



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

Program studiów
dla kierunku
ZARZĄDZANIE
studia drugiego stopnia

Studia: stacjonarne i niestacjonarne
Profil: praktyczny

Rok akademicki 2021/2022

I. OGÓLNA CHARAKTERYSTYKA KIERUNKU STUDIÓW

Nazwa kierunku studiów	Zarządzanie	
Poziom kształcenia (studia pierwszego stopnia / studia drugiego stopnia / jednolite studia magisterskie)	Studia drugiego stopnia	
Profil kształcenia	Praktyczny	
Forma studiów stacjonarne/niestacjonarne	Stacjonarne i niestacjonarne	
Czas trwania studiów (w semestrach)	4 semestry	
Łączna liczba punktów ECTS dla danej formy studiów.	120 pkt. ECTS	
Łączna liczba godzin określona w programie studiów	Studia stacjonarne –	Studia niestacjonarne 1060
Tytuł zawodowy nadawany absolwentom	Magister	
Wymiar praktyk zawodowych.	480 godzin – 18 pkt. ECTS	
Język prowadzenia studiów	Polski	
Rok rozpoczęcia cyklu kształcenia	2021/2022, marzec 2022	

II. EFEKTY UCZENIA SIĘ

Symbol efektu uczenia się na kierunku	Efekty uczenia się dla studiów drugiego stopnia na kierunku ZARZĄDZANIE	Odniesienie do charakterystyk efektów uczenia się dla poziomu 7
WIEDZA - absolwent zna i rozumie:		
ZAR_II_W01	strategiczne relacje pomiędzy podmiotami gospodarczymi i narzędzia ich kreowania	P7S_WG
ZAR_II_W02	ekonomiczne i pozaekonomiczne skutki decyzji menedżerskich (w świetle współczesnych ujęć teoretycznych)	P7S_WG P7S_WK
ZAR_II_W03	w pogłębionym stopniu współczesne koncepcje zarządzania organizacjami i ich przejawy w praktyce	P7S_WG P7S_WK
ZAR_II_W04	istotę koncepcji zrównoważonego rozwoju gospodarczego	P7S_WG
ZAR_II_W05	zaawansowaną metodologię badań stosowaną w naukach o zarządzaniu, a także metody, techniki i narzędzia badawcze w zakresie zarządzania wraz z ich zastosowaniem w praktyce	P7S_WG
ZAR_II_W06	w pogłębionym stopniu metody analizy strategicznej organizacji i jej otoczenia oraz ich praktyczne zastosowania	P7S_WG

ZAR_II_W07	zasady tworzenia i rozwoju różnych form przedsiębiorczości	P7S_WG P7S_WK
ZAR_II_W08	w pogłębionym stopniu strategię negocjacyjne	P7S_WG
ZAR_II_W09	zasady rachunkowości, w tym rachunkowości zarządczej i analiz finansowych	P7S_WG
ZAR_II_W10	zastosowanie w pogłębiony sposób wybranych metod statystycznych i ekonometrycznych wspomagających procesy podejmowania decyzji i praktycznych zastosowań	P7S_WG
ZAR_II_W11	zaawansowane metody badań w poszczególnych obszarach działalności organizacji	P7S_WG
ZAR_II_W12	przepisy prawa regulujące funkcjonowanie podmiotów gospodarczych oraz przepływ towarów, usług, kapitału i ludzi na rynku europejskim	P7S_WG
ZAR_II_W13	pojęcia oraz znaczenie etyki i własności intelektualnej (własności przemysłowej oraz praw autorskich i praw pokrewnych), a także konieczność zarządzania nimi	P7S_WG P7S_WK
UMIĘJĘTNOŚCI - absolwent potrafi:		
ZAR_II_U01	analizować i planować działalność gospodarczą, w tym organizacji publicznych	P7S_UW
ZAR_II_U02	dokonywać zaawansowanej analizy i szczegółowej interpretacji zjawisk oraz procesów w organizacji	P7S_UW
ZAR_II_U03	identyfikować i formułować (strukturalizować) problemy badawcze pozwalające na analizę złożonych procesów i zdarzeń w skali organizacji	P7S_UW
ZAR_II_U04	uczestniczyć w procesach podejmowania decyzji strategicznych oraz ocenie proponowanych rozwiązań (w tym wariantów strategicznych) z wykorzystaniem zaawansowanych metod i narzędzi	P7S_UW P7S_UO
ZAR_II_U05	dobierać zaawansowane metody i narzędzia służące do opisu oraz analizy złożonych problemów, w tym nietypowych, i obszarów działalności organizacji i jej otoczenia	P7S_UW
ZAR_II_U06	modelować i przewidywać przebieg wybranych procesów w organizacji	P7S_UW
ZAR_II_U07	integrować wiedzę z różnych dziedzin w celu tworzenia innowacyjnych rozwiązań	P7S_UW
ZAR_II_U08	formułować i testować hipotezy związane z prostymi problemami wdrożeniowymi	P7S_UW
ZAR_II_U09	zarządzać zasobami organizacji na poziomie strategicznym	P7S_UW
ZAR_II_U10	projektować i wdrażać systemy zarządzania kapitałem ludzkim w organizacji, w tym systemy motywacyjne	P7S_UW P7S_UO
ZAR_II_U11	posługiwać się normami i standardami w procesach zarządzania organizacją na poziomie zaawansowanym	P7S_UW
ZAR_II_U12	posługiwać się przepisami prawa krajowego oraz europejskiego w zakresie działalności gospodarczej w celu podejmowania oraz uzasadniania konkretnych działań i decyzji	P7S_UW P7S_UK
ZAR_II_U13	wyjaśniać i interpretować zagadnienia z zakresu analizy finansowej w celu podejmowania decyzji biznesowych	P7S_UW P7S_UK
ZAR_II_U14	prezentować zdobytą wiedzę i umiejętności w mowie i piśmie z wykorzystaniem m.in. narzędzi informacyjnych	P7S_UW P7S_UK
ZAR_II_U15	przewodzić negocjacje i mediacje z efektywnym wykorzystaniem komunikacji interpersonalnej w środowisku mono- i wielokulturowym	P7S_UW P7S_UK
ZAR_II_U16	komunikować się z otoczeniem mono- i wielokulturowym (w tym prowadzić debatę) oraz przekazywać wiedzę przy użyciu różnych środków przekazu informacji	P7S_UK P7S_UU
ZAR_II_U17	posługiwać się językiem obcym, w tym specjalistyczną terminologią z zakresu studiowanego kierunku, na poziomie B2+ Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego	P7S_UK
ZAR_II_U18	planować i realizować własne uczenie się przez całe życie i ukierunkowywać innych w tym zakresie	P7S_UU
ZAR_II_U19	współdziałać i pracować w zespole, przyjmując w nim różne role, w tym rolę lidera	P7S_UO
KOMPETENCJE SPOŁECZNE - absolwent jest gotów do:		
ZAR_II_K01	dokonania krytycznej samooceny stanu swojej wiedzy i umiejętności z zakresu zarządzania oraz rozwijania swojego dorobku zawodowego	P7S_KK P7S_KR

ZAR_II_K02	doceniań znaczenia wiedzy i zasięgnięcia opinii ekspertów w przypadku trudności z samodzielnym rozwiązaniem problemów poznawczych i praktycznych	P7S_KK
ZAR_II_K03	myślenia i działania w sposób kreatywny i przedsiębiorczy	P7S_KO
ZAR_II_K04	inicjowania i organizowania działalności na rzecz środowiska społecznego i interesu publicznego oraz inspirowania innych do podejmowania tego typu przedsięwzięć	P7S_KO
ZAR_II_K05	brania odpowiedzialności za powierzone mu zadania związane z wykonywaną pracą i pełnioną rolą zawodową, z uwzględnieniem zmieniających się potrzeb społecznych	P7S_KO
ZAR_II_K06	przestrzegania, promowania i rozwijania zasad etyki zawodowej, a także podtrzymywania etosu zawodów związanych ze studiowanym kierunkiem	P7S_KR

Objaśnienie oznaczeń:

ZAR_II	kierunkowe efekty uczenia się dla studiów drugiego stopnia kierunku ZARZĄDZANIE
W	kategoria wiedzy
U	kategoria umiejętności
K	kategoria kompetencji społecznych
P7S_WG	poziom 7 Polskiej Ramy Kwalifikacji kategoria wiedza: zna i rozumie/zakres i głębia
P7S_WK	poziom 7 Polskiej Ramy Kwalifikacji kategoria wiedza: zna i rozumie/kontekst
P7S_UW	poziom 7 Polskiej Ramy Kwalifikacji kategoria umiejętności: potrafi/wykorzystanie wiedzy
P7S_UK	poziom 7 Polskiej Ramy Kwalifikacji kategoria umiejętności: potrafi/komunikowanie się
P7S_UO	poziom 7 Polskiej Ramy Kwalifikacji kategoria umiejętności: potrafi/organizacja pracy
P7S_UU	poziom 7 Polskiej Ramy Kwalifikacji kategoria umiejętności: potrafi/uczenie się
P7S_KK	poziom 7 Polskiej Ramy Kwalifikacji kategoria kompetencje społeczne: jest gotów do/oceny
P7S_KO	poziom 7 Polskiej Ramy Kwalifikacji kategoria kompetencje społeczne: jest gotów do/odpowiedzialność
P7S_KR	poziom 7 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 NIEZŁĄŻNIE OD FORMY PROWADZENIA WRAZ Z PRZYPISANIEM DO NICH EFEKTÓW UCZEANISIE I TREŚCI PROGRAMOWYCH ZAPEWNIĄJĄCYCH UZYSKANIE EFEKTÓW

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

		Moduł kształcenia podstawowego i kierunkowego																	
Symbole efektów uczenia się na kierunku Zarządzanie	Język obcy z elementami języka specjalistycznego	Współczesna ekonomia	Ekonomia	Neogocja w biznesie	Warsztatowy kompetencje i umiejętności	Prognozowanie w procesach decyzyjnych	Biznes Ethics	Analityczność	Zarządzanie strategiczne	Zarządzanie finansowe	Rachunkowość zarobkowa	Przedsiębiorczość i biznes	Komputerowe narzędzia pracy	Praktyczne aspekty	Biznes plan	Controlling	Wykłady	Seminarium magisterskie	Praktyka zawodowa

	ne go	z a r z ą d z a n ia											mi					
WIEDZA:																		
ZAR_II_W01			X					X						X				
ZAR_II_W02		X	X		X		X											
ZAR_II_W03	X	X			X			X	X		X							X
ZAR_II_W04		X	X								X							
ZAR_II_W05						X												X
ZAR_II_W06								X						X	X			
ZAR_II_W07			X						X									X
ZAR_II_W08				X	X													
ZAR_II_W09							X			X								
ZAR_II_W10					X				X									
ZAR_II_W11					X			X		X		X		X	X			
ZAR_II_W12				X			X				X		X					
ZAR_II_W13		X				X					X		X					X
UMIEJĘTNOŚCI:																		
ZAR_II_U01			X						X	X	X	X	X	X				
ZAR_II_U02		X				X	X	X	X								X	X
ZAR_II_U03														X			X	
ZAR_II_U04								X	X	X	X			X	X			
ZAR_II_U05		X	X			X		X				X			X			X
ZAR_II_U06				X	X				X									X
ZAR_II_U07		X									X							
ZAR_II_U08					X													X
ZAR_II_U09		X			X			X				X						X
ZAR_II_U10											X							X
ZAR_II_U11						X				X			X					
ZAR_II_U12				X						X		X		X	X			X
ZAR_II_U13							X			X					X			
ZAR_II_U14												X					X	X
ZAR_II_U15				X														X
ZAR_II_U16	X																	X
ZAR_II_U17	X					X												
ZAR_II_U18	X												X				X	
ZAR_II_U19			X	X	X				X			X						X
KOMPETENCJE:																		
ZAR_II_K01	X	X	X	X		X		X	X		X			X			X	X
ZAR_II_K02						X		X										X
ZAR_II_K03										X	X		X	X				
ZAR_II_K04											X							X
ZAR_II_K05				X	X			X		X		X					X	X
ZAR_II_K06				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	
<p>Analiza i interpretacja danych finansowych</p>	<p>WYKŁAD 1. Informacje dotyczące analizy finansowej: omówione zostaną pojęcie analizy finansowej, jej rodzaje oraz etapy przeprowadzania. 2. Analiza wskaźnikowa sprawozdania finansowego: omówione zostaną zasady obliczania najważniejszych wskaźników finansowych: płynności, sprawności działania, rentowności i zadłużenia oraz zasady interpretacji uzyskanych wyników.</p> <p>ĆWICZENIA 1. Analiza wskaźnikowa danych finansowych zawartych w sprawozdaniach finansowych: na podstawie danych ze sprawozdań finansowych studenci będą wyliczać wartość najważniejszych wskaźników finansowych: płynności, sprawności działania, rentowności, zadłużenia oraz dokonywać ich interpretacji.</p> <p>E-LEARNING 1. Dane finansowe i ich charakterystyka: wykorzystując specjalnie przygotowane materiały audio i wideo dostępne na platformie Moodle studenci poznają zasady sporządzania sprawozdań finansowych oraz ich budowę. Zdobyta wiedza będzie stanowić podstawę do realizacji wykładów i ćwiczeń.</p>
<p>Biznesplan</p>	<p>ĆWICZENIA 1. Rola planowania w działalności przedsiębiorstwa. 2. Podstawy metodyczne sporządzania biznes planu. 3. Części składowe biznes planu. 4. Część wstępna biznes planu. 5. Część merytoryczna biznes planu. 6. Część końcowa biznes planu.</p> <p>ZAJĘCIA PROJEKTOWE 1. Biznes plan wybranego podmiotu gospodarczego - na rozpoczęcie działalności gospodarczej lub rozwój firmy związany z realizacją przedsięwzięcia inwestycyjnego.</p> <p>E-LEARNING 1. Biznes plan a planowanie finansowe.</p>
<p>Business Ethics</p>	<p>E-LEARNING 1. Pojęcie i przedmiot etyki. 1.1. Ogólna charakterystyka. 1.2. Światowe i europejskie struktury promocji etyki biznesu. 2. Podstawowe pojęcia związane z etyką biznesu. 2.1. Czym jest etyka. 2.2. Związek etyki biznesu z innymi naukami. 2.3. Podstawowy podział etyki. 2.4. Konflikty moralne. 2.3. Etyczne aspekty funkcjonowania przedsiębiorstw w układzie rynkowym. 3.1. Otoczenie społeczne przedsiębiorstwa. 3.2. Kształtowanie środowiska naturalnego w kontekście zachowań etycznych. 3.3. Konkurencja gospodarcza i jej pozytywne zasady (nieuczciwa konkurencja). 3.4. Etyka reklamy.</p>

	<p>3.4. Kapitał społeczny na rynku pracy.</p> <p>4.1. Strategie zarządzania kapitałem ludzkim – aspekt etyczny.</p> <p>5. Etyka biznesu wobec patologii życia gospodarczego</p> <p>5.1. Przestrzeganie zasad etycznych to usprawnienie czy utrudnianie funkcjonowania biznesu.</p> <p>5.2. Mobbing/ bullying</p> <p>5.3. Korupcja</p> <p>5.4. Protekcja/ nepotyzm</p> <p>5.5. Anomia pracownicza</p> <p>5.6. Szara strefa"</p> <p>4.6. Zarządzający i zarządzanie</p> <p>6.1. Kontekst etyczny podstawowych funkcji zarządzania.</p> <p>6.2. Etyczny kierownik, menedżer. Lider.</p> <p>6.3. Etyczny aspekt sprawowania ról kierowniczych.</p> <p>5.7. Standardy w Zarządzaniu Programem Etycznym w organizacji.</p> <p>Dokument: Standard Programu Etycznego dla przedsiębiorstw oraz innych organizacji."</p> <p>6.8. Dobre praktyki – The EthisphereInstitute.</p>
Controlling	<p>WYKŁAD</p> <p>1. Istota i pojęcie controllingu w działalności przedsiębiorstwa. Kryteria klasyfikacyjne kosztów – przypomnienie.</p> <p>Systemy kalkulacji kosztów – tradycyjne i współczesne: omówione zostaną metody kalkulacji podziałowej i doliczeniowej, rachunek kosztów działań z różnymi jego odmianami oraz japońskie metody rachunku kosztów (target costing, kaizencosting).</p> <p>2. Analiza rentowności i decyzje centowe w krótkim okresie.</p> <p>Planowanie finansowe i metody oceny opłacalności decyzji długoterminowych.</p> <p>ĆWICZENIA</p> <p>1. Tradycyjne i współczesne systemy kalkulacji kosztów – przykłady, zadania i case study rozwiązywane samodzielnie i w grupach.</p> <p>2. Próg rentowności i jego modyfikacje – przykłady, zadania i case study rozwiązywane samodzielnie i w grupach.</p> <p>3. Metody opłacalności decyzji długoterminowych – przykłady zadania i case study rozwiązywane samodzielnie i w grupach.</p>
Ekonomia menedżerska	<p>WYKŁAD</p> <p>1. Wprowadzenie do ekonomii menedżerskiej - Etapy podejmowania decyzji menedżerskich; Podejmowanie optymalnych decyzji na podstawie analizy marginalnej; Próg rentowności przedsiębiorstwa; Warunek maksymalizacji zysku; Analiza wrażliwości rozwiązania optymalnego.</p> <p>2. Popyt i determinanty popytu - Elastyczność popytu; Ekonomiczna interpretacja parametrów liniowej i potęgowej funkcji popytu; Modelowanie i prognozowanie rynku.</p> <p>3. Cena - Optymalna polityka cenowa; Reguły wyznaczania cen; Zasada optymalnego narzutu na koszty; Czysty problem sprzedaży; Strategie dyskryminacji cenowej.</p> <p>4. Koszty produkcji - Analiza kosztów i korzyści skali; Minimalizacja kosztów produkcji – wybór optymalnej techniki produkcji.</p> <p>5. Konkurencja doskonała - Model konkurencji doskonałej; Równowaga przedsiębiorstwa działającego w warunkach konkurencji doskonałej; Efektywność rynku.</p> <p>6. Monopol - Bariery wejścia; Maksymalizacja zysku przedsiębiorstwa w</p>

	<p>warunkach monopolu; Wskaźniki określające stopień monopolizacji branży; Działalność karteli.</p> <p>7.Oligopol i konkurencja monopolistyczna - Konkurencja ilościowa w dwóch przypadkach:</p> <p>a) przewaga lidera;</p> <p>b) n jednakowych firm.</p> <p>Konkurencja cenowa; Złamana krzywa popytu; Konkurencja monopolistyczna.</p> <p>8.Teoria gier - Strategie konkurencji a teoria gier; Strategia wojen cenowych jako odpowiednik „dylematu więźnia”; Strategie dominujące a równowaga Nasha; Gra o udział w rynku jako przykład gry o sumie zerowej; Gry o charakterze sekwencyjnym; Strategie odstraszenia od wejścia na rynek. Strategie mieszane; Równowaga Nasha dla strategii czystych i mieszanych.</p> <p>9.Podejmowane decyzji w warunkach niepewności. Drzewa decyzyjne.</p> <p>ĆWICZENIA</p> <p>1.Wprowadzenie do ekonomii menedżerskiej - Etapy podejmowania decyzji menedżerskich; Podejmowanie optymalnych decyzji na podstawie analizy marginalnej; Próg rentowności przedsiębiorstwa; Warunek maksymalizacji zysku; Analiza wrażliwości rozwiązania optymalnego.</p> <p>2.Popyt i determinanty popytu - Elastyczność popytu; Ekonomiczna interpretacja parametrów liniowej i potęgowej funkcji popytu; Modelowanie i prognozowanie rynku.</p> <p>3.Cena - Optymalna polityka cenowa; Reguły wyznaczania cen; Zasada optymalnego narzutu na koszty; Czysty problem sprzedaży; Strategie dyskryminacji cenowej.</p> <p>4.Koszty produkcji - Analiza kosztów i korzyści skali; Minimalizacja kosztów produkcji – wybór optymalnej techniki produkcji.</p> <p>5.Konkurencja na różnych rynkach. Konkurencja doskonała. Monopol pełny. Konkurencja monopolistyczna. Oligopol. Konkurencja monopolistyczna.</p>
<p>Język obcy z elementami języka specjalistycznego</p>	<p>ĆWICZENIA</p> <p>1. SEMESTR II</p> <p>Słownictwo i zagadnienia związane z sylwetką i charakterystyką managera i mentora.</p> <p>2.Zarządzanie finansami firmy i osobistymi.</p> <p>3.Komunikacja międzykulturowa i zarządzanie wielokulturowym zespołem.</p> <p>4.Powtórzenie i dyskusja.</p> <p>5.SEMESTR III</p> <p>Współpraca i zarządzanie partnerstwem strategicznym.</p> <p>6.Analiza i zarządzanie ryzykiem.</p> <p>7.Podejmowanie decyzji jako główne wyzwanie w zarządzaniu.</p> <p>8.Powtórzenie i dyskusja.</p> <p>E-LEARNING</p> <p>1.SEMESTR II</p> <p>Zatrudnienie i zmiana pracy – zagadnienia związane z zatrudnieniem, zarządzaniem swoją ścieżką kariery oraz zmianą. Gramatyka - powtórzenie czasów gramatycznych.</p> <p>2.Zakładamy firmę – zagadnienia związane z zakładaniem firmy i zarządzaniem nowopowstałym przedsiębiorstwem. Gramatyka – okresy warunkowe i wyrażanie życzeń.</p> <p>3.SEMESTR III</p> <p>Zarządzanie zasobami ludzkimi – współpraca w zespole. Gramatyka – zdania względne, zadawanie pytań, pytania typu questiontags.</p> <p>4.Zarządzanie projektem na przykładzie organizowania kampanii reklamowej.</p>

	Gramatyka – przegląd konstrukcji modalnych.
Komputerowe wspomaganie zarządzania projektami	<p>WYKŁAD</p> <p>1.Wprowadzenie do MS Project, omówienie zasad organizacji pracy grupowej i realizacji zadań, sposoby pozyskania oprogramowania MS Project do samodzielnej nauki, kontakt z prowadzącym zajęcia.</p> <p>E-LEARNING</p> <p>1.Tworzenie nowego planu.</p> <p>2.Tworzenie listy zadań.</p> <p>3.Łączenie zadań w celu utworzenia zależności.</p> <p>4.Wprowadzanie zasobów.</p> <p>5.Przydzielanie zasobów do zadań.</p> <p>6.Formatowanie, kopiowanie i drukowanie planu.</p> <p>7.Śledzenie postępów.</p>
Negocjacje w biznesie	<p>WYKŁAD</p> <p>1.Wprowadzenie do procesu negocjacji: pojęcie negocjacji, charakterystyka sytuacji negocjacyjnej, struktura procesu negocjacyjnego.</p> <p>2.Proces przygotowania do negocjacji w przedsiębiorstwie: kwestionariusz negocjacji, pojęcia negocjacyjne, w tym m.in. rola i znaczenie BATNA, określenie przedmiotu negocjacji i kwestii negocjacyjnych, ZOPA, charakterystyka partnera negocjacyjnego.</p> <p>3.Zespół negocjacyjny – rodzaje, skład, role uczestników, kierowanie przebiegiem negocjacji.</p> <p>4.Techniki i taktyki negocjacyjne: techniki kształtowania sytuacji, techniki reprezentacji, techniki manipulacji psychologicznych.</p> <p>5.Charakterystyka negocjacji twardych i miękkich (negocjacje pozycyjne) Pozycje stron zajmowane w trakcie negocjacji: pierwsza oferta, ustępstwa Komunikacja podczas negocjacji: argumentowanie i perswazja, zadawanie pytań i słuchanie, sposoby odpierania zarzutów, zobowiązania.</p> <p>6.Istota i etapy negocjacji integracyjnych (rzeczowych –opartych na zasadach). Bariery w negocjacjach. Style reakcji na sytuacje konfliktowe.</p> <p>7.Strategie stosowane przez strony w negocjacjach dwustronnych i wielostronnych.</p> <p>8. Negocjacje międzynarodowe. Charakterystyka stylów komunikacyjnych w negocjacjach w kulturach niskiego i wysokiego kontekstu.</p> <p>ĆWICZENIA</p> <p>1.Struktura procesu negocjacji – etapy wraz z istotnymi elementami w ujęciu praktyki biznesowej. Trzy istotne perspektywy negocjacji w ujęciu praktycznym: rozwiązywanie konfliktów, zakup, wymiana lub wytworzenie wartości ekonomicznej, zorganizowanie współpracy organizacyjnej lub interpersonalnej.</p> <p>2.Przygotowanie do negocjacji - opracowanie matrycy przygotowań do negocjacji w biznesie (w obrocie B2B lub B2C, z uwzględnieniem różnic kulturowych). Umiejętność budowania strategii negocjacyjnej.</p> <p>3.Elementy wykorzystania stosowania prawa w praktyce: klauzule umowne podlegające i niepodlegające negocjacjom jako istotny element przygotowań do negocjacji i realizacji kontraktu.</p> <p>4.Trening negocjacji: scenki negocjacyjne – praca w zespołach negocjacyjnych oparciu o studia przypadków. Analiza przebiegu negocjacji.</p>
Praktyczne aspekty prawa handlowego	<p>ĆWICZENIA</p> <p>1.Pojęcie i źródła prawa handlowego.</p> <p>2.Działalność gospodarcza i rejestracja przedsiębiorców.</p>

	<p>3.Firma i prokura. 4.Spółki handlowe, spółki osobowe. 5.Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością. 6.Spółka akcyjna. Prosta spółka akcyjna. E-LEARNING 1.Umowy handlowe uregulowane ustawowo. 2.Umowy handlowe oparte na swobodzie umów.</p>
Praktyka zawodowa	<p>OGÓLNA 1.Student szczegółowo 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 szczegółowo zapoznał się z kulturą organizacyjną instytucji/przedsiębiorstwa. 2.Student stosował się do regulaminu pracy. Student stosował się do przepisów BHP. Student stosował się do zasad i procedur ochrony danych osobowych i informacji. 3.Student obsługiwał narzędzia i/lub urządzenia specyficzne dla miejsca pracy/odbywania praktyki. Student korzystał z programu informatycznego. Student zorganizował własne stanowisko pracy. 4.Student obserwował proces obsługi klientów/interesantów. Student przygotował analizę dotyczącą wybranego aspektu pracy instytucji/przedsiębiorstwa/działu. Student monitoruje zjawiska zachodzące w miejscu pracy/odbywania praktyki. 5.Student stosował zasady komunikacji wewnętrznej/zewnętrznej. Student korzystał z różnych kanałów komunikacji. Student pracował z klientem zewnętrznym/interesantem. 6.Student ponosił odpowiedzialność za powierzone mu zadania. Student kierował się zasadami etyki i wartościami obowiązującymi w przedsiębiorstwie/instytucji. Student był otwarty na różnorodność poglądów i kultur. 7.Student krytycznie korzystał ze wsparcia merytorycznego opiekuna praktyk/przełożonego. Student krytycznie korzystał ze wsparcia merytorycznego innych pracowników. Student korzystał z dokumentacji sporządzonej przez innych pracowników, dobierając ją według własnych potrzeb. 8.Student wskazał swoje słabe i mocne strony w odniesieniu do wykonywanej pracy. Student dokonywał krytycznej oceny efektów swojej pracy i dzielił się wnioskami z opiekunem praktyk/przełożonym. Student wykonał dowolny test kompetencji.</p> <p>KIERUNKOWA 1.Student zapoznał się z zakresem prac (obowiązków) wykonywanych przez innych pracowników. Student poznał strukturę organizacyjną (w tym m.in. wzajemne powiązania między działami). Student zapoznał się z procedurą obiegu dokumentów oraz ich archiwizacji. Student szczegółowo zapoznał się z metodami zarządzania stosowanymi w instytucji/przedsiębiorstwie. Student szczegółowo zapoznał się z czynnikami prawnymi, zwłaszcza w zakresie</p>

	<p>obrotu handlowego, w procesie zarządzania podmiotem.</p> <p>2.Student korzystał z systemu informatycznego stosowanego w danej instytucji / przedsiębiorstwie. Student obsługiwał posiadane przez instytucję/przedsiębiorstwo urządzenia w procesie produkcji. Student korzystał ze specjalistycznych programów komputerowych (np. edytory tekstów, arkusze kalkulacyjne, programy wspierające kadry, płace HR, handel, magazynowanie) koniecznych do wykonywania bieżących obowiązków.</p> <p>3.Student zorganizował pracę na zajmowanym stanowisku. Student przeanalizował dokumentację stanowiskową. Student stworzył harmonogram pracy oraz zgodnie z nim realizował poszczególne zadania. Student projektował swój dalszy rozwój zawodowy. Student doradzał innym w zakresie rozwoju zawodowego.</p> <p>4.Student napisał i wysłał maila służbowego zgodnie z zasadami korespondencji biurowej / samodzielnie stworzył notatkę służbową / protokół ze spotkania. Student archiwizował dokumenty zgodnie z obowiązującymi przepisami prawa. Student samodzielnie przygotowywał dokumenty związane z zajmowanym stanowiskiem (np. dokumentację pracowniczą, księgową, treść umów).</p> <p>5.Student aktywnie brał udział w spotkaniu organizowanym w przedsiębiorstwie/instytucji/dziale. Student wykorzystywał specjalistyczną terminologią z zakresu zarządzania w rozmowach z innymi pracownikami/kontrahentami/interesantami. Student brał udział w dyskusji branżowej. Student uczestniczył w negocjacjach z kontrahentami/interesantami. Student komunikował się za pomocą nowoczesnych technologii.</p> <p>6.Student stosował przepisy prawa warunkujące działanie instytucji/przedsiębiorstwa. Student brał udział w przygotowywaniu przetargu / biznesplanu / analizy możliwości pozyskania zewnętrznych funduszy na rozwój przedsiębiorstwa/instytucji / w przygotowywaniu analizy zagrożeń / kampanii marketingowej lub innych zadań ściśle związanych z kierunkiem zarządzanie. Student brał udział w przygotowaniu prognoz ekonomicznych.</p> <p>7.Student indywidualnie wykonywał polecenia służbowe. Student pracował w zespole. Student pełnił rolę lidera podczas pracy zespołowej.</p> <p>8.Student przestrzegał zasad odpowiedzialności prawnej danej instytucji/przedsiębiorstwa. Student przestrzegał zasad odpowiedzialności służbowej pracownika/praktykanta za wykonane zadania. Student uczestniczył w organizacji / zachęcał do działań uwzględniających potrzeby środowiska społecznego lub/i interesu publicznego wynikających z polityki instytucji/przedsiębiorstwa.</p> <p>9.Student w trakcie praktyki dbał o przyjazną atmosferę w miejscu pracy. Student brał udział w działaniach promocyjnych instytucji/przedsiębiorstwa / inspirował do nowych działań wizerunkowych. Student dostosował się do reguł/obyczajów obowiązujących w miejscu odbywania praktyki i je upowszechnia.</p> <p>10.Student wskazał swoje słabe i mocne strony w odniesieniu do wykonywanej pracy zgodnej ze studiowanym kierunkiem.</p>
--	--

	<p>Student dokonywał krytycznej samooceny poziomu wykonywanych przez siebie zadań i raportował to pracodawcy/praktykodawcy. Student wykonał dowolny test kompetencji. 11. Student prosił o wyjaśnienie i pomoc w zakresie zadań dla niego trudnych. Student brał udział w formach doskonalenia zawodowego proponowanych przez instytucję/przedsiębiorstwo i zgodnych z jego potrzebami. Student wyszukiwał informacje z różnych źródeł nt. możliwości rozwiązania problemu związanego ze studiowanym kierunkiem i dokonywał ich krytycznej oceny w zakresie możliwości ich zastosowania.</p>
Prognozowanie w procesach decyzyjnych	<p>WYKŁAD 1. Wstęp do prognozowania. Zasady budowy prognoz ekonometrycznych. Założenia teorii predykcji. 2. Agregacja danych w czasie. Problem brakujących obserwacji. 3. Prognozowanie na podstawie średnich ruchomych. 4. Prognozowanie na podstawie modeli: trendu, sezonowości i autoregresji (TSAR) oraz SARIMA. 5. Prognozowanie na podstawie modeli: Holta i Holta-Wintersa. ĆWICZENIA 1. Prognozowanie w programie BusinessForecast. 2. Agregacja danych w czasie. Problem brakujących obserwacji. 3. Budowa prognoz różnymi metodami i ocena ich trafności. Budowa rankingu metod prognozowania. ZAJĘCIA PROJEKTOWE 1. Projekt – zadanie do samodzielnego wykonania obejmujące realizację własnego empirycznego przykładu z treści programowych.</p>
Przedsiębiorczość i e-biznes	<p>WYKŁAD 1. Zakładanie firmy krok po kroku. 2. Alternatywne formy prowadzenia działalności gospodarczej (AIP). 3. Podstawy rozliczenia działalności gospodarczej (podatek dochodowy). 4. Źródła finansowania działalności gospodarczej, pozyskanie finansowania na biznes. 5. Generowanie pomysłów na startup. 6. Projekty jako sposób wprowadzania innowacji w organizacji. 7. Budowa modelu biznesowego w formie Business Model Canvas. 8. Prezentacja modelu biznesowego. 9. Statystyka publiczna okiem przedsiębiorcy (moduł prowadzony przez pracowników Urzędu Statystycznego w Bydgoszczy): • Statystyka publiczna jako rzetelne źródło informacji dla przedsiębiorców • Jak zarejestrować firmę w rejestrze REGON? • Obowiązki sprawozdawcze przedsiębiorców • Informacja statystyczna – wiedzieć więcej. ZAJĘCIA PROJEKTOWE 1. Projekt: Praca nad generowaniem pomysłów na biznes, przygotowanie i określenie modelu biznesowego w formie matrycy Business Model Canvas, przygotowanie prezentacji modelu biznesowego.</p>
Rachunkowość zarządcza	<p>WYKŁAD 1. Rachunkowość zarządcza jako system informacyjny. 2. Kryteria klasyfikacyjne kosztów. 3. Metody szacowania kosztów stałych i zmiennych dla celów decyzyjnych. 4. Analiza prognozy rentowności. Analiza wrażliwości zysku.</p>

	<p>5. Modele rachunku kosztów w rachunkowości zarządczej.</p> <p>6. Krótkookresowe rachunki decyzyjne.</p> <p>7. Decyzje cenowe.</p> <p>ĆWICZENIA</p> <p>1. Kryteria klasyfikacyjne kosztów.</p> <p>2. Metody szacowania kosztów stałych i zmiennych dla celów decyzyjnych.</p> <p>3. Analiza prognozy rentowności.</p> <p>4. Analiza wrażliwości zysku.</p> <p>5. Krótkookresowe rachunki decyzyjne.</p> <p>6. Decyzje cenowe.</p> <p>7. Kryteria klasyfikacyjne kosztów.</p>
Seminarium magisterskie	<p>SEMINARIUM</p> <p>1. Omówienie zasad dotyczących pisania pracy magisterskiej i kryteriów jej oceny – zapoznanie z pojęciami własności intelektualnej i praw autorskich w pracach naukowych oraz zapoznanie z bazami danych oraz dostępną literaturą.</p> <p>2. Prezentacja obszaru badawczego i wybór tematu pracy magisterskiej.</p> <p>3. Prezentacja celów i problemu badawczego pracy magisterskiej przez poszczególnych studentów na forum grupy seminaryjnej.</p> <p>4. Prezentacja koncepcji pracy magisterskiej i przesłanie konspektu na platformę Moodle.</p> <p>5. Dyskusje w ramach grupy seminaryjnej związane z problematyką badawczą.</p> <p>6. Prezentacja tematu pracy w odniesieniu do źródeł wtórnych i aktualnych badań z wybranego zakresu.</p> <p>7. Przesłanie na Moodle rozdziałów teoretycznych (I i II) – dyskusja i ich szczegółowe omówienie.</p> <p>8. Przygotowanie i przesłanie na Moodle szczegółowego planu badań i instrumentu badawczego.</p> <p>9. Przeprowadzenie badań, analiza wyników i opracowanie rozdziału empirycznego wraz z rekomendacjami dla biznesu.</p> <p>10. Omówienie obowiązujących zagadnień egzaminacyjnych i przygotowania do obrony.</p> <p>11. Przesłanie na Moodle ostatecznych wersji prac magisterskich, prezentacja wyników na seminarium i ocena końcowa prac przez promotora.</p>
Warsztaty kompetencji menedżerskich	<p>ĆWICZENIA</p> <p>1. Przekonania (świadomość menedżerska) – model Diltsa.</p> <p>2. SMART – zarządzanie przez cele.</p> <p>3. Wzmacniająca i korygująca informacja zwrotna.</p> <p>E-LEARNING</p> <p>1. Kluczowe metody zarządzania zespołem.</p>
Współczesne koncepcje zarządzania	<p>WYKŁAD</p> <p>1. Współczesne orientacje i koncepcje zarządzania.</p> <p>2. Orientacja na zmiany: Lean Management, Benchmarking, organizacja wirtualna, BPR</p> <p>3. Orientacja strategiczna i procesowa.</p> <p>4. Orientacja na wiedzę: zarządzanie wiedzą, organizacją uczącą się, organizacją inteligentną.</p> <p>5. Orientacja na człowieka: HRM, Zarządzanie talentami, budowanie zespołów.</p> <p>6. Orientacja na klienta: marketingowe zarządzanie przedsiębiorstwem.</p> <p>7. Orientacja na jakość: TQM, Six Sigma.</p> <p>8. Orientacja w oparciu o formy organizacji.</p> <p>Orientacja na innowacje i know-how.</p>

	<p>9. Koncepcja zrównoważonego rozwoju i społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstwa.</p> <p>10. Współczesne problemy i wyzwania dla zarządzania.</p> <p>E-LEARNING</p> <p>1. Współczesne koncepcje i metody zarządzania w teorii i praktyce – analiza tekstów źródłowych.</p>
Wykład do wyboru- Podstawy przedsiębiorczości	<p>E-LEARNING</p> <p>1. Cechy działalności gospodarczej.</p> <p>2. Rodzaje działalności gospodarczej.</p> <p>3. Przedsiębiorca, a przedsiębiorczość.</p> <p>4. Formy organizacyjno-prawne przedsiębiorstw.</p> <p>5. Działalność gospodarcza reglamentowana, koncesja a zezwolenie.</p> <p>6. Przedsiębiorca zagraniczny.</p> <p>7. Rejestry.</p> <p>8. Prawo pracy w przedsiębiorstwie.</p> <p>9. Zakładanie własnej firmy-krok po kroku.</p> <p>10. Wady i zalety prowadzenia własnej działalności gospodarczej.</p> <p>11. Umowy zawierane między przedsiębiorcami.</p> <p>12. Sposoby zawierania umów.</p>
Wykład do wyboru- 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>
Wykład do wyboru- 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>
Zarządzanie	WYKŁAD

procesami	<ol style="list-style-type: none"> 1. Współczesne rozwiązania w organizacjach. Geneza i kierunki zmian <ol style="list-style-type: none"> 1.1 Dynamika zmian w organizacji 1.2 Od struktur klasycznych, po nowoczesne struktury zarządzania 1.3 Czynniki wpływające na organizację i jej strukturę 1.4 Współczesne wymogi zarządzania organizacją 1.5 Zasady budowy współczesnych rozwiązań strukturalnych. 2. Organizacja wirtualna jako wyraz współczesnych rozwiązań strukturalnych <ol style="list-style-type: none"> 2.1 Charakterystyka organizacji wirtualnej 2.2 Kreowanie organizacji wirtualnej 2.3 Podstawowe modele organizacji wirtualnej 2.4 Zarządzanie organizacją wirtualną 2.5 Korzyści i zagrożenia udziału w organizacji wirtualnej. 3. Reengineering jako współczesny instrument zmian w organizacjach <ol style="list-style-type: none"> 3.1 Koncepcja reengineeringu 3.2 Znaczenie procesów w koncepcji reengineeringu 3.3 Zasady reengineeringu 3.4 Metodyka reengineeringu 3.5 Uwarunkowania stosowania reengineeringu. 4. Organizacja procesowa i jej determinanty <ol style="list-style-type: none"> 4.1 Istota procesu 4.2 Klasyfikacja procesów 4.3 Zarządzanie procesami 4.4 Organizacja procesowa 4.5 Miary procesów. 5. Identyfikowanie procesów w przedsiębiorstwie <ol style="list-style-type: none"> 5.1 Operacjonalizacja celów przedsiębiorstwa do poziomu procesów 5.2 Uwarunkowania zarządzania procesami w przedsiębiorstwie 5.3 Mechanizmy zarządzania procesami 5.4 Zależności pomiędzy otoczeniem a procesami 5.5 Procesy podstawowe jako źródło tworzenia wartości. 6. Projektowanie organizacji procesowej <ol style="list-style-type: none"> 6.1 Model SIPOC 6.2 Mapy relacji i ich znaczenie w identyfikacji procesów 6.3 Sekwencje działań w projektowaniu organizacji procesowej 6.4 Wybór poziomu standaryzacji w organizacji procesowej. 7. Społeczno-kulturowe uwarunkowania tworzenia organizacji procesowej <ol style="list-style-type: none"> 7.1 Znaczenie kultury organizacyjnej w zarządzaniu 7.2 Różnice pomiędzy organizacją klasyczną, a organizacją procesową 7.3 Społeczne i kulturowe czynniki warunkujące skuteczność organizacji procesowej 7.4 Etapy zmian w przechodzeniu z organizacji klasycznej w procesową 7.5 Groźba konfliktów w organizacji procesowej. <p>ĆWICZENIA</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Identyfikacja procesów w organizacji <ol style="list-style-type: none"> 1.1 Podstawowe cele identyfikacji procesów 1.2 Podział procesów 1.3 Przykłady procesów. 2. Mapowanie <ol style="list-style-type: none"> 2.1 Korzyści płynące z mapowania 2.2 Struktura mapy procesów 2.3 Schemat blokowy. 3. Identyfikacja problemów w procesach
-----------	---

	<p>3.1 Identyfikacja marnotrawstw w procesie (MUDA) i sposobów ich eliminacji</p> <p>3.2 Diagram przyczynowo-skutkowy (Diagram Ishikawy)</p> <p>3.3 Propozycje działań naprawczych.</p> <p>4. Analiza danych procesu</p> <p>4.1 Wadliwość</p> <p>4.2 Zdolność procesu</p> <p>4.3 Wydajność procesu</p> <p>4.4 Zagadnienie „ukrytych fabryk”.</p> <p>4.5 Zalety i wady podejścia procesowego i zarządzania procesami w organizacji.</p>
Zarządzanie strategiczne	<p>WYKŁAD</p> <p>1. Ogólna charakterystyka procesu zarządzania strategicznego</p> <p>1.1. Istota i poziomy strategii</p> <p>1.2. Etapy procesu zarządzania strategicznego</p> <p>1.3. Ewolucja strategicznego myślenia</p> <p>2. Analiza otoczenia przedsiębiorstwa</p> <p>2.1. Odpowiedzialność społeczna i etyka w zarządzaniu strategicznym</p> <p>2.2. Struktura makrootoczenia przedsiębiorstwa – analiza PEST</p> <p>2.3. Metody przewidywania zmian w otoczeniu przedsiębiorstwa</p> <p>2.4. Analiza sektorowa: ocena atrakcyjności sektorów: model konkurencji M.E. Portera, punktowa ocena atrakcyjności; ocena pozycji konkurencyjnej przedsiębiorstwa: grupowanie strategiczne</p> <p>3. Analiza zasobów przedsiębiorstwa</p> <p>3.1. Typologia zasobów przedsiębiorstwa</p> <p>3.2. Istota i źródła przewag konkurencyjnych</p> <p>3.3. Zasobowe uwarunkowania strategii przedsiębiorstwa</p> <p>3.4. Łańcuch wartości jako podstawa identyfikacji silnych stron i słabości przedsiębiorstwa</p> <p>3.5. Kluczowe czynniki sukcesu</p> <p>4. Cele przedsiębiorstwa</p> <p>4.1. Funkcje celów i ich hierarchia</p> <p>4.2. Rodzaje celów strategicznych</p> <p>4.3. Komplementarność i konkurencyjność celów</p> <p>5. Generowanie i ocena opcji strategicznych</p> <p>5.1. Macierz SWOT/TOWS</p> <p>5.2. Strategie rozwoju przedsiębiorstwa</p> <p>5.3. Strategie konkurowania</p> <p>5.4. Strategie funkcjonalne</p> <p>5.5. Kryteria oceny wariantów strategii</p> <p>6. Wdrażanie strategii</p> <p>6.1. Planowanie zasobów</p> <p>6.2. Strategia a struktura organizacyjna przedsiębiorstwa</p> <p>6.3. Ludzie i wewnętrzne systemy regulacyjne przedsiębiorstwa</p> <p>6.4. Problemy związane z wdrażaniem strategii</p> <p>ĆWICZENIA</p> <p>1. Praktyczne aspekty zarządzania strategicznego w kontekście zmienności otoczenia współczesnej organizacji – dyskusja wprowadzająca i analiza przypadków. Omówienie założeń i etapów realizacji projektu zaliczeniowego (projekt analizy strategicznej wybranego przedsiębiorstwa)</p> <p>2. Wizja, misja, cele, domena i elementy przewagi strategicznej jako podstawy strategicznych założeń współczesnych organizacji – omówienie tzw. składowych strategii oraz realizacja projektu analizy strategicznej</p> <p>3. Wymiary makrootoczenia organizacji i metody jego analizy – omówienie,</p>

	<p>przykłady oraz realizacja projektu analizy strategicznej</p> <p>4.Uczestnicy mikrootoczenia i metody jego analizy – omówienie, przykłady oraz realizacja projektu analizy strategicznej</p> <p>5.Potencjał strategiczny organizacji i metody jego analizy – omówienie, przykłady oraz realizacja projektu analizy strategicznej</p> <p>6.Ocena pozycji strategicznej firmy, wybór wariantów strategicznych i propozycja strategii ogólnej - omówienie, przykłady oraz realizacja projektu analizy strategicznej</p> <p>E-LEARNING</p> <p>1.Zarządzanie strategiczne w warunkach gospodarki 4.0</p> <p>2.Analiza strategiczna w praktyce współczesnych przedsiębiorstw (artykuły lub case studies)</p>
SPECJALNOŚCI	
ZARZĄDZANIE MARKETINGIEM I SPRZEDAŻĄ	<p>Po zakończeniu specjalności student:</p> <ul style="list-style-type: none"> -potrafi planować i realizować działania marketingowe i public relations zgodne z trendami, między innymi marketing internetowy, -zna nowoczesne techniki sprzedaży, promocji, merchandisingu, -potrafi budować i prezentować konkurencyjną ofertę sprzedażową, -rozdziela i wykorzystuje strategie marketingowe, wizerunkowe, komunikacji wewnętrznej i zewnętrznej, -potrafi budować więzi z istniejącymi oraz potencjalnymi klientami, -zna zagadnienia związane ze społeczną odpowiedzialnością biznesu, -zna sposoby rozwijania kompetencji przywódczych. <p>Przedmioty specjalnościowe:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.E-marketing i social media 2.Interpretacja danych marketingowych 3.Kampanie promocyjno-reklamowe 4.Neuromarketing 5.Nowoczesne techniki sprzedaży 6.Współczesne trendy w zarządzaniu marketingiem
ZARZĄDZANIE ZASOBAMI LUDZKIMI	<p>Po zakończeniu specjalności student:</p> <ul style="list-style-type: none"> -potrafi skutecznie zarządzać zasobami ludzkimi we współczesnym przedsiębiorstwie, -potrafi tworzyć efektywne systemy motywowania i wynagradzania w przedsiębiorstwie, -wie, jak zarządzać różnorodnością, w tym różnorodnością pokoleniową (pokolenia: X, Y, Z), -potrafi efektywnie budować zespoły, -potrafi skutecznie komunikować się w organizacji, -zna techniki coachingowe, -potrafi monitorować rozwój zawodowy pracowników, -potrafi diagnozować potrzeby szkoleniowe pracowników, -zna analizy międzynarodowego rynku pracy. <p>Przedmioty specjalnościowe:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.Elementy coachingu 2.Psychologia konfliktów interpersonalnych w zespole pracowniczym 3.Strategie procesów kadrowych 4.Systemy informatyczne w zarządzaniu zasobami ludzkimi 5.Systemy płac i motywowania pracowników 6.Zarządzanie różnorodnością w organizacjach

IV. PROGRAM STUDIÓW

Proponowane specjalności:

1. Zarządzanie marketingiem i sprzedażą
2. Zarządzanie zasobami ludzkimi

A) PRZYPORZĄDKOWANIE KIERUNKU STUDIÓW DO DYSZYCYPLIN 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 –
	STUDIA NIESTACJONARNE 50 ECTS
Łączna liczba punktów ECTS przyporządkowana zajęciom kształtującym umiejętności praktyczne	90 ECTS
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	71 ECTS
Łączna liczba punktów ECTS przyporządkowana praktykom zawodowym	18 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 drugiego stopnia o profilu praktycznym realizują praktyki zawodowe w wymiarze 480h, co odpowiada 18 ECTS. Praktyki na kierunku *zarządzanie* studia II stopnia realizowane są w następujący sposób:

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

Podczas praktyki zawodowej studenci realizują program, który podzielony jest na dwie części: ogólną – podczas, której student zapoznaje się z funkcjonowaniem firmy, jej strukturą i kulturą

organizacyjną, profilem działalności oraz otoczeniem, z którym firma współpracuje, kierunkową – student zdobywa wiedzę i rozwija umiejętności oraz kompetencje związane ściśle ze studiowanym kierunkiem.

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

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

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

Ocena poziomu osiągnięcia przez studentów zakładanych efektów uczenia się jest procesem ciągłym i przebiega na każdym etapie kształcenia i na wszystkich rodzajach zajęć (egzamin, kolokwium, projekty, prezentacje, obserwacja aktywności studentów, opracowanie studium przypadków, dyskusje). Zasady oceny osiągnięcia efektów uczenia się ujęte są w Regulaminie studiów. Metody i zasady oceny opierają się o zdefiniowane w sylabusie 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). Sylabusy są weryfikowane przez menedżera kierunku z zespołem dydaktycznym oraz metodyka m.in. pod kątem właściwego doboru metod pomiaru dydaktycznego, poziomu osiągnięcia efektów uczenia się. Dziekan po każdym semestrze przeprowadza monitoring rozkładu ocen, prawidłowości procesu oceniania i osiągnięcia efektów uczenia się.

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 (kolokwium, projekty itp.), różne formy aktywności studentów na zajęciach (wypowiedzi, praca w grupie itp.) oraz egzamin/zaliczenia kończące przedmiot.

Ostatnim etapem, który weryfikuje osiągnięcie zakładanych efektów uczenia się jest uzyskanie przez studenta pozytywnej oceny pracy dyplomowej oraz egzaminu dyplomowego.

E) WYKAZ ZAJĘĆ LUB GRUPY ZAJĘĆ Z PRZYPISANIEM PUNKTÓW ECTS

L.P	Nazwa przedmiotu	Liczba punktów ECTS
A	MODUŁ KSZTAŁCENIA PODSTAWOWEGO I KIERUNKOWEGO	
1	Język obcy z elementami języka specjalistycznego	6
2	Współczesne koncepcje zarządzania	6
3	Ekonomia menedżerska	3

4	Negocjacje w biznesie	5
5	Warsztaty kompetencji menedżerskich	2
6	Prognozowanie w procesach decyzyjnych	3
7	Business Ethics	2
8	Analiza i interpretacja danych finansowych	3
9	Zarządzanie strategiczne	3
10	Zarządzanie procesami	3
11	Rachunkowość zarządcza	3
12	Przedsiębiorczość i e-biznes	4
13	Komputerowe wspomaganie zarządzania projektami	5
14	Praktyczne aspekty prawa handlowego	2
15	Biznesplan	3
16	Controlling	2
17	Wykłady do wyboru	2
18	Seminarium magisterskie	20
19	Praktyka zawodowa	18
Specjalność: ZARZĄDZANIE MARKETINGIEM I SPRZEDAŻĄ		
1	Współczesne trendy w zarządzaniu marketingiem	5
2	Neuromarketing	5
3	E-marketing i social media	4
4	Kampanie promocyjno-reklamowe	4
5	Nowoczesne techniki sprzedaży	3
6	Interpretacja danych marketingowych	4
Specjalność: ZARZĄDZANIE ZASOBAMI LUDZKIMI		
1	Elementy coachingu	5
2	Zarządzanie różnorodnością w organizacjach	5
3	Systemy informatyczne w zarządzaniu zasobami ludzkimi	4
4	Systemy płac i motywowania pracowników	4
5	Psychologia konfliktów interpersonalnych w zespole pracowniczym	3
6	Strategie procesów kadrowych	4