

Uniwersytet WSB Merito w Toruniu
Wydział Finansów i Zarządzania w Bydgoszczy (Filia)

Program studiów
dla kierunku
ZARZĄDZANIE
Studia drugiego stopnia

Studia: stacjonarne i niestacjonarne
Profil: praktyczny

Rok akademicki 2024/2025

I. OGÓLNA CHARAKTERYSTYKA KIERUNKU STUDIÓW

Nazwa kierunku studiów	Zarządzanie	
Poziom kształcenia (studia pierwszego stopnia / studia drugiego stopnia / jednolite studia magisterskie)	Studia drugiego stopnia	
Profil kształcenia	Praktyczny	
Forma studiów stacjonarne/niestacjonarne	Stacjonarne i niestacjonarne	
Czas trwania studiów (w semestrach)	4 semestry	
Łączna liczba punktów ECTS dla danej formy studiów.	120	
Łączna liczba godzin określona w programie studiów	Studia stacjonarne 1370	Studia niestacjonarne 1076 - 1104
Tytuł zawodowy nadawany absolwentom	Magister	
Wymiar praktyk zawodowych.	480 godzin – 18 ECTS	
Język prowadzenia studiów	Polski	
Rok rozpoczęcia cyklu kształcenia	2024/2025	

II. EFEKTY UCZENIA SIĘ

Symbol efektu uczenia się na kierunku	Efekty uczenia się dla studiów drugiego stopnia na kierunku ZARZĄDZANIE	Odniesienie do charakterystyk efektów uczenia się dla poziomu 7
WIEDZA - absolwent zna i rozumie:		
ZAR_II_W01	strategiczne relacje pomiędzy podmiotami gospodarczymi i narzędzia ich kreowania	P7S_WG
ZAR_II_W02	ekonomiczne i pozaekonomiczne skutki decyzji menedżerskich (w świetle współczesnych ujęć teoretycznych)	P7S_WG P7S_WK
ZAR_II_W03	w pogłębionym stopniu współczesne koncepcje zarządzania organizacjami i ich przejawy w praktyce	P7S_WG P7S_WK
ZAR_II_W04	istotę koncepcji zrównoważonego rozwoju gospodarczego	P7S_WG

ZAR_II_W05	zaawansowaną metodologię badań stosowaną w naukach o zarządzaniu, a także metody, techniki i narzędzia badawcze w zakresie zarządzania wraz z ich zastosowaniem w praktyce	P7S_WG
ZAR_II_W06	w pogłębionym stopniu metody analizy strategicznej organizacji i jej otoczenia oraz ich praktyczne zastosowania	P7S_WG
ZAR_II_W07	zasady tworzenia i rozwoju różnych form przedsiębiorczości	P7S_WG P7S_WK
ZAR_II_W08	w pogłębionym stopniu strategię negocjacyjne	P7S_WG
ZAR_II_W09	zasady rachunkowości, w tym rachunkowości zarządczej i analiz finansowych	P7S_WG
ZAR_II_W10	zastosowanie w pogłębiony sposób wybranych metod statystycznych i ekonometrycznych wspomagających procesy podejmowania decyzji i praktycznych zastosowań	P7S_WG
ZAR_II_W11	zaawansowane metody badań w poszczególnych obszarach działalności organizacji	P7S_WG
ZAR_II_W12	przepisy prawa regulujące funkcjonowanie podmiotów gospodarczych oraz przepływ towarów, usług, kapitału i ludzi na rynku europejskim	P7S_WG
ZAR_II_W13	pojęcia oraz znaczenie etyki i własności intelektualnej (własności przemysłowej oraz praw autorskich i praw pokrewnych), a także konieczność zarządzania nimi	P7S_WG P7S_WK
UMIĘJĘTNOŚCI - absolwent potrafi:		
ZAR_II_U01	analizować i planować działalność gospodarczą, w tym organizacji publicznych	P7S_UW
ZAR_II_U02	dokonywać zaawansowanej analizy i szczegółowej interpretacji zjawisk oraz procesów w organizacji	P7S_UW
ZAR_II_U03	identyfikować i formułować (strukturalizować) problemy badawcze pozwalające na analizę złożonych procesów i zdarzeń w skali organizacji	P7S_UW
ZAR_II_U04	uczestniczyć w procesach podejmowania decyzji strategicznych oraz ocenie proponowanych rozwiązań (w tym wariantów strategicznych) z wykorzystaniem zaawansowanych metod i narzędzi	P7S_UW P7S_UO
ZAR_II_U05	dobierać zaawansowane metody i narzędzia służące do opisu oraz analizy złożonych problemów, w tym nietypowych, i obszarów działalności organizacji i jej otoczenia	P7S_UW
ZAR_II_U06	modelować i przewidywać przebieg wybranych procesów w organizacji	P7S_UW
ZAR_II_U07	integrować wiedzę z różnych dziedzin w celu tworzenia innowacyjnych rozwiązań	P7S_UW
ZAR_II_U08	formułować i testować hipotezy związane z prostymi problemami wdrożeniowymi	P7S_UW
ZAR_II_U09	zarządzać zasobami organizacji na poziomie strategicznym	P7S_UW
ZAR_II_U10	projektować i wdrażać systemy zarządzania kapitałem ludzkim w organizacji, w tym systemy motywacyjne	P7S_UW P7S_UO
ZAR_II_U11	posługiwać się normami i standardami w procesach zarządzania organizacją na poziomie zaawansowanym	P7S_UW
ZAR_II_U12	posługiwać się przepisami prawa krajowego oraz europejskiego w zakresie działalności gospodarczej w celu podejmowania oraz uzasadniania konkretnych działań i decyzji	P7S_UW P7S_UK
ZAR_II_U13	wyjaśniać i interpretować zagadnienia z zakresu analizy finansowej w celu podejmowania decyzji biznesowych	P7S_UW P7S_UK
ZAR_II_U14	prezentować zdobytą wiedzę i umiejętności w mowie i piśmie z wykorzystaniem m.in. narzędzi informacyjnych	P7S_UW P7S_UK
ZAR_II_U15	przewodzić negocjacje i mediacje z efektywnym wykorzystaniem komunikacji interpersonalnej w środowisku mono- i wielokulturowym	P7S_UW P7S_UK
ZAR_II_U16	komunikować się z otoczeniem mono- i wielokulturowym (w tym prowadzić debatę) oraz przekazywać wiedzę przy użyciu różnych środków przekazu informacji	P7S_UK P7S_UU
ZAR_II_U17	posługiwać się językiem obcym, w tym specjalistyczną terminologią z zakresu studiowanego kierunku, na poziomie B2+ Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego	P7S_UK
ZAR_II_U18	planować i realizować własne uczenie się przez całe życie i ukierunkowywać innych w tym zakresie	P7S_UU

ZAR_II_U19	współdziałać i pracować w zespole, przyjmując w nim różne role, w tym rolę lidera	P7S_UO
KOMPETENCJE SPOŁECZNE - absolwent jest gotów do:		
ZAR_II_K01	dokonania krytycznej samooceny stanu swojej wiedzy i umiejętności z zakresu zarządzania oraz rozwijania swojego dorobku zawodowego	P7S_KK P7S_KR
ZAR_II_K02	doceniania znaczenia wiedzy i zasięgania opinii ekspertów w przypadku trudności z samodzielnym rozwiązaniem problemów poznawczych i praktycznych	P7S_KK
ZAR_II_K03	myślenia i działania w sposób kreatywny i przedsiębiorczy	P7S_KO
ZAR_II_K04	inicjowania i organizowania działalności na rzecz środowiska społecznego i interesu publicznego oraz inspirowania innych do podejmowania tego typu przedsięwzięć	P7S_KO
ZAR_II_K05	brania odpowiedzialności za powierzone mu zadania związane z wykonywaną pracą i pełnioną rolą zawodową, z uwzględnieniem zmieniających się potrzeb społecznych	P7S_KO
ZAR_II_K06	przestrzegania, promowania i rozwijania zasad etyki zawodowej, a także podtrzymywania etosu zawodów związanych ze studiowanym kierunkiem	P7S_KR

III. ZAJĘCIA LUB GRUPY ZAJĘĆ NIEZLAĘŻNIE OD FORMY PROWADZENIA WRAZ Z PRZYPISANIEM DO NICH EFEKTÓW UCZEANISIE I TREŚCI PROGRAMOWYCH ZAPEWNIAJĄCYCH UZYSKANIE EFEKTÓW

A) PRZYPISANIE EFEKTÓW UCZENIA SIĘ DO ZAJĘĆ LUB GRUPY ZAJĘĆ NIEZALEŻNIE OD FORMY ICH PROWADZENIA

Symbol	Symbole efektów uczenia się na kierunku Zarządzanie																				
	Jezyk obcy z elementami języka specjalistycznego	Współczesne koncepcje zarządzania	Ekonomia menedżerska	Negocjacje w biznesie	Warsztaty kompetencji menedżerskich	Prognostowanie w procesach decyzyjnych	Business Ethics	Analiza i interpretacja danych finansowych	Zarządzanie strategiczne	Zarządzanie procesami	Rachunkowość zarządcza	Przedsiębiorczość i e-biznes	Komputerowe wspomaganie zarządzania projektami	Praktyczne aspekty prawa handlowego	Biznesplan	Badania operacyjne	Controlling	Wykład do wyboru - Analiza strategiczna w przedsiębiorstwie	Wykłady do wyboru – E – marketing	Seminarium magisterskie	Praktyka zawodowa 1 i 2
WIEDZA: Absolwent zna i rozumie:																					
ZAR_II_W01			x					x						x				x	x		
ZAR_II_W02		x	x		x		x														
ZAR_II_W03	x	x			x			x	x		x							x	x	x	
ZAR_II_W04		x	x								x										
ZAR_II_W05						x										x				x	
ZAR_II_W06								x							x		x	x			
ZAR_II_W07			x						x												x
ZAR_II_W08				x	x																
ZAR_II_W09								x			x										
ZAR_II_W10						x			x							x					
ZAR_II_W11						x		x		x			x		x		x				
ZAR_II_W12				x				x			x		x						x		
ZAR_II_W13		x						x			x		x						x	x	
UMIEJĘTNOŚCI: Absolwent potrafi:																					
ZAR_II_U01			x						x	x	x	x	x	x	x			x			
ZAR_II_U02		x				x	x	x	x											x	x
ZAR_II_U03															x					x	
ZAR_II_U04								x	x	x	x			x	x	x	x	x	x		
ZAR_II_U05		x	x			x		x				x			x	x	x	x	x	x	
ZAR_II_U06					x	x				x											x
ZAR_II_U07		x										x								x	
ZAR_II_U08						x														x	
ZAR_II_U09		x			x			x					x								x
ZAR_II_U10											x										x
ZAR_II_U11							x			x				x							
ZAR_II_U12				x							x		x	x							x
ZAR_II_U13								x		x						x					
ZAR_II_U14													x							x	x
ZAR_II_U15				x																	x

ZAR_II_U16	X																			X
ZAR_II_U17	X						X													
ZAR_II_U18	X												X							X
ZAR_II_U19			X	X	X					X			X							X
KOMPETENCJE: Absolwent jest gotów do																				
ZAR_II_K01	X	X	X	X		X			X	X		X			X				X	X
ZAR_II_K02						X		X												X
ZAR_II_K03											X	X		X	X	X		X		
ZAR_II_K04											X									X
ZAR_II_K05					X	X			X		X		X						X	X
ZAR_II_K06				X			X											X		X

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

ZAJĘCIA LUB GRUPY ZAJĘĆ	TREŚCI PROGRAMOWE
MODUŁ KSZTAŁCENIA OGÓLNEGO	
Analiza i interpretacja danych finansowych	Dane finansowe i ich charakterystyka. Informacje dotyczące analizy finansowej. Analiza wskaźnikowa sprawozdania finansowego.
Badania operacyjne	Budowa modeli decyzyjnych Rozwiązywanie modeli decyzyjnych
Biznesplan	Rola planowania w działalności przedsiębiorstwa. Podstawy metodyczne sporządzania biznes planu. Części składowe biznes planu. Biznes plan a planowanie finansowe.
Business Ethics	The concept and subject of ethics. Moral conflicts. Ethical aspects of the functioning of companies in the market system. Social capital in the labor market. The ethics of business against the pathologies of economic life. Compliance with ethical principles – the improvement or obstruction of the functioning of the business. Manager and managing. Standards regarding Management of Ethical Program in the organization. Document: Standard of Ethical Program for companies and other organizations. Good practices – The Ethisphere Institute.
Controlling	Istota i pojęcie controllingu w działalności przedsiębiorstwa. Systemy kalkulacji kosztów Analiza rentowności i decyzje centowe w krótkim okresie. Planowanie finansowe i metody oceny opłacalności decyzji długoterminowych.

Ekonomia menedżerska	<p>Wprowadzenie do ekonomii menedżerskiej.</p> <p>Popyt i determinanty popytu</p> <p>Cena</p> <p>Koszty</p> <p>Formy organizacji rynku.</p> <p>Teoria gier</p> <p>Podjęmowane decyzji w warunkach niepewności.</p>
Język obcy z elementami języka specjalistycznego	<p>Zatrudnienie i zmiana pracy – zagadnienia związane z zatrudnieniem, zarządzaniem swoją ścieżką kariery oraz zmianą. Gramatyka - powtórzenie czasów gramatycznych.</p> <p>Zakładamy firmę – zagadnienia związane z zakładaniem firmy i zarządzaniem nowopowstałym przedsiębiorstwem. Gramatyka – okresy warunkowe i wyrażanie życzeń.</p> <p>Zarządzanie zasobami ludzkimi – współpraca w zespole. Gramatyka – zdania względne, zadawanie pytań, pytania typu questiontags.</p> <p>Zarządzanie projektem na przykładzie organizowania kampanii reklamowej. Gramatyka – przegląd konstrukcji modalnych.</p>
Komputerowe wspomaganie zarządzania projektami	<p>Wprowadzenie do MS Project</p> <p>Tworzenie nowego planu.</p> <p>Tworzenie listy zadań.</p> <p>Łączenie zadań w celu utworzenia zależności.</p> <p>Wprowadzanie zasobów.</p> <p>Przydzielanie zasobów do zadań.</p> <p>Formatowanie, kopiowanie i drukowanie planu.</p>
Negocjacje w biznesie	<p>Wprowadzenie do procesu negocjacji</p> <p>Proces przygotowania do negocjacji w przedsiębiorstwie</p> <p>Zespół negocjacyjny</p> <p>Techniki i taktyki negocjacyjne</p> <p>Charakterystyka negocjacji twardych i miękkich (negocjacje pozycyjne)</p> <p>Istota i etapy negocjacji integracyjnych (rzeczowych –opartych na zasadach).</p> <p>Strategie stosowane przez strony w negocjacjach dwustronnych i wielostronnych.</p> <p>Negocjacje międzynarodowe.</p>
Praktyczne aspekty prawa handlowego	<p>Pojęcie i źródła prawa handlowego.</p> <p>Działalność gospodarcza i rejestracja przedsiębiorców.</p> <p>Firma i prokura.</p> <p>Spółki</p> <p>Umowy handlowe</p>
Praktyka zawodowa	<p>OGÓLNA</p> <p>Zapoznanie się z zakresem działalności i strukturą organizacyjną instytucji/przedsiębiorstwa.</p> <p>Zapoznanie się z podstawowymi funkcjami narzędzi stosowanych w instytucji/przedsiębiorstwie.</p> <p>Stosowanie się do regulaminu pracy.</p> <p>Obsługiwanie i korzystanie z wybranych narzędzi i/lub urządzeń.</p> <p>Uczestniczenie w pracy instytucji/przedsiębiorstwa/działu.</p> <p>Stosowanie się do zasady komunikacji wewnętrznej/zewnętrznej.</p> <p>Korzystanie ze wsparcia merytorycznego opiekuna praktyk.</p> <p>KIERUNKOWA</p> <p>Zapoznanie się z zakresem prac (obowiązków) wykonywanych przez pracowników poszczególnych działów.</p>

	<p>Zapoznanie się z metodami zarządzania stosowanymi w instytucji / przedsiębiorstwie.</p> <p>Zapoznanie się z czynnikami prawnymi, zwłaszcza w zakresie obrotu handlowego, w procesie zarządzania podmiotem.</p> <p>Charakteryzowanie możliwości systemu informatycznego stosowanego w danej instytucji / przedsiębiorstwie.</p> <p>Korzystanie z systemu informatycznego stosowanego w danej organizacji.</p> <p>Zorganizowanie pracy na wybranym stanowisku</p> <p>Branie udziału w spotkaniu firmowym/instytucji.</p> <p>Uczestniczenie w procesach zarządzania projektami.</p> <p>Wykonywanie poleceń służbowych.</p> <p>Przestrzeganie zasad odpowiedzialności prawnej danej instytucji/przedsiębiorstwa.</p> <p>Udział w przygotowywaniu przetargu / biznesplanu / analizy możliwości pozyskania zewnętrznych funduszy na rozwój przedsiębiorstwa/instytucji / w przygotowywaniu analizy zagrożeń / kampanii marketingowej lub innych zadań ściśle związanych z kierunkiem menedżersko-prawnym.</p> <p>Udział w działaniach promocyjnych instytucji/przedsiębiorstwa / inspirował do nowych działań wizerunkowych.</p>
Prognozowanie w procesach decyzyjnych	<p>Wstęp do prognozowania. Zasady budowy prognoz ekonometrycznych.</p> <p>Założenia teorii predykcji.</p> <p>Agregacja danych w czasie. Problem brakujących obserwacji.</p> <p>Prognozowanie na podstawie średnich ruchomych.</p> <p>Prognozowanie na podstawie modeli: trendu, sezonowości i autoregresji (TSAR) oraz SARIMA.</p> <p>Prognozowanie na podstawie modeli: Holta i Holta-Wintersa.</p>
Przedsiębiorczość i e-biznes	<p>Zakładanie firmy krok po kroku.</p> <p>Alternatywne formy prowadzenie działalności gospodarczej (AIP).</p> <p>Podstawy rozliczenia działalności gospodarczej (podatek dochodowy).</p> <p>Źródła finansowania działalności gospodarczej, pozyskanie finansowania na biznes.</p> <p>Generowanie pomysłów na startup.</p> <p>Projekty jako sposób wprowadzania innowacji w organizacji.</p> <p>Budowa modelu biznesowego.</p>
Rachunkowość zarządcza	<p>Rachunkowość zarządcza jako system informacyjny.</p> <p>Kryteria klasyfikacyjne kosztów.</p> <p>Metody szacowania kosztów stałych i zmiennych dla celów decyzyjnych.</p> <p>Analiza progu rentowności. Analiza wrażliwości zysku.</p> <p>Modele rachunku kosztów w rachunkowości zarządczej.</p> <p>Krótkookresowe rachunki decyzyjne.</p> <p>Decyzje cenowe.</p>
Seminarium magisterskie	<p>Omówienie zasad dotyczących pisania pracy magisterskiej i kryteriów jej oceny. Prezentacja obszaru badawczego i wybór tematu pracy magisterskiej.</p> <p>Prezentacja celów i problemu badawczego pracy magisterskiej przez poszczególnych studentów.</p> <p>Prezentacja koncepcji pracy magisterskiej.</p> <p>Prezentacja tematu pracy w odniesieniu do źródeł wtórnych i aktualnych badań z wybranego zakresu.</p> <p>Przygotowanie rozdziałów teoretycznych – dyskusja i ich szczegółowe omówienie.</p> <p>Przygotowanie szczegółowego planu badań i instrumentu badawczego.</p>

	<p>Przeprowadzenie badań, analiza wyników i opracowanie rozdziału empirycznego wraz z rekomendacjami dla biznesu.</p> <p>Omówienie obowiązujących zagadnień egzaminacyjnych i przygotowania do obrony.</p> <p>Przygotowanie ostatecznych wersji prac magisterskich, prezentacja wyników na seminarium i ocena końcowa prac przez promotora.</p>
Warsztaty kompetencji menedżerskich	<p>Przekonania (świadomość menedżerska) – model Diltsa.</p> <p>Kluczowe metody zarządzania zespołem.</p> <p>SMART – zarządzanie przez cele.</p> <p>Wzmacniająca i korygująca informacja zwrotna.</p>
Współczesne koncepcje zarządzania	<p>Współczesne orientacje i koncepcje zarządzania.</p> <p>Orientacja na zmiany</p> <p>Orientacja strategiczna i procesowa.</p> <p>Orientacja na wiedzę</p> <p>Orientacja na człowieka.</p> <p>Orientacja na klienta</p> <p>Orientacja na jakość</p> <p>Orientacja w oparciu o formy organizacji.</p> <p>Orientacja na innowacje i know-how.</p> <p>Koncepcja zrównoważonego rozwoju i społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstwa.</p> <p>Współczesne problemy i wyzwania dla zarządzania.</p>
Wykład do wyboru- Analiza strategiczna w przedsiębiorstwie w praktyce zarządzania	<p>Analiza strategiczna w zarządzaniu.</p> <p>Istota strategii.</p> <p>Pojęcie, geneza i rozwój analizy strategicznej.</p> <p>Metodyka planowania strategicznego.</p> <p>Zakres analizy strategicznej.</p> <p>Makrootoczenie i jego składniki.</p> <p>Analiza makroekonomiczna.</p> <p>Metody scenariuszowe.</p> <p>Ocena scenariusza.</p> <p>Analiza otoczenia konkurencyjnego.</p> <p>Metoda 5 sił Portera.</p> <p>Analiza grup strategicznych w sektorze.</p> <p>Analiza potencjału strategicznego przedsiębiorstwa.</p> <p>Bilans strategiczny przedsiębiorstwa.</p> <p>Analiza łańcucha wartości.</p> <p>Cykl życia produktu i technologii.</p> <p>Ocena kondycji finansowej.</p> <p>Analiza kluczowych czynników sukcesu.</p> <p>Metody postępowania przy tworzeniu listy KCS.</p> <p>Metody portfelowe.</p> <p>Macierz BCG.</p> <p>Macierz McKinsey'a.</p> <p>Zintegrowane metody oceny pozycji strategicznej.</p> <p>Analiza SWOT i jej etapy.</p> <p>Uwarunkowania podczas analizy SWOT.</p> <p>Kategorie analityczne SWOT – Budowa SWOT.</p> <p>Wybór strategii na podstawie analizy SWOT.</p> <p>Zastosowanie analizy SWOT.</p> <p>Modelowe sytuacje strategiczne przedsiębiorstwa.</p>

	Metoda SPACE. Kwantyfikacja.
Wykład do wyboru – E - marketing	Wprowadzenie do e-marketingu (najważniejsze pojęcia i trendy) Marketing w wyszukiwarkach pozycjonowanie stron w wyszukiwarkach SEO. E – mail marketing. E – commerce – istota i rodzaje Metody i techniki promocji w e - commerce Narzędzia e-marketingu w e-commerce Nowoczesne systemy e-marketingu Nowoczesne platformy e-commerce Regulacje prawne w obszarze e-marketingu. Zasady etyczno-moralne w e-marketingu.
Zarządzanie procesami	Współczesne rozwiązania w organizacjach. Geneza i kierunki zmian Organizacja wirtualna jako wyraz współczesnych rozwiązań strukturalnych Reengineering jako współczesny instrument zmian w organizacjach Organizacja procesowa i jej determinanty Identyfikowanie procesów w przedsiębiorstwie Projektowanie organizacji procesowej Społeczno–kulturowe uwarunkowania tworzenia organizacji procesowej.
Zarządzanie strategiczne	Ogólna charakterystyka procesu zarządzania strategicznego Analiza otoczenia przedsiębiorstwa Analiza zasobów przedsiębiorstwa Cele przedsiębiorstwa Generowanie i ocena opcji strategicznych Wdrażanie strategii
SPECJALNOŚCI	PRZEDMIOTY SPECJALNOŚCIOWE
Specjalność: PSYCHOLOGIA W ZARZĄDZANIU	Menedżer coachem i mentorem. Osobowość lidera. Psychologia motywacji . Psychologia stresu i wypalenia zawodowego. Psychologia konfliktów interpersonalnych w zespole pracowniczym. Świadome przywództwo.
Specjalność: ZARZĄDZANIE MARKETINGIEM I SPRZEDAŻĄ	Współczesne trendy w zarządzaniu marketingiem. Zarządzanie procesem sprzedaży. Neuromarketing. E-marketing i social media. Kampanie promocyjno-reklamowe. Nowoczesne techniki sprzedaży.
Specjalność: ZARZĄDZANIE ZASOBAMI LUDZKIMI	Strategie procesów kadrowych. Zarządzanie różnorodnością w organizacjach. Systemy informatyczne w zarządzaniu zasobami ludzkimi. Menedżer coachem i mentorem. Psychologia konfliktów interpersonalnych w zespole pracowniczym. Systemy płac i motywowanie pracowników.
Specjalność: ZARZĄDZANIE PRZEDSIĘBIORSTWEM	Międzynarodowe standardy zarządzania. Zarządzanie przedsiębiorstwem w sytuacjach kryzysowych. Zarządzanie wartością przedsiębiorstwa. Zarządzanie marką. Consulting w zarządzaniu. Zarządzanie zmianą.

Specjalność: DESIGN W BIZNESIE	Ochrona własności intelektualnej i przemysłowej. Podstawy rysunku i grafiki. Psychologia twórczego rozwoju. Design Thinking. Komunikacja symboliczna i niewerbalna. Estetyka i kształtowanie przestrzeni.
Specjalność: ZARZĄDZANIE NIERUCHOMOŚCIAMI I HOMESTAGING	Podstawy rynku nieruchomości. Ekonomiczno-prawne aspekty funkcjonowania rynku nieruchomości. Zarządzanie nieruchomościami mieszkaniowymi i komercyjnymi. Elementy homestagingu. Metody wyceny nieruchomości. Finansowanie inwestycji i nieruchomości.
Specjalność: DIGITAL MARKETING	Content marketing. Zarządzanie w gospodarce cyfrowej. Bezpieczeństwo w sieci. Marketing w social mediach. Trendy digital w strategiach marketingowych. Kompleksowe kampanie reklamowe i komunikacyjne.
Specjalność: ESG-ASPEKTY FINANSOWE I ZARZĄDCZE	Wprowadzenie do zagadnień zrównoważonego rozwoju . Aspekty prawne zrównoważonego rozwoju . Raportowanie ESG w świetle dyrektywy UE. ESG w bankowości i ubezpieczeniach. Zrównoważony rozwój – aspekty zarządcze . Menedżer ESG .
Specjalność: ZARZĄDZANIE PROJEKTEM-JUNIOR PROJECT MANAGER	Podstawy zarządzania projektami. Zarządzanie cyklem życia projektu (inicjacja, planowanie, wykonanie, kontrola, zamknięcie). Zarządzanie jakością w projekcie. Budżetowanie i finansowanie projektów. Komunikacja, konflikty i negocjacje w projekcie. MS project. Wprowadzenie do metodologii zarządzania usługami. Projektowanie oraz modelowanie procesów biznesowych.
Specjalność: ZARZĄDZANIE NOWOCZESNYMI USŁUGAMI BIZNESOWYMI	Wprowadzenie do metodologii zarządzania usługami. Strategia oraz projektowanie usług. Projektowanie oraz modelowanie procesów biznesowych. Wdrożenie usługi. Podstawy zarządzania projektami. Zarządzanie operacyjne usługami. Zarządzanie jakością w usługach IT. Komunikacja, konflikty i negocjacje.
Specjalność: MARKETING IN THE DIGITAL ECONOMY	Content marketing. Management in the digital economy. Network security. Marketing on social media. Digital trends in marketing strategies. Comprehensive advertising and communication campaigns.

IV. PROGRAM STUDIÓW

Proponowane specjalności – rok akademicki 2024/2025:

Specjalność: PSYCHOLOGIA W ZARZĄDZANIU

Specjalność: ZARZĄDZANIE MARKETINGIEM I SPRZEDAŻĄ

Specjalność: ZARZĄDZANIE ZASOBAMI LUDZKIMI

Specjalność: ZARZĄDZANIE PRZEDSIĘBIORSTWEM

Specjalność: DESIGN W BIZNESIE

Specjalność: ZARZĄDZANIE NIERUCHOMOŚCIAMI I HOMESTAGING

Specjalność: DIGITAL MARKETING

Specjalność: ESG-ASPEKTY FINANSOWE I ZARZĄDCZE

Specjalność: ZARZĄDZANIE PROJEKTEM-JUNIOR PROJECT MANAGER

Specjalność: ZARZĄDZANIE NOWOCZESNYMI USŁUGAMI BIZNESOWYMI

Specjalność: MARKETING IN THE DIGITAL ECONOMY

A) PRZYPORZĄDKOWANIE KIERUNKU STUDIÓW DO DYSYCYPLIN NAUKOWYCH

L.p.	Dyscypliny naukowe	% PUNKTÓW ECTS
1.	Nauki o zarządzaniu i jakości	70%
2.	Ekonomia i finanse	30%

B) PODSTAWOWE WSKAŹNIKI ECTS OKREŚLONE DLA PROGRAMU STUDIÓW

Nazwa wskaźnika	Liczba punktów ECTS
Łączna liczba punktów ECTS, jaką student musi uzyskać w ramach zajęć prowadzonych z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich lub innych osób prowadzących zajęcia	STUDIA STACJONARNE 67 ECTS
	STUDIA NIESTACJONARNE 22-35 ECTS
Łączna liczba punktów ECTS przyporządkowana zajęciom kształtującym umiejętności praktyczne	SS – 88 SN – 87
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	5
Łączna liczba punktów ECTS przyporządkowana zajęciom do wyboru	62 ECTS
Łączna liczba punktów ECTS przyporządkowana praktykom zawodowym	18 ECTS

C) WYMIAR, ZASADY I FORMY ODBYWANIA PRAKTYK ZAWODOWYCH

Zgodnie z Regulaminem Studiów Uniwersytetu WSB Merito w Toruniu, student jest zobowiązany do zaliczenia praktyk w wymiarze zgodnym z programem studiów. Zasady ich organizacji oraz zaliczania określa Regulamin Praktyk Uniwersytetu WSB Merito w Toruniu.

Studenci studiów drugiego stopnia o profilu praktycznym realizują praktyki zawodowe w wymiarze 480h, co odpowiada 18 ECTS. Praktyki na kierunku *zarządzanie* studia II stopnia realizowane są w następujący sposób:

- semestr II – 160 h praktyki zawodowej, co odpowiada 6 ECTS,
- semestr III – 160 h praktyki zawodowej, co odpowiada 6 ECTS,
- semestr IV - 160 h praktyki zawodowej, co odpowiada 6 ECTS.

Podczas praktyki zawodowej studenci realizują program, który podzielony jest na dwie części:

- ogólną – podczas, której student zapoznaje się z funkcjonowaniem firmy, jej strukturą i kulturą organizacyjną, profilem działalności oraz otoczeniem, z którym firma współpracuje,
- kierunkową – student zdobywa wiedzę i rozwija umiejętności oraz kompetencje związane ściśle ze studiowanym kierunkiem.

Studenci odbywają praktyki w przedsiębiorstwach i instytucjach, które umożliwiają realizację zadań wynikających z programu praktyk, a tym samym osiągnięcie efektów uczenia się, przypisanych do przedmiotu Praktyka zawodowa.

Student po zakończeniu praktyki wypełnia sprawozdanie, w którym opisuje zadania realizowane podczas praktyki. Po zakończonej praktyce opiekun z ramienia przedsiębiorstwa wystawia studentowi opinię oraz zaświadczenie oceniające osiągnięcie efektów uczenia się w zakresie wiedzy, umiejętności i kompetencji społecznych. Dokumenty te także weryfikuje opiekun praktyki z ramienia uczelni, który ostatecznie decyduje o zaliczeniu praktyki.

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

Metody weryfikacji efektów uczenia się (w zakresie wiedzy, umiejętności oraz kompetencji społecznych):

- test, kolokwium
- egzamin pisemny
- egzamin ustny
- projekt
- 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
- egzamin dyplomowy.

E) WYKAZ ZAJĘĆ LUB GRUPY ZAJĘĆ Z PRZYPISANIEM PUNKTÓW ECTS

L.P	Nazwa przedmiotu	Liczba punktów ECTS
A	MODUŁ KSZTAŁCENIA PODSTAWOWEGO I KIERUNKOWEGO	
1	Język obcy z elementami języka specjalistycznego	6
2	Współczesne koncepcje zarządzania	5
3	Ekonomia menedżerska	3
4	Negocjacje w biznesie	4
5	Warsztaty kompetencji menedżerskich	4
6	Prognozowanie w procesach decyzyjnych	3
7	Business Ethics	2
8	Analiza i interpretacja danych finansowych	3
9	Zarządzanie strategiczne	6
10	Zarządzanie procesami	2
11	Rachunkowość zarządcza	3

12	Przedsiębiorczość i e-biznes	3
13	Komputerowe wspomaganie zarządzania projektami	1
14	Praktyczne aspekty prawa handlowego	3
15	Biznesplan	3
16	Badania operacyjne	5
17	Controlling	2
18	Wykłady do wyboru	2
19	Seminarium magisterskie	20
20	Praktyka zawodowa	18
S1	Specjalność: PSYCHOLOGIA W ZARZĄDZANIU	22
S2	Specjalność: ZARZĄDZANIE MARKETINGIEM I SPRZEDAŻĄ	19
S3	Specjalność: ZARZĄDZANIE ZASOBAMI LUDZKIMI	19
S4	Specjalność: ZARZĄDZANIE PRZEDSIĘBIORSTWEM	19
S5	Specjalność: DESIGN W BIZNESIE	19
S6	Specjalność: ZARZĄDZANIE NIERUCHOMOŚCIAMI I HOMESTAGING	19
S7	Specjalność: DIGITAL MARKETING	19
S8	Specjalność: ESG-ASPEKTY FINANSOWE I ZARZĄDCZE	19
S9	Specjalność: ZARZĄDZANIE PROJEKTEM-JUNIOR PROJECT MANAGER	19
S10	Specjalność: ZARZĄDZANIE NOWOCZESNYMI USŁUGAMI BIZNESOWYMI	19
S11	Specjalność: MARKETING IN THE DIGITAL ECONOMY	19