



Wyższa Szkoła Bankowa w Toruniu
Wydział Finansów i Zarządzania w Bydgoszczy (Filia)

Program studiów
dla kierunku
ZARZĄDZANIE
Studia pierwszego stopnia

Studia: stacjonarne i niestacjonarne
Profil: praktyczny

Rok akademicki 2021/2022

I. OGÓLNA CHARAKTERYSTYKA KIERUNKU STUDIÓW

nazwa kierunku studiów	Zarządzanie	
Poziom kształcenia (studia pierwszego stopnia / studia drugiego stopnia / jednolite studia magisterskie)	Studia pierwszego stopnia	
Profil kształcenia	praktyczny	
Forma studiów stacjonarne/niestacjonarne	Stacjonarne i niestacjonarne	
Czas trwania studiów (w semestrach)	6 semestrów	
Łączna liczba punktów ECTS dla danej formy studiów.	180 pkt. ECTS	
Łączna liczba godzin określona w programie studiów	Studia stacjonarne 2642	Studia niestacjonarne 2178
Tytuł zawodowy nadawany absolwentom	Licencjat	
Wymiar praktyk zawodowych.	960 godzin – 36 pkt. ECTS	
Język prowadzenia studiów	Polski	
Rok rozpoczęcia cyklu kształcenia	2021/2022	

II. EFEKTY UCZENIA SIĘ

Symbol efektu uczenia się na kierunku	Efekty uczenia się dla studiów pierwszego stopnia na kierunku ZARZĄDZANIE	Odniesienie do charakterystyk efektów uczenia się dla poziomu 6
WIEDZA - absolwent zna i rozumie:		
ZAR_I_W01	powiązania między wiedzą z zakresu funkcjonowania organizacji a innymi naukami	P6S_WG
ZAR_I_W02	w zaawansowanym stopniu kluczowe koncepcje zarządzania dotyczące powstawania, funkcjonowania, przekształcania i rozwoju organizacji oraz ich praktyczne zastosowanie	P6S_WG
ZAR_I_W03	relacje między podmiotami gospodarczymi a innymi instytucjami społecznymi tworzącymi ich otoczenie w skali krajowej i międzynarodowej	P6S_WG
ZAR_I_W04	obszary funkcjonalne organizacji i relacje między nimi	P6S_WG
ZAR_I_W05	w zaawansowanym stopniu role i zachowania organizacyjne	P6S_WG
ZAR_I_W06	w zaawansowanym stopniu funkcje zarządzania	P6S_WG
ZAR_I_W07	narzędzia komunikacji organizacji z rynkiem i ich praktyczne zastosowanie	P6S_WG
ZAR_I_W08	rolę przywództwa w organizacji	P6S_WG

ZAR_I_W09	zagadnienia z zakresu finansów w odniesieniu do funkcjonowania organizacji	P6S_WG
ZAR_I_W10	zasady tworzenia i rozwoju różnych form przedsiębiorczości	P6S_WG P6S_WK
ZAR_I_W11	metody zarządzania zasobami ludzkimi w kontekście typu organizacji	P6S_WG
ZAR_I_W12	pojęcie kultury organizacyjnej i szczegółowo charakteryzuje wpływ jej komponentów na działalność zespołową i indywidualną	P6S_WG P6S_WK
ZAR_I_W13	w zaawansowanym stopniu standardowe metody ilościowe wspomagające procesy podejmowania decyzji i ich praktyczne zastosowanie	P6S_WG
ZAR_I_W14	metody projektowania i przeprowadzania badań w poszczególnych obszarach działalności organizacji	P6S_WG
ZAR_I_W15	przepisy prawa regulujące funkcjonowanie podmiotów gospodarczych	P6S_WG
ZAR_I_W16	znaczenie norm i standardów w poszczególnych obszarach działalności organizacji (np. standardów rachunkowości, norm pracy, systemów i norm jakości)	P6S_WG P6S_WK
ZAR_I_W17	rolę i znaczenie struktur organizacyjnych oraz determinanty ich powstawania i kształtowania	P6S_WG P6S_WK
ZAR_I_W18	dorobek psychologii oraz socjologii w odniesieniu do procesu zarządzania organizacjami	P6S_WG
ZAR_I_W19	znaczenie własności intelektualnej (własności przemysłowej oraz praw autorskich i praw pokrewnych)	P6S_WG P6S_WK
ZAR_I_W20	normy życia społecznego	P6S_WG P6S_WK
UMIĘTNOŚCI - absolwent potrafi:		
ZAR_I_U01	dokonywać obserwacji, analizy i oceny zjawisk i procesów w organizacji oraz w jej otoczeniu	P6S_UW
ZAR_I_U02	uczestniczyć w procesach podejmowania decyzji operacyjnych i taktycznych oraz oceniać proponowane rozwiązania	P6S_UW P6S_UO
ZAR_I_U03	interpretować i wpływać na zachowania organizacyjne	P6S_UW P6S_UO
ZAR_I_U04	inicjować działalność gospodarczą	P6S_UW
ZAR_I_U05	dokonać oceny finansowej organizacji	P6S_UW
ZAR_I_U06	dobierać i wykorzystywać metody, techniki i narzędzia służące zarządzaniu organizacją	P6S_UW
ZAR_I_U07	zastosować odpowiednie metody i narzędzia analityczne oraz systemy informatyczne wspomagające procesy podejmowania decyzji	P6S_UW
ZAR_I_U08	posługiwać się normami i standardami w procesie zarządzania organizacją	P6S_UW
ZAR_I_U09	wykorzystywać przepisy prawa oraz systemy znormalizowane przedsiębiorstwa (rachunkowości, bhp itp.) w celu uzasadniania konkretnych działań organizacji	P6S_UW
ZAR_I_U10	stosować podstawowe narzędzia informatyczne wspomagające pracę menadżera	P6S_UW
ZAR_I_U11	posługiwać się technologiami informacyjnymi w celu gromadzenia, przetwarzania i analizowania danych	P6S_UW
ZAR_I_U12	efektywnie zarządzać zasobami organizacji na poziomie operacyjnym i taktycznym	P6S_UW P6S_UO
ZAR_I_U13	prezentować zdobytą wiedzę oraz umiejętności w mowie i piśmie z wykorzystaniem m.in. narzędzi informacyjnych	P6S_UW P6S_UK
ZAR_I_U14	interpretować wyniki badań	P6S_UW
ZAR_I_U15	komunikować się z otoczeniem z użyciem specjalistycznej terminologii	P6S_UK
ZAR_I_U16	brać udział w debacie - przedstawiać i oceniać różne opinie i stanowiska oraz dyskutować na ich temat	P6S_UK
ZAR_I_U17	posługiwać się językiem obcym na poziomie B2 Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego	P6S_UK
ZAR_I_U18	planować i realizować własne uczenie się przez całe życie w celu doskonalenia swoich kompetencji zawodowych	P6S_UU
ZAR_I_U19	planować i organizować pracę własną oraz współdziałać i pracować w zespole	P6S_UO

KOMPETENCJE SPOŁECZNE - absolwent jest gotów do:		
ZAR_I_K01	dokonania samooceny stanu swojej wiedzy i umiejętności z zakresu zarządzania	P6S_KK
ZAR_I_K02	doceniania znaczenia wiedzy i zasięgania opinii ekspertów w przypadku trudności z samodzielnym rozwiązaniem problemów poznawczych i praktycznych	P6S_KK
ZAR_I_K03	myślenia i działania w sposób przedsiębiorczy	P6S_KO
ZAR_I_K04	inicjowania i współorganizowania działań na rzecz środowiska społecznego i interesu publicznego	P6S_KO
ZAR_I_K05	brania odpowiedzialności za powierzone mu zadania związane z wykonywaną pracą oraz pełnioną rolą zawodową	P6S_KR
ZAR_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
<u>Objaśnienie oznaczeń:</u>		
ZAR_I	kierunkowe efekty uczenia się dla studiów pierwszego stopnia kierunku ZARZĄDZANIE	
W	kategoria wiedzy	
U	kategoria umiejętności	
K	kategoria kompetencji społecznych	
P6S_WG	poziom 6 Polskiej Ramy Kwalifikacji kategoria wiedza: zna i rozumie/zakres i głębia	
P6S_WK	poziom 6 Polskiej Ramy Kwalifikacji kategoria wiedza: zna i rozumie/kontekst	
P6S_UW	poziom 6 Polskiej Ramy Kwalifikacji kategoria umiejętności: potrafi/wykorzystanie wiedzy	
P6S_UK	poziom 6 Polskiej Ramy Kwalifikacji kategoria umiejętności: potrafi/komunikowanie się	
P6S_UO	poziom 6 Polskiej Ramy Kwalifikacji kategoria umiejętności: potrafi/organizacja pracy	
P6S_UU	poziom 6 Polskiej Ramy Kwalifikacji kategoria umiejętności: potrafi/uczenie się	
P6S_KK	poziom 6 Polskiej Ramy Kwalifikacji kategoria kompetencje społeczne: jest gotów do/oceny	
P6S_KO	poziom 6 Polskiej Ramy Kwalifikacji kategoria kompetencje społeczne: jest gotów do/odpowiedzialność	
P6S_KR	poziom 6 Polskiej Ramy Kwalifikacji kategoria kompetencje społeczne: jest gotów do/rola zawodowa	
01, 02, 03 i kolejne	numer efektu uczenia się	

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

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

Symbole efektów uczenia się na kierunku Zarządzanie	Moduły: Kształcenia Ogólnego, Podstawowego i Kierunkowego																																							
	Język obcy	Podstawy filozofii i etyki	Podstawy socjologii	Podstawy psychologii	Edytor tekstu	Arkusze kalkulacyjne	Grafika menedżerska i prezentacja	Zarządzanie karierą i komunikacja w biznesie	Ochrona własności intelektualnej	Wzrost i fizyczne	Matematyka	Statystyka	Ekonomia i prognozowanie	Podstawy prawa z elementami prawa cywilnego	Podstawy prawa gospodarczego	Podstawy ekonomii	Finanse	Podstawy zarządzania	Nauka o organizacji	Prawo pracy	Zachowania organizacyjne	Zarządzanie projektami	Zarządzanie zasobami ludzkimi	Zarządzanie jakością	Informatyka w zarządzaniu	Marketing i public relations	Badania marketingowe	Bachunkowość	Finanse przedsiębiorstwa	Logistyka	Metody organizacji i zarządzania	Gra menedżerska	Intercultural Differences (Różnice międzykulturowe)	Communication Skills in Business	Inicjowanie i prowadzenie własnej działalności	Praktyka zawodowa				
WIEDZA:																																								
ZAR_I_W01	X	X	X	X			X	X					X	X	X			X		X				X	X															
ZAR_I_W02																		X	X		X			X	X															
ZAR_I_W03															X	X			X							X	X		X	X										
ZAR_I_W04																			X		X				X			X	X	X	X									
ZAR_I_W05							X												X	X		X			X						X						X			
ZAR_I_W06																		X				X																X		
ZAR_I_W07	X					X										X		X			X						X						X			X		X		
ZAR_I_W08																				X		X			X											X				
ZAR_I_W09															X	X											X	X												
ZAR_I_W10													X									X																X		
ZAR_I_W11																					X		X						X					X						
ZAR_I_W12														X						X		X									X	X								
ZAR_I_W13						X			X	X	X															X	X													
ZAR_I_W14			X	X	X			X	X	X														X	X	X	X													
ZAR_I_W15	X						X						X	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	
Język obcy	<p>1. Wprowadzenie słownictwa dot. podróży służbowej, rezerwacji zakwaterowania, zakupu biletów. Ćwiczenia utrwalające poznane zwroty-dialogi.</p> <p>2. Typowy dzień pracy. Praca ze słownictwem na przykładowych dokumentach. Słownictwo dot. zarządzania projektem.</p> <p>3. Wyrażenia stosowane w pisaniu maili - ćwiczenia. Zasady przygotowania prezentacji biznesowej przy użyciu różnych narzędzi.</p> <p>4. Negocjacje w biznesie- techniki i stosowane wyrażenia. Praktyczne zastosowanie poznanych wyrażień- gra w negocjacje.</p> <p>5. Wprowadzenie słownictwa dot. pisania biznes planu. Ćwiczenia w pisaniu.</p> <p>6. Wprowadzenie słownictwa dot. zakładanie własnej firmy. Wypełnianie przykładowego formularza online w j. obcym.</p> <p>7. Wprowadzenie słownictwa dot. współpracy w biznesie. Tworzenie przykładowych ofert.</p> <p>8. Wprowadzenie słownictwa marketingu i reklamy. Trening językowy- ćwiczenia na mówienie.</p> <p>E-LEARNING</p> <p>1. Podróże służbowe- słownictwo i wyrażenia dot. rezerwacji hotelu, transportu. Planowanie podróży służbowych. Gramatyka- konstrukcje gramatyczne wyrażające przyszłość.</p> <p>2. Typowy dzień w pracy, obowiązki pracownika, przygotowanie budżetu projektu. Dokumenty finansowe- faktury i płatności. Powtórzenie czasów przeszłych.</p> <p>3. Pisanie maili w firmie, przygotowanie prezentacji biznesowej. Gramatyka- zdania względne.</p> <p>4. Polityka firmy – słownictwo. Negocjacje w biznesie- techniki i stosowane wyrażenia. Gramatyka - mowa zależna.</p> <p>5. Biznes plan – planowanie i tworzenie – słownictwo i wyrażenia. Gramatyka- powtórzenie i utrwalenie czasów.</p> <p>6. Zakładanie własnej firmy –słownictwo i wyrażenia. Formularz rejestracji firmy za granicą. Gramatyka- okres warunkowy odnoszący się do przeszłości.</p> <p>7. Szukanie współpracowników- oferty współpracy –słownictwo i wyrażenia. Gramatyka- zdania względne oraz „Questiontags”.</p> <p>8. Marketing i reklama – leksyka. Pisanie postów i bloga. Gramatyka- czasowniki modalne w teraźniejszości i przeszłości.</p>
Podstawy Filozofii i etyki	<p>E-LEARNING</p> <p>1. 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>2. Historia filozofii i etyki – średniowiecze (św. Augustyn, św. Tomasz).</p>

	<p>3. Historia filozofii i etyki – filozofia francuska, brytyjska, niemiecka filozofia nowożytna (Kartezjusz, Blaise Pascal, Spinoza, Jean-Jacques Rousseau, Tomasz Hobbes, George Berkeley, utilitaryzm, Wilhelm Leibniz, Immanuel Kant, Johann Gottlieb Fichte, Georg Wilhelm Friedrich Hegel, Ludwig Feuerbach, Max Stirner, Søren Kierkegaard.</p> <p>4. 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>5. Historia filozofii i etyki - Szkoła Lwowsko-Warszawska, Henryk Elzenberg.</p> <p>6. Nowe przykazania Petera Singera.</p> <p>7. Tanatologia - wokół śmierci, aborcja, eutanazja</p>
Podstawy socjologii	<p>E-LEARNING</p> <p>1. Wprowadzenie do socjologii – historia powstania nauki, proces instytucjonalizacji socjologii, wiedza socjologiczna a wiedza potoczna, wyobrażenia socjologiczna.</p> <p>2. Od zachowania do działań społecznych. Rola kultury (wartości, normy, sankcje).</p> <p>3. Zjawisko wyobraźni socjologicznej.</p> <p>4. Interakcje społeczne. Kontrola społeczna (relatywizm norm, konformizm i dewiacje).</p> <p>5. Kształtowanie się jednostki – socjalizacja, relacje społeczne, powstawanie „ja”, role społeczne.</p> <p>6. Zorganizowane formy działania (organizacje i instytucje społeczne).</p> <p>7. Stratyfikacja – klasyczne koncepcje podziałów społecznych (podziały klasowe, style życia).</p> <p>8. Metody badawcze wykorzystywane w socjologii – metody ilościowe i jakościowe.</p> <p>9. Socjologia a problemy demograficzne.</p> <p>10. Socjologia wobec środowiska przyrodniczego.</p>
Podstawy psychologii	<p>E-LEARNING</p> <p>1. Przedmiot psychologii. Miejsce psychologii wśród innych nauk. Główne cele psychologii. Psychologia stosowana. Etapy metody naukowej. Definicja teorii psychologicznej.</p> <p>2. Metody badawcze w psychologii. Sondażowe badania opinii. Rodzaje obserwacji psychologicznych. Typy eksperymentów. Wady i zalety metod.</p> <p>3. Uwaga i mechanizmy postrzegania. Uwaga a świadomość. Czynności automatyczne a kontrolowane. Selektywność, czujność, przeszukiwanie, kontrola czynności jednoczesnych. teorie uwagi selektywnej. Uwaga podzielna. Teoria zasobów.</p> <p>4. Uczenie się. Definicja uczenia. Warunkowanie klasyczne i instrumentalne. Wiedza i jej nabywanie. Strategie uczenia się. Cechy i błędy pamięci.</p> <p>5. Myślenie szybkie i wolne. System 1 a System 2. Heurystyki i błędy poznawcze.</p>
Edytory tekstu	<p>1. Formatowanie. Tekst – czcionka, indeksy, kapitaliki i wersaliki, automatyczne dzielenie wyrazów. Akapit – wyrównanie, wcięcia, odstępy, interlinia, tabulatory, listy wypunktowane i numerowane, obramowanie i cieniowanie. Style – tworzenie, modyfikowanie i zastosowanie.</p>

	<p>2.Odwołania. Przypisy dolne, podpisy pod tabelami, wykresami, rysunkami, spis treści.</p> <p>3.Obiekty. Tworzenie i formatowanie tabel. Wstawienie grafiki, wykresów, zmiana rozmiaru i odpowiednie ich rozmieszczenie w dokumencie. Przenoszenie grafik między dokumentami.</p> <p>4.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>6.Przygotowanie wydruków. Orientacja strony. Marginesy. Znaki podziału strony.</p> <p>Dodawanie, edytowanie tekstu z użyciem stopki i nagłówek, 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>
Arkusze kalkulacyjne	<p>1.Wybrane problemy arkuszy kalkulacyjnych w kontekście ECDL. Zastosowanie aplikacji w firmie - przykłady. Podstawy arkusza: nowy skoroszyt, widok, paski narzędzi, różne formaty zapisu (szablon, plik tekstowy). Wprowadzanie danych, edytowanie i modyfikacja zawartości komórki. Nowe technologie e-learningowe w nauczaniu arkusza kalkulacyjnego. Oprogramowanie: MS-Excel2010.</p> <p>2.Zarządzanie arkuszami. Wstawianie, zmiana nazwy, kopiowanie i przenoszenie arkuszy pomiędzy skoroszytami. Podział okna. Usuwanie podziału. Ukrywanie oraz odkrywanie wierszy, kolumn, arkuszy. Oprogramowanie: MS-Excel2010.</p> <p>3.Formatowanie. Wygląd komórki – wypełnienie, czcionka, wyrównanie, obramowanie. Formatowanie danych: daty, waluty, tekst, liczby. Formatowanie warunkowe. Własny format danych. Oprogramowanie: MS-Excel2010</p> <p>4.Analiza. Tabele przestawne, sortowanie i filtrowanie danych. Oprogramowanie: MS-Excel2010</p> <p>5.Wykresy. Tworzenie i edycja wykresów różnych typów (tytuł, oś, legenda) Oprogramowanie: MS-Excel2010</p> <p>6.Wydruki. Ustawienia wydruku (marginesy, orientacja strony, edycja nagłówek i stopki arkusza – dodawanie daty, czasu, nr str.) Podgląd wydruku arkusza. Linie siatki, nagłówki kolumn i wierszy. Oprogramowanie: MS-Excel2010</p> <p>7.Formuły i funkcje cz.1. Odwołania do komórek, podstawy tworzenia formuł: tworzenie reguł przy użyciu odwołań do komórek i operatorów arytmetycznych dodawania, odejmowania, mnożenia, dzielenia. Adresowanie względne i bezwzględne (absolutne). Oprogramowanie: MS-Excel2007, MS-Excel2010, MS-Excel2013</p> <p>8.Formuły i funkcje cz.2. Podstawowe funkcje: sumowania, średniej, minimum, maksimum, zliczania, liczenie niepustych, zaokrąglania oraz</p>

	logicznej funkcji jeżeli. Oprogramowanie: MS-Excel2007, MS-Excel2010, MS-Excel2013
Grafika menadżerska i prezentacyjna	<p>1. 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. Ograniczania szczegółowości elementów graficznych i tekstu. Stosowania spójnych stylów oraz właściwego kontrastu kolorystycznego. Zastosowanie elementów projektu graficznego takich jak: wielkość czcionki, tekst alternatywny, kolor, ograniczanie liczby animacji i przejść.</p> <p>2. 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).</p> <p>3. Wykresy i diagramy. Wstawianie, modyfikacja i formatowanie wykresów oraz diagramów. Stosowanie dla tych obiektów prostych animacji.</p> <p>4. Szablony i wzorce slajdów. Dodawanie i modyfikacja wzorca slajdów oraz wzorca tytułowego, zastosowanie niestandardowego wzorca do wybranych slajdów. Tworzenie i modyfikacja szablonu oraz motywu.</p> <p>5. Multimedia. Wstawianie do prezentacji plików filmowych i dźwiękowych. Zmiany ustawień i efektów animacji niestandardowej. Nadawanie animacji wykresom, obiektom graficznym, zmiany w kolejności ich odtwarzania.</p> <p>6. Zwiększenie wydajności. Hiperłącza. Wstawianie i modyfikowanie przycisku akcji. Osadzanie w prezentacji obiektów i łączy do zewnętrznych plików.</p> <p>7. Zarządzanie prezentacją. Pokazy niestandardowe. Ustawienia pokazu (np. chronometraż). Zarządzanie pokazem.</p>
Zarządzanie karierą i komunikacja	<p>1. Samoocena: zasady rozpoznawania posiadanego zasobu i budowania własnej wartości: Moje mocne strony – Skąd o nich wiem? Jak najchętniej je wykorzystuję? Moje słabsze strony – Skąd o nich wiem? W czym mi przeszkadzają? Metoda SWOT w aspekcie predyspozycji zawodowych.</p> <p>2. Istota metody SMART. Budowanie celów krótko i długoterminowych zgodnie z metodą SMART. Jak siebie widzę/w jakim miejscu chcę być za 3..5 ..10 lat? – zadanie indywidualne, dyskusja grupowa.</p> <p>3. Typy temperamentu na rynku pracy: choleryk, sangwinik, melancholik i flegmatyk – zawody wskazane i mniej wskazane dla poszczególnych typów temperamentu. Analiza typów temperamentów w organizacji.</p> <p>4. Rola i znaczenie rozwoju zawodowego w organizacji.</p> <p>5. Efektywność komunikacji w pracy indywidualnej i zespołowej. Wpływ kompetencji komunikacyjnej na rozwój kariery i jakość pracy.</p> <p>6. Istota budowania ścieżki kariery. Zasady i elementy budowania ścieżki kariery.</p> <p>7. Dokumenty aplikacyjne (CV, list motywacyjny).</p>
Ochrona własności intelektualnej	<p>1. 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>2. Pojęcie praw bezwzględnych, omówienie autorskich praw osobistych i majątkowych; licencje ustawowe – dozwolony użytek prywatny, dozwolony użytek osobisty; problematyka plagiatu i postępowanie się prawem cytatu.</p> <p>3. Omówienie praw twórcy, współtwórców, pracodawców i innych podmiotów nie będących twórcami.</p> <p>4. Procedura cywilna i karna w zakresie ochrony praw autorskich i praw pokrewnych.</p> <p>5. Rodzaje i treść dyspozycji cywilnoprawnych (licencje, umowy rozporządzające, rozporządzenia testamentowe).</p>
Wychowanie fizyczne	<p>1. Organizacja zajęć, bhp, kryteria na zaliczenie.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Aerobik - Piłka nożna - Piłka siatkowa - Siłownia - Tenis - Pierwsza pomoc w nagłych przypadkach
MODUŁ KSZTAŁCENIA PODSTAWOWEGO	
Ekonometria i prognozowanie	<p>WYKŁAD</p> <p>1. Ekonomiczne zdarzenia, zmienne i procesy. Model ekonometryczny jako narzędzie analizy ekonometrycznej. Model ekonometryczny – zapis, klasyfikacje. Rodzaje modeli. Etapy budowy modeli. Przykłady modeli empirycznych. Interpretacja ocen parametrów modelu.</p> <p>2. Szacowanie parametrów modelu ekonometrycznego przy pomocy metod najmniejszych kwadratów (MNK). Weryfikacja przydatności modelu. Przykłady realizacji z wykorzystaniem programu GRETL.</p> <p>3. Założenia predykcji. Predykcja ekonometryczna – statyczna i dynamiczna. Błędy prognoz typu ex ante i ex post. Przykłady realizacji z wykorzystaniem programu GRETL.</p> <p>4. Ekonometryczne modele trendu i sezonowości. Estymacja modeli trendu i sezonowości.</p> <p>Prognozowanie na podstawie modeli trendu i sezonowości. Modele autoregresyjne AR(p). Przykłady realizacji z wykorzystaniem programu GRETL.</p> <p>5. Budowa modelu wielorównaniowego, identyfikacja, estymacja i weryfikacja. Predykcja na podstawie wielorównaniowego modelu o równaniach współzależnych. Przykłady realizacji z wykorzystaniem programu GRETL.</p> <p>6. Budowa modeli VAR, funkcja odpowiedzi impulsowej, predykcja. Przykłady realizacji z wykorzystaniem programu GRETL.</p> <p>ĆWICZENIA</p> <p>1. Wprowadzenie do oprogramowania GRETL.</p> <p>2. Szacowanie parametrów modelu ekonometrycznego przy pomocy metod najmniejszych kwadratów (MNK). Badanie istotności i stabilności parametrów modelu. Badanie istotności współczynnika determinacji. Badanie własności składnika losowego: normalność rozkładu, autokorelacja, heteroskedastyczność. Badanie poprawności postaci analitycznej modelu. Realizacja z wykorzystaniem programu GRETL.</p> <p>3. Predykcja ekonometryczna – statyczna i dynamiczna. Błędy prognoz typu ex ante i ex post. Ocena dopuszczalności prognoz. Horyzont</p>

	<p>prognozy. Ocena trafności prognoz: RSME, MAPE, współczynnika Theila. Realizacja z wykorzystaniem programu GRETL.</p> <p>4. Ekonometryczne modele trendu i sezonowości. Zmienne zero-jedynkowe. Estymacja modeli trendu i sezonowości. Prognozowanie na podstawie modeli trendu i sezonowości. Modele autoregresyjne AR(p). Realizacja z wykorzystaniem programu GRETL.</p> <p>5. Budowa modelu wielorównaniowego – postać strukturalna i zredukowana. Estymacja 2MNK i weryfikacja modelu. Prognozowanie przez symulacje na podstawie wielorównaniowego modelu. Realizacja z wykorzystaniem programu GRETL.</p> <p>6. Budowa modeli VAR(p). Wybór rzędu opóźnień. Pierwiastki równania charakterystycznego. Funkcja odpowiedzi impulsowej, predykcja. Realizacja z wykorzystaniem programu GRETL.</p> <p>ZAJĘCIA PROJEKTOWE</p> <p>1. Sformułowanie hipotezy modelowej. Specyfikacja czynników modelu.</p> <p>2. Estymacja parametrów modelu.</p> <p>3. Weryfikacja modelu – ocena praktycznej przydatności modelu.</p> <p>4. Predykcja na podstawie modelu. Ocena użyteczności oszacowanych prognoz i ich błędów.</p>
Finanse	<p>WYKŁAD</p> <p>1. Wprowadzenie do problematyki finansów. Istota i funkcje. Systematyka zjawisk finansowych.</p> <p>2. Pieniądz, jego funkcje i kreacja. Dwuszczeblowy system bankowy: bank centralny i banki komercyjne. Polityka monetarna banku centralnego.</p> <p>3. Sfery zarządzania finansami w sektorze publicznym. Problemy sprzeczności między funkcjami finansów publicznych.</p> <p>4. System budżetowy w Polsce. Budżet państwa, dochody, wydatki, deficyt budżetowy, dług publiczny krajowy i zagraniczny, polityka budżetowa.</p> <p>5. Finanse Unii Europejskiej. Specyfika dochodów i wydatków UE.</p> <p>ĆWICZENIA</p> <p>1. Bankowość inwestycyjna oraz hipoteczna. Operacje bankowości inwestycyjnej. Kredyt hipoteczny. Nadzór bankowy i gwarantowanie depozytów.</p> <p>2. Finanse publiczne i ich funkcje. Podatki, wydatki i całość budżetu państwa, Bank Centralny i fundusze celowe. Budżety władz samorządowych.</p> <p>3. Giełdy papierów wartościowych i inne podmioty rynku kapitałowego.</p> <p>4. Rynek kredytowy. Pojęcie, funkcje, instytucje oraz instrumenty. Pojęcie zdolności kredytowej i rachunek spłat kredytów.</p> <p>5. Ogólna charakterystyka finansów. Pojęcie finansów i gospodarki finansowej, warunki prawidłowej polityki finansowej, formy prawne realizacji finansów. Klasyfikacja zjawisk finansowych.</p>
Matematyka	<p>WYKŁAD</p> <p>1. Funkcja liniowa, kwadratowa, wielomiany, funkcje wymierne, graficzne rozwiązywanie równań i nierówności</p> <p>2. Potęgi. Funkcja wykładnicza i logarytmiczna</p> <p>3. Ciągi liczbowe, w tym ciąg arytmetyczny i geometryczny, procent prosty i składany</p> <p>4. Pochodne funkcji elementarnych, zasady rachunku pochodnych</p> <p>5. Badanie przebiegu zmienności funkcji</p>

	<p>6.Wyznacznik i rząd macierzy. 7.Klasyfikacja i rozwiązywanie układów równań liniowych. 8.Pochodne cząstkowe pierwszego i drugiego rzędu 9.Wyznaczanie ekstremów lokalnych funkcji wielu zmiennych 10.Metody wyznaczania funkcji pierwotnej. Obliczanie całek oznaczonych i ich zastosowanie</p> <p>ĆWICZENIA</p> <p>1.Rozwiązywanie równań i nierówności wielomianowych i wymiernych 2.Obliczanie wyrażeń wykładniczych i logarytmicznych 3.Ciągi liczbowe, w tym ciąg arytmetyczny i geometryczny, procent prosty i składany 4.Obliczanie pochodnych funkcji elementarnych, zastosowanie zasad rachunku pochodnych 5.Badanie przebiegu zmienności funkcji 6.Obliczanie wyznacznika i rzędu macierzy 7.Rozwiązywanie układów równań liniowych 8.Obliczanie pochodnych cząstkowych pierwszego i drugiego rzędu 9.Wyznaczanie ekstremów lokalnych funkcji wielu zmiennych 10.Wyznaczanie funkcji pierwotnej. Obliczanie całek oznaczonych i ich zastosowanie</p> <p>E-LEARNING</p> <p>1.Rozwiązywanie układów równań metodą Gaussa 2.Wyznaczanie pochodnej funkcji złożonej</p>
Nauka o organizacji	<p>1.Organizacja jako obiekt badań:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Geneza nauki o organizacji • Cel, przedmiot i metody nauki o organizacji • Rozwój nauki o organizacji • Pojęcie i istota organizacji • Otoczenie organizacji • Stosunki między organizacją a jej otoczeniem • Przystosowanie się organizacji do otoczenia <p>2.Uniwersalne cechy organizacji:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Atrybuty organizacji • Model organizacji H. J. Leavitta • Model F. Kasta i J. E. Rosenzweiga • Funkcje, procesy i operacje • Modele cyklu życia organizacji <p>3.Formalizacja instytucji:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Istota i cele formalizowania. • Stopień sformalizowania i jego wyznaczniki. • „Deformalizacja”: jej źródła, następstwa, przeciwdziałanie. <p>4.Typologie organizacji:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Podział ze względu na rodzaj działalności i ich wielkość • Podział ze względu na formę zintegrowania i geograficzny obszar działania • Prawno-organizacyjne i własnościowe formy zorganizowanego działania • Kryteria wyboru formy organizacyjno-prawnej <p>5.Tworzenie i przekształcanie organizacji:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Definicja struktury organizacyjnej • Projektowanie stanowiska pracy • Specjalizacja stanowisk pracy i jej alternatywy • Grupowanie stanowisk pracy

	<ul style="list-style-type: none"> • Ustalanie relacji podporządkowania • Podział uprawnień władczych • Działania koordynujące, rozróżnienia między stanowiskami pracy. <p>6. Materialne i niematerialne podstawy działalności organizacji:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tradycyjne i nowoczesne ujęcie zasobów • Klasyfikacja zasobów • Zasoby materialne • Zasoby ludzkie i niematerialne • Wiedza jako specyficzny zasób organizacji <p>7. Współdziałanie organizacyjne:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Współdziałanie jako istota zbiorowego działania zorganizowanego • Współdziałanie organizacji • Współdziałanie organizacji publicznych i społecznych • Rozwijanie kompetencji kooperatywnych
Podstawy ekonomii	<p>WYKŁAD</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Ogólna charakterystyka ekonomii 2. Podstawowe elementy rynku: popyt, podaż, cena; Równowaga rynkowa; Elastyczność popytu i podaży 3. Podstawy teorii wyboru konsumenta 4. Podstawy decyzji ekonomicznych producenta 5. Koszty produkcji 6. Konkurencja doskonała i pełny monopol - analiza komparatywna 7. Konkurencja monopolistyczna i oligopolistyczna 8. Kategorie Produktu Krajowego Brutto 9. Determinanty dochodu narodowego 10. Rola państwa w gospodarce 11. Budżet państwa. Polityka fiskalna 12. Pieniądz. Polityka monetarna 13. Cykl koniunkturalny 14. Bezrobocie i inflacja 15. Model IS-LM. Podsumowanie polityki ekonomicznej <p>ĆWICZENIA</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Podstawowe elementy rynku: popyt, podaż, cena; Równowaga rynkowa; Elastyczność popytu i podaży 2. Podstawy teorii wyboru konsumenta 3. Podstawy decyzji ekonomicznych producenta 4. Koszty produkcji 5. Konkurencja doskonała i pełny monopol - analiza komparatywna 6. Konkurencja monopolistyczna i oligopolistyczna 7. Kategorie Produktu Krajowego Brutto 8. Determinanty dochodu narodowego 9. Budżet państwa. Polityka fiskalna 10. Pieniądz. Polityka monetarna 11. Bezrobocie i inflacja
Podstawy prawa gospodarczego	<p>WYKŁAD</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Podstawy ustroju gospodarczego Rzeczypospolitej Polskiej. Podstawowe pojęcia prawa gospodarczego. 2. Firma. 3. Prokura. 4. Prawne ograniczenia prowadzenia działalności gospodarczej.

	<p>5. Działalność gospodarcza wykonywana przez osoby fizycznej. Rejestrowanie podmiotów w Centralnej Ewidencji i Informacji o Działalności Gospodarczej.</p> <p>6. Spółka cywilna.</p> <p>7. Spółki handlowe – uwagi ogólne. Spółki osobowe – uwagi ogólne. Spółka jawna.</p> <p>8. Spółka partnerska. Spółka komandytowa. Spółka komandytowo-akcyjna.</p> <p>9. Spółki kapitałowe – uwagi ogólne. Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością. Spółka akcyjna.</p> <p>10. Rejestrowanie podmiotów w Krajowym Rejestrze Sądowym.</p>
<p>Podstawy prawa z elementami prawa cywilnego</p>	<p>E-LEARNING</p> <p>1. Wstęp do prawoznawstwa (pojęcia prawa, systemów normatywnych, normy prawnej, przepisów prawnych, stosowania oraz tworzenia prawa).</p> <p>2. Dalsze pojęcia prawoznawstwa (stosunek prawny, wykładnia prawa, luki w prawie, akt prawny, publikowanie aktów prawnych, kodyfikacja, kolizje przepisów prawnych, system prawny).</p> <p>3. Wstęp do prawa rzeczowego, pojęcie rzeczy i kategorie pochodne.</p> <p>4. Prawa rzeczowe: prawo własności – nabycie, ochrona, współwłasność i inne prawa rzeczowe.</p> <p>5. Podstawowe informacje z zakresu prawa zobowiązań, zarys odpowiedzialności kontraktowej i deliktowej.</p> <p>6. Podmioty prawa cywilnego: osoby fizyczne, zdolność do czynności prawnych, zdolność prawna, dobra osobiste, osoby prawne i ułomne osoby prawne.</p> <p>7. Czynności prawne (rodzaje, forma, skuteczność, odwołalność, zawieranie umów).</p> <p>8. Wady oświadczenia woli.</p> <p>9. Przedstawicielstwo (pełnomocnictwo, prokura).</p> <p>10. Przedawnienie roszczeń.</p>
<p>Podstawy zarządzania</p>	<p>WYKŁAD</p> <p>1. Geneza i rozwój zarządzania naukowego Podwaliny naukowego podejścia do zarządzania. Ewolucja zainteresowań nauk o zarządzaniu (kierunek administracyjny, stosunków międzyludzkich, nurt systemowy i/a sytuacyjny). Współczesne główne problemy zarządzania instytucjami: zarządzanie relacjami z otoczeniem, zarządzanie kapitałem ludzkim, zarządzanie jakością, zarządzanie wiedzą, zarządzanie konkurencyjnością.</p> <p>2. Instytucja jako przedmiot zarządzania. Synergia i efekt organizacyjny jako warunki sprawnego osiągnięcia zamierzonych celów instytucji Pojęcie synergii, jej istota i determinanty. Synergia a sprawność instytucji. Postaci sprawności i ich identyfikatory. Warunki i sposoby podwyższania sprawności instytucji.</p> <p>3. Zarządzanie jako proces kreujący działania prowadzące do osiągnięcia celów instytucji Istota i struktura procesu zarządzania. Planowanie, organizowanie, motywowanie, koordynacja i kontrola – zadania, instrumenty i zasady realizacji.</p> <p>4. Zachowania jednostek w instytucjach Motywy i typy zachowań. Zasady i sposoby budowy motywującej organizacji pracy.</p>

	<p>5. Grupy nieformalne w instytucji Geneza powstawania i następstwa ich występowania w instytucjach. Struktura wewnętrzna grupy. Normy, standardy i kolektywne wzorce zachowań. Wykorzystanie grup nieformalnych w zarządzaniu instytucjami.</p> <p>6. Kierownicy w instytucjach Istota i legitymizacja funkcji kierowniczej. Autorytet rzeczywisty a autorytet formalny w budowaniu skutecznego systemu kierowania ludźmi. Przywództwo i jego sytuacyjne wymiary. Uniwersalne zakresy kwalifikacji, obowiązków i odpowiedzialności kierowniczej. Style i sposoby kierowania.</p> <p>7. Kontrola kierownicza w instytucji Istota, cele, rodzaje. Zasady skutecznej i użytecznej kontroli.</p> <p>8. Konflikty w instytucjach Parametry identyfikacji konfliktu organizacyjnego. Źródła i możliwe następstwa konfliktów: konflikty destruktywne i konstruktywne. Sposoby zarządzania konfliktami.</p> <p>9. Procesy decyzyjne we współczesnych instytucjach Istota decyzji i procesu decyzyjnego. Rola informacji w procesach decydowania. Otoczenie, jako główny emitent problemów decyzyjnych. Racjonalizacja decyzji: istota, warunki, zasady. Model racjonalnego procesu decyzyjnego, jego struktura i procedury stosowania w praktyce zarządzania instytucjami, zwłaszcza gospodarczymi</p> <p>10. Zarządzanie zmianą: podstawowe problemy zarządzania zmianą, typologia zmian, model wprowadzania zmian, opór wobec zmian, restrukturyzacja organizacji jako przejaw zmiany.</p> <p>11. Zarządzanie strategiczne i operacyjne Istota i potrzeba planowania działalności. Istota i rodzaje planów. Planowanie strategiczne, istota i struktura procesu: analiza strategiczna instytucji, formułowanie strategii, wdrażanie strategii. Istota zarządzania operacyjnego - główne obszary zainteresowania. Typy procesów produkcji i ich uwarunkowania. Elementy procesu produkcji i ich analiza.</p> <p>12. Struktury organizacyjne instytucji Istota, cele i funkcje struktury organizacyjnej. Uwarunkowania struktur organizacyjnych. Zasady kształtowania struktur organizacyjnych. Typologia struktur i kryteria analizy współczesnych struktur organizacyjnych instytucji.</p> <p>13. Kultura organizacyjna Istota kultury organizacyjnej i jej elementy składowe. Typologia kultur i charakterystyka oraz ocena wybranych rodzajów kultury organizacyjnej. Proces zmian kultury i możliwości jego kontrolowania.</p> <p>14. Zarządzanie kapitałem społecznym instytucji Istota i modele zarządzania ludźmi w instytucji. Struktura procesu kadrowego: rekrutacja, selekcja, wprowadzenie do pracy, szkolenie i rozwój pracowników, motywacja, ocena pracowników. Teorie motywacji. Systemy wynagrodzeń.</p> <p>15. Zarządzanie wiedzą w instytucji Znaczenie wiedzy we współczesnej gospodarce. Struktura procesu zarządzania wiedzą: identyfikacja wiedzy, pozyskiwanie wiedzy, tworzenie wiedzy w instytucji, wykorzystywanie wiedzy, zachowanie (ochrona) wiedzy. Kulturowe uwarunkowania zarządzania wiedzą.</p> <p>16. Zarządzanie marketingowe</p>
--	---

	<p>Istota współczesnego marketingu. Struktura działalności marketingowej: marketing-mix i działania w ramach każdego z tych instrumentów marketingu</p> <p>17.Społeczna odpowiedzialność instytucji Istota i przesłanki zrównoważonego rozwoju. Argumenty za i przeciw stosowaniu CSR, podejścia instytucji do kwestii odpowiedzialności społecznej, władze państwowe a odpowiedzialność społeczna, kierowanie odpowiedzialnością społeczną, czarny CSR</p> <p>18.Zarządzanie w kontekście globalizacji Struktura gospodarki globalnej, rodzaje przedsiębiorstw wg stopnia umiędzynarodowienia, metody zwiększania stopnia umiędzynarodowienia.</p>
Prawo pracy	<p>WYKŁAD</p> <p>1.Podstawowe pojęcia prawa pracy, źródła prawa pracy. 2.Cechy stosunku pracy. Rodzaje umów o pracę. 3.Obowiązki i uprawnienia stron stosunku pracy. 4.Zasady nawiązywania i rozwiązywania stosunku pracy, uprawnienia pracownika w razie niezgodnego z prawem rozwiązania umowy o pracę.</p> <p>ĆWICZENIA</p> <p>1.Przygotowanie dokumentacji pracowniczej 2.Odpowiedzialność porządkowa pracownika</p> <p>E-LEARNING</p> <p>1. Analiza przyczyn rozwiązania umów o pracę w oparciu o orzecznictwo Sądu Najwyższego</p>
Statystyka	<p>WYKŁAD</p> <p>1. Zbiorowość i jednostka. Rodzaje cech statystycznych. Rodzaje badań. Etapy badań statystycznych. 2.Kontrola materiału statystycznego. Porządkowanie i grupowanie materiału statystycznego. Szeregi, tablice, wykresy. Pojęcie rozkładu empirycznego. Typy rozkładów empirycznych. 3.Miary przeciętne (klasyczne, pozycyjne). Miary rozproszenia (klasyczne, pozycyjne; bezwzględne, względne). Miary asymetrii (mierniki i współczynniki asymetrii). Miary koncentracji. 4.Podstawowe parametry opisujące rozkład zmiennej losowej. Rozkład normalny. 5.Pojęcie próby (celowa, losowa). Schematy losowania. Pojęcie statystyki. Rozkład dokładny i graniczny statystyki. Podstawowe rozkłady statystyk z próby (normalny, t-Studenta, chi-kwadrat). 6.Rodzaje i techniki estymacji. Pojęcie estymatora. Właściwości estymatorów. Metody znajdowania estymatorów. 7.Badanie związku dwóch zjawisk mierzalnych powiązanych liniowo. Badanie związku dwóch zjawisk niemierzalnych. Model dwuwymiarowej regresji liniowej. Wnioskowanie statystyczne w analizie korelacji i regresji. 8.Pojęcie i rodzaje szeregów czasowych. Średnie stosowanie w analizie dynamiki zjawisk. Indywidualne mierniki dynamiki. Średnie tempo zmian. Indeksy agregatowe.</p> <p>ĆWICZENIA</p> <p>1.Zbiorowość i jednostka. Rodzaje cech statystycznych. Rodzaje badań. Etapy badań statystycznych.</p>

	<p>2.Kontrola materiału statystycznego. Porządkowanie i grupowanie materiału statystycznego. Szeregi, tablice, wykresy. Pojęcie rozkładu empirycznego. Typy rozkładów empirycznych.</p> <p>3.Miary przeciętne (klasyczne, pozycyjne). Miary rozproszenia (klasyczne, pozycyjne; bezwzględne, względne). Miary asymetrii (mierniki i współczynniki asymetrii). Miary koncentracji.</p> <p>4.Podstawowe parametry opisujące rozkład zmiennej losowej. Rozkład normalny.</p> <p>5.Pojęcie próby (celowa, losowa). Schematy losowania. Pojęcie statystyki. Rozkład dokładny i graniczny statystyki. Podstawowe rozkłady statystyk z próby (normalny, t-Studenta, chi-kwadrat).</p> <p>6.Rodzaje i techniki estymacji. Pojęcie estymatora. Właściwości estymatorów. Metody znajdowania estymatorów.</p> <p>7.Badanie związku dwóch zjawisk mierzalnych powiązanych liniowo. Badanie związku dwóch zjawisk niemierzalnych. Model dwuwymiarowej regresji liniowej. Wnioskowanie statystyczne w analizie korelacji i regresji.</p> <p>8.Pojęcie i rodzaje szeregów czasowych. Średnie stosowanie w analizie dynamiki zjawisk. Indywidualne mierniki dynamiki. Średnie tempo zmian. Indeksy agregatowe.</p> <p>ZAJĘCIA PROJEKTOWE</p> <p>9.Projekt – zadanie do samodzielnego lub zespołowego wykonania obejmujące realizację własnego empirycznego przykładu z treści programowych. Z wykorzystaniem MS Excel"</p>
MODUŁ KSZTAŁCENIA KIERUNKOWEGO	
Badania marketingowe	<p>WYKŁAD</p> <p>1.Wprowadzenie i wyjaśnienie pojęć: badania marketingowe, problem decyzyjny, problem badawczy oraz cel i zakres badań. Organizacja badania marketingowego - możliwe sposoby zorganizowania działalności badawczej w organizacji.</p> <p>2.Zastosowanie badań marketingowych w wybranych obszarach: badanie produktu, badanie cen, badanie systemu dystrybucji, badania z zakresu pozostałych instrumentów marketingu mix.</p> <p>3.Omówienie teorii i podanie przykładów analizy związków przyczynowo – skutkowych między badanymi zmiennymi rynkowymi i analiza dynamiki zjawisk rynkowych.</p> <p>4.Opracowanie planu badania marketingowego według etapów podawanych w literaturze.</p> <p>5.Budowa instrumentu pomiarowego i teoretyczne zasady tworzenia instrumentów do badań pierwotnych np.: kwestionariusza ankiety, kwestionariusza wywiadu, scenariusza badania fokusowego, arkusza obserwacji. Etyka badań i najczęstsze uchybienia.</p> <p>6.Zasady tworzenia raportu końcowego. Studia przypadków.</p> <p>ĆWICZENIA</p> <p>1.Cele badań marketingowych, wyjaśnienie różnic między problemem decyzyjnym i problem badawczym (przykłady). Zapoznanie z rynkiem badań (agencje badawcze).</p> <p>2.Przykłady zastosowania badań z zakresu każdego z instrumentów marketingu mix. Studia przypadków.</p> <p>3.Analiza źródeł wtórnych w kontekście wybranego przez studentów obszaru badawczego i opracowanie planu badania marketingowego.</p>

	<p>4. Tworzenie instrumentu do pomiaru danych pierwotnych w ramach projektów badawczych studentów np.: kwestionariusza ankiety, kwestionariusza wywiadu, scenariusza badania fokusowego, arkusza obserwacji. Studia przypadków.</p> <p>5. Stworzenie wstępu do wybranych przez studentów instrumentów badawczych oraz etyka badań i najczęstsze uchybienia.</p> <p>6. Analiza wybranych raportów z badań. Studia przypadków.</p> <p>ZAJĘCIA PROJEKTOWE</p> <p>1. Przygotowanie projektu badania marketingowego, wraz z analizą źródeł wtórnych, dla wybranego problemu decyzyjnego i badawczego dla konkretnego przedsiębiorstwa lub wybranej branży. Studenci w oparciu o swoją pracę dyplomową przedstawiają charakterystykę etapów procesu badania marketingowego (1. opis problemu decyzyjnego i badawczego, 2. analiza min. trzech źródeł wtórnych wraz z wnioskami nawiązującymi do problematyki badawczej, 3. ostateczne ustalenie celu badań - cel główny i szczegółowe, 4. wskazanie charakteru badań i opis wybranych metod i narzędzi - zalety i wady) oraz 5. narzędzie badawcze (ewentualnie tylko wstęp). W pracy należy wskazać min. trzy źródła z publikacji naukowych i stosować przypisy dolne zgodne z wytycznymi WSB. Szablon i szczegółowe wytyczne na platformie Moodle.</p>
<p>Finanse przedsiębiorstwa</p>	<p>WYKŁAD</p> <p>1. Istota finansów przedsiębiorstwa. Przedstawiona będzie ewolucja zarządzania finansami, istota zarządzania finansami, normatywna teoria zarządzania finansami, cele finansowe przedsiębiorstwa.</p> <p>2. Podstawy zmiany wartości pieniądza w czasie. Omówione zostaną: pojęcie oprocentowania i dyskontowania oraz zasady wyznaczania wartości przyszłej i obecnej kapitału.</p> <p>3. Zasady oceny kondycji finansowej przedsiębiorstwa. Omówione zostaną zasady obliczania i interpretacji głównych wskaźników płynności, rentowności i zadłużenia</p> <p>4. 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>ĆWICZENIA</p> <p>1. Zarządzanie krótkoterminowe finansami firmy. Na licznych przykładach badane będą zasady działania prognozy rentowności. Przeprowadzanie analizy wrażliwości.</p> <p>2. Kształtowanie struktury majątku w przedsiębiorstwie. Liczony będzie mechanizm działania dźwigni operacyjnej oraz jej wykorzystanie w planowaniu zysku operacyjnego.</p> <p>3. Kształtowanie struktury kapitału w przedsiębiorstwie. Omówione zostaną zasady finansowania działalności przedsiębiorstwa. Funkcjonowanie dźwigni finansowej, ocena jej dodatniego i ujemnego efektu i wpływu zadłużenia na rentowność firmy.</p>
<p>Gra menedżerska</p>	<p>ĆWICZENIA</p> <p>1. Symulacja gry. Omówienie szczegółów panelu decyzyjnego.</p> <p>2. Omówienie problemów napotkanych przez studentów w trakcie gry i pomoc w ich rozwiązaniu.</p>

		<p>3.Omówienie wyników uzyskanych przez studentów.</p> <p>E-LEARNING</p> <p>1.Wprowadzenie do gry menedżerskiej. Omówienie panelu decyzyjnego oraz karty wyników.</p> <p>2.Przedstawienie celów gry oraz zasad oceny podejmowanych decyzji przez silnik gry.</p> <p>3.Przedstawienie historii modelowanego przedsiębiorstwa oraz stanu w jakim jest obecnie.</p> <p>4.Gra – faktyczne podejmowanie decyzji przez studentów (praca w grupie).</p>
Informatyka zarządzaniu	w	<p>WYKŁAD</p> <p>1.Rola informacji w życiu człowieka. Szyfrowanie.</p> <p>2.Informacja jako kategoria ekonomiczna.</p> <p>3.System informacyjny i informatyczny zarządzania.</p> <p>4.Podstawy bezpieczeństwa systemów informatycznych.</p> <p>5.Audyty informatyczny.</p> <p>6.Funkcjonalność i architektura wybranego systemu informatycznego.</p>
Inicjowanie i prowadzenie własnej działalności gospodarczej	i	<p>WYKŁAD</p> <p>1.Formy prowadzenie działalności gospodarczej (AIP)</p> <p>2. Podstawy rozliczenia działalności gospodarczej (podatek dochodowy)</p> <p>3. Źródła finansowania działalności gospodarczej, pozyskanie finansowania na biznes</p> <p>4. Generowanie pomysłów na startup</p> <p>5. Budowa modelu biznesowego w formie Business Model Canvas</p> <p>6. Projekt - stworzenie koncepcji potencjalnego biznesu (wygenerowanie i opisanie pomysłu na biznes) – praca w grupach</p> <p>E-LEARNING</p> <p>1.Analiza otoczenia organizacji</p> <p>2. Biznes plan</p> <p>3. Formy prawne działalności gospodarczej</p> <p>4. Zakładanie firmy krok po kroku</p>
Intercultural Differences (Różnice międzykulturowe)		<p>ĆWICZENIA</p> <p>1.Inteligencja emocjonalna jako kompetencja menedżera: model i wykorzystanie w praktyce.</p> <p>Wiedza o studiach międzykulturowych dla lepszego zrozumienia wybranych kultur narodowych.</p> <p>Kompetencje społeczne kluczowe dla inteligencji międzykulturowej: aktywne słuchanie, akceptacja ambiwalencji, autoregulacja.</p> <p>2.Efektywna praca zespołów wielonarodowościowych, odmienność kulturowa w obszarach: organizowanie i cele spotkań, prowadzenie dyskusji – zasady konfrontowania i dawania informacji zwrotnej, podejmowanie decyzji.</p> <p>3.Partnerstwa i negocjacje międzynarodowe: przygotowanie do negocjacji, budowanie relacji i zaufania w różnych kulturach, umowy ustne i pisane, strategie negocjacyjne w różnych kulturach</p> <p>Kulturowy savoir-vivre.</p> <p>E-LEARNING</p> <p>1.Definicje kultury; model E. Scheina, wartości kulturowe, kultura jako dynamiczny system (badania w projekcie World Value Survey), kultura a globalizacja; wpływ religii i gospodarki na wartości kulturowe</p>

	<p>Rozwój studiów międzykulturowych i ich wykorzystanie w praktyce biznesu.</p> <p>2. Postawa etnocentryczna i etnorelatywistyczna, Zjawisko stereotypizacji; uprzedzenia (confirmation bias), tożsamość kulturowa Kultura biznesowa amerykańska.</p> <p>3. Wymiary kultury G. Hofstede a zachowania w organizacji: dystans władzy, kultury kolektywne i indywidualistyczne, kultury męskie i kobiece, unikanie niepewności Kultura biznesowa Niemiec.</p> <p>4. Komunikacja międzykulturowa – kultury niskiego i wysokiego kontekstu (E. Hall) Model komunikacji Richarda Lewisa: kultury reaktywne, multiaktywne, liniowo-aktywne Modele kognitywne w komunikacji – kultura pieśni (komunikacja linearna i kontekstowa) Koncepcja zachowania twarzy i konsekwencje w komunikacji Kultura biznesowa Chin.</p> <p>5. Komunikacja międzykulturowa – paralanguage (mowa ciała, kontakt wzrokowy, haptyka, proksemika, znaczenie ciszy, turntaking) Kultura biznesowa Indii.</p> <p>6. Kultury a preferowane style przywództwa: hierarchia i egalitaryzm Projekt „Globe” i style przywództwa w wybranych krajach Kultura biznesowa krajów arabskich.</p> <p>7. Podejście do czasu w różnych kulturach (polichroniczne/ liniowe) Etyka w biznesie i jej uwarunkowania kulturowe: lojalność, relacyjność, zaufanie Kultura biznesowa Włoch i Hiszpanii.</p> <p>8. Zjawisko szoku kulturowego: etapy, wsparcie w procesie adaptacji Przygotowanie do pracy na kontraktach zagranicznych; powrót z kontraktów (akulturacja, synkretyzm kulturowy) Kultura biznesowa Rosji.</p> <p>9. Marketing na rynkach zagranicznych: badania konsumenckie, strategie adaptowania produktów i komunikacji marketingowej Kultura biznesowa krajów skandynawskich.</p> <p>10. Różnorodność kulturowa w miejscu pracy: korzyści i wyzwania. Kultura biznesowa Japonii.</p>
Logistyka	<p>WYKŁAD</p> <p>1. Istota, przedmiot, cele i funkcje logistyki. Etymologia i proveniencja logistyki.</p> <p>2. System wsparcia logistycznego i jego komponenty.</p> <p>3. Funkcje logistyki, integracyjne funkcje logistyki.</p> <p>4. Proces logistyczny i jego komponenty. Funkcjonalny podział logistyki. Główne podprocesy procesu logistycznego.</p> <p>5. Kanały i centra logistyczne.</p> <p>6. Logistyczne aspekty kształtowania przewagi konkurencyjnej przedsiębiorstw i sieci przedsiębiorstw. Podstawowe narzędzia zarządzania procesami logistycznymi.</p> <p>7. Problemy decyzyjne w logistyce. Synergiczne efekty wsparcia logistycznego. Trade off i wielokryterialność decyzji logistycznych. Podstawy rachunku kosztów logistycznych.</p>

Marketing i public relations	<p>WYKŁAD</p> <p>1. Pojęcie marketingu – ewolucja definicji. Rola marketingu w przedsiębiorstwie/organizacji. Historia marketingu jako nauki. Miejsce marketingu w naukach o zarządzaniu. Trendy w marketingu w XXI wieku – cyfrowa rewolucja. Marketing 3.0, 4.0 i 5.0 [koncepty Philipa Kotlera] Marketing a strategia przedsiębiorstwa. Model AIDA (i pokrewne), lejek marketingowy.</p> <p>2. Instrumenty marketingu: 4P-4C; 5P-5C; 7P – 7C. Pojęcie marketingu zintegrowanego. Pojęcie rynku; segmentacja, pozycjonowanie. Public relations w organizacji/przedsiębiorstwie jako funkcja zarządzania: miejsce PR w działaniach marketingowych. Cele PR; rodzaje publiczności; historia PR.</p> <p>3. Konceptcja 4P - Produkt Rodzaje produktów; projektowanie produktów i usług – elementy/warstwy produktów (nazwa, opakowanie, produkt poszerzony, etykiety, etc.). Podejście Design Thinking Propozycja wartości. Innowacje produktowe. Cykl życia produktu. Marka jako element produktu; tożsamość i wizerunek marki, zarządzanie marką – budowanie kapitału marki; rozszerzanie marki; specyfika marek luksusowych.</p> <p>4. Konceptcja 4P- Cena Metody ustalania cen (kosztowe, konkurencyjne, popytowe); strategie cenowe (zbieranie śmietanki, penetracja, zmowy cenowe, wojny cenowe, etc.). Model subskrypcyjny Wrażliwość cenowa konsumentów oraz czynniki wpływające na wrażliwość Konceptcja 4P- Dystrybucja Uwarunkowania wyboru kanałów marketingowych; przepływy w kanałach marketingowych, strategie integracji kanałów, współpraca producent – pośrednik, zarządzanie konfliktem w kanałach dystrybucji. Optymalizacje cenowe i efektywnościowe / czasowe w kanałach marketingowych (np. just-in-time, omnichannel). Nowe trendy w dystrybucji (cyfryzacja, druk 3D, drony, etc.) Sprzedaż detaliczna – punkty sprzedaży i merchandasing</p> <p>5. Konceptcja 4P – Promocja Zintegrowany mix promocyjny: reklama, PR, sprzedaż, marketing bezpośredni Techniki i narzędzia perswazji. Strategia kreatywna i medialna kampanii promocyjnej (media plany, 6M). Internet i media społecznościowe w komunikacji marketingowej – cyfrowa rewolucja Public Relations w komunikacji marketingowej (marketing treści, marketing szeptany, event marketing, ambient media, influencerzy, affiliate marketing, etc.)</p> <p>6. Public Relations w przedsiębiorstwie – cele, publiczności, organizacja, współpraca z agencjami Narzędzia PR (kanały komunikacji i narzędzia, m. in. sponsoring) Media Relations Wizerunek przedsiębiorstwa – zarządzanie kryzysowe w sytuacji zagrożenia reputacji Pomiar efektywności działań PR (mierniki, narzędzia pomiaru)</p> <p>7. Public Relations w przedsiębiorstwie</p>
------------------------------	---

	<p>Marketing wewnętrzny (cele, narzędzie) Employerbranding – marka pracodawcy (cele, narzędzia) PR korporacyjny – relacje z inwestorami 8. Market Intelligence: analiza warunków działania przedsiębiorstwa – źródła danych i metody badań Wykorzystanie SWOT i PESTLE Big data a standardowe źródła danych: wykorzystanie big data w marketingu (customerexperience, projektowania produktów) Badania konsumenckie, badania konkurencji, badania marki, badania trendów rynkowych, prognozowanie popytu i sprzedaży 9. Tworzenie strategii marketingowych Tworzenie strategii public relations Organizacja służb marketingowych i public relations w przedsiębiorstwie: możliwe rozwiązania organizacyjne, menedżer marketingu a menedżer public relations – kompetencje, obowiązki. 10. Zachowania konsumenckie: decyzje zakupowe – uwarunkowania społeczne, kulturowe, ekonomiczne, zawodowe i demograficzne zachowań Segmentacja rynku (behawioralna; pokoleniowa, etc.). Zarządzanie doświadczeniami klientów (CX management). Konsument i prosument. Klasyfikacja klientów - wartość życiowa klienta ĆWICZENIA 1. Projektowanie produktu: analiza poziomów produktu Analiza cyklu życia produktu dla wybranego przedsiębiorstwa na potrzeby strategii marketingowej 2. Opracowanie i analiza strategii cenowych dla wybranej grupy produktów. 3. Analiza strategii dystrybucji wybranych przedsiębiorstw z rynku polskiego 4. Analiza i ocena środków i technik perswazji w wybranych komunikatach promocji marketingowej 5. Budowa wizerunku przykładowych przedsiębiorstw 6. Przygotowanie komunikatu medialnego (metoda odwróconej piramidy) Przygotowanie planu komunikacji zewnętrznej (PR) dla przedsiębiorstwa 7. Przygotowanie planu komunikacji wewnętrznej (PR) dla przedsiębiorstwa 8. Opracowanie strategii komunikacji kryzysowej w przykładowej sytuacji PROJEKT 1. Praca w grupach 2-3 osobowych. Zaprojektowanie produktu (usługi), która może być zaoferowana na rynku.- przygotowanie prezentacji, która ma na celu przekonanie inwestora do tego produktu (opis produktu (usługi), grupa docelowa, potencjał rozwoju produktu (usługi), potrzeby nabywców, przewagi konkurencyjne) Zaprojektowanie koncepcję strategii promocji klubu studenckiego za pomocą PR</p>
<p>Metody organizacji i zarządzania</p>	<p>WYKŁAD 1. Organizacja – podstawowe pojęcia i cechy charakterystyczne. 2. Problem: istota, rodzaje problemów w organizacji, proces rozwiązywania problemu. 3. Metoda a technika – istota i charakterystyka, podstawowe podziały metod zarządzania.</p>

	<p>4. Metody planowania: metody scenariuszowe, metody symulacyjne, wykres Gantta, planowanie sieciowe, metody analizy portfelowej.</p> <p>5. Metody i techniki organizowania pracy: cykl organizacyjny jako podstawa organizowania działań; ogólne podejścia organizatorskie: metoda prognostyczna oraz metoda diagnostyczna; techniki zbierania i rejestracji informacji: techniki obserwacji bezpośredniej, techniki socjologiczne (wywiad, ankieta).</p> <p>6. Metody motywowania: Zarządzanie przez cele, Zarządzanie przez delegowanie uprawnień, Zarządzanie przez wyjątki, Zarządzanie przez wyniki, Zarządzanie przez zadania, Zarządzanie przez innowacje, Zarządzanie przez partycypację, Zarządzanie przez komunikowanie się, Zarządzanie przez konflikt.</p> <p>7. Techniki pobudzające twórcze myślenie – techniki heurystyczne: techniki oparte na skojarzeniach swobodnych: burza mózgów, synektyka; techniki oparte na skojarzeniach wymuszonych.</p> <p>8. Techniki kontroli menedżerskiej: Zarządzanie przez obchód, Zarządzanie przez inwigilację, Zarządzanie przez kontrolę strategiczną, Zarządzanie przez controlling.</p> <p>ĆWICZENIA</p> <p>1. Cykl organizacyjny – fazy, etapy, casestudy.</p> <p>2. Cele organizacyjne: etapy formułowania celów; drzewo celów.</p> <p>3. Problem w organizacji – wieloaspektowość, analiza, etapy przygotowania do procesu poszukiwania rozwiązania problemu; Karta rozwiązania problemu – casestudy.</p> <p>4. Planowanie sieciowe - CPM (Critical Path Method), wykres Gantta - casestudy.</p> <p>5. Techniki heurystyczne w praktyce: burza mózgów, synektyka – casestudy.</p> <p>6. Reguła V. Pareto w zarządzaniu – przykłady; Reguła V. Pareto w zarządzaniu czasem – ćwiczenie „czy umiesz gospodarować czasem”.</p> <p>7. Zarządzanie przez konflikt – techniki zarządzania konfliktem w różnych fazach konfliktu – casestudy.</p> <p>8. Usprawnianie organizacji – metoda prognostyczna- casestudy z prezentacją osiągniętych efektów.</p>
Praktyka zawodowa	<p>OGÓLNA</p> <p>1. Student zapoznał się z zakresem działalności i strukturą organizacyjną instytucji/przedsiębiorstwa. Student zapoznał się z zasadami korespondencji biurowej i obiegu dokumentacji obowiązującego w instytucji/przedsiębiorstwie. Student zapoznał się z obowiązującymi standardami obsługi klientów/interesantów.</p> <p>2. 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 stosowanymi w instytucji/przedsiębiorstwie.</p> <p>3. Student stosował się do regulaminu pracy. Student stosował się do przepisów BHP. Student stosował się do zasad i procedur ochrony danych osobowych i informacji.</p>

	<p>4. Student obsługiwał wybrane narzędzia i/lub urządzenia. Student korzystał z wybranych funkcji programu informatycznego. Student zorganizował własne stanowisko pracy.</p> <p>5. Student obserwował proces obsługi klientów/interesantów. Student uczestniczył w pracy instytucji/przedsiębiorstwa/działu. Student przygotował analizę dotyczącą wybranego aspektu pracy instytucji/przedsiębiorstwa/działu.</p> <p>6. Student stosował zasady komunikacji wewnętrznej/zewnętrznej. Student korzystał z różnych kanałów komunikacji. Student pracował z klientem zewnętrznym/interesantem.</p> <p>7. Student ponosił odpowiedzialność za powierzone mu zadania. Student kierował się zasadami etyki i wartościami obowiązującymi w przedsiębiorstwie/instytucji. Student był otwarty na różnorodność stanowisk i poglądów związanych z wykonywanymi zadaniami.</p> <p>8. Student korzystał ze wsparcia merytorycznego opiekuna praktyk. Student korzystał ze wsparcia merytorycznego innych pracowników. Student korzystał z dokumentacji sporządzonej przez innych pracowników.</p> <p>9. 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. Student wykonał dowolny test kompetencji.</p> <p>KIERUNKOWA</p> <p>1. 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.</p> <p>2. Student charakteryzował możliwości systemu informatycznego stosowanego w danej instytucji / przedsiębiorstwie. Student wymienił i charakteryzował systemy informatyczne wspierające finanse i księgowość. Student wymienił i charakteryzował funkcje systemów systemu informatycznego wspierającego kadry, płace i HR. Student wymienił i charakteryzował funkcje systemu wspierającego handel i magazynowanie. Student wymienił i charakteryzował funkcje Centralnej Ewidencji i Informacji o Działalności Gospodarczej oraz Krajowego Rejestru Sądowego.</p> <p>3. Student korzystał z systemu informatycznego stosowanego w danej organizacji. Student korzystał z systemu informatycznego wspierającego finanse i księgowość. Student korzystał z systemu informatycznego wspierającego kadry, płace i HR.</p>
--	---

	<p>Student korzystał z systemu informatycznego wspierającego handel i magazynowanie.</p> <p>Student korzystał z Centralnej Ewidencji i Informacji o Działalności Gospodarczej oraz Krajowego Rejestru Sądowego.</p> <p>4. Student zorganizował pracę na wybranym stanowisku: w tym wykonywał przypisane zadania, stosował normy pracy, zorganizował obsługę stanowiska i dokumentację stanowiskową.</p> <p>Student stworzył harmonogram pracy oraz zgodnie z nim realizował poszczególne zadania.</p> <p>Student projektował swój dalszy rozwój zawodowy.</p> <p>5. Student napisał i wysłał maila służbowego zgodnie z zasadami korespondencji biurowej.</p> <p>Student stworzył notatkę służbową.</p> <p>Student stworzył protokół ze spotkania.</p> <p>Student archiwizował dokumenty zgodnie z zasadami RODO.</p> <p>Student przygotowywał pismo w ramach współpracy z klientami instytucji / przedsiębiorstwa/ z odbiorcami i dostawcami produktów i usług logistycznych.</p> <p>6. Student brał udział w spotkaniu firmowym/instytucji.</p> <p>Student brał udział w spotkaniach działu.</p> <p>Student brał udział w dyskusji branżowej.</p> <p>Student uczestniczył w negocjacjach z kontrahentami/interesantami.</p> <p>Student komunikował się za pomocą nowoczesnych technologii.</p> <p>7. Student uczestniczył w procesach zarządzania projektami.</p> <p>Student wspierał organizację w procesie zarządzania zasobami ludzkimi.</p> <p>Student wspierał organizację w procesie zarządzania jakością.</p> <p>Student uczestniczył w procesie marketingu (promocji).</p> <p>Student stosował systemy informatyczne wspierające proces podejmowania decyzji.</p> <p>8. Student indywidualnie wykonywał polecenia służbowe.</p> <p>Student pełnił różne role podczas pracy zespołowej.</p> <p>Student wykonywał prace pomocowe na rzecz instytucji/przedsiębiorstwa/działu.</p> <p>9. Student przestrzegał zasad odpowiedzialności prawnej danej instytucji/przedsiębiorstwa.</p> <p>Student przestrzegał zasad odpowiedzialności prawnej/służbowej za wykonane zadania.</p> <p>Student wykonywał działania uwzględniające potrzeby środowiska społecznego lub/i interesu publicznego wynikających z polityki instytucji/przedsiębiorstwa.</p> <p>10. Student w trakcie praktyki dbał o przyjazną atmosferę w miejscu pracy.</p> <p>Student brał udział w działaniach promocyjnych instytucji/przedsiębiorstwa.</p> <p>Student dostosował się do reguł/obyczajów obowiązujących w miejscu odbywania praktyki.</p> <p>11. Student zdawał relację z przebiegu realizowanych przez siebie zadań.</p> <p>Student dokonywał samooceny poziomu wykonywania przez siebie zadań i raportował to pracodawcy.</p> <p>Student wykonał dowolny test kompetencji.</p> <p>12. Student prosił o wyjaśnienie i pomoc w zakresie zadań dla niego trudnych.</p>
--	---

	<p>Student potrafił zastosować udzielone mu porady i wskazówki w praktyce.</p> <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>
Rachunkowość	<p>WYKŁAD</p> <p>2. Bilans przedsiębiorstwa.</p> <p>3. Operacje gospodarcze i ich wpływ na funkcjonowanie bilansu.</p> <p>5. Dokumenty księgowe i księgi rachunkowe.</p> <p>6. Warianty ustalania wyniku finansowego.</p> <p>ĆWICZENIA</p> <p>1. Sporządzanie bilansu – klasyfikacja aktywów, klasyfikacja pasywów.</p> <p>2. Operacje gospodarcze – pojęcie, rodzaje.</p> <p>3. Konto księgowe – księgowanie operacji bilansowych. Sporządzanie bilansu próbnego – zestawienia obrotów i sald.</p> <p>4. Dzielenie i łączenie kont. Funkcjonowanie kont aktywno – pasywnych na przykładzie konta rozrachunki z odbiorcami i dostawcami.</p> <p>5. Konto księgowe – księgowanie operacji wynikowych.</p> <p>6. Konto księgowe – ewidencja analityczna oraz poprawianie błędów księgowych.</p> <p>E-LEARNING</p> <p>1. Zadanie do samodzielnego rozwiązania - od bilansu do bilansu - na Platformie Moodle.</p>
Zachowania organizacyjne	<p>WYKŁAD</p> <p>1. Geneza i interdyscyplinarność nauki o zachowaniach organizacyjnych. Koncepcja zachowań organizacyjnych w teorii zarządzania (istota, prekursorzy, cel, zakres).</p> <p>2. Kultura organizacyjna- jako podstawa określająca zachowania organizacyjne</p> <p>3. Podstawy i uwarunkowania zachowań jednostki w organizacji. Postrzeganie i uczenie się, osobowość i emocje.</p> <p>4. Motywacja do działania, potrzeby organizacji a potrzeby pracownika. Zarządzanie talentami</p> <p>5. Zachowania w grupie. Uwarunkowania pracy zespołowej. Grupy formalne i nieformalne, dynamika grup. Zespoły robocze.</p> <p>6. Kierowanie grupą zadaniową. Rywalizacja i współpraca. Rozwiązywanie konfliktów. Wielokulturowość organizacyjna – zalety i wady.</p> <p>7. Władza w organizacji. Przywództwo i zachowania przywódcze.</p> <p>8. Organizacja a wyzwania otoczenia. Wprowadzanie zmian w organizacji. Opór wobec zmian i jego niwelowanie.</p> <p>9. Skuteczna komunikacja w organizacji i jej uwarunkowania.</p>
Zarządzanie jakością	<p>WYKŁAD</p> <p>1. Definicje jakości. Istota i pojęcie jakości; definicje deskryptywne i wartościujące.</p> <p>2. Ewolucja w podejściu do problematyki jakości. Geneza zarządzania jakością – od inspekcji, przez kontrolę jakości i zapewnianie jakości, do zarządzania jakością; wybrani twórcy koncepcji: W.A. Sheward, P.B. Crosby, W.E. Deming, A.V. Feigenbaum, J.M. Juran, K. Ishikawa, G. Taguchi.</p>

	<p>3. Prekursorzy i założenia koncepcji TQM (Total Quality Management). Treści e – learningowe wybrane spośród następujących zagadnień szczegółowych: 14 punktów W.E. Deminga, trylogia M.J. Jurana, 14 kroków jakości P.B. Crosby’ego, zasady i modele TQM.</p> <p>4. Problematyka normalizacji i certyfikacji. Międzynarodowa Organizacja Normalizacyjna (ISO) – geneza i cele działalności; standardy jakości i inne standardy zarządzania; potrzeba integracji systemu zarządzania.</p> <p>5. Standard zarządzania jakością ISO serii 9000. Struktura norm serii ISO 9000; normy podstawowe ISO 9000, 9001, 9004 oraz 190011, zasady zarządzania jakością; proces i podejście procesowe, udokumentowana informacja; ocena i certyfikacja systemu zarządzania jakością.</p> <p>6. Wybrane międzynarodowe normy i standardy zarządzania uwzględniające potrzeby różnych interesariuszy oraz standardy sektorowe. Treści e – learningowe wybrane spośród następujących zagadnień szczegółowych: ISO serii 14000, ISO 45001, SA8000, ISO 26000, ISO/IEC 27001, ISO 31000 oraz IATF 16949, HACCP; GAM, GHP, GLP, BRC, IFS, ISO 22000, ISO 13485.</p> <p>7. System Six Sigma. Geneza Six Sigma; definicja Six Sigma; pomiar w Six Sigma; zasady Six Sigma; procesy i metodyki Six Sigma, struktura zarządzania programem Six Sigma.</p> <p>8. Metody i narzędzia doskonalenia jakości oraz pomiar w systemach zarządzania jakością (SZJ). Treści e – learningowe wybrane spośród następujących zagadnień szczegółowych: Metody podstawowe: arkusz kontrolny; histogram, karta kontrolna, schemat blokowy; diagram przyczynowo-skutkowy Ishikawy, diagram Pareto oraz opcjonalnie wybrane metody zaawansowane np. FMEA i QFD. Pomiar w SZJ: zadowolenia klientów zewnętrznych, zadowolenia klientów wewnętrznych, jakości wewnętrznych procesów biznesowych; wewnętrzne audyty systemu jakości.</p> <p>ĆWICZENIA</p> <p>1. Wprowadzenie do zarządzania jakością. Znaczenie jakości, definiowanie jakości. Studium przypadku np. „Jakość w praktyce: budowanie zaufania poprzez jakość w Gerber”.</p> <p>2. Podstawy zarządzania jakością. 14 punktów Deminga. Studium przypadku np. „Nashville customguitars”, „Managing Fear”. Przyczyny zmienności jakości. Studium przypadku np. „The Quarterly Sales Report”, „The Disciplinary Citation”.</p> <p>3. Orientacja na klienta. Klient wewnętrzny, klient zewnętrzny, satysfakcja klienta, kluczowe wymiary jakości produktu, kluczowe wymiary jakości usługi. Studium przypadku np. „Cincinnati Veterans Administration Medical Center” i/lub „QFD dla wybranego produktu” i/lub ćwiczenie interaktywne.</p> <p>4. Orientacja na procesy. Schemat blokowy, mapowanie procesu, podejście procesowe. Studium przypadku np. „Building Japanese Quality in North America” i/lub ćwiczenia interaktywne np. analiza FMEA.</p> <p>5. Orientacja na pracowników. Zaangażowanie pracowników, warunki współpracy i budowania relacji, kultura jakości, wysokowydajna kultura pracy oraz projektowanie wysokowydajnych systemów pracy, warunki współpracy i budowania relacji. Studium przypadku np. „Nordam Europe, Ltd.” i/lub projekt/prezentacja.</p> <p>E-LEARNING</p>
--	---

	<p>1. Definicje jakości. Istota i pojęcie jakości; definicje deskryptywne i wartościujące.</p> <p>2. Ewolucja w podejściu do problematyki jakości. Geneza zarządzania jakością – od inspekcji, przez kontrolę jakości i zapewnianie jakości, do zarządzania jakością; wybrani twórcy koncepcji: W.A. Sheward, P.B. Crosby, W.E. Deming, A.V. Feigenbaum, J.M. Juran, K. Ishikawa, G. Taguchi.</p> <p>3. Prekursorzy i założenia koncepcji TQM (Total Quality Management). Treści e – learningowe wybrane spośród następujących zagadnień szczegółowych: 14 punktów W.E. Deminga, trylogia M.J. Jurana, 14 kroków jakości P.B. Crosby’ego, zasady i modele TQM.</p> <p>4. Problematyka normalizacji i certyfikacji. Międzynarodowa Organizacja Normalizacyjna (ISO) – geneza i cele działalności; standardy jakości i inne standardy zarządzania; potrzeba integracji systemu zarządzania.</p> <p>5. Standard zarządzania jakością ISO serii 9000. Struktura norm serii ISO 9000; normy podstawowe ISO 9000, 9001, 9004 oraz 190011, zasady zarządzania jakością; proces i podejście procesowe, udokumentowana informacja; ocena i certyfikacja systemu zarządzania jakością.</p> <p>6. Wybrane międzynarodowe normy i standardy zarządzania uwzględniające potrzeby różnych interesariuszy oraz standardy sektorowe. Treści e – learningowe wybrane spośród następujących zagadnień szczegółowych: ISO serii 14000, ISO 45001, SA8000, ISO 26000, ISO/IEC 27001, ISO 31000 oraz IATF 16949, HACCP; GAM, GHP, GLP, BRC, IFS, ISO 22000, ISO 13485.</p> <p>7. System Six Sigma. Geneza Six Sigma; definicja Six Sigma; pomiar w SixSigma; zasady Six Sigma; procesy i metodyki Six Sigma, struktura zarządzania programem Six Sigma.</p> <p>8. Metody i narzędzia doskonalenia jakości oraz pomiar w systemach zarządzania jakością (SZJ). Treści e – learningowe wybrane spośród następujących zagadnień szczegółowych: Metody podstawowe: arkusz kontrolny; histogram, karta kontrolna, schemat blokowy; diagram przyczynowo-skutkowy Ishikawy, diagram Pareto oraz opcjonalnie wybrane metody zaawansowane np. FMEA i QFD. Pomiar w SZJ: zadowolenia klientów zewnętrznych, zadowolenia klientów wewnętrznych, jakości wewnętrznych procesów biznesowych; wewnętrzne audyty systemu jakości.</p>
Zarządzanie projektami (SN)	<p>ĆWICZENIA</p> <p>1. Analiza potrzeb i problemów oraz ich przyczyn (diagram Ishigawy, metoda 5 pytań).</p> <p>2. Definiowanie celów projektu i ich pomiar (wskaźniki i kryteria sukcesu).</p> <p>3. Określenie zakresu projektu.</p> <p>4. Struktura podziału pracy (WBS).</p> <p>5. Ryzyko w projekcie (strategie podejścia wobec ryzyka, planowanie działań).</p> <p>6. Aspekt czasu w projekcie (zasady tworzenia harmonogramu Gantta, GanttProject, diagramy sieciowe, analiza ścieżki krytycznej).</p> <p>7. Budżet projektu (zasady przygotowania)</p> <p>8. Projekt - Stworzenie szczegółowego planu projektu (w tym: analiza przyczynowo-skutkowa problemu, na który projekt ma stanowić odpowiedź, zestaw celów spełniających kryteria SMART (główne, operacyjne) oraz dalekosiężnych efektów, kryteria sukcesu dla dwóch wybranych interesariuszy i mierniki celów (rezultaty), struktura podziału</p>

	<p>pracy (WBS), zestaw mierników realizacji zadań, identyfikacja po jednym potencjalnym zagrożeniu (ryzyku) dla każdego zadania w WBS, zestaw działań przeciwdziałających/zmniejszających negatywne skutki ziszczenia się ryzyka, diagram sieciowy i ścieżka krytyczna, harmonogram Gantta, budżet projektu).</p> <p>E-LEARNING</p> <p>1.Wprowadzenie do zarządzania projektami:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Pojęcie projektu -Przykłady projektów. -Istota zarządzania projektami. -Rozwój zarządzania projektami. -Cykl życia projektu. -Etapy realizacji projektu. <p>2.Planowanie jako podstawa zarządzania projektami:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Definicja planowania i planu. -Planowanie struktury zadań projektu. -Planowanie przebiegu projektu. -Planowanie zasobów projektu. -Wykres Gantta. -Podejście do planowania od strony produktów i od strony zadań. -Przykłady planów projektów. <p>3.Projektowe struktury organizacyjne:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Istota organizowania i struktury organizacyjnej. -Tradycyjne struktury organizacyjne. <p>4.Projektowe struktury organizacyjne:</p> <ol style="list-style-type: none"> a. „Wpływowa” struktura projektowa. b. Czysta organizacja projektowa (produktowa) lub autonomiczna organizacja projektowa. c. Macierzowa forma organizacji. d. Zleceńowa struktura projektowa. e. Zarządzanie projektem w komórce funkcjonalnej (w strukturze liniowej). f. Struktury wykorzystywane przy współpracy przedsiębiorstw w ramach projektu. g. Ewolucja struktur – od funkcji, przez projekty do procesów. <p>4.Zarządzanie projektem europejskim:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Znaczenie Unii Europejskiej. -Programy operacyjne, priorytety, działania i poddziałania. -Przygotowanie przedsięwzięć inwestycyjnych na podstawie konstrukcji studium wykonalności. -Generatory wniosków aplikacyjnych. -Przykłady projektów unijnych. <p>5.Dojrzałość projektowa organizacji:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Rozwój zagadnienia dojrzałości organizacji. -Dojrzałość projektowa organizacji. -Modele dojrzałości projektowej (The Kerzner Project Management Maturity Model, (PM)2 Model). -Zastosowanie oceny dojrzałości projektowej w zarządzaniu. - Wyniki badań dojrzałości projektowej w Polsce i na świecie." <p>6.Techniki i metody zarządzania projektami:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Definicja metodyki, metody i techniki w kontekście zarządzania projektami
--	---

	<ul style="list-style-type: none"> - Przegląd technik i metod zarządzania projektami -Technika PERT -Ścieżka krytyczna. 7.Metodyki zarządzania projektami: - SCRUM. - AGILE. - Manifest AGILE. - Waterfall vs. AGILE. - Wybór metodyk. - Extreme programming - LEAN Startup."
Zarządzanie projektami (SS)	<p>WYKŁAD</p> <p>1.Wprowadzenie do zarządzania projektami:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Pojęcie projektu -Przykłady projektów. -Istota zarządzania projektami. -Rozwój zarządzania projektami. -Cykl życia projektu. -Etapy realizacji projektu. <p>2.Planowanie jako podstawa zarządzania projektami:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Definicja planowania i planu. -Planowanie struktury zadań projektu. -Planowanie przebiegu projektu. - Planowanie zasobów projektu. - Wykres Gantta. - Podejście do planowania od strony produktów i od strony zadań. - Przykłady planów projektów. <p>3.Projektowe struktury organizacyjne:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Istota organizowania i struktury organizacyjnej. -Tradycyjne struktury organizacyjne. -Projektowe struktury organizacyjne: a. „Wpływowa” struktura projektowa. b. Czysta organizacja projektowa (produktowa) lub autonomiczna organizacja projektowa. c. Macierzowa forma organizacji. d. Zleceńowa struktura projektowa. e. Zarządzanie projektem w komórce funkcjonalnej (w strukturze liniowej). f. Struktury wykorzystywane przy współpracy przedsiębiorstw w ramach projektu. -Ewolucja struktur – od funkcji, przez projekty do procesów. <p>4.Zarządzanie projektem europejskim:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Znaczenie Unii Europejskiej. - Programy operacyjne, priorytety, działania i poddziałania. -Przygotowanie przedsięwzięć inwestycyjnych na podstawie konstrukcji studium wykonalności. - Generatory wniosków aplikacyjnych. - Przykłady projektów unijnych. <p>5.Dojrzałość projektowa organizacji:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Rozwój zagadnienia dojrzałości organizacji. -Dojrzałość projektowa organizacji.

	<p>-Modele dojrzałości projektowej (The Kerzner Project Management Maturity Model, (PM)2 Model).</p> <p>-Zastosowanie oceny dojrzałości projektowej w zarządzaniu.</p> <p>- Wyniki badań dojrzałości projektowej w Polsce i na świecie."</p> <p>6.Techniki i metody zarządzania projektami:</p> <p>-Definicja metodyki, metody i techniki w kontekście zarządzania projektami</p> <p>- Przegląd technik i metod zarządzania projektami</p> <p>-Technika PERT</p> <p>- Ścieżka krytyczna</p> <p>ĆWICZENIA</p> <p>1.Analiza potrzeb i problemów oraz ich przyczyn (diagram Ishigawy, metoda 5 pytań).</p> <p>2.Definiowanie celów projektu i ich pomiar (wskaźniki i kryteria sukcesu).</p> <p>3.Określenie zakresu projektu.</p> <p>4.Struktura podziału pracy (WBS).</p> <p>5.Ryzyko w projekcie (strategie podejścia wobec ryzyka, planowanie działań).</p> <p>6.Aspekt czasu w projekcie (zasady tworzenia harmonogramu Gantta, GanttProject, diagramy sieciowe, analiza ścieżki krytycznej).</p> <p>7.Budżet projektu (zasady przygotowania).</p> <p>ZAJĘCIA PROJEKTOWE</p> <p>1.Stworzenie szczegółowego planu projektu (w tym: analiza przyczynowo-skutkowa problemu, na który projekt ma stanowić odpowiedź, zestaw celów spełniających kryteria SMART (główne, operacyjne) oraz dalekosiężnych efektów, kryteria sukcesu dla dwóch wybranych interesariuszy i mierniki celów (rezultaty), struktura podziału pracy (WBS), zestaw mierników realizacji zadań, identyfikacja po jednym potencjalnym zagrożeniu (ryzyku) dla każdego zadania w WBS, zestaw działań przeciwdziałających/zmniejszających negatywne skutki ziszczenia się ryzyka, diagram sieciowy i ścieżka krytyczna, harmonogram Gantta, budżet projektu).</p>
Zarządzanie zasobami ludzkimi	<p>WYKŁAD</p> <p>1.Podstawowe pojęcia z zakresu zarządzania zasobami ludzkimi (zsl), Cel główny, cele szczegółowe zsl, Obszary zarządzania zasobami ludzkimi. Cechy zarządzania zasobami ludzkimi. Rozwój koncepcji ZSL. Model klasyczny. Model stosunków międzyludzkich. Model zasobów ludzkich. Strategiczne zarządzanie kadrami.</p> <p>2.Determinanty (uwarunkowania) zarządzania zasobami ludzkimi. Otoczenie wewnętrzne i zewnętrzne i jego wpływ na realizację funkcji personalnej (w tym: strategia, struktura i kultura organizacyjna, podmioty i sytuacja na rynku pracy, makrootoczenie).</p> <p>3.Proces kadrowy w organizacji. Etapy realizacji funkcji personalnej. Dział ZSL – rola, zadania i zakres odpowiedzialności. Planowanie zasobów ludzkich w przedsiębiorstwie. Cele i obszary planowania zatrudnienia. Określenie potrzeb personalnych. Prognozowanie zmian w stanie zatrudnienia. Modele polityki personalnej (model sita, model kapitału ludzkiego i model mieszany) – charakterystyka, uwarunkowania i konsekwencje wyboru.</p> <p>4.Kształtowanie zatrudnienia w przedsiębiorstwie. Istota doboru kadr. Opis stanowiska pracy. Metody rekrutacji i selekcji personelu. Profil kompetencyjny i ogłoszenie rekrutacyjne. Techniki i narzędzia selekcji</p>

kandydatów – zasady i efekty stosowania, czynniki oceny kandydata. Analiza dokumentacji w ramach selekcji wstępnej (CV, listy motywacyjne, referencje) i zaproszenie kandydata na rozmowę. Rozmowa kwalifikacyjna – przebieg, zasady, strategie. Nowoczesne metody rekrutacji pracowników. 5. Pracownik w organizacji. Onboarding - teoretyczne ramy procesu, istota, odbiorcy i najważniejsze korzyści płynące z zastosowania programów wdrożeniowych (adaptacyjnych). Fazy procesu adaptacji. Metody i narzędzia adaptacji pracowniczej w oparciu o przykłady. Rola osób odpowiedzialnych za proces adaptacji oraz skutki braku programów adaptacyjnych z perspektywy organizacji jak i jej pracowników.

6. Kultura organizacyjna w kontekście adaptacji nowych pracowników – definicja, znaczenie, poziomy i funkcje. Typologie kultur organizacyjnych wg różnych podejść. Diagnoza kultury organizacyjnej w oparciu o kwestionariusz OCAI. Różnorodność kulturowa w organizacji i charakterystyka wybranych kultur narodowych.

7. Kierowanie ludźmi w organizacji. Przywództwo w organizacji. Typy władzy wg Maxa Webera oraz źródła władzy. Podstawowe teorie przywództwa. Klasyczne style kierowania – charakterystyka oraz skutki stosowania. Style kierowania wg K. Blancharda oraz czynniki wpływające na efektywność stylów kierowania. Nowoczesne teorie przywództwa (przywództwo transformacyjne, przywództwo zorientowane na zasady). Lider – cechy i funkcje idealnego lidera, przywództwo a zarządzanie, lider a wykonawca.

8. Nowe wyzwania w zakresie realizacji funkcji personalnej. Zarządzanie zmianą i sposoby pokonywania oporu pracowników. Zarządzanie zespołem zdalnym jako konsekwencja pandemii COVID-19.

9. Motywowanie do pracy. Motywowanie a motywacja. Podstawowe teorie i modele motywacji. Podstawowe teorie motywacji: teorie treści motywacji, teorie procesu, teorie wzmocnienia. Systemowy pogląd na motywację. Programy motywacyjne – struktura i zasady budowy, identyfikacja instrumentów motywowania w przedsiębiorstwie. Systemy wynagradzania – formy, determinanty, struktura systemu wynagrodzeń, wartościowanie pracy, systemy kafeteryjne wynagradzania. Demotywacja (sytuacje niepożądane w miejscu pracy).

10. Rozwój zasobów ludzkich w przedsiębiorstwie. Modele, strategie i instrumenty rozwoju zasobów ludzkich. Proces szkoleniowy. Kariera zawodowa i employerbranding. Zarządzanie talentami.

11. Ocenianie pracowników. Cele, podmioty i przedmioty oceniania. Kryteria oceniania. Metody i procedury oceniania. Błędy oceniania.

12. Derekrutacja personelu a odejście pracownika z organizacji – przyczyny odejść pracowników, zasady prowadzenia rozmowy zwalniającej, sytuacja osób zwalnianych i zwalniających w świetle wdrożenia outplacementu (zwolnień monitorowanych).

ĆWICZENIA

1. Planowanie zatrudnienia – wybór organizacji do analizy, określenie podstawowych założeń strategicznych, struktury organizacyjnej i struktury zatrudnienia, analiza potencjału społecznego organizacji i wybór modelu polityki personalnej (praca zespołowa nad I. częścią projektu).

2. Rekrutacja i selekcja personelu - tworzenie opisów stanowiskowych i profilu wymagań dla kandydatów na wybrane stanowiska pracy, przygotowanie ogłoszenie rekrutacyjnego w oparciu o informacje z kart

	<p>opisu stanowiska pracy (praca zespołowa nad I i II częścią projektu), test osobowości MBTI.</p> <p>3.Techniki rekrutacji pracowników - przykłady pytań nietypowych pytań w trakcie rozmów kwalifikacyjnych (dyskusja), scenariusze rozmowy kwalifikacyjnej w odniesieniu do trzech analizowanych wcześniej stanowisk pracy (kluczowe etapy, przykłady pytań, kryteria oceny), projektowanie sesji Assessment Center z użyciem wybranych narzędzi oceny kompetencji (praca zespołowa nad II częścią projektu).</p> <p>4.Proces adaptacji pracownika - przykładowa procedura procesu adaptacji w oparciu o wybraną organizację, struktura i najważniejsze elementy programu adaptacyjnego (tj. kwestie dotyczące zakresów obowiązków, warunków zatrudnienia i stosunków pracy, kształtowania treści pracy, form zatrudnienia i organizacji pracy), projektowanie harmonogramu onboardingowego z uwzględnieniem propozycji metod i narzędzi adaptacji pracowniczej, zakresy obowiązków dla wybranych stanowisk pracy (praca zespołowa nad III częścią projektu).</p> <p>5.Pracownik w organizacji – klasyfikacji form zatrudnienia i organizacji pracy (w tym organizacji czasu i miejsca pracy) oraz ich wad i zalet, zasady komunikacji w organizacji, diagnoza kultury organizacyjnej (obecnej i pożądanej) w oparciu o kwestionariusz OCAI (praca zespołowa nad IV częścią projektu).</p> <p>6.Kierowanie ludźmi – diagnoza stylów kierowania (studium przypadku w oparciu o siatkę kierowniczą Blake’a i Moutona).</p> <p>7.Motywowanie do pracy - identyfikacja instrumentów motywowania w przedsiębiorstwie, teorie motywacji w praktyce (analiza tekstu), projektowanie kafeteryjnego systemu motywowania pracowniczego (praca zespołowa nad V częścią projektu).</p> <p>8.Rozwój zasobów ludzkich - analiza i identyfikacja potrzeb szkoleniowych jako element rozwoju pracowników (zadanie praktyczne).</p> <p>9.Ocenianie pracowników - składniki systemu ocen pracowniczych (zadanie praktyczne).</p> <p>10.Derekrutacja personelu - sytuacja osób zwalnianych i zwalnających – w świetle wdrożenia outplacementu (zadanie praktyczne), sytuacje niepożądane w miejscu pracy (przykłady i dyskusje).</p>
Communication Skills In Business	<p>E-LEARNING</p> <p>1.Introduction to Business Communication- podstawowe zasady, do’s and don’t’s.</p> <p>2. Business meetings - spotkania biznesowe - rodzaje; wyrażanie opinii; struktura spotkań biznesowych; dress code.</p> <p>3. Business correspondence cz.1 – pisanie maili- formalnych i nieformalnych- zwroty, wyrażenia, struktura.</p> <p>4. Business correspondence cz. 2 – pisanie listów, raportów, agend- zwroty, wyrażenia, układ.</p> <p>5. Business presentations – prezentacje; tworzenie prezentacji, struktura, nowoczesne technologie.</p>
SPECJALNOŚCI	
E-BUSINESS I MEDIA SPOŁECZNOŚCIOWE	<p>Po zakończeniu specjalności student:</p> <ul style="list-style-type: none"> -wie się, jak wykorzystywać social media do tworzenia wizerunku firmy, -rozumie, jak odkrywać potencjał marki i przedstawić ją w świecie social media,

	<p>-zna narzędzia personal brandingu, -potrafi planować oraz tworzyć materiały wideo w social mediach, -potrafi sprzedawać za pomocą narzędzi social media, -wie, jak korzystać z narzędzi social media jako pomocy w procesie rekrutacji, -jest gotów do nawiązywania relacji w poszczególnych obszarach mediów społecznościowych</p> <p>Przedmioty specjalnościowe: 1.Analzyka internetowa 2.Bankowość internetowa i mobilna 3.Narzędzia sprzedaży w social media 4.Personal branding w social mediach 5.Pozycjonowanie witryn internetowych 6.Systemy e - commerce 7.Wizerunek przedsiębiorstwa w social media</p>
<p>ZARZĄDZANIE W HANDLU I USŁUGACH</p>	<p>Po zakończeniu specjalności student: -potrafi prowadzić działalność handlowej wraz z umiejętnością obsługi klienta i prowadzenia negocjacji, -potrafi zarządzać usługami specjalistycznymi, budować długoterminowe relacje z klientami, -tworzy strategie konkurencyjnych przedsiębiorstw handlowych czy usługowych, -zna zasady skutecznego zarządzania przedsiębiorstwem</p> <p>Przedmioty specjalnościowe: 1.Logistyka handlu i usług 2.Marketing handlu i usług 3.Merchandising 4.Planowanie i realizowanie kampanii reklamowych 5.Wizerunek firmy handlowej 6.Zarządzanie działem sprzedaży 7.Zarządzanie jakością w handlu i usługach</p>
<p>ZARZĄDZANIE ZESPOŁEM ZDALNYM</p>	<p>Po zakończeniu specjalności student: -rozumie profesjonalne zarządzanie pracownikami w warunkach zmienności otoczenia, -potrafi skutecznie zarządzać zespołem rozproszonym, zespołem, który pracuje na odległość, zespołem, który pracuje z domu, za granicą itd., -jest gotów do pracy z każdym, w każdej przestrzeni, w obszarze pozabiurowym, - potrafi zdalnie rekrutować, wdrażać i organizować pracę innych, -potrafi budować i utrzymywać efektywne zespołów zdalnych, -zna analizę i budowę kultury organizacyjnej odpowiadającej oczekiwaniom pracowników oraz wymaganiom rynkowym, -komunikuje się oraz dba o dobre relacje między pracownikami pracującymi zdalnie, -potrafi zarządzać różnorodnością w zespołach zdalnych (wielokulturowość i wielopokoleniowość), -wie, jak konstruować odpowiednie systemy motywacyjne i jak oceniać pracowników w pracy hybrydowej (stacjonarnej oraz zdalnej), -zna bezpieczne korzystanie z baz danych niezbędnych w pracy zdalnej.</p> <p>Przedmioty specjalnościowe: 1.Budowanie przyjaznego środowiska pracy</p>

	<p>2.Komunikacja w pracy zdalnej 3.Narzędzia pracy zdalnej 4.Prawne aspekty pracy zdalnej 5.Zarządzanie zespołem rozproszonym 6.Zdalny proces kadrowy</p>
ZARZĄDZANIE PRZEDSIĘBIORSTWEM	<p>Po zakończeniu specjalności student: - zna techniki i metody wykorzystywane w zarządzaniu, - potrafi prowadzić działalność w wymiarze międzynarodowym, - wie, jak prowadzić firmę, zwłaszcza w zakresie działalności pojedynczych osób fizycznych, - potrafi wykorzystywać rachunkowość i ekonomię w procesie podejmowania decyzji biznesowych, - rozumie planowanie i organizowanie procesu produkcyjnego w przedsiębiorstwie, - potrafi stosować właściwych narzędzi marketingowych w określonych sytuacjach rynkowych.</p> <p>Przedmioty specjalnościowe: Nowoczesne metody organizacji i zarządzania przedsiębiorstwem Orientacja marketingowa przedsiębiorstwa Rachunkowość zarządcza w przedsiębiorstwie Zarządzanie mikroprzedsiębiorstwem Zarządzanie produkcją w przedsiębiorstwie Zarządzanie przedsiębiorstwem transnarodowym na rynku globalnym Zarządzanie ryzykiem w przedsiębiorstwie</p>
ZARZĄDZANIE ZASOBAMI LUDZKIMI	<p>Po zakończeniu specjalności student: - zna skuteczne zarządzanie zasobami ludzkimi we współczesnym przedsiębiorstwie, - potrafi budować efektywne systemy motywowania pracowników, - wie, jak przeprowadzać nowoczesne procesy rekrutacji pracowników, - wie, jak kierować małymi i dużymi zespołami, - potrafi wykorzystywać nowoczesne techniki rekrutacji pracowników, w tym Assessment Centre, - zna analizy ofert OFE i III filara, - potrafi tworzyć ścieżki kariery pracowników, - zna sposoby diagnozy potrzeb szkoleniowych pracowników, - wie, jak wykorzystywać social media w budowaniu marki przedsiębiorstwa.</p> <p>Przedmioty specjalnościowe: Employerbranding i social media w zarządzaniu zasobami ludzkimi Podstawowy trening kierowniczy Psychologia procesów kadrowych Rynek pracy Socjologia pracy Ubezpieczenia społeczne Zarządzanie wynagrodzeniem</p>
MARKETING, SPRZEDAŻ I PR	<p>Po zakończeniu specjalności student: - zna nowe trendy w marketingu, - potrafi budować wizerunek firmy, - wie, jak wykorzystać narzędzia on-line do działań promocyjnych, - potrafi wykorzystywać nowe techniki sprzedaży, promocji, obsługi klienta,</p>

	<p>-wie czym jest i jak działa merchandising, -rozumie w sposób poszerzony budowanie więzi z klientami firmy (CRM), -potrafi tworzyć strategie marketingowe i public relations. Przedmioty specjalnościowe: Branding i współczesna komunikacja z rynkiem Grafika komputerowa Internal relations Metody i techniki sprzedaży Narzędzia marketingu w sprzedaży Public relations w praktyce Zachowania nabywców</p>
INTERNATIONAL BUSINESS	<p>Po zakończeniu specjalności student: -rozumie konsumentów i finanse na rynku globalnym, -zna obsługę logistyczną i prawną łańcuchów dostaw i transakcji w handlu międzynarodowym, -posługuje się biznesowym językiem angielskim, -potrafi prowadzić dokumentację i korespondencję w języku angielskim, -rozumie zasady komunikacji w środowisku wielokulturowym. Przedmioty specjalnościowe: Business Communication CorporateGovernance CustomerBehaviour International Finance International Law International Logistics</p>

IV. PROGRAM STUDIÓW

Proponowane specjalności:

1. Zarządzanie przedsiębiorstwem
2. Zarządzanie zasobami ludzkimi
3. Marketing, sprzedaż i PR
4. E-business i media społecznościowe
5. Zarządzanie w handlu i usługach
6. Zarządzanie zespołem zdalnym
7. International Business

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 97 ECTS
	STUDIA NIESTACJONARNE 80 ECTS
Łączna liczba punktów ECTS przyporządkowana zajęciom kształtującym umiejętności praktyczne	SS - 105,4 SN - 108,6
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	Nie dotyczy
Łączna liczba punktów ECTS przyporządkowana zajęciom do wyboru	69 ECTS
Łączna liczba punktów ECTS przyporządkowana praktykom zawodowym	36 ECTS

C) WYMIAR, ZASADY I FORMY ODBYWANIA PRAKTYK ZAWODOWYCH

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

Studenci studiów pierwszego stopnia o profilu praktycznym realizują praktyki zawodowe w wymiarze 960h, co odpowiada 36 ECTS. Praktyki na kierunku *zarządzanie* realizowane są w następujący sposób:

- semestr III (lic.) / IV (inż.) – 320 h praktyki zawodowej, co odpowiada 12 ECTS,
- semestr IV (lic.) / V (inż.) – 160 h praktyki zawodowej, co odpowiada 6 ECTS,
- semestr V (lic.) / VI (inż.) – 320 h praktyki zawodowej, co odpowiada 12 ECTS,
- semestr VI (lic.) / VII (inż.) – 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

Ocena poziomu osiągnięcia przez studentów zakładanych efektów uczenia się jest procesem ciągłym i przebiega na każdym etapie kształcenia i na wszystkich rodzajach zajęć (egzaminy, kolokwia, projekty, prezentacje, obserwacja aktywności studentów, opracowanie casestudy, dyskusje). Zasady oceny osiągnięcia efektów uczenia się ujęte są w Regulaminie studiów. Metody i zasady oceny opierają się o zdefiniowane w karcie przedmiotu zasady i skalę ocen zgodnie z przyjętymi i opisanymi standardami i dokumentowane w adekwatny sposób (protokoły z egzaminów, zaliczeń, sprawozdania z praktyki zawodowej, prace przejściowe, protokoły z egzaminów dyplomowych). Weryfikacja końcowych efektów uczenia się odbywa się w procesie dyplomowania. Proces dyplomowania określony jest w Regulaminie studiów oraz procedurach kończenia studiów.

Sposób weryfikacji zakładanych efektów uczenia się osiągniętych przez studenta, przypisanych do poszczególnych przedmiotów przedstawiony jest w kartach przedmiotów. Koordynator przedmiotu, w porozumieniu z wykładowcami realizującymi przedmiot, ustala metody i sposoby zaliczania wszystkich form prowadzonego przedmiotu, jednolite dla wszystkich grup zajęć. Weryfikacja efektów uczenia się przypisanych do przedmiotów jest przeprowadzona przez nauczycieli realizujących zajęcia i następuje na wszystkich etapach procesu kształcenia. Podstawą są zaliczenia etapowe w ramach realizacji danego przedmiotu/modułu zajęć (kolokwia, projekty itp.), różne formy aktywności

studentów na zajęciach (wypowiedzi, praca w grupie itp.) oraz egzaminy/zaliczenia kończące przedmiot.

Ostatnim etapem, który weryfikuje osiągnięcie zakładanych efektów uczenia się jest egzamin dyplomowy.

E) WYKAZ ZAJĘĆ LUB GRUPY ZAJĘĆ Z PRZYPISANIEM PUNKTÓW ECTS

L.P	Nazwa przedmiotu	Liczba punktów ECTS
A MODUŁ KSZTAŁCENIA OGÓLNEGO		
1	Język obcy	12
2	Podstawy filozofii i etyki	1
3	Podstawy socjologii	1
4	Podstawy psychologii	1
5	Edytory tekstu	1
6	Arkusze kalkulacyjne	1
7	Grafika menadżerska i prezentacyjna	1
8	Zarządzanie karierą i komunikacja w biznesie	1
9	Ochrona własności intelektualnej	1
10	Wychowanie fizyczne (studia stacjonarne)	0
B MODUŁ KSZTAŁCENIA PODSTAWOWEGO		
1	Matematyka	5
2	Statystyka	3
3	Ekonometria i prognozowanie	4
4	Podstawy prawa z elementami prawa cywilnego	4
5	Podstawy prawa gospodarczego	3
6	Podstawy ekonomii	5
7	Finanse	6
8	Podstawy zarządzania	8
9	Nauka o organizacji	5
10	Prawo pracy	4
C MODUŁ KSZTAŁCENIA KIERUNKOWEGO		
1	Zachowania organizacyjne	3
2	Zarządzanie projektami	3
3	Zarządzanie zasobami ludzkimi	3
4	Zarządzanie jakością	3
5	Informatyka w zarządzaniu	2
6	Marketing i public relations	4
7	Badania marketingowe	4
8	Rachunkowość	5
9	Finanse przedsiębiorstwa	4
10	Logistyka	3
11	Metody organizacji i zarządzania	3
12	Gra menedżerska	3
13	Intercultural Differences (<i>Różnice międzykulturowe</i>)	3
14	Communication Skills in Business	2
15	Inicjowanie i prowadzenie własnej działalności gospodarczej	1
16	Praktyka zawodowa	36
17	Egzamin dyplomowy	10

S1	Specjalność: ZARZĄDZANIE PRZEDSIĘBIORSTWEM	
1	Zarządzanie mikroprzedsiębiorstwem	2
2	Orientacja marketingowa przedsiębiorstwa	3
3	Zarządzanie ryzykiem w przedsiębiorstwie	3
4	Rachunkowość zarządcza w przedsiębiorstwie	3
5	Zarządzanie produkcją w przedsiębiorstwie	3
6	Zarządzanie przedsiębiorstwem transnarodowym na rynku globalnym	3
7	Nowoczesne metody organizacji i zarządzania przedsiębiorstwem	4
S3	Specjalność: ZARZĄDZANIE ZASOBAMI LUDZKIMI	
1	Rynek pracy	2
2	Socjologia pracy	3
3	Zarządzanie wynagrodzeniem	3
4	Psychologia procesów kadrowych	3
5	Employerbranding i social media w zarządzaniu zasobami ludzkimi	3
6	Podstawowy trening kierowniczy	4
7	Ubezpieczenia społeczne	3
S4	Specjalność: MARKETING, SPRZEDAŻ I PR	
1	Zachowania nabywców	3
2	Grafika komputerowa	3
3	Internal relations	3
4	Branding i współczesna komunikacja z rynkiem	3
5	Metody i techniki sprzedaży	3
6	Public relations w praktyce	2
7	Narzędzia marketingu w sprzedaży	4
S5	Specjalność: E-BUSINESS I MEDIA SPOŁECZNOŚCIOWE	
1	Wizerunek przedsiębiorstwa w social media	2
2	Pozycjonowanie witryn internetowych	3
3	Personal branding w social media	3
4	Systemy e-commerce	3
5	Narzędzia sprzedaży w social media	3
6	Analityka internetowa	4
7	Bankowość internetowa i mobilna	3
S7	Specjalność: ZARZĄDZANIE W HANDLU I USŁUGACH	
1	Marketing handlu i usług	2
2	Logistyka handlu i usług	3
3	Zarządzanie działem sprzedaży	3
4	Planowanie i realizowanie kampanii reklamowych	3
5	Merchandising	3
6	Wizerunek firmy handlowej	4
7	Zarządzanie jakością w handlu i usługach	3
S8	Specjalność: ZARZĄDZANIE ZESPOŁEM ZDALNYM	
1	Narzędzia pracy zdalnej	2
2	Budowanie przyjaznego środowiska pracy	4
3	Prawne aspekty pracy zdalnej	2
4	Zarządzanie zespołem rozproszonym	6
5	Zdalny proces kadrowy	4
6	Komunikacja w pracy zdalnej	3

S9	Specjalność: INTERNATIONAL BUSINESS	
1	Business Communication	2
2	Customer Behaviour	6
3	International Logistics	3
4	International Finance	3
5	International Law	4
6	Corporate Governance	3