

S Y L A B U S (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: USEFZ-Z-O-II-S-21/22Z						
Moduł: Przedmiot do wyboru w j zyku obcym [moduł]						
Nazwa przedmiotu: Case studies on Management (OGÓLNOUCZELNIANE)					Kod przedmiotu: US182AIIJ2865_39S	
Nazwa kierunku: zarz dżanie						
Forma studiów: II stopnia, stacjonarne			Profil studiów: ogólnoakademicki		Specjalno :	
Status przedmiotu: fakultatywny				J zyk przedmiotu: semestr: 4 - j zyk angielski (100%)		
Rok	Semestr	Forma zaj	Liczba godzin		Forma zaliczenia	ECTS
				w tym e-learning		
2	4	wiczenia	30	0	ZO	3
Razem			30			3
Koordynator przedmiotu:		dr HUBERT PACHCIAREK				
Prowadz cy zaj cia:		dr hab. in . ALBERTO LOZANO PLATONOFF				
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"> -zadania i funkcje pełnione przez mened erów; -proces podejmowania decyzji; -przywództwo (wyznaczniki skutecznego przywództwa, najcz stsze bł dy); -motywowanie i kontrolowanie pracowników; -kształtowanie warunków rozwoju przedsi biorstwa. 				
Wymagania wst pne:		<p>student posiada podstawow wiedz z zakresu zarz dżania, 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>				
EFEKTY UCZENIA SI						
Kategoria	Lp	KOD	Opis efektu		Odniesienie do efektów dla programu	
wiedza	1	EP4	w sposób pogł biony zna i rozumie problemy zarz dżania 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	
TRE CI PROGRAMOWE					Semestr	Liczba godzin
						w tym e-learning
Przedmiot: Case studies on Management						
Forma zaj : wiczenia						

1. Omówienie współczesnych problemów zarządzania	4	2	0
2. Wprowadzenie do metodyki pracy z wykorzystaniem studium przypadku	4	2	0
3. Analiza studium przypadku Grafoserwis cz A- analiza sytuacji problemowej	4	4	0
4. Analiza studium przypadku Grafoserwis cz A- projektowanie decyzji	4	2	0
5. Analiza studium przypadku Grafoserwis cz B	4	4	0
6. Analiza studium przypadku Amando Vitale	4	2	0
7. Analiza studium przypadku Betopol	4	2	0
8. Analiza studium przypadku Co z t firm	4	2	0
9. Analiza studium przypadku "Zwierciadło"	4	4	0
10. Analiza studium przypadku "Lubiana"	4	4	0
11. Dyskusja nad zakresem obowiązków współczesnych menedżerów w odniesieniu do zrealizowanych studiów przypadku, charakterystyki zarządzania przedsiębiorstwem i odpowiedzialności menedżera z sukcesu firmy	4	2	0

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 POPRZEZ OBSERWACJĘ)				EP2,EP3,EP4,EP5
Forma i warunki zaliczenia	<p>Forma i warunki zaliczenia:</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				
	student otrzymuje ocenę dostateczną, gdy potrafi zidentyfikować problemy w opisanych sytuacjach oraz wykonać obowiązki i funkcje związane ze stanowiskiem kierowniczym. Ocena z przedmiotu: ocena jest równa ocenie uzyskanej z zaliczenia.				
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	
		W tym e-learning
Zajęcia dydaktyczne	30	0
Udział w egzaminie/zaliczeniu	2	0
Przygotowanie się do zajęć	15	0
Studiowanie literatury	6	0
Udział w konsultacjach	8	0
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	14	0

Przygotowanie si do egzaminu/zaliczenia	0	0
Ł CZNY nakład pracy studenta w godz.	75	
Liczba punktów ECTS	3	

S Y L A B U S (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: USEFZ-Z-O-II-S-21/22Z							
Moduł: Blok: Doskonalenie potencjału pracowników							
Nazwa przedmiotu: coaching i mentoring (KIERUNKOWE)					Kod przedmiotu: US182AIIJ2935_31S		
Nazwa kierunku: zarz dzenie							
Forma studiów: II stopnia, stacjonarne			Profil studiów: ogólnoakademicki		Specjalno :		
Status przedmiotu: fakultatywny				J zyk przedmiotu: semestr: 3 - j zyk polski			
Rok	Semestr	Forma zaj	Liczba godzin		Forma zaliczenia	ECTS	
				w tym e-learning			
2	3	wiczenia	15	0	ZO	1	
Razem			15			1	
Koordynator przedmiotu:		dr ANETA SOKÓŁ					
Prowadz cy zaj cia:		dr hab. EWA MAZUR-WIERZBICKA prof. US					
Cele przedmiotu:		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.					
Wymagania wst pne:		Student zna podstawowe zagadnienia z zarz dzenia zasobami ludzkimi oraz zasad komunikacji werbalnej i niewerbalnej, znajomo podstawowych zagadnie z zarz dzenia zasobami ludzkimi oraz zasad komunikacji werbalnej i niewerbalnej					
EFEKTY UCZENIA SI							
Kategoria	Lp	KOD	Opis efektu			Odniesienie do efektów dla programu	
wiedza	1	EP1	zna współczesne modele coachingowe			K_W04 K_W10	
umiej tno ci	1	EP2	potrafi prawidłowo wykorzysta w praktyce narz dzia coachingowe, prowadzi rozmowy coachingowe			K_U06 K_U08	
kompetencje społeczne	1	EP3	jest gotów do wykorzystania praktycznego narz dzi coachingowych			K_K01 K_K02	
TRE CI PROGRAMOWE					Semestr	Liczba godzin	
						w tym e-learning	
Przedmiot: coaching i mentoring							
Forma zaj : wiczenia							
1. Poj cie, istota, znaczenie, funkcje coachingu					3	4	0
2. Techniki coachingu					3	3	0
3. Modele coachingowe- np. Grow, Coach					3	3	0
4. Coaching umiej tno ci (zaj cia praktyczne)					3	4	4
5. Coaching i mentoring					3	1	0
Metody kształcenia		Prezentacja multimedialna, metoda przypadków, metody symulacyjne, praca w grupach, analiza dokumentów źródłowych					

Metody weryfikacji efektów uczenia się					Nr efektu uczenia się z sylabusu
	KOLOKWIUM				EP1,EP2,EP3
ZAJ CIA PRAKTYCZNE (WERYFIKACJA POPRZEZ OBSERWACJ)				EP1,EP2,EP3	
Forma i warunki zaliczenia	Forma i warunki zaliczenia wykładów: Studenci s oceniani na podstawie: zaliczenia pisemnego (4 pytania otwarte) czynnego udziału na zaj ciach				
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu				
	Ocena z przedmiotu to ocena uzyskana z zaliczenia.				
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				
	Taylor M., Corabb S. (2020): Coaching i metoring biznesowy dla bystrzaków, Helion, Gliwice				
Literatura uzupełniaj 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				
NAKŁAD PRACY STUDENTA					
		Liczba godzin			
				W tym e-learning	
Zaj cia dydaktyczne		15		0	
Udział w egzaminie/zaliczeniu		1		0	
Przygotowanie się do zaj		1		0	
Studiowanie literatury		1		0	
Udział w konsultacjach		5		0	
Przygotowanie projektu / eseju / itp.		0		0	
Przygotowanie się do egzaminu/zaliczenia		2		0	
Ł CZNY nakład pracy studenta w godz.		25			
Liczba punktów ECTS		1			

S Y L A B U S (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: USEFZ-Z-O-II-S-21/22Z							
Moduł: Przedmiot do wyboru w j zyku obcym [moduł]							
Nazwa przedmiotu: Consumer Behaviour (OGÓLNOUCZELNIANE)					Kod przedmiotu: US182AIIJ2935_38S		
Nazwa kierunku: zarz dzanie							
Forma studiów: II stopnia, stacjonarne			Profil studiów: ogólnoakademicki		Specjalno :		
Status przedmiotu: fakultatywny			J zyk przedmiotu: semestr: 4 - j zyk polski				
Rok	Semestr	Forma zaj	Liczba godzin		Forma zaliczenia	ECTS	
				w tym e-learning			
2	4	wiczenia	30	0	ZO	3	
Razem			30			3	
Koordynator przedmiotu:		dr hab. KATARZYNA WŁODARCZYK					
Prowadz cy zaj cia:		dr hab. KATARZYNA WŁODARCZYK					
Cele przedmiotu:		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 .					
Wymagania wst pne:		Podstawy ekonomii, zarz dzania i marketingu oraz elementarne poj cia socjologiczne.					
EFEKTY UCZENIA SI							
Kategoria	Lp	KOD	Opis efektu			Odniesienie do efektów dla programu	
wiedza	1	EP1	potrafi wykorzysta wiedz na temat funkcjonowania gospodarki i organizacji w odniesieniu do zachowa konsumentów			K_W02	
	2	EP2	potrafi oceni rol konsumenta w funkcjonowaniu gospodarki i organizacji			K_W09	
umiej tno ci	1	EP3	potrafi zaprojektowa i przeprowadzi badania rynkowe zwi zane z zachowaniami konsumenta na rynku			K_U04	
kompetencje społeczne	1	EP4	podchodzi w sposób obiektywy do posiadanej wiedzy i informacji zwi zanych z zachowaniami konsumentów na rynku			K_K01	
	2	EP5	zdobywa now wiedz z zakresu zachowa konsumentów oraz ceni opinie ekspertów			K_K03	
TRE CI PROGRAMOWE					Semestr	Liczba godzin	
						w tym e-learning	
Przedmiot: Consumer Behaviour							
Forma zaj : wiczenia							
1. Consumption and consumers in economics - basic theories and definitions					4	4	0
2. Needs of consumers and consumers behaviours					4	4	0
3. Models of buyers behaviour					4	2	0
4. Determinants of consumers behaviour					4	4	0
5. Laws and effects in consumer behaviour					4	2	0

6. Segmentation and positioning		4	2	0	
7. Consumer Research		4	4	0	
8. Trends in modern consumers behaviour		4	4	0	
9. Cross - cultural Consumers Behaviour		4	2	0	
10. Presentations of Students		4	2	0	
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					
NAKŁAD PRACY STUDENTA					
		Liczba godzin			
		W tym e-learning			
Zajęcia dydaktyczne	30	0			
Udział w egzaminie/zaliczeniu	0	0			
Przygotowanie się do zajęć	0	0			
Studiowanie literatury	10	0			
Udział w konsultacjach	10	0			
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	15	0			
Przygotowanie się do egzaminu/zaliczenia	10	0			
Ł. CZNY nakład pracy studenta w godz.	75				
Liczba punktów ECTS	3				

S Y L A B U S (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: USEFZ-Z-O-II-S-21/22Z							
Moduł: Blok: Doskonalenie potencjału pracowników							
Nazwa przedmiotu: controlling i audyt personalny (KIERUNKOWE)					Kod przedmiotu: US182AIIJ2935_45S		
Nazwa kierunku: zarz dzanie							
Forma studiów: II stopnia, stacjonarne		Profil studiów: ogólnoakademicki			Specjalno :		
Status przedmiotu: fakultatywny				J zyk przedmiotu: semestr: 4 - j zyk polski			
Rok	Semestr	Forma zaj	Liczba godzin		Forma zaliczenia	ECTS	
				w tym e-learning			
2	4	wiczenia	15	0	ZO	1	
Razem			15			1	
Koordynator przedmiotu:		dr ANETA SOKÓŁ					
Prowadz cy zaj cia:		dr hab. PATRYCJA ZWIECH					
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 poslugiwa si aparatem matematycznym i statystycznym.</p> <p>w zakresie wiedzy: student zna wybrane koncepcje i metody zarz dzania zasobami ludzkimi.</p>					
EFEKTY UCZENIA SI							
Kategoria	Lp	KOD	Opis efektu			Odniesienie do efektów dla programu	
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 wpływaj cej z mierników i wska ników controllingu personalnego.			K_K01 K_K03	
TRE CI PROGRAMOWE					Semestr	Liczba godzin	
						w tym e-learning	
Przedmiot: controlling i audyt personalny							
Forma zaj : wiczenia							
1. Istota controllingu personalnego. Controlling funkcji personalnej. Audyt personalny i bud etowanie. Sprawozdawczo personalna.					4	2	0
2. Umiejscowienie kontrolera personalnego w strukturze organizacji. Przykłady procedur kadrowych.					4	1	0
3. Controlling wielko ci, struktury i dynamiki zatrudnienia. Ruch pracowniczy.					4	1	0
4. Controlling planowania i doboru pracowników.					4	1	0

5. Controlling rozwoju zawodowego i oceniania pracowników.	4	2	0
6. Controlling wydajno ci i produktywno ci pracy. Controlling czasu pracy. Controlling stosunków pracy.	4	2	0
7. Controlling wynagrodze i kosztów pracy. Controlling pozaekonomicznych czynników motywacyjnych. Controlling działalno ci socjalnej .	4	2	0
8. Audyt personalny.	4	4	0

Metody kształcenia	prezentacja, dyskusja, praca w grupach, symulacje, metody przypadków		
--------------------	--	--	--

Metody weryfikacji efektów uczenia si		Nr efektu uczenia si 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 cego osi gni cie efektów kształcenia w zakresie wiedzy i umiej tno ci. Projekt powinien zawiera : charakterystyk wybranej firmy, charakterystyk zatrudnienia w firmie, analiz wielko ci, struktury i dynamiki zatrudnienia, wybrane mierniki oceny planowania personelu, wybrane mierniki wielko ci rotacji zasobów ludzkich, wybrane mierniki płacowe, wybrane mierniki efektywno ci pracy, wybrane mierniki oceny pracowników, wybrane mierniki szkole i rozwoju zawodowego, SWOT zasobów ludzkich, portfolio personalne) - 60% oceny oraz aktywno ci studenta (obserwacja pracy studenta na zaj ciach podczas dyskusji panelowych b d pracy w grupie) - 40% oceny.
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu
	Ocena z przedmiotu jest ocen z wicze .

Metoda obliczania oceny ko cowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej
	4	controlling i audyt personalny		Wa ona	
	4	controlling i audyt personalny [wiczenia]	zaliczenie z ocen		1,00

Literatura podstawowa	Marciniak Jarosław (2010): Audyt funkcji personalnej w przedsi biorstwie, Oficyna Ekonomiczna, Kraków
	Nesterak Janusz, Nowak, Marta Kowalski Michał J. (2020): Controlling personalny w praktyce przedsi biorstw, CeDeWu, Warszawa
	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 uzupełniaj ca	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): Rentowno inwestycji w kapitał ludzki, Oficyna Ekonomiczna, Kraków
	Nowak Marta (2008): Controlling personalny w przedsi biorstwie, Oficyna a Wolters Kluwer Business, Kraków

NAKŁAD PRACY STUDENTA

	Liczba godzin	
		W tym e-learning
Zaj cia dydaktyczne	15	0
Udział w egzaminie/zaliczeniu	1	0
Przygotowanie si do zaj	0	0
Studiowanie literatury	0	0
Udział w konsultacjach	5	0
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	2	0
Przygotowanie si do egzaminu/zaliczenia	2	0
Ł CZNY nakład pracy studenta w godz.	25	
Liczba punktów ECTS	1	

S Y L A B U S (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: USEFZ-Z-O-II-S-21/22Z							
Moduł: Przedmiot do wyboru w j zyku obcym [moduł]							
Nazwa przedmiotu: Creativity (OGÓLNOUCZELNIANE)					Kod przedmiotu: US182AIJ2714_40S		
Nazwa kierunku: zarz dżanie							
Forma studiów: II stopnia, stacjonarne			Profil studiów: ogólnoakademicki		Specjalno :		
Status przedmiotu: fakultatywny			J zyk przedmiotu: semestr: 4 - j zyk angielski (100%)				
Rok	Semestr	Forma zaj	Liczba godzin		Forma zaliczenia	ECTS	
				w tym e-learning			
2	4	wiczenia	30	0	ZO	3	
Razem			30			3	
Koordynator przedmiotu:		dr JOANNA MARKIEWICZ					
Prowadz cy zaj cia:		dr JOANNA MARKIEWICZ					
Cele przedmiotu:		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.					
Wymagania wst pne:		Knowledge of the basics of marketing, management and innovation.					
EFEKTY UCZENIA SI							
Kategoria	Lp	KOD	Opis efektu			Odniesienie do efektów dla programu	
wiedza	1	EP1	Student has knowledge on the specifics of creativity and its links with the innovation process. Student also is able to indicate sources of innovations.			K_W02 K_W05	
	2	EP3	Student knows the legal aspects of creativity			K_W13	
umiej tno ci	1	EP4	Students can manage the process of change, creativity and innovation choosing appropriate methods and resources			K_U05 K_U08	
kompetencje społeczne	1	EP5	Student is able to use creativity enhancement techniques and is aware about the importance of building creative culture of organisations			K_K03 K_K04	
TRE CI PROGRAMOWE					Semestr	Liczba godzin	
						w tym e-learning	
Przedmiot: Creativity							
Forma zaj : wiczenia							
1. The meaning of creativity and its various aspects					4	2	0
2. Theories and models of creativity					4	3	0
3. The process of change, creativity and innovation					4	4	0
4. Sources of creativity and innovation					4	5	0
5. Creativity enhancement techniques					4	5	0
6. Creative culture as an important determinant of organizational creativity					4	4	0
7. Creativity as an intangible asset (legal aspects)					4	3	0

8. Creative industries, cities and the creative economy		4	4	0	
Metody kształcenia	Lecture with elements of conversations Exercises using a case study Multimedia presentations Project development Working in groups				
Metody weryfikacji efektów uczenia się				Nr efektu uczenia się z sylabusu	
	KOLOKWIUM			EP1,EP3,EP4	
	PROJEKT			EP4,EP5	
Forma i warunki zaliczenia	Final grade will be based on gathered points from the test and the final essay and its presentation.				
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu				
Arithmetic average from the test and the project					
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				
NAKŁAD PRACY STUDENTA					
		Liczba godzin			
		W tym e-learning			
Zajęcia dydaktyczne	30	0			
Udział w egzaminie/zaliczeniu	2	0			
Przygotowanie się do zajęć	10	0			
Studiowanie literatury	6	0			
Udział w konsultacjach	10	0			
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	12	0			
Przygotowanie się do egzaminu/zaliczenia	5	0			
Ł CZNY nakład pracy studenta w godz.	75				
Liczba punktów ECTS	3				

S Y L A B U S (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: USEFZ-Z-O-II-S-21/22Z						
Nazwa przedmiotu: ekonomia menederska (PODSTAWOWE)				Kod przedmiotu: US182AIIJ2860_2S		
Nazwa kierunku: zarządzanie						
Forma studiów: II stopnia, stacjonarne		Profil studiów: ogólnoakademicki		Specjalność:		
Status przedmiotu: obowiązkowy			Język przedmiotu: semestr: 1 - język polski			
Rok	Semestr	Forma zajęć	Liczba godzin		Forma zaliczenia	ECTS
				w tym e-learning		
1	1	wiczenia	15	0	ZO	4
		wykład	15	0	E	
Razem			30			4
Koordynator przedmiotu:		dr JAROSŁAW POTERAŁSKI				
Prowadzący zajęcia:		dr MARTA MŁOKOSIEWICZ				
Cele przedmiotu:		Wykorzystanie teorii mikroekonomii w praktycznym podejściu do zarządzania przedsiębiorstwem. Nauka wykorzystania teorii ekonomii do podejmowania decyzji menederskich				
Wymagania wstępne:		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.				
EFEKTY UCZENIA SI						
Kategoria	Lp	KOD	Opis efektu		Odniesienie do efektów dla programu	
wiedza	1	EP1	Zna wpływ mechanizmów funkcjonowania gospodarki na działalność przedsiębiorstwa		K_W01 K_W05 K_W08	
umiejętności	1	EP2	Potrafi stosować narzędzia analizy makro i mikroekonomicznej w indywidualnym i zespołowym procesie podejmowania decyzji menederskich		K_U02 K_U04 K_U08	
kompetencje społeczne	1	EP3	Jest gotów do podejmowania menederskich decyzji w organizacji		K_K01 K_K04	
TRECI PROGRAMOWE				Semestr	Liczba godzin	
						w tym e-learning
Przedmiot: ekonomia menederska						
Forma zajęć: wykład						
1. Podejmowanie optymalnych decyzji na podstawie analizy marginalnej				1	3	0
2. Wykorzystanie znajomości popytu do optymalizacji decyzji cenowych				1	3	0
3. Analiza kosztów przedsiębiorstwa				1	3	0
4. Analiza wpływu otoczenia konkurencyjnego na decyzje menederskie - modele rynku				1	3	0
5. Wartość informacji dla podejmowania decyzji menederskich				1	3	0
Forma zajęć: wiczenia						
1. Funkcja popytu - kształtowanie cen w przedsiębiorstwie				1	3	0

2. Analiza rentowności i wrażliwości		1	3	0	
3. Funkcja produkcji i kosztów		1	4	0	
4. Struktury rynkowe		1	3	0	
5. Kolokwium		1	2	0	
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 ekonomia menedżerska w zadaniach, Wyd. Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie, Kraków				
Literatura uzupełniająca	Ważnińska A., Szrzeszewska K. (2012): Ekonomia menedżerska. Podstawy teoretyczne z zadaniami, Akademia Morska w Gdyni, Gdynia				
	Varian H.R. (2009): Mikroekonomia, PWE, Warszawa				
NAKŁAD PRACY STUDENTA					
		Liczba godzin			
		W tym e-learning			
Zajęcia dydaktyczne	30		0		
Udział w egzaminie/zaliczeniu	2		0		
Przygotowanie się do zajęć	18		0		
Studiowanie literatury	20		0		
Udział w konsultacjach	10		0		
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	0		0		
Przygotowanie się do egzaminu/zaliczenia	20		0		
Łączny nakład pracy studenta w godz.	100				
Liczba punktów ECTS	4				

S Y L A B U S (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: USEFZ-Z-O-II-S-21/22Z							
Moduł: Blok: Zarz dzenie projektami w praktyce [moduł]							
Nazwa przedmiotu: gry symulacyjne (KIERUNKOWE)					Kod przedmiotu: US182AIIJ3345_35S		
Nazwa kierunku: zarz dzenie							
Forma studiów: II stopnia, stacjonarne		Profil studiów: ogólnoakademicki			Specjalno :		
Status przedmiotu: fakultatywny				J zyk przedmiotu: semestr: 3 - j zyk polski			
Rok	Semestr	Forma zaj	Liczba godzin		Forma zaliczenia	ECTS	
				w tym e-learning			
2	3	laboratorium	15	0	ZO	1	
Razem			15			1	
Koordynator przedmiotu:		dr JOANNA RZEMPAŁA					
Prowadz cy zaj cia:		dr JOANNA RZEMPAŁA					
Cele przedmiotu:		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.					
Wymagania wst pne:		Podstawowa wiedza z zakresu ekonomii, zarz dzenia,					
EFEKTY UCZENIA SI							
Kategoria	Lp	KOD	Opis efektu			Odniesienie do efektów dla programu	
wiedza	1	EP1	Identyfikuje swoje kompetencje w obszarze przedsi biorczo ci , zarz dzenia (planowania, organizacji, decyzyjnosci, zarzadzania ryzykiem)			K_W03 K_W04 K_W06	
umiej tno ci	1	EP2	Posiada umiej tno ci w zakresie identyfikacji zjawisk przyczynowoskutkowych w sytuacjach problemowych, wykorzystuj c wiedz z zarzadzania projektami			K_U01 K_U03 K_U08	
kompetencje społeczne	1	EP3	Potrafi pracowa w grupie, przejawia aktywne postawy w trakcie zaj , rozumie własna i zbiorow odpowiedzialno			K_K02 K_K03 K_K04	
TRE CI PROGRAMOWE					Semestr	Liczba godzin	
						w tym e-learning	
Przedmiot: gry symulacyjne							
Forma zaj : laboratorium							
1. Gra Poligon projektów					3	6	0
2. Whiskey Game					3	6	0
3. Pizza Kanban Game					3	3	0
Metody kształcenia		Cwiczenia w formie warsztatów, które obejmuj dyskusj moderowan , analiz studium przypadku, gry decyzyjne i kierownicze, prace w grupach oraz elementy projektu (prezentacji wyników).					

Metody weryfikacji efektów uczenia się					Nr efektu uczenia się z sylabusu
	SPRAWDZIAN				EP1,EP2
ZAJ CIA PRAKTYCZNE (WERYFIKACJA POPRZEZ OBSERWACJ)				EP2,EP3	
Forma i warunki zaliczenia	sparwdziany, aktywno na zaj ciach				
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu				
	50% wyniki ze sparwdzianów, 50% aktywno podczas gier				
Metoda obliczania oceny końcowej	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					
NAKŁAD PRACY STUDENTA					
		Liczba godzin			
		W tym e-learning			
Zajcia dydaktyczne	15		0		
Udział w egzaminie/zaliczeniu	3		0		
Przygotowanie się do zaj	3		0		
Studiowanie literatury	1		0		
Udział w konsultacjach	3		0		
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	0		0		
Przygotowanie się do egzaminu/zaliczenia	0		0		
Ł CZNY nakład pracy studenta w godz.	25				
Liczba punktów ECTS	1				

S Y L A B U S (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: USEFZ-Z-O-II-S-21/22Z							
Moduł: J zyk obcy [moduł]							
Nazwa przedmiotu: j zyk angielski (OGÓLNOUCZELNIANE)					Kod przedmiotu: US182AIIJ2643_21S		
Nazwa kierunku: zarz dzanie							
Forma studiów: II stopnia, stacjonarne		Profil studiów: ogólnoakademicki			Specjalno : 		
Status przedmiotu: fakultatywny				J zyk przedmiotu: semestr: 3 - j zyk angielski (100%)			
Rok	Semestr	Forma zaj	Liczba godzin		Forma zaliczenia	ECTS	
				w tym e-learning			
2	3	lektorat	30	0	ZO	3	
Razem			30			3	
Koordynator przedmiotu:		mgr MAGDALENA SCHNEIDER-MIKOŁAJCZYK					
Prowadz cy zaj cia:		mgr MAGDALENA SCHNEIDER-MIKOŁAJCZYK					
Cele przedmiotu:		Doskonalenie sprawno ci j zykowych i doprowadzenie studentów do poziomu B2+ poprzez poszerzenie i usystematyzowanie wiedzy z zakresu słownictwa fachowego (zarz dzanie).					
Wymagania wst pne:		wiadomo ci z zakresu gramatyki, słownictwa i fonetyki na poziomie B2 według zalece Common European Framework					
EFEKTY UCZENIA SI							
Kategoria	Lp	KOD	Opis efektu			Odniesienie do efektów dla programu	
wiedza	1	EP1	Student zna zasób słownictwa i struktur gramatycznych wła ciwych dla odpowiedniego rejestru wypowiedzi pisemnych i ustnych.			K_W01	
umiej tno ci	1	EP2	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.			K_U07	
TRE CI PROGRAMOWE					Semestr	Liczba godzin	
						w tym e-learning	
Przedmiot: j zyk angielski							
Forma zaj : lektorat							
1. Powtórka materiału i kolokwium					3	6	0
2. Zaj cia doskonal ce wszystkie umiej tno ci j zykowe - czytanie, konwersacje, gramatyka, słownictwo na poziomie B2-B2+.					3	24	0
Metody kształcenia		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					

Metody weryfikacji efektów uczenia się					Nr efektu uczenia się z sylabusu
	KOLOKWIUM				EP1,EP2
Forma i warunki zaliczenia	Zaliczenie pisemne w formie testu, kolokwium i sprawdzian na poziomie B2+ i aktywno na zaj ciach.				
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu				
Ocena ko cowa (ocena koordynatora) równa si redniej ocen z kolokwium, sprawdzianu i weryfikacji przez obserwacj .					
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 :				
NAKŁAD PRACY STUDENTA					
		Liczba godzin			
		W tym e-learning			
Zaj cia dydaktyczne	30		0		
Udział w egzaminie/zaliczeniu	5		0		
Przygotowanie się do zaj	15		0		
Studiowanie literatury	15		0		
Udział w konsultacjach	5		0		
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	0		0		
Przygotowanie się do egzaminu/zaliczenia	5		0		
Ł CZNY nakład pracy studenta w godz.	75				
Liczba punktów ECTS	3				

S Y L A B U S (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: USEFZ-Z-O-II-S-21/22Z						
Moduł: J zyk obcy [moduł]						
Nazwa przedmiotu: j zyk francuski (OGÓLNOUCZELNIANE)					Kod przedmiotu: US182AIIJ2646_22S	
Nazwa kierunku: zarz dzenie						
Forma studiów: II stopnia, stacjonarne		Profil studiów: ogólnoakademicki			Specjalno :	
Status przedmiotu: fakultatywny				J zyk przedmiotu: semestr: 3 - j zyk francuski (100%)		
Rok	Semestr	Forma zaj	Liczba godzin		Forma zaliczenia	ECTS
				w tym e-learning		
2	3	lektorat	30	0	ZO	3
Razem			30			3
Koordynator przedmiotu:		mgr REGINA PTAK				
Prowadz cy zaj cia:		mgr REGINA PTAK				
Cele przedmiotu:		Konsolidacja materiału na poziomie B2. Dodatkowe słownictwo i struktury j zykowe zgodne ze specjalizacj kierunku na poziomie B2 +.				
Wymagania wst pne:		Poziom kompetencji j zykowej definiowanej jako B2.				
EFEKTY UCZENIA SI						
Kategoria	Lp	KOD	Opis efektu			Odniesienie do efektów dla programu
umiej tno ci	1	EP1	Zna konstrukcje gramatyczne, frazeologi i słownictwo pozwalaj ce na zrozumienie tekstów dotycz cych danego kierunku studiów oraz tekstów o charakterze akademickim.			K_U06 K_U07
	2	EP2	Rozumie teksty dotycz ce studiowanej dziedziny, a tak e teksty o charakterze ogólnoakademickim. Potrafi dostrzec znaczenie ukryte, wyra one po rednio.			K_U07
	3	EP3	Potrafi przygotowa ró norodne opracowania pisemne dot. studiowanego kierunku, a tak e przedstawi wyniki swoich własnych bada naukowych.			K_U06 K_U07
	4	EP4	Potrafi formułowa przejrzyste i rozbudowane wypowiedzi ustne dotycz ce j zyka potrzebnego do prawidłowego funkcjonowania w rodowisku akademickim i w rodowisku pracy			K_U06 K_U07
kompetencje społeczne	1	EP5	Ma wiadomo uczenia si przez całe ycie.			K_K01
	2	EP6	Pracuje samodzielnie nad powierzon prac .			K_K02 K_K04
	3	EP7	Wykazuje kreatywno podczas realizowanych zada			K_K04
TRE CI PROGRAMOWE					Semestr	Liczba godzin
						w tym e-learning
Przedmiot: j zyk francuski						
Forma zaj : lektorat						

1. Frazeologia i słownictwo j zyka specjalistycznego danej dziedziny studiów		3	20	0	
2. Konsolidacja zagadnie z gramatyki na poziomie B2		3	10	0	
Metody kształcenia	1. konwersacje 2. symulacja scenek z ycia codziennego 3. słuchanie dialogów, tekstów i wiadomo ci 4. ogl danie krótkich filmów(sceny z ycia codziennego) 5. czytanie, analiza i tłumaczenie tekstów 6. wiczenia gramatyczne (pisane i interaktywne) 7. pisanie krótkich tekstów (maile, listy) 8. prezentacje samodzielnie przygotowanych zagadnie				
Metody weryfikacji efektów uczenia si			Nr efektu uczenia si z sylabusa		
	KOLOKWIUM		EP1,EP2,EP4,EP5,EP6		
	SPRAWDZIAN		EP1,EP2,EP4,EP6		
	PRACA PISEMNA/ ESEJ/ RECENZJA		EP1,EP2,EP3,EP6,EP7		
	ZAJ CIA PRAKTYCZNE (WERYFIKACJA POPRZEZ OBSERWACJ)		EP1,EP2,EP4,EP5,EP7		
Forma i warunki zaliczenia	FORMA zaliczenia : zaliczenie na ocen WARUNKI zaliczenia: obecno , aktywno na zaj ciach, zaliczenie testów cz stkowych, prac pisemnych lub prezentacji OCENA za semestr na podstawie ocen z testów, prac pisemnych, oceny aktywno ci OCEN z lektoratu stanowi ocena z kolokwium zaliczeniowego według wskazania w planie studiów				
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu				
	Wymagania dotycz ce oceny: Dostateczny 60-70 % punktów z testu Dobry 70%-90% punktów z testu Bardzo dobry 90%-100% punktów z testu				
Metoda obliczania oceny ko cowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej
	3	j zyk francuski		Wa ona	
	3	j zyk francuski [lektorat]	zaliczenie z ocen		1,00
Literatura podstawowa	Elodie Heu, Jean-Jacques Mabilat (2006): Edito B2+, Wyd. Didier, Paris				
Literatura uzupełniają ca	Bloomfield Anatole et Emmanuelle Daill : DELF B2 : 200 activités, CLE International,				
	Boulares, Michele et Jean-Louis Frerot. : Grammaire progressive du francais : niveau avance, CLE International				
	Leroy-Miquel Claire : Vocabulaire progressif du francais : niveau avancé, CLE International				
	strony internetowe przydatne w realizacji powy szego programu podane przez prowadz cego zaj cia				
NAKŁAD PRACY STUDENTA					
		Liczba godzin			
				W tym e-learning	
Zaj cia dydaktyczne	30		0		
Udział w egzaminie/zaliczeniu	4		0		
Przygotowanie si do zaj	20		0		
Studiowanie literatury	7		0		
Udział w konsultacjach	4		0		
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	6		0		
Przygotowanie si do egzaminu/zaliczenia	4		0		
Ł CZNY nakład pracy studenta w godz.	75				
Liczba punktów ECTS	3				

S Y L A B U S (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: USEFZ-Z-O-II-S-21/22Z							
Moduł: J zyk obcy [moduł]							
Nazwa przedmiotu: j zyk hiszpa ski (OGÓLNOUCZELNIANE)					Kod przedmiotu: US182AIIJ2643_19S		
Nazwa kierunku: zarz dzanie							
Forma studiów: II stopnia, stacjonarne			Profil studiów: ogólnoakademicki		Specjalno : 		
Status przedmiotu: fakultatywny				J zyk przedmiotu: semestr: 3 - j zyk hiszpa ski (100%)			
Rok	Semestr	Forma zaj	Liczba godzin		Forma zaliczenia	ECTS	
				w tym e-learning			
2	3	lektorat	30	0	ZO	3	
Razem			30			3	
Koordynator przedmiotu:		dr PIOTR WAHL					
Prowadz cy zaj cia:		dr PIOTR WAHL					
Cele przedmiotu:		Doskonalenie sprawno ci j zykowych i doprowadzenie studentów do poziomu B2+ przez poszerzenie i usystematyzowanie wiedzy z zakresu gramatyki i słownictwa.					
Wymagania wst pne:		Wiado mo ci z zakresu gramatyki, słownictwa i fonetyki j zyka angielskiego na poziomie B2.					
EFEKTY UCZENIA SI							
Kategoria	Lp	KOD	Opis efektu			Odniesienie do efektów dla programu	
wiedza	1	EP1	Student zna zasób słownictwa i struktur gramatycznych wła ciwych dla odpowiedniego rejestru wypowiedzi pisemnych i ustnych.			K_W01	
umiej tno ci	1	EP2	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.			K_U07	
kompetencje społeczne	1	EP3	Wykazuje aktywn postaw w ci głym kształceniu si i doskonaleniu kompetencji j zykowych.			K_K01 K_K03	
TRE CI PROGRAMOWE					Semestr	Liczba godzin	
						w tym e-learning	
Przedmiot: j zyk hiszpa ski							
Forma zaj : lektorat							
1. Zagadnienia gramatyczne i leksykalne					3	10	0
2. Ewaluacja w zakresie przerobionego materiału gramatyczno-leksykalnego					3	10	0
3. Zintegrowane Sprawno ci J zykowe					3	10	0

Metody kształcenia	Konwersacje; symulacja scenek z życia codziennego; słuchanie dialogów, tekstów i wiadomości; oglądanie krótkich filmów(sceny z życia codziennego); czytanie, analiza i tłumaczenie tekstów; ćwiczenia gramatyczne (pisane i interaktywne); pisanie krótkich tekstów (maile, listy); prezentacje samodzielnie przygotowanych zagadnień.				
Metody weryfikacji efektów uczenia się					Nr efektu uczenia się z sylabusu
	EGZAMIN PISEMNY				EP1,EP2,EP3
Forma i warunki zaliczenia	Zaliczenie pisemne w formie testu, kolokwium i sprawdzian na poziomie B2+ i aktywność na zajęciach.				
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu				
	Ocena końcowa (ocena koordynatora) równa się średniej ocen z kolokwium, sprawdzianu i weryfikacji przez obserwację.				
Metoda obliczania oceny końcowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do średniej
	3	Język hiszpański		Ważona	
	3	Język hiszpański [lektorat]	zaliczenie z ocen		1,00
Literatura podstawowa	wg wyboru Lektora :				
Literatura uzupełniająca	wg wyboru Lektora :				
NAKŁAD PRACY STUDENTA					
		Liczba godzin			
		W tym e-learning			
Zajęcia dydaktyczne	30		0		
Udział w egzaminie/zaliczeniu	5		0		
Przygotowanie się do zajęć	20		0		
Studiowanie literatury	15		0		
Udział w konsultacjach	5		0		
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	0		0		
Przygotowanie się do egzaminu/zaliczenia	0		0		
Łączny nakład pracy studenta w godz.	75				
Liczba punktów ECTS	3				

S Y L A B U S (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: USEFZ-Z-O-II-S-21/22Z						
Moduł: J zyk obcy [moduł]						
Nazwa przedmiotu: j zyk niemiecki (OGÓLNOUCZELNIANE)					Kod przedmiotu: US182AIIJ2644_20S	
Nazwa kierunku: zarz dzanie						
Forma studiów: II stopnia, stacjonarne			Profil studiów: ogólnoakademicki		Specjalno : 	
Status przedmiotu: fakultatywny				J zyk przedmiotu: semestr: 3 - j zyk niemiecki (100%)		
Rok	Semestr	Forma zaj	Liczba godzin		Forma zaliczenia	ECTS
				w tym e-learning		
2	3	lektorat	30	0	ZO	3
Razem			30			3
Koordynator przedmiotu:		mgr JOANNA WI TKOWSKA				
Prowadz cy zaj cia:		mgr JOANNA WI TKOWSKA				
Cele przedmiotu:		Konsolidacja materiału na poziomie B2. Dodatkowe słownictwo i struktury j zykowe zgodne ze specjalizacj kierunku na poziomie B2 +.				
Wymagania wst pne:		Poziom kompetencji j zykowej definiowany jako B2.				
EFEKTY UCZENIA SI						
Kategoria	Lp	KOD	Opis efektu			Odniesienie do efektów dla programu
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
TRE CI PROGRAMOWE					Semestr	Liczba godzin
						w tym e-learning
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 0
2. Zaj cia zwi zane z materiałem leksykalno-gramatycznym zawartym w podr czniku i wynikaj cym z celów nauczania na poziomie B2+.					3	12 0
3. Zaj cia po wi cone na powtórzenie przerobionego materiału i kolokwia.					3	6 0

Metody kształcenia	Symulacja scenek z życia codziennego i zawodowego, Pisanie krótkich tekstów (maile, listy), Prezentacje samodzielnie przygotowanych zagadnień, Oglądanie krótkich filmów (sceny z życia codziennego i zawodowego), Wiczenia grammatyczne (pisanie i interaktywne), Czytanie, analiza i tłumaczenie tekstów, Słuchanie dialogów, tekstów i wiadomości				
Metody weryfikacji efektów uczenia się					Nr efektu uczenia się z sylabusu
	KOLOKWIUM				EP1,EP3,EP5,EP6
	PRACA PISEMNA/ ESEJ/ RECENZJA				EP2,EP5,EP6
	PROJEKT				EP1,EP2,EP3,EP4,EP5,EP6
	ZAJĘCIA PRAKTYCZNE (WERYFIKACJA POPRZEZ OBSERWACJĘ)				EP1,EP3,EP5,EP6
Forma i warunki zaliczenia	FORMA: zaliczenie na ocenę WARUNKI zaliczenia: obecność, aktywność na zajęciach, zaliczenie kolokwium, prac pisemnych i prezentacji.				
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu				
	OCENA semestralna stanowi średnią arytmetyczną ocen czystkowych z kolokwium, prac pisemnych i prezentacji.				
Metoda obliczania oceny końcowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do średniej
	3	j. język niemiecki		Arytmetyczna	
	3	j. język niemiecki [lektorat]	zaliczenie z ocen		
Literatura podstawowa	Klotz Verena, Merkelbach Matthias (2016): Fokus Deutsch - Erfolgreich in Alltag und Beruf B2, Cornelsen Verlag, Berlin				
Literatura uzupełniająca	Jin Friederike, Voß Ute (2017): Grammatik aktiv B2-C1, Cornelsen Schulverlage, Berlin				
	Niemieckie gazety i czasopisma				
NAKŁAD PRACY STUDENTA					
			Liczba godzin		
			W tym e-learning		
Zajęcia dydaktyczne	30		0		
Udział w egzaminie/zaliczeniu	2		0		
Przygotowanie się do zajęć	15		0		
Studiowanie literatury	8		0		
Udział w konsultacjach	5		0		
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	5		0		
Przygotowanie się do egzaminu/zaliczenia	10		0		
Ł. CZYNY nakład pracy studenta w godz.	75				
Liczba punktów ECTS	3				

S Y L A B U S (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: USEFZ-Z-O-II-S-21/22Z							
Moduł: J zyk obcy [moduł]							
Nazwa przedmiotu: j zyk rosyjski (OGÓLNOUCZELNIANE)					Kod przedmiotu: US182AIIJ2646_18S		
Nazwa kierunku: zarz dzanie							
Forma studiów: II stopnia, stacjonarne			Profil studiów: ogólnoakademicki		Specjalno :		
Status przedmiotu: fakultatywny			J zyk przedmiotu: semestr: 3 - j zyk rosyjski (100%)				
Rok	Semestr	Forma zaj	Liczba godzin		Forma zaliczenia	ECTS	
				w tym e-learning			
2	3	lektorat	30	0	ZO	3	
Razem			30			3	
Koordynator przedmiotu:		mgr LUCYNA SM DZIK					
Prowadz cy zaj cia:		mgr LUCYNA SM DZIK					
Cele przedmiotu:		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					
Wymagania wst pne:		w ka dym kolejnym semestrze kursu, zaliczony ka dy poprzedni semestr kursu; nawyki j zykowe niezb dne do opanowania j zyka obcego, umiej tno ci reprodukowania d wi ków, analizowania i systematyzowania wiedzy					
EFEKTY UCZENIA SI							
Kategoria	Lp	KOD	Opis efektu			Odniesienie do efektów dla programu	
wiedza	1	EP1	zna słownictwo dotycz ce: mediów, podró y, sztuki i historii, gastronomii, zdrowia i rodowiska naturalnego, nauki, pracy i problemów społecznych			K_W04 K_W10	
umiej tno ci	1	EP2	czyta artykuły dotycz ce problematyki współczesnego wiata, w których autorzy zawieraj pewien punkt widzenia lub własne opinie; rozumie współczesny tekst pisany proz			K_U07 K_U09	
kompetencje społeczne	1	EP3	ma wiadomo , e nauka j zyka obcego jest procesem; udoskonala i uzupełnia wiedz i zdobyte umiej tno ci			K_K01	
TRE CI PROGRAMOWE					Semestr	Liczba godzin	
						w tym e-learning	
Przedmiot: j zyk rosyjski							
Forma zaj : lektorat							
1. zasady fonetyki, intonacji i akcentuacji					3	10	0
2. wiczenia w mówieniu, czytaniu, słuchaniu, pisaniu					3	18	0
3. sprawdzian zdobytej wiedzy					3	2	0
Metody kształcenia		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					

Metody weryfikacji efektów uczenia się					Nr efektu uczenia się z sylabusu
	KOLOKWIUM				EP1,EP2,EP3
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 ców z wicze stanowi rednia ocen ze sprawdzianu, testu, kolokwium oraz za przygotowan prezentacj ocen ko ców 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					
NAKŁAD PRACY STUDENTA					
	Liczba godzin				
			W tym e-learning		
Zaj cia dydaktyczne	30		0		
Udział w egzaminie/zaliczeniu	4		0		
Przygotowanie się do zaj	18		0		
Studiowanie literatury	2		0		
Udział w konsultacjach	17		0		
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	2		0		
Przygotowanie się do egzaminu/zaliczenia	2		0		
Ł CZNY nakład pracy studenta w godz.	75				
Liczba punktów ECTS	3				

S Y L A B U S (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: USEFZ-Z-O-II-S-21/22Z							
Nazwa przedmiotu: kompleksowe zarządzanie jakością (KIERUNKOWE)					Kod przedmiotu: US182AIIJ2714_6S		
Nazwa kierunku: zarządzanie							
Forma studiów: II stopnia, stacjonarne			Profil studiów: ogólnoakademicki		Specjalność:		
Status przedmiotu: obowiązkowy				Język przedmiotu: semestr: 2 - j. język polski			
Rok	Semestr	Forma zajęć	Liczba godzin		Forma zaliczenia	ECTS	
				w tym e-learning			
1	2	konwersatorium	30	0	ZO	3	
Razem			30			3	
Koordynator przedmiotu:		dr ANNA BIELAWA					
Prowadzący zajęcia:		dr ANNA BIELAWA					
Cele przedmiotu:		Celem jest przedstawienie zagadnień kompleksowego zarządzania jakością w organizacji, nabycie umiejętności wykorzystania poznanych narzędzi kształtowania jakością oraz uświadomienia kompleksowego wpływu problematyki dotyczącej zarządzania jakością produktów i usług na całości kształt funkcjonowania przedsiębiorstw i gospodarki.					
Wymagania wstępne:		Student zna podstawy zarządzania jakością w organizacji, student potrafi określić podstawowe wymagania klienta odnośnie produktu, student potrafi pracować w grupie i ma nawyki kształcenia ustawicznego.					
EFEKTY UCZENIA SI							
Kategoria	Lp	KOD	Opis efektu		Odniesienie do efektów dla programu		
wiedza	1	EP1	zna i rozumie koncepcje i modele kompleksowego zarządzania jakością		K_W02 K_W05		
umiejętności	1	EP2	umie samodzielnie dokonać przeglądu dokumentacji systemu kompleksowego zarządzania jakością		K_U02		
	2	EP3	ocenia zasadność zastosowanych w przedsiębiorstwie narzędzi kompleksowego zarządzania jakością		K_U08		
kompetencje społeczne	1	EP4	rozumie kompleksowy wpływ problematyki dotyczącej zarządzania jakością produktów i usług na całości kształt funkcjonowania przedsiębiorstw i gospodarki.		K_K03		
	2	EP5	posiada wiadomości konieczne do osiągnięcia do głębi doskonalenia we wszystkich obszarach życia społeczno-ekonomicznego.		K_K01 K_K04		
TRECI PROGRAMOWE					Semestr	Liczba godzin	
						w tym e-learning	
Przedmiot: kompleksowe zarządzanie jakością							
Forma zajęć: konwersatorium							
1. Podstawowe zagadnienia kompleksowego zarządzania jakością (TQM)					2	2	0
2. Prekursorzy i koncepcje zarządzania przez jakość					2	2	0
3. Proces wdrażania TQM i jego efekty w organizacji					2	2	0
4. Nagrody jakością					2	2	0
5. Model doskonałości EFQM					2	2	0
6. Metody usprawniania i doskonalenia pracy w organizacji.					2	2	0

7. Kaizen w przedsi biorstwie		2	2	0	
8. Wybrane techniki i metody TQM		2	10	0	
9. Koszty jako ci		2	2	0	
10. TQM ? studia przypadków		2	4	0	
Metody ksztalcenia	Konwersatoria z wykorzystaniem case study i prezentacji multimedialnych				
Metody weryfikacji efektów uczenia si				Nr efektu uczenia si z sylabusu	
	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	Metoda obl. oceny	Waga do redniej
	2	kompleksowe zarz dzanie jako ci		Wa ona	
	2	kompleksowe zarz dzanie jako ci [konwersatorium]	zaliczenie z ocen		1,00
Literatura podstawowa	A. Hamrol (2018): Strategie i praktyki sprawnego dzialania , PWN, Warszawa				
	A. Hamrol (2018): Zarz dzanie i in ynieria jako ci, PWN, Warszawa				
	H. Obora, M. wiklicki (2009): Metody TQM w zarz dzaniu firm . Praktyczne przyklady zastosowa ., PolteXt				
	J. Ła cucki (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 uzupełniaj ca	Fr J., Goł biowski M., Bielawa A. (2006): Podstawy zarz dzania jako ci w przedsi biorstwie, Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Szczeci skiego				
NAKŁAD PRACY STUDENTA					
		Liczba godzin			
		W tym e-learning			
Zaj cia dydaktyczne	30		0		
Udział w egzaminie/zaliczeniu	2		0		
Przygotowanie si do zaj	10		0		
Studiowanie literatury	10		0		
Udział w konsultacjach	5		0		
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	8		0		
Przygotowanie si do egzaminu/zaliczenia	10		0		
Ł CZNY nakład pracy studenta w godz.	75				
Liczba punktów ECTS	3				

S Y L A B U S (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: USEFZ-Z-O-II-S-21/22Z							
Moduł: Blok: Doskonalenie potencjału pracowników							
Nazwa przedmiotu: komunikacja interpersonalna (KIERUNKOWE)					Kod przedmiotu: US182AIIJ2935_11S		
Nazwa kierunku: zarz dzanie							
Forma studiów: II stopnia, stacjonarne			Profil studiów: ogólnoakademicki		Specjalno :		
Status przedmiotu: fakultatywny			J zyk przedmiotu: semestr: 2 - j zyk polski				
Rok	Semestr	Forma zaj	Liczba godzin		Forma zaliczenia	ECTS	
				w tym e-learning			
1	2	wiczenia	15	0	ZO	1	
Razem			15			1	
Koordynator przedmiotu:		dr AGNIESZKA MALKOWSKA					
Prowadz cy zaj cia:		dr hab. KATARZYNA WŁODARCZYK					
Cele przedmiotu:		Celem przedmiotu jest przedstawienie wiedzy o podstawowych zagadnieniach z zakresu komunikowania interpersonalnego oraz form i technik komunikowania si .					
Wymagania wst pne:		Student zna podstawy ekonomii i zarz dzania 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					
EFEKTY UCZENIA SI							
Kategoria	Lp	KOD	Opis efektu			Odniesienie do efektów dla programu	
wiedza	1	EP1	potrafi wskaza na prawidłowo ci funkcjonowania gospodarki i odnie je w stosunku do działania konkretnej organizacji			K_W01	
	2	EP2	wie jakie zasoby organizacji zastosowa w konkretnym działaniu			K_W05	
	3	EP3	wie, w jaki sposób zarz dza pracownikami w organizacji			K_W10	
umiej tno ci	1	EP4	ma opanowan technik komunikowania si , zna zasady zarz dzania oraz stosuje fachow terminolgi			K_U06	
	2	EP5	jest samodzielny w planowaniu i realizacji zada			K_U09	
kompetencje społeczne	1	EP6	obiektywnie ocenia wiedz i przekazywane informacje			K_K01	
	2	EP7	jest przedsi biorczy i innowacyjny			K_K04	
TRE CI PROGRAMOWE					Semestr	Liczba godzin	
						w tym e-learning	
Przedmiot: komunikacja interpersonalna							
Forma zaj : wiczenia							
1. Wprowadzenie do procesu komunikacji					2	2	0
2. Komunikacja w organizacjach					2	3	0
3. Relacje interpersonalne					2	2	0

4. Style komunikacji		2	2	0	
5. Efektywna komunikacja: werbalna i niewerbalna		2	4	0	
6. Przewyci anie barier komunikacyjnych		2	2	0	
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 związany z procesem komunikacji oraz na podstawie prezentacji głównych tez i wniosków artykułu na forum grupy.				
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu				
	Student jest oceniany na podstawie napisanego przez siebie artykułu na dowolnie wybrany temat związany z procesem komunikacji oraz na podstawie prezentacji głównych tez i wniosków artykułu na forum grupy.				
Metoda obliczania oceny końcowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej
	2	komunikacja interpersonalna		Ważona	
	2	komunikacja interpersonalna [wiczenia]	zaliczenie z ocen		1,00
Literatura podstawowa	G. Rosa, I. Ostrowska, K. Słupka, L. Graczyk (2018): Komunikacja międzykulturowa w biznesie, edu-Libri, Legionowo				
	M. E. Capitanio (2019): Komunikacja w polityce i w biznesie : sztuka przekonywania w epoce postprawdy , CeDeWu , Warszawa				
	S.P. Morreale, P. Sherwyn (2015): Komunikacja między ludźmi : motywacja, wiedza, umiejętności, PWN, Warszawa				
Literatura uzupełniająca	C. Hamilton (2011): Skuteczna komunikacja w biznesie, PWN, Warszawa				
NAKŁAD PRACY STUDENTA					
		Liczba godzin			
			W tym e-learning		
Zajęcia dydaktyczne	15		0		
Udział w egzaminie/zaliczeniu	0		0		
Przygotowanie się do zajęć	1		0		
Studiowanie literatury	1		0		
Udział w konsultacjach	4		0		
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	4		0		
Przygotowanie się do egzaminu/zaliczenia	0		0		
Ł CZNY nakład pracy studenta w godz.	25				
Liczba punktów ECTS	1				

S Y L A B U S (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: USEFZ-Z-O-II-S-21/22Z						
Nazwa przedmiotu: konceptcje zarz dzania (PODSTAWOWE)				Kod przedmiotu: US182AIJ2865_1S		
Nazwa kierunku: zarz dzanie						
Forma studiów: II stopnia, stacjonarne		Profil studiów: ogólnoakademicki		Specjalno :		
Status przedmiotu: obowi zkowy			J zyk przedmiotu: semestr: 1 - j zyk polski			
Rok	Semestr	Forma zaj	Liczba godzin		Forma zaliczenia	ECTS
				w tym e-learning		
1	1	wiczenia	30	0	ZO	6
		wykład	15	0	E	
Razem			45			6
Koordynator przedmiotu:		dr HUBERT PACHCIAREK				
Prowadz cy zaj cia:		dr HUBERT PACHCIAREK				
Cele przedmiotu:		Przedmiot obejmuje zagadnienia zwi zane z wybranymi teoriami, konceptcjami i technikami zarz dzania (istota, zało enia, sposób wdra ania, 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 konceptcji 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 konceptcji i technik zarz dzania w celu poprawy efektywno ci dziaania.				
Wymagania wst pne:		-znajomo zagadnie z obszaru: podstaw zarz dzania, nauki o organizacji, zachowa organizacyjnych; -student potrafi zastosowa narz dzia zarz 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.				
EFEKTY UCZENIA SI						
Kategoria	Lp	KOD	Opis efektu		Odniesienie do efektów dla programu	
wiedza	1	EP1	Przedstawia istot omawianych teorii i konceptcji zarz dzania (definicja, problem na jaki odpowiadaj , elementy, etapy wdra ania, warunki wdra ania, wady i zalety, efekty wdro enia)		K_W01 K_W06	
	2	EP2	Tłumaczy mechanizmy zarz dzania firm i jej rozwoju		K_W01	
	3	EP3	Dokonuje porówna konceptcji zarz dzania (podobie stwa i ró nice w obszarze istoty, elementów, etapów, warunków i efektów wdra ania; 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 konceptcje zarz dzania w zale no ci od sytuacji		K_U01	
	3	EP6	Przygotowuje prac pisemn dotycz c konceptcji zarz dzania wskazuj c na praktyczne mo liwo ci zastosowania konceptcji i powi zania z innymi konceptcjami		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	

TRE CI PROGRAMOWE		Semestr	Liczba godzin	
				w tym e-learning
Przedmiot: konieczne zarz dzania				
Forma zaj : wykład				
1. Zarz dzanie przedsi biorstwem we współczesnym wiecie i miejsce koncepcji zarz dzania	1	2	0	
2. Podstawowe charakterystyki post powania mened erów	1	2	0	
3. Potencjał rozwojowy przedsi biorstw	1	3	0	
4. Istotne charakterystyki sprawnego działania przedsi biorstwa	1	2	0	
5. Koncepcje zarz dzania - filozofia jako ci, filozofia organizacji ucz cej si	1	2	0	
6. Koncepcje zarz dzania według perspektywy celów, kosztów, jako ci, przebiegu procesów i przebiegu wiedzy	1	4	0	
Forma zaj : wiczenia				
1. Studium przypadku wprowadzaj ce do problematyki koncepcji zarz dzania	1	2	0	
2. Studium przypadku - rozwini cie umiej tno ci identyfikowania i analizy problemów	1	4	0	
3. Koncepcje ukierunkowane na jako - TQM, Six Sigma, Just in Time	1	4	0	
4. Koncepcje ukierunkowane na zmian organizacji - teoria ogranicze , benchmarking, outsourcing, reengineering	1	4	0	
5. Ukierunkowanie na kluczowe działania - zarz dzanie przez cele, kluczowe czynniki sukcesu	1	2	0	
6. kolokwium nr 1	1	2	0	
7. Kontrola działania firmy - Activity Based Management, Economic Value Added, Strategiczna Karta Wyników	1	2	0	
8. Relacje z otoczeniem - teoria interesariuszy, teoria gron, foresight	1	4	0	
9. Koncepcje zorientowane na wiedz - zarz dzanie wiedz , organizacja ucz ca si	1	2	0	
10. Studium przypadku - identyfikacja problemów firmy, propozycja zastosowania koncepcji zarz dzania	1	2	0	
11. Kolokwium nr 2	1	2	0	
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. uwarunkowa i efektów koncepcji zarz dzania			
Metody weryfikacji efektów uczenia si				Nr efektu uczenia si 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 składaj ca si z cz ci teoretycznej i praktycznej - charakterystyka koncepcji zarz dzania wg podanych wytycznych i przedstawienie sposobu/mo liwo ci zastosowania tej koncepcji w warunkach polskich w wybranym przedsi biorstwie</p> <p>-25% - zespołowa prezentacja 30 minutowa w oparciu o przygotowan prac pisemn - ocena rodzaju i sposobu prezentowania tre ci merytorycznych, umiej tno ci anga owania i aktywizowania słuchaczy i prowadzenia dyskusji;</p> <p>dotatkowe -10 % - raporty ze studiów przypadku.</p>			
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu			
<p>Forma i warunki zaliczenia wykładu:</p> <p>przedmiot ko czy si egzaminem i ocena z egzaminu jest jednocze nie ocen z wykładu.</p> <p>-egzamin w formie ustnej obejmuj cy zakres tematów omawianych podczas wykładów i podczas wicze .</p> <p>Ocenianie:</p> <p>dostateczny: student potrafi okre li istot poznanych koncepcji zarz dzania.</p> <p>Ocena z przedmiotu: -ocena jest równa 30% oceny uzyskanej z wicze oraz 70% ocenie uzyskanej z egzaminu.</p>				

	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej
Metoda obliczania oceny ko cowej	1	konceptcje zarz dzania		Nieobliczana	
	1	konceptcje zarz dzania [wiczenia]	zaliczenie z ocen		
	1	konceptcje zarz dzania [wykład]	egzamin		
Literatura podstawowa	Brilman J. (2002): Nowoczesne konceptcje i metody zarz dzania, PWE, Warszawa				
	Czerska M., Szpitter A. (2010): Konceptcje 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 cych si , Oficyna ekonomiczna, Kraków				
NAKŁAD PRACY STUDENTA					
		Liczba godzin			
			W tym e-learning		
Zaj cia dydaktyczne		45	0		
Udział w egzaminie/zaliczeniu		4	0		
Przygotowanie si do zaj		8	0		
Studiowanie literatury		10	0		
Udział w konsultacjach		20	0		
Przygotowanie projektu / eseju / itp.		33	0		
Przygotowanie si do egzaminu/zaliczenia		30	0		
Ł CZNY nakład pracy studenta w godz.		150			
Liczba punktów ECTS		6			

S Y L A B U S (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: USEFZ-Z-O-II-S-21/22Z							
Moduł: Blok: Doskonalenie potencjału pracowników							
Nazwa przedmiotu: konflikty w organizacji (KIERUNKOWE)					Kod przedmiotu: US182AIIJ2935_12S		
Nazwa kierunku: zarz dzenie							
Forma studiów: II stopnia, stacjonarne			Profil studiów: ogólnoakademicki		Specjalno :		
Status przedmiotu: fakultatywny				J zyk przedmiotu: semestr: 2 - j zyk polski			
Rok	Semestr	Forma zaj	Liczba godzin		Forma zaliczenia	ECTS	
				w tym e-learning			
1	2	wiczenia	15	0	ZO	1	
Razem			15			1	
Koordynator przedmiotu:		dr KAROLINA DRELA					
Prowadz cy zaj cia:		dr ANETA SOKÓŁ					
Cele przedmiotu:		Celem jest zapoznanie studentów z istot konfliktów, ich ródlami, rodzajami, skutkami jakie przynosz organizacjom oraz metodami ich rozwi zywania					
Wymagania wst pne:		Student zna podstawowe zagadnienia zwi zane z zarz dzeniem zasobami ludzkimi, negocjacjami, komunikacj interpersonaln itd., student potrafi pracowa w grupie oraz rozumie konieczno ksztalcenia ustawicznego.					
EFEKTY UCZENIA SI							
Kategoria	Lp	KOD	Opis efektu			Odniesienie do efektów dla programu	
wiedza	1	EP1	zna istot , rodzaje, ródl konfliktów organizacyjnych, uczestników konfliktu, znaczenie komunikacji interpersonalnej w sytuacjach konfliktowych oraz metody pozwalaj ce rozwi zywa konflikty w organizacji			K_W10	
umiej tno ci	1	EP2	posiada umiej tno ci diagnozowania sytuacji konfliktowych w organizacji oraz stosowania odpowiednich metod rozwi zywania konfliktów w organizacji			K_U08	
kompetencje społeczne	1	EP3	jest gotów do doskonalenia i nabywania wiedzy i umiej tno ci z zakresu rozwi zywania sytuacji konfliktowych			K_K02	
TRE CI PROGRAMOWE					Semestr	Liczba godzin	
						w tym e-learning	
Przedmiot: konflikty w organizacji							
Forma zaj : wiczenia							
1. 1. Konflikt w organizacji- zagadnienia wprowadzaj ce					2	2	0
2. 2. ródl konfliktu organizacyjnego. Rodzaje konfliktów.					2	2	0
3. 3. Uczestnicy konfliktu i ich cechy. Przebieg konfliktu w organizacjach.					2	2	0
4. 4. Metody rozwi zywania konfliktów w organizacjach.					2	4	0
5. 5. Komunikacja interpersonalna w sytuacji konfliktów. Socjotechnika w sytuacji konfliktów.					2	2	0
6. 6. Zarz dzenie konfliktem					2	3	0

Metody kształcenia	Prezentacja multimedialna, studia przypadków, praca w grupach, dyskusja				
Metody weryfikacji efektów uczenia się					Nr efektu uczenia się z sylabusu
	KOLOKWIUM				EP1
	ZAJ CIA PRAKTYCZNE (WERYFIKACJA POPRZEC 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	Drela K. (2018): Work satisfaction and happiness at work, Scientific Journal of University of Szczecin "Service Management" no. 3, vol. 27/1				
	Gut J. , Hamman W. (2008): Doceni konflikt, Onepress, Warszawa				
	Lakis J. (2013): Kultura konfliktu w organizacjach, "Optimum. Studia Ekonomiczne" nr 3				
	Mitrofanova E., Konovalova V., Mitrofanova A. (2020): Methodical Approach to Conflict Management in the System of Social and Labour Relations in the Organization, Proceeding of the International Science and Technology Conference "FarEast?on 2019", Springer				
NAKŁAD PRACY STUDENTA					
		Liczba godzin			
		W tym e-learning			
Zaj cia dydaktyczne	15		0		
Udział w egzaminie/zaliczeniu	2		0		
Przygotowanie się do zaj	1		0		
Studiowanie literatury	2		0		
Udział w konsultacjach	2		0		
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	0		0		
Przygotowanie się do egzaminu/zaliczenia	3		0		
Ł CZNY nakład pracy studenta w godz.	25				
Liczba punktów ECTS	1				

S Y L A B U S (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: USEFZ-Z-O-II-S-21/22Z						
Nazwa przedmiotu: konsument w globalnej gospodarce (PODSTAWOWE)				Kod przedmiotu: US182AIJ2866_28S		
Nazwa kierunku: zarz dzanie						
Forma studiów: II stopnia, stacjonarne		Profil studiów: ogólnoakademicki		Specjalno : 		
Status przedmiotu: obowi zkowy			J zyk przedmiotu: semestr: 1 - j zyk polski			
Rok	Semestr	Forma zaj	Liczba godzin		Forma zaliczenia	ECTS
				w tym e-learning		
1	1	wiczenia	15	0	ZO	3
		wykład	15	0	ZO	
Razem			30			3
Koordynator przedmiotu:		dr ANNA SZWAJLIK				
Prowadz cy zaj cia:		dr MAŁGORZATA WI CICKA-FERNANDO , dr hab. KRZYSZTOF BŁO SKI				
Cele przedmiotu:		Celem jest przedstawienie podstawowej wiedzy o istocie, miejscu i roli konsumenta w gospodarce rynkowej.				
Wymagania wst pne:		<p>W zakresie wiedzy: student definiuje podstawowe poj cia ekonomiczne i marketingowe.</p> <p>W zakresie umiej tno ci: potrafi analizowa zasady post powania konsumentów.</p> <p>W zakresie kompetencji społecznych: student potrafi pracowa w grupie oraz ma wpojone nawyki kształcenia ustawicznego, umie podejmowa dyskusj we wskazanym obszarze.</p>				
EFEKTY UCZENIA SI						
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		K_W09	
umiej tno ci	1	EP2	student umie zidentyfikowa potrzeby klientów, dokona ich analizy oraz zaimplementowania w praktyce rynkowej przedsi biorstw		K_U03	
	2	EP3	student umie opracowa i wdroy procedur kształtowania satysfakcji klienta		K_U04	
kompetencje społeczne	1	EP4	potrafi uzupełnia i doskonali nabyt wiedz i umiej tno ci		K_K01	
TRE CI PROGRAMOWE				Semestr	Liczba godzin	
					w tym e-learning	
Przedmiot: konsument w globalnej gospodarce						
Forma zaj : wykład						
1. Klient i jego potrzeby jako ródło przewagi konkurencyjnej				1	3	0
2. Czynniki kształtuj ce zachowania klientów				1	2	0
3. Prawidłowo ci zachowa konsumentów				1	2	0
4. Megatrendy wyznacznikami przyszłych zachowa klientów				1	2	0
5. Etapy ewolucji dbało ci o klienta, warunki skutecznego wdra nia strategii orientacji na klienta				1	3	0
6. Kształtowanie satysfakcji klienta i ich pomiar				1	3	0

Forma zaj : wiczenia					
1. Identyfikacja potrzeb klientów oraz wskazanie możliwości ich kreowania		1	2	0	
2. Analiza marketingowych uwarunkowań zachowań klientów		1	2	0	
3. Przygotowanie projektu praktycznego wykorzystania wiedzy o konsumencie i jego zachowaniach		1	3	0	
4. Opis orientacji na klienta w działaniach wybranych polskich przedsiębiorstw		1	2	0	
5. Przeprowadzenie pomiaru satysfakcji i zadowolenia klientów		1	3	0	
6. Zidentyfikowanie kluczowych klientów i przygotowanie planu działania z nimi		1	3	0	
Metody kształcenia	Prezentacja multimedialna, dyskusja, studia przypadków, praca w grupach, prezentacja projektu przez studentów.				
Metody weryfikacji efektów uczenia się					Nr efektu uczenia się z sylabusu
	KOŁOKWIUM				EP1,EP4
	ZAJĘCIA PRAKTYCZNE (WERYFIKACJA POPRZEZ OBSERWACJĘ)				EP2,EP3
Forma i warunki zaliczenia	Forma i warunki zaliczenia wykładu: przedmiot nie kończy się egzaminem i ocena z przedmiotu jest uzyskiwana na podstawie pisemnego zaliczenia z zagadnień poruszanych na wykładzie, oraz realizowanych zadań na wiczeniach, a także projekt.				
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu				
	Ocenianie: studenci oceniani są na podstawie kolokwium obejmującego weryfikację wiedzy i umiejętności na podstawie zestawu pytań testowych lub opisowych oraz oceny przez prowadzącego zadania / wicze realizowanych podczas zajęć i projektu. Ocena z przedmiotu obliczana jest jako 60% oceny z zaliczenia wykładu i 40% zaliczenia z wicze				
Metoda obliczania oceny końcowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej
	1	konsumenci w globalnej gospodarce		Waga	
	1	konsumenci w globalnej gospodarce [wiczenia]	zaliczenie z ocen		0,40
	1	konsumenci w globalnej gospodarce [wykład]	zaliczenie z ocen		0,60
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 podejście do klientów,, PWE				
	Cheverton, P., (2001): Zarządzanie 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-Łopacińska, K., (2003): Zachowania nabywców i ich konsekwencje marketingowe, PWE				
	Mróz B., (2013): Konsument w globalnej gospodarce, Oficyna Wydawnicza SGH w Warszawie, Warszawa				
Literatura uzupełniająca	Baudrillard, J., (2006): Społeczeństwo konsumpcyjne, Jego mity i struktury, Sic				
	Dąbrowska A., Byłok F., Janowski-Kresło M., Kiełczewski D., Ozimek I., (2015): Kompetencje konsumentów. Innowacyjne zachowania, zrównoważona 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 myślimy klienci, czyli podróże w głębi umysłu rynku, Forum				
NAKŁAD PRACY STUDENTA					
		Liczba godzin			
		W tym e-learning			
Zajęcia dydaktyczne		30		0	
Udział w egzaminie/zaliczeniu		2		0	

Przygotowanie si do zaj	10	0
Studiowanie literatury	10	0
Udział w konsultacjach	10	0
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	7	0
Przygotowanie si do egzaminu/zaliczenia	6	0
Ł CZNY nakład pracy studenta w godz.	75	
Liczba punktów ECTS	3	

S Y L A B U S (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: USEFZ-Z-O-II-S-21/22Z							
Moduł: Blok: Zarz dzenie marketingowe [moduł]							
Nazwa przedmiotu: marketing usług (KIERUNKOWE)					Kod przedmiotu: US182AIIJ3342_10S		
Nazwa kierunku: zarz dzenie							
Forma studiów: II stopnia, stacjonarne			Profil studiów: ogólnoakademicki		Specjalno :		
Status przedmiotu: fakultatywny			J zyk przedmiotu: semestr: 2 - j zyk polski				
Rok	Semestr	Forma zaj	Liczba godzin		Forma zaliczenia	ECTS	
				w tym e-learning			
1	2	wiczenia	15	0	ZO	1	
Razem			15			1	
Koordynator przedmiotu:		dr AGNIESZKA SMALEC					
Prowadz cy zaj cia:		dr MAŁGORZATA WI CICKA-FERNANDO					
Cele przedmiotu:		Celem przedmiotu jest zapoznanie studentów z narz dziami marketingu w podmiotach usługowych oraz pokazanie ich praktycznego wykorzystania. Zostanie przekazana wiedza z zakresu specyfiki i odmiennie ci działa marketingowych podejmowanych w ró nych przedsi biorstwach usługowych oraz innych organizacjach usługowych. Sektor usług stale si rozszerza, st d problematyka marketingu usług i zdobycie umiej tno ci rozeznania si na rynku nabiera coraz wi kszego znaczenia.					
Wymagania wst pne:		podstawowa wiedza z zakresu marketingu					
EFEKTY UCZENIA SI							
Kategoria	Lp	KOD	Opis efektu			Odniesienie do efektów dla programu	
wiedza	1	EP1	student zna i rozumie na poziomie pogł bionym poj cia zwi zane z funkcjonowaniem przedsi biorstw w otoczeniu, charakteryzuje instrumenty marketingowe odnosz ce si do przedsi biorstw usługowych			K_W02	
	2	EP2	student rozró nia zachowania rynkowe podmiotów funkcjonuj cych w otoczeniu (indywidualnych i instytucjonalnych)			K_W09	
umiej tno ci	1	EP3	student bada otoczenie przedsi biorstwa, identyfikuje segmenty na wybranym rynku i dostosowuje do nich rozwi zania marketingowe			K_U03	
	2	EP4	student potrafi dobra i zaprojektowa instrumenty marketingowe dla przykładowego przedsi biorstwa usługowego			K_U03 K_U05	
kompetencje społeczne	1	EP5	jest gotów do poszerzania wiedzy oraz działania w sposób przedsi biorczy z poszanowaniem zasad marketingowego podej cia			K_K01 K_K04	
TRE CI PROGRAMOWE					Semestr	Liczba godzin	
						w tym e-learning	
Przedmiot: marketing usług							
Forma zaj : wiczenia							
1. Specyfika usług. Istota i znaczenie marketingu usług. Rozpoznawanie orientacji działania podmiotów usługowych na wybranych przykładach. Rozpoznawanie i grupowanie instrumentów marketingowych					2	2	0
2. Identyfikowanie marketingowego otoczenia przedsi biorstwa usługowego na wybranych przykładach. Okre lanie rynku docelowego. Zachowania konsumentów na rynku usług					2	3	0

3. Polityka produktu. Znaczenie marki. Kształtowanie asortymentu. Kształtowanie jako ci w usługach. Wprowadzenie nowej usługi na rynek		2	3	0	
4. Polityka cenowa dla przedsi biorstw usługowych		2	1	0	
5. Polityka dystrybucji usług. Kanały dystrybucji dla ró nych rodzajów usług		2	1	0	
6. Komunikacja marketingowa. Dobór form komunikacji dla danego przedsi biorstwa usługowego. Nowe formy promocji. Wykorzystanie internetu w komunikacji z otoczeniem		2	3	0	
7. Polityka personelu. Istota obsługi klienta		2	2	0	
Metody kształcenia	prezentacja multimedialna, praca w grupach, case study, wymiana pogl dów/dyskusja moderowana				
Metody weryfikacji efektów uczenia si				Nr efektu uczenia si z sylabusu	
	KOLOKWIUM			EP1,EP2,EP3	
	ZAJ CIA PRAKTYCZNE (WERYFIKACJA POPRZEZ OBSERWACJ)			EP2,EP3,EP4,EP5	
Forma i warunki zaliczenia	Zaliczenie z ocen z wicze : kolokwium pisemne z zagadnie zaprezentowanych na wiczeniach. Oceniana b dzie równie aktywno studenta podczas wicze w grupach				
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu				
	Ocen ko ców z przedmiotu jest ocena ustalona przez prowadz cego przedmiot wynikaj ca z oceny z kolokwium oraz aktywno ci na zaj ciach.				
Metoda obliczania oceny ko cowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej
	2	marketing usług		Wa ona	
	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 zarz dzanie, PWE, Warszawa				
	Payne A. (1997): Marketing usług, PWE, Warszawa				
	red. A. Sty (2003): Marketing usług, PWE, Warszawa				
Literatura uzupełniaj ca	Bronakowski H., Ho ciłowicz E., Widelska U. (2009): Zarz dzanie marketinowe małymi firmami usługowymi, Wydawnictwo Szkoły Wy szej i Finansów i Zarz dzania, Białystok				
	Czuba M. (2001): Marketing usług. Teoria i praktyka, Wyd. Tara, Katowice				
	Mudie P., Cottam A. (1998): Usługi. Zarz dzanie i marketing, Wyd. Naukowe PWN, Warszawa				
	red. G. Rosa (2015): Konsument na rynku usług, C.H. Beck, Warszawa				
NAKŁAD PRACY STUDENTA					
		Liczba godzin			
		W tym e-learning			
Zaj cia dydaktyczne	15		0		
Udział w egzaminie/zaliczeniu	1		0		
Przygotowanie si do zaj	1		0		
Studiowanie literatury	1		0		
Udział w konsultacjach	3		0		
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	3		0		
Przygotowanie si do egzaminu/zaliczenia	1		0		
Ł CZNY nakład pracy studenta w godz.	25				
Liczba punktów ECTS	1				

S Y L A B U S (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: USEFZ-Z-O-II-S-21/22Z							
Moduł: Blok: Zarządzanie marketingowe [moduł]							
Nazwa przedmiotu: marketing wartości (KIERUNKOWE)					Kod przedmiotu: US182AIIJ2866_44S		
Nazwa kierunku: zarządzanie							
Forma studiów: II stopnia, stacjonarne			Profil studiów: ogólnoakademicki		Specjalność:		
Status przedmiotu: fakultatywny			Język przedmiotu: semestr: 4 - j. język polski				
Rok	Semestr	Forma zajęć	Liczba godzin		Forma zaliczenia	ECTS	
				w tym e-learning			
2	4	wiczenia	15	0	ZO	1	
Razem			15			1	
Koordynator przedmiotu:		dr hab. KRZYSZTOF BŁOŃSKI					
Prowadzący zajęcia:		mgr AGATA DZIAKOWICZ-GRUDZIE					
Cele przedmiotu:		Celem przedmiotu jest nabycie umiejętności identyfikacji marketingowych ról wartości przedsiębiorstwa oraz ról wartości dla klienta. Zapoznanie z narzędziami raportowania marketingowych zasobów przedsiębiorstwa.					
Wymagania wstępne:		Student zna podstawy marketingu, zarządzania oraz zarządzania i planowania marketingowego					
EFEKTY UCZENIA SI							
Kategoria	Lp	KOD	Opis efektu			Odniesienie do efektów dla programu	
wiedza	1	EP1	zna marketingowe role wartości przedsiębiorstwa, role wartości klienta			K_W09	
	2	EP2	zna narzędzia raportowania marketingowych zasobów przedsiębiorstwa			K_W09	
umiejętności	1	EP3	Potrafi dobrać narzędzia badawcze służące określeniu potrzeb konsumentów jak również metody i narzędzia oceny wartości prowadzonych działań marketingowych dla klienta			K_U04 K_U05	
kompetencje społeczne	1	EP4	Przejawia postawy zaangażowania w rozwiązywanie zadań problemowych dotyczących funkcjonowania rynków			K_K03 K_K04	
TREŃCI PROGRAMOWE					Semestr	Liczba godzin	
						w tym e-learning	
Przedmiot: marketing wartości							
Forma zajęć: wiczenia							
1. Marketing jako czynnik wzrostu wartości przedsiębiorstwa					4	1	0
2. Narzędzia raportowania zasobów marketingowych					4	2	0
3. Role wartości dla klienta					4	2	0
4. Klient jako współtwórca wartości					4	1	0
5. Czynniki determinujące wartość klientów					4	2	0
6. Rentowność relacji z klientami					4	4	0

7. Warto klienta w procesie segmentacji rynku i alokacji działań marketingowych		4	3	0	
Metody kształcenia	wiczenia z wykorzystaniem pokazów multimedialnych oraz pracy w grupach.				
Metody weryfikacji efektów uczenia się				Nr efektu uczenia się z sylabusu	
	KOŁOKWIUM			EP1,EP2,EP3	
	ZAJĘCIA PRAKTYCZNE (WERYFIKACJA POPRZECZ OBSERWACJAMI)			EP3,EP4	
Forma i warunki zaliczenia	<p>Forma i warunki zaliczenia :</p> <p>Studenci oceniani są na podstawie pisemnego kolokwium (5 poleceń - pytania otwarte i/lub zadania).</p> <p>Forma i warunki zaliczenia wicze :</p> <p>Przedmiot nie kończy się egzaminem i ocena z wicze jest uzyskiwana na podstawie pisemnego zaliczenia tej formy zajęć na wiczeniach.</p>				
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu				
	<p>Ocenianie:</p> <p>Student otrzymuje ocenę dostateczną - gdy potrafi omówić podstawowe zagadnienia dotyczące marketingu wartości, czynników determinujących wartość klientów oraz obliczyć i zinterpretować proste przykłady dotyczące wartości klienta.</p> <p>Ocena z przedmiotu jest równa ocenie uzyskanej z kolokwium pisemnego</p>				
Metoda obliczania oceny końcowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej
	4	marketing wartości		Nieobliczana	
	4	marketing wartości [wiczenia]	zaliczenie z ocen		
Literatura podstawowa	B. Dobiegały-Korony i T. Doligalskiego (red) (2010): Zarządzanie Wartości Klienta. Pomiar i strategię, POLTEXT, Warszawa				
	Doyle P. (2003): Marketing wartości, Felberg SJA				
	Kumar V. (2010): Zarządzanie wartością klienta, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa				
Literatura uzupełniająca	Doligalski T., (2013): Internet w zarządzaniu wartością klienta, Oficyna Wydawnicza SGH w Warszawie, Warszawa				
NAKŁAD PRACY STUDENTA					
		Liczba godzin			
		W tym e-learning			
Zajęcia dydaktyczne	15		0		
Udział w egzaminie/zaliczeniu	1		0		
Przygotowanie się do zajęć	2		0		
Studiowanie literatury	2		0		
Udział w konsultacjach	1		0		
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	0		0		
Przygotowanie się do egzaminu/zaliczenia	4		0		
Łączny nakład pracy studenta w godz.	25				
Liczba punktów ECTS	1				

SYLABUS (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: USEFZ-Z-O-II-S-21/22Z						
Nazwa przedmiotu: metody ilościowe w zarządzaniu (KIERUNKOWE)				Kod przedmiotu: US182AIIJ2855_25S		
Nazwa kierunku: zarządzanie						
Forma studiów: II stopnia, stacjonarne		Profil studiów: ogólnoakademicki		Specjalność:		
Status przedmiotu: obowiązkowy			Język przedmiotu: semestr: 3 - język polski			
Rok	Semestr	Forma zajęć	Liczba godzin		Forma zaliczenia	ECTS
				w tym e-learning		
2	3	laboratorium	15	0	ZO	5
		wykład	15	0	ZO	
Razem			30			5
Koordynator przedmiotu:		dr hab. JACEK BATÓG				
Prowadzący zajęcia:		dr KRZYSZTOF DMYTRÓW				
Cele przedmiotu:		Uzyskanie podstawowej wiedzy o metodach ekonometrycznych oraz ich zastosowaniu do badania ilościowych prawidłowości w zarządzaniu procesami gospodarczymi.				
Wymagania wstępne:		<p>Student w zakresie:</p> <p>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,</p> <p>umiejętności: potrafi wykonywać działania na macierzach, operacje w zakresie rachunku różniczkowego, oblicza miary tendencji centralnej, zróżnicowania i współzależności, weryfikować hipotezy, posługiwać się podstawowymi funkcjami arkusza kalkulacyjnego Excel.</p>				
EFEKTY UCZENIA SI						
Kategoria	Lp	KOD	Opis efektu		Odniesienie do efektów dla programu	
wiedza	1	EP1	zna specyfikę 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	
TRECI PROGRAMOWE					Semestr	
					Liczba godzin	
					w tym e-learning	
Przedmiot: metody ilościowe w zarządzaniu						
Forma zajęć: wykład						
1. Definicja i przedmiot badań ekonometrii. Rodzaje prawidłowości statystycznych. Model ekonometryczny			3	2	0	

2. Etapy modelowania ekonometrycznego		3	2	0	
3. Estymacja parametrów strukturalnych modeli ekonometrycznych - KMNK		3	3	0	
4. Weryfikacja modeli ekonometrycznych. Wybrane problemy budowy modeli ekonometrycznych		3	4	0	
5. Modele nieliniowe - budowa i zastosowania. Funkcje modeli ekonometrycznych		3	4	0	
Forma zaj : laboratorium					
1. Przykłady prawidłowo ci statystycznych. Specyfikacja zmiennych obja niaj cych. Wybór postaci analitycznej modelu		3	3	0	
2. Funkcje modeli ekonometrycznych - przykłady		3	2	0	
3. Przykłady estymacji i weryfikacji oraz zastosowa liniowych modeli ekonometrycznych		3	6	0	
4. Przykłady estymacji i aplikacji nieliniowych modeli ekonometrycznych		3	4	0	
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	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 stworzonego w formie pracy grupowej, który weryfikuje osi gni cie efektów kształcenia w zakresie umie jno ci. 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.				
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu				
	Ocena z przedmiotu jest równa zwykłej redniej arytmetycznej ocen uzyskanych z laboratorium oraz wykładu.				
Metoda obliczania oceny ko cowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej
	3	metody ilo ciowe w zarz dzaniu		Arytmetyczna	
	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. (2021): Ekonometria, PWN, Warszawa				
Literatura uzupełniaj 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				
NAKLAD PRACY STUDENTA					
		Liczba godzin			
		W tym e-learning			
Zaj cia dydaktyczne		30		0	
Udział w egzaminie/zaliczeniu		2		0	
Przygotowanie si do zaj		20		0	
Studiowanie literatury		17		0	

Udział w konsultacjach	15	0
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	21	0
Przygotowanie się do egzaminu/zaliczenia	20	0
Ł CZNY nakład pracy studenta w godz.	125	
Liczba punktów ECTS	5	

S Y L A B U S (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: USEFZ-Z-O-II-S-21/22Z							
Nazwa przedmiotu: metody zarz dzania projektami (KIERUNKOWE)					Kod przedmiotu: US182AIJ3345_30S		
Nazwa kierunku: zarz dzanie							
Forma studiów: II stopnia, stacjonarne		Profil studiów: ogólnoakademicki			Specjalno :		
Status przedmiotu: obowi zkowy				J zyk przedmiotu: semestr: 1 - j zyk polski			
Rok	Semestr	Forma zaj	Liczba godzin		Forma zaliczenia	ECTS	
				w tym e-learning			
1	1	wiczenia	30	0	ZO	6	
		wykład	15	0	E		
Razem			45			6	
Koordynator przedmiotu:		dr JOANNA RZEMPAŁA					
Prowadz cy zaj cia:		dr JOANNA RZEMPAŁA					
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					
EFEKTY UCZENIA SI							
Kategoria	Lp	KOD	Opis efektu			Odniesienie do efektów dla programu	
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 włą 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	
TRE CI PROGRAMOWE					Semestr	Liczba godzin	
						w tym e-learning	
Przedmiot: metody zarz dzania projektami							
Forma zaj : wykład							
1. Omówienie terminów: projekt, rodzaje projektów i ich znaczenie dla organizacji, cele projektów, zarz dzanie projektami					1	2	0

2. Elementy zarządzania projektami, dotyczące w szczególności obszarów wiedzy zarządzania projektami, systemów zarządzania projektami, form i etapów zarządzania projektami, istota zarządzania projektami i przez projekty		1	2	0	
3. Kompetencje zarządzania projektami, a w szczególności: kompetencje kontekstowe ? orientacja na projekt, orientacja na program, orientacja na portfel projektów		1	3	0	
4. .Interesariusze zarządzania projektami. Wskazanie i dokładne scharakteryzowanie beneficjentów zarządzania projektami		1	2	0	
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, przyjętych celów i metod ich osiągnięcia, komunikacji, koordynacji działań itp		1	2	0	
6. Tradycyjne zarządzanie projektami: liniowy model cyklu zarządzania projektem; model cyklu zarządzania projektem; zarządzanie projektami metodami sucha krytycznego		1	2	0	
7. Model doskonałości projektowej		1	2	0	
Forma zajęć : wiczenia					
1. Analiza interesariuszy		1	4	0	
2. Tworzenie Karty Projektu		1	8	0	
3. Budżet projektu		1	4	0	
4. Elementy sterowania projektem dokumentacja komunikacyjna w projekcie		1	4	0	
5. Monitorowanie projektu		1	6	0	
6. Zakończenie projektu		1	4	0	
Metody kształcenia	prezentacje multimedialne praca w grupach analizy materiałów				
Metody weryfikacji efektów uczenia się				Nr efektu uczenia się z sylabusu	
	KOŁOKWIUM			EP1,EP2	
	PROJEKT			EP2,EP3	
	ZAJĘCIA PRAKTYCZNE (WERYFIKACJA POPRZEZ OBSERWACJ)			EP2,EP3	
Forma i warunki zaliczenia	kolokwium, projekt , aktywno				
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu				
	kolokwium 70 % , projekt 20% , aktywno 10%				
Metoda obliczania oceny końcowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej
	1	metody zarządzania projektami		Arytmetyczna	
	1	metody zarządzania projektami [wiczenia]	zaliczenie z ocen		
	1	metody zarządzania projektami [wykład]	egzamin		
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					
NAKŁAD PRACY STUDENTA					
		Liczba godzin			
		W tym e-learning			
Zajęcia dydaktyczne	45		0		
Udział w egzaminie/zaliczeniu	2		0		

Przygotowanie si do zaj	28	0
Studiowanie literatury	10	0
Udział w konsultacjach	15	0
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	30	0
Przygotowanie si do egzaminu/zaliczenia	20	0
Ł CZNY nakład pracy studenta w godz.	150	
Liczba punktów ECTS	6	

S Y L A B U S (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: USEFZ-Z-O-II-S-21/22Z							
Moduł: Blok: Zarz dzanie biznesem [moduł]							
Nazwa przedmiotu: nowoczesne koncepcje i metody zarz dzania (KIERUNKOWE)					Kod przedmiotu: US182AIIJ2714_33S		
Nazwa kierunku: zarz dzanie							
Forma studiów: II stopnia, stacjonarne			Profil studiów: ogólnoakademicki		Specjalno :		
Status przedmiotu: fakultatywny				J zyk przedmiotu: semestr: 3 - j zyk polski			
Rok	Semestr	Forma zaj	Liczba godzin		Forma zaliczenia	ECTS	
				w tym e-learning			
2	3	wiczenia	15	0	ZO	1	
Razem			15			1	
Koordynator przedmiotu:		dr hab. KRZYSZTOF JANASZ					
Prowadz cy zaj cia:		dr hab. KRZYSZTOF JANASZ					
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 ksztalcenia ustawicznego.					
EFEKTY UCZENIA SI							
Kategoria	Lp	KOD	Opis efektu			Odniesienie do efektów dla programu	
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	
TRE CI PROGRAMOWE					Semestr	Liczba godzin	
						w tym e-learning	
Przedmiot: nowoczesne koncepcje i metody zarz dzania							
Forma zaj : wiczenia							
1. Klasyfikacje, elementy składowe i zało enia współczesnych koncepcji i metod zarz dzania.					3	2	0
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	0

3. Istota i znaczenie logistyki, strategii just-in-time (production, management) - przypadki		3	3	0	
4. Istota, cechy, założenia tworzenia i rozwoju koncepcji: lean management, marketingu, TQM, HR - studium przypadków		3	2	0	
5. Różnice i podobieństwa między współczesnymi metodami zarządzania: outsourcingiem i insourcingiem.		3	1	0	
6. Znaczenie wybranych metod zarządzania we współczesnych organizacjach. Metody reengineeringu, benchmarkingu, controllingu - studium przypadków.		3	2	0	
7. Kierunki rozwoju nowoczesnych koncepcji i metod zarządzania przedsiębiorstwem.		3	2	0	
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	
	KOŁOKWIUM			EP1,EP2,EP3,EP4,EP5,EP6	
Forma i warunki zaliczenia	Forma i warunki zaliczenia wicze : wykonanie pracy zaliczeniowej: przygotowanie projektu i jego prezentacja, badania i prezentacja ich wyników. Zaliczenie wicze na podstawie ocen cząstkowych otrzymanych w trakcie semestru za określone działania i prace studenta: obecność, aktywność i kolokwium.				
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu				
	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.				
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., Koziół 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., Białasiewicz 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				
NAKŁAD PRACY STUDENTA					
		Liczba godzin			
		W tym e-learning			
Zajęcia dydaktyczne		15	0		
Udział w egzaminie/zaliczeniu		1	0		
Przygotowanie się do zajęć		1	0		
Studiowanie literatury		0	0		
Udział w konsultacjach		5	0		
Przygotowanie projektu / eseju / itp.		2	0		
Przygotowanie się do egzaminu/zaliczenia		1	0		
Łączny nakład pracy studenta w godz.		25			
Liczba punktów ECTS		1			

S Y L A B U S (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: USEFZ-Z-O-II-S-21/22Z						
Nazwa przedmiotu: ocena efektywności inwestycji (KIERUNKOWE)					Kod przedmiotu: US182AIIWZiEU_7S	
Nazwa kierunku: zarządzanie						
Forma studiów: II stopnia, stacjonarne			Profil studiów: ogólnoakademicki		Specjalność :	
Status przedmiotu: obowiązkowy				Język przedmiotu: semestr: 2 - j. język polski		
Rok	Semestr	Forma zajęć	Liczba godzin		Forma zaliczenia	ECTS
				w tym e-learning		
1	2	wiczenia	30	0	E	3
Razem			30			3
Koordynator przedmiotu:		dr KATARZYNA ŁOBACZ				
Prowadzący zajęcia:		prof. dr hab. PIOTR NIEDZIELSKI				
Cele przedmiotu:		Celem przedmiotu jest nabycie umiejętności oceny efektywności projektów rozwojowych w oparciu o zdobytą wiedzę teoretyczną oraz kompetencje kreatywnej i odpowiedzialnej współpracy				
Wymagania wstępne:		Wiedza z zakresu podstaw finansów, rachunkowości, warunków realizacji projektów rozwojowych i innowacji				
EFEKTY UCZENIA SI						
Kategoria	Lp	KOD	Opis efektu			Odniesienie do efektów dla programu
wiedza	1	EP1	Student zna podstawowe pojęcia z zakresu teorii inwestycji oraz teorii projektów rozwojowych			K_W01 K_W03 K_W04
	2	EP2	Student rozumie specyfikę projektów rozwojowych			K_W02 K_W03 K_W05 K_W06
	3	EP3	Student zna podstawowe parametry i wskaźniki oceny projektów rozwojowych			K_W01 K_W02 K_W06 K_W08
umiejętności	1	EP4	Student potrafi dobrać wskaźniki względem rodzaju projektu oraz je zinterpretować			K_U01 K_U02 K_U05
	2	EP5	Student potrafi określić założenia oraz oszacować /prognozować składowe rachunku opłacalności inwestycji			K_U01 K_U02 K_U03 K_U05
	3	EP6	Student potrafi pracować w zespole, komunikować swoje poglądy i uwzględnić argumentację innych osób			K_U06 K_U08
kompetencje społeczne	1	EP7	Student jest gotów do krytycznej oceny projektów rozwojowych			K_K01 K_K03
	2	EP8	Student jest gotów do myślenia i działania w sposób przedsiębiorczy i podejmowania decyzji rozwojowych			K_K04
TREŚCI PROGRAMOWE					Semestr	Liczba godzin
						w tym e-learning
Przedmiot: ocena efektywności inwestycji						

Forma zaj : wiczenia						
1. Rozumienie istoty projektów gospodarczych. Bud etowanie i planowanie przepływów pieni nych w projektach rozwojowych			2	8	0	
2. Analiza opłacalno ci projektów rozwojowych z wykorzystaniem wska ników prostych i złoż onych			2	6	0	
3. Analiza wra liwo ci projektów rozwojowych. Badanie i interpretacja wyników wra liwo ci strumieni finansowych			2	4	0	
4. Analiza wpływu ródeł finansowania na rachunek opłacalno ci inwestycji			2	4	0	
5. Analiza uwarunkowa realizacji projektów rozwojowych			2	8	0	
Metody kształcenia		wiczenia indywidualne, praca w grupie nad projektem z wykorzystaniem narz dzi informatycznych, w oparciu o wprowadzenie teoretyczne				
Metody weryfikacji efektów uczenia si					Nr efektu uczenia si z sylabusu	
		EGZAMIN USTNY			EP1,EP2,EP3,EP4,EP5	
		PROJEKT			EP3,EP4,EP5,EP6,EP7,EP8	
		ZAJ CIA PRAKTYCZNE (WERYFIKACJA POPRZEZ OBSERWACJ)			EP3,EP4,EP5,EP6,EP7,EP8	
Forma i warunki zaliczenia		Warunkiem uzyskania zaliczenia jest zaliczenie wicze oraz zdanie egzaminu ustnego.				
		Zasady wyliczania oceny z przedmiotu Ocen zaliczenia wicze ustala si na podstawie: - oceny projektu grupowego (waga 60%) - oceny aktywno ci podczas wicze odbywaj cych si w ramach przedmiotu (waga 20%) - oceny aktywno ci w dyskusji podczas prezentacji projektów grupowych (waga 20%) Ocen z egzaminu ustnego ustala si na podstawie odpowiedzi na 3 pytania z puli pyta przygotowanych przez prowadz cego. Ocen ko cow z przedmiotu jest ocena z egzaminu.				
Metoda obliczania oceny ko cowej		Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej
		2	ocena efektywno ci inwestycji		Nieobliczana	
		2	ocena efektywno ci inwestycji [wiczenia]	egzamin		
Literatura podstawowa		Niedzielski P., Markiewicz J., Norek T., rzempala J., Skweres-Kuchta M., (2009): Jak ocenia inwestycje, Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Szczeci skiego, Szczecin				
		Rogowski W. (2008): Rachunek efektywno ci inwestycji, Wolters Kluwers, Warszawa				
		Sierpi ska M., Jachna T. (2004): Ocena przedsiobierstwa według standardów wiatowych, PWN, Warszawa				
Literatura uzupełniaj ca		Jakubczyc J. (2008): Metody oceny projektu gospodarczego, Wydawnictwo Naukowe PWN				
		Wrzosek S. (2008): Ocena Efektywno ci Inwestycji, Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu, Wrocław				
NAKŁAD PRACY STUDENTA						
		Liczba godzin				
				W tym e-learning		
Zaj cia dydaktyczne		30		0		
Udział w egzaminie/zaliczeniu		5		0		
Przygotowanie si do zaj		5		0		
Studiowanie literatury		5		0		
Udział w konsultacjach		10		0		
Przygotowanie projektu / eseju / itp.		15		0		
Przygotowanie si do egzaminu/zaliczenia		5		0		
Ł CZNY nakład pracy studenta w godz.		75				
Liczba punktów ECTS		3				

S Y L A B U S (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: USEFZ-Z-O-II-S-21/22Z							
Moduł: Przedmiot do wyboru w j zyku obcym [moduł]							
Nazwa przedmiotu: Packaging Design (OGÓLNOUCZELNIANE)					Kod przedmiotu: US182AIIJ2866_37S		
Nazwa kierunku: zarz dzanie							
Forma studiów: II stopnia, stacjonarne			Profil studiów: ogólnoakademicki		Specjalno : 		
Status przedmiotu: fakultatywny				J zyk przedmiotu: semestr: 4 - j zyk angielski (100%)			
Rok	Semestr	Forma zaj	Liczba godzin		Forma zaliczenia	ECTS	
				w tym e-learning			
2	4	wiczenia	30	0	ZO	3	
Razem			30			3	
Koordynator przedmiotu:		dr MAŁGORZATA WI CICKA-FERNANDO					
Prowadz cy zaj cia:		dr MAGDALENA KOWALSKA					
Cele przedmiotu:		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.					
Wymagania wst pne:		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.					
EFEKTY UCZENIA SI							
Kategoria	Lp	KOD	Opis efektu			Odniesienie do efektów dla programu	
wiedza	1	EP1	Student zna etapy projektowania opakowania i znaczenie opakowania w zarz dzaniu marketingiem.			K_W02 K_W09	
umiej tno ci	1	EP2	Student potrafi stworzy koncepcj opakowania i projekt do pakowania na podstawie wymaga klienta.			K_U05 K_U06 K_U08 K_U09	
kompetencje społeczne	1	EP3	Student jest krytyczny wobec praktyk rynkowych, które manipuluj kupuj cym.			K_K01 K_K02	
TRE CI PROGRAMOWE					Semestr	Liczba godzin	
						w tym e-learning	
Przedmiot: Packaging Design							
Forma zaj : wiczenia							
1. Significance of packaging in the marketing					4	2	0
2. The Packaging process (from concept to completion)					4	4	0
3. Strategic packaging decisions					4	2	0
4. Work on packaging concept					4	4	0
5. Design the packaging					4	4	0
6. The Packiging designer?s tools					4	2	0
7. Selection of packaging materials					4	2	0

8. Translating goals and vision into form and style		4	4	0	
9. Project work		4	4	0	
10. Presentation		4	2	0	
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				
NAKŁAD PRACY STUDENTA					
		Liczba godzin			
			W tym e-learning		
Zajęcia dydaktyczne	30	0			
Udział w egzaminie/zaliczeniu	2	0			
Przygotowanie się do zajęć	9	0			
Studiowanie literatury	9	0			
Udział w konsultacjach	10	0			
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	15	0			
Przygotowanie się do egzaminu/zaliczenia	0	0			
Ł CZNY nakład pracy studenta w godz.	75				
Liczba punktów ECTS	3				

S Y L A B U S (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: USEFZ-Z-O-II-S-21/22Z						
Nazwa przedmiotu: planowanie i finansowanie działalności przedsiębiorstwa (KIERUNKOWE)					Kod przedmiotu: US182AIIJ2713_41S	
Nazwa kierunku: zarządzanie						
Forma studiów: II stopnia, stacjonarne		Profil studiów: ogólnoakademicki			Specjalność :	
Status przedmiotu: obowiązkowy				Język przedmiotu: semestr: 4 - język polski		
Rok	Semestr	Forma zajęć	Liczba godzin		Forma zaliczenia	ECTS
				w tym e-learning		
2	4	konwersatorium	15	0	ZO	4
		laboratorium	15	0	ZO	
Razem			30			4
Koordynator przedmiotu:		dr KAROLINA BEYER				
Prowadzący zajęcia:		dr KATARZYNA KAZOJ				
Cele przedmiotu:		Celem jest zaprezentowanie zaawansowanych zagadnień związanych z planowaniem i finansowaniem działalności gospodarczej oraz uświadomienie studentów z ról, jaką odgrywa planowanie w przedsiębiorstwie. Istotne jest nabycie umiejętności planowania w przedsiębiorstwie oraz doboru optymalnych rozwiązań 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				
EFEKTY UCZENIA SI						
Kategoria	Lp	KOD	Opis efektu		Odniesienie do efektów dla programu	
wiedza	1	EP1	zna w pogłębionym stopniu istotności 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 i może sporządzić analizę strategiczną przedsiębiorstwa		K_U01 K_U03 K_U05 K_U08 K_U09	
	2	EP5	potrafi dokonać wyboru odpowiedniej formy finansowania działalności uwzględniając warunki 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	
TRECI PROGRAMOWE					Semestr	Liczba godzin
						w tym e-learning

Przedmiot: planowanie i finansowanie działalności przedsiębiorstwa					
Forma zajęć : konwersatorium					
1. Znaczenie i obszary planowania w przedsiębiorstwie.		4	2	0	
2. Biznesplan jako narzędzie planowania strategicznego.		4	2	0	
3. Wykorzystanie analizy strategicznej w planowaniu przedsiębiorstw inwestycyjnych.		4	2	0	
4. Systemy wsparcia przedsiębiorstw. Wspieranie rozwoju przedsiębiorstw przez instytucje otoczenia biznesu. Programy UE wspierające rozwój przedsiębiorstw.		4	4	0	
5. Charakterystyka finansowania wewnętrznego i zewnętrznego oraz znaczenie kapitałów własnych i obcych w przedsiębiorstwie. Rola kapitału obrotowego w finansowaniu przedsiębiorstw		4	3	0	
6. Tradycyjne i alternatywne formy finansowania działalności m.in. kredyt bankowy, leasing, faktoring, franchising		4	2	0	
Forma zajęć : laboratorium					
1. Planowanie finansowe w praktyce - wykorzystanie arkusza kalkulacyjnego w planowaniu		4	2	0	
2. Identyfikacja potrzeb rozwojowych przedsiębiorstwa - praca nad projektem		4	2	0	
3. Analiza strategiczna przedsiębiorstwa - praca nad projektem		4	3	0	
4. Symulacja finansowania przedsiębiorstw kapitałami własnymi i obcymi - praca z arkuszem kalkulacyjnym		4	3	0	
5. Tradycyjne i alternatywne formy finansowania działalności - analiza bielskich ofert		4	3	0	
6. Prezentacje projektów studentów dotyczących planowania i finansowania w wybranym przedsiębiorstwie		4	2	0	
Metody kształcenia	zajęcia z wykorzystaniem prezentacji multimedialnej dyskusje studentów praca z grupach nad problemem z wykorzystaniem arkusza kalkulacyjnego rozwiązywanie zadań, analizy przypadków (case study)				
Metody weryfikacji efektów uczenia się				Nr efektu uczenia się z sylabusu	
	KOŁOKWIUM			EP1,EP2,EP3	
	PROJEKT			EP4,EP5,EP6	
	ZAJĘCIA PRAKTYCZNE (WERYFIKACJA POPRZECZ OBSERWACJAMI)			EP4,EP5,EP6	
Forma i warunki zaliczenia	Forma i warunki zaliczenia konwersatoriów: 80% oceny stanowi ocena z zaliczenia pisemnego-kolokwium (ok. 6 pytań otwartych) 20% oceny obejmuje aktywność na zajęciach w tym rozwiązywanie studiów przypadków Student otrzymuje ocenę dostateczną, gdy potrafi zdefiniować istotę planowania w przedsiębiorstwie, potrafi określić rolę biznesplanu, wymieni: systemy wsparcia biznesu, instytucje wsparcia przedsiębiorstw, programy UE wspierające rozwój przedsiębiorstw; potrafi scharakteryzować finansowanie zewnętrzne i wewnętrzne działalności oraz wskaże tradycyjne i alternatywne źródła finansowania przedsiębiorstw				
	Forma i warunki zaliczenia laboratoriów: 100% oceny stanowi ocena z realizowanego projektu dotyczącego planowania i finansowania działalności gospodarczej				
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu				
Ocenę z przedmiotu stanowi średnia arytmetyczna ocen uzyskanych w ramach konwersatoriów i laboratoriów					
Metoda obliczania oceny końcowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej
	4	planowanie i finansowanie działalności przedsiębiorstwa		Arytmetyczna	
	4	planowanie i finansowanie działalności przedsiębiorstwa [laboratorium]	zaliczenie z ocen		
	4	planowanie i finansowanie działalności przedsiębiorstwa [konwersatorium]	zaliczenie z ocen		
Literatura podstawowa	Gryko J.M., Kluzek M., Kubiak J., Nowaczyk T. (2019): Planowanie finansowe w przedsiębiorstwie, Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu, Poznań				
	Lis P. (2014): Strategia i planowanie biznesu, Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu, Poznań				
	Penc-Pietrzak I. (2010): Planowanie strategiczne w nowoczesnej firmie, Wolters Kluwer, Warszawa				
Literatura uzupełniająca	Kozioł-Nadolna K., Beyer K., Czerniachowicz B. (2018): Uwarunkowania rozwoju organizacji. Innowacyjność i przedsiębiorczość, Volumina, Szczecin				
	Marek S., Białasiewicz M. red. (2011): Podstawy Nauki o Organizacji, PWE, Warszawa				
	Skudlik M. (2015): Planowanie i ocena rentowności przedsiębiorstw. Finanse z arkuszem kalkulacyjnym, OnePress, Gliwice				

NAKŁAD PRACY STUDENTA

	Liczba godzin	
		W tym e-learning
Zajęcia dydaktyczne	30	0
Udział w egzaminie/zaliczeniu	2	0
Przygotowanie się do zajęć	10	0
Studiowanie literatury	10	0
Udział w konsultacjach	10	0
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	18	0
Przygotowanie się do egzaminu/zaliczenia	20	0
Ł. CZYNY nakład pracy studenta w godz.	100	
Liczba punktów ECTS	4	

S Y L A B U S (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: USEFZ-Z-O-II-S-21/22Z							
Nazwa przedmiotu: planowanie marketingowe (KIERUNKOWE)				Kod przedmiotu: US182AIIJ2866_3S			
Nazwa kierunku: zarz dzanie							
Forma studiów: II stopnia, stacjonarne		Profil studiów: ogólnoakademicki		Specjalno :			
Status przedmiotu: obowi zkowy			J zyk przedmiotu: semestr: 1 - j zyk polski				
Rok	Semestr	Forma zaj	Liczba godzin		Forma zaliczenia	ECTS	
				w tym e-learning			
1	1	wiczenia	30	0	ZO	6	
		wykład	15	0	E		
Razem			45			6	
Koordynator przedmiotu:		prof. dr hab. EDYTA RUDAWSKA					
Prowadz cy zaj cia:		prof. dr hab. EDYTA RUDAWSKA , dr MAGDALENA KOWALSKA					
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					
EFEKTY UCZENIA SI							
Kategoria	Lp	KOD	Opis efektu		Odniesienie do efektów dla programu		
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		
TRE CI PROGRAMOWE				Semestr		Liczba godzin	
						w tym e-learning	
Przedmiot: planowanie marketingowe							
Forma zaj : wykład							
1. Funkcje współczesnego marketingu				1	2	0	
2. Konsekwencje przyj cia koncepcji marketingowej w przedsi biorstwie				1	2	0	
3. Proces zarz dzania marketingowego				1	1	0	
4. Procedura opracowania planu marketingowego				1	2	0	
5. Analiza bie cej sytuacji marketingowej, zasady formułowania celów marketingowych				1	2	0	
6. Narz dzia wspomagaj ce proces okre lania celów i strategii marketingowych				1	2	0	

7. Strategie marketingowe, program działań marketingowych, ustalenie budżetu działań i kontrola działań		1	4	0	
Forma zajęć : wiczenia					
1. Analiza przedsiębiorstwa		1	3	0	
2. Analiza otoczenia firmy		1	3	0	
3. Analiza SWOT		1	2	0	
4. Przygotowanie analiz portfelowych służących do wyboru strategii marketingowego działania		1	4	0	
5. Formułowanie misji i celów działalności		1	2	0	
6. Analiza STP		1	3	0	
7. Opracowanie marketingowych strategii działania firmy		1	5	0	
8. Opracowanie programu działań marketingowych oraz sposobów kontroli działań		1	5	0	
9. Przygotowanie streszczenia kierowniczego		1	1	0	
10. Prezentacja i dyskusja nad przygotowanymi projektami		1	2	0	
Metody kształcenia	prezentacja multimedialna, dyskusja, praca w grupach, prezentacja projektu przez studentów.				
Metody weryfikacji efektów uczenia się				Nr efektu uczenia się z sylabusu	
	EGZAMIN PISEMNY			EP1,EP2	
	PROJEKT			EP3,EP4	
Forma i warunki zaliczenia	wiczenia zaliczane są 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 średnią arytmetyczną z wiczeń i egzaminu					
Metoda obliczania oceny końcowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do średniej
	1	planowanie marketingowe		Arytmetyczna	
	1	planowanie marketingowe [wiczenia]	zaliczenie z ocen		
	1	planowanie marketingowe [wykład]	egzamin		
Literatura podstawowa	Dziękowski M., Kozielski R. (2007): Jak szybko napisać profesjonalny plan marketingowy, Oficyna				
	Frackiewicz E., Karwowski J., Karwowski M., Rudawska E. (2004): Zarządzanie marketingowe, PWE				
Literatura uzupełniająca	Kotler Ph. (2005): Marketing, Rebis				
	Mruk H. (2002): Strategie marketingowe, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej				
	Pomykalski A. (2005): Zarządzanie i planowanie marketingowe, PWN				
NAKŁAD PRACY STUDENTA					
		Liczba godzin			
		W tym e-learning			
Zajęcia dydaktyczne	45		0		
Udział w egzaminie/zaliczeniu	4		0		
Przygotowanie się do zajęć	20		0		
Studiowanie literatury	20		0		
Udział w konsultacjach	30		0		
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	15		0		

Przygotowanie si do egzaminu/zaliczenia	16	0
Ł CZNY nakład pracy studenta w godz.	150	
Liczba punktów ECTS	6	

S Y L A B U S (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: USEFZ-Z-O-II-S-21/22Z							
Moduł: Blok: Zarządzanie biznesem [moduł]							
Nazwa przedmiotu: przedsiębiorstwo na rynku globalnym (KIERUNKOWE)					Kod przedmiotu: US182AIIJ2713_14S		
Nazwa kierunku: zarządzanie							
Forma studiów: II stopnia, stacjonarne			Profil studiów: ogólnoakademicki		Specjalność:		
Status przedmiotu: fakultatywny				Język przedmiotu: semestr: 2 - j język polski			
Rok	Semestr	Forma zajęć	Liczba godzin		Forma zaliczenia	ECTS	
				w tym e-learning			
1	2	wiczenia	15	0	ZO	1	
Razem			15			1	
Koordynator przedmiotu:		dr MALWINA SZCZEPKOWSKA					
Prowadzący zajęcia:		dr KAROLINA BEYER					
Cele przedmiotu:		Celem jest zapoznanie studentów z wiedzą z zakresu procesu globalizacji, gospodarki globalnej, funkcjonowania przedsiębiorstw globalnych na rynku światowym, a także z zakresu różnic kulturowych w biznesie międzynarodowym.					
Wymagania wstępne:		Wiedzy: zna zagadnienia ogólnoekonomiczne wykładane w ramach makro- i mikroekonomii, nauki o przedsiębiorstwie, teorii zarządzania. Umiejętności: potrafi dokonać analizy funkcjonowania przedsiębiorstwa. Kompetencji (postaw): gotowy do analizy przykładów z praktyki gospodarczej, umie pracować w grupie.					
EFEKTY UCZENIA SI							
Kategoria	Lp	KOD	Opis efektu			Odniesienie do efektów dla programu	
wiedza	1	EP1	Zna proces globalizacji, jego efekty i kontrowersje jakiego rodzaju, identyfikuje globalną gospodarkę oraz korporacje globalne. Identyfikuje wybrane obszary funkcjonowania przedsiębiorstw globalnych. Zna i potrafi podać przykłady współpracy między korporacjami oraz fuzji i przejęć na rynku globalnym. Orientuje się w różnicach kulturowych w przedsiębiorstwach			K_W01 K_W03 K_W06	
umiejętności	1	EP2	potrafi ocenić korzyści i słabości procesu globalizacji oraz przeanalizować funkcjonowanie wybranych firm globalnych			K_U01 K_U03 K_U05	
	2	EP3	potrafi zabierać głos w dyskusji			K_U06	
kompetencje społeczne	1	EP4	wyraża gotowość do współpracy w grupie i zespołowego rozwiązywania problemów			K_K01 K_K03	
TREŚCI PROGRAMOWE					Semestr	Liczba godzin	
						w tym e-learning	
Przedmiot: przedsiębiorstwo na rynku globalnym							
Forma zajęć: wiczenia							
1. Identyfikacja procesu globalizacji, gospodarki globalnej, Triady, kontrowersji wokół globalizacji					2	2	0
2. Powstanie firmy globalnej, umiędzynarodowienie działalności.					2	2	0
3. Przemiany w korporacjach transnarodowych. Międzynarodowa współpraca przedsiębiorstw. Fuzje i przejęcia na rynku globalnym.					2	4	0

4. Zarządzanie międzynarodowe. Czynniki kulturowe w zarządzaniu. Marketing w firmach globalnych. Zarządzanie zasobami ludzkimi w korporacjach globalnych.		2	4	0	
5. Różnice kulturowe w biznesie międzynarodowym, identyfikacja kultur. Wpływ różnic na funkcjonowanie firm globalnych.		2	3	0	
Metody kształcenia	prezentacje dyskusje studentów praca z grupami 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 POPRZEC OBSERWACJAMI)			EP2,EP3,EP4	
Forma i warunki zaliczenia	<p>Forma i warunki zaliczenia: Ocena zaliczeniowa ustalana jest na podstawie ocen cząstkowych otrzymywanych w trakcie semestru za określone działania i prace studenta: 70% oceny stanowi zaliczenie pisemne przedmiotu w postaci kolokwium pisemnego (około 6-8 pytań). Pytania otwarte z teoretycznej części materiału oraz dotyczące przykładów z praktyki gospodarczej. 30 % oceny to 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 organizacji gospodarczej na podstawie wyciągniętych wniosków.</p> <p>Forma i warunki zaliczenia wykładu: 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>Ocenianie: Student otrzymuje ocenę dostateczną; gdy zna podstawowe definicje z zakresu gospodarki globalnej i globalizacji, zna jej efekty i kontrowersje, orientuje się w różnicach kulturowych w przedsiębiorstwach.</p> <p>Ocena z przedmiotu jest równa ocenie uzyskanej z zaliczenia, gdzie 70% oceny stanowi zaliczenie pisemne przedmiotu a 30% praca własna studenta.</p> <p>Zasady wyliczania oceny z przedmiotu</p>				
	<p>Ocena zaliczeniowa ustalana jest na podstawie ocen cząstkowych otrzymywanych w trakcie semestru za określone działania i prace studenta: 70% oceny stanowi zaliczenie pisemne przedmiotu w postaci kolokwium pisemnego (około 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 organizacji gospodarczej na podstawie wyciągniętych wniosków.</p> <p>Forma i warunki zaliczenia wykładu: 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				
	POLŁOK 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	
		W tym e-learning
Zajęcia dydaktyczne	15	0
Udział w egzaminie/zaliczeniu	2	0
Przygotowanie się do zajęć	4	0
Studiowanie literatury	3	0
Udział w konsultacjach	1	0
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	0	0
Przygotowanie się do egzaminu/zaliczenia	0	0
Ł. CZNY nakład pracy studenta w godz.	25	
Liczba punktów ECTS	1	

S Y L A B U S (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: USEFZ-Z-O-II-S-21/22Z							
Moduł: Blok: Zarządzanie marketingowe [moduł]							
Nazwa przedmiotu: public relations (KIERUNKOWE)					Kod przedmiotu: US182AIIJ2866_9S		
Nazwa kierunku: zarządzanie							
Forma studiów: II stopnia, stacjonarne			Profil studiów: ogólnoakademicki		Specjalność:		
Status przedmiotu: fakultatywny			Język przedmiotu: semestr: 2 - j język polski				
Rok	Semestr	Forma zajęć	Liczba godzin		Forma zaliczenia	ECTS	
				w tym e-learning			
1	2	wiczenia	15	0	ZO	1	
Razem			15			1	
Koordynator przedmiotu:		prof. dr hab. EWA FRĄCKIEWICZ					
Prowadzący zajęcia:		dr MAŁGORZATA WILCICKA-FERNANDO					
Cele przedmiotu:		Celem przedmiotu jest: poznanie specyfiki Public Relations, podstawowych pojęć z zakresu Public Relations i teorii marketingu, analizy wizerunkowej, budowania marki, PR kryzysowego. zdobycie umiejętności analizy zasadniczych problemów etycznych i filozoficznych związanych ze stosowaniem narzędzi i strategii z zakresu Public Relations, umiejętności rozumienia i wpływania na relacje między mass mediami a kształtowaniem wizerunku.					
Wymagania wstępne:		Podstawy ekonomii i marketingu.					
EFEKTY UCZENIA SI							
Kategoria	Lp	KOD	Opis efektu			Odniesienie do efektów dla programu	
wiedza	1	EP1	zna i rozumie w stopniu pogłębionym istotę i znaczenie PR oraz podstawowe narzędzia kształtowania wizerunku			K_W09	
umiejętności	1	EP2	potrafi dobrać i zastosować odpowiednie narzędzia kształtowania wizerunku; dobiera odpowiednie instrumenty do określonej strategii			K_U06	
kompetencje społeczne	1	EP3	jest gotów do bieżącej oceny prowadzonej polityki w zakresie PR oraz do kreatywnego tworzenia wizerunku przedsiębiorstwa			K_K01 K_K04	
TREŚCI PROGRAMOWE					Semestr	Liczba godzin	
						w tym e-learning	
Przedmiot: public relations							
Forma zajęć: wiczenia							
1. Wprowadzenie do PR					2	2	0
2. Formy PR					2	4	0
3. narzędzia PR					2	3	0
4. Zarządzanie sytuacjami kryzysowymi					2	4	0
5. Organizacja PR					2	2	0
Metody kształcenia		prezentacje multimedialne, wystąpienia publiczne					

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 Cenker E. M., Public relations, Wydawnictwo Wyższej Szkoły Bankowej, Poznań 2002 :				
Literatura uzupełniająca					
NAKŁAD PRACY STUDENTA					
		Liczba godzin			
		W tym e-learning			
Zajęcia dydaktyczne		15		0	
Udział w egzaminie/zaliczeniu		2		0	
Przygotowanie się do zajęć		8		0	
Studiowanie literatury		0		0	
Udział w konsultacjach		0		0	
Przygotowanie projektu / eseju / itp.		0		0	
Przygotowanie się do egzaminu/zaliczenia		0		0	
Łączny nakład pracy studenta w godz.		25			
Liczba punktów ECTS		1			

S Y L A B U S (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: USEFZ-Z-O-II-S-21/22Z							
Moduł: Blok: Zarządzanie projektami w praktyce [moduł]							
Nazwa przedmiotu: ryzyko w zarządzaniu projektami - studia przypadków (KIERUNKOWE)					Kod przedmiotu: US182AIIJ3345_16S		
Nazwa kierunku: zarządzanie							
Forma studiów: II stopnia, stacjonarne			Profil studiów: ogólnoakademicki		Specjalność:		
Status przedmiotu: fakultatywny			Język przedmiotu: semestr: 2 - j. język polski				
Rok	Semestr	Forma zajęć	Liczba godzin		Forma zaliczenia	ECTS	
				w tym e-learning			
1	2	wiczenia	15	0	ZO	1	
Razem			15			1	
Koordynator przedmiotu:		dr JOANNA RZEMPAŁA					
Prowadzący zajęcia:		dr JOANNA RZEMPAŁA					
Cele przedmiotu:		Zapoznanie studentów z umiejętnościami skutecznego i efektywnego zarządzania projektem: narzędziami i technikami rozpoznawania zagrożeń, strategiami reagowania na zagrożenia, zasadami jakości, technikami kreatywnego myślenia, kodeksem etycznym kierownika projektu. Student dostrzega i rozumie przykładowe problemy biznesowe i rozwiązuje je za pomocą projektów.					
Wymagania wstępne:		Student zna podstawy planowania i monitorowania projektu zarządzania zespołem projektowym.					
EFEKTY UCZENIA SI							
Kategoria	Lp	KOD	Opis efektu			Odniesienie do efektów dla programu	
wiedza	1	EP1	Student rozumie rolę zarządzania projektami, zna pojęcia z zakresu sprawnego zarządzania projektem oraz narzędzia i techniki zarządzania ryzykiem w projekcie			K_W02 K_W08	
umiejętności	1	EP2	Student potrafi analizować i oceniać otoczenie oraz interesariuszy projektu, identyfikować szanse i zagrożenia, a także potrafi wykorzystać zmiany zachodzące w otoczeniu. Potrafi dokonywać analizy i oceny ryzyka w projekcie oraz planować odpowiednie reakcje na ryzyko.			K_U01 K_U03 K_U06 K_U08	
kompetencje społeczne	1	EP3	Student wypracowuje nawyk systematyczności, rzetelności i odpowiedzialności za wykonywane prace, jest gotów do działania w sposób twórczy i przedsiębiorczy, uwzględnia realne cele i rezultaty.			K_K01 K_K03 K_K04	
	2	EP4	Student jest gotów do efektywnej komunikacji z grupą, buduje otwarty na dialog, kierując się zasadami etyki.			K_K02	
TRECI PROGRAMOWE					Semestr	Liczba godzin	
						w tym e-learning	
Przedmiot: ryzyko w zarządzaniu projektami - studia przypadków							
Forma zajęć: wiczenia							
1. Ryzyko w projekcie, narzędzia i techniki rozpoznawania ryzyka w projekcie.					2	3	0
2. Narzędzia i techniki jakościowej oceny zagrożeń i szans					2	3	0

3. Strategie i plany reakcji na zagrożenia i szanse		2	3	0	
4. Zarządzanie zmianami w projekcie: Zagadnienia projektowe i zmiany, Organizacja zarządzania zmianami, Procedura zarządzania zmianami		2	3	0	
5. Raportowanie o realizacji projektów.		2	3	0	
Metody kształcenia	Dyskusja dydaktyczna z wykorzystaniem technik multimedialnych, rozwiązywanie zadań, analiza przypadków, praca w grupach				
Metody weryfikacji efektów uczenia się				Nr efektu uczenia się z sylabusu	
	KOLOKWIUM			EP1,EP2	
	ZAJĘCIA PRAKTYCZNE (WERYFIKACJA POPRZEZ OBSERWACJĘ)			EP1,EP2,EP3,EP4	
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		Ważona	
	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					
NAKŁAD PRACY STUDENTA					
		Liczba godzin			
			W tym e-learning		
Zajęcia dydaktyczne	15	0			
Udział w egzaminie/zaliczeniu	2	0			
Przygotowanie się do zajęć	2	0			
Studiowanie literatury	1	0			
Udział w konsultacjach	2	0			
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	0	0			
Przygotowanie się do egzaminu/zaliczenia	3	0			
Ł. CZNY nakład pracy studenta w godz.	25				
Liczba punktów ECTS	1				

S Y L A B U S (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: USEFZ-Z-O-II-S-21/22Z							
Nazwa przedmiotu: seminarium dyplomowe (KIERUNKOWE)					Kod przedmiotu: US182AIJ2714_1S		
Nazwa kierunku: zarz dzanie							
Forma studiów: II stopnia, stacjonarne			Profil studiów: ogólnoakademicki		Specjalno :		
Status przedmiotu: fakultatywny				J zyk przedmiotu: semestr: 2 - j zyk polski, semestr: 3 - j zyk polski, semestr: 4 - j zyk polski			
Rok	Semestr	Forma zaj	Liczba godzin		Forma zaliczenia	ECTS	
				w tym e-learning			
1	2	seminarium	30	0	ZO	6	
2	3	seminarium	30	0	ZO	6	
	4	seminarium	30	0	ZO	8	
Razem			90			20	
Koordynator przedmiotu:		dr hab. JOANNA WI NIEWSKA					
Prowadz cy zaj cia:		dr hab. JOANNA WI NIEWSKA					
Cele przedmiotu:		Zapoznanie studentów z metodologi pisania prac dyplomowych oraz przygotowanie do obrony pracy dyplomowej					
Wymagania wst pne:		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					
EFEKTY UCZENIA SI							
Kategoria	Lp	KOD	Opis efektu			Odniesienie do efektów dla programu	
wiedza	1	EP1	Wyja nia podstawowe poj cia z dziedziny metodologii pracy naukowej.			K_W11	
	2	EP2	Zna etyczne aspekty pisania pracy dyplomowej: ryzyko i konsekwencje popelnienia plagiatu			K_W11	
umiej tno ci	1	EP3	Potrafi sformułowa cel badawczy pracy naukowej, wybra odpowiednie narz dzia badawcze, opisa wyniki bada , dokona prawidłowej analizy wyników bada oraz sformułowa wnioski			K_U01 K_U02 K_U03 K_U04 K_U05 K_U06 K_U09	
	2	EP4	Potrafi podj dyskusje na nurtuj ce go pytania			K_U06	
	3	EP5	Potrafi korzysta z technik informacyjnych w celu pozyskiwania i przechowywania danych.			K_U02	
	4	EP8	Student jest gotów do pracy indywidualnej oraz zespołowej			K_U08	
kompetencje społeczne	1	EP7	Student jest gotów do podj cia pracy oraz post powania w sposób zgodny z zasadami etyki			K_K01 K_K03	
TRE CI PROGRAMOWE					Semestr	Liczba godzin	
							w tym e-learning
Przedmiot: seminarium dyplomowe							
Forma zaj : seminarium							
1. Okre lenie problematyki badawczej i tematu (tytułu) pracy wraz z uzasadnieniem					2	8	0

2. Dyskusja o literaturze przedmiotu i źródłach pozyskania danych oraz wymogach edycyjnych	2	8	0
3. Prezentacja samodzielnie przygotowanych planów pracy magisterskiej	2	8	0
4. Korekta i ostateczne zaakceptowanie planów pracy	2	6	0
5. Przygotowanie i prezentacja esejów związanych tematycznie z treścią pracy	3	8	0
6. Formułowanie i korygowanie rozdziału pracy zawierającego przedmiot, cel i zakres badania	3	6	0
7. Dyskusja nad wyborem metod i sformułowaniem treści rozdziału zawierającego aspekty metodologiczne	3	8	0
8. Prezentacja rozdziałów pracy o charakterze teoretycznym wraz z ich ocenami	3	8	0
9. Prezentacja i ocena zebranych materiałów statystycznych, niezbędnych do konstrukcji empirycznej części pracy	4	8	0
10. Przegląd wyników i dyskusja nad rezultatami przeprowadzonych analiz ilościowych	4	8	0
11. Sformułowanie i prezentacja zasadniczej empirycznej części pracy	4	8	0
12. Ostateczne formułowanie części empirycznej oraz całościowa konstrukcja pracy	4	6	0

Metody kształcenia	Analiza tekstów z dyskusją, praca w grupach, prezentacja.		
Metody weryfikacji efektów uczenia się			Nr efektu uczenia się z sylabusu
	PREZENTACJA		EP1,EP3,EP5
	PRACA DYPLMOWA		EP1,EP2,EP3,EP4,EP7
	ZAJĘCIA PRAKTYCZNE (WERYFIKACJA POPRZEZ OBSERWACJĘ)		EP1,EP2,EP3,EP4,EP5,EP7,EP8
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		
	Ocенок z przedmiotu jest ocena 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	Puńko A. (2000): Prace magisterskie i licencjackie. Wskazówki dla studentów, PWN, Warszawa
	R. Zenderowski (2020): Technika pisania prac magisterskich i licencjackich - wyd. XI, CeDeWu, Warszawa
Literatura uzupełniająca	R. Wojciechowska (2010): Przewodnik metodyczny pisania pracy dyplomowej, Difin, Warszawa

NAKLAD PRACY STUDENTA

	Liczba godzin	
		W tym e-learning
Zajęcia dydaktyczne	90	0
Udział w egzaminie/zaliczeniu	2	0
Przygotowanie się do zajęć	20	0
Studiowanie literatury	50	0
Udział w konsultacjach	200	0

Przygotowanie projektu / eseju / itp.	100	0
Przygotowanie si do egzaminu/zaliczenia	38	0
Ł CZNY nakład pracy studenta w godz.	500	
Liczba punktów ECTS	20	

S Y L A B U S (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: USEFZ-Z-O-II-S-21/22Z						
Nazwa przedmiotu: społeczna odpowiedzialno biznesu (PODSTAWOWE)				Kod przedmiotu: US182AIIJ2935_5S		
Nazwa kierunku: zarz dzenie						
Forma studiów: II stopnia, stacjonarne		Profil studiów: ogólnoakademicki		Specjalno :		
Status przedmiotu: obowi zkowy			J zyk przedmiotu: semestr: 2 - j zyk polski			
Rok	Semestr	Forma zaj	Liczba godzin		Forma zaliczenia	ECTS
				w tym e-learning		
1	2	wiczenia	30	0	ZO	6
		wykład	15	0	E	
Razem			45			6
Koordynator przedmiotu:		dr hab. EWA MAZUR-WIERZBICKA prof. US				
Prowadz cy zaj cia:		dr hab. EWA MAZUR-WIERZBICKA prof. US				
Cele przedmiotu:		Celem jest przedstawienie studentom podstawowych zagadnie dotycz cych społecznej odpowiedzialno ci w biznesie jako integralnej cz ci zarz dzenia przedsi biorstwem oraz jako codziennej praktyki.				
Wymagania wst pne:		Student ma znajomo podstaw ekonomii, teorii zarz dzenia i marketingu, umie my le analitycznie, wykazuje kreatywno oraz umie komunikowa si z innymi.				
EFEKTY UCZENIA SI						
Kategoria	Lp	KOD	Opis efektu		Odniesienie do efektów dla programu	
wiedza	1	EP1	zna koncepcj interesariuszy firmy oraz zarz dzenia interesariuszami w systemie zarz dzenia strategicznego przedsi biorstwem		K_W01 K_W04	
	2	EP3	zna znaczenie społecznie odpowiedzialnego przywództwa oraz kultury organizacji w realizowaniu koncepcji społecznej odpowiedzialno ci biznesu		K_W03 K_W10	
umiej tno ci	1	EP2	posiada wiedz dotycz c modeli społecznej odpowiedzialno ci przedsi biorstw oraz tzw. dobrych praktyk w biznesie		K_U03 K_U08	
kompetencje społeczne	1	EP4	jest gotów do pracy w grupie planuj c projekt społecznie odpowiedzialny		K_K03 K_K05	
TRE CI PROGRAMOWE					Semestr	
					Liczba godzin	
					w tym e-learning	
Przedmiot: społeczna odpowiedzialno biznesu						
Forma zaj : wykład						
1. Społeczna odpowiedzialno w biznesie - istota, uj cie definicyjne, geneza i rozwój, koncepcje pokrewne			2	4	0	
2. Modele społecznej odpowiedzialno ci przedsi biorstw oraz koncepcja interesariuszy firmy			2	3	0	
3. Wielowymiarowo CSR			2	2	0	
4. Normy, standardy, narz dzia społecznej odpowiedzialno ci organizacji			2	2	0	
5. CSR - uj cie strategiczne. Etapy implementacji CSR w organizacji			2	2	0	
6. Raportowanie CSR			2	2	0	

Forma zaj : wiczenia						
1. Społeczna odpowiedzialno w biznesie -istota, uj cie definicyjne, geneza i rozwój, koncepcje pokrewne.		2	8	0		
2. Społeczna odpowiedzialno przedsi biorstwa - relacje z interesariuszami wewn trznymi i zewn trznymi.		2	2	0		
3. Obszary społecznej odpowiedzialno ci biznesu. Modele CSR.		2	4	0		
4. Podej cie i strategiczne do CSR . Pomiar społecznej odpowiedzialno ci organizacji. Raportowanie społecznej odpowiedzialno ci biznesu.		2	4	0		
5. CSR- dobre praktyki.		2	10	0		
6. Podsumowanie wicze - zaliczenie przedmiotu		2	2	0		
Metody kształcenia		wykład, dyskusja, case study, praca w grupach				
Metody weryfikacji efektów uczenia si				Nr efektu uczenia si z sylabusu		
	EGZAMIN PISEMNY			EP1,EP2,EP3		
	PRACA PISEMNA/ ESEJ/ RECENZJA			EP1,EP2,EP3,EP4		
	ZAJ CIA PRAKTYCZNE (WERYFIKACJA POPRZEZ OBSERWACJ)			EP1,EP2,EP3,EP4		
Forma i warunki zaliczenia	<p>Forma i warunki zaliczenia: studenci s oceniani na podstawie opracowania indywidualnego projektu dotycz tego praktyki społecznej odpowiedzialno ci w biznesie (50% oceny), który weryfikuje osi gni cie efektów kształcenia w zakresie wiedzy oraz na podstawie zaangażowania w prac grupow podczas zaj (50% oceny), dotycz c społecznej odpowiedzialno ci przedsi biorstw, która sprawdza efekty kształcenia w zakresie wiedzy oraz kompetencji społecznych.</p> <p>Forma i warunki egzaminu: studenci s oceniani na podstawie egzaminu pisemnego (4 pytania), który obejmuje zagadnienia z wykładów i wicze oraz zalecanej literatury oraz weryfikuje osi gni cie efektów kształcenia w zakresie wiedzy.</p>					
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu					
	Ocena ostateczna jest równa redniej arytmetycznej ocen uzyskanych z zaliczenia i egzaminu.					
Metoda obliczania oceny ko cowej	Sem.	Przedmiot		Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej
	2	społeczna odpowiedzialno biznesu			Arytmetyczna	
	2	społeczna odpowiedzialno biznesu [wykład]		egzamin		
	2	społeczna odpowiedzialno biznesu [wiczenia]		zaliczenie z ocen		
Literatura podstawowa	Adamczyk J. (2009): Społeczna odpowiedzialno przedsi biorstw, PWE, Warszawa					
	Paliwoda-Matiola ska A. (2014): Odpowiedzialno społeczna w procesie zarz dzania przedsi biorstwem, C.H. Beck, Warszawa					
	R. Tyszkiewicz (2017): Zarz dzanie relacjami z interesariuszami organizacji, PLACET, Warszawa					
	Roszkowska P. (2011): Rewolucja w raportowaniu biznesowym. Interesariusze, konkurencyjno , społeczna odpowiedzialno , Difin, Warszawa					
	Rybak M. (2011): Etyka mened era - społeczna odpowiedzialno przedsi biorstwa, PWN, Warszawa					
	U. Janeczek (2016): Społeczna odpowiedzialno przedsi biorstwa a marketing, Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach, Katowice					
Literatura uzupełniaj ca	K. Buglewicz (2017): Społeczna odpowiedzialno biznesu nowa warto konkurencyjna, PWE, Warszawa					
	K. Waliszewski (red.) (2017): Społeczna odpowiedzialno instytucji finansowych perspektywa banków po redników i doradców finansowych, CEDEWU, Warszawa					
	M. Krukowska (2012): Jak ocenia odpowiedzialno społeczn biznesu, Scriptorium, Opole					
	Stanisław Fel (red.) (2014): Społeczna odpowiedzialno gospodarki perspektywa interdyscyplinarna, Katolicki Uniwersytet Lubelski, Lublin					
NAKŁAD PRACY STUDENTA						
		Liczba godzin				
		W tym e-learning				
Zaj cia dydaktyczne		45		0		

Udział w egzaminie/zaliczeniu	4	0
Przygotowanie si do zaj	20	0
Studiowanie literatury	18	0
Udział w konsultacjach	35	0
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	18	0
Przygotowanie si do egzaminu/zaliczenia	10	0
Ł CZNY nakład pracy studenta w godz.	150	
Liczba punktów ECTS	6	

S Y L A B U S (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: USEFZ-Z-O-II-S-21/22Z						
Nazwa przedmiotu: strategiczne zarz dzanie kapitałem ludzkim (KIERUNKOWE)				Kod przedmiotu: US182AIIJ2935_29S		
Nazwa kierunku: zarz dzanie						
Forma studiów: II stopnia, stacjonarne		Profil studiów: ogólnoakademicki		Specjalno :		
Status przedmiotu: obowi zkowy			J zyk przedmiotu: semestr: 1 - j zyk polski			
Rok	Semestr	Forma zaj	Liczba godzin		Forma zaliczenia	ECTS
				w tym e-learning		
1	1	wiczenia	15	0	ZO	5
		wykład	15	0	E	
Razem			30			5
Koordynator przedmiotu:		dr hab. MAREK KUNASZ				
Prowadz cy zaj cia:		dr hab. MAREK KUNASZ				
Cele przedmiotu:		Celem przedmiotu jest pogł biona analiza nowych tendencji i wyzwa w zarz dzaniu kapitałem ludzkim organizacji wyzwalaj ca gotowo rozwi zywanie problemów personalnych w organizacji z uwzgl dnieniem wymiaru strategicznego podejmowanych decyzji personalnych.				
Wymagania wst pne:		Student posiada wiedz dotycz c podstaw zarz dzania, zachowa organizacyjnych oraz zarz dzania zasobami ludzkimi.				
EFEKTY UCZENIA SI						
Kategoria	Lp	KOD	Opis efektu		Odniesienie do efektów dla programu	
wiedza	1	EP1	zna aktualne tendencje w zarz dzaniu kapitałem ludzkim		K_W10	
	2	EP2	zna istot podej cia strategicznego do zarz dzania kapitałem ludzkim oraz stosowane instrumentarium		K_W02 K_W10	
umiej tno ci	1	EP3	potrafi prowadzi analiz , pomiar i ocen procesu tworzenia warto ci przez polityk i praktyki zarz dzania kapitałem ludzkim w organizacji		K_U01	
	2	EP4	potrafi dobra odpowiednie instrumentarium w ramach poszczególnych podobszarów zarz dzania kapitałem ludzkim		K_U05	
kompetencje społeczne	1	EP5	jest gotów do rozwi zywanie problemów personalnych organizacji zgodnie z koncepcj strategicznego zarz dzania kapitałem ludzkim		K_K02	
TRE CI PROGRAMOWE				Semestr	Liczba godzin	
					w tym e-learning	
Przedmiot: strategiczne zarz dzanie kapitałem ludzkim						
Forma zaj : wykład						
1. Zarz dzanie kapitałem ludzkim na tle innych podej do funkcjonowania sfery personalnej				1	3	0
2. Strategiczny wymiar zarz dzania kapitałem ludzkim				1	2	0
3. Uwarunkowania strategicznego zarz dzania kapitałem ludzkim w organizacji				1	2	0
4. Metody analizy strategicznej personelu				1	2	0
5. Zarz dzanie kapitałem ludzkim w oparciu o kompetencje				1	2	0

6. Elastyczne zarządzanie kapitałem ludzkim		1	2	0
7. Pomiar kapitału ludzkiego		1	2	0
Forma zajęć : wiczenia				
1. Zarządzanie kapitałem ludzkim na tle innych podejść do funkcjonowania sfery personalnej		1	3	0
2. Strategiczny wymiar zarządzania kapitałem ludzkim		1	2	0
3. Uwarunkowania strategicznego zarządzania kapitałem ludzkim w organizacji		1	2	0
4. Metody analizy strategicznej personelu		1	2	0
5. Zarządzanie kapitałem ludzkim w oparciu o kompetencje		1	2	0
6. Elastyczne zarządzanie kapitałem ludzkim		1	2	0
7. Pomiar kapitału ludzkiego		1	2	0
Metody kształcenia	prezentacja multimedialna, dyskusje, praca w grupach, studia przypadków.			
Metody weryfikacji efektów uczenia się				Nr efektu uczenia się z sylabusu
	EGZAMIN PISEMNY			EP1,EP2
	KOŁOKWIUM			EP1,EP2,EP3,EP4
	ZAJĘCIA PRAKTYCZNE (WERYFIKACJA POPRZECZ OBSERWACJAMI)			EP3,EP4,EP5
Forma i warunki zaliczenia	<p>Na ocenę zaliczenia większe wpływa aktywność w pracy grupowej podczas realizacji zadań (50 %) w trakcie większe oraz kolokwium w postaci pytań testowych jednokrotnego wyboru (50 %). Egzamin w formie pytań opisowych obejmujących wiedzę z zakresu wykładów oraz zalecanej literatury.</p> <p>W okresie nauczania hybrydowego lub wyłącznie nauczania zdalnego nastąpi zmiana metod weryfikacji efektów uczenia się na następujące: - EGZAMIN PISEMNY EP1, EP2 - PROJEKT EP1, EP2, EP3, EP4, EP5 - ZAJĘCIA PRAKTYCZNE (WERYFIKACJA PRZEZ OBSERWACJAMI) EP3, EP4, EP5</p> <p>W okresie nauczania hybrydowego lub wyłącznie nauczania zdalnego nastąpi zmiana warunków zaliczenia przedmiotu na następujące wymogi: - warunkiem zaliczenia wykładu jest uzyskanie oceny pozytywnej z EGZAMINU PISEMNEGO w formie testu przeprowadzonego przez MS TEAMS, - warunkiem zaliczenia większe jest uzyskanie oceny pozytywnej: z projektu na zadany temat i jego prezentacji przeprowadzonej przez MS TEAMS, traktowanej jako zajęcie praktyczne.</p>			
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu			
	Ocena z przedmiotu to ocena z egzaminu.			
Metoda obliczania oceny końcowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny
	1	strategiczne zarządzanie kapitałem ludzkim		Nieobliczana
	1	strategiczne zarządzanie kapitałem ludzkim [wykład]	egzamin	
	1	strategiczne zarządzanie kapitałem ludzkim [wiczenia]	zaliczenie z ocen	
Literatura podstawowa	Armstrong M. (2010): Strategiczne zarządzanie zasobami ludzkimi, Wolters Kluwer, Warszawa			
	Jamka B. (2011): Czynniki ludzkie we współczesnym przedsiębiorstwie: zasób czy kapitał?, Wolters Kluwer, Warszawa			
	Juchnowicz M. (red.) (2013): Zarządzanie kapitałem ludzkim, PWE, Warszawa			
	Oleksyn T. (2010): Zarządzanie kompetencjami, Wolters Kluwer, Warszawa			
Literatura uzupełniająca	Jeruszka U. (2015): Kompetencje. Aspekty teoretyczne i praktyczne, Difin, Warszawa			
	Juchnowicz M. (red.) (2007): Elastyczne zarządzanie kapitałem ludzkim w organizacji wiedzy, Difin, Warszawa			
	Lipka A. (2000): Strategie personalne firmy, Wydawnictwo Profesjonalnej Szkoły Biznesu, Kraków			
	Zbiegieł-Maciąg L. (red.) (2006): Nowe tendencje i wyzwania w zarządzaniu personelem, Oficyna Ekonomiczna, Kraków			

NAKŁAD PRACY STUDENTA

	Liczba godzin	
		W tym e-learning
Zajęcia dydaktyczne	30	0
Udział w egzaminie/zaliczeniu	2	0
Przygotowanie się do zajęć	29	0
Studiowanie literatury	29	0
Udział w konsultacjach	7	0
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	0	0
Przygotowanie się do egzaminu/zaliczenia	28	0
Ł. CZYNY nakład pracy studenta w godz.	125	
Liczba punktów ECTS	5	

SYLABUS (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: USEFZ-Z-O-II-S-21/22Z							
Moduł: Blok: Zarządzanie biznesem [moduł]							
Nazwa przedmiotu: strategie innowacyjne przedsiębiorstw (KIERUNKOWE)					Kod przedmiotu: US182AIJ2714_13S		
Nazwa kierunku: zarządzanie							
Forma studiów: II stopnia, stacjonarne			Profil studiów: ogólnoakademicki		Specjalność:		
Status przedmiotu: fakultatywny			Język przedmiotu: semestr: 2 - język polski				
Rok	Semestr	Forma zajęć	Liczba godzin		Forma zaliczenia	ECTS	
				w tym e-learning			
1	2	wiczenia	15	0	ZO	1	
Razem			15			1	
Koordynator przedmiotu:		dr hab. KATARZYNA SZOPIK-DEPCZYŃSKA					
Prowadzący zajęcia:		dr KATARZYNA KAZOJ					
Cele przedmiotu:		Celem jest uzyskanie wiedzy z zakresu strategii innowacyjnych przedsiębiorstw					
Wymagania wstępne:		student zna podstawy organizacji i zarządzania w przedsiębiorstwie ma wpojone nawyki kształcenia ustawicznego student rozróżnia podstawowe kategorie ekonomiczne, jak np. zasoby, procesy itd.					
EFEKTY UCZENIA SI							
Kategoria	Lp	KOD	Opis efektu			Odniesienie do efektów dla programu	
wiedza	1	EP1	Ma podstawową wiedzę na temat innowacyjności małych przedsiębiorstw oraz formułowania strategii innowacyjnych przedsiębiorstw			K_W02	
	2	EP2	Ma wiedzę dotyczącą istoty i rodzajów strategii innowacyjnych przedsiębiorstw			K_W04 K_W11	
umiejętności	1	EP3	Student na podstawie określonych parametrów potrafi przeprowadzić analizę przedsiębiorstwa i jego otoczenia oraz ocenić stan innowacyjności i wskaże potencjalne źródła innowacji wraz z propozycją przyjęcia jednej ze strategii innowacji			K_U03	
	2	EP4	Umie ocenić przydatność rozwiązań innowacyjnych w małej firmie			K_U01	
kompetencje społeczne	1	EP5	Jest gotów do kreowania twórczych pomysłów, indywidualnie i zespołowo			K_K04	
TREŃCI PROGRAMOWE					Semestr	Liczba godzin	
						w tym e-learning	
Przedmiot: strategie innowacyjne przedsiębiorstw							
Forma zajęć: wiczenia							
1. Specyfika działalności innowacyjnej w małych przedsiębiorstwach					2	2	0
2. Rodzaje strategii innowacyjnych					2	2	0
3. Formułowanie strategii innowacyjnej					2	2	0
4. Innowacyjne podmioty i ich strategie działania- analiza przypadków					2	2	0

5. Innowacyjne modele biznesu		2	3	0	
6. Regionalne strategie innowacji - podstawowe założenia i analiza		2	3	0	
7. Strategie innowacyjne a potencjał konkurencyjny przedsiębiorstwa		2	1	0	
Metody kształcenia	opracowanie projektu, praca w grupach, wykład z elementami konwersatoryjnymi, wyczenia z wykorzystaniem case study, prezentacja multimedialna				
Metody weryfikacji efektów uczenia się				Nr efektu uczenia się z sylabusu	
	KOLOKWIUM			EP1,EP2	
	PROJEKT			EP3,EP4,EP5	
Forma i warunki zaliczenia	Zaliczenie wyczenia następuje poprzez wykonanie pracy zaliczeniowej i jej prezentacja lub przeprowadzenie badania i prezentacja ich wyników				
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu wyczenia zaliczane są na podstawie wykonania i zaprezentowania podczas zajęć projektu tematycznego, odpowiadającego treściom programowym i efektom kształcenia. Ocena projektu- brana jest pod uwagę zawartość merytoryczna i forma prezentacji. Ocena końcowa (ocena koordynatora) to ocena z wyczenia.				
Metoda obliczania oceny końcowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej
	2	strategie innowacyjne przedsiębiorstw		Nieobliczana	
	2	strategie innowacyjne przedsiębiorstw [wyczenia]	zaliczenie z ocen		
Literatura podstawowa	Janasz W. (2011): Innowacje w zrównoważonym rozwoju organizacji, Difin, Warszawa				
	Szopik-Depczyńska K. (2018): Koncepcja innowacji kreowanej przez uczestnika w działalności badawczo-rozwojowej przedsiębiorstw, Wydawnictwo Uniwersytetu Szczecińskiego, Szczecin				
	Wiadek A. (2013): Innowacje przyszłości rozwoju gospodarki. Cz. I., IVG, Szczecin				
	Wińiewska J., Janasz K. (2014): Innowacje i ich zarządzanie w zarządzaniu organizacjami, CeDeWu.pl, Warszawa				
	Wińiewska J., Janasz K. (2015): Innowacje i procesy transferu technologii w strategicznym zarządzaniu organizacjami, Difin, Warszawa				
	Wińiewska J., Janasz K. (2012): Innowacyjność organizacji w strategii inteligentnego i zrównoważonego rozwoju, Difin, Warszawa				
	Wińiewska J., Wiadek A. (2014): Innowacje we współczesnej gospodarce, IVG, Szczecin				
Literatura uzupełniająca	Drucker P. (2008): Myśli przewodnie Druckera, MT Biznes, Warszawa				
	Klimas P. (2019): Relacje współtworzenia innowacji w ekosystemach. Kontekst ekosystemu gamingowego, C.H. Beck, Warszawa				
	Wińiewska J. (2004): Ekonomiczne determinanty dyfuzji innowacji produktowych i technologicznych w banku komercyjnym, Wydawnictwo Naukowe US, Szczecin				
	Wińiewska J. (2010): Procesy transferu technologii w bankach komercyjnych w Polsce, Wydawnictwo Naukowe US, Szczecin				
NAKŁAD PRACY STUDENTA					
		Liczba godzin			
				W tym e-learning	
Zajęcia dydaktyczne		15		0	
Udział w egzaminie/zaliczeniu		2		0	
Przygotowanie się do zajęć		1		0	
Studiowanie literatury		2		0	
Udział w konsultacjach		1		0	
Przygotowanie projektu / eseju / itp.		2		0	
Przygotowanie się do egzaminu/zaliczenia		2		0	

Ł CZNY nakład pracy studenta w godz.	25
Liczba punktów ECTS	1

S Y L A B U S (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: USEFZ-Z-O-II-S-21/22Z							
Moduł: Blok: Zarz dzenie biznesem [moduł]							
Nazwa przedmiotu: strategie rozwoju przedsi biorstw (KIERUNKOWE)					Kod przedmiotu: US182AIJ2713_34S		
Nazwa kierunku: zarz dzenie							
Forma studiów: II stopnia, stacjonarne			Profil studiów: ogólnoakademicki		Specjalno :		
Status przedmiotu: fakultatywny				J zyk przedmiotu: semestr: 3 - j zyk polski			
Rok	Semestr	Forma zaj	Liczba godzin		Forma zaliczenia	ECTS	
				w tym e-learning			
2	3	wiczenia	15	0	ZO	1	
Razem			15			1	
Koordynator przedmiotu:		dr WOJCIECH LEO SKI					
Prowadz cy zaj cia:		dr WOJCIECH LEO SKI					
Cele przedmiotu:		Celem jest przekazanie studentom wiedzy z zakresu identyfikacji i dopasowania strategii realizowanych na wszystkich poziomach przedsi biorstwa oraz umiej tno ci dokonania wyboru optymalnej strategii dziaania na rynku.					
Wymagania wst pne:		Wiedzy: zna podstawowe poj cia typu przedsi biorca, przedsi biorczo , zna typy i formy przedsi biorstw Umiej tno ci: potrafi dokona analizy funkcjonowania przedsi biorstwa' Kompetencji (postaw): jest przygotowany do analizy opisów przypadku					
EFEKTY UCZENIA SI							
Kategoria	Lp	KOD	Opis efektu			Odniesienie do efektów dla programu	
wiedza	1	EP1	Zna istot i klasyfikacje strategii, proces tworzenia strategii oraz identyfikacj kryteriów wyboru optymalnej strategii dziaania przedsi biorstwa na rynek			K_W04 K_W06	
umiej tno ci	1	EP2	Posiada umiej tno ci identyfikacji realizowanej strategii, wyboru i dopasowania najlepszej strategii w zale no ci od wyniku analizy strategiczne			K_U01 K_U03 K_U05	
kompetencje społeczne	1	EP3	Jest gotów do krytycznej oceny posiadanej wiedzy i odbieranych tre ci			K_K01	
	2	EP5	Jest gotów do my lenia i dziaania w sposób przedsi biorczy i innowacyjny			K_K04	
TRE CI PROGRAMOWE					Semestr	Liczba godzin	
						w tym e-learning	
Przedmiot: strategie rozwoju przedsi biorstw							
Forma zaj : wiczenia							
1. Identyfikacja istoty strategii. Proces formułowania, kryteria wyboru i rodzaje strategii.					3	2	0
2. Strategie podstawowe, analiza przypadku na przykładzie konkretnego przedsi biorstwa - case study.					3	2	0
3. Strategie dziedziny gospodarowania, analiza przypadku na przykładzie konkretnego przedsi biorstwa - case study.					3	2	0
4. Strategie funkcjonalne i marketingowe, analiza przypadku na przykładzie konkretnego przedsi biorstwa - case study.					3	2	0
5. Metody analizy strategicznej przydatne przy opracowywaniu strategii.					3	3	0
6. Outsourcing jako strategia rozwoju (cele outsourcingu, rodzaje outsourcingu, zalety i wady outsourcingu). Case study.					3	2	0

7. Franchising jako strategia rozwoju (istota franchisingu, rodzaje franchisingu, zalety i wady franchisingu z punktu widzenia franchyzodawcy i franchyzobiorcy). Case study.		3	2	0	
Metody kształcenia	Dyskusje studentów' Praca z grupach nad problemem Rozwi zywanie zada , analizy przypadków (case study)				
Metody weryfikacji efektów uczenia si				Nr efektu uczenia si z sylabusa	
	KOLOKWIUM			EP1,EP2	
	ZAJ CIA PRAKTYCZNE (WERYFIKACJA POPRZEZ OBSERWACJ)			EP2,EP3,EP5	
Forma i warunki zaliczenia	<p>Forma i warunki zaliczenia: Przedmiot ko czy si zaliczeniem z ocen . Ocena z przedmiotu jest wystawiana na podstawie oceny z wicze . Ocena zaliczeniowa z wicze składa si z nast puj cych ocen cz stkowych: 70% oceny stanowi zaliczenie pisemne przedmiotu w postaci kolokwium (pytania otwarte z teoretycznej cz ci materiału oraz dotycz ce przykładów z praktyki gospodarczej) 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. 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.</p>				
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu				
	Ocena z przedmiotu jest równa ocenie z wicze				
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				
	Obłój 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 uzupełniaj ca	Beyer K., Koziół-Nadolna, K., Leo ski W., Czerniachowicz B., Szczepkowska M., Wieczorek-Szyma ska A. (2020): Formy działania i modele biznesowe współczesnych organizacji, Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Szczeci skiego, Szczecin				
	Grzegorzczak W., Szyma ska K. (2018): Strategie marketingowe polskich przedsi biorstw na rynkach zagranicznych. Studia przypadków, Uniwersytet Łódzki, Łód				
	Luke Ike (2017): Business strategy, Xlibris				
	Obłój K. (2017): Praktyka strategii firmy, Poltext, Warszawa				
NAKŁAD PRACY STUDENTA					
		Liczba godzin			
		W tym e-learning			
Zaj cia dydaktyczne	15		0		
Udział w egzaminie/zaliczeniu	2		0		
Przygotowanie si do zaj	1		0		
Studiowanie literatury	0		0		
Udział w konsultacjach	5		0		
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	0		0		
Przygotowanie si do egzaminu/zaliczenia	2		0		
Ł CZNY nakład pracy studenta w godz.	25				
Liczba punktów ECTS	1				

S Y L A B U S (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: USEFZ-Z-O-II-S-21/22Z							
Nazwa przedmiotu: szkolenie BHP (INNE DO ZALICZENIA)					Kod przedmiotu: US182AIJ119_4S		
Nazwa kierunku: zarz dzanie							
Forma studiów: II stopnia, stacjonarne		Profil studiów: ogólnoakademicki			Specjalno :		
Status przedmiotu: obowi zkowy				J zyk przedmiotu: semestr: 1 - j zyk polski			
Rok	Semestr	Forma zaj	Liczba godzin		Forma zaliczenia	ECTS	
				w tym e-learning			
1	1	wykład	5	0	Z	0	
Razem			5			0	
Koordynator przedmiotu:		mgr APOLONIUSZ KURYLCZYK					
Prowadz cy zaj cia:		dr MARIUSZ SIKORA					
Cele przedmiotu:							
Wymagania wst pne:							
EFEKTY UCZENIA SI							
Kategoria	Lp	KOD	Opis efektu			Odniesienie do efektów dla programu	
TRE CI PROGRAMOWE					Semestr	Liczba godzin	
						w tym e-learning	
Przedmiot:							
Forma zaj :							
Metody kształcenia							
Metody weryfikacji efektów uczenia si					Nr efektu uczenia si z sylabusu		
Forma i warunki zaliczenia							
Zasady wyliczania oceny z przedmiotu							
Metoda obliczania oceny ko cowej	Sem.	Przedmiot			Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej
	1	szkolenie BHP				Nieobliczana	
	1	szkolenie BHP [wykład]			zaliczenie		
Literatura podstawowa							
Literatura uzupełniaj ca							

NAKŁAD PRACY STUDENTA

	Liczba godzin	
		W tym e-learning
Zajęcia dydaktyczne	5	0
Udział w egzaminie/zaliczeniu	0	0
Przygotowanie się do zajęć	0	0
Studiowanie literatury	0	0
Udział w konsultacjach	0	0
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	0	0
Przygotowanie się do egzaminu/zaliczenia	0	0
Ł. CZYNY nakład pracy studenta w godz.	5	
Liczba punktów ECTS	0	

S Y L A B U S (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: USEFZ-Z-O-II-S-21/22Z							
Nazwa przedmiotu: tworzenie i rozwój grup kapitałowych (KIERUNKOWE)					Kod przedmiotu: US182AIJ2713_43S		
Nazwa kierunku: zarz dżanie							
Forma studiów: II stopnia, stacjonarne			Profil studiów: ogólnoakademicki		Specjalno : 		
Status przedmiotu: obowi zkowy				J zyk przedmiotu: semestr: 4 - j zyk polski			
Rok	Semestr	Forma zaj	Liczba godzin		Forma zaliczenia	ECTS	
				w tym e-learning			
2	4	konwersatorium	30	0	E	5	
Razem			30			5	
Koordynator przedmiotu:		dr KAROLINA BEYER					
Prowadz cy zaj cia:		dr MALWINA SZCZEPKOWSKA					
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					
EFEKTY UCZENIA SI							
Kategoria	Lp	KOD	Opis efektu			Odniesienie do efektów dla programu	
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 strategie 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	
TRE CI PROGRAMOWE					Semestr	Liczba godzin	
						w tym e-learning	
Przedmiot: tworzenie i rozwój grup kapitałowych							
Forma zaj : konwersatorium							
1. Rozwój wewn trzny i zewn trzny. Motywy wzrostu zewn trznego					4	2	0
2. Rodzaje struktur jednostek gospodarczych. Znaczenie struktur kapitałowych					4	2	0
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	0
4. Rodzaje powi za uczestników grupy kapitałowej: kapitałowe, maj tkowe, personalne, kontraktowe.					4	2	0

5. Prezentacje studentów: przykłady grup kapitałowych w okresie leniem ich typów	4	2	0
6. Sposoby tworzenia grup kapitałowych: przejęcie, outsourcing kapitałowy, utworzenie nowych spółek, konsolidacja właścicielska.	4	4	0
7. Prezentacje studentów: przykłady tworzenia grup kapitałowych (przejęcie, outsourcing kapitałowy, nowe spółki, konsolidacja właścicielska)	4	2	0
8. Kształtowanie to samości korporacyjnej w grupach kapitałowych	4	2	0
9. Prezentacje studentów na temat zmian to samości korporacyjnej w grupach kapitałowych	4	2	0
10. Strategie rozwoju grup kapitałowych	4	4	0
11. Corporate governance i nadzór właścicielski w grupach kapitałowych	4	2	0
12. Specyfika rodzinnych grup kapitałowych. Rozwój grup kapitałowych w Polsce i na świecie	4	2	0

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>Forma i warunki zaliczenia: Ocena zaliczeniowa ustalana jest na podstawie ocen częściowych 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 samości spółek w grupach kapitałowych, wymieni sposoby tworzenia grup kapitałowych.</p>				
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu				
	<p>Ocena z przedmiotu ustalana jest na podstawie oceny z konwersatorium: 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>				

Metoda obliczania oceny końcowej	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-Miszta A., Kluzek M., Kozłowska-Makó D. (2017): Zarządzanie finansami grupy kapitałowej, Texter, Warszawa				

NAKŁAD PRACY STUDENTA

	Liczba godzin	
		W tym e-learning
Zajęcia dydaktyczne	30	0
Udział w egzaminie/zaliczeniu	2	0
Przygotowanie się do zajęć	20	0
Studiowanie literatury	18	0
Udział w konsultacjach	15	0
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	20	0

Przygotowanie si do egzaminu/zaliczenia	20	0
Ł CZNY nakład pracy studenta w godz.	125	
Liczba punktów ECTS	5	

SYLABUS (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: USEFZ-Z-O-II-S-21/22Z						
Nazwa przedmiotu: współczesne teorie firmy (PODSTAWOWE)				Kod przedmiotu: US182AIIJ2935_24S		
Nazwa kierunku: zarządzanie						
Forma studiów: II stopnia, stacjonarne		Profil studiów: ogólnoakademicki		Specjalność:		
Status przedmiotu: obowiązkowy			Język przedmiotu: semestr: 3 - j. język polski			
Rok	Semestr	Forma zajęć	Liczba godzin		Forma zaliczenia	ECTS
				w tym e-learning		
2	3	wiczenia	15	0	ZO	5
		wykład	15	0	E	
Razem			30			5
Koordynator przedmiotu:		dr AGNIESZKA KWARCISKA				
Prowadzący zajęcia:		dr hab. KATARZYNA WŁODARCZYK , dr AGNIESZKA KWARCISKA				
Cele przedmiotu:		Celem jest przedstawienie wiedzy o przedsiębiorstwie z zakresu głównego nurtu teorii ekonomii i alternatywnych teorii przedsiębiorstwa oraz kreowanie postawy badacza w zakresie poszukiwania nowych nurtów naukowych.				
Wymagania wstępne:		Student w zakresie wiedzy zna podstawy mikroekonomii i dysponuje wiedzą dotyczącą analizy przychodów, produkcyjności i kosztów w firmie oraz zna struktury rynkowe. Student w zakresie umiejętności potrafi rozwiązywać podstawowe zadania z zakresu mikroekonomii i interpretować uzyskane wyniki, będące przedmiotem analiz ekonomicznych. Student w zakresie kompetencji społecznych potrafi pracować w grupie.				
EFEKTY UCZENIA SI						
Kategoria	Lp	KOD	Opis efektu		Odniesienie do efektów dla programu	
wiedza	1	EP1	potrafi odnieść zasady działania gospodarki do organizacji		K_W02	
	2	EP2	zna nowe teorie firm i kierunki ich rozwoju		K_W04	
	3	EP3	zna zasady tworzenia strategii działania organizacji oraz cele taktyczne i operacyjne		K_W06	
umiejętności	1	EP4	wie, jak zastosować współczesne teorie ekonomiczne w odniesieniu do działalności organizacji		K_U02	
	2	EP5	umiejętnie ocenia wpływ otoczenia i ryzyko w funkcjonowaniu organizacji		K_U03	
kompetencje społeczne	1	EP6	obiektywnie ocenia swoją wiedzę		K_K01	
	2	EP7	zdobywa nową wiedzę i ceni opinie ekspertów		K_K03	
TREŚCI PROGRAMOWE				Semestr	Liczba godzin	
					w tym e-learning	
Przedmiot: współczesne teorie firmy						
Forma zajęć: wykład						
1. Niejasności wokół przedsiębiorstwa - jedna, czy wiele teorii?				3	3	0
2. Tradycyjne teorie przedsiębiorstwa - ujęcie krytyczne.				3	3	0
3. Klasyfikacje współczesnych teorii firmy.				3	3	0
4. Teorie menedżerskie, instytucjonalne i behawioralne.				3	3	0

5. Inne współczesne teorie firmy		3	3	0	
Forma zaj : wiczenia					
1. Neoklasyczna teoria przedsi biorstwa wobec realiów decyzji firm.		3	4	0	
2. Modele oligopoli i teoria gier.		3	3	0	
3. Decyzje "du ych" firm - od teorii mened erskich.		3	3	0	
4. Determinanty zachowa firm - w kierunku nowej ekonomii instytucjonalnej.		3	3	0	
5. Teorie firm XXI wieku - uwarunkowania, decyzje, rozwój.		3	2	0	
Metody kształcenia	wykład, studium przypadku, zadania algebraiczne, dyskusje				
Metody weryfikacji efektów uczenia si				Nr efektu uczenia si z sylabusu	
	EGZAMIN PISEMNY			EP1,EP2,EP3	
	KOLOKWIUM			EP1,EP2,EP3,EP4,EP5,EP6,EP7	
	PREZENTACJA			EP1,EP2,EP3,EP4,EP5,EP6,EP7	
Forma i warunki zaliczenia	Zaliczenie wicze - studenci s oceniani na podstawie kolokwium pisemnego, które testuje osi gni cia w zakresie wiedzy i umiej tno ci. Kolokwium pisemne obejmuje dwa pytania opisowe oraz dwa zadania. Ponadto studenci oceniani s na podstawie prezentacji przygotowanej na zaj cia na temat współczesnej teorii firmy, Przygotowana prezentacja weryfikuje osi gni cia efektów kształcenia w zakresie umiej tno ci i kompetencji społecznych. Po otrzymaniu zaliczenia z wicze student przyst puje do egzaminu pisemnego, który składa si z 3 pyta teoretycznych i dwóch zada .				
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu				
	Ocen dostateczn z wicze otrzymuje student, który przygotował prezentacj oraz otrzymał 60% punktów z kolokwium pisemnego. Ocen dobr otrzymuje student, który przygotował prezentacj oraz otrzymał 80% punktów z kolokwium pisemnego. Ocen bardzo dobr otrzymuje student, który przygotował prezentacj oraz otrzymał 100% punktów z kolokwium pisemnego. Z egzaminu pisemnego student otrzyma ocen dostateczn w przypadku, gdy uzyska 60% punktów, ocen dobr - 80%, za bardzo dobr - 100%. Ocena z przedmiotu wyliczana jest jako rednia ocen z wicze i egzaminu.				
Metoda obliczania oceny ko cowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej
	3	współczesne teorie firmy		Wa ona	
	3	współczesne teorie firmy [wiczenia]	zaliczenie z ocen		0,50
	3	współczesne teorie firmy [wykład]	egzamin		0,50
Literatura podstawowa	A. Noga (2009): Teorie przedsi biorstw, PWE, Warszawa				
	Frank R.H. (2007): Mikroekonomia, jakiej jeszcze nie było, Gda skie Wydawnictwo Psychologiczne, Gda sk				
	Gruszecki T. (2002): Współczesne teorie przedsi biorstwa, PWN, Warszawa				
	J. Boehlke (2010): Firma we współczesnej my li ekonomicznej. Studium teoretyczno-metodologiczne, Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Mikołaja Kopernika, Toru				
Literatura uzupełniają ca	Samuelson W.F., Marks S.G. (2009): Mikroekonomia mened erska, PWE, Warszawa				
	Varian H.R. (2011): Mikroekonomia. Kurs redni, uj cie nowoczesne, PWN, Warszawa				
NAKŁAD PRACY STUDENTA					
		Liczba godzin			
		W tym e-learning			
Zaj cia dydaktyczne	30	0			
Udział w egzaminie/zaliczeniu	2	0			
Przygotowanie si do zaj	18	0			
Studiowanie literatury	25	0			
Udział w konsultacjach	15	0			

Przygotowanie projektu / eseju / itp.	10	0
Przygotowanie si do egzaminu/zaliczenia	25	0
Ł CZNY nakład pracy studenta w godz.	125	
Liczba punktów ECTS	5	

S Y L A B U S (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: USEFZ-Z-O-II-S-21/22Z							
Moduł: Blok: Zarz dzenie projektami w praktyce [moduł]							
Nazwa przedmiotu: wst p do certyfikacji (KIERUNKOWE)					Kod przedmiotu: US182AIIJ3345_47S		
Nazwa kierunku: zarz dzenie							
Forma studiów: II stopnia, stacjonarne			Profil studiów: ogólnoakademicki		Specjalno :		
Status przedmiotu: fakultatywny				J zyk przedmiotu: semestr: 4 - j zyk polski			
Rok	Semestr	Forma zaj	Liczba godzin		Forma zaliczenia	ECTS	
				w tym e-learning			
2	4	laboratorium	15	0	ZO	1	
Razem			15			1	
Koordynator przedmiotu:		dr JOANNA RZEMPAŁA					
Prowadz cy zaj cia:		dr JOANNA RZEMPAŁA					
Cele przedmiotu:		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.					
Wymagania wst pne:		Podsady zarz dzenia					
EFEKTY UCZENIA SI							
Kategoria	Lp	KOD	Opis efektu			Odniesienie do efektów dla programu	
wiedza	1	EP1	zna i omawia najlepsze praktyki i systemy certyfikacji z zakresu zarz dzenia projektami w uj ciu klasycznym i zwinnym			K_W02 K_W04 K_W08	
umiej tno ci	1	EP3	analizuje najlepsze praktyki zarz dzenia projektami oraz diagnozuje sposoby podnoszenia efektywno ci zespołów projektowych			K_U02 K_U03 K_U08	
kompetencje społeczne	1	EP2	wykazuje ch rozwoju osobistego potrafi uargumentowa własne wybory jest przygotowany do pracy w projekcie, w ró nych bran ach			K_K01 K_K02 K_K04	
TRE CI PROGRAMOWE					Semestr	Liczba godzin	
						w tym e-learning	
Przedmiot: wst p do certyfikacji							
Forma zaj : laboratorium							
1. Wiod ce metodyki zarz dzenia projektami w podej ciu klasycznym (plan-driven) i adaptacyjnym (change-driven)					4	4	0
2. Model kompetencyjny IPMA, Certyfikacja IPMA-4LC					4	3	0
3. Kompetencje zarz dzenia projektami					4	4	0
4. Najlepsze praktyki zarz dzenia projektami					4	4	0
Metody kształcenia		prezentacje multimedialne praca w grupach analizy materiałów					

Metody weryfikacji efektów uczenia się					Nr efektu uczenia się z sylabusu
	KOLOKWIUM				EP1,EP2
	ZAJ CIA PRAKTYCZNE (WERYFIKACJA POPRZEZ OBSERWACJ)				EP1,EP2,EP3
Forma i warunki zaliczenia	zaliczenie kolowium, aktywno na zaj ciach				
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu				
	kolokwium 80%, aktywno 20%				
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					
NAKŁAD PRACY STUDENTA					
	Liczba godzin				
		W tym e-learning			
Zaj cia dydaktyczne	15	0			
Udział w egzaminie/zaliczeniu	2	0			
Przygotowanie się do zaj	2	0			
Studiowanie literatury	1	0			
Udział w konsultacjach	5	0			
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	0	0			
Przygotowanie się do egzaminu/zaliczenia	0	0			
Ł CZNY nakład pracy studenta w godz.	25				
Liczba punktów ECTS	1				

S Y L A B U S (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: USEFZ-Z-O-II-S-21/22Z							
Moduł: Blok: Zarz dzenie marketingowe [moduł]							
Nazwa przedmiotu: zarz dzenie mark (KIERUNKOWE)					Kod przedmiotu: US182AIIJ2866_27S		
Nazwa kierunku: zarz dzenie							
Forma studiów: II stopnia, stacjonarne			Profil studiów: ogólnoakademicki		Specjalno :		
Status przedmiotu: fakultatywny				J zyk przedmiotu: semestr: 3 - j zyk polski			
Rok	Semestr	Forma zaj	Liczba godzin		Forma zaliczenia	ECTS	
				w tym e-learning			
2	3	wiczenia	15	0	ZO	1	
Razem			15			1	
Koordynator przedmiotu:		dr MAŁGORZATA WI CICKA-FERNANDO					
Prowadz cy zaj cia:		dr MAGDALENA KOWALSKA					
Cele przedmiotu:		Przekazanie wiedzy z zakresu zarz dzenia mark jej znaczenia w działalno ci firmy oraz zapoznanie si z narz dziami budowania marki. Ukazanie roli silnych, warto ciowych marek na współczesnym rynku. Kształtowanie postawy osoby zdolnej do pracy w grupie i indywidualnie oraz wiadomej konieczno ci ci głego rozwoju i poszukiwania wiedzy.					
Wymagania wst pne:		Znajomo zagadnie z zakresu marketingu i podstaw zarz dzenia					
EFEKTY UCZENIA SI							
Kategoria	Lp	KOD	Opis efektu			Odniesienie do efektów dla programu	
wiedza	1	EP1	Zna podstawowe zasady budowania marki i tworzenia strategii marki w firmie.			K_W02 K_W03	
umiej tno ci	1	EP2	Student potrafi okre li znaczenie marki oraz zasady jej tworzenia w celach rynkowych oraz podj odpowiednie działania zwi zane z zarz dzeniem mark .			K_U01 K_U03 K_U05 K_U06 K_U08	
kompetencje społeczne	1	EP3	Student jest gotowy do poszukiwania rozwi za dla omawianych zagadnie , poprzez wykorzystanie posiadanej wiedzy. Potrafi w krytyczny sposób spojrze nie nieuczciwej praktyki w zarz dzeniu mark .			K_K01 K_K02 K_K03 K_K04	
TRE CI PROGRAMOWE					Semestr	Liczba godzin	
						w tym e-learning	
Przedmiot: zarz dzenie mark							
Forma zaj : wiczenia							
1. Podstawowe poj cia zwi zane z mark					3	2	0
2. Strategie zarz dzenia mark					3	2	0
3. Mierniki wiadomo ci i warto ci marki					3	3	0
4. Portfele marek					3	2	0
5. Kreowanie marki na współczesnym rynku					3	3	0

6. Zarządzanie wizerunkiem marki		3	2	0	
7. Zaliczenie		3	1	0	
Metody kształcenia	wiczenia z prezentacjami multimedialnymi, case study, prace w grupach				
Metody weryfikacji efektów uczenia się				Nr efektu uczenia się z sylabusu	
	KOLOKWIUM			EP1,EP2	
	PROJEKT			EP2,EP3	
Forma i warunki zaliczenia	Na ostateczną ocenę składają się : - ocena z prezentacji - ocena z kolokwium. - ocena aktywności na zajęciach wiczeniowych				
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu Student aby uzyskać ocenę dostateczną powinien osiągnąć 60% minimum do zdobyci punktów.				
Metoda obliczania oceny końcowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej
	3	zarządzanie mark		Nieobliczana	
	3	zarządzanie mark [wiczenia]	zaliczenie z ocen		
Literatura podstawowa	Kall, J., Kłeczek R., Sagan A., (2006): Zarządzanie mark , , Oficyna Wydawnicza				
	Kotler, P. (2008): Zarządzanie mark w segmencie B2B, , PWN				
	Lane K.K., (2016): Strategiczne zarządzanie mark , , Wyd. Nieoczywiste				
	Lindstrom M., (2009): Brand sense - marka pięciu zmysłów, Helion				
	Urbanek G., (2002): Zarządzanie mark , PWE				
Literatura uzupełniająca	Stwarz B., (2017): Content Marketing i Social Media, PWN				
	Szczepański J. (2015): Strategiczny brand marketing. Praktyczny przewodnik skutecznego marketingu dla menedżerów i nie tylko. , Helion				
	Taylor D. (2010): Wiza Marki, Oficyna				
	Tkaczyk P., (2011): Zakamarki marki. Rzeczy, o których mogłeś nie wiedzieć , zapomnieć lub pominąć podczas budowania swojej marki., Helion				
NAKŁAD PRACY STUDENTA					
		Liczba godzin			
			W tym e-learning		
Zajęcia dydaktyczne	15	0			
Udział w egzaminie/zaliczeniu	1	0			
Przygotowanie się do zajęć	3	0			
Studiowanie literatury	2	0			
Udział w konsultacjach	2	0			
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	1	0			
Przygotowanie się do egzaminu/zaliczenia	1	0			
Łączny nakład pracy studenta w godz.	25				
Liczba punktów ECTS	1				

S Y L A B U S (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: USEFZ-Z-O-II-S-21/22Z							
Moduł: Blok: Zarz dzenie biznesem [moduł]							
Nazwa przedmiotu: zarz dzenie portfelem technologii (KIERUNKOWE)					Kod przedmiotu: US182AIIJ2714_46S		
Nazwa kierunku: zarz dzenie							
Forma studiów: II stopnia, stacjonarne			Profil studiów: ogólnoakademicki		Specjalno :		
Status przedmiotu: fakultatywny				J zyk przedmiotu: semestr: 4 - j zyk polski			
Rok	Semestr	Forma zaj	Liczba godzin		Forma zaliczenia	ECTS	
				w tym e-learning			
2	4	wiczenia	15	0	ZO	1	
Razem			15			1	
Koordynator przedmiotu:		dr hab. JOANNA WI NIEWSKA					
Prowadz cy zaj cia:		dr hab. JOANNA WI NIEWSKA					
Cele przedmiotu:		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 niezbdnych działań zwi zanych z prawidłowym zarz dzeniem zasobami technicznymi.					
Wymagania wst pne:		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 - Kompetencji społecznych: ma wpojone nawyki kształcenia ustawicznego					
EFEKTY UCZENIA SI							
Kategoria	Lp	KOD	Opis efektu			Odniesienie do efektów dla programu	
wiedza	1	EP1	Ma wiedz na temat procesów zarz dzenia technologiami w organizacjach			K_W03 K_W05	
umiej tno ci	1	EP2	Potrafi dokona identyfikacji i oceni potencjał technologiczny organizacji oraz wskaza niezbdne działania w zakresie systemowego zarz dzenia technologii			K_U01	
kompetencje społeczne	1	EP3	Jest gotów do konfrontowania pozyskanej wiedzy z praktycznymi problemami organizacji.			K_K01 K_K03	
TRE CI PROGRAMOWE					Semestr	Liczba godzin	
						w tym e-learning	
Przedmiot: zarz dzenie portfelem technologii							
Forma zaj : wiczenia							
1. Istota i klasyfikacja technologii					4	2	0
2. Tworzenie potencjału technologicznego- kreowanie i pozyskiwanie technologii					4	2	0
3. Kluczowe procesy w systemowym zarz dzeniu technologii					4	3	0
4. Analiza potencjału technologicznego przedsi biorstwa- studia przypadków					4	4	0
5. Uwarunkowania i formy transferu technologii -praktyczne problemy					4	4	0
Metody kształcenia		Prezentacje z wykorzystaniem rodków multimedialnych, dyskusje, analizy studium przypadku					

Metody weryfikacji efektów uczenia się						Nr efektu uczenia się z sylabusu
	SPRAWDZIAN					EP1
	PREZENTACJA					EP1,EP2,EP3
Forma i warunki zaliczenia	Zaliczenie na podstawie ocen za realizację zadań i prezentacji uzyskanych rezultatów.					
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu					
	Ocena uzyskana za zaliczenie wliczona jest w ocenę z przedmiotu.					
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.Wi niewska, K. Janasz (red.) (2018): Zarządzanie przedsiębiorstwem przemysłowym we współczesnej gospodarce, wyd. II, CeDeWu, Warszawa					
	W. Gierulski, K. Santarek, J. Wi niewska (2020): Komercjalizacja i transfer technologii, PWE, Warszawa					
	Wi niewska J., Janasz K. (2015): Innowacje i procesy transferu technologii w strategicznym zarządzaniu organizacjami, Difin Warszawa					
Literatura uzupełniająca	Wi niewska J. (2010): Procesy transferu technologii w bankach komercyjnych w Polsce, Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego, Szczecin					
	Wi niewska J., Janasz K. (2013): Innowacje i jakość w zarządzaniu organizacjami, CeDeWu, Warszawa					
NAKŁAD PRACY STUDENTA						
		Liczba godzin				
					W tym e-learning	
Zajęcia dydaktyczne		15			0	
Udział w egzaminie/zaliczeniu		0			0	
Przygotowanie się do zajęć		4			0	
Studiowanie literatury		5			0	
Udział w konsultacjach		1			0	
Przygotowanie projektu / eseju / itp.		0			0	
Przygotowanie się do egzaminu/zaliczenia		0			0	
Łączny nakład pracy studenta w godz.		25				
Liczba punktów ECTS		1				

S Y L A B U S (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: USEFZ-Z-O-II-S-21/22Z							
Nazwa przedmiotu: zarz dzanie procesami (KIERUNKOWE)				Kod przedmiotu: US182AIIJ3346_8S			
Nazwa kierunku: zarz dzanie							
Forma studiów: II stopnia, stacjonarne		Profil studiów: ogólnoakademicki		Specjalno :			
Status przedmiotu: obowi zkowy			J zyk przedmiotu: semestr: 2 - j zyk polski				
Rok	Semestr	Forma zaj	Liczba godzin		Forma zaliczenia	ECTS	
				w tym e-learning			
1	2	wiczenia	30	0	ZO	6	
		wykład	15	0	E		
Razem			45			6	
Koordynator przedmiotu:		dr hab. DARIUSZ MILEWSKI					
Prowadz cy zaj cia:		dr hab. DARIUSZ MILEWSKI					
Cele przedmiotu:		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					
Wymagania wst pne:		Znajomo podstawowych zagadnie z zarz dzania i bada operacyjnych					
EFEKTY UCZENIA SI							
Kategoria	Lp	KOD	Opis efektu		Odniesienie do efektów dla programu		
wiedza	1	EP1	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		K_W02 K_W03 K_W05		
umiej tno ci	1	EP2	porównuje, analizuje i ocenia procesy organizacyjne pod k tem mo liwo ci ich usprawnienia i reorganizacji		K_U01		
kompetencje społeczne	1	EP3	student jest gotów do podejmowania dyskusje oraz prezentowania swojego stanowiska dotycz tego zarz dzania procesowego, przyjmowania aktywnej postawy w zakresie oceny procesów zachodz cych we współczesnych organizacjach		K_K01 K_K03 K_K04		
TRE CI PROGRAMOWE					Semestr	Liczba godzin	
						w tym e-learning	
Przedmiot: zarz dzanie procesami							
Forma zaj : wykład							
1. Zarz dzanie procesami - podstawowe poj cia					2	3	0
2. Analiza i modelowanie procesów					2	3	0
3. Metody usprawniania procesów					2	3	0
4. Lean Management i Six Sigma					2	2	0
5. Zarz dzanie procesowe w produkcji i usługach					2	2	0
6. Miejsce zarz dzania procesowego w organizacji					2	2	0

Forma zaj : wiczenia						
1. Zarządzanie procesami - podstawowe pojęcia		2	5	0		
2. Analiza i modelowanie procesów		2	5	0		
3. Metody usprawniania procesów		2	5	0		
4. Lean Management i Six Sigma		2	5	0		
5. Zarządzanie procesowe w produkcji i usługach		2	5	0		
6. Miejsce zarządzania procesowego w organizacji		2	5	0		
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	
	KOLOKWIUM				EP1,EP2	
	PROJEKT				EP2,EP3	
	ZAJĘCIA PRAKTYCZNE (WERYFIKACJA POPRZECZ OBSERWACJAMI)				EP2,EP3	
Forma i warunki zaliczenia	Egzamin z przedmiotu w formie ustnej z materiału obowiązującego 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 obserwację) oraz projekt grupowy. Ocena końcowa: ocen końcowych 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					
NAKŁAD PRACY STUDENTA						
		Liczba godzin				
		W tym e-learning				
Zajęcia dydaktyczne		45		0		
Udział w egzaminie/zaliczeniu		2		0		
Przygotowanie się do zajęć		23		0		
Studiowanie literatury		15		0		
Udział w konsultacjach		30		0		
Przygotowanie projektu / eseju / itp.		15		0		
Przygotowanie się do egzaminu/zaliczenia		20		0		
Łączny nakład pracy studenta w godz.		150				
Liczba punktów ECTS		6				

S Y L A B U S (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: USEFZ-Z-O-II-S-21/22Z							
Moduł: Blok: Zarządzanie marketingowe [moduł]							
Nazwa przedmiotu: zarządzanie relacjami w biznesie (KIERUNKOWE)					Kod przedmiotu: US182AIIJ2866_26S		
Nazwa kierunku: zarządzanie							
Forma studiów: II stopnia, stacjonarne			Profil studiów: ogólnoakademicki		Specjalność:		
Status przedmiotu: fakultatywny				Język przedmiotu: semestr: 3 - j język polski			
Rok	Semestr	Forma zajęć	Liczba godzin		Forma zaliczenia	ECTS	
				w tym e-learning			
2	3	wiczenia	15	0	ZO	1	
Razem			15			1	
Koordynator przedmiotu:		prof. dr hab. EDYTA RUDAWSKA					
Prowadzący zajęcia:		dr ANNA SZWAJLIK					
Cele przedmiotu:		Celem jest uświadomienie słuchaczy odnośnie do konieczności kształtowania trwałych i korzystnych relacji z interesariuszami firmy, tj. klientami, kontrahentami, pracownikami, mediami, konkurentami itp.					
Wymagania wstępne:		W zakresie wiedzy student definiuje podstawowe kategorie ekonomiczne, wyjaśnia sposób funkcjonowania przedsiębiorstw oraz wyjaśnia zasady marketingowego działania firm, zna koncepcję marketingu relacji w zakresie umiejętności student rozróżnia instrumenty marketingowego oddziaływania firm oraz narzędzia komunikacji rynkowej w zakresie kompetencji student potrafi pracować w zespole, posiada umiejętności komunikacji					
EFEKTY UCZENIA SI							
Kategoria	Lp	KOD	Opis efektu			Odniesienie do efektów dla programu	
wiedza	1	EP3	Wyjaśnia zasady tworzenia partnerskich relacji w biznesie			K_W02	
umiejętności	1	EP2	Potrafi wymienić interesariuszy firm w różnych branżach			K_U01	
kompetencje społeczne	1	EP4	jest gotowy do działania przedsiębiorczych i rozwiązuje problemy praktyczne			K_K04	
TREŚCI PROGRAMOWE					Semestr	Liczba godzin	
						w tym e-learning	
Przedmiot: zarządzanie relacjami w biznesie							
Forma zajęć: wiczenia							
1. Relacje z partnerami w biznesie jako źródło przewagi konkurencyjnej					3	4	0
2. Partnerstwo w relacjach biznesowych					3	3	0
3. Podmioty rynku, z którymi nawiązane są relacje przez przedsiębiorstwa					3	3	0
4. Specyfika kształtowania relacji z partnerami na rynkach instytucjonalnych					3	3	0
5. Zarządzanie relacjami z pracownikami					3	2	0
Metody kształcenia		Prezentacja multimedialna, wiczenia w grupach, dyskusja					

Metody weryfikacji efektów uczenia się					Nr efektu uczenia się z sylabusu
	KOLOKWIUM				EP2,EP3,EP4
Forma i warunki zaliczenia	Studenci oceniani są na podstawie jednego kolokwium obejmującego weryfikację wiedzy i umiejętności na podstawie testu, z pytaniami jednokrotnego i wielokrotnego wyboru oraz pytaniami otwartymi.				
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu				
Ocena z przedmiotu jest równa ocenie uzyskanej z zaliczenia.					
Metoda obliczania oceny końcowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej
	3	zarządzanie relacjami w biznesie		Nieobliczana	
	3	zarządzanie relacjami w biznesie [wiczenia]	zaliczenie z ocen		
Literatura podstawowa	Rudawska E. (2008): Znaczenie relacji z klientami w procesie kształtowania wartości przedsiębiorstwa, Wydawnictwo Naukowe US, Szczecin				
	Wiatowiec J. (2006): Wzrost partnerskie na rynku przedsiębiorstw, PWE, Warszawa				
Literatura uzupełniająca	Fonfara K., (2004): Marketing partnerski na rynku przedsiębiorstw, PWE				
	Olczak A., Urbaniak M. (2006): Marketing B2B w praktyce gospodarczej, PWE				
NAKŁAD PRACY STUDENTA					
		Liczba godzin			
				W tym e-learning	
Zajęcia dydaktyczne		15		0	
Udział w egzaminie/zaliczeniu		2		0	
Przygotowanie się do zajęć		0		0	
Studiowanie literatury		3		0	
Udział w konsultacjach		0		0	
Przygotowanie projektu / eseju / itp.		0		0	
Przygotowanie się do egzaminu/zaliczenia		5		0	
Ł. CZYNY nakład pracy studenta w godz.		25			
Liczba punktów ECTS		1			

S Y L A B U S (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: USEFZ-Z-O-II-S-21/22Z						
Nazwa przedmiotu: zarz dzenie strategiczne (PODSTAWOWE)				Kod przedmiotu: US182AIIJ2865_23S		
Nazwa kierunku: zarz dzenie						
Forma studiów: II stopnia, stacjonarne		Profil studiów: ogólnoakademicki		Specjalno : 		
Status przedmiotu: obowi zkowy			J zyk przedmiotu: semestr: 3 - j zyk polski			
Rok	Semestr	Forma zaj	Liczba godzin		Forma zaliczenia	ECTS
				w tym e-learning		
2	3	wiczenia	30	0	ZO	6
		wykład	15	0	E	
Razem			45			6
Koordynator przedmiotu:		dr hab. in . ALBERTO LOZANO PLATONOFF				
Prowadz cy zaj cia:		dr hab. in . ALBERTO LOZANO PLATONOFF				
Cele przedmiotu:		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.				
Wymagania wst pne:		<ul style="list-style-type: none"> -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. 				
EFEKTY UCZENIA SI						
Kategoria	Lp	KOD	Opis efektu		Odniesienie do efektów dla programu	
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	
			w tym e-learning

Przedmiot: zarz dzanie strategiczne

Forma zaj : wykład

1. Zarz dzanie strategiczne - ogólne poj cia	3	2	0
2. Typy strategii przy tworzeniu przewagi konkurencyjnej	3	2	0
3. Typy strategii przy tworzeniu przewagi konkurencyjnej	3	1	0
4. Konceptcje konkurowania	3	2	0
5. Strategia rozwoju przedsi biorstwa oraz fa czech warto ci	3	2	0
6. Elementy strategii	3	3	0
7. Wdro enie strategii	3	3	0

Forma zaj : wiczenia

1. Uwarunkowania decyzji strategicznych - studium przypadku	3	3	0
2. Wykorzystanie metod analizy scenariuszowej w planowaniu strategicznym	3	2	0
3. Analiza stanów otoczenia na przykładzie	3	2	0
4. Analiza oczekiwa interesariuszy i mapowanie interesariuszy na przykładzie	3	4	0
5. Analiza otoczenia konkurencyjnego w oparciu o pi sił Portera na przykładzie	3	4	0
6. Analiza grup strategicznych na przykładzie	3	2	0
7. Analiza potencjału firmy w oparciu o analiz kluczowych czynników sukcesu na przykładzie	3	3	0
8. Analiza fa cucha warto ci i identyfikacja kluczowych kompetencji	3	2	0
9. Analiza TOWS/SWOT, analiza SPACE i identyfikacja dróg strategicznych	3	3	0
10. Proces kształtowania misji i wizji	3	5	0
11. Kolokwium	3	0	0
12. Opracowanie propozycji strategicznych - analizy studiów przypadku	3	0	0
13. Wdro enie strategii- studium przypadku	3	0	0
14. Prezentacje wyników analiz strategicznych przeprowadzonych w grupach projektowych	3	0	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
	KOŁOKWIUM				EP8,EP9
	PREZENTACJA				EP3,EP7
	PROJEKT				EP2,EP3,EP4,EP5,EP6
Forma i warunki zaliczenia	<p>Forma i warunki zaliczenia:</p> <p>-Zaliczenie pisemne (30% oceny) - znajomość podstaw teoretycznych wybranych metod analizy strategicznej oraz podstawowych zagadnień z zarządzaniem strategicznym;</p> <p>-Projekt grupowy (48% oceny) - opracowanie propozycji strategii na podstawie przeprowadzonej analizy strategicznej z wykorzystaniem metod analizy poznanych na zajęciach dla dowolnie wybranej organizacji;</p> <p>-Prezentacja wyników projektu grupowego (12 % oceny) - prezentacja wyników analizy strategicznej i proponowanych działań strategicznych dla wybranej firmy (dobór treści, logika, sposób przygotowania prezentacji multimedialnej i sposób prezentacji).</p> <p>-Raporty ze studiów przypadku (10%)</p> <p>Forma i warunki zaliczenia wykładu:</p> <p>-przedmiot koło czy się egzaminem i ocena z egzaminu jest jednocześnie oceną z wykładu.</p> <p>Forma i warunki egzaminu:</p> <p>-egzamin w formie ustnej - trzy pytania, dwa z obszaru zagadnień omawianych na wykładzie, jedno z obszaru zagadnień omawianych na wiczeniach.</p>				
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu				
	<p>Ocenianie:</p> <p>-dostateczny: student rozumie znaczenie strategii w zarządzaniu przedsiębiorstwem oraz zna podstawowe metody analizy strategicznej.</p> <p>Ocena z przedmiotu: -ocena jest równa 40% oceny uzyskanej z wiczeń oraz 60% ocenie uzyskanej z egzaminu.</p>				
Metoda obliczania oceny końcowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej
	3	zarządzanie strategiczne		Waga	
	3	zarządzanie strategiczne [wykład]	egzamin		0,60
	3	zarządzanie strategiczne [wiczenia]	zaliczenie z ocen		0,40
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 powrócić do strategii, 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 oceni strategię firmy, Harvard Business Review				
Literatura uzupełniająca	Gołbowski T. (2001): Zarządzanie strategiczne, Diffin, Warszawa				
	Porter M. E. (2010): Strategia konkurencji, MT Biznes, Warszawa				
	Rokita J. (2005): Zarządzanie strategiczne - Tworzenie i utrzymywanie przewagi konkurencyjnej, PWE, Warszawa				
NAKŁAD PRACY STUDENTA					
		Liczba godzin			
		W tym e-learning			
Zajęcia dydaktyczne		45		0	
Udział w egzaminie/zaliczeniu		2		0	
Przygotowanie się do zajęć		28		0	

Studiowanie literatury	20	0
Udział w konsultacjach	15	0
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	25	0
Przygotowanie si do egzaminu/zaliczenia	15	0
Ł CZNY nakład pracy studenta w godz.	150	
Liczba punktów ECTS	6	

S Y L A B U S (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: USEFZ-Z-O-II-S-21/22Z							
Moduł: Blok: Doskonalenie potencjału pracowników							
Nazwa przedmiotu: zarządzanie stresem (KIERUNKOWE)					Kod przedmiotu: US182AIIJ2935_32S		
Nazwa kierunku: zarządzanie							
Forma studiów: II stopnia, stacjonarne			Profil studiów: ogólnoakademicki		Specjalność :		
Status przedmiotu: fakultatywny			Język przedmiotu: semestr: 3 - j. język polski				
Rok	Semestr	Forma zajęć	Liczba godzin		Forma zaliczenia	ECTS	
				w tym e-learning			
2	3	wiczenia	15	0	ZO	1	
Razem			15			1	
Koordynator przedmiotu:		dr KAROLINA DRELA					
Prowadzący zajęcia:		dr SANDRA MISIAK-KWIT					
Cele przedmiotu:		Celem jest zapoznanie studentów z zagadnieniami związanymi z problematyką stresu zawodowego a także przedstawienie sposobów radzenia sobie z negatywnymi konsekwencjami wyżej wymienionego zjawiska.					
Wymagania wstępne:		Student potrafi pracować w grupie oraz rozumie konieczność kształcenia ustawicznego.					
EFEKTY UCZENIA SI							
Kategoria	Lp	KOD	Opis efektu			Odniesienie do efektów dla programu	
wiedza	1	EP3	zna problematykę stresu w organizacji oraz teorie i koncepcje przeciwdziałania sytuacjom stresowym			K_W10	
umiejętności	1	EP4	potrafi dobrać i zastosować właściwe metody i narzędzia niwelujące stres			K_U05	
kompetencje społeczne	1	EP5	jest gotów do wykonywania swojej pracy zawodowej bezstresowo			K_K02	
TREŚCI PROGRAMOWE					Semestr	Liczba godzin	
						w tym e-learning	
Przedmiot: zarządzanie stresem							
Forma zajęć : wiczenia							
1. Stres - istota, osobowość a stres					3	2	0
2. Stres w miejscu pracy - definicja, przyczyny i skutki					3	2	0
3. Pracoholizm - definicja, typologie, konsekwencje					3	2	0
4. Modele zarządzania stresem zawodowym w miejscu pracy					3	3	0
5. Wypalenie zawodowe jako konsekwencja stresu zawodowego					3	2	0
6. Dyskryminacja i przemoc w organizacji. Mobbing.					3	2	0
7. Sposoby radzenia ze stresem. Kultura bezpieczeństwa. Prewencja stresu w miejscu pracy.					3	2	0
Metody kształcenia		Prezentacja multimedialna, metoda przypadków, praca w grupach, dyskusja					

Metody weryfikacji efektów uczenia się					Nr efektu uczenia się z sylabusu
	KOLOKWIUM				EP3
	PRACA PISEMNA/ ESEJ/ RECENZJA				EP3,EP4,EP5
Forma i warunki zaliczenia	Forma i warunki zaliczenia: " Student oceniani s na podstawie eseju obejmuj cego weryfikacj wiedzy na podstawie pisemnej wypowiedzi studentów, pracy w grupie podczas zaj oraz kolokwium				
	Ocenianie: " Student otrzymuje ocen dostateczn - gdy potrafi definiowa i rozró nia podstawowe poj cia zwi zane z tematyk przedmiotu				
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu				
Ocena z przedmiotu obliczana jest jako: ocena z pracy w grupie (20%), eseju (30% punktów) oraz kolokwium (50% punktów).					
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 uzupe niaj ca	Drela K. (2018): Selected problems of occupational stress in the organization, "European Journal of Service Management" 2018, vol. 28/1 no. 4				
	Drela K. (2020): Stress Management Strategies And COVID-19 Pandemic , Sustainable Economic Development and Advancing Education Excellence in the Era of Global Pandemic: Proceedings of the 36th International Business Information Management Association Conference (IBIMA) 4-5 November 2020 Granada, Spain; ISBN: 978-0-9998551-5-7, International Business Information Management Association				
	Lewis M., Haviland - Jones J. M. (red.) (2005): Psychologia emocji, Gda skie Wydawnictwo Psychologiczne, Gda sk				
	S k H. (2000): Wypalenie zawodowe. Przyczyny. Mechanizmy. Zapobieganie., PWN, Warszawa				
	Terelak J. (2008): Człowiek i stres, Oficyna Wydawnicza Branta, Bydgoszcz - Warszawa				
	Vveinhardt J., Sroka W. (2020): Workplace Mobbing in Polish and Lithuanian Organisations with Regard to Corporate Social Responsibility, Int. J. Environ. Res. Public Health 2020, 17(8), 2944				
NAKŁAD PRACY STUDENTA					
		Liczba godzin			
		W tym e-learning			
Zaj cia dydaktyczne	15		0		
Udział w egzaminie/zaliczeniu	1		0		
Przygotowanie się do zaj	0		0		
Studiowanie literatury	0		0		
Udział w konsultacjach	5		0		
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	2		0		
Przygotowanie się do egzaminu/zaliczenia	2		0		
Ł CZNY nakład pracy studenta w godz.	25				
Liczba punktów ECTS	1				

S Y L A B U S (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: USEFZ-Z-O-II-S-21/22Z							
Nazwa przedmiotu: zarz dzenie wiedz (KIERUNKOWE)					Kod przedmiotu: US182AIIJ2865_42S		
Nazwa kierunku: zarz dzenie							
Forma studiów: II stopnia, stacjonarne		Profil studiów: ogólnoakademicki			Specjalno :		
Status przedmiotu: obowi zkowy				J zyk przedmiotu: semestr: 4 - j zyk polski			
Rok	Semestr	Forma zaj	Liczba godzin		Forma zaliczenia	ECTS	
				w tym e-learning			
2	4	wiczenia	30	0	ZO	6	
		wykład	15	0	E		
Razem			45			6	
Koordynator przedmiotu:		dr ALEKSANDRA RUDAWSKA					
Prowadz cy zaj cia:		dr ALEKSANDRA RUDAWSKA					
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 posluguje si terminologi z obszaru: podstaw zarz dzania, teorii organizacji, zachowa organizacyjnych, koncepcji zarz dzania. Posiada umiej tno ci analizowania organizacji z perspektywy systemowej.					
EFEKTY UCZENIA SI							
Kategoria	Lp	KOD	Opis efektu		Odniesienie do efektów dla programu		
wiedza	1	EP1	definiuje poj cia wiedza, 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		
TRE CI PROGRAMOWE					Semestr	Liczba godzin	
						w tym e-learning	
Przedmiot: zarz dzenie wiedz							
Forma zaj : wykład							
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	0
2. Teoria firmy opartej na wiedzy oraz koncepcja gospodarki opartej na wiedzy					4	2	0

3. Praca oparta na wiedzy i pracownicy wiedzy		4	2	0	
4. Zarządzanie wiedzą - podejścia, modele, praktyka gospodarcza i kierunki ewolucji.		4	2	0	
5. Uczucie się indywidualne i organizacyjne jako punkt wyjścia generowania wiedzy		4	2	0	
6. Wiedza jako produkt - koncepcja firmy kreującej wiedzę		4	2	0	
7. Wiedza jako zasób - dzielenie się, utrwalanie, przechowywanie		4	2	0	
8. Strategia kodyfikacji i personalizacji		4	2	0	
Forma zajęć: wyczerpanie					
1. Praca oparta na wiedzy - jak zmienia się praca i co to oznacza dla zarządzania		4	4	0	
2. Uczucie się a zarządzanie wiedzą - dlaczego firmy i pracownicy mają kłopot z uczeniem się z doświadczeń, błędów, sukcesów		4	4	0	
3. Zapominanie i oduczanie się a tworzenie nowej wiedzy		4	2	0	
4. Strategia kodyfikacji i personalizacji - jak je można wykorzystywać		4	4	0	
5. Dzielenie się wiedzą jako kluczowe ogniwo zarządzania wiedzą		4	4	0	
6. Rola kultury organizacyjnej w dzieleniu się wiedzą i innych procesach związanych z wiedzą - co wiemy do tej pory		4	2	0	
7. Przywództwo a zarządzanie wiedzą		4	2	0	
8. Rola technologii ICT w zarządzaniu wiedzą		4	2	0	
9. Przestrzeń pracy jako istotna składowa zarządzania wiedzą		4	2	0	
10. Na tropie barier i dobrych praktyk zarządzania wiedzą - prezentacje wniosków z semestralnych prac studentów		4	4	0	
Metody kształcenia	opracowywanie studium przypadku przez studentów, Wykłady z wykorzystaniem środków multimedialnych, dyskusja w oparciu o wybraną literaturę, Analiza studiów przypadku i grupowa dyskusja				
Metody weryfikacji efektów uczenia się				Nr efektu uczenia się z sylabusu	
	EGZAMIN PISEMNY			EP1,EP2,EP3	
	KOŁOKWIUM			EP1,EP2	
	PRACA PISEMNA/ ESEJ/ RECENZJA			EP3,EP4,EP5,EP6	
Forma i warunki zaliczenia	Zaliczenie wicze na podstawie: 40% oceny - zaliczenie pisemne, pytania otwarte-sprawdzenie wiedzy z danego przedmiotu, 60 % oceny - zespołowa praca zaliczeniowa i prezentacja wyników. Zaliczenie wykładu: egzamin w formie pisemnej. Warunkiem przystąpienia do egzaminu jest zaliczenie części wiczeniowej.				
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu				
	Ocena z przedmiotu jest równa średniej wagi jednej oceny z wicze (40%) i egzaminu (60%)				
Metoda obliczania oceny końcowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obliczenia oceny	Waga do średniej
	4	zarządzanie wiedzą		Waga	
	4	zarządzanie wiedzą [wykład]	egzamin		0,60
	4	zarządzanie wiedzą [wiczenia]	zaliczenie z ocen		0,40
Literatura podstawowa	D. Jemielniak, A.K. Kosiński (red.) (2012): Zarządzanie wiedzą, Oficyna Ekonomiczna Grupa Wolters Kluwer, Warszawa				
	Jashapara A. (2013): Zarządzanie wiedzą, PWE, Warszawa				

Literatura uzupełniająca	Edmondson A. C. (2011): Strategie uczenia się na niepowodzeniach., Harvard Business Review Polska
	Garvin D. A., Edmondson A. C., Gino F. (2009): Czy kierujesz organizacją uczącą się?, Harvard Business Review Polska
	Nonaka I. (2008): Firma kreująca wiedzę., 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. , Prusak L. (2000): Working Knowledge. How organizations manage what they know., Harvard Business School Press
	Fazlagi J. (2014): Innowacyjne zarządzanie wiedzą, Difin, Warszawa
	Gino F., Pisano G. P. (2011): Dlaczego nie wyciągamy nauk z sukcesu?, Harvard Business Review Polska
	Massingham P. (2019): Knowledge Management: Theory in Practice, SAGE Publications

NAKŁAD PRACY STUDENTA

	Liczba godzin	
		W tym e-learning
Zajęcia dydaktyczne	45	0
Udział w egzaminie/zaliczeniu	4	0
Przygotowanie się do zajęć	20	0
Studiowanie literatury	20	0
Udział w konsultacjach	16	0
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	30	0
Przygotowanie się do egzaminu/zaliczenia	15	0
Ł. CZNY nakład pracy studenta w godz.	150	
Liczba punktów ECTS	6	

S Y L A B U S (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: USEFZ-Z-O-II-S-21/22Z							
Moduł: Blok: Zarządzanie projektami w praktyce [moduł]							
Nazwa przedmiotu: zarządzanie zespołem projektowym (KIERUNKOWE)					Kod przedmiotu: US182AIIJ3345_36S		
Nazwa kierunku: zarządzanie							
Forma studiów: II stopnia, stacjonarne			Profil studiów: ogólnoakademicki		Specjalność:		
Status przedmiotu: fakultatywny				Język przedmiotu: semestr: 3 - j język polski			
Rok	Semestr	Forma zajęć	Liczba godzin		Forma zaliczenia	ECTS	
				w tym e-learning			
2	3	wiczenia	15	0	ZO	1	
Razem			15			1	
Koordynator przedmiotu:		dr JOANNA RZEMPAŁA					
Prowadzący zajęcia:		dr JOANNA RZEMPAŁA					
Cele przedmiotu:		Przekazanie wiedzy z zakresu tworzenia zespołów i zarządzania prac zespołów oraz wykorzystywania ich potencjału w zarządzaniu organizacjami. Zaprezentowanie kluczowych mechanizmów związanych z prac zespołów. Wskazanie metod i narzędzi usprawniających pracę zespołów.					
Wymagania wstępne:		Znajomość zagadnień z zakresu zarządzania projektami i kadrami					
EFEKTY UCZENIA SI							
Kategoria	Lp	KOD	Opis efektu			Odniesienie do efektów dla programu	
wiedza	1	EP1	student definiuje i wyjaśnia istotę oraz specyfikę pracy zespołowej i jej znaczenia dla skutecznego i sprawnego funkcjonowania organizacji student charakteryzuje zasady i mechanizmy decyzyjne o sprawnym funkcjonowaniu zespołu			K_W02 K_W04 K_W07	
umiejętności	1	EP2	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			K_U01 K_U02 K_U06	
kompetencje społeczne	1	EP3	student angażuje się w pracę zespołów student wykazuje kreatywność i zabiera głos w dyskusjach nad omawianymi przykładami			K_K01 K_K02 K_K03	
TREŚCI PROGRAMOWE					Semestr	Liczba godzin	
						w tym e-learning	
Przedmiot: zarządzanie zespołem projektowym							
Forma zajęć: wiczenia							
1. Istota pracy zespołowej? mocne i słabe strony działania zespołowego					3	2	0
2. Rodzaje i struktury zespołów					3	4	0

3. Proces tworzenia zespołów: opracowywanie harmonogramów pracy, podział zadań, określanie norm i zasad		3	2	0	
4. Role zespołowe ? diagnoza i ocena		3	3	0	
5. Kierowanie zespołem; rola lidera w tworzeniu tego samego zespołu, rozwijanie umiejętności pracy zespołowej		3	2	0	
6. Zarządzanie konfliktem w zespole projektowym		3	2	0	
Metody kształcenia	wykłady interaktywne prezentacje multimedialne analiza tekstów z dyskusją praca w grupach/aktywność - projekt				
Metody weryfikacji efektów uczenia się				Nr efektu uczenia się z sylabusu	
	KOŁOKWIUM			EP1,EP2	
	PROJEKT			EP1,EP2,EP3	
	ZAJĘCIA PRAKTYCZNE (WERYFIKACJA POPRZEZ OBSERWACJĘ)			EP1,EP3	
Forma i warunki zaliczenia	kolokwium pisemne, projekt, aktywność na zajęciach				
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu				
	kolokwium 70%. projekt 20%, aktywność 10%				
Metoda obliczania oceny końcowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej
	3	zarządzanie zespołem projektowym		Arytmetyczna	
	3	zarządzanie 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. Staśto, M. Zalewski, Wyd. Stowarzyszenie Project Management Polska, Warszawa 2009 :				
	R.K. Wysocki, Efektywne zarządzanie projektami, Wyd. Helion, Gliwice 2013 :				
Literatura uzupełniająca					
NAKŁAD PRACY STUDENTA					
		Liczba godzin			
		W tym e-learning			
Zajęcia dydaktyczne		15		0	
Udział w egzaminie/zaliczeniu		2		0	
Przygotowanie się do zajęć		2		0	
Studiowanie literatury		1		0	
Udział w konsultacjach		1		0	
Przygotowanie projektu / eseju / itp.		2		0	
Przygotowanie się do egzaminu/zaliczenia		2		0	
Ł CZNY nakład pracy studenta w godz.		25			
Liczba punktów ECTS		1			

S Y L A B U S (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: USEFZ-Z-O-II-S-21/22Z							
Moduł: Blok: Zarządzanie projektami w praktyce [moduł]							
Nazwa przedmiotu: zwinne zarządzanie projektami (KIERUNKOWE)					Kod przedmiotu: US182AIIJ3345_15S		
Nazwa kierunku: zarządzanie							
Forma studiów: II stopnia, stacjonarne			Profil studiów: ogólnoakademicki		Specjalność:		
Status przedmiotu: fakultatywny			Język przedmiotu: semestr: 2 - j język polski				
Rok	Semestr	Forma zajęć	Liczba godzin		Forma zaliczenia	ECTS	
				w tym e-learning			
1	2	wiczenia	15	0	ZO	1	
Razem			15			1	
Koordynator przedmiotu:		dr JOANNA RZEMPAŁA					
Prowadzący zajęcia:		dr JOANNA RZEMPAŁA					
Cele przedmiotu:		Zajęcia mają na celu przygotowanie kadr menedżerskich do elastycznego zarządzania projektami w perspektywie zmieniających się potrzeb i oczekiwań klienta oraz otoczenia w oparciu o zwinne metody zarządzania projektami. Student dostrzega możliwości zastosowania zwinnego podejścia do zarządzania projektami w różnorodnych warunkach otoczenia.					
Wymagania wstępne:		Podstawy zarządzania projektami					
EFEKTY UCZENIA SI							
Kategoria	Lp	KOD	Opis efektu			Odniesienie do efektów dla programu	
wiedza	1	EP1	Zna i omawia podstawowe pojęcia związane z metodyką zarządzania projektami, charakteryzuje zwinne metodyki zarządzania w kontekście harmonogramowania projektów.			K_W03 K_W12	
	2	EP4	Rozumie funkcjonowanie jednostek związanych z zarządzaniem projektem, w tym podmiotów współpracujących z zespołem projektowym.			K_W05	
umiejętności	1	EP2	Student potrafi analizować i identyfikować role w APM oraz potrafi sporządzić arkusz danych projektu oraz zapewnić niezbędne zasoby do realizacji zadania.			K_U02 K_U05	
kompetencje społeczne	1	EP3	Student jest gotów do prezentacji własnej opinii oraz wykazania aktywności i zaangażowania w wykonywane zadania, w sposób rzetelny i zorganizowany.			K_K02 K_K05	
TRECI PROGRAMOWE					Semestr	Liczba godzin	
						w tym e-learning	
Przedmiot: zwinne zarządzanie projektami							
Forma zajęć: wiczenia							
1. Charakterystyka metodyki zarządzania projektami,					2	2	0
2. Istota Agile Project Management (APM),					2	3	0
3. Arkusz danych projektu - (PDS ? Project Data Sheet),					2	3	0
4. Identyfikacja ról w APM (SCRUM),					2	4	0

5. Koncentracja na budowanie potencjału członków zespołu projektowego		2	3	0	
Metody kształcenia	Prezentacje multimedialne, studia przypadków, dyskusja, praca w grupach.				
Metody weryfikacji efektów uczenia się				Nr efektu uczenia się z sylabusu	
	KOLOKWIUM			EP1,EP2	
	ZAJ CIA PRAKTYCZNE (WERYFIKACJA POPRZEZ OBSERWACJ)			EP1,EP2,EP3,EP4	
Forma i warunki zaliczenia	Zaliczenie kolokwium, aktywno na zaj ciach				
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu				
	Zaliczenie kolokwium, aktywno na zaj ciach				
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					

NAKŁAD PRACY STUDENTA

	Liczba godzin	
		W tym e-learning
Zaj cia dydaktyczne	15	0
Udział w egzaminie/zaliczeniu	2	0
Przygotowanie się do zaj	1	0
Studiowanie literatury	0	0
Udział w konsultacjach	4	0
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	2	0
Przygotowanie się do egzaminu/zaliczenia	1	0
Ł CZNY nakład pracy studenta w godz.	25	
Liczba punktów ECTS	1	