>			
<b>EFEKTY UCZENIA SI</b>					
<b>Kategoria</b>	<b>Lp</b>	<b>KOD</b>	<b>Opis efektu</b>	<b>Odniesienie do efektów dla programu</b>	
wiedza	1	EP1	<b>zna marketingowe role wartości przedsiębiorstwa, role wartości dla klienta</b>	<b>K_W09</b>	
	2	EP2	<b>zna narzędzia raportowania marketingowych zasobów przedsiębiorstwa</b>	<b>K_W09</b>	
umiejętności	1	EP3	<b>Potrafi dobrać narzędzia badawcze służące określeniu potrzeb konsumentów jak również metody i narzędzia oceny wartości prowadzonych działań marketingowych dla klienta</b>	<b>K_U04 K_U05</b>	
kompetencje społeczne	1	EP4	<b>Przejawia postawy zaangażowania w rozwijanie zadań problemowych dotyczących funkcjonowania rynków</b>	<b>K_K03 K_K04</b>	
<b>TREŚCI PROGRAMOWE</b>				Semestr	Liczba godzin
Przedmiot: <b>marketing wartości</b>					
Forma zajęć: <b>wiczenia</b>					
1. Marketing jako czynnik wzrostu wartości przedsiębiorstwa				4	1
2. Narzędzia raportowania zasobów marketingowych				4	2
3. Role wartości dla klienta				4	2
4. Klient jako współtwórca wartości				4	1
5. Czynniki determinujące wartość klientów				4	2
6. Rentowność relacji z klientami				4	4
7. Wartość klienta w procesie segmentacji rynku i alokacji działań marketingowych				4	3
Metody kształcenia		<b>wiczenia z wykorzystaniem pokazów multimedialnych oraz pracy w grupach.</b>			



Metody weryfikacji efektów uczenia się						Nr efektu uczenia się z sylabusu
	<b>KOŁOKWIUM</b>					<b>EP1,EP2,EP3</b>
	<b>ZAJ CIA PRAKTYCZNE (WERYFIKACJA POPRZEZ OBSERWACJ )</b>					<b>EP3,EP4</b>
Forma i warunki zaliczenia	<b>Forma i warunki zaliczenia :</b> <b>Studenci oceniani s na podstawie pisemnego kolokwium (5 polece - pytania otwarte i/lub zadania).</b>					
	<b>Forma i warunki zaliczenia wicze :</b> <b>Przedmiot nie ko czy si egzaminem i ocena z wicze jest uzyskiwana na podstawie pisemnego zaliczenia tej formy zaj na wiczeniach.</b>					
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu  <b>Ocenianie:</b> <b>Student otrzymuje ocen dostateczn - gdy potrafi omówi podstawowe zagadnienia dotycz ce marketingu warto ci, czynników determinuj cych warto klientów oraz obliczy i zinterpretowa proste przykłady dotycz ce warto ci klienta.</b>  <b>Ocena z przedmiotu jest równa ocenie uzyskanej z kolokwium pisemnego</b>					
Metoda obliczania oceny końcowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej	
	4	marketing warto ci		Nieobliczana		
	4	marketing warto ci [ wiczenia]	zaliczenie z ocen			
Literatura podstawowa	B. Dobiegały-Korony i T. Doligalskiego (red) (2010): Zarz dzenie Warto ci Klienta. Pomiar i strategie, POLTEXT, Warszawa					
	Doyle P. (2003): Marketing warto ci, Felberg SJA					
	Kumar V. (2010): Zarz dzenie warto ci klienta, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa					
Literatura uzupełniają ca	Doligalski T., (2013): Internet w zarz dzaniu warto ci klienta, Oficyna Wydawnicza SGH w Warszawie, Warszawa					
<b>NAKŁAD PRACY STUDENTA</b>						
			Liczba godzin			
Zaj cia dydaktyczne			<b>15</b>			
Udział w egzaminie/zaliczeniu			<b>1</b>			
Przygotowanie się do zaj			<b>2</b>			
Studiowanie literatury			<b>2</b>			
Udział w konsultacjach			<b>1</b>			
Przygotowanie projektu / eseju / itp.			<b>0</b>			
Przygotowanie się do egzaminu/zaliczenia			<b>4</b>			
<b>Ł CZNY nakład pracy studenta w godz.</b>			<b>25</b>			
<b>Liczba punktów ECTS</b>			<b>1</b>			

# S Y L A B U S (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: <b>USWE-Z-O-II-S-19/20Z</b>					
Nazwa przedmiotu: <b>metody ilościowe w zarządzaniu (KIERUNKOWE)</b>				Kod przedmiotu: <b>US182AIIJ2855_25S</b>	
Nazwa kierunku: <b>zarządzanie</b>					
Forma studiów: <b>II stopnia, stacjonarne</b>		Profil studiów: <b>ogólniakademicki</b>		Specjalno : 	
Status przedmiotu: <b>obowiązkowy</b>			Język przedmiotu: <b>semestr: 3 - j język polski</b>		
<b>Rok</b>	<b>Semestr</b>	<b>Forma zajęć</b>	<b>Liczba godzin</b>	<b>Forma zaliczenia</b>	<b>ECTS</b>
2	3	laboratorium	15	ZO	5
		wykład	15	ZO	
<b>Razem</b>			<b>30</b>		<b>5</b>
Koordynator przedmiotu:		dr RAFAŁ CZYŻYCKI			
Prowadzący zajęcia:					
Cele przedmiotu:		Uzyskanie podstawowej wiedzy o metodach ekonometrycznych oraz ich zastosowaniu do badania ilościowych prawidłowości w zarządzaniu procesami gospodarczymi.			
Wymagania wstępne:		Student w zakresie: wiedzy: wykazuje znajomość zagadnień i metod z zakresu algebry, analizy matematycznej, statystyki opisowej, rachunku prawdopodobieństwa i statystyki matematycznej oraz podstaw zarządzania, makroekonomii, mikroekonomii i finansów, umiejętności: potrafi wykonywać działania na macierzach, operacje w zakresie rachunku różniczkowego, oblicza miary tendencji centralnej, zróżnicowania i współzależności, weryfikować hipotezy, posługuje się podstawowymi funkcjami arkusza kalkulacyjnego Excel.			
<b>EFEKTY UCZENIA SI</b>					
<b>Kategoria</b>	<b>Lp</b>	<b>KOD</b>	<b>Opis efektu</b>	<b>Odniesienie do efektów dla programu</b>	
wiedza	1	EP1	zna specyfik i budowę modelu ekonometrycznego oraz etapy modelowania z wykorzystaniem modeli dynamiki oraz współzależności, rozumie podstawy teoretyczne estymacji i weryfikacji liniowego modelu ekonometrycznego, zna zasady formułowania wniosków wynikających z analiz ilościowych prowadzonych w obszarze zarządzania.	K_W03	
umiejętności	1	EP2	potrafi zbudować model ekonometryczny dynamiki i współzależności oraz dokona interpretacji uzyskanych wyników, potrafi wykorzystywać funkcje arkusza kalkulacyjnego Excel związane z estymacją i weryfikacją liniowych modeli ekonometrycznych	K_U01 K_U04	
	2	EP3	przygotowuje projekt pokazujący zastosowanie metod ekonometrycznych do badania zjawisk ekonomicznych	K_U01 K_U04	
kompetencje społeczne	1	EP4	docenia znaczenie znajomości teorii w rozwiązywaniu praktycznych problemów ekonomicznych	K_K03	
<b>TRECI PROGRAMOWE</b>				Semestr	Liczba godzin
Przedmiot: <b>metody ilościowe w zarządzaniu</b>					
Forma zajęć : <b>wykład</b>					
1. Definicja i przedmiot badań ekonometrii. Rodzaje prawidłowości statystycznych. Model ekonometryczny				3	2
2. Etapy modelowania ekonometrycznego				3	2
3. Estymacja parametrów strukturalnych modeli ekonometrycznych - KMNK				3	3

4. Weryfikacja modeli ekonometrycznych. Wybrane problemy budowy modeli ekonometrycznych		3	4
5. Modele nieliniowe - budowa i zastosowania. Funkcje modeli ekonometrycznych		3	4
Forma zaj : laboratorium			
1. Przykłady prawidłowo ci statystycznych. Specyfikacja zmiennych obja niaj cych. Wybór postaci analitycznej modelu		3	3
2. Funkcje modeli ekonometrycznych - przykłady		3	2
3. Przykłady estymacji i weryfikacji oraz zastosowa liniowych modeli ekonometrycznych		3	6
4. Przykłady estymacji i aplikacji nieliniowych modeli ekonometrycznych		3	4
Metody kształcenia	Wykłady z wykorzystaniem prezentacji multimedialnych. Praca w grupie podczas opracowywania projektu własnego. Laboratoria z wykorzystaniem arkusza kalkulacyjnego Excel w zakresie estymacji i weryfikacji liniowych modeli ekonometrycznych.		
Metody weryfikacji efektów uczenia si			Nr efektu uczenia si z sylabusu
	SPRAWDZIAN		EP1
	PROJEKT		EP2,EP3,EP4
Forma i warunki zaliczenia	<p>Forma i warunki zaliczenia: wiedz przekazana na wykładach weryfikuje si w oparciu o 3 pytania teoretyczne zadane w ramach sprawdzianu, ocen z laboratorium uzyskuje si na podstawie projektu własnego tworzonoego w formie pracy grupowej, który weryfikuje osi gni cie efektów kształcenia w zakresie umiejnoci.</p> <p>Ocenianie: student otrzymuje ocen dostateczn , gdy potrafi co najmniej omówi zagadnienia z zakresu prawidłowo ci statystycznych, formułowania hipotezy modelowej i estymacji parametrów strukturalnych modeli ekonometrycznych, a tak e rozwi za proste zadania z tych obszarów.</p> <p>W okresie nauczania hybrydowego lub wył cznie nauczania zdalnego nast pi zmiana warunków zaliczenia przedmiotu. Podstaw zaliczenia przedmiotu jest pozytywne rozwi zanie zestawu zada udost pnionych poprzez platformie Moodle, z wykorzystaniem oprogramowania komputerowego.</p>		
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu		
	Ocena z przedmiotu jest równa zwykłej redniej arytmetycznej ocen uzyskanych z laboratorium oraz wykładu.		
	W okresie nauczania hybrydowego lub wył cznie nauczania zdalnego ocen z przedmiotu b dzie ocena z zaliczenia.		
Metoda obliczania oceny ko cowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia
	3	metody ilo ciowe w zarz dzaniu	
	3	metody ilo ciowe w zarz dzaniu [wykład]	zaliczenie z ocen
	3	metody ilo ciowe w zarz dzaniu [laboratorium]	zaliczenie z ocen
Literatura podstawowa	Hozer J. (red.) (1997): Ekonometria, Katedra Ekonometrii i Statystyki, Stowarzyszenie Pomoc i Rozwój, Szczecin		
	Hozer J. (red.) (2007): Ekonometria stosowana w przykładach i zadaniach, Katedra Ekonometrii i Statystyki, Stowarzyszenie Pomoc i Rozwój, Szczecin		
	Maddala G.S. (2006): Ekonometria, PWN, Warszawa		
Literatura uzupełniają ca	Batóg J., Batóg B. (2016): Ocena zale no ci przyczynowo-skutkowych wyst puj cych w systemach pomiaru dokona , w: System pomiaru dokona w przedsi biorstwach, red. A.Niemiec, CeDeWu, Warszawa		
	Dziechciarz J. (2003): Ekonometria. Metody, przykłady, zadania, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej we Wrocławiu, Wrocław		
	Guzik B., Jurek W. (2003): Podstawowe metody ekonometrii, Wydawnictwo Naukowe Akademii Ekonomicznej w Poznaniu, Pozna		
	Jajuga K. (1999): Ekonometria. Metody i analizy problemów ekonomicznych, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej we Wrocławiu, Wrocław		
<b>NAKLAD PRACY STUDENTA</b>			
	Liczba godzin		
Zaj cia dydaktyczne	30		
Udział w egzaminie/zaliczeniu	2		
Przygotowanie si do zaj	20		
Studiowanie literatury	17		
Udział w konsultacjach	15		

Przygotowanie projektu / eseju / itp.	21
Przygotowanie si do egzaminu/zaliczenia	20
<b>Ł CZNY nakład pracy studenta w godz.</b>	<b>125</b>
<b>Liczba punktów ECTS</b>	<b>5</b>

# S Y L A B U S (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: <b>USWE-Z-O-II-S-19/20Z</b>					
Nazwa przedmiotu: <b>metody zarz dzania projektami (KIERUNKOWE)</b>				Kod przedmiotu: <b>US182AIJ3345_30S</b>	
Nazwa kierunku: <b>zarz dzanie</b>					
Forma studiów: <b>II stopnia, stacjonarne</b>		Profil studiów: <b>ogólnoakademicki</b>		Specjalno :	
Status przedmiotu: <b>obowi zkowy</b>			J zyk przedmiotu: <b>semestr: 1 - j zyk polski</b>		
<b>Rok</b>	<b>Semestr</b>	<b>Forma zaj</b>	<b>Liczba godzin</b>	<b>Forma zaliczenia</b>	<b>ECTS</b>
1	1	wiczenia	30	ZO	6
		wykład	15	E	
<b>Razem</b>			<b>45</b>		<b>6</b>
Koordynator przedmiotu:		dr JOANNA RZEMPAŁA			
Prowadz cy zaj cia:					
Cele przedmiotu:		W ramach realizowanych zaj student zapozna si z terminami oraz elementami zarz dzania projektami obejmuj cymi: poj cie projektu, rodzaje projektów i ich znaczenie dla organizacji, cele projektów, obszary wiedzy zarz dzania projektami, system zarz dzania projektami, formy i etapy zarz dzania projektami, istot zarz dzania projektami i przez projekty. Zdefiniowany zostanie równie zestaw kompetencji zarz dzania projektami ze szczególnym uwzgl dnieniem kompetencji kontekstowych.			
Wymagania wst pne:		Podsady zarz dzania			
<b>EFEKTY UCZENIA SI</b>					
<b>Kategoria</b>	<b>Lp</b>	<b>KOD</b>	<b>Opis efektu</b>	<b>Odniesienie do efektów dla programu</b>	
wiedza	1	EP1	Zna i charakteryzuje poj cia i techniki/metody zarz dzania projektami	K_W02 K_W03 K_W04	
umiej tno ci	1	EP2	Potrafi dobra wła ciwe metody zarz dzania projektamipod k tem osi gni cia postawionych celów. Poddaje analizie czynniki sukcesu oraz bariery zarz dzania projektami Potrafi zaplanowa poszczególne etapy realizacji projektu. Potrafi zastosowa wiedz z zakresu ekonomii i zarz dzania do przygotowania i realizacji projektu.	K_U05 K_U08	
kompetencje społeczne	1	EP3	Pracuje w zespole, dyskutuje oraz prezentuje swoje stanowisko dotycz ce koncepcji zarz dzania, dostrzega ich wag i przydatno w zarz dzaniu projektem Posiada umiej tno korzystania z pierwotnych i wtórnych ródeł danych oraz z literatury	K_K01 K_K02 K_K03	
<b>TRE CI PROGRAMOWE</b>				Semestr	Liczba godzin
Przedmiot: <b>metody zarz dzania projektami</b>					
Forma zaj : <b>wykład</b>					
1. Omówienie terminów: projekt, rodzaje projektów i ich znaczenie dla organizacji, cele projektów, zarz dzanie projektami				1	2
2. Elementy zarz dzania projektami, dotycz ce w szczególno ci obszarów wiedzy zarz dzania projektami, systemów zarz dzania projektami, form i etapów zarz dzania projektami, istota zarz dzania projektami i przez projekty				1	2

3. Kompetencje zarządzania projektami, a w szczególności: kompetencje kontekstowe ? orientacja na projekt, orientacja na program, orientacja na portfel projektów	1	3			
4. .Interesariusze zarządzania projektami. Wskazanie i dokładne scharakteryzowanie beneficjentów zarządzania projektami	1	2			
5. Czynniki sukcesu oraz bariery w realizacji projektów, wynikające ze struktury organizacyjnej podmiotu, w którym projekt jest realizowany. Ryzyko występujące na poszczególnych etapach realizacji projektów, podstawowe błędy w odniesieniu do kompetencji pracowników realizujących projekt, przy tych celów i metod ich osiągnięcia, komunikacji, koordynacji działań itp	1	2			
6. Tradycyjne zarządzanie projektami: liniowy model cyklu zarządzania projektem; model cyklu zarządzania projektem; zarządzanie projektami metodami kucha krytycznego	1	2			
7. Model doskonałości projektowej	1	2			
Forma zajęć : <b>wiczenia</b>					
1. Analiza interesariuszy	1	4			
2. Tworzenie Karty Projektu	1	8			
3. Budowa projektu	1	4			
4. Elementy sterowania projektem dokumentacja komunikacyjna w projekcie	1	4			
5. Monitorowanie projektu	1	6			
6. Zakończenie projektu	1	4			
Metody kształcenia	prezentacje multimedialne praca w grupach analiza materiałów				
Metody weryfikacji efektów uczenia się	Nr efektu uczenia się z sylabusu				
	<b>KOLOKWIMUM</b>				
	<b>PROJEKT</b>				
ZAJĘCIA PRAKTYCZNE (WERYFIKACJA POPRZEZ OBSERWACJ )		<b>EP2,EP3</b>			
Forma i warunki zaliczenia	<b>kolokwium, projekt , aktywno</b>				
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu				
	<b>kolokwium 70 % , projekt 20% , aktywno 10%</b>				
Metoda obliczania oceny końcowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej
	1	metody zarządzania projektami		Arytmetyczna	
	1	metody zarządzania projektami [wykład]	egzamin		
	1	metody zarządzania projektami [wiczenia]	zaliczenie z ocen		
Literatura podstawowa	. Wysocki R.K., McGary R., „Efektywne zarządzanie projektami”, Wydawnictwo Helion, Gliwice 2005. :				
	J. Kisielnicki, Zarządzanie projektami badawczo-rozwojowymi, Wolters Kluwer 2013 :				
Literatura uzupełniająca					
<b>NAKŁAD PRACY STUDENTA</b>					
	Liczba godzin				
Zajęcia dydaktyczne	<b>45</b>				
Udział w egzaminie/zaliczeniu	<b>2</b>				
Przygotowanie się do zajęć	<b>28</b>				
Studiowanie literatury	<b>10</b>				
Udział w konsultacjach	<b>15</b>				

Przygotowanie projektu / eseju / itp.	<b>30</b>
Przygotowanie si do egzaminu/zaliczenia	<b>20</b>
<b>Ł CZNY nakład pracy studenta w godz.</b>	<b>150</b>
<b>Liczba punktów ECTS</b>	<b>6</b>

# S Y L A B U S (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: <b>USWE-Z-O-II-S-19/20Z</b>					
Moduł: <b>Blok: Zarz dzenie biznesem [moduł]</b>					
Nazwa przedmiotu: <b>nowoczesne koncepcje i metody zarz dzania (KIERUNKOWE)</b>				Kod przedmiotu: <b>US182AIIJ2714_33S</b>	
Nazwa kierunku: <b>zarz dzenie</b>					
Forma studiów: <b>II stopnia, stacjonarne</b>		Profil studiów: <b>ogólnoakademicki</b>		Specjalno :	
Status przedmiotu: <b>fakultatywny</b>			J zyk przedmiotu: <b>semestr: 3 - j zyk polski</b>		
<b>Rok</b>	<b>Semestr</b>	<b>Forma zaj</b>	<b>Liczba godzin</b>	<b>Forma zaliczenia</b>	<b>ECTS</b>
2	3	wiczenia	15	ZO	1
<b>Razem</b>			<b>15</b>		<b>1</b>
Koordynator przedmiotu:		<b>dr hab. KRZYSZTOF JANASZ</b>			
Prowadz cy zaj cia:					
Cele przedmiotu:		Celem jest u wiadomienie słuchaczy jak rol odgrywa wła ciwy dobór koncepcji i metod zarz dzania w przedsi biorstwie. Konieczna jest zmiana podej cia do sposobu wyboru tych metod; wskazanie zasadno ci ich odpowiedniego doboru w odniesieniu do fazy rozwoju podmiotu, konieczno zachowania proporcji mi dzy stosowaniem nowych koncepcji a zachowaniem dotychczas stosowanych oraz zapoznanie studentów z wszystkimi dost pnymi metodami i koncepcjami zarz dzania.			
Wymagania wst pne:		Student zna podstawowe poj cia z zakresu ekonomii, nauki o organizacji, podstaw zarz dzania oraz rozumie konieczno kszttałcenia ustawicznego.			
<b>EFEKTY UCZENIA SI</b>					
<b>Kategoria</b>	<b>Lp</b>	<b>KOD</b>	<b>Opis efektu</b>	<b>Odniesienie do efektów dla programu</b>	
wiedza	1	EP1	ma wiedz z zakresu istoty i zało e nowoczesnych koncepcji i metod zarz dzania.	K_W01 K_W02	
	2	EP2	ma zaawansowan wiedz o wpływie otoczenia na nowoczesne metody zarz dzania we współczesnych organizacjach.	K_W03 K_W06	
	3	EP3	ma zaawansowan wiedz o kierunkach rozwoju nowoczesnych koncepcji i metod zarz dzania przedsi biorstwem i ró nicach mi dzy nimi.	K_W04 K_W05	
umiej tno ci	1	EP4	Posiada umiej tno wyboru odpowiedniej koncepcji zarz dzania w stosunku do zaistniałych potrzeb organizacji	K_U01 K_U02	
	2	EP5	Potrafi analizowa i oceni wpływ otoczenia endogenicznego na wybór koncepcji i metod zarz dzania	K_U03	
kompetencje społeczne	1	EP6	Posiada zdolno krytycznego my lenia.	K_K01	
<b>TRE CI PROGRAMOWE</b>				Semestr	Liczba godzin
Przedmiot: <b>nowoczesne koncepcje i metody zarz dzania</b>					
Forma zaj : <b>wiczenia</b>					
1. Klasyfikacje, elementy składowe i zało enia współczesnych koncepcji i metod zarz dzania.				3	2
2. Charakterystyka i ró nice oraz podobie stwa mi dzy nowoczesnymi metodami zarz dzania: zmianami, projektami, time based management (TBM), zarz dzaniem rodowiskowym.				3	3
3. Istota i znaczenie logistyki, strategii just-in-time (production, management) - przypadki				3	3
4. Istota, cechy, zało enia tworzenia i rozwoju koncepcji: lean management, marketingu, TQM, HR - studium przypadków				3	2



5. Ról i podobieństwa między współczesnymi metodami zarządzania: outsourcingiem i insourcingiem.		3	1		
6. Znaczenie wybranych metod zarządzania we współczesnych organizacjach. Metody reengineeringu, benchmarkingu, controllingu - studium przypadków.		3	2		
7. Kierunki rozwoju nowoczesnych koncepcji i metod zarządzania przedsiębiorstwem.		3	2		
Metody kształcenia	wiczenia z wykorzystaniem prezentacji multimedialnych, dyskusje studentów, analizy przypadków, praca w grupach.				
Metody weryfikacji efektów uczenia się			Nr efektu uczenia się z sylabusu		
	KOLOKWIUM		EP1,EP2,EP3		
Forma i warunki zaliczenia	<p><b>Forma i warunki zaliczenia wicze :</b>  <b>wykonanie pracy zaliczeniowej: przygotowanie projektu i jego prezentacja, badania i prezentacja ich wyników.</b>  <b>Zaliczenie wicze na podstawie ocen cząstkowych otrzymanych w trakcie semestru za określone działania i prace studenta: obecność, aktywność i kolokwium.</b>  <b>W okresie nauczania hybrydowego lub wyłącznie nauczania zdalnego nastąpi zmiana warunków zaliczenia przedmiotu na następujące wymogi:</b>  <b>warunkiem zaliczenia przedmiotu jest napisanie eseju na zadany temat i jego prezentacja na MS Teams.</b></p>				
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu				
	<p><b>Student otrzymuje ocenę dostateczną, gdy potrafi omówić zagadnienia związane z nowoczesnymi koncepcjami i metodami zarządzania przedsiębiorstwem, co sprawdza osiągnięte efekty kształcenia w zakresie wiedzy i umiejętności uzyskanych podczas uczestnictwa w wiczeniach.</b></p>				
Metoda obliczania oceny końcowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej
	3	nowoczesne koncepcje i metody zarządzania		Ważona	
	3	nowoczesne koncepcje i metody zarządzania [wiczenia]	zaliczenie z ocen		1,00
Literatura podstawowa	Brilman J. (2002): Nowoczesne koncepcje i metody zarządzania, PWE, Warszawa				
	Janasz K., Janasz W., Kozioł K., Szopik-Depczyńska K. (2010): Zarządzanie strategiczne. Koncepcje. Metody. Strategie. Wyd. II, Difin, Warszawa				
	Nogalski B., Lachiewicz S. (red.) (2010): Osiągnięcia i perspektywy nauk o zarządzaniu, Oficyna a Wolters Kluwer business, Warszawa				
	Zimniewicz K. (2008): Współczesne koncepcje i metody zarządzania, PWE, Warszawa				
Literatura uzupełniająca	Marek S., Białyiewicz M. (red.) (2011): Podstawy nauki o organizacji, PWE, Warszawa				
	Osbert-Pociecha G., Nowosielski S. (red.) (2016): Meandry teorii i praktyki zarządzania, Wyd. Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu, Wrocław				
<b>NAKŁAD PRACY STUDENTA</b>					
		Liczba godzin			
Zajęcia dydaktyczne		15			
Udział w egzaminie/zaliczeniu		1			
Przygotowanie się do zajęć		1			
Studiowanie literatury		0			
Udział w konsultacjach		5			
Przygotowanie projektu / eseju / itp.		2			
Przygotowanie się do egzaminu/zaliczenia		1			
<b>Ł. CZYNY nakład pracy studenta w godz.</b>		<b>25</b>			
<b>Liczba punktów ECTS</b>		<b>1</b>			

# S Y L A B U S (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: <b>USWE-Z-O-II-S-19/20Z</b>					
Nazwa przedmiotu: <b>ocena efektywności inwestycji (KIERUNKOWE)</b>				Kod przedmiotu: <b>US182AIIWZiEU_7S</b>	
Nazwa kierunku: <b>zarządzanie</b>					
Forma studiów: <b>II stopnia, stacjonarne</b>		Profil studiów: <b>ogólnoakademicki</b>		Specjalność :	
Status przedmiotu: <b>obowiązkowy</b>			Język przedmiotu: <b>semestr: 2 - j. język polski</b>		
<b>Rok</b>	<b>Semestr</b>	<b>Forma zajęć</b>	<b>Liczba godzin</b>	<b>Forma zaliczenia</b>	<b>ECTS</b>
1	2	wiczenia	30	E	3
<b>Razem</b>			<b>30</b>		<b>3</b>
Koordynator przedmiotu:		<b>prof. dr hab. PIOTR NIEDZIELSKI</b>			
Prowadzący zajęcia:					
Cele przedmiotu:		<b>Celem przedmiotu jest nabycie umiejętności oceny efektywności projektów rozwojowych w oparciu o zdobytą wiedzę teoretyczną oraz kompetencje kreatywnej i odpowiedzialnej współpracy</b>			
Wymagania wstępne:		<b>Wiedza z zakresu podstaw finansów, rachunkowości, warunków realizacji projektów rozwojowych i innowacji</b>			
<b>EFEKTY UCZENIA SI</b>					
<b>Kategoria</b>	<b>Lp</b>	<b>KOD</b>	<b>Opis efektu</b>	<b>Odniesienie do efektów dla programu</b>	
wiedza	1	EP1	<b>Student zna podstawowe pojęcia z zakresu teorii inwestycji oraz teorii projektów rozwojowych</b>	<b>K_W01 K_W03 K_W04</b>	
	2	EP2	<b>Student rozumie specyfikę projektów rozwojowych</b>	<b>K_W02 K_W03 K_W05 K_W06</b>	
	3	EP3	<b>Student zna podstawowe parametry i wskaźniki oceny projektów rozwojowych</b>	<b>K_W01 K_W02 K_W06 K_W08</b>	
umiejętności	1	EP4	<b>Student potrafi dobrać wskaźniki względem rodzaju projektu oraz je zinterpretować</b>	<b>K_U01 K_U02 K_U05</b>	
	2	EP5	<b>Student potrafi określić założenia oraz oszacować /prognozować składowe rachunku opłacalności inwestycji</b>	<b>K_U01 K_U02 K_U03 K_U05</b>	
	3	EP6	<b>Student potrafi pracować w zespole, komunikować swoje poglądy i uwzględniać argumentację innych osób</b>	<b>K_U06 K_U08</b>	
kompetencje społeczne	1	EP7	<b>Student jest gotów do krytycznej oceny projektów rozwojowych</b>	<b>K_K01 K_K03</b>	
	2	EP8	<b>Student jest gotów do myślenia i działania w sposób przedsiębiorczy i podejmowania decyzji rozwojowych</b>	<b>K_K04</b>	
<b>TREŚCI PROGRAMOWE</b>				Semestr	Liczba godzin
Przedmiot: <b>ocena efektywności inwestycji</b>					
Forma zajęć : <b>wiczenia</b>					
1. Rozumienie istoty projektów gospodarczych. Budowanie i planowanie przepływów pieniężnych w projektach rozwojowych				2	8

2. Analiza opłacalności projektów rozwojowych z wykorzystaniem wskaźników prostych i złożonych		2	6		
3. Analiza wrażliwości projektów rozwojowych. Badanie i interpretacja wyników wrażliwości strumieni finansowych		2	4		
4. Analiza wpływu różel finansowania na rachunek opłacalności inwestycji		2	4		
5. Analiza uwarunkowania realizacji projektów rozwojowych		2	8		
Metody kształcenia	wiczenia indywidualne, praca w grupie nad projektem z wykorzystaniem narzędzi informatycznych, w oparciu o wprowadzenie teoretyczne				
Metody weryfikacji efektów uczenia się		Nr efektu uczenia się z sylabusu			
	<b>EGZAMIN USTNY</b>	EP1,EP2,EP3,EP4,EP5			
	<b>PROJEKT</b>	EP3,EP4,EP5,EP6,EP7,EP8			
	<b>ZAJĘCIA PRAKTYCZNE (WERYFIKACJA POPRZEZ OBSERWACJĘ)</b>	EP3,EP4,EP5,EP6,EP7,EP8			
Forma i warunki zaliczenia	<b>Warunkiem uzyskania zaliczenia jest zaliczenie wicze oraz zdanie egzaminu ustnego.</b>				
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu <b>Ocen zaliczenia wicze ustala się na podstawie:</b> - oceny projektu grupowego (waga 60%) - oceny aktywności podczas wicze odbywających się w ramach przedmiotu (waga 20%) - oceny aktywności w dyskusji podczas prezentacji projektów grupowych (waga 20%) <b>Ocen z egzaminu ustnego ustala się na podstawie odpowiedzi na 3 pytania z puli pytań przygotowanych przez prowadzącego.</b> <b>Ocen końcowych z przedmiotu jest ocena z egzaminu.</b>				
Metoda obliczania oceny końcowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej
	2	ocena efektywności inwestycji		Nieobliczana	
	2	ocena efektywności inwestycji [wiczenia]	egzamin		
Literatura podstawowa	Niedzielski P., Markiewicz J., Norek T., rzempala J., Skweres-Kuchta M., (2009): Jak oceniać inwestycje, Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego, Szczecin				
	Rogowski W. (2008): Rachunek efektywności inwestycji, Wolters Kluwers, Warszawa				
	Sierpińska M., Jachna T. (2004): Ocena przedsiębiorstwa według standardów światowych, PWN, Warszawa				
Literatura uzupełniająca	Jakubczyc J. (2008): Metody oceny projektu gospodarczego, Wydawnictwo Naukowe PWN				
	Wrzosek S. (2008): Ocena Efektywności Inwestycji, Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu, Wrocław				
<b>NAKŁAD PRACY STUDENTA</b>					
		Liczba godzin			
Zajęcia dydaktyczne		<b>30</b>			
Udział w egzaminie/zaliczeniu		<b>5</b>			
Przygotowanie się do zajęć		<b>5</b>			
Studiowanie literatury		<b>5</b>			
Udział w konsultacjach		<b>10</b>			
Przygotowanie projektu / eseju / itp.		<b>15</b>			
Przygotowanie się do egzaminu/zaliczenia		<b>5</b>			
<b>Łączny nakład pracy studenta w godz.</b>		<b>75</b>			
<b>Liczba punktów ECTS</b>		<b>3</b>			

# S Y L A B U S (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: <b>USWE-Z-O-II-S-19/20Z</b>					
Moduł: <b>Przedmiot do wyboru w j zyku obcym [moduł]</b>					
Nazwa przedmiotu: <b>Packaging Design (OGÓLNOUCZELNIANE)</b>				Kod przedmiotu: <b>US182AIJ2866_37S</b>	
Nazwa kierunku: <b>zarz dzanie</b>					
Forma studiów: <b>II stopnia, stacjonarne</b>		Profil studiów: <b>ogólnoakademicki</b>		Specjalno : 	
Status przedmiotu: <b>fakultatywny</b>			J zyk przedmiotu: <b>semestr: 4 - j zyk angielski (100%)</b>		
<b>Rok</b>	<b>Semestr</b>	<b>Forma zaj</b>	<b>Liczba godzin</b>	<b>Forma zaliczenia</b>	<b>ECTS</b>
2	4	wiczenia	30	ZO	3
<b>Razem</b>			<b>30</b>		<b>3</b>
Koordinator przedmiotu:	<b>dr MAŁGORZATA WI CICKA-FERNANDO</b>				
Prowadz cy zaj cia:					
Cele przedmiotu:	<b>Zapoznanie studentów z zasadami projektowania opakowa . Kształtowanie postawy osoby zdolnej do pracy w grupie i indywidualnie oraz wiadomej konieczno ci ci głęgo rozwoju i poszukiwania wiedzy.</b>				
Wymagania wst pne:	<b>Znajomo zagadnie z zakresu marketingu, w tym zarz dzania produktem, oraz podstawowej umiej tno ci z MC-Office Znajomo j zyka angielskiego na poziomie rednio zaawansowanym.</b>				
<b>EFEKTY UCZENIA SI</b>					
<b>Kategoria</b>	<b>Lp</b>	<b>KOD</b>	<b>Opis efektu</b>	<b>Odniesienie do efektów dla programu</b>	
wiedza	1	EP1	<b>Student zna etapy projektowania opakowania i znaczenie opakowania w zarz dzaniu marketingiem.</b>	<b>K_W02 K_W09</b>	
umiej tno ci	1	EP2	<b>Student potrafi stworzy koncepcj opakowania i projekt do pakowania na podstawie wymaga klienta.</b>	<b>K_U05 K_U06 K_U08 K_U09</b>	
kompetencje społeczne	1	EP3	<b>Student jest krytyczny wobec praktyk rynkowych, które manipuluj kupuj cym.</b>	<b>K_K01 K_K02</b>	
<b>TRE CI PROGRAMOWE</b>				Semestr	Liczba godzin
Przedmiot: <b>Packaging Design</b>					
Forma zaj : <b>wiczenia</b>					
1. <b>Significance of packaging in the marketing</b>				4	2
2. <b>The Packaging process (from concept to completion)</b>				4	4
3. <b>Strategic packaging decisions</b>				4	2
4. <b>Work on packaging concept</b>				4	4
5. <b>Design the packaging</b>				4	4
6. <b>The Packiging disigner?s tools</b>				4	2
7. <b>Selection of packaging materials</b>				4	2
8. <b>Translating goals and vision into form and style</b>				4	4
9. <b>Project work</b>				4	4

10. Presentation		4	2		
Metody kształcenia	wiczenia z prezentacjami multimedialnymi, case study, wykorzystaniem narzędzi IT				
Metody weryfikacji efektów uczenia się			Nr efektu uczenia się z sylabusu		
	PROJEKT		EP1,EP2,EP3		
Forma i warunki zaliczenia	prezentacja przygotowanego projektu na forum.				
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu				
	Ocena wyliczana jest za pomocą średniej z wyników cząstkowych (ze wszystkich aktywności).				
Metoda obliczania oceny końcowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do średniej
	4	Packaging Design		Nieobliczana	
	4	Packaging Design [ wiczenia]	zaliczenie z ocen		
Literatura podstawowa	Dent A.H., Sherr L (2015): Packaging design, Thames&Hudson				
	DuPuis S., Silva J., (2008): Package design workbook,, Rockport				
	Von Roojen P., Hronek J. (2010): Complex Packaging, , The Pepin Press				
Literatura uzupełniająca	Stewart B. (2007): Projektowanie opakowań, PWN				
	Von Roojen P., Hronek J (2010): Fancy Packaging, , The Pepin Press				
	Von Roojen P., Hronek J., (2010): Advanced Packaging, The Pepin Press				
<b>NAKŁAD PRACY STUDENTA</b>					
		Liczba godzin			
Zajęcia dydaktyczne		30			
Udział w egzaminie/zaliczeniu		2			
Przygotowanie się do zajęć		9			
Studiowanie literatury		9			
Udział w konsultacjach		10			
Przygotowanie projektu / eseju / itp.		15			
Przygotowanie się do egzaminu/zaliczenia		0			
<b>Ł CZNY nakład pracy studenta w godz.</b>		<b>75</b>			
<b>Liczba punktów ECTS</b>		<b>3</b>			

# S Y L A B U S (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: <b>USWE-Z-O-II-S-19/20Z</b>					
Nazwa przedmiotu: <b>planowanie i finansowanie działalności przedsiębiorstwa (KIERUNKOWE)</b>				Kod przedmiotu: <b>US182AIJ2713_41S</b>	
Nazwa kierunku: <b>zarządzanie</b>					
Forma studiów: <b>II stopnia, stacjonarne</b>		Profil studiów: <b>ogólnoakademicki</b>		Specjalność :	
Status przedmiotu: <b>obowiązkowy</b>			Język przedmiotu: <b>semestr: 4 - język polski</b>		
Rok	Semestr	Forma zajęć	Liczba godzin	Forma zaliczenia	ECTS
2	4	konwersatorium	15	ZO	4
		laboratorium	15	ZO	
<b>Razem</b>			<b>30</b>		<b>4</b>
Koordynator przedmiotu:		<b>dr KAROLINA BEYER</b>			
Prowadzący zajęcia:					
Cele przedmiotu:		Celem jest zaprezentowanie zaawansowanych zagadnień związanych z planowaniem i finansowaniem działalności gospodarczej oraz uświadomienie studentów z roli jaką odgrywa planowanie w przedsiębiorstwie. Istotne jest nabycie umiejętności planowania w przedsiębiorstwie oraz doboru optymalnych środków finansowania działalności gospodarczej dających możliwości rozwoju przedsiębiorstw i osiągnięcia przewagi konkurencyjnej na rynku			
Wymagania wstępne:		W zakresie: wiedzy: student zna pojęcia z zakresu funkcjonowania przedsiębiorstwa, zasobów przedsiębiorstwa, strategii jego rozwoju, umiejętności: potrafi dokonać analizy funkcjonowania przedsiębiorstwa oraz jego strategii rozwoju kompetencji (postaw): jest gotów do analizy opisów przypadków i do pracy w grupie			
<b>EFEKTY UCZENIA SI</b>					
Kategoria	Lp	KOD	Opis efektu	Odniesienie do efektów dla programu	
wiedza	1	EP1	zna w pogłębionym stopniu istotność planowania działalności gospodarczej i znaczenie biznesplanu w zarządzaniu strategicznym	K_W02 K_W04 K_W05 K_W08	
	2	EP2	zna w pogłębionym stopniu systemy wsparcia przedsiębiorstw m.in. oferowane przez instytucje wsparcia biznesu i programy UE	K_W01	
	3	EP3	zna w pogłębionym stopniu sposoby finansowania działalności przedsiębiorstw, zarówno tradycyjne, jak i alternatywne	K_W02 K_W05 K_W11	
umiejętności	1	EP4	potrafi zastosować zdobytą wiedzę do tworzenia modeli biznesowych i biznesplanu przedsiębiorstwa oraz potrafi sporządzić analizy strategiczne przedsiębiorstwa	K_U01 K_U03 K_U05 K_U08 K_U09	
	2	EP5	potrafi dokonać wyboru odpowiedniej formy finansowania działalności uwzględniając uwarunkowania otoczenia	K_U03 K_U05	
kompetencje społeczne	1	EP6	jest gotów do krytycznej oceny posiadanej wiedzy oraz wykorzystania jej w rozwiązywaniu problemów związanych z planowaniem i finansowaniem działalności gospodarczej	K_K01 K_K03	
<b>TRECI PROGRAMOWE</b>				Semestr	Liczba godzin
Przedmiot: <b>planowanie i finansowanie działalności przedsiębiorstwa</b>					
Forma zajęć : <b>konwersatorium</b>					

1. Znaczenie i obszary planowania w przedsi biorstwie.		4	2		
2. Biznesplan jako narz dzie planowania strategicznego.		4	2		
3. Wykorzystanie analizy strategicznej w planowaniu przedsi wzi inwestycyjnych.		4	2		
4. Systemy wsparcia przedsi biorstw. Wspieranie rozwoju przedsi biorstw przez instytucje otoczenia biznesu. Programy UE wspieraj ce rozwój przedsi biorstw.		4	4		
5. Charakterystyka finansowania wewn trznego i zewn trznego oraz znaczenie kapitałów własnych i obcych w przedsi biorstwie. Rola kapitału obrotowego w finansowaniu przedsi biorstw		4	3		
6. Tradycyjne i alternatywne formy finansowania działalno ci m.in. kredyt bankowy, leasing, faktoring, franchising		4	2		
Forma zaj : laboratorium					
1. Planowanie finansowe w praktyce - wykorzystanie arkusza kalkulacyjnego w planowaniu		4	2		
2. Identyfikacja potrzeb rozwojowych przedsi biorstwa - praca nad projektem		4	2		
3. Analiza strategiczna przedsi biorstwa - praca nad projektem		4	3		
4. Symulacja finansowania przedsi wzi kapitałami własnymi i obcymi - praca z arkuszem kalkulacyjnym		4	3		
5. Tradycyjne i alternatywne formy finansowania działalno ci - analiza bie cych ofert		4	3		
6. Prezentacje projektów studentów dotycz cych planowania i finansowania w wybranym przedsi biorstwie		4	2		
Metody kształcenia	zaj cia z wykorzystaniem prezentacji multimedialnej dyskusje studentów praca z grupach nad problemem z wykorzystaniem arkusza kalkulacyjnego rozwi zywanie zada , analizy przypadków (case study)				
Metody weryfikacji efektów uczenia si			Nr efektu uczenia si z sylabusu		
	KOLOKWIUM		EP1,EP2,EP3		
	PROJEKT		EP4,EP5,EP6		
	ZAJ CIA PRAKTYCZNE (WERYFIKACJA POPRZEZ OBSERWACJ )		EP4,EP5,EP6		
Forma i warunki zaliczenia	Forma i warunki zaliczenia konwersatoriów: 80% oceny stanowi ocena z zaliczenia pisemnego-kolokwium (ok. 6 pyta otwartych) 20% oceny obejmuje aktywno na zaj ciach w tym rozwi zywanie studiów przypadków Student otrzymuje ocen dostateczn , gdy potrafi zdefiniowa istot planowania w przedsi biorstwie, potrafi okre li rol biznesplanu, wymieni : systemy wsparcia biznesu, instytucje wsparcia przedsi biorstw, programy UE spieraj ce rozwój przedsi biorstw; potrafi scharakteryzowa finansowanie zewn trzne i wewn trzne działalno ci oraz wskaza tradycyjne i alternatywne ró dła finansowania przedsi biorstw				
	Forma i warunki zaliczenia laboratoriów: 100% oceny stanowi ocena z realizowanego projektu dotycz cego planowania i finansowania działalno ci gospodarczej				
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu				
<b>Ocen z przedmiotu stanowi rednia arytmetyczna ocen uzyskany w ramach konwersatoriów i laboratoriów</b>					
Metoda obliczania oceny ko cowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej
	4	planowanie i finansowanie działalno ci przedsi biorstwa		Arytmetyczna	
	4	planowanie i finansowanie działalno ci przedsi biorstwa [konwersatorium]	zaliczenie z ocen		
	4	planowanie i finansowanie działalno ci przedsi biorstwa [laboratorium]	zaliczenie z ocen		
Literatura podstawowa	Gryko J.M., Kluzek M., Kubiak J., Nowaczyk T. (2019): Planowanie finansowe w przedsi biorstwie, Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu, Pozna				
	Lis P. (2014): Strategia i planowanie biznesu, Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu, Pozna				
	Penc-Pietrzak I. (2010): Planowanie strategiczne w nowoczesnej firmie, Wolters Kluwer,, Warszawa				
Literatura uzupełniaj ca	Kozioł-Nadolna K., Beyer K., Czerniachowicz B. (2018): Uwarunkowania rozwoju organizacji. Innowacyjno i przedsi biorczo , Volumina, Szczecin				
	Marek S., Białasiewicz M. red. (2011): Podstawy Nauki o Organizacji,, PWE, Warszawa				
	Skudlik M. (2015): Planowanie i ocena rentowno ci przedsi wzi cia. Finanse z arkuszem kalkulacyjnym, OnePress, Gliwice				

**NAKŁAD PRACY STUDENTA**

	Liczba godzin
Zajęcia dydaktyczne	<b>30</b>
Udział w egzaminie/zaliczeniu	<b>2</b>
Przygotowanie się do zajęć	<b>10</b>
Studiowanie literatury	<b>10</b>
Udział w konsultacjach	<b>10</b>
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	<b>18</b>
Przygotowanie się do egzaminu/zaliczenia	<b>20</b>
<b>Ł. CZNY nakład pracy studenta w godz.</b>	<b>100</b>
<b>Liczba punktów ECTS</b>	<b>4</b>



# S Y L A B U S (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: <b>USWE-Z-O-II-S-19/20Z</b>					
Nazwa przedmiotu: <b>planowanie marketingowe (KIERUNKOWE)</b>				Kod przedmiotu: <b>US182AIIJ2866_3S</b>	
Nazwa kierunku: <b>zarz dzanie</b>					
Forma studiów: <b>II stopnia, stacjonarne</b>		Profil studiów: <b>ogólnoakademicki</b>		Specjalno :	
Status przedmiotu: <b>obowi zkowy</b>			J zyk przedmiotu: <b>semestr: 1 - j zyk polski</b>		
<b>Rok</b>	<b>Semestr</b>	<b>Forma zaj</b>	<b>Liczba godzin</b>	<b>Forma zaliczenia</b>	<b>ECTS</b>
1	1	wiczenia	30	ZO	6
		wykład	15	E	
<b>Razem</b>			<b>45</b>		<b>6</b>
Koordynator przedmiotu:		prof. dr hab. EDYTA RUDAWSKA			
Prowadz cy zaj cia:					
Cele przedmiotu:		Celem jest wskazanie na konieczno marketingowego zarz dzania przedsi biorstwem w celu budowy pozycji rynkowej przez firmy; zapoznanie studentów z metodami analizy sytuacji marketingowej firmy oraz nabycie umiej tno ci opracowania planu marketingowego w zespole.			
Wymagania wst pne:		w zakresie wiedzy: student wymienia i definiuje podstawowe zagadnienia mikro i makro ekonomii, marketingu, podstaw zarz dzania, rozró nia poszczególne metody prowadzenia bada marketingowych, wymienia poszczególne funkcje realizowane w firmach. w zakresie umiej tno ci student ocenia zmiany zachodz ce na rynku, organizuje proces pozyskiwania informacji na temat konkretnej firmy lub produktu w zakresie kompetencji student potrafi pracowa w zespole, posiada umiej tno komunikacji			
<b>EFEKTY UCZENIA SI</b>					
<b>Kategoria</b>	<b>Lp</b>	<b>KOD</b>	<b>Opis efektu</b>	<b>Odniesienie do efektów dla programu</b>	
wiedza	1	EP1	zna proces zarz dzania marketingowego we współczesnych organizacjach	K_W09	
	2	EP2	wymienia i charakteryzuje elementy planu marketingowego	K_W06	
umiej tno ci	1	EP3	konstruuje plan marketingowy dla wybranej firmy lub produktu	K_U03	
kompetencje społeczne	1	EP4	jest gotowy do działa przedsi biorczych i rozwi zuje problemy praktyczne	K_K04	
<b>TRE CI PROGRAMOWE</b>				Semestr	Liczba godzin
Przedmiot: <b>planowanie marketingowe</b>					
Forma zaj : <b>wykład</b>					
1. Funkcje współczesnego marketingu				1	2
2. Konsekwencje przyj cia koncepcji marketingowej w przedsi biorstwie				1	2
3. Proces zarz dzania marketingowego				1	1
4. Procedura opracowania planu marketingowego				1	2
5. Analiza bie cej sytuacji marketingowej, zasady formułowania celów marketingowych				1	2
6. Narz dzia wspomagaj ce proces okre lania celów i strategii marketingowych				1	2
7. Strategie marketingowe, program działa marketingowych, ustalenie bud etu działa i kontrola działa				1	4
Forma zaj : <b>wiczenia</b>					

1. Analiza przedsi biorstwa	1	3			
2. Analiza otoczenia firmy	1	3			
3. Analiza SWOT	1	2			
4. Przygotowanie analiz portfelowych słu cych do wyboru strategii marketingowego dziaania	1	4			
5. Formułowanie misji i celów dziaalno ci	1	2			
6. Analiza STP	1	3			
7. Opracowanie marketingowych strategii dziaania firmy	1	5			
8. Opracowanie programu dziaa marketingowych oraz sposobów kontroli dziaa	1	5			
9. Przygotowanie streszczenia kierowniczego	1	1			
10. Prezentacja i dyskusja nad przygotowanymi projektami	1	2			
Metody ksztalcenia	prezentacja multimedialna, dyskusja, praca w grupach, prezentacja projektu przez studentów.				
Metody weryfikacji efektów uczenia si	Nr efektu uczenia si z sylabusa				
	EGZAMIN PISEMNY				
	PROJEKT				
Forma i warunki zaliczenia	wiczenia zaliczane s na podstawie przygotowanego przez studentów planu marketingowego dla wybranej firmy/produktu				
	Wykład zaliczany jest na podstawie egzaminu pisemnego w formie testu z wykładów i zalecanej literatury				
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu				
Ocena z przedmiotu jest redni arytmetyczn z wicze i egzaminu					
Metoda obliczania oceny ko cowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej
	1	planowanie marketingowe		Arytmetyczna	
	1	planowanie marketingowe [wykład]	egzamin		
	1	planowanie marketingowe [ wiczenia]	zaliczenie z ocen		
Literatura podstawowa	Dzieko ski M., Kozielski R. (2007): Jak szybko napisa profesjonalny plan marketingowy, Oficyna				
	Fr ckiewicz E., Karwowski J., Karwowski M., Rudawska E. (2004): Zarz dzenie marketingowe, PWE				
Literatura uzupełniaj ca	Kotler Ph. (2005): Marketing, Rebis				
	Mruk H. (2002): Strategie marketingowe, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej				
	Pomykalski A. (2005): Zarz dzenie i planowanie marketingowe, PWN				
<b>NAKŁAD PRACY STUDENTA</b>					
					Liczba godzin
Zaj cia dydaktyczne					45
Udział w egzaminie/zaliczeniu					4
Przygotowanie si do zaj					20
Studiowanie literatury					20
Udział w konsultacjach					30
Przygotowanie projektu / eseju / itp.					15
Przygotowanie si do egzaminu/zaliczenia					16
<b>Ł CZNY nakład pracy studenta w godz.</b>					<b>150</b>
<b>Liczba punktów ECTS</b>					<b>6</b>



# S Y L A B U S (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: <b>USWE-Z-O-II-S-19/20Z</b>					
Moduł: <b>Blok: Zarz dzenie biznesem [moduł]</b>					
Nazwa przedmiotu: <b>przeds i biorstwo na rynku globalnym (KIERUNKOWE)</b>				Kod przedmiotu: <b>US182AIIJ2713_14S</b>	
Nazwa kierunku: <b>zarz dzenie</b>					
Forma studiów: <b>II stopnia, stacjonarne</b>		Profil studiów: <b>ogólnoakademicki</b>		Specjalno : 	
Status przedmiotu: <b>fakultatywny</b>			J zyk przedmiotu: <b>semestr: 2 - j zyk polski</b>		
<b>Rok</b>	<b>Semestr</b>	<b>Forma zaj</b>	<b>Liczba godzin</b>	<b>Forma zaliczenia</b>	<b>ECTS</b>
1	2	wiczenia	15	ZO	1
<b>Razem</b>			<b>15</b>		<b>1</b>
Koordynator przedmiotu:		<b>dr MALWINA SZCZEPKOWSKA</b>			
Prowadz cy zaj cia:					
Cele przedmiotu:		<b>Celem jest zapoznanie studentów z wied z zakresu procesu globalizacji, gospodarki globalnej, funkcjonowania przeds i biorstw globalnych na rynku wiatowym, a tak e z zakresu ró nic kulturowych w biznesie mi dzynarodowym.</b>			
Wymagania wst pne:		<b>Wiedzy: zna zagadnienia ogólnoekonomiczne wykładane w ramach makro- i mikroekonomii, nauki o przeds i biorstwie, teorii zarz dzenia. Umiej tno ci: potrafi dokona analizy funkcjonowania przeds i biorstwa. Kompetencji (postaw): gotowy do analizy przykładów z praktyki gospodarczej, umie pracowa w grupie.</b>			
<b>EFEKTY UCZENIA SI</b>					
<b>Kategoria</b>	<b>Lp</b>	<b>KOD</b>	<b>Opis efektu</b>	<b>Odniesienie do efektów dla programu</b>	
wiedza	1	EP1	<b>Zna proces globalizacji, jego efekty i kontrowersje jakie rodzi, identyfikuje globaln gospodark oraz korporacje globalne. Identyfikuje wybrane obszary funkcjonowania przeds i biorstw globalnych. Zna i potrafi poda przykłady współpracy mi dzy korporacjami oraz fuzji i przej na rynku globalnym. Orientuje si w ró nicach kulturowych w przeds i biorstwach</b>	<b>K_W01 K_W03 K_W06</b>	
umiej tno ci	1	EP2	<b>potrafi oceni korzy ci i słabo ci procesu globalizacji oraz przeanalizowa funkcjonowanie wybranych firm globalnych</b>	<b>K_U01 K_U03 K_U05</b>	
	2	EP3	<b>potrafi zabiera głos w dyskusji</b>	<b>K_U06</b>	
kompetencje społeczne	1	EP4	<b>wyra a gotowo do współpracy w grupie i zespołowego rozwi zywania problemów</b>	<b>K_K01 K_K03</b>	
<b>TRE CI PROGRAMOWE</b>				Semestr	Liczba godzin
Przedmiot: <b>przeds i biorstwo na rynku globalnym</b>					
Forma zaj : <b>wiczenia</b>					
1. Identyfikacja procesu globalizacji, gospodarki globalnej, Triady, kontrowersji wokół globalizacji				2	2
2. Powstanie firmy globalnej, umi dzynarodowienie działalno ci.				2	2
3. Przemiany w korporacjach transnarodowych. Mi dzynarodowa współpraca przeds i biorstw. Fuzje i przej cia na rynku globalnym.				2	4
4. Zarz dzenie mi dzynarodowe. Czynniki kulturowy w zarz dzeniu. Marketing w firmach globalnych. Zarz dzenie zasobami ludzkimi w korporacjach globalnych.				2	4
5. Ró nice kulturowe w biznesie mi dzynarodowym, identyfikacja kultur. Wpływ ró nic na funkcjonowanie firm globalnych.				2	3

Metody kształcenia	prezentacje dyskusje studentów praca z grupach nad problemem rozwiązywanie zadań, analizy przypadków (case study)				
Metody weryfikacji efektów uczenia się					Nr efektu uczenia się z sylabusu
	KOŁOKWIUM				EP1,EP2
	ZAJĘCIA PRAKTYCZNE (WERYFIKACJA POPRZEZ OBSERWACJĘ)				EP2,EP3,EP4
Forma i warunki zaliczenia	<p><b>Forma i warunki zaliczenia:</b> Ocena zaliczeniowa ustalana jest na podstawie ocen cząstkowych otrzymywanych w trakcie semestru za określone działania i prace studenta: 70% oceny stanowi zaliczenie pisemne przedmiotu w postaci kolokwium pisemnego (około 6-8 pytań). Pytania otwarte z teoretycznej części materiału oraz dotyczące przykładów z praktyki gospodarczej. 30 % oceny to ćwiczenia zespołowe realizowane w domu i omawiane na wykładzie, oraz praca nad przypadkami przedsiębiorstw z praktyki gospodarczej. Projekty testują umiejętności studentów w zakresie wykorzystania posiadanej wiedzy do oceny analizowanych zjawisk oraz prognozowania działań organizacyjno-gospodarczej na podstawie wyciągniętych wniosków.</p> <p><b>Forma i warunki zaliczenia wykładu:</b> przedmiot nie kończy się egzaminem i ocena z ćwiczeń jest uzyskiwana na podstawie pisemnego zaliczenia tej formy zajęć na wykładzie oraz pracy własnej studenta.</p> <p><b>Ocenianie:</b> Student otrzymuje ocenę dostateczną, gdy zna podstawowe definicje z zakresu gospodarki globalnej i globalizacji, zna jej efekty i kontrowersje, orientuje się w różnicach kulturowych w przedsiębiorstwach.</p> <p><b>Ocena z przedmiotu jest równa ocenie uzyskanej z zaliczenia, gdzie 70% oceny stanowi zaliczenie pisemne przedmiotu a 30% praca własna studenta.</b></p>				
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu				
	<p><b>Ocena zaliczeniowa ustalana jest na podstawie ocen cząstkowych otrzymywanych w trakcie semestru za określone działania i prace studenta:</b> 70% oceny stanowi zaliczenie pisemne przedmiotu w postaci kolokwium pisemnego (około 6-8 pytań). Pytania otwarte z teoretycznej części materiału oraz dotyczące przykładów z praktyki gospodarczej. 30 % oceny to ćwiczenia zespołowe realizowane w domu i omawiane na wykładzie, oraz praca nad przypadkami przedsiębiorstw z praktyki gospodarczej. Projekty testują umiejętności studentów w zakresie wykorzystania posiadanej wiedzy do oceny analizowanych zjawisk oraz prognozowania działań organizacyjno-gospodarczej na podstawie wyciągniętych wniosków.</p> <p><b>Forma i warunki zaliczenia wykładu:</b> przedmiot nie kończy się egzaminem i ocena z ćwiczeń jest uzyskiwana na podstawie pisemnego zaliczenia tej formy zajęć na wykładzie oraz pracy własnej studenta.</p>				
Metoda obliczania oceny końcowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej
	2	przedsiębiorstwo na rynku globalnym		Ważona	
	2	przedsiębiorstwo na rynku globalnym [ćwiczenia]	zaliczenie z ocen		1,00
Literatura podstawowa	Gesteland R. (2000): Różnice kulturowe a zachowania w biznesie, PWN				
	Hampden-Turner C. (2000): Siedem kultur kapitalizmu, Oficyna Ekonomiczna				
	KACZMAREK T.T. (2009): GLOBALNA GOSPODARKA I GLOBALNY KRYZYS, DIFIN, Warszawa				
	Marek S., Białasiewicz M. (red.) (2011): Podstawy nauki o organizacji, PWE				
	Marek S. (red.) (2008): Elementy nauki o przedsiębiorstwie, Economicus				
	Nowakowski M.K. (red.) (2005): Biznes międzynarodowy. Od internacjonalizacji do globalizacji, Wyd. SGH				
	POLLOK A., SZOPA B. (2017): EKONOMIA GLOBALNA WYBRANE ZAGADNIENIA, UNIWERSYTET EKONOMICZNY KRAKÓW, Kraków				
	RZEPKA A. (2013): GLOBALIZACJA W TEORII I PRAKTYCE, SILVA RERUM, Warszawa				
	Sowa K. (2006): Strategie międzynarodowe, Difin				
	Zorska A. (2007): Korporacje globalne, PWE				
Literatura uzupełniająca	Duliniec E. (2004): Marketing międzynarodowy, PWE				
	Flejterski S., Wahl P. T. (2003): Ekonomia globalna, Difin				
	Gorynia M. (2007): Strategie zagranicznej ekspansji przedsiębiorstw, PWE				
	Zorska A. (1998): Ku globalizacji, przemiany w korporacjach transnarodowych i w gospodarce światowej, PWN				

**NAKŁAD PRACY STUDENTA**

	Liczba godzin
Zajęcia dydaktyczne	<b>15</b>
Udział w egzaminie/zaliczeniu	<b>2</b>
Przygotowanie się do zajęć	<b>4</b>
Studiowanie literatury	<b>3</b>
Udział w konsultacjach	<b>1</b>
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	<b>0</b>
Przygotowanie się do egzaminu/zaliczenia	<b>0</b>
<b>Ł. CZYNY nakład pracy studenta w godz.</b>	<b>25</b>
<b>Liczba punktów ECTS</b>	<b>1</b>

# S Y L A B U S (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: <b>USWE-Z-O-II-S-19/20Z</b>					
Moduł: <b>Blok: Zarz dzenie marketingowe [moduł]</b>					
Nazwa przedmiotu: <b>public relations (KIERUNKOWE)</b>				Kod przedmiotu: <b>US182AIIJ2866_9S</b>	
Nazwa kierunku: <b>zarz dzenie</b>					
Forma studiów: <b>II stopnia, stacjonarne</b>		Profil studiów: <b>ogólnoakademicki</b>		Specjalno :	
Status przedmiotu: <b>fakultatywny</b>			J zyk przedmiotu: <b>semestr: 2 - j zyk polski</b>		
<b>Rok</b>	<b>Semestr</b>	<b>Forma zaj</b>	<b>Liczba godzin</b>	<b>Forma zaliczenia</b>	<b>ECTS</b>
1	2	wiczenia	15	ZO	1
<b>Razem</b>			<b>15</b>		<b>1</b>
Koordinator przedmiotu:	<b>dr MAŁGORZATA WI CICKA-FERNANDO</b>				
Prowadz cy zaj cia:					
Cele przedmiotu:	<b>Celem przedmiotu jest: poznanie specyfiki Public Relations, podstawowych poj z zakresu Public Relations i teorii marketingu, analizy wizerunkowej, budowania marki, PR kryzysowego. zdobycie umiej tno ci analizy zasadniczych problemów etycznych i filozoficznych zwi zanych ze stosowaniem narz dzi i strategii z zakresu Public Relations, umiej tno ci rozumienia i wpływania na relacje mi dzy mass mediami a kształtowaniem wizerunku.</b>				
Wymagania wst pne:	<b>Podstawy ekonomii i marketingu.</b>				
<b>EFEKTY UCZENIA SI</b>					
<b>Kategoria</b>	<b>Lp</b>	<b>KOD</b>	<b>Opis efektu</b>	<b>Odniesienie do efektów dla programu</b>	
wiedza	1	EP1	<b>zna i rozumie w stopniu pogł bionym istot i znaczenie PR oraz podstawowe narz dzia kształtowania wizerunku</b>	<b>K_W09</b>	
umiej tno ci	1	EP2	<b>potrafi dobra i zastosowa odpowiednie narz dzia kształtowanie wizerunku; dobiera odpowiednie instrumenty do okre lonej strategii</b>	<b>K_U06</b>	
kompetencje społeczne	1	EP3	<b>jest gotów do bie cej oceny prowadzonej polityki w zakresie PR oraz do kreatywnego tworzenia wizerunku przedsi biorstwa</b>	<b>K_K01 K_K04</b>	
<b>TRE CI PROGRAMOWE</b>				Semestr	Liczba godzin
Przedmiot: <b>public relations</b>					
Forma zaj : <b>wiczenia</b>					
1. Wprowadzenie do PR				2	2
2. Formy PR				2	4
3. narz dzia PR				2	3
4. Zarz dzenie sytuacj kryzysow				2	4
5. Organizacja PR				2	2
Metody kształcenia	<b>prezentacje multimedialne, wyst pienia publiczne</b>				

Metody weryfikacji efektów uczenia się					Nr efektu uczenia się z sylabusu
	KOLOKWIUM				EP1,EP2
	ZAJ CIA PRAKTYCZNE (WERYFIKACJA POPRZEZ OBSERWACJ )				EP2,EP3
Forma i warunki zaliczenia	Zaliczenie na podstawie oceny z kolokwium oraz aktywności na zajęciach				
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu				
	Student otrzyma ocenę dostateczną przy 60% punktów, dobrą : 75%, bardzo dobrą : co najmniej 90%.				
Metoda obliczania oceny końcowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej
	2	public relations		Ważona	
	2	public relations [ ćwiczenia]	zaliczenie z ocen		1,00
Literatura podstawowa	E. M. Cenker, Public Relations, Poznań 2007 :				
	Podstawowa Poznań 2002 :	Cenker E. M.,	Public relations,	Wydawnictwo Wyższej Szkoły Bankowej,	
Literatura uzupełniająca					
<b>NAKŁAD PRACY STUDENTA</b>					
			Liczba godzin		
Zajęcia dydaktyczne			15		
Udział w egzaminie/zaliczeniu			2		
Przygotowanie się do zajęć			8		
Studiowanie literatury			0		
Udział w konsultacjach			0		
Przygotowanie projektu / eseju / itp.			0		
Przygotowanie się do egzaminu/zaliczenia			0		
<b>Ł CZNY nakład pracy studenta w godz.</b>			<b>25</b>		
<b>Liczba punktów ECTS</b>			<b>1</b>		



# S Y L A B U S (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: <b>USWE-Z-O-II-S-19/20Z</b>					
Moduł: <b>Blok: Zarz dzenie projektami w praktyce [moduł]</b>					
Nazwa przedmiotu: <b>ryzyko w zarz dzaniu projektami - studia przypadków (KIERUNKOWE)</b>				Kod przedmiotu: <b>US182AIIJ3345_16S</b>	
Nazwa kierunku: <b>zarz dzenie</b>					
Forma studiów: <b>II stopnia, stacjonarne</b>		Profil studiów: <b>ogólnoakademicki</b>		Specjalno :	
Status przedmiotu: <b>fakultatywny</b>			J zyk przedmiotu: <b>semestr: 2 - j zyk polski</b>		
<b>Rok</b>	<b>Semestr</b>	<b>Forma zaj</b>	<b>Liczba godzin</b>	<b>Forma zaliczenia</b>	<b>ECTS</b>
1	2	wiczenia	15	ZO	1
<b>Razem</b>			<b>15</b>		<b>1</b>
Koordynator przedmiotu:		<b>dr JOANNA RZEMPAŁA</b>			
Prowadz cy zaj cia:					
Cele przedmiotu:		<b>Zapoznanie studentów z umiej tno ci skutecznego i efektywnego zarz dzania projektem: narz dziami i technikami rozpoznawania zagro e , strategiami reagowania na zagro enia, zasadami jako ci, technikami kreatywnego my lenia, kodeksem etycznym kierownika projektu. Student dostrzega i rozumie przykładowe problemy biznesowe i rozwi zuje je za pomoc projektów.</b>			
Wymagania wst pne:		<b>Student zna podstawy planowania i monitorowania projektu zarz dzania zespołem projektowym.</b>			
<b>EFEKTY UCZENIA SI</b>					
<b>Kategoria</b>	<b>Lp</b>	<b>KOD</b>	<b>Opis efektu</b>	<b>Odniesienie do efektów dla programu</b>	
wiedza	1	EP1	<b>Student rozumie rol zarz dzania projektami, zna poj cia z zakresu sprawnego zarz dzania projektem oraz narz dzia i techniki zarz dzania ryzykiem w projekcie</b>	<b>K_W02 K_W08</b>	
umiej tno ci	1	EP2	<b>Student potrafi analizowa i ocenia otoczenie oraz interesariuszy projektu, identyfikowa szanse i zagro enia, a tak e potrafi wykorzysta zmiany zachodz ce w otoczeniu. Potrafi dokonywa analizy i oceny ryzyka w projekcie oraz planowa odpowiednie reakcje na ryzyko.</b>	<b>K_U01 K_U03 K_U06 K_U08</b>	
kompetencje społeczne	1	EP3	<b>Student wypracowuje nawyk systematyczno ci, rzetelno ci i odpowiedzialno ci za wykonywane prace, jest gotów do działania w sposób twórczy i przedsi biorczy, uwzgl dnia realne cele i rezultaty.</b>	<b>K_K01 K_K03 K_K04</b>	
	2	EP4	<b>Student jest gotów do efektywnej komunikacji z grup , b d c otwartym na dialog, kieruj c si zasadami etyki.</b>	<b>K_K02</b>	
<b>TRE CI PROGRAMOWE</b>				Semestr	Liczba godzin
Przedmiot: <b>ryzyko w zarz dzaniu projektami - studia przypadków</b>					
Forma zaj : <b>wiczenia</b>					
1. <b>Ryzyko w projekcie, narz dzia i techniki rozpoznawania ryzyka w projekcie.</b>				2	3
2. <b>Narz dzia i techniki jako ciowej oceny zagro e i szans</b>				2	3
3. <b>Strategie i plany reakcji na zagro enia i szanse</b>				2	3
4. <b>Zarz dzenie zmianami w projekcie: Zagadnienia projektowe i zmiany, Organizacja zarz dzania zmianami, Procedura zarz dzania zmianami</b>				2	3

5. Raportowanie o realizacji projektów.		2	3		
Metody kształcenia	Dyskusja dydaktyczna z wykorzystaniem technik multimedialnych, rozwijanie zadań, analiza przypadków, praca w grupach				
Metody weryfikacji efektów uczenia się			Nr efektu uczenia się z sylabusu		
	KOŁOKWIUM		EP1,EP2		
	ZAJĘCIA PRAKTYCZNE (WERYFIKACJA POPRZECZ OBSERWACJAMI)		EP1,EP3		
Forma i warunki zaliczenia	kolokwium, aktywność na zajęciach				
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu				
kolokwium, aktywność					
Metoda obliczania oceny końcowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej
	2	ryzyko w zarządzaniu projektami - studia przypadków		Waga	
	2	ryzyko w zarządzaniu projektami - studia przypadków [wyczenia]	zaliczenie z ocen		1,00
Literatura podstawowa	1. R. K. Wysocki, Efektywne zarządzanie projektami. Tradycyjne, zwinne, ekstremalne, wyd. 6, Wydawnictwo Helion, Gliwice 2013. :				
	Nowoczesne zarządzanie projektami, red. M. Trocki, PWE, Warszawa 2014. :				
Literatura uzupełniająca					
<b>NAKŁAD PRACY STUDENTA</b>					
		Liczba godzin			
Zajęcia dydaktyczne		15			
Udział w egzaminie/zaliczeniu		2			
Przygotowanie się do zajęć		2			
Studiowanie literatury		1			
Udział w konsultacjach		2			
Przygotowanie projektu / eseju / itp.		0			
Przygotowanie się do egzaminu/zaliczenia		3			
<b>Łączny nakład pracy studenta w godz.</b>		<b>25</b>			
<b>Liczba punktów ECTS</b>		<b>1</b>			

# S Y L A B U S (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: <b>USWE-Z-O-II-S-19/20Z</b>					
Nazwa przedmiotu: <b>seminarium dyplomowe (KIERUNKOWE)</b>				Kod przedmiotu: <b>US182AIIJ2714_1S</b>	
Nazwa kierunku: <b>zarz dzanie</b>					
Forma studiów: <b>II stopnia, stacjonarne</b>		Profil studiów: <b>ogólnoakademicki</b>		Specjalno :	
Status przedmiotu: <b>fakultatywny</b>			J zyk przedmiotu: <b>semestr: 2 - j zyk polski, semestr: 3 - j zyk polski, semestr: 4 - j zyk polski</b>		
Rok	Semestr	Forma zaj	Liczba godzin	Forma zaliczenia	ECTS
1	2	seminarium	30	ZO	6
2	3	seminarium	30	ZO	6
	4	seminarium	30	ZO	8
<b>Razem</b>			<b>90</b>		<b>20</b>
Koordynator przedmiotu:		<b>dr hab. JOANNA WI NIEWSKA</b>			
Prowadz cy zaj cia:					
Cele przedmiotu:		<b>Zapoznanie studentów z metodologi pisania prac dyplomowych oraz przygotowanie do obrony pracy dyplomowej</b>			
Wymagania wst pne:		<b>student posiada wiedz z zakresu zarz dzania, samodzielnie organizuje prac , dyskutuje na tematy z zakresu problematyki zarz dzania oraz wyra a własne opinie, pracuje samodzielnie</b>			
<b>EFEKTY UCZENIA SI</b>					
Kategoria	Lp	KOD	Opis efektu	Odniesienie do efektów dla programu	
wiedza	1	EP1	<b>Wyja nia podstawowe poj cia z dziedziny metodologii pracy naukowej.</b>	<b>K_W11</b>	
	2	EP2	<b>Zna etyczne aspekty pisania pracy dyplomowej: ryzyko i konsekwencje popełnienia plagiatu</b>	<b>K_W11</b>	
umiej tno ci	1	EP3	<b>Potrafi sformułowa cel badawczy pracy naukowej, wybra odpowiednie narz dzia badawcze, opisa wyniki bada , dokona prawidłowej analizy wyników bada oraz sformułowa wnioski</b>	<b>K_U01 K_U02 K_U03 K_U04 K_U05 K_U06 K_U09</b>	
	2	EP4	<b>Potrafi podj dyskusje na nurtuj ce go pytania</b>	<b>K_U06</b>	
	3	EP5	<b>Potrafi korzysta z technik informacyjnych w celu pozyskiwania i przechowywania danych.</b>	<b>K_U02</b>	
	4	EP8	<b>Student jest gotów do pracy indywidualnej oraz zespołowej</b>	<b>K_U08</b>	
kompetencje społeczne	1	EP7	<b>Student jest gotów do podj cia pracy oraz post powania w sposób zgodny z zasadami etyki</b>	<b>K_K01 K_K03</b>	
<b>TRE CI PROGRAMOWE</b>				Semestr	Liczba godzin
Przedmiot: <b>seminarium dyplomowe</b>					
Forma zaj : <b>seminarium</b>					
1. <b>Okre lenie problematyki badawczej i tematu (tytułu) pracy wraz z uzasadnieniem</b>				2	8
2. <b>Dyskusja o literaturze przedmiotu i ródlach pozyskania danych oraz wymogach edycyjnych</b>				2	8
3. <b>Prezentacja samodzielnie przygotowanych planów pracy magisterskiej</b>				2	8

4. Korekta i ostateczne zaakceptowanie planów pracy	2	6
5. Przygotowanie i prezentacja esejów związanych tematycznie z treścią pracy	3	8
6. Formułowanie i korygowanie rozdziału pracy zawierającego przedmiot, cel i zakres badania	3	6
7. Dyskusja nad wyborem metod i sformułowaniem treści rozdziału zawierającego aspekty metodologiczne	3	8
8. Prezentacja rozdziałów pracy o charakterze teoretycznym wraz z ich ocenami	3	8
9. Prezentacja i ocena zebranych materiałów statystycznych, niezbędnych do konstrukcji empirycznej części pracy	4	8
10. Przegląd wyników i dyskusja nad rezultatami przeprowadzonych analiz ilościowych	4	8
11. Sformułowanie i prezentacja zasadniczej empirycznej części pracy	4	8
12. Ostateczne formułowanie części empirycznej oraz całościowa konstrukcja pracy	4	6

Metody kształcenia	Analiza tekstów z dyskusją, praca w grupach, prezentacja.	
--------------------	---	--

Metody weryfikacji efektów uczenia się		Nr efektu uczenia się z sylabusu
	<b>PREZENTACJA</b>	<b>EP1,EP3,EP5</b>
	<b>PRACA DYPLOMOWA</b>	<b>EP1,EP2,EP3,EP4,EP7</b>
	<b>ZAJĘCIA PRAKTYCZNE (WERYFIKACJA POPRZEZ OBSERWACJĘ)</b>	<b>EP1,EP2,EP3,EP4,EP5</b>

Forma i warunki zaliczenia	Warunkiem zaliczenia seminarium w semestrze 2 i 3 jest napisanie określonych rozdziałów pracy magisterskiej, warunkiem zaliczenia 4 semestru jest przygotowanie całości pracy magisterskiej.	
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu	
	Ocena końcowa z przedmiotu jest oceną z zaliczenia.	

Metoda obliczania oceny końcowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej
	2	seminarium dyplomowe		Ważona	
	2	seminarium dyplomowe [seminarium]	zaliczenie z ocen		1,00
	3	seminarium dyplomowe		Ważona	
	3	seminarium dyplomowe [seminarium]	zaliczenie z ocen		1,00
	4	seminarium dyplomowe		Ważona	
	4	seminarium dyplomowe [seminarium]	zaliczenie z ocen		1,00

Literatura podstawowa	Pułto A. (2000): Prace magisterskie i licencjackie. Wskazówki dla studentów, PWN, Warszawa
Literatura uzupełniająca	Urban S., Ładoński W. (2001): Jak napisać dobrą pracę magisterską, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej im. Oskara Langego we Wrocławiu, Wrocław

<b>NAKŁAD PRACY STUDENTA</b>	
	Liczba godzin
Zajęcia dydaktyczne	<b>90</b>
Udział w egzaminie/zaliczeniu	<b>2</b>
Przygotowanie się do zajęć	<b>20</b>
Studiowanie literatury	<b>50</b>
Udział w konsultacjach	<b>200</b>
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	<b>100</b>
Przygotowanie się do egzaminu/zaliczenia	<b>38</b>
<b>Ł. CZYNY nakład pracy studenta w godz.</b>	<b>500</b>
<b>Liczba punktów ECTS</b>	<b>20</b>



# S Y L A B U S (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: <b>USWE-Z-O-II-S-19/20Z</b>					
Nazwa przedmiotu: <b>społeczna odpowiedzialno    biznesu (PODSTAWOWE)</b>				Kod przedmiotu: <b>US182AIIJ2935_5S</b>	
Nazwa kierunku: <b>zarz dzanie</b>					
Forma studiów: <b>II stopnia, stacjonarne</b>		Profil studiów: <b>ogólnoakademicki</b>		Specjalno    :	
Status przedmiotu: <b>obowi zkowy</b>			J zyk przedmiotu: <b>semestr: 2 - j zyk polski</b>		
<b>Rok</b>	<b>Semestr</b>	<b>Forma zaj</b>	<b>Liczba godzin</b>	<b>Forma zaliczenia</b>	<b>ECTS</b>
1	2	wiczenia	30	ZO	6
		wykład	15	E	
<b>Razem</b>			<b>45</b>		<b>6</b>
Koordynator przedmiotu:		<b>dr hab. EWA MAZUR-WIERZBICKA prof. US</b>			
Prowadz cy zaj cia:					
Cele przedmiotu:		<b>Celem jest przedstawienie studentom podstawowych zagadnie dotycz cych społecznej odpowiedzialno ci w biznesie jako integralnej cz ci zarz dzania przedsi biorstwem oraz jako codziennej praktyki.</b>			
Wymagania wst pne:		<b>Student ma znajomo podstaw ekonomii, teorii zarz dzania i marketingu, umie my le analitycznie, wykazuje kreatywno oraz umie komunikowa si z innymi.</b>			
<b>EFEKTY UCZENIA SI</b>					
<b>Kategoria</b>	<b>Lp</b>	<b>KOD</b>	<b>Opis efektu</b>	<b>Odniesienie do efektów dla programu</b>	
wiedza	1	EP1	<b>zna koncepcj interesariuszy firmy oraz zarz dzania interesariuszami w systemie zarz dzania strategicznego przedsi biorstwem</b>	<b>K_W01 K_W04</b>	
	2	EP3	<b>zna znaczenie społecznie odpowiedzialnego przywództwa oraz kultury organizacji w realizowaniu koncepcji społecznej odpowiedzialno ci biznesu</b>	<b>K_W03 K_W10</b>	
umiej tno ci	1	EP2	<b>posiada wiedz dotycz c modeli społecznej odpowiedzialno ci przedsi biorstw oraz tzw. dobrych praktyk w biznesie</b>	<b>K_U03 K_U08</b>	
kompetencje społeczne	1	EP4	<b>jest gotów do pracy w grupie planuj c projekt społecznie odpowiedzialny</b>	<b>K_K03 K_K05</b>	
<b>TRE CI PROGRAMOWE</b>				Semestr	Liczba godzin
Przedmiot: <b>społeczna odpowiedzialno    biznesu</b>					
Forma zaj    : <b>wykład</b>					
1. <b>Społeczna odpowiedzialno    w biznesie - poj cie, aspekt historyczny i uj cie teoretyczne</b>				2	4
2. <b>Modele społecznej odpowiedzialno ci przedsi biorstw oraz koncepcja interesariuszy firmy</b>				2	3
3. <b>Wielowymiarowo    CSR</b>				2	2
4. <b>CSR - uj cie strategiczne. Etapy implementacji CSR w organizacji.</b>				2	2
5. <b>Normy i standardy społecznej odpowiedzialno ci przedsi biorstw.</b>				2	2
6. <b>Raportowanie CSR</b>				2	2
Forma zaj    : <b>wiczenia</b>					
1. <b>Społeczna odpowiedzialno    w biznesie w gospodarce rynkowej. CSR w perspektywie mi dzynarodowej.</b>				2	4

2. Wymiar etyczny działalności gospodarczej. Kodeksy etyczne przedsiębiorstw oraz kodeksy zawodowe.	2	4
3. Społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstwa - relacje z interesariuszami wewnętrznymi i zewnętrznymi.	2	4
4. Obszary społecznej odpowiedzialności biznesu. Modele CSR.	2	3
5. Społeczna odpowiedzialność zarządzenie zasobami ludzkimi.	2	3
6. Projektowanie systemu społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstwa.	2	2
7. Pomiar społecznej odpowiedzialności organizacji. Raportowanie społecznej odpowiedzialności biznesu.	2	4
8. CSR- dobre praktyki	2	4
9. Podsumowanie wicze - zaliczenie przedmiotu	2	2

Metody kształcenia	wykład, dyskusja, case study, praca w grupach				
--------------------	---	--	--	--	--

Metody weryfikacji efektów uczenia się					Nr efektu uczenia się z sylabusu
	<b>EGZAMIN PISEMNY</b>				<b>EP1,EP2,EP3</b>
	<b>PRACA PISEMNA/ ESEJ/ RECENZJA</b>				<b>EP1,EP2,EP3,EP4</b>
	<b>ZAJĘCIA PRAKTYCZNE (WERYFIKACJA POPRZEC OBSERWACJAMI)</b>				<b>EP1,EP2,EP3,EP4</b>

Forma i warunki zaliczenia	<p><b>Forma i warunki zaliczenia:</b>  studenci są oceniani na podstawie opracowania indywidualnego projektu dotyczącego praktyki społecznej odpowiedzialności w biznesie (50% oceny), który weryfikuje osiągnięcia efektów kształcenia w zakresie wiedzy oraz na podstawie zaangażowania w pracę grupową podczas zajęć (50% oceny), dotyczących społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstwa, która sprawdza efekty kształcenia w zakresie wiedzy oraz kompetencji społecznych.</p> <p><b>Forma i warunki egzaminu:</b>  studenci są oceniani na podstawie egzaminu pisemnego (4 pytania), który obejmuje zagadnienia z wykładów i wicze oraz zalecanej literatury oraz weryfikuje osiągnięcia efektów kształcenia w zakresie wiedzy.</p>				
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu				
	<b>Ocena ostateczna jest równa średniej arytmetycznej ocen uzyskanych z zaliczenia i egzaminu.</b>				

Metoda obliczania oceny końcowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do średniej
	2	społeczna odpowiedzialność biznesu		Arytmetyczna	
	2	społeczna odpowiedzialność biznesu [wykład]	egzamin		
	2	społeczna odpowiedzialność biznesu [wiczenia]	zaliczenie z ocen		

Literatura podstawowa	Paliwoda-Matiola ska A. (2014): Odpowiedzialność społeczna w procesie zarządzania przedsiębiorstwem, C.H. Beck, Warszawa				
	R. Tyszkiewicz (2017): Zarządzanie relacjami z interesariuszami organizacji, PLACET, Warszawa				
	Rybak M. (2011): Etyka menedżera - społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstwa, PWN, Warszawa				
	U. Janeczek (2016): Społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstwa a marketing, Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach, Katowice				

Literatura uzupełniająca	Adamczyk J. (2009): Społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstw, PWE, Warszawa				
	K. Buglewicz (2017): Społeczna odpowiedzialność biznesu nowa wartość konkurencyjna, PWE, Warszawa				
	K. Waliszewski (red.) (2017): Społeczna odpowiedzialność instytucji finansowych perspektywa banków i doradców finansowych, CEDEWU, Warszawa				
	M. Krukowska (2012): Jak ocenić odpowiedzialność społeczną biznesu, Scriptorium, Opole				
	O. Seroka-Stolka, M. Ingaldi, A. Ociepa-Kubicka (2016): Proekologiczne zarządzanie w przedsiębiorstwie współczesne problemy i uwarunkowania, Politechnika Częstochowska, Częstochowa				
	Roszkowska P. (2011): Rewolucja w raportowaniu biznesowym. Interesariusze, konkurencyjność, społeczna odpowiedzialność, Difin, Warszawa				
	Stanisław Fel (red.) (2014): Społeczna odpowiedzialność gospodarki perspektywa interdyscyplinarna, Katolicki Uniwersytet Lubelski, Lublin				

**NAKŁAD PRACY STUDENTA**

Liczba godzin

Zajęcia dydaktyczne	<b>45</b>
Udział w egzaminie/zaliczeniu	<b>4</b>
Przygotowanie się do zajęć	<b>20</b>
Studiowanie literatury	<b>18</b>
Udział w konsultacjach	<b>35</b>
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	<b>18</b>
Przygotowanie się do egzaminu/zaliczenia	<b>10</b>
<b>Ł. CZNY nakład pracy studenta w godz.</b>	<b>150</b>
<b>Liczba punktów ECTS</b>	<b>6</b>



# S Y L A B U S (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: <b>USWE-Z-O-II-S-19/20Z</b>					
Nazwa przedmiotu: <b>strategiczne zarz dzenie kapitałem ludzkim (KIERUNKOWE)</b>				Kod przedmiotu: <b>US182AIIJ2935_29S</b>	
Nazwa kierunku: <b>zarz dzenie</b>					
Forma studiów: <b>II stopnia, stacjonarne</b>		Profil studiów: <b>ogólnoakademicki</b>		Specjalno :	
Status przedmiotu: <b>obowi zkowy</b>			J zyk przedmiotu: <b>semestr: 1 - j zyk polski</b>		
Rok	Semestr	Forma zaj	Liczba godzin	Forma zaliczenia	ECTS
1	1	wiczenia	15	ZO	5
		wykład	15	E	
<b>Razem</b>			<b>30</b>		<b>5</b>
Koordynator przedmiotu:		<b>dr hab. MAREK KUNASZ</b>			
Prowadz cy zaj cia:					
Cele przedmiotu:		<b>Celem przedmiotu jest pogł biona analiza nowych tendencji i wyzw w zarz dzaniu kapitałem ludzkim organizacji wywalaj ca gotowo rozwi zywania problemów personalnych w organizacji z uwzgl dnieniem wymiaru strategicznego podejmowanych decyzji personalnych.</b>			
Wymagania wst pne:		<b>Student posiada wiedz dotycz c podstaw zarz dzania, zachowa organizacyjnych oraz zarz dzania zasobami ludzkimi.</b>			
<b>EFEKTY UCZENIA SI</b>					
Kategoria	Lp	KOD	Opis efektu	Odniesienie do efektów dla programu	
wiedza	1	EP1	<b>zna aktualne tendencje w zarz dzaniu kapitałem ludzkim</b>	<b>K_W10</b>	
	2	EP2	<b>zna istot podej cia strategicznego do zarz dzania kapitałem ludzkim oraz stosowane instrumentarium</b>	<b>K_W02 K_W10</b>	
umiej tno ci	1	EP3	<b>potrafi prowadzi analiz , pomiar i ocen procesu tworzenia warto ci przez polityk i praktyki zarz dzania kapitałem ludzkim w organizacji</b>	<b>K_U01</b>	
	2	EP4	<b>potrafi dobra odpowiednie instrumentarium w ramach poszczególnych podobszarów zarz dzania kapitałem ludzkim</b>	<b>K_U05</b>	
kompetencje społeczne	1	EP5	<b>jest gotów do rozwi zywania problemów personalnych organizacji zgodnie z koncepcj strategicznego zarz dzania kapitałem ludzkim</b>	<b>K_K02</b>	
<b>TRE CI PROGRAMOWE</b>				Semestr	Liczba godzin
Przedmiot: <b>strategiczne zarz dzenie kapitałem ludzkim</b>					
Forma zaj : <b>wykład</b>					
1. <b>Zarz dzenie kapitałem ludzkim na tle innych podej do funkcjonowania sfery personalnej</b>				1	3
2. <b>Strategiczny wymiar zarz dzania kapitałem ludzkim</b>				1	2
3. <b>Uwarunkowania strategicznego zarz dzania kapitałem ludzkim w organizacji</b>				1	2
4. <b>Metody analizy strategicznej personelu</b>				1	2
5. <b>Zarz dzenie kapitałem ludzkim w oparciu o kompetencje</b>				1	2
6. <b>Elastyczne zarz dzenie kapitałem ludzkim</b>				1	2
7. <b>Pomiar kapitału ludzkiego</b>				1	2

Forma zaj : <b>wiczenia</b>						
1. Zarz dzanie kapitałem ludzkim na tle innych podej do funkcjonowania sfery personalnej			1	3		
2. Strategiczny wymiar zarz dzania kapitałem ludzkim			1	2		
3. Uwarunkowania strategicznego zarz dzania kapitałem ludzkim w organizacji			1	2		
4. Metody analizy strategicznej personelu			1	2		
5. Zarz dzanie kapitałem ludzkim w oparciu o kompetencje			1	2		
6. Elastyczne zarz dzanie kapitałem ludzkim			1	2		
7. Pomiar kapitału ludzkiego			1	2		
Metody kształcenia		prezentacja multimedialna, dyskusje, praca w grupach, studia przypadków.				
Metody weryfikacji efektów uczenia si					Nr efektu uczenia si z sylabusu	
		EGZAMIN PISEMNY			EP1,EP2	
		KOLOKWIUM			EP1,EP2,EP3,EP4	
		ZAJ CIA PRAKTYCZNE (WERYFIKACJA POPRZEZ OBSERWACJ )			EP3,EP4,EP5	
Forma i warunki zaliczenia		Na ocen z zaliczenia wicze wpływa aktywno w pracy grupowej podczas realizacji zada (50 %) w trakcie wicze oraz kolokwium w postaci pyta testowych jednokrotnego wyboru (50 %). Egzamin w formie pyta opisowych obejmuj cych wiedz z zakresu wykładów oraz zalecanej literatury.				
		Zasady wyliczania oceny z przedmiotu				
		<b>Ocena z przedmiotu to ocena z egzaminu.</b>				
Metoda obliczania oceny ko cowej		Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej
		1	strategiczne zarz dzanie kapitałem ludzkim		Nieobliczana	
		1	strategiczne zarz dzanie kapitałem ludzkim [ wiczenia]	zaliczenie z ocen		
		1	strategiczne zarz dzanie kapitałem ludzkim [wykład]	egzamin		
Literatura podstawowa		Armstrong M. (2010): Strategiczne zarz dzanie zasobami ludzkimi, Wolters Kluwer, Warszawa				
		Jamka B. (2011): Czynniki ludzki we współczesnym przedsi biorstwie: zasób czy kapitał?, Wolters Kluwer, Warszawa				
		Juchnowicz M. (red.) (2013): Zarz dzanie kapitałem ludzkim, PWE, Warszawa				
		Oleksyn T. (2010): Zarz dzanie kompetencjami, Wolters Kluwer, Warszawa				
Literatura uzupełniaj ca		Jeruszka U. (2015): Kompetencje. Aspekty teoretyczne i praktyczne, Difin, Warszawa				
		Juchnowicz M. (red.) (2007): Elastyczne zarz dzanie kapitałem ludzkim w organizacji wiedzy, Difin, Warszawa				
		Lipka A. (2000): Strategie personalne firmy, Wydawnictwo Profesjonalnej Szkoły Biznesu, Kraków				
		Zbiegie -Maci g L. (red.) (2006): Nowe tendencje i wyzwania w zarz dzaniu personelem, Oficyna Ekonomiczna, Kraków				
<b>NAKŁAD PRACY STUDENTA</b>						
			Liczba godzin			
Zaj cia dydaktyczne			30			
Udział w egzaminie/zaliczeniu			2			
Przygotowanie si do zaj			29			
Studiowanie literatury			29			
Udział w konsultacjach			7			
Przygotowanie projektu / eseju / itp.			0			
Przygotowanie si do egzaminu/zaliczenia			28			

<b>Ł CZNY nakład pracy studenta w godz.</b>	<b>125</b>
<b>Liczba punktów ECTS</b>	<b>5</b>

# S Y L A B U S (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: <b>USWE-Z-O-II-S-19/20Z</b>					
Moduł: <b>Blok: Zarz dzenie biznesem [moduł]</b>					
Nazwa przedmiotu: <b>strategie innowacyjne przedsi biorstw (KIERUNKOWE)</b>				Kod przedmiotu: <b>US182AIJ2714_13S</b>	
Nazwa kierunku: <b>zarz dzenie</b>					
Forma studiów: <b>II stopnia, stacjonarne</b>		Profil studiów: <b>ogólnoakademicki</b>		Specjalno :	
Status przedmiotu: <b>fakultatywny</b>			J zyk przedmiotu: <b>semestr: 2 - j zyk polski</b>		
<b>Rok</b>	<b>Semestr</b>	<b>Forma zaj</b>	<b>Liczba godzin</b>	<b>Forma zaliczenia</b>	<b>ECTS</b>
1	2	wiczenia	15	ZO	1
<b>Razem</b>			<b>15</b>		<b>1</b>
Koordynator przedmiotu:		dr hab. KATARZYNA SZOPIK-DEPCZY SKA			
Prowadz cy zaj cia:					
Cele przedmiotu:		Celem jest uzyskanie wiedzy z zakresu strategii innowacyjnych przedsi biorstw			
Wymagania wst pne:		student zna podstawy organizacji i zarz dzania w przedsi biorstwie ma wpojone nawyki kształcenia ustawicznego student rozró nia podstawowe kategorie ekonomiczne, jak np. zasoby, procesy itd.			
<b>EFEKTY UCZENIA SI</b>					
<b>Kategoria</b>	<b>Lp</b>	<b>KOD</b>	<b>Opis efektu</b>	<b>Odniesienie do efektów dla programu</b>	
wiedza	1	EP1	Ma podstawow wiedz na temat innowacyjno ci małych przedsi biorstw oraz formułowania strategii innowacyjnych przedsi biorstw	K_W02	
	2	EP2	Ma wiedz dotycz c istoty i rodzajów strategii innowacyjnych przedsi biorstw	K_W04 K_W11	
umiej tno ci	1	EP3	Student na podstawie okre lonych parametrów potrafi przeprowadzi analiz przedsi biorstwa i jego otoczenia oraz oceni stan innowacyjno ci i wskaże potencjalne ró dła innowacji wraz z propozycj przyj cia jednej ze strategii innowacji	K_U03	
	2	EP4	Umie oceni przydatno rozwi za innowacyjnych w małej firmie	K_U01	
kompetencje społeczne	1	EP5	Jest gotów do kreowania twórczych pomysłów, indywidualnie i zespołowo	K_K04	
<b>TRE CI PROGRAMOWE</b>				Semestr	Liczba godzin
Przedmiot: <b>strategie innowacyjne przedsi biorstw</b>					
Forma zaj : <b>wiczenia</b>					
1. Specyfika działalno ci innowacyjnej w małych przedsi biorstwach				2	2
2. Rodzaje strategii innowacyjnych				2	2
3. Formułowanie strategii innowacyjnej				2	2
4. Innowacyjne podmioty i ich strategie działania- analiza przypadków				2	2
5. Innowacyjne modele biznesu				2	3
6. Regionalne strategie innowacji - podstawowe zało enia i analiza				2	3

7. Strategie innowacyjne a potencjał konkurencyjny przedsi biorstwa		2	1		
Metody kształcenia	opracowanie projektu, praca w grupach, wykład z elementami konwersatoryjnymi, wiczenia z wykorzystaniem case study, prezentacja multimedialna				
Metody weryfikacji efektów uczenia si			Nr efektu uczenia si z sylabusa		
	KOLOKWIUM		EP1,EP2		
	PROJEKT		EP3,EP4		
Forma i warunki zaliczenia	- wykonanie pracy zaliczeniowej: przygotowanie projektu i jego prezentacja lub bada i prezentacja ich wyników - zaliczenie wicze na podstawie ocen cz stkowych otrzymywanych w trakcie semestru za okre lone działania i prace studenta: obecno , aktywno , przygotowany projekt, kolokwium.				
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu				
<p>Przedmiot nie ko czy si egzaminem - ocena z wykładu jest uzyskiwana na podstawie pisemnego zaliczenia tej formy zaj na ostatnim wykładzie - zaliczenie na ocen dostateczn wymaga uzyskania 60% mo liwych punktów.</p> <p>Ocenianie:  Student otrzymuje ocen dostateczn - gdy potrafi omówi podstawowe zagadnienia zwi zane z strategiami innowacyjnymi przedsi biorstw, co sprawdza osi gni te efekty kształcenia w zakresie wiedzy i umiej tno ci uzyskanych podczas uczestnictwa w wykładach i wiczeniach.  Ocena z przedmiotu obliczana jest jako rednia arytmetyczna ocen uzyskanych z wykładu oraz zaliczenia.</p>					
Metoda obliczania oceny ko cowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej
	2	strategie innowacyjne przedsi biorstw		Nieobliczana	
	2	strategie innowacyjne przedsi biorstw [ wiczenia]	zaliczenie z ocen		
Literatura podstawowa	Janasz W. (2011): Innowacje w zrównowa onym rozwoju organizacji, Difin, Warszawa				
	wiadek A. (2013): Innowacje przyszło ci rozwoju gospodarki. Cz I., IVG, Szczecin				
	Wi niewska J., Janasz K. (2014): Innowacje i jako w zarz dzaniu organizacjami, CeDeWu.pl, Warszawa				
	Wi niewska J., Janasz K. (2015): Innowacje i procesy transferu technologii w strategicznym zarz dzaniu organizacjami, Difin, Warszawa				
	Wi niewska J., Janasz K. (2012): Innowacyjno organizacji w strategii inteligentnego i zrównowa onego rozwoju, Difin, Warszawa				
	Wi niewska J., wiadek A. (2014): Innowacje we współczesnej gospodarce, IVG, Szczecin				
	Wi niewska J., wiadek A. (2013): Innowacje przyszło ci rozwoju gospodarki. Cz II., IVG, Szczecin				
Literatura uzupełniają ca	Drucker P. (2008): My li przewodnie Druckera, MT Biznes, Warszawa				
	Klimas P. (2019): Relacje współtworzenia innowacji w ekosystemach. Kontekst ekosystemu gamingowego, C.H. Beck, Warszawa				
	Wi niewska J. (2004): Ekonomiczne determinanty dyfuzji innowacji produktowych i technologicznych w banku komercyjnym, Wydawnictwo Naukowe US, Szczecin				
	Wi niewska J. (2010): Procesy transferu technologii w bankach komercyjnych w Polsce, Wydawnictwo Naukowe US, Szczecin				
<b>NAKŁAD PRACY STUDENTA</b>					
		Liczba godzin			
Zaj cia dydaktyczne		15			
Udział w egzaminie/zaliczeniu		2			
Przygotowanie si do zaj		1			
Studiowanie literatury		2			
Udział w konsultacjach		1			
Przygotowanie projektu / eseju / itp.		2			
Przygotowanie si do egzaminu/zaliczenia		2			
<b>Ł CZNY nakład pracy studenta w godz.</b>		<b>25</b>			
<b>Liczba punktów ECTS</b>		<b>1</b>			

# S Y L A B U S (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: <b>USWE-Z-O-II-S-19/20Z</b>					
Moduł: <b>Blok: Zarządzanie biznesem [moduł]</b>					
Nazwa przedmiotu: <b>strategie rozwoju przedsiębiorstw (KIERUNKOWE)</b>				Kod przedmiotu: <b>US182AIIJ2713_34S</b>	
Nazwa kierunku: <b>zarządzanie</b>					
Forma studiów: <b>II stopnia, stacjonarne</b>		Profil studiów: <b>ogólnoakademicki</b>		Specjalność:	
Status przedmiotu: <b>fakultatywny</b>			Język przedmiotu: <b>semestr: 3 - język polski</b>		
<b>Rok</b>	<b>Semestr</b>	<b>Forma zajęć</b>	<b>Liczba godzin</b>	<b>Forma zaliczenia</b>	<b>ECTS</b>
2	3	wiczenia	15	ZO	1
<b>Razem</b>			<b>15</b>		<b>1</b>
Koordynator przedmiotu:		<b>dr WOJCIECH LEOSKI</b>			
Prowadzący zajęcia:					
Cele przedmiotu:		<b>Celem jest przekazanie studentom wiedzy z zakresu identyfikacji i dopasowania strategii realizowanych na wszystkich poziomach przedsiębiorstwa oraz umiejętności dokonania wyboru optymalnej strategii działania na rynku.</b>			
Wymagania wstępne:		<b>Wiedzy: zna podstawowe pojęcia typu przedsiębiorca, przedsiębiorczość, zna typy i formy przedsiębiorstw Umiejętności: potrafi dokonać analizy funkcjonowania przedsiębiorstwa' Kompetencji (postaw): jest przygotowany do analizy opisów przypadku</b>			
<b>EFEKTY UCZENIA SI</b>					
<b>Kategoria</b>	<b>Lp</b>	<b>KOD</b>	<b>Opis efektu</b>	<b>Odniesienie do efektów dla programu</b>	
wiedza	1	EP1	<b>Zna istotę i klasyfikację strategii, proces tworzenia strategii oraz identyfikację kryteriów wyboru optymalnej strategii działania przedsiębiorstwa na rynku</b>	<b>K_W04 K_W06</b>	
umiejętności	1	EP2	<b>Posiada umiejętności identyfikacji realizowanej strategii, wyboru i dopasowania najlepszej strategii w zależności od wyniku analizy strategicznej</b>	<b>K_U01 K_U03 K_U05</b>	
kompetencje społeczne	1	EP3	<b>Jest gotów do krytycznej oceny posiadanej wiedzy i odbieranych treści</b>	<b>K_K01</b>	
	2	EP5	<b>Jest gotów do myślenia i działania w sposób przedsiębiorczy i innowacyjny</b>	<b>K_K04</b>	
<b>TREŚCI PROGRAMOWE</b>				Semestr	Liczba godzin
Przedmiot: <b>strategie rozwoju przedsiębiorstw</b>					
Forma zajęć: <b>wiczenia</b>					
1. <b>Identyfikacja istoty strategii. Proces formułowania, kryteria wyboru i rodzaje strategii.</b>				3	2
2. <b>Strategie podstawowe, analiza przypadku na przykładzie konkretnego przedsiębiorstwa - case study.</b>				3	2
3. <b>Strategie dziedzin gospodarowania, analiza przypadku na przykładzie konkretnego przedsiębiorstwa - case study.</b>				3	2
4. <b>Strategie funkcjonalne i marketingowe, analiza przypadku na przykładzie konkretnego przedsiębiorstwa - case study.</b>				3	2
5. <b>Metody analizy strategicznej przydatne przy opracowywaniu strategii.</b>				3	3
6. <b>Outsourcing jako strategia rozwoju (cele outsourcingu, rodzaje outsourcingu, zalety i wady outsourcingu). Case study.</b>				3	2
7. <b>Franchising jako strategia rozwoju (istota franchisingu, rodzaje franchisingu, zalety i wady franchisingu z punktu widzenia franczyzodawcy i franczyzobiorcy). Case study.</b>				3	2

Metody kształcenia	<b>Dyskusje studentów'</b> <b>Praca z grupach nad problemem</b> <b>Rozwi zywanie zada , analizy przypadków (case study)</b>				
Metody weryfikacji efektów uczenia si					Nr efektu uczenia si z sylabusa
	<b>KOLOKWIUM</b>				<b>EP1,EP2</b>
	<b>ZAJ CIA PRAKTYCZNE (WERYFIKACJA POPRZEZ OBSERWACJ )</b>				<b>EP2,EP3,EP5</b>
Forma i warunki zaliczenia	<b>Forma i warunki zaliczenia:</b> <b>Przedmiot ko czy si zaliczeniem z ocen . Ocena z przedmiotu jest wystawiana na podstawie oceny z wicze .</b> <b>Ocena zaliczeniowa z wicze składa si z nast puj cych ocen cz stkowych:</b> <b>70% oceny stanowi zaliczenie pisemne przedmiotu w postaci kolokwium (pytania otwarte z teoretycznej cz ci materiału oraz dotycz ce przykładów z praktyki gospodarczej)</b> <b>30% oceny stanowi praca własna studenta, w tym zadania realizowane w domu i na zaj ciach oraz aktywno studenta. Ocena z zaliczenia wicze testuje efekty w zakresie wiedzy, umiej tno ci i postaw.</b> <b>Ocenianie: Student otrzymuje ocen dostateczn gdy zna podstawowe poj cia z zakresu strategii rozwoju przedsi biorstw, zna główne klasyfikacje strategii oraz ogólnie proces tworzenia strategii.</b>				
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu				
	<b>Ocena z przedmiotu jest równa ocenie z wicze</b>				
Metoda obliczania oceny ko cowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej
	3	strategie rozwoju przedsi biorstw		Wa ona	
	3	strategie rozwoju przedsi biorstw [ wiczenia]	zaliczenie z ocen		1,00
Literatura podstawowa	Janasz W., Janasz K., Koziół K., Szopik-Depczy ska K. (2010): Zarz dzanie strategiczne,koncepcje, metody, strategie, Difin, Warszawa				
	Oblój K. (2014): Strategia organizacji, PWE, Warszawa				
	Pier cionek Z. (2015): Zarz dzanie strategiczne w przedsi biorstwie, PWN, Warszawa				
	Stabryła A. (2019): Zarz dzanie strategiczne w teorii i praktyce firmy, PWN, Warszawa				
	Zakrzewska-Bielawska A. (2018): Strategie rozwoju przedsi biorstw. Nowe spojrzenie, PWE, Warszawa				
Literatura uzupełniają ca	Grzegorz W., Szyma ska K. (2018): Strategie marketingowe polskich przedsi biorstw na rynkach zagranicznych. Studia przypadków, Uniwersytet Łódzki, Łód				
	Marek S., Białasiewicz M. red. (2011): Podstawy nauki o organizacji, PWE, Warszawa				
	Oblój K. (2017): Praktyka strategii firmy, Poltext, Warszawa				
<b>NAKŁAD PRACY STUDENTA</b>					
			Liczba godzin		
Zaj cia dydaktyczne			<b>15</b>		
Udział w egzaminie/zaliczeniu			<b>2</b>		
Przygotowanie si do zaj			<b>1</b>		
Studiowanie literatury			<b>0</b>		
Udział w konsultacjach			<b>5</b>		
Przygotowanie projektu / eseju / itp.			<b>0</b>		
Przygotowanie si do egzaminu/zaliczenia			<b>2</b>		
<b>Ł CZNY nakład pracy studenta w godz.</b>			<b>25</b>		
<b>Liczba punktów ECTS</b>			<b>1</b>		

# S Y L A B U S (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: <b>USWE-Z-O-II-S-19/20Z</b>					
Nazwa przedmiotu: <b>szkolenie BHP (INNE DO ZALICZENIA)</b>				Kod przedmiotu: <b>US182AIIJ119_4S</b>	
Nazwa kierunku: <b>zarz dzanie</b>					
Forma studiów: <b>II stopnia, stacjonarne</b>		Profil studiów: <b>ogólnoakademicki</b>		Specjalno :	
Status przedmiotu: <b>obowi zkowy</b>			J zyk przedmiotu: <b>semestr: 1 - j zyk polski</b>		
<b>Rok</b>	<b>Semestr</b>	<b>Forma zaj</b>	<b>Liczba godzin</b>	<b>Forma zaliczenia</b>	<b>ECTS</b>
1	1	wykład	5	Z	0
<b>Razem</b>			<b>5</b>		<b>0</b>
Koordynator przedmiotu:		<b>mgr APOLONIUSZ KURYL CZYK</b>			
Prowadz cy zaj cia:					
Cele przedmiotu:					
Wymagania wst pne:					
<b>EFEKTY UCZENIA SI</b>					
<b>Kategoria</b>	<b>Lp</b>	<b>KOD</b>	<b>Opis efektu</b>	<b>Odniesienie do efektów dla programu</b>	
<b>TRE CI PROGRAMOWE</b>				<b>Semestr</b>	<b>Liczba godzin</b>
Przedmiot:					
Forma zaj :					
Metody kształcenia					
Metody weryfikacji efektów uczenia si					<b>Nr efektu uczenia si z sylabusu</b>
Forma i warunki zaliczenia		Zasady wyliczania oceny z przedmiotu			
Metoda obliczania oceny ko cowej		<b>Sem.</b>	<b>Przedmiot</b>	<b>Rodzaj zaliczenia</b>	<b>Metoda obl. oceny</b>
		1	szkolenie BHP		Nieobliczana
		1	szkolenie BHP [wykład]	zaliczenie	
Literatura podstawowa					
Literatura uzupełniają ca					
<b>NAKŁAD PRACY STUDENTA</b>					
			<b>Liczba godzin</b>		



Zajęcia dydaktyczne	5
Udział w egzaminie/zaliczeniu	0
Przygotowanie się do zajęć	0
Studiowanie literatury	0
Udział w konsultacjach	0
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	0
Przygotowanie się do egzaminu/zaliczenia	0
<b>Ł. CZYNY nakład pracy studenta w godz.</b>	<b>5</b>
<b>Liczba punktów ECTS</b>	<b>0</b>

# S Y L A B U S (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: <b>USWE-Z-O-II-S-19/20Z</b>					
Nazwa przedmiotu: <b>tworzenie i rozwój grup kapitałowych (KIERUNKOWE)</b>				Kod przedmiotu: <b>US182AIJ2713_43S</b>	
Nazwa kierunku: <b>zarz dżanie</b>					
Forma studiów: <b>II stopnia, stacjonarne</b>		Profil studiów: <b>ogólnoakademicki</b>		Specjalno : 	
Status przedmiotu: <b>obowi zkowy</b>			J zyk przedmiotu: <b>semestr: 4 - j zyk polski</b>		
<b>Rok</b>	<b>Semestr</b>	<b>Forma zaj</b>	<b>Liczba godzin</b>	<b>Forma zaliczenia</b>	<b>ECTS</b>
2	4	konwersatorium	30	E	5
<b>Razem</b>			<b>30</b>		<b>5</b>
Koordynator przedmiotu:		dr KAROLINA BEYER			
Prowadz cy zaj cia:					
Cele przedmiotu:		Celem jest zaprezentowanie wiedzy z zakresu tworzenia, funkcjonowania i rozwoju grup kapitałowych oraz u wiadomienie studentów z rol wzrostu zewn trznego w rozwoju przedsi biorstw. Istotne jest zbudowanie podej cia do rozwoju podmiotów gospodarczych w formie grup kapitałowych z umiej tnym wykorzystanie dost pnych metod ich tworzenia.			
Wymagania wst pne:		W zakresie: wiedzy: student zna poj cia z zakresu funkcjonowania przedsi biorstwa, strategii rozwoju, rozró nia typy i formy przedsi biorstw. umiej tno ci: potrafi dokona analizy funkcjonowania przedsi biorstwa oraz jego strategii rozwoju kompetencji (postaw): jest gotów do analizy opisów przypadku i do pracy w grupie			
<b>EFEKTY UCZENIA SI</b>					
<b>Kategoria</b>	<b>Lp</b>	<b>KOD</b>	<b>Opis efektu</b>	<b>Odniesienie do efektów dla programu</b>	
wiedza	1	EP1	zna poj cia dotycz ce struktur kapitałowych i przesłanki do ich tworzenia oraz istot , cele i rodzaje grup kapitałowych, powi zania mi dzy podmiotami grupy kapitałowej oraz rozró nia sposoby tworzenia grup kapitałowych	K_W02 K_W03 K_W05 K_W06 K_W11	
umiej tno ci	1	EP2	potrafi rozpozna rodzaj grupy kapitałowej w praktyce gospodarczej, wskaza powi zania wyst puj ce mi dzy przedsi biorstwami w grupach kapitałowych i potrafi okre li i zaproponowa strategię rozwoju i sposoby tworzenia grup kapitałowych	K_U01 K_U05 K_U08	
kompetencje społeczne	1	EP3	jest gotów do anga owania si w realizacj projektów oraz krytycznego rozwi zywania studiów przypadków zarówno indywidualnie, jak i w zespole	K_K01 K_K03	
<b>TRE CI PROGRAMOWE</b>				Semestr	Liczba godzin
Przedmiot: <b>tworzenie i rozwój grup kapitałowych</b>					
Forma zaj : <b>konwersatorium</b>					
1. Rozwój wewn trzny i zewn trzny. Motywy wzrostu zewn trznego				4	2
2. Rodzaje struktur jednostek gospodarczych. Znaczenie struktur kapitałowych				4	2
3. Istota, cele grup kapitałowych. Grupa kapitałowa a holding i koncern. Typy grup kapitałowych operacyjne, zarz dcze i finansowe. Case study dot. typów grup kapitałowych				4	4
4. Rodzaje powi za uczestników grupy kapitałowej: kapitałowe, maj tkowe, personalne, kontraktowe.				4	2
5. Prezentacje studentów: przykłady grup kapitałowych w okre leniu ich typów				4	2
6. Sposoby tworzenia grup kapitałowych: przej cie, outsourcing kapitałowy, utworzenie nowych spółek, konsolidacja wła cicielska.				4	4

7. Prezentacje studentów: przykłady tworzenia grup kapitałowych (przejście, outsourcing kapitałowy, nowe spółki, konsolidacja właścicielska)	4	2			
8. Kształtowanie to samo ci korporacyjnej w grupach kapitałowych	4	2			
9. Prezentacje studentów na temat zmian to samo ci korporacyjnej w grupach kapitałowych	4	2			
10. Strategie rozwoju grup kapitałowych	4	4			
11. Corporate governance i nadzór właścicielski w grupach kapitałowych	4	2			
12. Specyfika rodzinnych grup kapitałowych. Rozwój grup kapitałowych w Polsce i na świecie	4	2			
Metody kształcenia	zajęcia z wykorzystaniem prezentacji multimedialnej dyskusje studentów praca z grupami nad problemem rozwiązywanie zadań, analizy przypadków (case study)				
Metody weryfikacji efektów uczenia się		Nr efektu uczenia się z sylabusu			
	EGZAMIN PISEMNY	EP1			
	PREZENTACJA	EP1,EP2,EP3			
	ZAJĘCIA PRAKTYCZNE (WERYFIKACJA POPRZECZ OBSERWACJAMI)	EP2,EP3			
Forma i warunki zaliczenia	<p><b>Forma i warunki zaliczenia:</b> Ocena zaliczeniowa ustalana jest na podstawie ocen cząstkowych otrzymywanych w trakcie semestru za określone działania i prace studenta: 70% oceny stanowi egzamin pisemny, który obejmuje pytania opisowe (ok. 6 pytań). 10% oceny obejmuje aktywność na zajęciach w tym rozwiązywanie studiów przypadków 20% oceny to projekty zespołowe realizowane w domu i omawiane na zajęciach. Student otrzymuje ocenę dostateczną; gdy potrafi zdefiniować pojęcie struktur kapitałowych, wymieni typy grup kapitałowych, wskaże powiązania w grupach kapitałowych, wymieni rodzaje to samo ci spółek w grupach kapitałowych, wymieni sposoby tworzenia grup kapitałowych.</p> <p>Zasady wyliczania oceny z przedmiotu</p> <p><b>Ocena z przedmiotu ustalana jest na podstawie oceny z konwersatorium:</b> 70% oceny stanowi egzamin pisemny, który obejmuje pytania opisowe (ok. 6 pytań). 10% oceny obejmuje aktywność na zajęciach w tym rozwiązywanie studiów przypadków 20% oceny to projekty zespołowe realizowane w domu i omawiane na zajęciach.</p>				
	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej
	4	tworzenie i rozwój grup kapitałowych		Nieobliczana	
4	tworzenie i rozwój grup kapitałowych [konwersatorium]	egzamin			
Literatura podstawowa	Kreft Z. (2004): Holding - grupa kapitałowa, PWE, Warszawa				
	Romanowska M. red (2011): Grupy kapitałowe w Polsce. Strategie i struktury, PWE, Warszawa				
	Trocki M. (2013): Grupy kapitałowe tworzenie i funkcjonowanie, PWE, Warszawa				
Literatura uzupełniająca	Marek S., Białasiewicz M. (red.) (2011): Podstawy nauki o organizacji, PWE, Warszawa				
	Wawryszuk-Misztal A., Kluzek M., Kozłowska-Makó D. (2017): Zarządzanie finansami grupy kapitałowej, Texter, Warszawa				
<b>NAKŁAD PRACY STUDENTA</b>					
	Liczba godzin				
Zajęcia dydaktyczne	30				
Udział w egzaminie/zaliczeniu	2				
Przygotowanie się do zajęć	20				
Studiowanie literatury	18				
Udział w konsultacjach	15				
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	20				
Przygotowanie się do egzaminu/zaliczenia	20				
<b>Ł. CZYNY nakład pracy studenta w godz.</b>	<b>125</b>				
<b>Liczba punktów ECTS</b>	<b>5</b>				



# S Y L A B U S (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: <b>USWE-Z-O-II-S-19/20Z</b>					
Nazwa przedmiotu: <b>współczesne teorie firmy (PODSTAWOWE)</b>				Kod przedmiotu: <b>US182AIIJ2935_24S</b>	
Nazwa kierunku: <b>zarz dzenie</b>					
Forma studiów: <b>II stopnia, stacjonarne</b>		Profil studiów: <b>ogólnoakademicki</b>		Specjalno :	
Status przedmiotu: <b>obowi zkowy</b>			J zyk przedmiotu: <b>semestr: 3 - j zyk polski</b>		
Rok	Semestr	Forma zaj	Liczba godzin	Forma zaliczenia	ECTS
2	3	wiczenia	15	ZO	5
		wykład	15	E	
<b>Razem</b>			<b>30</b>		<b>5</b>
Koordynator przedmiotu:		<b>dr AGNIESZKA KWARCI SKA</b>			
Prowadz cy zaj cia:					
Cele przedmiotu:		<b>Celem jest przedstawienie wiedzy o przedsi biorstwie z zakresu głównego nurtu teorii ekonomii i alternatywnych teorii przedsi biorstwa oraz kreowanie postawy badacza w zakresie poszukiwania nowych nurtów naukowych.</b>			
Wymagania wst pne:		<b>Student w zakresie wiedzy zna podstawy mikroekonomii i dysponuje wiedz dotycz c analizy przychodów, produkcyjno ci i kosztów w firmie oraz zna struktury rynkowe. Student w zakresie umiej tno ci potrafi rozwi zywa podstawowe zadania z zakresu mikroekonomii i interpretowa uzyskane wyniki, b d ce przedmiotem analiz ekonomicznych. Student w zakresie kompetencji społecznych potrafi pracowa w grupie.</b>			
<b>EFEKTY UCZENIA SI</b>					
Kategoria	Lp	KOD	Opis efektu	Odniesienie do efektów dla programu	
wiedza	1	EP1	<b>potrafi odnie zasady działania gospodarki do organizacji</b>	<b>K_W02</b>	
	2	EP2	<b>zna nowe teorie firm i kierunki ich rozwoju</b>	<b>K_W04</b>	
	3	EP3	<b>zna zasady tworzenia strategii działania organizacji oraz cele taktyczne i operacyjne</b>	<b>K_W06</b>	
umiej tno ci	1	EP4	<b>wie jak zastosowa współczesne teorie ekonomiczne w odniesieniu do działalno ci organizacji</b>	<b>K_U02</b>	
	2	EP5	<b>umiej tnie ocenia wpływ otoczenia i ryzyko w funkcjonowaniu organizacji</b>	<b>K_U03</b>	
kompetencje społeczne	1	EP6	<b>obiektywnie ocenia swój wiedz</b>	<b>K_K01</b>	
	2	EP7	<b>zdobywa now wiedz i ceni opinie ekspertów</b>	<b>K_K03</b>	
<b>TRE CI PROGRAMOWE</b>				Semestr	Liczba godzin
Przedmiot: <b>współczesne teorie firmy</b>					
Forma zaj : <b>wykład</b>					
1. Niejasno ci wokół przedsi biorstwa - jedna , czy wiele teorii?				3	3
2. Tradycyjne teorie przedsi biorstwa. Krytyka tradycyjnej teorii przedsi biorstwa				3	3
3. Klasyfikacje współczesnych teorii firmy				3	3
4. Ekonomia instytucjonalna.				3	3
5. Inne współczesne teorie firmy				3	3
Forma zaj : <b>wiczenia</b>					

1. Neoklasyczne modele oligopolu	3	4
2. Teorie menedżerskie	3	3
3. Teoria gier	3	3
4. Instytucjonalne teorie przedsiębiorstwa	3	3
5. Kolokwium pisemne	3	2

Metody kształcenia	wykład, studium przypadku, zadania algebraiczne, dyskusje	
Metody weryfikacji efektów uczenia się		Nr efektu uczenia się z sylabusu
	EGZAMIN PISEMNY	EP1,EP2,EP3
	KOLOKWIMUM	EP1,EP2,EP3,EP4,EP5,EP6,EP7
	PREZENTACJA	

Forma i warunki zaliczenia	<p>Zaliczenie wicze - studenci są oceniani na podstawie kolokwium pisemnego, które testuje osiągnięcia w zakresie wiedzy i umiejętności. Kolokwium pisemne obejmuje dwa pytania opisowe oraz dwa zadania. Ponadto studenci oceniani są na podstawie prezentacji przygotowanej na zajęcia na temat współczesnej teorii firmy, Przygotowana prezentacja weryfikuje osiągnięcia efektów kształcenia w zakresie umiejętności i kompetencji społecznych.</p> <p>Po otrzymaniu zaliczenia z wicze student przystępuje do egzaminu pisemnego, który składa się z 3 pytań teoretycznych i dwóch zadań.</p>	
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu	
<p>Ocenę dostateczną z wicze otrzymuje student, który przygotował prezentację oraz otrzymał 60% punktów z kolokwium pisemnego. Ocenę dobrą otrzymuje student, który przygotował prezentację oraz otrzymał 80% punktów z kolokwium pisemnego. Ocenę bardzo dobrą otrzymuje student, który przygotował prezentację oraz otrzymał 100% punktów z kolokwium pisemnego.</p> <p>Z egzaminu pisemnego student otrzyma ocenę dostateczną w przypadku, gdy uzyska 60% punktów, ocenę dobrą - 80%, za bardzo dobrą - 100%.</p> <p>Ocena z przedmiotu wyliczana jest jako średnia ocen z wicze i egzaminu.</p>		

Metoda obliczania oceny końcowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej
	3	współczesne teorie firmy		Ważona	
	3	współczesne teorie firmy [wykład]	egzamin		0,50
	3	współczesne teorie firmy [wiczenia]	zaliczenie z ocen		0,50

Literatura podstawowa	Frank R.H. (2007): Mikroekonomia, jakiej jeszcze nie było, Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne, Gdańsk
	Gruszecki T. (2002): Współczesne teorie przedsiębiorstwa, PWN, Warszawa
	Laidler D., Estrin S. (1991): Wstęp do mikroekonomii, Prentice Hall International, Warszawa

Literatura uzupełniająca	Malawski M., Wieczorek A., Sosnowska H. (2011): Konkurencja i kooperacji. Teoria gier w ekonomii i naukach społecznych, PWN, Warszawa
	Samuelson W.F., Marks S.G. (2009): Mikroekonomia menedżerska, PWE, Warszawa
	Varian H.R. (2011): Mikroekonomia. Kurs średni, ujęcie nowoczesne, PWN, Warszawa

#### NAKŁAD PRACY STUDENTA

	Liczba godzin
Zajęcia dydaktyczne	30
Udział w egzaminie/zaliczeniu	2
Przygotowanie się do zajęć	18
Studiowanie literatury	25
Udział w konsultacjach	15
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	0
Przygotowanie się do egzaminu/zaliczenia	25

<b>Ł CZNY nakład pracy studenta w godz.</b>	<b>115</b>
<b>Liczba punktów ECTS</b>	<b>5</b>

# S Y L A B U S (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: <b>USWE-Z-O-II-S-19/20Z</b>					
Moduł: <b>Blok: Zarz dzenie projektami w praktyce [moduł]</b>					
Nazwa przedmiotu: <b>wst p do certyfikacji (KIERUNKOWE)</b>				Kod przedmiotu: <b>US182AIIJ3345_47S</b>	
Nazwa kierunku: <b>zarz dzenie</b>					
Forma studiów: <b>II stopnia, stacjonarne</b>		Profil studiów: <b>ogólnoakademicki</b>		Specjalno :	
Status przedmiotu: <b>fakultatywny</b>			J zyk przedmiotu: <b>semestr: 4 - j zyk polski</b>		
<b>Rok</b>	<b>Semestr</b>	<b>Forma zaj</b>	<b>Liczba godzin</b>	<b>Forma zaliczenia</b>	<b>ECTS</b>
2	4	laboratorium	15	ZO	1
<b>Razem</b>			<b>15</b>		<b>1</b>
Koordynator przedmiotu:	<b>dr JOANNA RZEMPAŁA</b>				
Prowadz cy zaj cia:					
Cele przedmiotu:	<b>Zaj cia maj na celu przygotowanie kadr mened erskich do egzaminów zewn trznych z zakresu metodyk zarz dzenia projektami PMBOK, IPMA. Praca w zespołach w zakresie prezentacji dobrych praktyk w obszarze zaradzania projektami.</b>				
Wymagania wst pne:	<b>Podsady zarz dzenia</b>				
<b>EFEKTY UCZENIA SI</b>					
<b>Kategoria</b>	<b>Lp</b>	<b>KOD</b>	<b>Opis efektu</b>	<b>Odniesienie do efektów dla programu</b>	
wiedza	1	EP1	<b>zna i omawia najlepsze praktyki i systemy certyfikacji z zakresu zarz dzenia projektami w uj ciu klasycznym i zwinnym</b>	<b>K_W02 K_W04 K_W08</b>	
umiej tno ci	1	EP3	<b>analizuje najlepsze praktyki zarz dzenia projektami oraz diagnozuje sposoby podnoszenia efektywno ci zespołów projektowych</b>	<b>K_U02 K_U03 K_U08</b>	
kompetencje społeczne	1	EP2	<b>wykazuje ch rozwoju osobistego potrafi uargumentowa własne wybory jest przygotowany do pracy w projekcie, w ró nych bran ach</b>	<b>K_K01 K_K02 K_K04</b>	
<b>TRE CI PROGRAMOWE</b>				Semestr	Liczba godzin
Przedmiot: <b>wst p do certyfikacji</b>					
Forma zaj : <b>laboratorium</b>					
1. <b>Wiod ce metodyki zarz dzenia projektami w podej ciu klasycznym (plan-driven) i adaptacyjnym (change-driven)</b>				4	4
2. <b>Model kompetencyjny IPMA, Certyfikacja IPMA-4LC</b>				4	3
3. <b>Kompetencje zarz dzenia projektami</b>				4	4
4. <b>Najlepsze praktyki zarz dzenia projektami</b>				4	4
Metody kształcenia	<b>prezentacje multimedialne praca w grupach analizy materiałów</b>				



Metody weryfikacji efektów uczenia się					Nr efektu uczenia się z sylabusu
	<b>KOLOKWIUM</b>				<b>EP1,EP2</b>
	<b>ZAJ CIA PRAKTYCZNE (WERYFIKACJA POPRZEZ OBSERWACJ )</b>				<b>EP1,EP2,EP3</b>
Forma i warunki zaliczenia	<b>zaliczenie kolowium, aktywno na zaj ciach</b>				
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu				
	<b>kolokwium 80%, aktywno 20%</b>				
Metoda obliczania oceny ko cowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej
	4	wst p do certyfikacji		Arytmetyczna	
	4	wst p do certyfikacji [laboratorium]	zaliczenie z ocen		
Literatura podstawowa	„A Guide to the project management body of knowledge” PMBOK GUIDE – fourth edition, Warszawa 2009, :				
	PRINCE2TM – Skuteczne zarządzanie projektami, OGC , Crown 2010, :				
	red. B. Dałkowski, L. Sta to, M. Zalewski, (2009): NCB. Polskie Wytyczne Kompetencji IPMA. Wersja 3.0., Wyd. Stowarzyszenie Project Management Polska, , Warszawa				
Literatura uzupełniają ca					
<b>NAKŁAD PRACY STUDENTA</b>					
	Liczba godzin				
Zaj cia dydaktyczne	<b>15</b>				
Udział w egzaminie/zaliczeniu	<b>2</b>				
Przygotowanie się do zaj	<b>2</b>				
Studiowanie literatury	<b>1</b>				
Udział w konsultacjach	<b>5</b>				
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	<b>0</b>				
Przygotowanie się do egzaminu/zaliczenia	<b>0</b>				
<b>Ł CZNY nakład pracy studenta w godz.</b>	<b>25</b>				
<b>Liczba punktów ECTS</b>	<b>1</b>				

# S Y L A B U S (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: <b>USWE-Z-O-II-S-19/20Z</b>					
Moduł: <b>Blok: Zarządzanie marketingowe [moduł]</b>					
Nazwa przedmiotu: <b>zarządzanie marką (KIERUNKOWE)</b>				Kod przedmiotu: <b>US182AIIJ2866_27S</b>	
Nazwa kierunku: <b>zarządzanie</b>					
Forma studiów: <b>II stopnia, stacjonarne</b>		Profil studiów: <b>ogólnoakademicki</b>		Specjalność:	
Status przedmiotu: <b>fakultatywny</b>			Język przedmiotu: <b>semestr: 3 - j. język polski</b>		
<b>Rok</b>	<b>Semestr</b>	<b>Forma zajęć</b>	<b>Liczba godzin</b>	<b>Forma zaliczenia</b>	<b>ECTS</b>
2	3	wiczenia	15	ZO	1
<b>Razem</b>			<b>15</b>		<b>1</b>
Koordynator przedmiotu:	<b>dr MAŁGORZATA WI CICKA-FERNANDO</b>				
Prowadzący zajęcia:					
Cele przedmiotu:	<b>Przekazanie wiedzy z zakresu zarządzania marką, jej znaczenia w działalności firmy oraz zapoznanie się z narzędziami budowania marki. Ukazanie roli silnych, wartościowych marek na współczesnym rynku. Kształtowanie postawy osoby zdolnej do pracy w grupie i indywidualnie oraz świadomej konieczności ciągłego rozwoju i poszukiwania wiedzy.</b>				
Wymagania wstępne:	<b>Znajomość zagadnień z zakresu marketingu i podstaw zarządzania</b>				
<b>EFEKTY UCZENIA SI</b>					
<b>Kategoria</b>	<b>Lp</b>	<b>KOD</b>	<b>Opis efektu</b>	<b>Odniesienie do efektów dla programu</b>	
wiedza	1	EP1	<b>Zna podstawowe zasady budowania marki i tworzenia strategii marki w firmie.</b>	<b>K_W02 K_W03</b>	
umiejętności	1	EP2	<b>Student potrafi określić znaczenie marki oraz zasady jej tworzenia w celach rynkowych oraz podjąć odpowiednie działania związane z zarządzaniem marką.</b>	<b>K_U01 K_U03 K_U05 K_U06 K_U08</b>	
kompetencje społeczne	1	EP3	<b>Student jest gotowy do poszukiwania rozwiązań dla omawianych zagadnień, poprzez wykorzystanie posiadanej wiedzy. Potrafi w krytyczny sposób spojrzeć nieuczuciwej praktyki w zarządzaniu marką.</b>	<b>K_K01 K_K02 K_K03 K_K04</b>	
<b>TREŚCI PROGRAMOWE</b>				Semestr	Liczba godzin
Przedmiot: <b>zarządzanie marką</b>					
Forma zajęć: <b>wiczenia</b>					
1. Podstawowe pojęcia związane z marką				3	2
2. Strategie zarządzania marką				3	2
3. Mierniki wiadomości i wartości marki				3	3
4. Portfele marek				3	2
5. Kreowanie marki na współczesnym rynku				3	3
6. Zarządzanie wizerunkiem marki				3	2
7. Zaliczenie				3	1

Metody kształcenia	<b>wiczenia z prezentacjami multimedialnymi, case study, prac w grupach</b>				
Metody weryfikacji efektów uczenia się					Nr efektu uczenia się z sylabusu
	<b>KOLOKWIUM</b>				<b>EP1,EP2</b>
	<b>PROJEKT</b>				<b>EP2,EP3</b>
Forma i warunki zaliczenia	<b>Na ostateczn ocen składaj się :</b> - ocena z prezentacji - ocena z kolokwium. - ocena aktywno ci na zaj ciach wiczeniowych				
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu				
	<b>Student aby uzyska ocen dostateczn powinien osiągn 60% mo liwych do zdobyci punktów.</b>				
Metoda obliczania oceny końcowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej
	3	zarz dżanie mark		Nieobliczana	
	3	zarz dżanie mark [ wiczenia]	zaliczenie z ocen		
Literatura podstawowa	Kall, J., Kłeczek R., Sagan A., (2006): Zarz dżanie mark , Oficyna Wydawnicza				
	Kotler, P. (2008): Zarz dżanie mark w segmencie B2B, , PWN				
	Lane K.K., (2016): Strategiczne zarz dżanie mark , Wyd. Nieoczywiste				
	Lindstrom M., (2009): Brand sense - marka pi ciu zmysłów, Helion				
	Urbanek G., (2002): Zarz dżanie mark , PWE				
Literatura uzupełniają ca	Stwarz B., (2017): Content Marketing i Social Media, PWN				
	Szczepa ski J. (2015): Strategiczny brand marketing. Praktyczny przewodnik skutecznego marketingu dla mened erów i nie tylko. , Helion				
	Taylor D. (2010): Wizja Marki, Oficyna				
	Tkaczyk P., (2011): Zakamarki marki. Rzeczy, o których mogłe nie wiedzie , zapomnie lub pomin podczas budowania swojej marki,, Helion				
<b>NAKŁAD PRACY STUDENTA</b>					
	Liczba godzin				
Zaj cia dydaktyczne	<b>15</b>				
Udział w egzaminie/zaliczeniu	<b>1</b>				
Przygotowanie się do zaj	<b>3</b>				
Studiowanie literatury	<b>2</b>				
Udział w konsultacjach	<b>2</b>				
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	<b>1</b>				
Przygotowanie się do egzaminu/zaliczenia	<b>1</b>				
<b>Ł CZNY nakład pracy studenta w godz.</b>	<b>25</b>				
<b>Liczba punktów ECTS</b>	<b>1</b>				

# S Y L A B U S (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: <b>USWE-Z-O-II-S-19/20Z</b>					
Moduł: <b>Blok: Zarz dzenie biznesem [moduł]</b>					
Nazwa przedmiotu: <b>zarz dzenie portfelem technologii (KIERUNKOWE)</b>				Kod przedmiotu: <b>US182AIIJ2714_46S</b>	
Nazwa kierunku: <b>zarz dzenie</b>					
Forma studiów: <b>II stopnia, stacjonarne</b>		Profil studiów: <b>ogólnoakademicki</b>		Specjalno :	
Status przedmiotu: <b>fakultatywny</b>			J zyk przedmiotu: <b>semestr: 4 - j zyk polski</b>		
<b>Rok</b>	<b>Semestr</b>	<b>Forma zaj</b>	<b>Liczba godzin</b>	<b>Forma zaliczenia</b>	<b>ECTS</b>
2	4	wiczenia	15	ZO	1
<b>Razem</b>			<b>15</b>		<b>1</b>
Koordynator przedmiotu:		<b>dr hab. JOANNA WI NIEWSKA</b>			
Prowadz cy zaj cia:					
Cele przedmiotu:		<b>Celem jest poznanie problematyki zwi zanej z procesem kształtowania i znaczenia zasobów technologicznych w działalno ci przedsi biorstw. Nabycie umiej tno ci identyfikacji i oceny potencjału technicznego organizacji oraz wskazania niezbd nych działa zwi zanych z prawidłowym zarz dzeniem zasobami technicznymi.</b>			
Wymagania wst pne:		<b>W zakresie: - Wiedzy: posiada podstawow wiedz z zakresu nauki o przedsi biorstwie - Umiej tno ci: potrafi sklasyfikowa rodzaje działalno ci i wskaza główne obszary funkcjonalne działalno ci przedsi biorstw - Kompetencje społecznych: ma wpojone nawyki kształcenia ustawicznego</b>			
<b>EFEKTY UCZENIA SI</b>					
<b>Kategoria</b>	<b>Lp</b>	<b>KOD</b>	<b>Opis efektu</b>	<b>Odniesienie do efektów dla programu</b>	
wiedza	1	EP1	<b>Ma wiedz na temat procesów zarz dzenia technologiami w organizacjach</b>	<b>K_W03 K_W05</b>	
umiej tno ci	1	EP2	<b>Potrafi dokona identyfikacji i oceni potencjał technologiczny organizacji oraz wskaza niezbd ne działania w zakresie systemowego zarz dzenia technologii</b>	<b>K_U01</b>	
kompetencje społeczne	1	EP3	<b>Jest gotów do konfrontowania pozyskanej wiedzy z praktycznymi problemami organizacji.</b>	<b>K_K01 K_K03</b>	
<b>TRE CI PROGRAMOWE</b>				Semestr	Liczba godzin
Przedmiot: <b>zarz dzenie portfelem technologii</b>					
Forma zaj : <b>wiczenia</b>					
1. Istota i klasyfikacja technologii				4	2
2. Tworzenie potencjału technologicznego- kreowanie i pozyskiwanie technologii				4	2
3. Kluczowe procesy w systemowym zarz dzeniu technologi				4	3
4. Analiza potencjału technologicznego przedsi biorstwa- studia przypadków				4	4
5. Uwarunkowania i formy transferu technologii -praktyczne problemy				4	4
Metody kształcenia		<b>Prezentacje z wykorzystaniem rodków multimedialnych, dyskusje, analizy studium przypadku</b>			

Metody weryfikacji efektów uczenia się						Nr efektu uczenia się z sylabusu
	<b>SPRAWDZIAN</b>					<b>EP1</b>
	<b>PREZENTACJA</b>					<b>EP1,EP2,EP3</b>
Forma i warunki zaliczenia	<b>Zaliczenie na podstawie ocen za realizację zadań i prezentacji uzyskanych rezultatów.</b>					
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu					
	<b>Ocena uzyskana za zaliczenie wliczona jest w ocenę z przedmiotu.</b>					
Metoda obliczania oceny końcowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej	
	4	zarządzanie portfelem technologii		Ważona		
	4	zarządzanie portfelem technologii [wyczenia]	zaliczenie z ocen		1,00	
Literatura podstawowa	J.Wiśniewska, K. Janasz (red.) (2018): Zarządzanie przedsiębiorstwem przemysłowym we współczesnej gospodarce, wyd. II, CeDeWu, Warszawa					
	Wiśniewska J. (2010): Procesy transferu technologii w bankach komercyjnych w Polsce, Wydawnictwo Naukowe UŚ Szczecin					
	Wiśniewska J., Janasz K. (2015): Innowacje i procesy transferu technologii w strategicznym zarządzaniu organizacjami, Difin Warszawa					
	(2004): Negocjacje w transferze technologii - podręcznik szkoleniowy, UNIDO Warszawa					
Literatura uzupełniająca	Wiśniewska J., Janasz K. (2013): Innowacje i jakość w zarządzaniu organizacjami, CeDeWu, Warszawa					
<b>NAKŁAD PRACY STUDENTA</b>						
			Liczba godzin			
Zajęcia dydaktyczne			<b>15</b>			
Udział w egzaminie/zaliczeniu			<b>0</b>			
Przygotowanie się do zajęć			<b>4</b>			
Studiowanie literatury			<b>5</b>			
Udział w konsultacjach			<b>1</b>			
Przygotowanie projektu / eseju / itp.			<b>0</b>			
Przygotowanie się do egzaminu/zaliczenia			<b>0</b>			
<b>Łączny nakład pracy studenta w godz.</b>			<b>25</b>			
<b>Liczba punktów ECTS</b>			<b>1</b>			

# S Y L A B U S (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: <b>USWE-Z-O-II-S-19/20Z</b>					
Nazwa przedmiotu: <b>zarz dzanie procesami (KIERUNKOWE)</b>				Kod przedmiotu: <b>US182AIJ3346_8S</b>	
Nazwa kierunku: <b>zarz dzanie</b>					
Forma studiów: <b>II stopnia, stacjonarne</b>		Profil studiów: <b>ogólnoakademicki</b>		Specjalno :	
Status przedmiotu: <b>obowi zkowy</b>			J zyk przedmiotu: <b>semestr: 2 - j zyk polski</b>		
<b>Rok</b>	<b>Semestr</b>	<b>Forma zaj</b>	<b>Liczba godzin</b>	<b>Forma zaliczenia</b>	<b>ECTS</b>
1	2	wiczenia	30	ZO	6
		wykład	15	E	
<b>Razem</b>			<b>45</b>		<b>6</b>
Koordynator przedmiotu:		<b>dr hab. DARIUSZ MILEWSKI</b>			
Prowadz cy zaj cia:					
Cele przedmiotu:		<b>Zrozumienie istoty i prawidlowo ci podej cia procesowego w zarz dzaniu. Zrozumienie oraz stosowanie zasad oraz narz dzi zarz dzania procesowego. Umiej tno diagnozowania stanu zarz dzania procesami w organizacji</b>			
Wymagania wst pne:		<b>Znajomo podstawowych zagadnie z zarz dzania i bada operacyjnych</b>			
<b>EFEKTY UCZENIA SI</b>					
<b>Kategoria</b>	<b>Lp</b>	<b>KOD</b>	<b>Opis efektu</b>	<b>Odniesienie do efektów dla programu</b>	
wiedza	1	EP1	<b>student definiuje poj cie procesu, dostrzega ró nice pomi dzy organizacjami procesowymi i klasycznymi, charakteryzuje sposoby tworzenia i zarz dzania organizacjami procesowymi, opisuje sposoby analizy i oceny procesów</b>	<b>K_W02 K_W03 K_W05</b>	
umiej tno ci	1	EP2	<b>porównuje, analizuje i ocenia procesy organizacyjne pod k tem mo liwo ci ich usprawnienia i reorganizacji</b>	<b>K_U01</b>	
kompetencje społeczne	1	EP3	<b>student jest gotów do podejmowania dyskusje oraz prezentowania swojego stanowiska dotycz cego zarz dzania procesowego, przyjmowania aktywnej postawy w zakresie oceny procesów zachodz cych we współczesnych organizacjach</b>	<b>K_K01 K_K03 K_K04</b>	
<b>TRE CI PROGRAMOWE</b>				Semestr	Liczba godzin
Przedmiot: <b>zarz dzanie procesami</b>					
Forma zaj : <b>wykład</b>					
1. <b>Zarz dzanie procesami - podstawowe poj cia</b>				2	3
2. <b>Analiza i modelowanie procesów</b>				2	3
3. <b>Metody usprawniania procesów</b>				2	3
4. <b>Lean Management i Six Sigma</b>				2	2
5. <b>Zarz dzanie procesowe w produkcji i usługach</b>				2	2
6. <b>Miejsce zarz dzania procesowego w organizacji</b>				2	2
Forma zaj : <b>wiczenia</b>					
1. <b>Zarz dzanie procesami - podstawowe poj cia</b>				2	5

2. Analiza i modelowanie procesów		2	5		
3. Metody usprawniania procesów		2	5		
4. Lean Management i Six Sigma		2	5		
5. Zarządzanie procesowe w produkcji i usługach		2	5		
6. Miejsce zarządzania procesowego w organizacji		2	5		
Metody kształcenia	Wykłady z prezentacjami multimedialnymi, wiczenia z wykorzystaniem metod wspomagających aktywność w grupach, analiza tekstów z dyskusją, studia przypadków				
Metody weryfikacji efektów uczenia się			Nr efektu uczenia się z sylabusu		
	EGZAMIN USTNY		EP1,EP2		
	KOŁOKWIUM		EP1,EP2		
	PROJEKT		EP2,EP3		
	ZAJĘCIA PRAKTYCZNE (WERYFIKACJA POPRZECZ OBSERWACJAMI)		EP2,EP3		
Forma i warunki zaliczenia	Egzamin z przedmiotu w formie ustnej z materiału objętego na wykładach oraz zalecanej literatury. Zaliczenie z wiczeń w formie pisemnej (kolokwium) z materiału obejmującego zagadnienia poruszane na wiczeniach oraz zalecanej literatury.				
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu				
	Przy wystawianiu oceny brane pod uwagę będą również: praca w grupach i aktywność studenta na zajęciach traktowane jako zajęcia praktyczne (weryfikacja poprzez obserwacje) oraz projekt grupowy. Ocena końcowa: oceną końcową jest ocena uzyskana z egzaminu				
Metoda obliczania oceny końcowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej
	2	zarządzanie procesami		Ważona	
	2	zarządzanie procesami [wykład]	egzamin		1,00
	2	zarządzanie procesami [wiczenia]	zaliczenie z ocen		0,00
Literatura podstawowa	Grajewski Piotr. (2012): Procesowe zarządzanie organizacją, PWE, Warszawa				
	Skrzypek E., Hofman M. (2012): Zarządzanie procesami w przedsiębiorstwie, Oficyna Wolters Kluwer, Warszawa				
Literatura uzupełniająca	Bitkowska A. (2009): Zarządzanie procesami biznesowymi z przedsiębiorstwie, Vizja Press, Warszawa				
	Hammer M. (1992): Reinżynieria i jej następstwa, PWN, Warszawa				
<b>NAKŁAD PRACY STUDENTA</b>					
		Liczba godzin			
Zajęcia dydaktyczne		45			
Udział w egzaminie/zaliczeniu		2			
Przygotowanie się do zajęć		23			
Studiowanie literatury		15			
Udział w konsultacjach		30			
Przygotowanie projektu / eseju / itp.		15			
Przygotowanie się do egzaminu/zaliczenia		20			
<b>Łączny nakład pracy studenta w godz.</b>		<b>150</b>			
<b>Liczba punktów ECTS</b>		<b>6</b>			

# S Y L A B U S (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: <b>USWE-Z-O-II-S-19/20Z</b>					
Moduł: <b>Blok: Zarządzanie marketingowe [moduł]</b>					
Nazwa przedmiotu: <b>zarządzanie relacjami w biznesie (KIERUNKOWE)</b>				Kod przedmiotu: <b>US182AIIJ2866_26S</b>	
Nazwa kierunku: <b>zarządzanie</b>					
Forma studiów: <b>II stopnia, stacjonarne</b>		Profil studiów: <b>ogólnoakademicki</b>		Specjalność:	
Status przedmiotu: <b>fakultatywny</b>			Język przedmiotu: <b>semestr: 3 - język polski</b>		
<b>Rok</b>	<b>Semestr</b>	<b>Forma zajęć</b>	<b>Liczba godzin</b>	<b>Forma zaliczenia</b>	<b>ECTS</b>
2	3	wiczenia	15	ZO	1
<b>Razem</b>			<b>15</b>		<b>1</b>
Koordynator przedmiotu:	<b>dr MAGDALENA KOWALSKA</b>				
Prowadzący zajęcia:					
Cele przedmiotu:	<b>Celem jest uświadomienie słuchaczy odnośnie do konieczności kształtowania trwałych i korzystnych relacji z interesariuszami firmy, tj. klientami, kontrahentami, pracownikami, mediami, konkurentami itp.</b>				
Wymagania wstępne:	<b>W zakresie wiedzy student definiuje podstawowe kategorie ekonomiczne, wyjaśnia sposób funkcjonowania przedsiębiorstw oraz wyjaśnia zasady marketingowego działania firm, zna koncepcję marketingu relacji w zakresie umiejętności student rozróżnia instrumenty marketingowego oddziaływania firm oraz narzędzia komunikacji rynkowej w zakresie kompetencji student potrafi pracować w zespole, posiada umiejętności komunikacji</b>				
<b>EFEKTY UCZENIA SI</b>					
<b>Kategoria</b>	<b>Lp</b>	<b>KOD</b>	<b>Opis efektu</b>	<b>Odniesienie do efektów dla programu</b>	
wiedza	1	EP3	<b>Wyjaśnia zasady tworzenia partnerskich relacji w biznesie</b>	<b>K_W02</b>	
umiejętności	1	EP2	<b>Potrafi wymienić interesariuszy firm w różnych branżach</b>	<b>K_U01</b>	
kompetencje społeczne	1	EP4	<b>jest gotowy do działania przedsiębiorczych i rozwiązuje problemy praktyczne</b>	<b>K_K04</b>	
<b>TRECI PROGRAMOWE</b>				Semestr	Liczba godzin
Przedmiot: <b>zarządzanie relacjami w biznesie</b>					
Forma zajęć: <b>wiczenia</b>					
1. <b>Relacje z partnerami w biznesie jako źródło przewagi konkurencyjnej</b>				3	4
2. <b>Partnerstwo w relacjach biznesowych</b>				3	3
3. <b>Podmioty rynku, z którymi nawiązywane są relacje przez przedsiębiorstwa</b>				3	3
4. <b>Specyfika kształtowania relacji z partnerami na rynkach instytucjonalnych</b>				3	3
5. <b>Zarządzanie relacjami z pracownikami</b>				3	2
Metody kształcenia	<b>Prezentacja multimedialna, wiczenia w grupach, dyskusja</b>				
Metody weryfikacji efektów uczenia się					Nr efektu uczenia się z sylabusu
	<b>KOŁOKWIUM</b>				<b>EP2</b>



Forma i warunki zaliczenia	<b>Studenci oceniani s na podstawie jednego kolokwium obejmuj cego weryfikacj wiedzy i umiej tno ci na podstawie testu, z pytaniami jednokrotnego i wielokrotnego wyboru oraz pytaniami otwartymi.</b>				
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu				
	<b>Ocena z przedmiotu jest równa ocenia uzyskanej z zaliczenia.</b>				
Metoda obliczania oceny ko cowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej
	3	zarz dzanie relacjami w biznesie		Nieobliczana	
	3	zarz dzanie relacjami w biznesie [ wiczenia]	zaliczenie z ocen		
Literatura podstawowa	Rudawska E. (2008): Znaczenie relacji z klientami w procesie kształtowania warto ci przedsi biorstwa, Wydawnictwo Naukowe US, Szczecin				
	wiatowiec J. (2006): Wi zi partnerskie na rynku przedsi biorstw, PWE, Warszawa				
Literatura uzupełniają ca	Fonfara K., (2004): Marketing partnerski na rynku przedsi biorstw, PWE				
	Olczak A., Urbaniak M. (2006): Marketing B2B w praktyce gospodarczej, PWE				
<b>NAKŁAD PRACY STUDENTA</b>					
	Liczba godzin				
Zaj cia dydaktyczne	15				
Udział w egzaminie/zaliczeniu	2				
Przygotowanie si do zaj	0				
Studiowanie literatury	3				
Udział w konsultacjach	0				
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	0				
Przygotowanie si do egzaminu/zaliczenia	5				
<b>Ł CZNY nakład pracy studenta w godz.</b>	<b>25</b>				
<b>Liczba punktów ECTS</b>	<b>1</b>				

# S Y L A B U S (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: <b>USWE-Z-O-II-S-19/20Z</b>					
Nazwa przedmiotu: <b>zarz dzenie strategiczne (PODSTAWOWE)</b>				Kod przedmiotu: <b>US182AIIJ2865_23S</b>	
Nazwa kierunku: <b>zarz dzenie</b>					
Forma studiów: <b>II stopnia, stacjonarne</b>		Profil studiów: <b>ogólnoakademicki</b>		Specjalno :	
Status przedmiotu: <b>obowi zkowy</b>			J zyk przedmiotu: <b>semestr: 3 - j zyk polski</b>		
<b>Rok</b>	<b>Semestr</b>	<b>Forma zaj</b>	<b>Liczba godzin</b>	<b>Forma zaliczenia</b>	<b>ECTS</b>
2	3	wiczenia	30	ZO	6
		wykład	15	E	
<b>Razem</b>			<b>45</b>		<b>6</b>
Koordynator przedmiotu:		<b>dr hab. WOJCIECH DOWNAR</b>			
Prowadz cy zaj cia:					
Cele przedmiotu:		<p>Przedmiot obejmuje zagadnienia dotycz ce istoty zarz dzania strategicznego, ewolucji podej cia do zarz dzania strategicznego, analizy strategicznej, istoty i tworzenia strategii, uwarunkowa ró nych sposobów konkurowania, wdra nia strategii. Umo liwia rozwini cie umiej tno ci studentów w zakresie przeprowadzania analizy strategicznej, zbierania danych i informacji, analizy wyników i syntezy wniosków. Zapoznanie studentów z wybranymi klasycznymi i wspóczesnymi podej ciami do zarz dzania strategicznego publikowanymi w wiatowej literaturze.</p>			
Wymagania wst pne:		<p>-student zna podstawowe zagadnienia z obszaru zarz dzania, makroekonomia, finansów, marketingu;          -student potrafi zastosowa narz dzia zarz dzania poznane w ramach podstawowych przedmiotów z zarz dzania i zidentyfikowa główne obszary działania organizacji jak i elementy jej otoczenia;          -student potrafi pracowa w grupie.</p>			
<b>EFEKTY UCZENIA SI</b>					
<b>Kategoria</b>	<b>Lp</b>	<b>KOD</b>	<b>Opis efektu</b>	<b>Odniesienie do efektów dla programu</b>	
wiedza	1	EP1	Opisuje zagadnienia zwi zane z zarz dzaniem strategicznym (definicje, elementy, ewolucja, etapy), istot i typami strategii, rodzaje strategii rozwoju.	K_W06	
	2	EP8	Wyja nia mechanizmy tworzeniem przewagi konkurencyjnej wg ich rodzaju oraz identyfikuje ich uwarunkowania.	K_W04 K_W05	
	3	EP9	Tłumaczy cele, mo liwo ci i sposób zastosowania metod analizy strategicznej i sposób wnioskowania.	K_W03 K_W07 K_W08	
umiej tno ci	1	EP2	Przeprowadza analiz otoczenia dalszego i bli szego, interesariuszy, funkcjonowania firmy z zastosowaniem wybranych technik i metod dla dowolnie wybranej organizacji.	K_U01 K_U03	
	2	EP4	Poszukuje informacji nt. analizowanej organizacji (nawi zanie kontaktu z kadr zarz dzaj c organizacji, docieranie do ró nych ródeł informacji).	K_U01 K_U03 K_U04	
	3	EP5	Wyci ga wnioski nt. otoczenia dalszego i bli szego, interesariuszy, funkcjonowania firmy z zastosowaniem wybranych technik i metod dla dowolnie wybranej organizacji.	K_U02	
	4	EP6	Opracowuje raport z analizy strategicznej wraz z propozycjami strategicznymi dla dowolnie wybranej firmy.	K_U01 K_U03 K_U09	
	5	EP7	Przedstawia publicznie syntetyczne wnioski z przeprowadzonych analiz.	K_U06	
kompetencje społeczne	1	EP3	Przygotowuje i prezentuje projekt zespołowy	K_K01	

TRE CI PROGRAMOWE		Semestr	Liczba godzin
Przedmiot: <b>zarz dzenie strategiczne</b>			
Forma zaj : <b>wykład</b>			
1. Zarz dzenie strategiczne - ogólne poj cia		3	2
2. Typy strategii przy tworzeniu przewagi konkurencyjnej		3	2
3. Typy strategii przy tworzeniu przewagi konkurencyjnej		3	1
4. Koncepcje konkurowania		3	2
5. Strategia rozwoju przedsi biorstwa oraz fa czech warto ci		3	2
6. Elementy strategii		3	3
7. Wdro enie strategii		3	3
Forma zaj : <b>wiczenia</b>			
1. Uwarunkowania decyzji strategicznych - studium przypadku		3	3
2. Wykorzystanie metod analizy scenariuszowej w planowaniu strategicznym		3	2
3. Analiza stanów otoczenia na przykładzie		3	2
4. Analiza oczekiwa interesariuszy i mapowanie interesariuszy na przykładzie		3	4
5. Analiza otoczenia konkurencyjnego w oparciu o pi sił Portera na przykładzie		3	4
6. Analiza grup strategicznych na przykładzie		3	2
7. Analiza potencjału firmy w oparciu o analiz kluczowych czynników sukcesu na przykładzie		3	3
8. Analiza fa cucha warto ci i identyfikacja kluczowych kompetencji		3	2
9. Analiza TOWS/SWOT, analiza SPACE i identyfikacja dróg strategicznych		3	3
10. Proces kształtowania misji i wizji		3	5
11. Kolokwium		3	0
12. Opracowanie propozycji strategicznych - analizy studiów przypadku		3	0
13. Wdro enie strategii- studium przypadku		3	0
14. Prezentacje wyników analiz strategicznych przeprowadzonych w grupach projektowych		3	0
Metody kształcenia	Wykład z wykorzystaniem prezentacji multimedialnych - przekazywanie wiedzy teoretycznej popartej przykładami praktycznymi (wykład); Dyskusja w oparciu o artykuły z Harvard Business Review Polska (wykład); Zadania praktyczne dotyczące zastosowania metod analizy strategicznej ( wiczenia); Studia przypadków ( wiczenia); Multimedialne prezentacje studentów dot. wniosków z analizy strategicznej ( wiczenia).		
Metody weryfikacji efektów uczenia się			Nr efektu uczenia się z sylabusu
	EGZAMIN USTNY		EP1,EP8,EP9
	KOLOKWIUM		EP8,EP9
	PREZENTACJA		EP3,EP7
	PROJEKT		EP2,EP3,EP4,EP5,EP6
Forma i warunki zaliczenia	<p>Forma i warunki zaliczenia:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Zaliczenie pisemne (30% oceny) - znajomość podstaw teoretycznych wybranych metod analizy strategicznej oraz podstawowych zagadnień z zarz dzeniem strategicznym;</li> <li>-Projekt grupowy (48% oceny) - opracowanie propozycji strategii na podstawie przeprowadzonej analizy strategicznej z wykorzystaniem metod analizy poznanych na zajęciach dla dowolnie wybranej organizacji;</li> <li>-Prezentacja wyników projektu grupowego (12 % oceny) - prezentacja wyników analizy strategicznej i proponowanych działań strategicznych dla wybranej firmy (dobór treści, logika, sposób przygotowania prezentacji multimedialnej i sposób prezentacji).</li> <li>-Raporty ze studiów przypadku (10%)</li> </ul> <p>Forma i warunki zaliczenia wykładu:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-przedmiot ko czy się egzaminem i ocena z egzaminu jest jednocznie nie ocen z wykładu.</li> </ul> <p>Forma i warunki egzaminu:</p>		

-egzamin w formie ustnej - trzy pytania, dwa z obszaru zagadnień omawianych na wykładzie, jedno z obszaru zagadnień omawianych na wiczeniach.

Zasady wyliczania oceny z przedmiotu

Ocenianie:

-dostateczny: student rozumie znaczenie strategii w zarządzaniu przedsiębiorstwem oraz zna podstawowe metody analizy strategicznej.

Ocena z przedmiotu: -ocena jest równa 40% oceny uzyskanej z wiczeń oraz 60% ocenie uzyskanej z egzaminu.

Metoda obliczania oceny	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej
korekcyjnej	3	zarządzanie strategiczne		Waga	
	3	zarządzanie strategiczne [ wiczenia]	zaliczenie z ocen		0,40
	3	zarządzanie strategiczne [wykład]	egzamin		0,60
Literatura podstawowa	Collis D. J., Rukstad M. G. : Czy potrafisz opisać swoją strategię ?, Harvard Business Review				
	Coyne K. P., Horn J. : Jak przewidzieć reakcję konkurencji , Harvard Business Review				
	Gierszewska G., Romanowska M. (2009): Analiza strategiczna przedsiębiorstwa, PWE, Warszawa				
	Montgomery C.A. : Liderzy firm muszą znów poważnie zająć się strategią , Harvard Business Review				
	Obłój K. (2007): Strategia organizacji, PWE, Warszawa				
	Porter M. E. : Czym jest strategia?, Harvard Business Review				
	Porter M. E. : Pięć sił konkurencyjnych kształtujących strategię , Harvard Business Review				
	Tilles S. : Jak ocenić strategię firmy, Harvard Business Review				
Literatura uzupełniająca	Gołbiewski T. (2001): Zarządzanie strategiczne, Difin, Warszawa				
	Porter M. E. (2010): Strategia konkurencji, MT Biznes, Warszawa				
	Rokita J. (2005): Zarządzanie strategiczne - Tworzenie i utrzymywanie przewagi konkurencyjnej, PWE, Warszawa				

#### NAKŁAD PRACY STUDENTA

	Liczba godzin
Zajęcia dydaktyczne	45
Udział w egzaminie/zaliczeniu	2
Przygotowanie się do zajęć	28
Studiowanie literatury	20
Udział w konsultacjach	15
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	25
Przygotowanie się do egzaminu/zaliczenia	15
<b>Łączny nakład pracy studenta w godz.</b>	<b>150</b>
<b>Liczba punktów ECTS</b>	<b>6</b>

# S Y L A B U S (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: <b>USWE-Z-O-II-S-19/20Z</b>					
Moduł: <b>Blok: Doskonalenie potencjału pracowników</b>					
Nazwa przedmiotu: <b>zarz dzanie stresem (KIERUNKOWE)</b>				Kod przedmiotu: <b>US182AIIJ2935_32S</b>	
Nazwa kierunku: <b>zarz dzanie</b>					
Forma studiów: <b>II stopnia, stacjonarne</b>		Profil studiów: <b>ogólnoakademicki</b>		Specjalno : 	
Status przedmiotu: <b>fakultatywny</b>			J zyk przedmiotu: <b>semestr: 3 - j zyk polski</b>		
<b>Rok</b>	<b>Semestr</b>	<b>Forma zaj</b>	<b>Liczba godzin</b>	<b>Forma zaliczenia</b>	<b>ECTS</b>
2	3	wiczenia	15	ZO	1
<b>Razem</b>			<b>15</b>		<b>1</b>
Koordinator przedmiotu:	<b>dr JAROSŁAW POTERAŁSKI</b>				
Prowadz cy zaj cia:					
Cele przedmiotu:	<b>Celem jest zapoznanie studentów z zagadnieniami zwi zanymi z problematyk stresu zawodowego a tak e przedstawienie sposobów radzenia sobie z negatywnymi konsekwencjami wy ej wymienionego zjawiska.</b>				
Wymagania wst pne:	<b>Student potrafi pracowa w grupie oraz rozumie konieczno ksztalcenia ustawicznego.</b>				
<b>EFEKTY UCZENIA SI</b>					
<b>Kategoria</b>	<b>Lp</b>	<b>KOD</b>	<b>Opis efektu</b>	<b>Odniesienie do efektów dla programu</b>	
wiedza	1	EP3	<b>zna problematyk stresu w organizacji oraz teorie i koncepcje przeciwdziałania sytuacjom stresowym</b>	<b>K_W10</b>	
umiej tno ci	1	EP4	<b>potrafi dobra i zastosowa wła ciwe metody i narz dzia niweluj ce stres</b>	<b>K_U05</b>	
kompetencje społeczne	1	EP5	<b>jest gotów do wykonywania swojej pracy zawodowej bezstresowo</b>	<b>K_K02</b>	
<b>TRE CI PROGRAMOWE</b>				Semestr	Liczba godzin
Przedmiot: <b>zarz dzanie stresem</b>					
Forma zaj : <b>wiczenia</b>					
1. <b>Stres - istota, osobowo a stres</b>				3	2
2. <b>Stres w miejscu pracy - definicja, przyczyny i skutki</b>				3	4
3. <b>Pracoholizm - definicja, typologie, konsekwencje</b>				3	2
4. <b>Zarz dzanie stresem - podstawowe metody radzenia sobie ze stresem</b>				3	3
5. <b>Wypalenie zawodowe jako konsekwencja stresu zawodowego</b>				3	1
6. <b>Zarz dzanie energii</b>				3	2
7. <b>Kolokwium</b>				3	1
Metody ksztalcenia	<b>Prezentacja multimedialna, metoda przypadków, praca w grupach, dyskusja</b>				
Metody weryfikacji efektów uczenia si					Nr efektu uczenia si z sylabusu
	<b>KOLOKWIIUM</b>				
	<b>PRACA PISEMNA/ ESEJ/ RECENZJA</b>				

Forma i warunki zaliczenia	<b>Forma i warunki zaliczenia:</b> " Studenci oceniani s na podstawie eseju obejmuj cego weryfikacj wiedzy na podstawie pisemnej wypowiedzi studentów, pracy w grupie podczas zaj oraz kolokwium				
	<b>Ocenianie:</b> " Student otrzymuje ocen dostateczn - gdy potrafi definiowa i rozró nia podstawowe poj cia zwi zane z tematyk przedmiotu				
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu				
<b>Ocena z przedmiotu obliczana jest jako: ocena z pracy w grupie (20%), eseju (30% punktów) oraz kolokwium (50% punktów).</b>					
Metoda obliczania oceny ko cowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej
	3	zarz dzanie stresem		Wa ona	
	3	zarz dzanie stresem [ wiczenia]	zaliczenie z ocen		1,00
Literatura podstawowa	Kami ska M., Siewierski B., Skwara A., Szostak A. (2005): Panowanie nad stresem, Helion, Gliwice				
	Litzke S., Schuh H. (2007): Stres, mobbing i wypalenie zawodowe, Gda skie Wydawnictwo Psychologiczne, Gda sk				
	Maslach Ch. (2011): Prawda o wypaleniu zawodowym, PWN, Warszawa				
Literatura uzupełniaj ca	Hobfoll S. E. (2006): Stres, kultura i społeczno . Psychologia i filozofia stresu, Gda skie Wydawnictwo Psychologiczne, Gda sk				
	Lewis M., Haviland - Jones J. M. (red.) (2005): Psychologia emocji, Gda skie Wydawnictwo Psychologiczne, Gda sk				
	Ogi ska-Bulik N., Juczy ski Z. (2008): Osobowo , stres a zdrowie, Difin, Warszawa				
	Schulz D. P., Schulz S. E. (2002): Psychologia a wyzwania dzisiejszej pracy, PWN, Warszawa				
	S k H. (2000): Wypalenie zawodowe. Przyczyny. Mechanizmy. Zapobieganie., PWN, Warszawa				
	Terelak J. (2008): Człowiek i stres, Oficyna Wydawnicza Branta, Bydgoszcz - Warszawa				
<b>NAKŁAD PRACY STUDENTA</b>					
			Liczba godzin		
Zaj cia dydaktyczne			15		
Udział w egzaminie/zaliczeniu			1		
Przygotowanie si do zaj			0		
Studiowanie literatury			0		
Udział w konsultacjach			5		
Przygotowanie projektu / eseju / itp.			2		
Przygotowanie si do egzaminu/zaliczenia			2		
<b>Ł CZNY nakład pracy studenta w godz.</b>			<b>25</b>		
<b>Liczba punktów ECTS</b>			<b>1</b>		

# S Y L A B U S (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: <b>USWE-Z-O-II-S-19/20Z</b>					
Nazwa przedmiotu: <b>zarz dzenie wiedz (KIERUNKOWE)</b>				Kod przedmiotu: <b>US182AIIJ2865_42S</b>	
Nazwa kierunku: <b>zarz dzenie</b>					
Forma studiów: <b>II stopnia, stacjonarne</b>		Profil studiów: <b>ogólnoakademicki</b>		Specjalno : 	
Status przedmiotu: <b>obowi zkowy</b>			J zyk przedmiotu: <b>semestr: 4 - j zyk polski</b>		
Rok	Semestr	Forma zaj	Liczba godzin	Forma zaliczenia	ECTS
2	4	wiczenia	30	ZO	6
		wykład	15	E	
<b>Razem</b>			<b>45</b>		<b>6</b>
Koordynator przedmiotu:		dr ALEKSANDRA RUDAWSKA			
Prowadz cy zaj cia:					
Cele przedmiotu:		Przedmiot obejmuje zagadnienia zwi zane z rol wiedzy organizacyjnej w efektywnym funkcjonowaniu organizacji i budowaniu przewagi konkurencyjnej oraz zagadnienia zwi zane z podstawowymi działaniami dot. tworzenia i wykorzystywania zasobów wiedzy, a tak e wskazanie potencjalnych barier zwi zanych z wykorzystywaniem posiadanej przez organizacje wiedzy.			
Wymagania wst pne:		Student biegle posługuje si terminologi z obszaru: podstaw zarz dzania, teorii organizacji, zachowa organizacyjnych, koncepcji zarz dzania. Posiada umiej tno ci analizowania organizacji z perspektywy systemowej.			
<b>EFEKTY UCZENIA SI</b>					
Kategoria	Lp	KOD	Opis efektu	Odniesienie do efektów dla programu	
wiedza	1	EP1	definiuje poj cia wiedz , zarz dzenie wiedz , organizacyjne uczenie si , dzielenie si wiedz i podaje przykłady	K_W02 K_W04 K_W05	
	2	EP2	wyja nia mechanizmy zarz dzania wiedz w przedsi biorstwie i ich uwarunkowania	K_W05 K_W06	
umiej tno ci	1	EP3	identyfikuje bariery zarz dzania wiedz	K_U01 K_U02 K_U04	
	2	EP4	obserwuje i opisuje działania zwi zane z zarz dzaniem wiedz	K_U04 K_U06 K_U08 K_U09	
kompetencje społeczne	1	EP5	nawi zuje kontakt z organizacj i przeprowadza jej obserwacj	K_K01 K_K02 K_K04	
	2	EP6	przygotowuje pisemne opracowanie sytuacji w firmie i je prezentuje	K_K01 K_K03 K_K04	
<b>TRE CI PROGRAMOWE</b>				Semestr	Liczba godzin
Przedmiot: <b>zarz dzenie wiedz</b>					
Forma zaj : <b>wykład</b>					
1. Wiedza w organizacji - Co to jest wiedza i gdzie jej szuka w organizacji? Jakie ma znaczenie dla funkcjonowania firm i przewagi konkurencyjnej?				4	1
2. Teoria firmy opartej na wiedzy oraz koncepcja gospodarki opartej na wiedzy				4	2
3. Praca oparta na wiedzy i pracownicy wiedzy				4	2
4. Zarz dzenie wiedz - podej cia, modele, praktyka gospodarcza i kierunki ewolucji.				4	2

5. <b>Uczenie si indywidualne i organizacyjne jako punkt wyj cia generowania wiedzy</b>		4	2		
6. <b>Wiedza jako produkt - koncepcja firmy kreuj cej wiedz</b>		4	2		
7. <b>Wiedza jako zasób - dzielenie si , utrwalanie, przechowywanie</b>		4	2		
8. <b>Strategia kodyfikacji i personalizacji</b>		4	2		
Forma zaj : <b>wiczenia</b>					
1. <b>Praca oparta na wiedzy - jak zmienia si praca i co to oznacza dla zarz dzania</b>		4	4		
2. <b>Uczenie si a zarz dzanie wiedzy - dlaczego firmy i pracownicy maj kłopot z uczeniem si z do wiadcz , bł dów, sukcesów</b>		4	4		
3. <b>Zapominanie i oduczanie si a tworzenie nowej wiedzy</b>		4	2		
4. <b>Strategia kodyfikacji i personalizacji - jak je m drze wykorzystywa</b>		4	4		
5. <b>Dzielenie si wiedzy jako kluczowe ogniwo zarz dzania wiedzy</b>		4	4		
6. <b>Rola kultury organizacyjnej w dzieleniu si wiedzy i innych procesach zwi zanych z wiedz - co wiemy do tej pory</b>		4	2		
7. <b>Przywództwo a zarz dzanie wiedzy</b>		4	2		
8. <b>Rola technologii ICT w zarz dzaniu wiedzy</b>		4	2		
9. <b>Przestrze pracy jako istotna składowa zarz dzania wiedzy</b>		4	2		
10. <b>Na tropie barier i dobrych praktyk zarz dzania wiedzy - prezentacje wniosków z semestralnych prac studentów</b>		4	4		
Metody kształcenia	opracowywanie studium przypadku przez studentów, Wykłady z wykorzystaniem rodków multimedialnych, dyskusja w oparciu o wybran literatur , Analiza studiów przypadku i grupowa dyskusja				
Metody weryfikacji efektów uczenia si			Nr efektu uczenia si z sylabusu		
	<b>EGZAMIN PISEMNY</b>		<b>EP1,EP2,EP3</b>		
	<b>KOLOKWIUM</b>		<b>EP1,EP2</b>		
	<b>PRACA PISEMNA/ ESEJ/ RECENZJA</b>		<b>EP3,EP4,EP5,EP6</b>		
Forma i warunki zaliczenia	<p>Zaliczenie wicze na podstawie:  <b>40% oceny - zaliczenie pisemne, pytania otwarte-sprawdzenie wiedzy z danego przedmiotu, 60 % oceny - zespołowa praca zaliczeniowa i prezentacja wyników.</b>  Zaliczenie wykładu: egzamin w formie pisemnej.  <b>Warunkiem przyst pienia do egzaminu jest zaliczenie cz ci wiczeniowej.</b></p> <p>Zasady wyliczania oceny z przedmiotu</p> <p><b>Ocena z przedmiotu jest równa redniej wa onej oceny z wicze (40%) i egzaminu (60%)</b></p>				
Metoda obliczania oceny ko cowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej
	4	zarz dzanie wiedzy		Wa ona	
	4	zarz dzanie wiedzy [wykład]	egzamin		0,60
	4	zarz dzanie wiedzy [wiczenia]	zaliczenie z ocen		0,40
Literatura podstawowa	Garvin D. A., Edmondson A. C., Gino F. (2009): Czy kierujesz organizacj ucz c si ?, Harvard Business Review Polska				
	Nonaka I. (2008): Firma kreuj ca wiedz , Harvard Business Review Polska				
	D. Jemielniak, A.K. Ko mi ski (red.) (2012): Zarz dzanie wiedzy , Oficyna Ekonomiczna Grupa Wolters Kluwer, Warszawa				
	Jashapara A. (2006): Zarz dzanie wiedzy , PWE, Warszawa				



Literatura uzupełniająca	Edmondson A. C. (2011): Strategie uczenia się na niepowodzeniach., Harvard Business Review Polska
	Edmondson A.C. (2009): Chcesz być konkurencyjny? Musisz się uczyć., Harvard Business Review Polska
	D. Jemielniak (2008): Praca oparta na wiedzy. Praca w przedsiębiorstwach wiedzy na przykładzie organizacji high-tech., Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa
	Davenport T. , Prousa K. (1998): Working Knowledge. How organizations manage what they know., Harvard Business School Press
	Gino F., Pisano G. P. (2011): Dlaczego nie wykorzystujemy nauk z sukcesu?, Harvard Business Review Polska
	Probst G., Raub S., Romhardt K. (2004): Zarządzanie wiedzą w organizacji., Oficyna ekonomiczna, Kraków
	Sysko-Romańczuk S. , Lozano-Platonoff A., Rudawska A. (2007): Koncepcja organizacyjnego uczenia się - podstawowe perspektywy badawcze., Ekonomika i organizacja przedsiębiorstw

#### NAKŁAD PRACY STUDENTA

	Liczba godzin
Zajęcia dydaktyczne	<b>45</b>
Udział w egzaminie/zaliczeniu	<b>4</b>
Przygotowanie się do zajęć	<b>20</b>
Studiowanie literatury	<b>20</b>
Udział w konsultacjach	<b>16</b>
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	<b>30</b>
Przygotowanie się do egzaminu/zaliczenia	<b>15</b>
<b>Ł. CZYNY nakład pracy studenta w godz.</b>	<b>150</b>
<b>Liczba punktów ECTS</b>	<b>6</b>

# S Y L A B U S (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: <b>USWE-Z-O-II-S-19/20Z</b>					
Moduł: <b>Blok: Zarządzanie projektami w praktyce [moduł]</b>					
Nazwa przedmiotu: <b>zarządzanie zespołem projektowym (KIERUNKOWE)</b>				Kod przedmiotu: <b>US182AIIJ3345_36S</b>	
Nazwa kierunku: <b>zarządzanie</b>					
Forma studiów: <b>II stopnia, stacjonarne</b>		Profil studiów: <b>ogólnoakademicki</b>		Specjalność:	
Status przedmiotu: <b>fakultatywny</b>			Język przedmiotu: <b>semestr: 3 - j. język polski</b>		
Rok	Semestr	Forma zajęć	Liczba godzin	Forma zaliczenia	ECTS
2	3	wiczenia	15	ZO	1
<b>Razem</b>			<b>15</b>		<b>1</b>
Koordynator przedmiotu:		<b>dr JOANNA RZEMPAŁA</b>			
Prowadzący zajęcia:					
Cele przedmiotu:		<b>Przekazanie wiedzy z zakresu tworzenia zespołów i zarządzania pracami zespołów oraz wykorzystywania ich potencjału w zarządzaniu organizacjami. Zaprezentowanie kluczowych mechanizmów związanych z pracami zespołami. Wskazanie metod i narzędzi usprawniających prace zespołowe.</b>			
Wymagania wstępne:		<b>Znajomość zagadnień z zakresu zarządzania projektami i kadrami</b>			
<b>EFEKTY UCZENIA SI</b>					
Kategoria	Lp	KOD	Opis efektu	Odniesienie do efektów dla programu	
wiedza	1	EP1	<b>student definiuje i wyjaśnia istotę oraz specyfikę pracy zespołowej i jej znaczenia dla skutecznego i sprawnego funkcjonowania organizacji student charakteryzuje zasady i mechanizmy decydujące o sprawnym funkcjonowaniu zespołu</b>	<b>K_W02 K_W04 K_W07</b>	
umiejętności	1	EP2	<b>student analizuje problemy dotyczące pracy zespołowej i ocenia zasadność zastosowanych metod i narzędzi rozwiązywania tych problemów student identyfikuje role zespołowe student rozwija umiejętności tworzenia efektywnych zespołów</b>	<b>K_U01 K_U02 K_U06</b>	
kompetencje społeczne	1	EP3	<b>student angażuje się w prace zespołów student wykazuje kreatywność i zabiera głos w dyskusjach nad omawianymi przykładami</b>	<b>K_K01 K_K02 K_K03</b>	
<b>TRECI PROGRAMOWE</b>				Semestr	Liczba godzin
Przedmiot: <b>zarządzanie zespołem projektowym</b>					
Forma zajęć: <b>wiczenia</b>					
1. Istota pracy zespołowej? mocne i słabe strony działania zespołowego				3	2
2. Rodzaje i struktury zespołów				3	4
3. Proces tworzenia zespołów: opracowywanie harmonogramów pracy, podział zadań, określanie norm i zasad				3	2
4. Role zespołowe? diagnoza i ocena				3	3

5. Kierowanie zespołem; rola lidera w tworzeniu to samo ci zespołu, rozwijanie umiejętności pracy zespołowej		3	2		
6. Zarządzanie konfliktem w zespole projektowym		3	2		
Metody kształcenia	wykłady interaktywne prezentacje multimedialne analiza tekstów z dyskusj praca w grupach/aktywno - projekt				
Metody weryfikacji efektów uczenia się			Nr efektu uczenia się z sylabusu		
	KOLOKWIUM		EP1,EP2		
	PROJEKT		EP1,EP2,EP3		
	ZAJ CIA PRAKTYCZNE (WERYFIKACJA POPRZEZ OBSERWACJ )		EP1,EP3		
Forma i warunki zaliczenia	kolokwium pisemne, projekt, aktywno na zaj ciach				
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu				
	kololium 70%. projekt 20%, aktywno 10%				
Metoda obliczania oceny końcowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej
	3	zarz dzenie zespołem projektowym		Arytmetyczna	
	3	zarz dzenie zespołem projektowym [ wiczenia]	zaliczenie z ocen		
Literatura podstawowa	Belbin M., Nie tylko zespół, Oficyna Ekonomiczna, Kraków 2010. :				
	NCB. Polskie Wytyczne Kompetencji IPMA. Wersja 3.0, red. B. Dałkowski, L. Sta to, M. Zalewski, Wyd. Stowarzyszenie Project Management Polska, Warszawa 2009 :				
	R.K. Wysocki, Efektywne zarz dzenie projektami, Wyd. Helion, Gliwice 2013 :				
Literatura uzupełniają ca					
<b>NAKŁAD PRACY STUDENTA</b>					
		Liczba godzin			
Zaj cia dydaktyczne	15				
Udział w egzaminie/zaliczeniu	2				
Przygotowanie się do zaj	2				
Studiowanie literatury	1				
Udział w konsultacjach	1				
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	2				
Przygotowanie się do egzaminu/zaliczenia	2				
<b>Ł CZNY nakład pracy studenta w godz.</b>	<b>25</b>				
<b>Liczba punktów ECTS</b>	<b>1</b>				

# S Y L A B U S (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: <b>USWE-Z-O-II-S-19/20Z</b>					
Moduł: <b>Blok: Zarz dzenie projektami w praktyce [moduł]</b>					
Nazwa przedmiotu: <b>zwinne zarz dzenie projektami (KIERUNKOWE)</b>				Kod przedmiotu: <b>US182AIIJ3345_15S</b>	
Nazwa kierunku: <b>zarz dzenie</b>					
Forma studiów: <b>II stopnia, stacjonarne</b>		Profil studiów: <b>ogólnoakademicki</b>		Specjalno :	
Status przedmiotu: <b>fakultatywny</b>			J zyk przedmiotu: <b>semestr: 2 - j zyk polski</b>		
<b>Rok</b>	<b>Semestr</b>	<b>Forma zaj</b>	<b>Liczba godzin</b>	<b>Forma zaliczenia</b>	<b>ECTS</b>
1	2	wiczenia	15	ZO	1
<b>Razem</b>			<b>15</b>		<b>1</b>
Koordynator przedmiotu:		<b>dr JOANNA RZEMPAŁA</b>			
Prowadz cy zaj cia:					
Cele przedmiotu:		<b>Zaj cia maj na celu przygotowanie kadr mened erskich do elastycznego zarz dzenia projektami w perspektywie zmieniaj cych si potrzeb i oczekiwa klienta oraz otoczenia w oparciu o zwinne metody zarz dzenia projektami. Student dostrzega mo liwo ci zastosowania zwinnego podej cia do zarz dzenia projektami w ró norodnych warunkach otoczenia.</b>			
Wymagania wst pne:		<b>Podstawy zarz dzenia projektami</b>			
<b>EFEKTY UCZENIA SI</b>					
<b>Kategoria</b>	<b>Lp</b>	<b>KOD</b>	<b>Opis efektu</b>	<b>Odniesienie do efektów dla programu</b>	
wiedza	1	EP1	<b>Zna i omawia podstawowe poj cia zwi zane z metodyk zarz dzenia projektami, charakteryzuje zwinne metodyki zarz dzenia w kontek cie harmonogramowania projektów.</b>	<b>K_W03 K_W12</b>	
	2	EP4	<b>Rozumie funkcjonowanie jednostek zwi zanych z zarz dzeniem projektem, w tym podmiotów współpracuj cych z zespołem projektowym.</b>	<b>K_W05</b>	
umiej tno ci	1	EP2	<b>Student potrafi analizowa i identyfikowa rol w APM oraz potrafi sporz dzi arkusz danych projektu oraz zapewni niezbd ne zasoby do realizacji zadania.</b>	<b>K_U02 K_U05</b>	
kompetencje społeczne	1	EP3	<b>Student jest gotów do prezentacji własnej opinii oraz wykazania aktywno ci i zaangażowania w wykonywane zadania, w sposób rzetelny i zorganizowany.</b>	<b>K_K02 K_K05</b>	
<b>TRE CI PROGRAMOWE</b>				Semestr	Liczba godzin
Przedmiot: <b>zwinne zarz dzenie projektami</b>					
Forma zaj : <b>wiczenia</b>					
1. <b>Charakterystyka metodyk zarz dzenia projektami,</b>				2	2
2. <b>Istota Agile Project Management (APM),</b>				2	3
3. <b>Arkusz danych projektu - (PDS ? Project Data Sheet),</b>				2	3
4. <b>Identyfikacja ról w APM (SCRUM),</b>				2	4
5. <b>Koncentracja na budowanie potencjału członków zespołu projektowego</b>				2	3

Metody kształcenia	<b>Prezentacje multimedialne, studia przypadków, dyskusja, praca w grupach.</b>				
Metody weryfikacji efektów uczenia się					Nr efektu uczenia się z sylabusu
	<b>KOLOKWIUM</b>				<b>EP1,EP2</b>
	<b>ZAJ CIA PRAKTYCZNE (WERYFIKACJA POPRZEZ OBSERWACJ )</b>				<b>EP1,EP3</b>
Forma i warunki zaliczenia	<b>Zaliczenie kolokwium, aktywno na zaj ciach</b>				
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu				
	<b>Zaliczenie kolokwium, aktywno na zaj ciach</b>				
Metoda obliczania oceny końcowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej
	2	zwinne zarządzanie projektami		Ważona	
	2	zwinne zarządzanie projektami [ wiczenia]	zaliczenie z ocen		1,00
Literatura podstawowa	Nowoczesne zarządzanie projektami, red. Trocki M., PWE, Warszawa 2014 :				
	Wysocki R.K., McGary R., „Efektywne zarządzanie projektami”, Wydawnictwo Helion, Gliwice 2005. :				
Literatura uzupełniająca					
<b>NAKŁAD PRACY STUDENTA</b>					
			Liczba godzin		
Zajęcia dydaktyczne			<b>15</b>		
Udział w egzaminie/zaliczeniu			<b>2</b>		
Przygotowanie się do zajęć			<b>1</b>		
Studiowanie literatury			<b>0</b>		
Udział w konsultacjach			<b>4</b>		
Przygotowanie projektu / eseju / itp.			<b>2</b>		
Przygotowanie się do egzaminu/zaliczenia			<b>1</b>		
<b>Ł CZNY nakład pracy studenta w godz.</b>			<b>25</b>		
<b>Liczba punktów ECTS</b>			<b>1</b>		