

Uniwersytet WSB Merito w Toruniu
Wydział Finansów i Zarządzania w Toruniu

Program studiów
dla kierunku
Design w biznesie
studia pierwszego stopnia

Studia: stacjonarne, niestacjonarne

Profil: praktyczny

I. OGÓLNA CHARAKTERYSTYKA KIERUNKU STUDIÓW

nazwa kierunku studiów	Design w biznesie	
Poziom kształcenia (studia pierwszego stopnia / studia drugiego stopnia / jednolite studia magisterskie)	studia pierwszego stopnia	
Profil kształcenia	praktyczny	
Forma studiów stacjonarne/niestacjonarne	Stacjonarne, niestacjonarne	
Czas trwania studiów (w semestrach)	6	
łącna liczba punktów ECTS dla danej formy studiów	180	
łącna liczba godzin określona w programie studiów	Studia stacjonarne 3070	Studia niestacjonarne 2426
Tytuł zawodowy nadawany absolwentom	licencjat	
Wymiar praktyk zawodowych.	960 godzin	
Język prowadzenia studiów	polski	
Rok rozpoczęcia cyklu kształcenia	2023/24	

II. EFEKTY UCZENIA SIĘ

Symbol efektu uczenia się na kierunku	Efekty uczenia się dla studiów pierwszego stopnia na kierunku DESIGN W BIZNESIE	Odniesienie do charakterystyk efektów uczenia się dla poziomu 6	Odniesienie do charakterystyk efektów uczenia się dla poziomu 6 dla dziedziny sztuki (rozwińcie)
WIEDZA - absolwent zna i rozumie:			
DWB_I_W01	dorobek z zakresu malarstwa, fotografii, rzeźby i architektury, historii rzemiosła artystycznego oraz style w sztuce i tradycje twórcze przydatne w zakresie studiowanego kierunku design w biznesie	P6S_WG	P6S_WG
DWB_I_W02	pojęcie stylu i formy oraz kategorii estetycznej niezbędnej w projektowaniu	P6S_WG	P6S_WG
DWB_I_W03	niezbędne w projektowaniu relacje pomiędzy stylami w sztuce a tradycjami twórczymi oraz ma	P6S_WG	P6S_WG

	świadomość interdyscyplinarności designu jako łącznika świata techniki ze światem marketingu.		
DWB_I_W04	różne techniki i metody kreacji graficznej (cyfrowej i analogowej) z uwzględnieniem zasad projektowania i modyfikacji obiektów wzorniczych .	P6S_WG	P6S_WG
DWB_I_W05	zagadnienia w zakresie towaroznawstwa i stosowania różnorodnych materiałów w proponowanych rozwiązaniach projektowych, niezbędne do oceny i kreowania trendów współczesnego designu.	P6S_WG P6S_WK	P6S_WG
DWB_I_W06	normy i standardy w poszczególnych obszarach działalności przedsiębiorstwa i organizacji w szczególności w odniesieniu do wzornictwa, w tym normy towarowe, jakościowe, prawne i społeczne	P6S_WG P6S_WK	P6S_WG
DWB_I_W07	role i funkcje procesu zarządzania	P6S_WG	
DWB_I_W08	znaczenie designu w zakresie komunikacji przedsiębiorstwa i organizacji z rynkiem i jego otoczeniem w skali krajowej i międzynarodowej.	P6S_WG	
DWB_I_W09	zewnętrzne uwarunkowania działalności marketingowej i ich wpływ na realizowane działania projektowe	P6S_WK	
DWB_I_W10	metody i narzędzia prowadzenia badań w poszczególnych obszarach działalności przedsiębiorstwa ze szczególnym uwzględnieniem projektowania działań marketingowych	P6S_WG	
DWB_I_W11	atrybuty marki, przedsiębiorstwa oraz organizacji	P6S_WG	
DWB_I_W12	zagadnienia z zakresu psychologii oraz socjologii w odniesieniu do zachowań konsumenckich oraz znaczenie komunikatów reklamowych dla sukcesów przedsiębiorstwa i organizacji	P6S_WG P6S_WK	
DWB_I_W13	pojęcie kultury organizacyjnej oraz jej wpływ na sprawność działalności zespołowej i indywidualnej	P6S_WG P6S_WK	
DWB_I_W14	zagadnienia z zakresu współczesnych finansów, a zwłaszcza finansów przedsiębiorstw związanych z obszarem designu	P6S_WG	
DWB_I_W15	znaczenie własności intelektualnej (własności przemysłowej, praw autorskich, praw reklamy i praw pokrewnych)	P6S_WG P6S_WK	P6S_WG
UMIEJĘTNOŚCI - absolwent potrafi:			
DWB_I_U01	uczestniczyć w procesie projektowania, np. logo, reklamy, folderu, strony www, dress-code'u, wyposażenia wnętrza, produktu, opakowania	P6S_UW P6S_UO	P6S_UW
DWB_I_U02	uzasadniać i oceniać decyzje i strategie projektowe oraz wyrażać opinię o problemach związanych z projektowaniem, uwzględniając złożoność zadań designerskich	P6S_UW P6S_UK	P6S_UW P6S_UK
DWB_I_U03	stosować techniki rysunkowe jako podstawowy sposób zapisu zamysłu projektowego, uwzględniając inne różnorodne techniki plastyczne przy jego realizacji	P6S_UW	P6S_UW P6S_UU

DWB_I_U04	wykorzystywać technologię komputerową do wspomaganie procesu projektowania materiałów marketingowych, obiektów, prezentacji oraz realizacji celów technologicznych	P6S_UW	P6S_UW
DWB_I_U05	w działaniach marketingowych i reklamowych wykorzystywać metody zarządzania projektami, uczestniczyć w procesach podejmowania decyzji operacyjnych i taktycznych oraz ocenie proponowanych rozwiązań	P6S_UW P6S_UO	
DWB_I_U06	stosować odpowiednie narzędzia i techniki reklamy na rynku konsumenckim i przeprowadzać analizę uwarunkowań i skuteczności stosowanego przekazu reklamowego	P6S_UW	
DWB_I_U07	interpretować zjawiska i procesy w przedsiębiorstwie, w szczególności w zakresie komunikowania z rynkiem	P6S_UW	
DWB_I_U08	wykorzystywać wiedzę teoretyczną z zakresu współczesnych finansów w praktyce w kontekście specyfiki designu w biznesie	P6S_UW	
DWB_I_U09	przygotowywać typowe prace pisemne i wystąpienia ustne, dotyczące zagadnień z designu i biznesu, z wykorzystaniem podstawowych ujęć teoretycznych przy użyciu nowoczesnych technologii	P6S_UK P6S_UU	P6S_UK
DWB_I_U10	posługiwać się językiem obcym na poziomie B2 Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego	P6S_UK	
DWB_I_U11	planować i realizować własne uczenie się przez całe życie w celu doskonalenia swoich kompetencji zawodowych	P6S_UU	P6S_UW P6S_UU
DWB_I_U12	planować i organizować pracę własną oraz współdziałać i pracować w zespole	P6S_UO	
KOMPETENCJE SPOŁECZNE - absolwent jest gotów do:			
DWB_I_K01	dokonania samooceny stanu swojej wiedzy i umiejętności z zakresu designu w biznesie	P6S_KK	P6S_KK
DWB_I_K02	doceniania znaczenia wiedzy i zasięgania opinii ekspertów w przypadku trudności z samodzielnym rozwiązaniem problemów poznawczych i praktycznych	P6S_KK	
DWB_I_K03	myślenia i działania w sposób przedsiębiorczy	P6S_KO	P6S_KO
DWB_I_K04	inicjowania i współorganizowania działań na rzecz środowiska społecznego i interesu publicznego	P6S_KO	P6S_KO
DWB_I_K05	brania odpowiedzialności za powierzone mu zadania związane z wykonywaną pracą oraz pełnioną rolą zawodową	P6S_KR	P6S_KR
DWB_I_K06	przestrzegania etyki zawodowej i wymagania tego od innych oraz podejmowania działań mających na celu dbałość o dorobek i tradycje zawodów związanych ze studiowanym kierunkiem	P6S_KR	P6S_KR

B) ZAJĘCIA LUB GRUPY ZAJĘĆ ORAZ TREŚCI PROGRAMOWE ZAPEWNIAJĄCE UZYSKANIE EFEKTÓW UCZENIA SIĘ

ZAJĘCIA LUB GRUPY ZAJĘĆ	TREŚCI PROGRAMOWE
Język obcy	<p>Przygotowanie do egzaminu certyfikacyjnego TOEIC lub WiDaf Basic.</p> <p>Dane osobowe, nawiązywanie pierwszych kontaktów, przedstawianie się, telefonowanie, liczebniki; czasownik 'być'; czas teraźniejszy</p> <p>Rodzina i przyjaciele, nazwy członków rodziny, podawanie podstawowych informacji o osobach; rzeczowniki cz.II</p> <p>Opis stanowiska. Obowiązki w pracy. Praca przy komputerze. Czas teraźniejszy cz.I;</p> <p>Jedzenie, produkty spożywcze, posiłki, przyzwyczajenia kulinarne, zamawianie w restauracji, kawiarni, płacenie, zakupy żywności; pytania i formy grzecznościowe;</p> <p>Mieszkanie, nazwy pomieszczeń, sprzętów gospodarstwa domowego, określanie położenia przedmiotów, opis miejsca zamieszkania, handel nieruchomościami; przyimki miejsca, konstrukcja 'jest/znajduje się';</p> <p>Pieniądz (słownictwo dot. bankomatów, banku, kart kredytowych); liczebniki cz.II, czas przeszły;</p> <p>Komunikacja, telefonowanie, rozmowy, ustalanie terminów; umawianie się na spotkanie czas przyszły;</p>
Podstawy filozofii i etyki	<p>Historia filozofii i etyki – starożytność (czym jest filozofia, kierunki w filozofii i etyce, etyka a moralność, presokratycy, pitagorejczycy, Sokrates, szkoły hellenistyczne, Platon, Arystoteles)</p> <p>Historia filozofii i etyki – średniowiecze (św. Augustyn, św. Tomasz)</p> <p>Historia filozofii i etyki – filozofia francuska, brytyjska, niemiecka filozofia nowożytna (Kartezjusz, Blaise Pascal, Spinoza, Jean-Jacques Rousseau, Tomasz Hobbes, George Berkeley, utylitaryzm, Wilhelm Leibniz, Immanuel Kant, Johann Gottlieb Fichte, Georg Wilhelm Friedrich Hegel, Ludwig Feuerbach, Max Stirner, Soren Kierkegaard,</p> <p>Historia filozofii i etyki - filozofia pesymizmu, psychoanaliza, egzystencjalizm (Artur Schopenhauer, Friedrich Nietzsche, Zygmunt Freud, Karl Gustaw Jung, Erich Fromm, Martin Heidegger, Jean-Paul Sartre, Albert Camus, Karl Jaspers, Gabriel Marcel)</p> <p>Historia filozofii i etyki - Szkoła Lwowsko-Warszawska, Henryk Elzenberg</p> <p>Nowe przykazania Petera Singera</p> <p>Tanatologia - wokół śmierci, aborcja, eutanazja</p>
Podstawy socjologii	<p>Wprowadzenie do socjologii. Narodziny socjologii i jej subdyscyplin</p> <p>Kształtowanie się jednostki – socjalizacja, relacje społeczne, powstawanie „ja”, role społeczne</p> <p>Od zachowań do działań społecznych.</p> <p>Zorganizowane formy działania (organizacje i instytucje społeczne).</p> <p>Wyobrażenia socjologiczne. Obserwacje na ulicach miast</p> <p>Interakcje społeczne. Tożsamość, status, rola</p> <p>Stratyfikacja – klasyczne koncepcje podziałów społecznych (podziały klasowe, style życia)</p> <p>Metody badawcze wykorzystywane w socjologii – metody ilościowe i jakościowe</p> <p>Socjologia a problemy demograficzne</p> <p>Socjologia wobec środowiska przyrodniczego</p>
Podstawy psychologii	<p>Przedmiot psychologii</p> <ul style="list-style-type: none"> - Główne cele psychologii - Przykłady eksperymentów psychologicznych - Główne kierunki psychologiczne ukazujące różne rozumienie funkcjonowania człowieka

	<p>Uczenie się</p> <ul style="list-style-type: none"> - Czego muszą się nauczyć organizmy? - Jakie zdarzenia są sygnałami? - Jakie konsekwencje wiążą się z poszczególnymi działaniami? - Warunkowanie klasyczne Pawłowa - Warunkowanie sprawcze - Zachowanie sprawcze <p>Pamięć</p> <ul style="list-style-type: none"> - Test pamięci - Klasyczne badania nad pamięcią i zapominaniem - Teorie pamięci i zapominania - Jak zapamiętujemy? - Psychologia procesów poznawczych <p>Myślenie</p> <ul style="list-style-type: none"> - Dzieło Piageta - Wpływ kultury na rozwój poznawczy - Procesy myślowe - Rozumowanie - Rozwiązywanie problemów - Wykorzystywanie komputerów w badaniach nad myśleniem <p>Emocje i motywacja</p> <ul style="list-style-type: none"> - Interpretacja wzbudzenia emocjonalnego - Jak wywołać i rozpoznać różne emocje? - Części składowe procesu motywacyjnego - Co motywuje ludzi do różnych działań ?
Różnice kulturowe	<p>Czym jest kultura? Wprowadzenie. Stereotypy i uprzedzenia. Główne orientacje kulturowe:</p> <ul style="list-style-type: none"> - G. Hofstede - R. Gesteland - E. Meyer <p>Komunikacja międzykulturowa</p> <ul style="list-style-type: none"> - bezpośrednia i pośrednia komunikacja - przeszkody komunikacji werbalnej - komunikacja niewerbalna <p>Religia, wartości, nastawienia, zwyczaje - i ich wpływ na biznes Proces negocjacyjny w środowisku międzykulturowym Szok kulturowy</p>
Edytory tekstu	<p>Tworzenie dokumentu. Nowe technologie e-learningowe w nauczaniu przedmiotu. Praca z aplikacją do edycji tekstu. Różne formaty plików. Ustawienie podstawowych opcji i preferencji dla aplikacji (widoki, paski narzędzi, wyświetlanie i ukrywanie znaków formatowania, pomoc.) Stosowanie opcji „znajdź i zamień” dla: tekstu, formatu czcionki, formatu akapitu, znaczników akapitu, dzielenia stron. Symbole specjalne w dokumencie (np. ©, ®, ™)</p> <p>5 Korespondencja seryjna. Przygotowanie dokumentu głównego, listy adresatów (bazy danych w formacie Word, Excel, Access), wstawianie pól. Filtrowanie danych. Scalanie dokumentu seryjnego według zadanych kryteriów.</p> <p>Przygotowanie wydruków. Orientacja strony. Marginesy. Znaki podziału strony. Dodawanie, edytowanie tekstu z użyciem stopek i nagłówków, a także wstawianie do nich różnych pól tekstowych np: data, nazwa pliku, autor. Numerowanie stron. Sprawdzanie pisowni i gramatyki, słownik użytkownika. Podgląd wydruku. Wydruk do formatu PDF</p> <p>Formatowanie. Tekst – czcionka, indeksy, kapitaliki i wersaliki, automatyczne dzielenie wyrazów. Akapit – wyrównanie, wcięcie, odstępy, interlinia, tabulatory, listy</p>

	<p>wypunktowane i numerowane, obramowanie i cieniowanie. Style – tworzenie, modyfikowanie i zastosowanie.</p> <p>Odwołania. Przypisy dolne, podpisy pod tabelami, wykresami, rysunkami, spis treści.</p> <p>Obiekty. Tworzenie i formatowanie tabel. Wstawienie grafiki, wykresów, zmiana rozmiaru i odpowiednie ich rozmieszczenie w dokumencie. Przenoszenie grafik między dokumentami.</p>
Ochrona własności intelektualnej	<p>Kontekst czasowy, terytorialny systemowy (zaprezentowanie i omówienie ważniejszych regulacji międzynarodowych i krajowych), wprowadzenie dwupodziału (prawo autorskie i prawo własności przemysłowej); omówienie definicji ustawowej utworu (pozytywnej i negatywnej), klasyfikacja utworów, pojęcie praw pokrewnych</p> <p>Pojęcie praw bezwzględnych, omówienie autorskich praw osobistych i majątkowych; licencje ustawowe – dozwolony użytek prywatny, dozwolony użytek osobisty; problematyka plagiatu</p> <p>i posługiwanie się prawem cytatu</p> <p>Omówienie praw twórcy, współtwórców, pracodawców i innych podmiotów nie będących twórcami</p> <p>Procedura cywilna i karna w zakresie ochrony praw autorskich i praw pokrewnych</p> <p>Przedmiot ochrony w prawie własności przemysłowej; pojęcia wynalazku, wzoru przemysłowego, wzoru użytkowego;; zasady wspólne dla wynalazków, wzorów przemysłowych i użytkowych; pojęcie wzoru przemysłowego Wspólnoty;</p> <p>Materialna i proceduralna problematyka patentu</p> <p>Prawa ochronne i rejestracja wzorów przemysłowych i użytkowych; problematyka znaków towarowych i topografii układów scalonych</p> <p>Obrót prawami własności intelektualnej - charakterystyka dyspozycji cywilnoprawnych</p> <p>(umowy rozporządzające, licencje, rozporządzenia testamentowe)</p>
Podstawy komunikacji społecznej	<p>Definicje, cechy i funkcje komunikacji społecznej (</p> <p>Modele komunikacji (model Shannona Weavera i jego ewolucje, tym model T. Goban Klasa)</p> <p>Funkcje komunikacji wg Romana Jakobsona</p> <p>Procesy komunikowania się</p> <p>Składniki aktu komunikacji</p> <p>Skuteczność w komunikacji</p> <p>Typologia środków i narzędzi komunikacji</p> <p>Komunikacja masowa</p> <p>Główne techniki i strategie komunikacyjne stosowane w mediach publicznych i prywatnych</p> <p>Media centralne a lokalne</p> <p>Środowisko medialne</p> <p>Etyka komunikacji</p> <p>Propaganda i reklama w komunikacji (</p> <p>Widzenie fizjologiczne i psychologiczne i uwarunkowania percepcji wizualnej</p> <p>Tworzenie się informacji na poziomach: fizycznym, biologicznym, kulturowo cywilizacyjnym</p> <p>Nośniki i treść komunikatu wizualnego</p> <p>Zagadnienia identyfikacji</p> <p>Reklama jako proces kreacji</p> <p>Intryga zapewniająca atrakcyjność dla adresatów reklamy</p> <p>Pożywienie jako element psychologii komunikacji</p> <p>Koncepcje C. Levi Straussa</p> <p>Pożywienie w kulturach tradycyjnych a ponowoczesność</p> <p>Współczesna kultura europejska jako tło komunikacji</p> <p>Globalizacja i glokalizacja</p> <p>Kultura masowa</p>

	<p>Poszukiwanie bohatera (Wielki Brat) Feminizm i płeć w komunikacji Nowoczesny dom Europejczyka Komunikacja w relacjach między społecznościami odmiennymi kulturowo Komunikacja wewnątrz kulturowa Rodzaje etnocentryzmu Wybrane koncepcje komunikacji międzykulturowej Język jako narzędzie komunikacyjne Procesy komunikowania się Składniki aktu komunikacji Skuteczność w komunikacji Typologia środków i narzędzi komunikacji Etyka w komunikacji</p>
<p>Komunikacja symboliczna i niewerbalna</p>	<p>Znaki i oznaki. Symbole, wskaźniki arbitralne i inne formy komunikacji symbolicznej Rozumienie kinezyki. Funkcje komunikacji niewerbalnej. (obszary i formy zastępowania oraz uzupełniania komunikacji werbalnej) Style komunikacji symbolicznej i niewerbalnej (postawy afiliatywne i postawy dominatywne) Przebiegi komunikatów niewerbalnych i ich zmiany pod wpływem emocji lub otoczenia (mimika, pantomimika, proksemika, komunikaty paralingwistyczne, aparycja (odzież, ozdoby, makijaż), budowa i postawa ciała, fizjologiczne objawy emocji) Oczy i kontakty wzrokowe jako niewerbalny sygnał niewerbalny (różnice kulturowe, różnice płci) Komunikacja wizualna (logo, logotyp) a marketing Podstawy semiotyki. Funkcje znaku</p>
<p>Grafika menadżerska i prezentacyjna</p>	<p>Szablony i wzorce slajdów. Dodawanie i modyfikacja wzorca slajdów oraz wzorca tytułowego, zastosowanie niestandardowego wzorca do wybranych slajdów. Tworzenie i modyfikacja szablonu oraz motywu. Oprogramowanie: MS-PowerPoint 2010. Multimedia. Wstawianie do prezentacji plików filmowych i dźwiękowych. Zmiany ustawień i efektów animacji niestandardowej. Nadawanie animacji wykresom, obiektom graficznym, zmiany w kolejności ich odtwarzania. Oprogramowanie: MS-PowerPoint 2010. Zwiększenie wydajności. Hipertęcza. Wstawianie i modyfikowanie przycisku akcji. Osadzanie w prezentacji obiektów i łączy do zewnętrznych plików. Oprogramowanie: MS-PowerPoint 2010. Zarządzanie prezentacją. Pokazy niestandardowe. Ustawienia pokazu (np. chronometraż). Zarządzanie pokazem. Oprogramowanie: MS-PowerPoint 2010. Założenia projektowe prezentacji. Nowe technologie e-learningowe w nauczaniu przedmiotu. Wpływ audytorium i środowiska na projektowanie prezentacji. Dostosowanie zawartości prezentacji do dostępnego czasu oraz zaplanowanie chronometrażu. Ograniczanie szczegółowości elementów graficznych i tekstu. Stosowanie spójnych stylów oraz właściwego kontrastu kolorystycznego. Zastosowanie elementów projektu graficznego takich jak: wielkość czcionki, tekst alternatywny, kolor, ograniczanie liczby animacji i przejść. Oprogramowanie: MS-PowerPoint 2010 Wykresy i diagramy. Wstawianie, modyfikacja i formatowanie wykresów oraz diagramów. Stosowanie dla tych obiektów prostych animacji. Oprogramowanie: MS-PowerPoint 2010 Obiekty graficzne. Formatowanie kształtów (wypełnienie, przezroczystość, efekt 3-W). Formatowanie obrazów i zdjęć (dostosowywanie jasności, kontrastu, skali odcieni szarości, efektu rozmycia). Przemieszczanie obiektów graficznych (przycinanie, skalowanie, konwertowanie grafiki, ukrywanie). Oprogramowanie: MS-PowerPoint</p>

	<p>2010.</p> <p>Wprowadzenie w problematykę edytorów tekstu</p>
Zarządzanie karierą	<p>Samoocena: zasady rozpoznawania posiadanego zasobu i budowania własnej wartości:</p> <p>Moje mocne strony – Skąd o nich wiem? Jak najchętniej je wykorzystuję?</p> <p>Moje słabsze strony – Skąd o nich wiem? W czym mi przeszkadzają?</p> <p>Wprowadzenie STAR jako struktury umożliwiającej rozpoznanie własnych zasobów.</p> <p>Ocena, które umiejętności rynek poszukuje najbardziej?</p> <p>Umiejętność, mocna strona a kompetencja – Jestem kompetentny/a w zakresie...</p> <p>Moja motywacja</p> <p>Motywacja wewnętrzna: Co mnie motywuje: Jakie typy zadań? Jakie środowisko?</p> <p>Jakie wartości bronię? Jak siebie widzę/w jakim miejscu chcę być za 3..5 ..10 lat?</p> <p>Co chcę osiągnąć”</p> <p>Motywacja zewnętrzna</p> <p>Co oczekuję w zamian? Po co pracuję?</p> <p>Kluczowe zasady pisania CV i l.mot.</p> <p>Struktura, obowiązkowe informacje, co warto umieścić</p> <p>Czego nie należy umieszczać</p> <p>Jak ominąć pewne informacje</p> <p>Moje idealne miejsce pracy</p> <ul style="list-style-type: none"> - Przygotowanie zasad własnych opracowywania materiałów do opracowania portfolio <p>standardowego oraz na społecznych stronach internetowych.</p> <p>Autoprezentacja</p> <p>Prezentacja własnych umiejętności, preferencji i predyspozycji zawodowych przed pracodawcą w rozmowie kwalifikacyjnej</p> <ul style="list-style-type: none"> - Struktura odpowiedzi na rozmowie kwalifikacyjnej (STAR; BSTAR) - Dobranie przykładu dla poświadczenia kompetencji - Publiczna prezentacja własnej osoby na rozmowie kwalifikacyjnej
Wychowanie fizyczne (studia stacjonarne)	<p>Organizacja zajęć, bhp, kryteria na zaliczenie.</p> <p>Rodzaje i specyfika zajęć wychowania fizycznego.</p> <p>Rola muzyki w zajęciach w-f-u.</p> <p>Metodyka nauczania</p> <p>Przepisy, techniki, taktyki gry.</p> <p>Tok zajęć, intensywność, wszechstronność, monitorowanie ćwiczeń.</p> <p>Zasady bezpieczeństwa na zajęciach wychowania fizycznego.</p> <p>Pierwsza pomoc przedmedyczna.</p>
Zarządzanie	<p>Historia myśli w dyscyplinie nauk o zarządzaniu.</p> <p>Otoczenie instytucji.</p> <p>Proces planowania.</p> <p>Elementy organizowania.</p> <p>Procesy motywowania i kontrolowania.</p> <p>Kierownicy w instytucjach.</p> <p>Synergia i efekt organizacyjny jako warunki sprawnego osiągania zamierzonych celów instytucji (w formie e-learningu).</p> <p>Procesy decyzyjne we współczesnych instytucjach (w formie e-learningu).</p>
Finanse	<p>System finansowy i walutowy w rozwiniętej gospodarce rynkowej. System finansowy pojęcie, funkcje i rodzaje. Porównanie różnych modeli systemów finansowych. Rynki finansowe pojęcie, funkcje i rodzaje. Rynek międzybankowy i pozabankowy. Rynek kapitałowy a rynek pieniężny. Rynek pierwotny a rynek wtórny. Bankowe i niebankowe</p> <p>instytucje finansowe rynek depozytowy i kredyto wy. Popyt i podaż kapitału</p> <p>Instrumenty rynku kapitałowego i pieniężnego. Kryteria podziału. Instrumenty udziałowe. Instrumenty dłużne. Kwity depozytowe. Zasady publicznego obrotu</p>

	<p>papierami wartościowymi. Wprowadzanie akcji spółek do obrotu publicznego. Komisja Nadzoru Finansowego. Krajowy Depozyt Papierów Wartościowych. Biura maklerskie. Emitenci i inwestorzy. Rynek krótkoterminowych dłużnych papierów wartościowych. Instrumenty inwestorzy. Rynek krótkoterminowych dłużnych papierów wartościowych. Instrumenty -- cechy charakterystyczne oraz wycena (bony skarbowe, pieniężne, papiery cechy charakterystyczne oraz wycena (bony skarbowe, pieniężne, papiery komercyjne). Funkcje banków w organizacji komercyjnej. Funkcje banków w organizacji i przeprowadzaniu emisji. Rynek instrumentów i przeprowadzaniu emisji. Rynek instrumentów pochodnych. Istota rynku. Stan obecny. Instrumenty giełdowe a pozagiełdowe. Ocena pochodnych. Istota rynku. Stan obecny. Instrumenty giełdowe a pozagiełdowe. Ocena rozwoju rynku. Uregulowania prawne rynku pochodnych instrumentów finansowych. Rozwój rozwoju rynku. Uregulowania prawne rynku pochodnych instrumentów finansowych. Rozwój instrumentów pochodnych w wybranych krajach instrumentów pochodnych w wybranych krajach</p> <p>Finanse publiczne. Funkcja alokacyjna, redystrybucyjna i stabilizacyjna finansów publicznych. System budżetowy w Polsce. Budżet państwa, dochody, wydatki, deficyt budżetowy, dług publiczny krajowy i zagraniczny, polityka budżetowa.</p> <p>Nadzór nad bankami, ubezpieczycielami i rynkami finansowymi. Zadania nadzoru nad rynkami kapitałowymi. Przystępność na rynku finansowym. Piramidy finansowe na przykładzie afery Madoffa. Corporate governance. Rola agencji ratingowych na tle współczesnego kryzysu finansowego</p> <p>Wartość pieniądza w czasie. Oprocentowanie. Dyskontowanie. NPV. Przykłady, zadania</p> <p>Nadzór bankowy i gwarantowanie depozytów. Istota, cele, zadania i przyczyny funkcjonowania nadzoru bankowego. Rodzaje i zakres działalności nadzoru bankowego. Bazylejski Komitet Nadzoru Bankowego. Nadzór bankowy w Polsce. Gwarantowanie depozytów w Polsce. Bankowy Fundusz Gwarancyjny. Zagadnienie kapitału zagranicznego</p> <p>w polskim systemie bankowym</p> <p>Bankowość i kredyty. Rynek kredytowy. Istota. Klasyfikacje kredytów. Zabezpieczenia kredytów bankowych w praktyce. System bankowy w gospodarce rynkowej: jego modele i funkcje. Bilans banku. Aktywa i pasywa. Instrumenty i operacje bankowe. Bankowość</p> <p>uniwersalna i bankowość inwestycyjna. Bankowość elektroniczna. Niebankowe instytucje finansowe. Parabanki.</p> <p>Finanse przedsiębiorstw. Wskaźniki finansowe przedsiębiorstwa.</p>
Rachunkowość	<p>Istota rachunkowości funkcje, zasady i regulacje prawne rachunkowości</p> <p>Bilans przedsiębiorstwa</p> <p>Operacje gospodarcze i ich wpływ na składnik bilansu</p> <p>Pojęcie i funkcjonowanie konta księgowego. Rodzaje kont. dzielenie i łączenie kont księgowych</p> <p>Wycena i ewidencja wybranych aktywów i pasywów</p> <p>Warianty ustalania wyniku finansowego</p> <p>Dokumenty księgowe i księgi rachunkowe</p> <p>Sprawozdawczość finansowa</p> <p>Bilans przedsiębiorstwa.</p> <p>Dokumenty księgowe, operacje gospodarcze i ich wpływ na składniki majątkowe</p> <p>Budowa i funkcjonowanie kont księgowych. Rodzaje kont. dzielenie i łączenie kont księgowych</p> <p>Zestawienie obrotów i sald kont syntetycznych i analitycznych</p> <p>Warianty ustalania wyniku finansowego</p>
Zarządzanie	<p>Wprowadzenie do zarządzania zmianą:</p> <p>1. Definicja zmiany</p>

zmianą	<p>2. Zmiana jako inwestycja</p> <p>3. Specyfika zarządzania zmianą</p> <p>4. Teorie wprowadzania zmian</p> <p>5. Wizja zmiany</p> <p>Źródła i czynniki zmian:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Czynniki i źródła wewnętrzne 2. Czynniki i źródła zewnętrzne 3. Czynniki i źródła zarządzania <p>Zmiana wzorca organizacyjnego:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Definicja wzorca organizacyjnego 2. Wyzwania związane ze zmianami wzorca organizacyjnego 3. Dążenie do współpracy w ramach organizacji 4. Dynamika zmian wzorca organizacyjnego <p>Zmiana w obszarze zasobów ludzkich:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Sposoby doboru i rekrutowania pracowników 2. Pozyskiwanie przez pracowników nowych umiejętności niezbędnych do wdrożenia zmiany 3. Dopasowywanie kompetencji pracowników do zmian w organizacji 4. Zwalnianie pracowników lub zastępowanie ich w kontekście wprowadzania zmian <p>Zmiana w działaniach marketingowych:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Zmiany w zakresie promocji. 2. Zmiany w zakresie produktu (w tym opakowania). 3. Komunikaty reklamowe. <p>Opór wobec zmian:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Potrzeby ludzi w procesie zmian 2. Nastawienie ludzi do zmian 3. Prawo przekory 4. Sposoby przewycięzania oporu wobec zmian 5. Stymulowanie pozytywnych reakcji na zmiany
Podstawy ekonomii	<p>Ogólna charakterystyka ekonomii Przedmiot i zakres. Historia pojawienia się i rozwoju ekonomii; Metoda ekonomii; Prawa i teorie ekonomiczne; Podstawowy problem ekonomiczny; Ekonomia pozytywna i normatywna; Mikroekonomia, makroekonomia, mezoekonomia i ekonomia globalna.</p> <p>Podstawowe pojęcia i prawa ekonomiczne Rynek jako mechanizm regulacji; podmioty gospodarki rynkowej; konkurencja doskonała i niedoskonała; monopole, ich formy oraz stopień monopolizacji rynku, spółki i ich rola w koncentracji produkcji oraz kapitału; Popyt, prawo popytu oraz czynniki wyznaczające popyt; elastyczność popytu, jej rodzaje i poziom, funkcja popytu i jej przesunięcia; anomalie rynkowe: paradoks Giffena i efekt Veblena;</p> <p>Podaż, prawo podaży, czynniki określające podaż, elastyczność podaży, funkcja podaży i jej przesunięcia; Pieniądz w gospodarce rynkowej: historia, pojęcie, rodzaje i funkcje pieniądza; Pojęcie, rodzaje i funkcje cen; Rynkowe procesy dostosowawcze: równowaga rynkowa; model pajęczyny.</p> <p>Rzadkość i możliwości produkcyjne Pojęcie rzadkości i jej implikacje; Krzywa możliwości produkcyjnych; Główne dylematy wyboru w gospodarce. możliwości produkcyjnych; Główne dylematy wyboru w gospodarce</p> <p>Racjonalność podmiotów gospodarczych Założenie, pojęcie racjonalności; Wzorec homo economicus; Współczesne teorie racjonalności: teoria racjonalności ograniczonej, racjonalności X oraz racjonalności wytorowanej; Polimorfizm zasady racjonalnego gospodarowania.</p> <p>Ograniczenia budżetowe Linia budżetowa; Dochody gospodarstw domowych i ich wpływ na zmianę ograniczeń budżetowych; Ceny towarów i usług a ograniczenia budżetowe.</p>

	<p>Potrzeby i preferencje konsumentów Pojęcie potrzeb i ich rodzaje; Preferencje a koszyki dóbr i usług. System preferencji i ich przechodniość; Standardowe i niestandardowe krzywe objętości; Prawo malejącej marginalnej stopy substytucji.</p> <p>Równowaga konsumenta i jej zmiany Podstawowy warunek równowagikonsumenta; Krzywa dochód konsumpcja a dobra normalne i podrzędne; prawoEngela; Krzywa cena konsumpcja; efekt substytucyjny i dochodowy zmian cen (tożsamość Słuckiego); efekt substytucji i dochodowy dla dóbr Giffena</p> <p>Przedsiębiorstwo jako podmiot gospodarujący Alternatywne teorie przedsiębiorstwa Geneza przedsiębiorstwa; Zasadnicze pytania teorii przedsiębiorstwa: czym jest przedsiębiorstwo, cele przedsiębiorstwa, teoria przedsiębiorstwa i przedsiębiorczości a teoria równowagi; Przedsiębiorstwo w ujęciu ekonomii neoinstytucjonalnej</p> <p>Podstawy decyzji ekonomicznych producenta Produkcja, organizacja, technologia, współczynniki technologiczne;Rola zysku w przedsiębiorstwie; efektywność techniczna i ekonomiczna produkcji;</p> <p>Funkcja produkcji pojęcie, rodzaje, funkcja produkcji w długim i krótkim okresie; Produkt całkowity, przeciętny i marginalny; prawo malejących przychodówmarginalnych; Izokwanty produkcji; malejąca marginalna stopa technicznej substytucji; Optimum produkcji: linia jednakowego kosztu a izokwanty produkcji; ścieżka ekspansji produkcji; zmiany cen czynników produkcji</p> <p>Koszty produkcji a przychody równowaga przedsiębiorstwa. Klasyfikacja kosztów; Kategoria utargu i jego rola w decyzjach producenta; Koszt krańcowy a utarg krańcowy; Prawo malejących przychodów krańcowych; decyzje produkcyjne przedsiębiorstwa w krótkim okresie; Decyzje produkcyjne przedsiębiorstwa w długim okresie; wpływ postępu technicznego na produkcję i koszty</p> <p>Konkurencja doskonała i pełny monopol analiza komparatywna. Decyzje produkcyjne przedsiębiorstwa w warunkach konkurencji doskonałej; Produkcja i cena w warunkach monopolu pełnego; różnicowanie cen przez monopol;Porównanie równowagi przedsiębiorstwa wolnokonkurencyjnego i monopolu pełnego</p> <p>Konkurencja monopolistyczna i oligopolistyczna Założenia modelu konkurencji monopolistycznej; równowaga przedsiębiorstwa w warunkach konkurencji monopolistycznej; formy konkurencji monopolistycznej; Założenia modelu oligopolu; złamana krzywa popytu w oligopolu; formy konkurencji a polityka cenowa oligopolu</p> <p>Rynki czynników produkcji Rynek pracy elementy jego analizy; Rynek kapitału i jego funkcjonowanie; Rynek ziemi we współczesnej gospodarce</p>
Zarządzanie marką	<p>Istota zarządzania marką podstawowe pojęcia dotyczące marki i procesu zarządzania marką.</p> <p>Koncepcje z zakresu zarządzania marką, uwarunkowani wewnętrzne i zewnętrzne zarządzania marką.</p> <p>Pozycjonowanie strategia pozycjonowania, metody wyboru wyróżników marki, osobowość marki i archetypy marki</p> <p>Tożsamość wizualna marki logotyp, typologia logotypów, księga marki (brand book) i zasady jego wykorzystania</p> <p>Komunikacja marki strategia w zakresie komunikacji, rola narzędzi promocji w procesie budowania marki</p> <p>Public Relations oraz koncepcja społecznej odpowiedzialności biznesu (CSR) dla marki</p> <p>Architektura marki typologia architektury marki, uwarunkowania wdrożenia</p> <p>Metody oceny pozycji marki na rynku</p> <p>Trendy w zakresie zarządzania marką</p> <p>Projekt: koncepcję zarządzania marką dla wybranego przykładu</p>
Finanse przedsiębiorstwa	<p>Istota finansów przedsiębiorstwa</p> <p>Podstawowe zasady oceny kondycji finansowej przedsiębiorstwa. Omówione zostaną zasady obliczania i interpretacji głównych wskaźników płynności, rentowności i zadłużenia.</p>

	<p>Kształtowanie struktury majątku i kapitału w przedsiębiorstwie. Omówione zostaną: zasady analizy prognozy rentowności, mechanizm działania dźwigni operacyjnej oraz wykorzystanie dźwigni w planowaniu zysku operacyjnego. Ponadto zaprezentowane zostaną zasady dźwigni finansowej, jej dodatni i ujemny efekt i wpływ zadłużenia na rentowność firmy.</p> <p>Kapitały i fundusze podmiotów gospodarczych. Koszt kapitału. Omówione zostaną rodzaje kapitałów własnych i obcych w przedsiębiorstwie oraz ich wady i zalety. Zaprezentowane zostaną zasady ustalania kosztu kapitału własnego i obcego oraz średnioważonego kosztu kapitału (WACC).</p> <p>Podstawy zmiany wartości pieniądza w czasie wstęp do oceny opłacalności inwestycji. Omówione zostaną: pojęcie oprocentowania i dyskontowania oraz zasady wyznaczania wartości przyszłej i obecnej kapitału.</p> <p>Inwestycje i ich ocena. Omówione zostaną: pojęcie i rodzaje inwestycji w przedsiębiorstwie, oraz podstawowe zasady finansowej oceny ich opłacalności. Przedstawione zostaną metody statyczne (okres zwrotu, prosta stopa zwrotu) jak i dynamiczne (wartość zaktualizowana netto NPV i wewnętrzna stopa zwrotu IRR).</p> <p>Kształtowanie struktury majątku i kapitału w przedsiębiorstwie . Omówione zostaną: zasady analizy prognozy rentowności, mechanizm działania dźwigni operacyjnej oraz zasady analizy prognozy rentowności, mechanizm działania dźwigni operacyjnej oraz wykorzystanie dźwigni w planowaniu wykorzystanie dźwigni w planowaniu zysku operacyjnego. Ponadto zaprezentowane zostaną zasady dźwigni finansowej, jej dodatni i ujemny efekt i wpływ zadłużenia na rentowność firmy. rentowność firmy.</p> <p>Kapitały i fundusze podmiotów gospodarczych . Koszt kapitału. Omówione zostaną rodzaje kapitałów własnych i obcych w przedsiębiorstwie oraz ich wady i zalety. Zaprezentowane zostaną zasady ustalania kosztu kapitału własnego i obcego oraz średnioważonego kosztu kapitału (WACC).</p> <p>Podstawy zmiany wartości pieniądza w czasie wstęp do oceny opłacalności inwestycji. Omówione zostaną: pojęcie oprocentowania i dyskontowania oraz zasady wyznaczania wartości przyszłej i obecnej kapitału.</p>
Zarządzanie projektami	<p>Wprowadzenie do zarządzania projektami:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. pojęcie projektu, 2. przykłady projektów, 3. istota zarządzania projektami, 4. rozwój zarządzania projektami, 5. cykl życia projektu, 6. etapy realizacji projektu. <p>Planowanie jako podstawa zarządzania projektami:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. definicja planowania i planu, 2. planowanie struktury zadań projektu, 3. planowanie przebiegu projektu, 4. planowanie zasobów projektu, 5. wykres Gantta, 6. podejście do planowania od strony produktów i od strony zadań, 7. przykłady planów p rojektów. <p>Projektowe struktury organizacyjne:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. istota organizowania i struktury organizacyjnej, 2. tradycyjne struktury organizacyjne, 3. projektowe struktury organizacyjne: <ol style="list-style-type: none"> a. wpływowa ” struktura projektowa,

	<p>b. czysta organizacja projektowa (produktowa) lub autonomiczna organizacja projektowa,</p> <p>c. macierzowa forma organizacji,</p> <p>d. zleceńowa struktura projektowa,</p> <p>e. zarządzanie projektem w komórce funkcjonalnej (w strukturze liniowej),</p> <p>f. struktury wykorzystywane przy współpracy przedsiębiorstw w ramach projektu,</p> <p>4. ewolucja struktur od funkcji, przez projekty do procesów.</p> <p>Zarządzanie projektem europejskim:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. znaczenie Unii Europejskiej, 2. programy operacyjne, priorytety, działania i poddziałania, 3. przygotowanie przedsięwzięć inwestycyjnych na podstawie konstrukcji studium wykonalności, 4. generatory wniosków aplikacyjnych, 5. przykłady projektów unijnych. <p>Zarządzanie ryzykiem i kryzysem projektów:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. istota ryzyka i kryzysu, 2. metody i techniki służące zarządzaniu ryzykiem projektów, 3. źródła ryzyka w projektach i sposoby ich redukcji, 4. macierz ryzyka, 5. koncepcja opcji, 6. model NTCP projektu innowacyjnego, 7. przykłady kryzysów w projektach, 8. etapy zarządzania kryzysem projektu. <p>Dojrzałość projektowa organizacji:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. rozwój zagadnienia dojrzałości organizacji, 2. dojrzałość procesowa organizacji, 3. dojrzałość projektowa organizacji, 4. modele dojrzałości projektowej (The Kerzner Project Management Maturity Model, (PM)² Model), 5. zastosowanie oceny dojrzałości projektowej w zarządzaniu, 6. wyniki badań dojrzałości projektowej w Polsce i na świecie. <p>Definiowanie pomysłu, koncepcji projektu, identyfikacja projektu.</p> <p>Elementy studium wykonalności projektu omówienie struktury pracy zaliczeniowej.</p> <p>Struktura podziału pracy WBS zadanie: WBS dla projektu budowa domu ”, case study firma MAXX</p> <p>Interesariusze projektu oraz Matryca Logiczna Projektu (LFA) zadanie: LFA dla projektu rozbudowa i wyposażenie muzeum w miejscowości X</p> <p>Harmonogram projektu, wykres sieciowy, wykres Gantta case study organizacja balu</p> <p>Budżet projektu oraz macierz podziału obowiązków RAM.</p> <p>Ryzyko projektu: analiza jakościowa ryzyka projektu macierz ryzyka, analiza jakościowo ilościowa FMEA efektów form niepowodzenia.</p>
Zarządzanie jakością	<p>Definicje jakości. Istota i pojęcie jakości; definicje deskryptywne i wartościujące.</p> <p>Ewolucja w podejściu do problematyki jakości. Geneza zarządzania jakością od inspekcji, przez kontrolę jakości i zapewnianie jakości, do zarządzania jakością; twórcy koncepcji: W.A. Sheward, P.B. Crosby, W.E. Deming, A.V. Feigenbaum, J.M. Juran, K. Ishikawa, G.</p> <p>Prekursorzy i założenia koncepcji TQM (Total Quality Management). 14 punktów W.E.</p> <p>Deminga, trylogia M.J. Jurana, 14 kroków jakości P.B. Crosby ego, zasady i modele TQM.</p> <p>System Six Sigma. Geneza Six Sigma; definicja Six Sigma; pomiar w Six Sigma; zasady Six Sigma;</p> <p>Sigma; procesy i metodyki Six Sigma, struktura zarządzania programem Six Sigma.</p> <p>Problematyka normalizacji, certyfikacji i integracji systemów zarządzania. Międzynarodowa</p>

	<p>Organizacji Normalizacyjna (ISO) geneza i cele działalności; standardy jakości i inne standardy zarządzania; potrzeba integracji systemu zarządzania.</p> <p>Standard zarządzania jakością ISO serii 9000. Struktura normy i jej ewolucja; zasady zarządzania jakością według normy ISO serii 9000:2008; pojęcie procesu, podejście procesowe; dokumentacja systemu zarządzania jakością; ocena i certyfikacja systemu zarządzania jakością.</p> <p>Standard zarządzania środowiskowego ISO serii 14000. Geneza i rozwój norm środowiskowych; struktura normy ISO serii 14000:2004.</p> <p>Standard zarządzania bezpieczeństwem i higieną pracy. Struktura normy ISO PN N/OHSAS 18001.</p> <p>Standard zarządzania bezpieczeństwem informacji. Struktura normy ISO 27001.</p> <p>Metody i narzędzia doskonalenia jakości. Schemat blokowy; arkusz kontrolny; analiza Pareto; diagram przyczynowo skutkowy Ishikawy.</p> <p>Wybrane branżowe systemy i standardy zarządzania jakością. ISO/TS 16949 (wcześniej: QS 9000, AVSQ, VDA6.1, EAQF); HACCP; GMP; GHP; GAP; GLP. QS 9000, AVSQ, VDA6.1, EAQF); HACCP; GMP; GHP; GAP; GLP.</p> <p>Wybrane branżowe systemy i standardy zarządzania jakością. BRC Globalny Standard Żywnościowy (ang. Global Standard Food); IFS; ISO 22000; AQAP; ISO 13485; TL 9000</p> <p>Definicje jakości. Studium przypadku: Klient w organizacji: część wspólna koncepcji marketingowej i koncepcji TQM, orientacja na klienta, teoria satysfakcji klienta, definicje jakości: deskryptywne i wartościujące.</p> <p>Zasady TQM. Studium przypadku: Zarządzanie jakością w instytucji publicznej: systemowe podejście do doskonalenia organizacji sekwencja działań, osoby, które winny być zaangażowane w proces doskonalenia, zasady TQM.</p> <p>Podejście procesowe. Studium przypadku: Proces realizacji praktyk studenckich w uczelni wyższej: schemat blokowy, mapowanie procesu, podejście procesowe.</p> <p>Narzędzia i techniki zarządzania jakością. Studium przypadku: Analiza kosztów reklamacji w firmie budowlano montażowej, koszty jakości, analiza Pareto, diagram przyczynowo skutkowy Ishikawy.</p> <p>Standard zarządzania jakością ISO serii 9000. Studium przypadku: Wdrożenie systemu zarządzania jakością (SZJ) w firmie SIKA: struktura normy ISO serii 9000, dokumentacja i certyfikacja SZJ, przyczyny niedoskonałości SZJ w analizowanym przedsiębiorstwie, sposoby usprawnień SZJ w analizowanym przedsiębiorstwie.</p> <p>Usprawnianie procesu biznesowego. Studium przypadku: usprawnianie procesu biznesowego w FOD Toral, wytyczne do projektu/pracy zaliczeniowej.</p> <p>Wdrażanie systemu zarządzania jakością w organizacji kultura jakości. Studium przypadku: Zarządzanie jakością w instytucji publicznej: argumenty, które skłoniłyby pracowników do wzięcia udziału w procesie zmian (usprawnień), postawy i wartości niepożądane w organizacji oraz postawy i wartości, które chcielibyśmy promować w organizacji, kultura jakości.</p>
Marketing i reklama	<p>Geneza i definicje marketingu. Marketing na początku XXI wieku. Funkcje marketingu. Orientacje przedsiębiorstw na rynku. Istota orientacji marketingowej. Zasady marketingowego działania firmy w gospodarce rynkowej.</p> <p>Potrzeby i preferencje nabywców. Koncepcja marketingu mix i formuła 4C</p> <p>Pojęcie produktu i klasyfikacja. Poziomy produktu oraz jego funkcje i cechy użytkowe. Analiza cyklu życia produktu. Marka, jakość i opakowanie produktu.</p> <p>Istota i znaczenie ceny w marketingu. Uwarunkowania decyzji cenowych przedsiębiorstwa. Strategiczne cele polityki cen. Metody ustalania cen. Strategie cen.</p> <p>Pojęcie dystrybucji, jej znaczenie i podstawowe funkcje. Rodzaje kanałów dystrybucji. Strategie dystrybucji.</p> <p>Pojęcie REKLAMY zadania i znaczenie reklamy w obszarze komunikacji marketingowej przedsiębiorstwa/. Instrumenty promocji. Ocena skuteczności narzędzi promocji.</p> <p>Zachowania klienta a reklama. Psychologiczne aspekty reklamy.</p>

	<p>Segmentacja rynku konsumenckiego,. Warunki efektywnej segmentacji. Wybór rynku docelowego. Strategie wyboru segmentów. Pozycjonowanie. Reklama w procesie pozycjonowania. Strategie pozycjonowania a rodzaje reklamy. Modele komunikacji w reklamie na rynku klienta.</p> <p>Analiza działań marketingowych wybranego przedsiębiorstwa. Identyfikacja instrumentów marketingowych , ich ocena oraz diagnostyka.</p> <p>Analiza wybranych przekazów reklamowych z rynku konsumenta. Ocena i diagnostyka wykorzystanej reklamy.</p> <p>Projektowanie działań marketingowych dla wybranego przedsięwzięcia w analizowanym przedsiębiorstwie.</p> <p>Projektowanie działań reklamowych / przekaz reklamowy, kampania reklamowa/ dla wybranego produktu na rynku konsumenta.</p> <p>Wizyta nr 1 Agencja reklamowa</p> <p>Wizyta nr 2 Supermarket w czasie kampanii reklamowej i intensywnych działań marketingowych wspierających sprzedaż produktu.</p>
Badania marketingowe	<p>Rynek jako mechanizm gospodarczy (istota rynku, rodzaje i elementy, segmenty rynku, decyzje w warunkach niepewności i ryzyka). Definicja badania marketingowego, geneza, rozwój, funkcje, typologia.</p> <p>Proces podejmowania decyzji na podstawie informacji pochodzących z badań marketingowych (identyfikacja problemów decyzyjnych i badawczych).</p> <p>Etapy typowego procesu badania marketingowego.</p> <p>Faza przygotowania badania: projektowanie badania i dobór próby (etapy i rodzaje badań, błędy popełniane w trakcie badań, metody projektowania badania, projekt doboru próby).</p> <p>Obliczanie minimalnej liczebności próby dla celów badania marketingowego.</p> <p>Pomiar jako element badania. Poziomy i wiarygodność pomiaru. Skale do pomiaru postaw.</p> <p>Budowa instrumentu pomiarowego. Metody budowy kwestionariusza. Rodzaje pytań i zasady ich budowy. Skalowanie odpowiedzi. Kwestionariusz próbny.</p> <p>Klasyfikacja źródeł informacji: źródła pierwotne i źródła wtórne. Klasyfikacja metod zbierania danych ze źródeł pierwotnych i wtórnych. Tworzenie i wykorzystywanie baz danych. Internet jako droga dostępu do źródeł informacji.</p> <p>Metody pośrednich pomiarów sondażowych (ankietowe metody pomiaru i panel).</p> <p>Metody bezpośrednich pomiarów sondażowych (wywiady, metody projekcyjne, metody obserwacji, rejestracje. degustacje i ocena próbek, pomiary w formie eksperymentu</p> <p>Metody redukcji i analizy danych. Wykorzystanie wybranych mierników statystycznych do analizy zjawisk rynkowych. Wartości średnie i miary zmienności. Wskaźniki dynamiki i tempa wzrostu. Wskaźniki struktury i natężenia. eksperymentu, eksperyment naturalny i sztuczny).</p> <p>Metody prezentacji i kontroli badania oraz ocena jego wyników. Raport pisemny i prezentacja ustna raportu.</p> <p>Etyczne aspekty badania marketingowego. Organizacja badań marketingowych (organizacja w przedsiębiorstwie, firmy badawcze w wybranych krajach świata).</p> <p>Analiza wybranej sytuacji / Case Study Plan badań rynku tworzony zespołowo</p> <p>Źródła danych wykorzystywanych w badaniach. Konstruowanie instrumentów pomiaru dla badań własnych prowadzonych zespołowo</p> <p>Realizacja badań własnych / wtórne i pierwotne/.Praca zespołowa</p> <p>Ocena uzyskanych wyników badań. Raport końcowy z badań rynku. Publiczna prezentacja raportu badań. Prezentacja zespołowa.</p> <p>Projekt</p>
Inicjowanie i	Kształtowanie podstaw przedsiębiorczych

<p>prowadzenie własnej działalności gospodarczej</p>	<p>Formy prowadzenia działalności gospodarczych i ich inicjowanie Prowadzenie przedsiębiorstwa Analiza otoczenia organizacji Biznes plan Formy prawne działalności gospodarczej Zakładanie firmy krok po kroku</p>
<p>Historia sztuki</p>	<p>Wprowadzenie w dzieje sztuki specyfika przedmiotu, sposoby i zakres badań historyka sztuki pojęcie stylu, podział sztuk plastycznych, podstawowe techniki artystyczne Historia sztuki pradziejowej i starożytnej I: sztuka starożytnego Egiptu (okres wczesnodynastyczny, Stare Państwo, Średnie Państwo, Nowe Państwo, okres wpływów greckich i rzymskich); sztuka starożytnej Mezopotamii (sztuka sumeryjska, akadyjska, babilońska, asyryjska); sztuka kultur egejskich epoki brązu (sztuka kreteńska, sztuka mykeńska). Historia sztuki starożytnej I I: sztuka starożytnej Grecji (okres archaiczny, okres klasyczny, okres późnoklasyczny, okres hellenistyczny); sztuka starożytnych Etrusków; sztuka starożytnego Rzymu (okres republikański i wczesnego cesarstwa, okres średniego cesarstwa, okres późnego cesarstwa); sztuka wczesnochrześcijańska/Sztuka bizantyjska i ruska. Sztuka średniowieczna I: sztuka wczesnośredniowieczna (przedromańska) w Europie (sztuka karolińska, sztuka ottońska, sztuka ostrogocka, sztuka wizygocka, sztuka iroszkocka); sztuka romańska (we Francji, we Włoszech, w Hiszpanii, w Niemczech, w Polsce). Sztuka średniowieczna II: sztuka gotycka w Europie (we Francji, w Anglii, we Włoszech, w Hiszpanii, w Niemczech, w Polsce; gotyk wczesny, gotyk dojrzały, gotyk późny; katedry, cechy, symbolika sztuki). Sztuka Italii przełomu XIII/XIV wieku (Protorenesans); sztuka renesansu w Europie (sztuka włoska XV i XVI wieku teoria sztuki, tło historyczne, humanizm wybitne osobowości: Filippo Brunelleschi, Leone Battista Alberti, Andrea Mantegna, Leonardo da Vinci, Michał Anioł, Rafael Santi; sztuka renesansu w krajach na północ od Alp: Francja, Niderlandy, Niemcy (Albrecht Dürer), Polska; sztuka manieryzmu we Włoszech (środowiska artystyczne Sztuka XVII i XVIII wieku: sztuka w służbie kontrreformacji barok (Włochy Accademia degli Incamminati, Caravaggio i caravaggioniści), Francja, Flandria (Rubens), Holandia (Rembrandt i Vermeer)), sztuka rokoka we Francji, Austrii i we Włoszech sztuka epoki Oświecenia klasycyzm Sztuka europejska oraz polska wieku XIX i pocz. XX : romantyzm, realizm, akademizm, nurty antyakademickie: impresjonizm, neoimpresjonizm, postimpresjonizm, symbolizm secesja; sztuka Młodej Polski (Kraków). Sztuka I połowy XX wieku: fowizm, nurty ekspresjonistyczne w Niemczech, kubizm, dadaizm, surrealizm, abstrakcja geometryczna i niegeometryczna, mistrzowie sztuki amerykańskiej, Bauhaus. Sztuka II połowy XX wieku (action painting, Op art i pop art., hiperrealizm, land art., ikony architektury współczesnej, kryzys pojęcia sztuka antyszuka, sztuka krytyczna, nowe media)</p>
<p>Estetyka</p>	<p>Wprowadzenie do metafizyki wartości. Aksjologia jako nauka o wartościach. Główne aspekty estetyki. Dzieło sztuki. Proces twórczy. Doświadczenie estetyczne. Wartości. Pojęcie świata sztuki. Sztuk a znaczenie i historia. Piękno i brzydota znacznie i historia Procesy: twórczy i odbioru Pojęcie formy (taxis, kanon, harmonia, istota, hilemorfizm, konstrukcja). Forma a</p>

	<p>treść.</p> <p>Od fizycznego przedmiotu do koncepcji.</p> <p>Zagadnienia estetyki starożytnej i średniowiecznej. Awangarda. Neoawangarda. Estetyka fenomenologiczna.</p>
Historia designu	<p>Wiek XIX. Początek kreatywnego myślenia i działania projektowego w produkcji masowej.</p> <p>Style, twórcy obiekty. Wzornictwo początku XX wieku</p> <p>Wzornictwo czasu II wojny światowej.</p> <p>Rzemiosło, sztuka czy przemysł. Rys historyczny ze szczególnym uwzględnieniem XVIII wieku</p>
Kształtowanie klimatu barwnego	<p>Przedmiot psychologii barw</p> <p>Główne cele psychologii barw</p> <p>Przykłady eksperymentów psychologicznych w zakresie postrzegania barw</p> <p>Spostrzeganie barw</p> <p>Sposoby przejawiania się barw</p> <p>Klasyczne badania nad spostrzeganiem barw</p> <p>Doświadczenie Landa</p> <p>Wrażenie barwy</p> <p>Nasycenie barwy, jakość</p> <p>Aberracja chromatyczna</p> <p>Przyczyny ślepoty na barwy</p> <p>Teorie spostrzegania kształtu i widzenie stereoskopowe</p> <p>Złudzenia i zniekształcenia wzrokowe,</p> <p>Wskaźniki głębi</p> <p>Oddziaływanie barw na człowieka</p> <p>Synestezje</p> <p>Barwy a nastroje</p> <p>Teoria wczuwania (empatii)</p> <p>Test preferencji barw</p> <p>Wpływ osobowości na preferencje barw</p> <p>Praktyczne wykorzystanie wiedzy o fizycznych i psychofizjologicznych właściwościach barw</p> <p>Barwa w pomieszczeniach</p> <p>Zastosowanie kontrastów barwnych</p> <p>Funkcja informacyjna i ostrzegawcza barw</p> <p>Barwa w leczeniu</p> <p>Spostrzeganie ruchu</p> <p>Ruch rzeczywisty</p> <p>Pozorny ruch wizualny</p> <p>Spostrzeganie ruchów ciała</p>
Struktury wizualne	<p>Punkt, linia, płaszczyzna w tworzeniu struktury wizualnej" Trzy rysunki formatu A 4 maksymalnie wypełnione: 1. strukturą punktów, 2. strukturą linii oraz 3. uzyskanie struktury plamy nierozróżnialnych okiem linii w kartkowej blasze " grafitowego lub długopisowego monochromu matrycy odbitki.</p> <p>"Struktury natury w arborefrottage u" z drzew pobliskiego parku. Wykonanie rysunkowego mega frottage u na dookólnie na drzewie owiniętych, sklejonych arkuszach szarego papieru o wysokości autora na długość wyciągniętej ręki grafitem lub pastelą zrysowującej na papier, wszystkie wypukłości matrycy kory drzewa danego gatunku.</p> <p>Barwy moje w laptopowej " strukturze subiektywnej systematyki " barw z farb akrylowych w pikselowej estetyce " i na klawiaturze " z 7 x 7 = 49. barwami w formie A 3.</p> <p>Faktury zimowej odzieży w klawiaturze laptopa Kompozycja Klawiatury laptopa " w 16. Dotykowych próbek odzieżowych z materiałów znalezionych " i wyszukanych ", o</p>

	<p>różnorodnych, ciepłych ” powierzchniach. Faktury strukturalnie miękkie, elastyczne, rozciągliwe, uchyłne, miłe, szorstkie, itp .</p> <p>Faktury intencjonalne klawiatury laptopa Preparacja w białej, śnieżnej ” modelinie 9. rodzajów faktury: różnicowania podstawowego, świetlnego, elementowego, modułowego i</p> <p>układoweg o. Przedmiotowe, konkretne opracowanie zestawu faktur w klawiaturze laptopa ” formatu A 3.</p> <p>Bryły regularne w białej modelinie Wykonanie 5. regularnych geometrycznych brył: 1. kuli, 2. sześcianu, 3. czworoboku foremego, 4. stożka i 5. walca. O identycznych gabarytach i modelowo różnicowanych kształtach.</p> <p>Możliwości linii Praktyczne rysunkowo malarskie i graficzne definicje plamy, linii, plamo linii. Rysunkowe i malarskie przedstawienie 16. rodzajów linii regularnych i nieregularnych, organicznych, jednolitych, złożonych, kombinowanych, aż do meandra.</p> <p>Konkretność przestrzeni z pudła wydobyta Przetworzenie pudła zamkniętej przestrzeni w makietę do demonstracji rodzajów stosunków przestrzennych: 1. między elementami, 2. samych elementów w podprzestrzeni i 3. w całej przestrzeni. Podprzestrzenie w przestrzeni.</p> <p>Perspektywy zbieżne osiedla na zdjęciach i w wykresie Cztery skierowane foto ujęcia perspektyw zbieżnych budynków mieszkalnych nowoczesnego osiedla zestawione parami figura (budynek) tło (otoczenie architektoniczne) na mapie ” A3. Na bazie foto mappingu osiedla wykreślenie kolorowymi pisakami na kalce technicznej wszystkich linii prostych, tworzących siatkową strukturę przestrzenną perspektyw zbieżnych fragmentu architektury osiedla.</p> <p>Różne układy kompozycje Praktyczne rozróżni enie pojęć układ <> kompozycja. Rozróżnianie i określanie układów zastanych w naturze i rzeczywistości kulturowej. Praktyczne ćwiczenie i wykonanie 12. rodzajów kompozycji, m.in. otwartej, zamkniętej, statycznej, dynamicznej, centralnej, dośrodkowej, zwart ej, rozproszonej, osiowej, symetrycznej, ramowej, złotej ” i szarej</p>
Ergonomia	<p>Warunki widoczności. Ustalenie geometrycznych zakresów pola widzenia dla określonych sytuacji odbioru informacji. Warunki widoczności i determinanty antropometryczne na stanowiskach komputerowych.</p> <p>Zagadnienia dotyczące sterowania. Elementy biomechaniki. Ruch. Siła.</p> <p>Cechy i klasyfikacja czynności ruchowych, szybkość i dokładność ruchów. Siła jako parametr czasowo przestrzenny.</p> <p>Obciążenie fizyczne, rodzaje obciążeń, metody badań i oceny.</p> <p>Ogólne zasady projektowania obciążenia ciała człowieka. Obciążenie kończyn górnych (siłami sterowania i przemieszczania masy, czynnościami). Obciążenie kończyn dolnych (siłami sterowania, przemieszczaniem). Obciążenie kręgosłupa i innych części ciała.</p> <p>Obciążenie statyczne. Wydatek energetyczny przegląd metod.</p> <p>Obciążenie psychiczne, wysiłek psychiczny czynniki powodujące zmęczenie. Objawy, skutki zmęczenia psychicznego pracą, stres. Dialog człowieka z obiektem technicznym, formy współdziałania, sprzężenia zwrotne, niezawodność układu człowiek obiekt techniczny.</p> <p>System człowiek obiekt w ujęciu teorii informacji, schemat działania: procesy informacyjne, procesy decyzyjne, wykonywanie czynności jako podstawa metodyki oceny wysiłku psychicznego.</p> <p>Kryteria wysiłku psychicznego. Monotonia pracy kryteria monotonii, sposoby oceny. Metody oceny obciążenia psychicznego w warunkach przemysłowych.</p> <p>Informacja, sygnalizacja wzrokowa. Rodzaje informacji przekazywanej za pomocą sygnałów.</p>

	<p>Zasady projektowania wskaźników. Zasady grupowania i rozmieszczania elementów sterowniczych i sygnalizacyjnych</p> <p>Adaptacja ww. zasad do materialnego otoczenia (przestrzeń, architektura wnętrza, rozmieszczenie sprzętu itp.)</p> <p>Podstawy teorii widzenia barwnego Rola barwy: informacyjna, porządkująca, ułatwiająca pracę itp. Oddziaływanie barwy na człowieka: fizjologiczne, psychiczne, synestezyjne, estetyczne. Barwa a kształtowanie, korygowanie przestrzeni (przemysłowych, użytkowych).</p> <p>Kształtowanie postrzegania potrzeb (niedostatków, nieprawidłowości, zagrożeń) w odniesieniu do produktów i procesów użytkowych jako przygotowanie do analizy ergonomicznej obiektów.</p> <p>Determinanty antropometryczne w projektowaniu produktów i przestrzeni działań, stanowisk pracy.</p> <p>Analiza ergonomiczna wybranego obiektu użytkowego, koncepcja poprawy.</p> <p>Opracowanie listy pytań (adaptacja listy dortmundzkiej) do oceny ergonomicznej wybranego obiektu.</p> <p>Analiza czynności ruchowych jako podstawa do weryfikacji ergonomicznej wybranego obiektu (warunki rzeczywiste).</p> <p>Ocena wydatku energetycznego wybranego stanowiska pracy metodą Lehmann, analiza struktury obciążeń, wytyczne do zmiany warunków przestrzennych stanowiska pracy i/lub procesu użytkowego.</p> <p>Ustalenie warunków widoczności i zakresów pola widzenia dla określonych sytuacji użytkowych.</p> <p>Definicje, przedmiot i zakres ergonomii. Ergonomia jako wiedza wielodyscyplinarna System: człowiek produkt (otoczenie) jako podmiot badań ergonomii. Przykłady ilustrujące skutki niestosowania zasad ergonomii (z różnych jej dziedzin).</p> <p>Charakter działań ergonomicznych, ergonomia korekcyjna i koncepcyjna, ergonomie specjalistyczne (w tym dzieci, wiek starczy, osoby niepełnosprawne). Znaczenie ergonomii w projektowaniu wzorniczym i technicznym oraz biznesie. Inspirująca i weryfikująca rola ergonomii.</p> <p>Potrzeba adaptacji antropometrycznej produktów i otoczenia wizualizacja skutków jej braku na stanowiskach pracy w przemyśle. Wymiar antropometryczny jako zmienna losowa. Dane antropometryczne do potrzeb projektowania. Zasady projektowania w oparciu o tablice antropometryczne.</p> <p>Warunki widoczności. Ustalenie geometrycznych zakresów pola widzenia dla określonych sytuacji odbioru informacji. Warunki widoczności i determinanty antropometryczne na stanowiskach komputerowych.</p>
Kształtowanie przestrzeni	<p>Czym jest przestrzeń? Elementy kompozycji przestrzennej.</p> <p>Dom, miejsce pracy, przestrzeń wspólna. Projektowanie i aranżacja wnętrz jako składowe przestrzeni. Architektura budynku, przestrzeń bezpieczna elementy i cechy.</p> <p>Miasto, dzielnica, metropolia, wieś. Moduł a odbiór przestrzeni, skala człowieka.</p> <p>Psychologia postrzegania przestrzeni. Działania intermedialne w przestrzeni.</p> <p>Detal i wyposażenie jako elementy składowe przestrzeni. Design XIX XXI wieku.</p> <p>Intermedialne środki transformacji przestrzeni.</p> <p>Metodyka projektowania, cyfrowe techniki prezentacji. Przykłady.</p> <p>Zadania intermedialne</p> <p>Metodyka projektowania praca w grupach</p> <p>Wycieczka po mieście. Przestrzeń, elementy kompozycji w przestrzeni miasta.</p>
Wydawnictwa promocyjne	<p>Wizytówka, papier formowy, koperty, naklejki</p> <p>Ulotka reklamowa, ogłoszenie prasowe, teczka firmowa</p> <p>Folder promocyjny firmy lub instytucji</p> <p>Katalog wyrobów i usług</p> <p>Relacja obrazu i słowa plakat, billboard</p> <p>Kalendarze plakatowe, książkowe, trójdzielne planery, kalendarze wieloplanszowe,</p>

	<p>linia kalendarzy</p> <p>Wizyta w dużej drukarni realizującej różne techniki druku i intrologatorki</p>
Projektowanie reklamy 3D	<p>Zasady działania drukarek w poszczególnych technologiach druku 3D. Wybrane technologie druku do konkretnego modelu i formy reklamy. Budowa elementy drukarek 3D w wybranych technologiach druku 3D w reklamie. Tworzywa z jakich wykonywane są wydruki w wybranych technologiach druku 3D. Modele CAD 3D do druku przy użyciu dobranej technologii wydruku Realizacja dokumentacji technicznej modelu 2D i 3D. Parametry wydruku w wybranych technologiach druku 3D w formatach plików CAD 3D. Trendy i tendencje związane z użytkowaniem mediów cyfrowych (przykładowo: mobilność, multiscreening, smartfonizacja). Cyfrowe billboardy w świecie reklamy zewnętrznej. Jak nowoczesne technologie wykorzystują marki i gdzie możemy spotkać „ożywione” reklamy</p>
Trendy współczesnego designu	<p>Wzornictwo lat 50. i 60.</p> <p>Trendy europejskiego designu w latach 1970-2000.</p> <p>Współczesne wzornictwo w Polsce. Projektowanie przemysłowe.</p> <p>Współczesny design w Polsce. Projektowanie graficzne.</p> <p>Przyszłość wzornictwa. Nadprodukcja, zmiany klimatyczne, wyzwania ekonomiczne.</p>
Wprowadzenie do design thinking	<p>Wprowadzenie do Design Thinking . Poznanie etapów i podstawowych metod pracy. Omówienie s tudium przypadków, w których poszukiwanie innowacyjnych koncepcji i zastosowanie technik z zakresu Design Thinking okazało się być zasadne w rozwiązaniu złożonego problemu.</p> <p>Design Thinking jako podejście skoncentrowane na człowieku badania jakościowe i ich znaczenie dla etapów: empatia i definiowanie problemu . Znaczenie inteligencji zbiorowej i wizualizacji w pracach Design Thinking.</p> <p>Praca w zespołach nad analizą złożonego problemu, prezentacja efektów prac w formie wizualnej narzędzi persona ” i mapa interesariuszy</p> <p>Etap kreacji poszukiwanie różnorodnych rozwiązań problemu w zespołach z wykorzystaniem technik kreatywnych, ćwiczenie burzy mózgów</p> <p>Różne metody prototypowania jako sposób weryfikowania i doskonalenia pomysłów, praca zespołowa nad pierwszym prototypem do konsultacji z użytkownikami.</p>
Rysunek i podstawy grafiki	<p>„Arborefrottage”. Rysunkowe starcie i graficzne odbicie wypukłości powierzchni drzewa w antropometrycznym formacie. Rysunek / zeskokowy grafitem, pastelem, tuszem / giga monotypiczna odbitka farbą.</p> <p>„Gniazdo babiego lata”. Linearny, płaszczyznowo – bryłowy rysunek kredą delikatnego stanu natury i pory roku na pograniczu realności i abstrakcji rzeczy i zjawisk.</p> <p>„W listnym żywiole”. Linearno – płaszczyznowy, obrysowy rysunek sterty liści o kształtach różnorodnych.</p> <p>„Liściodrak jesienny”. Monotypiczne i wielobarwne odbicie z kolażowej matrycy dowolnego składu – skleju wybranej reprezentacji gotowych elementów natury.</p> <p>„Studium drzewa”. Rysunkowe – plamą i linią studium drzewa w jego kształcie pnia, konarów i gałęzi oraz powierzchni – kory.</p> <p>„Listopadowe drzewo” w syntetycznym opracowaniu figury i struktury kształtu w matrycy linorytu i trzech odbitkach.</p> <p>„Drzewa i ludzie w zimowym parku”. Wstęp do sylwetowej figuracji drzew i ludzi w szkicach węglem i studium piórkiem.</p> <p>„Studium bałwana”. Światłocieniowe studium zimowego, kultowego przedmiotu w bieli. Pastelowe studium bieli samej bryły śnieżnej na tle śnieżnej łąki.</p> <p>„Prezent świąteczny” w światłocieniowym studium rysunkowym i graficznej syntezie znaku w linorycie</p> <p>„Autofiguracja w relaksie i balowym transie”. Obrysowa figura własna i struktura figuralna przypuszczalnych stanów tanecznych na karnawałowym balu.</p> <p>„Rysy, wrisy i obrysy”. Autoportretowy rysunek linearny i płaszczyznowy. „Rys – ryt. Zryt – wryt”. Autoportretowy szkic graficzny w tekturowej, rytowanej matrycy oraz</p>

	<p>odbitkach monotypii.</p> <p>„Graficzna transfiguracja balu”. Próba graficznego opracowania sceny z karnawałowej zabawy w wielobarwnym linorycie.</p>
Rysunek techniczny	<p>Podstawy rysunku technicznego, konstrukcje geometryczne, rzutowanie prostokątne, przekroje i widoki, wymiarowanie, połączenia, tolerowanie wymiarów, kształtów i położenia</p> <p>Rzutowanie prostokątne obiektów bryłowych z wykorzystaniem oprogramowania CAD.</p> <p>Prezentacja tworzenia prostych rysunków architektoniczno - budowlanych.</p> <p>Wykorzystanie oprogramowania CAD do tworzenia obiektów bryłowych wraz z ich wymiarowaniem,</p> <p>Prezentacja technik tworzenia obiektów bryłowych w przykładach.</p> <p>Prezentacja wybranego oprogramowania CAD do tworzenia części zespołu, dokumentacji technicznej oraz animacji opisującej proces składu utworzonych zespołów.</p> <p>Prezentacja wybranego oprogramowania CAD do tworzenia zespołu.</p> <p>Prezentacja wybranego oprogramowania CAD do tworzenia dokumentacji technicznej.</p> <p>Prezentacja wybranego oprogramowania CAD do tworzenia animacji opisującej proces składu utworzonych zespołów.</p> <p>Projekt.</p> <p>Prezentacja tworzenia wybranych rysunków maszynowych wraz z technikami i zasadami wymiarowania</p>
Grafika komputerowa	<p>Podstawy projektowania graficznego.</p> <p>Grafika bitmapowa i wektorowa. Adobe Photoshop a Adobe Illustrator – zasady pracy z programami i różnice.</p> <p>Podstawy obróbki obrazu w Adobe Photoshop.</p> <p>Narzędzia i techniki manipulacji obrazem w Adobe Photoshop.</p> <p>Zarządzanie barwą w Adobe Photoshop.</p> <p>Podstawy typografii i praca z narzędziami do typografii w oparciu o programy Adobe Photoshop a Adobe Illustrator.</p> <p>Podstawowe narzędzia w Adobe Illustrator.</p> <p>Tworzenie obiektów wektorowych w Adobe Illustrator.</p> <p>Importowanie obiektów pomiędzy programami Adobe Photoshop i Adobe Illustrator.</p> <p>Zapisywanie plików i ich ustawienia.</p> <p>Tworzenie wielostronicowych materiałów tekstowo-graficznych w Adobe InDesign lub Corel Draw.</p> <p>Przygotowanie materiału do druku i druk.</p> <p>Wprowadzenie do zadania projektowego polegającego na całościowym opracowaniu komunikacji wizualnej dla konkretnego przypadku. Omówienie problematyki i celów projektu, podział na grupy projektowe.</p> <p>Przystąpienie do wstępnych analiz danego przypadku wg klucza przygotowanego przez prowadzącego i rozpoczęcie prac związanych z poszukiwaniem wizualnych inspiracji - tworzenie mapy pomysłu w postaci moodboardu.</p> <p>Prezentacje moodboardów wszystkich grup projektowych oraz dyskusja i pierwsze konsultacje.</p> <p>Opracowywanie wstępnej koncepcji wizualnej projektu i konsultacje z prowadzącym.</p> <p>Prezentacje koncepcji wizualnych wszystkich grup projektowych oraz dyskusja i dalszy etap prac.</p> <p>Praca w grupach projektowych i konsultacje z prowadzącym.</p> <p>Przygotowanie prezentacji projektu i konsultacje z prowadzącym.</p> <p>Prezentacje zrealizowanego projektu przez wszystkie grupy projektowe oraz dyskusja i ocena całościowa.</p>
Fotografia cyfrowa	Zarys historii fotografii

	<p>Podstawowe tematy realizowane przy pomocy fotografii i ich uwarunkowania sprzętowe</p> <p>Fotografowanie martwej natury</p> <p>Fotografowanie człowieka</p> <p>Fotografowanie pejzażu</p> <p>Fotografowanie mody</p> <p>Reportaż fotograficzny</p> <p>Komputerowe opracowanie fotografii</p> <p>Relacja fotograficzna – film</p> <p>Projekt: portfolio z zakresu fotografii reklamowej</p> <p>Wizyta nr 1 wizyta w galerii fotograficznej</p> <p>Wizyta nr 2 mini plener fotograficzny: pejzaż, miasto, człowiek</p>
Plener projektowy	<p>Wprowadzenie do plenerowych działań na płaszczyźnie z omówieniem podstawowych technik, terminów i środków wyrazu. Praca w plenerze: przygotowanie wstępnych projektów, konsultacje i rozpoczęcie realizacji wybranej pracy na płaszczyźnie, w określonej technice.</p> <p>Praca w plenerze: dalsze etapy pracy na płaszczyźnie i konsultacje z prowadzącym</p> <p>Wprowadzenie do plenerowej pracy przestrzennej z omówieniem podstawowych technik, terminów i środków wyrazu. Praca w plenerze: podział na grupy projektowe i przygotowanie wstępnej koncepcji realizacji, opracowanie projektu obiektu przestrzennego w przestrzeni naturalnej, konsultacje i rozpoczęcie realizacji formy przestrzennej w grupach projektowych.</p> <p>Praca w plenerze: dalsze etapy grupowych pracy nad realizacją przestrzenną i konsultacje z prowadzącym</p> <p>Finalizacja plenerowych prac na płaszczyźnie i realizacji przestrzennych oraz przygotowanie plenerowej wystawy roboczej.</p>
Komputerowe wspomaganie projektowania	<p>Poznanie funkcji programu Corel Draw</p> <p>Poznanie funkcji programu Photoshop</p> <p>Poznanie funkcji programu Adobe Illustrator</p> <p>Poznanie funkcji programu InDesign</p> <p>Wizytówka jednostronna i dwustronna</p> <p>Skanowanie i cyfrowa obróbka zdjęć w Photoshopie</p> <p>Projekt plakatu zrealizowany w Illustratorze</p> <p>Skład i łamanie tekstu w InDesignie – folder</p> <p>Prezentacja przygotowanych projektów</p>
Pracownia projektowania	<p>Projektowanie graficzne jako obszar współistnienia sztuki i użyteczności</p> <p>Teoretyczne podstawy i zasady projektowania graficznego</p> <p>Prezentacja, analiza i ostateczna korekta projektu</p> <p>Prezentacja, analiza i ostateczna korekta projektu</p> <p>Zadanie projektowe 1 – znak graficzny (logo), druki korespondencji, ulotka informacyjno-promocyjna (praca w pracowni, praca domowa)</p> <p>Zadanie projektowe 2 – plakat (praca w pracowni, praca domowa)</p>
Communication Skills in Business	<p>Introduction to Business Communication- podstawowe zasady, do's and don't's</p> <p>Business correspondence cz. 2 – pisanie listów, raportów, agend- zwroty, wyrażenia, układ;</p> <p>Business meetings - spotkania biznesowe - rodzaje; wyrażanie opinii; struktura spotkań biznesowych; dress code;</p> <p>Business correspondence cz.1 – pisanie maili- formalnych i nieformalnych- zwroty, wyrażenia, struktura.</p> <p>Business presentations – prezentacje; tworzenie prezentacji, struktura, nowoczesne technologie;</p>
Praktyka zawodowa	<p>Student zapoznał się z zakresem działalności i strukturą organizacyjną instytucji/przedsiębiorstwa.</p>

Student zapoznał się z zasadami korespondencji biurowej i obiegu dokumentacji obowiązującymi w instytucji/przedsiębiorstwie.

Student zapoznał się z obowiązującymi standardami obsługi klientów/interesantów

Student zapoznał się z podstawowymi funkcjami narzędzi stosowanych w instytucji/przedsiębiorstwie.

Student zapoznał się z podstawowymi funkcjami urządzeń stosowanych w instytucji/przedsiębiorstwie

Student zapoznał się z podstawowymi funkcjami programów informatycznych stosowanych w instytucji/przedsiębiorstwie

Student stosował się do regulaminu pracy.

Student stosował się do przepisów BHP.

Student stosował się do zasad i procedur ochrony danych osobowych i informacji

Student obsługiwał wybrane narzędzia i/lub urządzenia.

Student korzystał z wybranych funkcji programu informatycznego

Student zorganizował własne stanowisko pracy.

Student obserwował proces obsługi klientów/interesantów.

Student uczestniczył w pracy instytucji/przedsiębiorstwa/działu

Student przygotował analizę dotyczącą wybranego aspektu pracy instytucji/przedsiębiorstwa/działu.

Student stosował zasady komunikacji wewnętrznej/zewnętrznej.

Student korzystał z różnych kanałów komunikacji.

Student pracował z klientem zewnętrznym/interesantem.

Student ponosił odpowiedzialność za powierzone mu zadania.

Student kierował się zasadami etyki i wartościami obowiązującymi w przedsiębiorstwie/instytucji.

Student był otwarty na różnorodność poglądów i kultur.

Student korzystał ze wsparcia merytorycznego opiekuna praktyk/przełożonego.

Student korzystał ze wsparcia merytorycznego innych pracowników.

Student korzystał z dokumentacji sporządzonej przez innych pracowników.

Student wskazał swoje słabe i mocne strony w odniesieniu do wykonywanej pracy.

Student dokonywał oceny efektów swojej pracy i dzielił się wnioskami z opiekunem praktyk/przełożonym.

Student wykonał dowolny test kompetencji.

Student zapoznał się z zakresem prac (obowiązków) wykonywanych przez pracowników poszczególnych działów.

Student poznał wzajemne powiązania między działami.

Student zapoznał się z systemem zarządzania jakością (Polityką jakości) w przedsiębiorstwie / instytucji, stosowanymi w nich normami ISO oraz posiadanymi certyfikatami.

Student zapoznał się z procedurą obiegu dokumentów oraz ich archiwizacji.

Student poznał zasady podejmowania decyzji w danej instytucji/przedsiębiorstwie.

Student charakteryzował możliwości systemu informatycznego stosowanego w danej instytucji / przedsiębiorstwie.

Student wymienił i charakteryzował funkcje systemów wspierających zarządzanie logistyczne np. WMS, TMS, MRP

Student wymienił i charakteryzował funkcje systemów klasy ERP

Student wymienił i charakteryzował funkcje narzędzi informatycznych w łańcuchach dostaw.

Student charakteryzował środki techniczne i urządzenia stosowane w instytucji / przedsiębiorstwie dla zarządzania bezpieczeństwem i higieną pracy.

Student korzystał z systemu informatycznego stosowanego w danej instytucji / przedsiębiorstwie.

Student korzystał z systemu informatycznego wspierających zarządzanie logistyczne w przedsiębiorstwach/instytucjach

Student korzystał z systemów klasy ERP

Student korzystał z systemów klasy WMS, MRP, TMS itd.

Student stosował posiadane przez przedsiębiorstwo/institucję środki techniczne i urządzenia dla zarządzania bezpieczeństwem i higieną pracy.

Student zorganizował pracę na swoim stanowisku: w tym wykonywał przypisane zadania, stosował normy pracy, zorganizował obsługę stanowiska i dokumentację stanowiskową. Student stworzył harmonogram pracy oraz zgodnie z nim realizował poszczególne zadania.

Student na podstawie zadań realizowanych w trakcie praktyki wskazał obszary wymagające dalszego doskonalenia swojej wiedzy i umiejętności oraz określił ścieżkę rozwoju.

Student napisał pismo, maila, notatkę służbową zgodnie z zasadami korespondencji biurowej.

Student przygotował raport(y) w zakresie wyznaczonym przez pracodawcę.

Student stworzył protokół ze spotkania.

Student przestrzegał zasad odpowiedzialności prawnej danej instytucji/firmy, ze szczególnym uwzględnieniem regulacji dotyczących RODO.

Student przygotowywał pismo w ramach współpracy z klientami instytucji/przedsiębiorstwa

Student brał udział w spotkaniu działu/firmowym/institucji.

Student skutecznie komunikował się z pracownikami firmy i wykonywał polecenia praktykodawcy.

Student brał udział w dyskusji branżowej.

Student uczestniczył w negocjacjach z kontrahentami/interesantami.

Student komunikował się za pomocą nowoczesnych technologii

Student stosował metody i narzędzia logistyczne w ramach wsparcia systemu zaopatrzenia

Student stosował metody i narzędzia logistyczne w ramach wsparcia systemu produkcji

Student stosował metody i narzędzia logistyczne w ramach wsparcia systemu dystrybucji

Student stosował metody i narzędzia logistyczne w ramach wsparcia organizacji transportu

Student stosował metody i narzędzia logistyczne wsparcia procesu przepływu informacji

Student wykonywał zlecone mu zadania i polecenia służbowe.

Student pełnił różne role podczas pracy zespołowej.

Student wykonywał prace pomocowe na rzecz instytucji/przedsiębiorstwa/działu.

Student przestrzegał reguł i zasad obowiązujących w firmie/institucji.

Student przestrzegał zasad odpowiedzialności prawnej/służbowej za wykonane zadania.

Student brał udział w działaniach na rzecz otoczenia społecznego firmy/institucji lub/i interesu publicznego wynikające z polityki instytucji/przedsiębiorstwa.

Student w trakcie praktyki dbał o przyjazną atmosferę w miejscu pracy.

Student brał udział w działaniach promocyjnych instytucji/przedsiębiorstwa.

Student dostosował się do reguł/obyczajów obowiązujących w miejscu odbywania praktyki.

Student zdawał relację z przebiegu realizowanych przez siebie zadań.

Student dokonywał samooceny poziomu wykonywania przez siebie zadań i raportował to pracodawcy.

Student wykonał dowolny test kompetencji.

Student prosił o wyjaśnienie i pomoc w zakresie zadań dla niego trudnych.

Student potrafił zastosować udzielone mu porady i wskazówki w praktyce.

	<p>Student brał udział w naradach eksperckich.</p> <p>Student brał udział w formach doskonalenia zawodowego proponowanych przez instytucję/firmę</p> <p>Student wyszukiwał informacje z różnych źródeł nt. możliwości rozwiązania problemu związanego ze studiowanym kierunkiem.</p>
Przedmioty specjalnościowe	<p><u>Projektowanie marki i wizerunku firmy:</u> Zachowania klienta. Strategie rozwoju biznesu. Projektowanie wyrobów i usług. Pracownia internetowa i social media. Organizacja przestrzeni użytkowej. Projektowanie strategii reklamowych i promocyjnych.</p> <p><u>Game Design:</u> Modele biznesowe gier w mediach interaktywnych. Organizacja produkcji gry. Grafika gry i opakowania. Wzornictwo gier. Story design. Projektowanie 3D</p> <p><u>Home Design:</u> Ergonomia wnętrza. Projektowanie wnętrz i wzornictwo architektury wnętrz. Budownictwo ogólne. Promocja produktu homedesign. Pracownia fotografii. Projektowanie 3D i AutoCAD.</p> <p><u>Grafika komputerowa w reklamie:</u> Pracownia fotografii. Grafika reklamowa. Projektowanie graficzne. Projektowanie stron internetowych. Projektowanie strategii marketingowych i medialnych. Projektowanie 3D.</p> <p><u>Design produktów i usług:</u> Zachowania klienta Projektowanie wyrobów i usług Strategie wprowadzania wyrobów i usług Intermedialny warsztat twórczy Nowoczesne technologie we wzornictwie Design Thinking</p>

IV. PROGRAM STUDIÓW

Informacja o proponowanych specjalnościach kształcenia oferowanych w danym cyklu kształcenia:

1. Projektowanie marki i wizerunku firmy
2. Game Design
3. Design produktów i usług
4. Home Design
5. Grafika komputerowa w reklamie

A) PRZYPORZĄDKOWANIE KIERUNKU STUDIÓW DO DYSZYCYPLIN NAUKOWYCH

L.p.	Dyscypliny naukowe	% PUNKTÓW ECTS
1	Nauki o zarządzaniu i jakości	64%
2	Sztuki plastyczne i konserwacja dzieł sztuki	36%

B) PODSTAWOWE WSKAŹNIKI ECTS OKREŚLONE DLA PROGRAMU STUDIÓW

Nazwa wskaźnika	Liczba punktów ECTS/Liczba godzin
łączna liczba punktów ECTS, jaką student musi uzyskać w ramach zajęć prowadzonych z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich lub innych osób prowadzących zajęcia	STUDIA STACJONARNE 93,3 - 94,1
	STUDIA NIESTACJONARNE 71,4 - 72,6
łączna liczba punktów ECTS przyporządkowana zajęciom kształtującym	SS 117,4 – 118,2

umiejętności praktyczne	SN 126,4 - 126,6
łączna liczba punktów ECTS, jaką student musi uzyskać w ramach zajęć z dziedziny nauk humanistycznych lub nauk społecznych – w przypadku kierunków studiów przyporządkowanych do dyscyplin w ramach dziedzin innych niż odpowiednio nauki humanistyczne lub nauki społeczne	9
łączna liczba punktów ECTS przyporządkowana zajęciom do wyboru	66
łączna liczba punktów ECTS przyporządkowana praktykom zawodowym	36

C) WYMIARY, ZASADY I FORMY ODBYWANIA PRAKTYK ZAWODOWYCH

Praktyki zawodowe są integralną częścią procesu dydaktycznego. Zgodnie z Regulaminem Studiów Wyższej Szkoły Bankowej w Toruniu, student jest zobowiązany do zaliczenia praktyk w wymiarze zgodnym z programem kształcenia. Zasady ich organizacji oraz zaliczania określa Regulamin Praktyk Wyższej Szkoły Bankowej w Toruniu. Od roku akademickiego 2019/20 studenci studiów pierwszego stopnia o profilu praktycznym realizują praktyki zawodowe w wymiarze 960h, co odpowiada 36 ECTS.

Organizacją i koordynacją praktyk zawodowych zajmuje się Biuro Karier. Studenci odbywają praktyki w przedsiębiorstwach i instytucjach, które umożliwiają realizację zadań wynikających z programu praktyk (np. urzędy, jednostki administracji publicznej krajowej i europejskiej), a tym samym osiągnięcie efektów uczenia się, przypisanych do przedmiotu Praktyka zawodowa. Uczelnia zapewnia bazę podmiotów, w których studenci mogą realizować praktyki, a w przypadku samodzielnego wskazania przez studenta miejsca odbywania praktyki, opiekun praktyk ocenia je pod względem możliwości realizacji zadań określonych w programie praktyk.

D) SPOSOBY WERYFIKACJI OCENY EFEKTÓW UCZENIA SIĘ OSIĄGANÝCH PRZEZ STUDENTA W TRAKCIE CAŁEGO CYKLU KSZTAŁCENIA

Metody weryfikacji:

- test, kolokwium
- egzamin pisemny
- egzamin ustny
- projekt
- praca zaliczeniowa
- referat
- prezentacja
- esej
- wypowiedź ustna indywidualna (odpowiedź ustna)
- uczestnictwo w dyskusji
- studium przypadku (case study)
- raport, sprawozdanie z zadania terenowego
- zadania praktyczne
- rozwiązywanie zadań (indywidualne lub zespołowe)
- aktywny udział w zajęciach – wykonywanie poleceń prowadzącego
- obserwacja studentów przez wykładowcę
- egzamin dyplomowy.

E) WYKAZ ZAJĘĆ LUB GRUPY ZAJĘĆ Z PRZYPISANIEM PUNKTÓW ECTS

Przedmiot	ECTS
Język obcy	12

Podstawy filozofii i etyki	1
Podstawy socjologii	1
Podstawy psychologii	1
Różnice kulturowe	3
Edytory tekstu	1
Ochrona własności intelektualnej	1
Wychowanie fizyczne	0
Podstawy komunikacji społecznej	3
Komunikacja symboliczna i niewerbalna	1
Grafika menedżerska i prezentacyjna	1
Zarządzanie karierą	1
Zarządzanie	4
Finanse	5
Rachunkowość	5
Zarządzanie zmianą	3
Podstawy ekonomii	4
Zarządzanie marką	3
Finanse przedsiębiorstwa	4
Zarządzanie projektami	3
Zarządzanie jakością	4
Marketing i reklama	3
Badania marketingowe	3
Inicjowanie i prowadzenie własnej działalności gospodarczej	1
Historia sztuki	4
Estetyka	1
Historia designu	2
Kształtowanie klimatu barwnego	2
Struktury wizualne	3
Kształtowanie przestrzeni	2
Ergonomia	2
Wydawnictwa promocyjne	1
Projektowanie reklamy 3D	2
Trendy współczesnego designu	1
Wprowadzenie do Design Thinking	1
Rysunek i podstawy grafiki	4
Rysunek techniczny	3
Grafika komputerowa	6
Fotografia cyfrowa	5
Plener projektowy	4
Komputerowe wspomaganie projektowania	3
Pracownia projektowania	3
Communication Skills in Business	2
Praktyka zawodowa	36
Egzamin dyplomowy	7
Przedmioty specjalnościowe: Specjalność PROJEKTOWANIE MARKI I WIZERUNKU FIRMY	18

Przedmioty specjalnościowe: Specjalność GAME DESIGN	18
Przedmioty specjalnościowe: Specjalność HOME DESIGN	18
Przedmioty specjalnościowe: Specjalność GRAFIKA KOMPUTEROWA W REKLAMIE	18
Przedmioty specjalnościowe: Specjalność DESIGN PRODUKTÓW I USŁUG	18

