



Wyższa Szkoła Bankowa
we Wrocławiu Wydział Ekonomiczny
w Opolu

Wyższa Szkoła Bankowa we Wrocławiu
Wydział Ekonomiczny w Opolu

Program studiów
dla kierunku

Zarządzanie
studia II stopnia

Studia: stacjonarne/niestacjonarne

Profil: praktyczny

Rok akademicki: 2022/2023

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/niestacjonarne	
Czas trwania studiów (w semestrach)	IV semestry	
Łączna liczba punktów ECTS dla danej formy studiów.	120 ECTS/120 ECTS	
Łączna liczba godzin określona w programie studiów	Studia stacjonarne 1762	Studia niestacjonarne 1258
Tytuł zawodowy nadawany absolwentom	magister	
Wymiar praktyk zawodowych	480 godz.	
Język prowadzenia studiów	polski	
Rok rozpoczęcia cyklu kształcenia	2022	

II. EFEKTY UCZENIA SIĘ

Symbol efektu	Opis efektów uczenia się	Kod uniwersalnej charakterystyki
Wiedza absolwent zna i rozumie:		
K_W01	treści współczesnych teorii zarządzania oraz specjalistyczną terminologię z zakresu nauk o zarządzaniu i jakości	P7S_WG
K_W02	współczesne koncepcje organizacji pracy, metodykę projektowania struktur organizacyjnych oraz implementacji ich wzorców	P7S_WG, P7S_WK
K_W03	ekonomiczne i pozaekonomiczne skutki decyzji menedżerskich (w świetle współczesnych ujęć teoretycznych)	P7S_WG, P7S_WK
K_W04	znaczenie etyki i własności intelektualnej (własności przemysłowej oraz praw autorskich i praw pokrewnych), a także konieczność zarządzania nimi	P7S_WK
K_W05	współczesne koncepcje tworzenia organizacji i zarządzania nimi a także narzędzia kooperacji i konkurencji między nimi	P7S_WG, P7S_WK
K_W06	istotę i znaczenie koncepcji zrównoważonego rozwoju gospodarczego oraz społecznej odpowiedzialności biznesu i wskazuje na jej przejawy w praktyce	P7S_WG, P7S_WK

K_W07	metody i narzędzia służące do analizy i oceny zjawisk i procesów w organizacji oraz w jej otoczeniu	P7S_WG
K_W08	style przywództwa i ich uwarunkowania	P7S_WG, P7S_WK
K_W09	podstawy metodologii badań naukowych i zasady tworzenia instrumentów badawczych w zakresie zarządzania	P7S_WG
K_W10	zastosowanie wybranych metod statystycznych i ekonometrycznych wspomagających procesy podejmowania decyzji	P7S_WG
K_W11	zaawansowane metody badań w poszczególnych obszarach działalności organizacji	P7S_WG
K_W12	przepisy prawa regulujące funkcjonowanie podmiotów gospodarczych oraz przepływ towarów, usług i ludzi na rynku europejskim	P7S_WG, P7S_WK
K_W13	istotę i znaczenie procesów restrukturyzacyjnych organizacji	P7S_WG
Umiejętności absolwent potrafi:		
K_U01	planować i prowadzić działalność gospodarczą a także działalność organizacji nienastawionych na zysk	P7S_UW
K_U02	dokonywać zaawansowanej analizy i szczegółowej interpretacji zjawisk oraz procesów w organizacji	P7S_UW
K_U03	identyfikować i formułować (strukturalizować) problemy badawcze pozwalające na analizę złożonych procesów i zdarzeń w skali organizacji	P7S_UW
K_U04	dobierać metody i narzędzia służące do opisu oraz analizy problemów i obszarów działalności organizacji i jej otoczenia	P7S_UW
K_U05	modelować i przewidywać przebieg wybranych procesów w organizacji	P7S_UW
K_U06	określać i stosować kryteria oraz poziom mierników oceny funkcjonowania organizacji	P7S_UW
K_U07	uczestniczyć w procesach podejmowania decyzji strategicznych oraz ocenie proponowanych rozwiązań (w tym wariantów strategicznych) z wykorzystaniem zaawansowanych metod i narzędzi	P7S_UW, P7S_UO
K_U08	integrować wiedzę z różnych dziedzin w celu tworzenia innowacyjnych rozwiązań	P7S_UW
K_U09	formułować i testować hipotezy związane z prostymi problemami wdrożeniowymi z zakresu zarządzania	P7S_UW
K_U10	posługiwać się normami i standardami w procesach zarządzania organizacją na poziomie zaawansowanym	P7S_UW
K_U11	posługiwać się przepisami prawa krajowego oraz europejskiego w zakresie działalności gospodarczej w celu podejmowania oraz uzasadniania konkretnych działań i decyzji	P7S_UW
K_U12	interpretować i wpływać na zachowania ludzkie w organizacji a także przeciwdziałać zjawiskom i zachowaniom negatywnym	P7S_UW, P7S_UO
K_U13	projektować i wdrażać systemy zarządzania kapitałem ludzkim w organizacji, w tym systemy motywacyjne	P7S_UW, P7S_UO
K_U14	zarządzać zasobami organizacji na poziomie strategicznym	P7S_UW
K_U15	prezentować zdobytą wiedzę i umiejętności w mowie i piśmie z wykorzystaniem m.in. narzędzi informacyjnych	P7S_UW, P7S_UK

K_U16	komunikować się z otoczeniem mono- i wielokulturowym (w tym prowadzić debatę) oraz przekazywać wiedzę przy użyciu różnych środków przekazu informacji	P7S_UK, P7S_UO
K_U17	posługiwać się językiem obcym, w tym specjalistyczną terminologią z zakresu studiowanego kierunku, na poziomie B2+ Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego	P7S_UK
K_U18	samodzielnie planować własne uczenie się przez całe życie i ukierunkowywać rozwój kompetencji podległych pracowników	P7S_UU
K_U19	współdziałać i pracować w zespole, przyjmując w nim różne role, w tym rolę lidera	P7S_UO
Kompetencje społeczne absolwent jest gotów do:		
K_K01	krytycznej oceny posiadanej wiedzy i odbieranych treści	P7S_KK
K_K02	inspirowania i organizowania działalności na rzecz środowiska społecznego i interesu publicznego	P7S_KO
K_K03	myślenia i działania w sposób przedsiębiorczy	P7S_KO
K_K04	uznawania znaczenia wiedzy w rozwiązywaniu problemów poznawczych i praktycznych	P7S_KK
K_K05	przestrzegania, promowania i rozwijania zasad etyki zawodowej	P7S_KR
K_K06	brania odpowiedzialności za powierzone mu zadania, związane z pełnioną rolą zawodową, z uwzględnieniem zmieniających się potrzeb społecznych	P7S_KO, P7S_KR

III. ZAJĘCIA LUB GRUPY ZAJĘĆ NIEZALÉŻNIE OD FORMY PROWADZENIA WRAZ Z PRZYPISANIEM DO NICH EFEKTÓW UCZEANI SIĘ I TREŚCI PROGRAMOWYCH ZAPEWNIJĄCYCH UZYSKANIE EFEKTÓW

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

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

Nazwa Przedmiotu	Treści
Przedmioty kształcenia ogólnego	
BHP	Organizacja ochrony pracy w zakładzie Obowiązki i uprawnienia pracodawcy w zakresie bhp Uprawnienia i obowiązki pracownika Wypadek przy pracy Pierwsza pomoc przedlekarska w nagłych wypadkach
JĘZYK OBCY BIZNESOWY - angielski	People and Brands: Advertising People and Company: Job satisfaction, Social events at work, Motivation at work, Roles and responsibilities Organisation: Structure of the company, Departments Transport.Travel and Logistics: Communication E-commerce. Leadership and Management: Building relationships, Managing meetings, Management styles and strategies Stress Management Planning: Time Management Cultures-Working across cultures Employment and Human Resources: Looking for a job, Job interview Trade and International markets Managing companies/business: Quality and Ethics, Business strategies
JĘZYK OBCY BIZNESOWY - niemiecki	Finanzwelt - Wortschatz Berufe und Gehälter Unternehmensstruktur und Arbeitsplatz Geld und Banken Ausgaben und Kostenrechnung Zahlungsschwierigkeiten Buchhaltung und Steuern Geldanlagen Zahlungsverkehr Korrespondenz und Dokumente im Finanzsektor
ORGANISATIONAL BEHAVIOUR	Organizational behavior - the essence, types Human attitudes. Influence of temperament, intelligence and perception and understanding on human behaviour in the organization Values, motivation, power Individual and group decisions Communication and conflicts in the organization Ethics in organizational behavior
PRAWNE ASPEKTY ZARZĄDZANIA	Wstęp do prawa cywilnego. Podmioty i przedmioty prawa. Pełnomocnictwo. Własność a posiadanie. Przedawnienia. Umowy w obrocie gospodarczym z elementami windykacji. Ustawa o swobodzie działalności gospodarczej. Spółki osobowe i kapitałowe z elementami prawa upadłościowego i naprawczego. Pracownik w firmie, wybrane zagadnienia z prawa pracy. Wybrane zagadnienia z prawa rodzinnego i opiekuńczego z elementami prawa spadkowego. Wybrane zagadnienia z postępowania administracyjnego. Test wielokrotnego wyboru.
PROSEMINARIUM II	Wymogi formalne dla prac magisterskich Sformułowanie problemu badawczego, celów pracy i hipotez badawczych Znaczenie i wykorzystanie literatury oraz innych źródeł w procesie tworzenia pracy magisterskiej. Struktura pracy magisterskiej Struktura pracy magisterskiej
WSPÓŁCZESNE PROBLEMY GOSPODARCZE	Globalizacja i jej wpływ na Polskę Problemy współczesnego świata – problemy globalne (gospodarcze i społeczne np. kryzys finansowy, problemy żywnościowe, terroryzm etc) Wskaźniki dobrobytu ekonomiczno-społecznego – wskaźnik Giniego, HDI, HPI, GNH, inne. Zmiany gospodarcze na świecie w pierwszej dekadzie XXI w.: sytuacja gospodarcza USA, Japonii i Europy oraz krajów Brazylii, Rosja, Indie, Chiny, RPA (BRICS) Wyzwania światowej polityki gospodarczej: zmiany demograficzne, starzejące się społeczeństwa, problem zasobów nieodnawialnych, zmiany klimatyczne. Ogniska zapalne we współczesnym świecie i ich skutki dla Polski

Kierunki i problemy rozwoju oraz dynamika handlu zagranicznego Polski	
Przedmioty kierunkowe	
ELEMENTY STATYSTYKI MATEMATYCZNEJ	Zmienna losowa oraz jej podstawowe parametry.
	Elementy teorii estymacji – próba losowa, statystyki i ich podstawowe rozkłady
	Własności Estymatorów, Metody Estymacji punktowej, Estymacja przedziałowa
	Zagadnienie minimalnej liczebności próby.
	Wnioskowanie z danych statystycznych o zależnościach i współwystępowaniu zjawisk
	Elementy teorii weryfikacji hipotez statystycznych – parametryczne testy istotności dla wartości oczekiwanej, wariancji i wskaźnika struktury
Elementy teorii weryfikacji hipotez statystycznych tEstami nieparametrycznymi	
Wnioskowanie statystyczne w analizie korelacji i regresji	
KONCEPCJE ZARZĄDZANIA	Podejście taylorowskie, H. Forda, idee małżeństwa Gilbreth, koncepcje H. Fayola, Human Relations, podejście systemowe i wnioski dla organizacji (w tym 7S Petersa i Watermana), podejście sytuacyjne (Sherman, Burns i Stalker, Lawrence i Lorsch), podejście socjologiczne i struktury organizacyjne, koncepcje polityczne organizacji oraz teoria gry organizacyjnej
	Paradygmat sieciowy, zasoby niematerialne, RBV, VRIO
	Podejście procesowe, koncentracja na wynikach, podejście akcentujące jakość
	Zaangażowanie pracowników, elastyczność, zmiana, nowe modele biznesu, modele oparte na zaangażowaniu interesariuszy, np. co-creative enterprise
	Współczesne koncepcje postmodernistyczne jak POS (pozytywna nauka organizacji), gra na wartościach, diversity management, duchowość w zarządzaniu
	Podstawy ekonomicznej teorii firmy - teoria instytucjonalna, teoria praw własności, teoria kosztów transakcyjnych, teoria nexus of contracts
Wyzwania zarządzania, wybrane podejścia w zakresie metodyki badań w naukach o zarządzaniu, nurt krytyczny w zarządzaniu	
Zarządzanie wiedzą, zarządzanie talentami, zarządzanie międzykulturowe, zarządzanie reputacją	
MARKETING MIĘDZYNARODOWY	Wprowadzenie do marketingu międzynarodowego - wykład
	Orientacja etnocentryczna i marketing lokalny - wykład
	Orientacja policentryczna. Marketing multilokalny - wykład
	Orientacja geocentryczna i marketing globalny - wykład
	Produkt w marketingu międzynarodowym- wykład
	Cena w marketingu międzynarodowym - wykład
	Dystrybucja w marketingu międzynarodowym - wykład
	Promocja w marketingu międzynarodowym - ćwiczenia
	Orientacje międzynarodowe przedsiębiorstw. Potencjał globalizacyjny sektorów - ćwiczenia
	Orientacja etnocentryczna i marketing lokalny- ćwiczenia
	Orientacja policentryczna. Marketing multilokalny - ćwiczenia
	Orientacja geocentryczna i marketing globalny - ćwiczenia
Produkt w marketingu międzynarodowym-ćwiczenia	
Cena w marketingu międzynarodowym- ćwiczenia	
Dystrybucja i promocja w marketingu międzynarodowym- ćwiczenia	
PROGNOZOWANIE EKONOMICZNE	Organizacja zajęć. Wprowadzenie do tematyki prognozowania ekonomicznego. Definicja, funkcje i klasyfikacje prognoz. Znaczenie prognozowania. Wspomaganie komputerowe.
	Dane statystyczne. Metody, techniki i narzędzia wykorzystywane w prognozowaniu ekonomicznym. Etapy prognozowania.
	Dekompozycja szeregu czasowego. Metody prognozowania dla szeregów czasowych ze stałym poziomem zmiennej. Prognozowanie na podstawie modeli trendu. Metody prognozowania dla szeregów czasowych z tendencją rozwojową oraz wahaniami sezonowymi.
	Prognozowanie na podstawie liniowych modeli ekonometrycznych.
	Wybrane modele nieliniowe.
	Prognozowanie zjawisk jakościowych.
Modelowanie i symulacja procesów decyzyjnych z zastosowaniem wybranych modeli prognostycznych.	
Społeczna odpowiedzialność biznesu – aspekty genezy, teorii oraz kontrowersji wokół tej koncepcji.	
Istota i cele społecznej odpowiedzialności biznesu	

SPOŁECZNA ODPOWIEDZIALNOŚĆ BIZNESU	Zarządzanie interesariuszami w systemie zarządzania strategicznego
	Strategie społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstwa
	Instrumentarium CSR
	Systemy normalizacji i oceny efektywności CSR
	Biznes wobec globalnych problemów społecznych
	Zrównoważony rozwój a społeczna odpowiedzialność biznesu.
TECHNIKI RADZENIA SOBIE ZE STRESEM II	Stres, rodzaje stresu i jego wpływ na efektywność zawodową
	Typy osobowości a sytuacje stresogenne
	Inteligencja emocjonalna a radzenie sobie ze stresem w praktyce
	Techniki asertywne jako trening przeciwdziałania stresowi ; Techniki konstruktywnego radzenia sobie ze stresem
	Odporność psychiczna – strategie i narzędzia
TRENING UMIEJĘTNOŚCI MENEDŻERSKICH	Kierownik – styl kierowania
	Adaptacja pracownika
	Motywowanie pracowników
	Budowanie i zarządzanie zespołami
ZARZĄDZANIE MARKETINGOWE	Proces zarządzania marketingowego
	Strategia marketingowa
	Rodzaje strategii marketingowych
	Zarządzanie produktem
	Zarządzanie ceną, dystrybucją i promocją
ZARZĄDZANIE PROCESAMI	Orientacja funkcjonalna i procesowa w zarządzaniu organizacją.
	Podejście procesowe w wybranych koncepcjach zarządzania.
	Pojęcie procesu, jego istota, klasyfikacje procesów.
	Cele zarządzania procesami.
	Identyfikacja i odwzorowywanie procesów. Projektowanie procesów.
	Wdrożenie podejścia procesowego w organizacji.
ZARZĄDZANIE STRATEGICZNE	Kierowanie procesami. Metody i techniki usprawniania procesów i zarządzania nimi.
	Istota zarządzania strategicznego
	Podejścia i szkoły zarządzania strategicznego
	Procedura zarządzania strategicznego
	Uczestnicy i organizacja procesu zarządzania strategicznego
	Analiza strategiczna organizacji
	Misja, wizja i cele
	Wybory strategiczne i związane z tym zmiany w organizacji
PRZEDMIOTY DO WYBORU*	PRAKTYKA ZAWODOWA
	SEMINARIUM MAGISTERSKIE
	ZARZSUMPdWE-MARKETING
	ZARZSUMPdWPRACTICAL ASPECTS OF LAW PRAKTISCHE ASPEKTE DES RECHTS
	ZARZSUMPdWPRAKTYKA ZAWODOWA
	ZARZSUMPdWTEORIA GIER
	ZARZSUMPdWWARSZTAT TRENERSKI
MODUŁ SPECJALNOŚCIOWY	Marketing i media społecznościowe
	E-KOMUNIKACJA I SOCIAL MEDIA
	KAMPANIA MARKETINGOWA W SOCIAL MEDIA
	KOMUNIKACJA MARKETINGOWA W MEDIACH SPOŁECZNOŚCIOWYCH
	KREOWANIE MARKI
	SYMULACJA BIZNESOWA II
	WARSZATY SOCIAL MEDIA
ZARZĄDZANIE KRYZYSEM W SOCIAL MEDIA	
MODUŁ SPECJALNOŚCIOWY	Menedżer produkcji
	ANALIZA I OPTIMALIZACJA PROCESÓW BIZNESOWYCH
	ANALIZA OPŁACALNOŚCI PROJEKTUFEASIBILITY STUDY
	MARKETINGOWE ZARZĄDZANIE PRODUKTEM
	MODELE BIZNESOWE
	NEGOCJACJE BIZNESOWE
	SYMULACJA BIZNESOWA II
	ZARZĄDZANIE INNOWACJAMI W PRODUKCJI
	ZARZĄDZANIE ZESPOŁEM PRACOWNICZYM
MODUŁ SPECJALNOŚCIOWY	Psychologia i zarządzanie kapitałem ludzkim
	PRAWNE ASPEKTY ZARZĄDZANIA ZASOBAMI LUDZKIMI
	PRZYWÓDZTWO I KIEROWANIE ZESPOŁAMI PRACOWNICZYMI - NOWOCZESNE TRENDY
	PSYCHOLOGIA PRACY I PSYCHOPATOLOGIE W MIEJSCU PRACY
	ROZWÓJ KAPITAŁU LUDZKIEGO ORGANIZACJI- COACHING I MENTORING
	SYMULACJA BIZNESOWA II

	SYSTEMY MOTYWOWANIA I WYNAGRADZANIA
	WARTOŚCIOWANIE I OCENA PRACY

*Przedmioty do wyboru mogą podlegać zmianom

IV. PROGRAM STUDIÓW

Specjalności proponowane na II stopniu kierunku Zarządzanie:

- Marketing i media społecznościowe
- Menedżer produkcji
- Psychologia i zarządzanie kapitałem ludzkim

A) PRZYPORZĄDKOWANIE KIERUNKU STUDIÓW DO DYSYCYPLIN NAUKOWYCH

L.p.	Dyscypliny naukowe	% PUNKTÓW ECTS
1	Nauki o zarządzaniu i jakości	100%

B) PODSTAWOWE WSKAŹNIKI ECTS OKREŚLONE DLA PROGRAMU STUDIÓW

Nazwa wskaźnika	Liczba punktów ECTS/Liczba godzin
Łączna liczba punktów ECTS, jaką student musi uzyskać w ramach zajęć prowadzonych z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich lub innych osób prowadzących zajęcia	STUDIA STACJONARNE 67 ECTS (56%)
	STUDIA NIESTACJONARNE 44 ECTS (37%)
Łączna liczba punktów ECTS przyporządkowana zajęciom kształtującym umiejętności praktyczne	STUDIA STACJONARNE: 88-90 ECTS (74%-75%)*
	STUDIA NIESTACJONARNE 94 ECTS (79%)
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	72 ECTS (60%)
Łączna liczba punktów ECTS przyporządkowana praktykom zawodowym	20

*w zależności od specjalności

C) WYMIAR, ZASADY I FORMY ODBYWANIA PRAKTYK ZAWODOWYCH

Praktyki zawodowe są integralną częścią procesu dydaktycznego. Program studiów przewiduje praktyki zawodowe w wymiarze 480 godz., tj. 3 miesiące (20 pkt ECTS). Celem praktyk zawodowych jest umożliwienie studentom zastosowania w praktyce wiedzy, umiejętności i kompetencji pozyskanych w toku zajęć oraz ich uzupełnienie o pogłębione i rozszerzone doświadczenia praktyczne, niezbędne do spełnienia oczekiwań rynku pracy. Praktyki są odbywane w trakcie III i IV semestru studiów. Miejsca praktyk dobierane są przez uczelnię, możliwe jest także – na wniosek studenta – odbywanie praktyki indywidualnej w miejscu wybranym przez studenta, po uprzednim uzyskaniu zgody uczelni. Efekty uczenia się dla praktyk są weryfikowane przed potwierdzeniem ich zaliczenia. Nadzór merytoryczny nad realizacją praktyk zawodowych jest etapowy, realizują go: opiekun praktyk w przedsiębiorstwie/instytucji, uczelniany merytoryczny opiekun praktyk oraz Biuro Karier.

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

Weryfikacja efektów uczenia się stanowi uniwersalny system umożliwiający monitorowanie, sprawdzanie i ocenianie procesu uczenia się studenta w trakcie całego cyklu kształcenia w uczelni. W doborze metod weryfikacji uwzględnia się rodzaje efektów (wiedza, umiejętności, kompetencje społeczne), etapy kształcenia (I stopień, II stopień), kierunki/programy studiów (merytoryka), a także treści (teoretyczne, praktyczne) i formy zajęć (wykład, ćwiczenia, lektorat, konwersatorium, laboratorium, seminarium, praktyka zawodowa). W uczelni przyjmuje się określone sposoby weryfikacji efektów uczenia się: egzaminy (ustne lub pisemne), prace kontrolne, kolokwia, projekty, a także inne aktywności zlecone przez dydaktyka, takie jak np.: ćwiczenia/zadania indywidualne i grupowe, case study, dyskusje dydaktyczne/debaty, prezentacje, gry dydaktyczne. Zróżnicowanie metod weryfikacji pozwala na całościowe kontrolowanie postępów w procesie uczenia się studenta. Szczegółowe informacje co do zasad i sposobów weryfikacji i oceny osiągnięcia efektów uczenia się w odniesieniu do poszczególnych kursów/przedmiotów, zamieszczone są w kartach przedmiotów. Poziom osiągnięcia efektów uczenia się studenta dokumentuje się:

- w przypadku wykładu, ćwiczeń, lektoratu, konwersatorium, laboratorium, seminarium – w protokole egzaminu/zaliczenia,
- w przypadku praktyki zawodowej – w protokole zaliczenia praktyki,
- w przypadku egzaminu dyplomowego – w protokole egzaminu dyplomowego.

Sposoby weryfikacji i oceny efektów uczenia się podlegają stałej kontroli Metodyka oraz Wydziałowego Zespołu ds. Jakości Kształcenia.

E) WYKAZ ZAJĘĆ LUB GRUPY ZAJĘĆ Z PRZYPISANIEM PUNKTÓW ECTS

Studia stacjonarne

Lp.	Przedmiot	Semestr	ECTS	Godz. łącznie
1	BHP	1	1	16
2	Język obcy biznesowy	2,3	9	80
3	Współczesne problemy gospodarcze	1	3	45
4	Prawne aspekty zarządzania	2	3	30
5	Proseminarium II	1	1	15
6	Organisational Behaviour/Organisatorisches Verhalten	4	2	16
7	Koncepcje zarządzania	1	3	45
8	Trening umiejętności menedżerskich	2	2	28
9	Zarządzanie marketingowe	1	2	20
10	Techniki radzenia sobie ze stresem II	1	5	68
11	Strategie personalne	1	2	45
12	Społeczna odpowiedzialność biznesu	1	3	45
13	Elementy statystyki matematycznej	1	5	68
14	Prognozowanie ekonomiczne	2	5	68
15	Zarządzanie procesami	2	5	75
16	Marketing międzynarodowy	2	5	75
17	Zarządzanie strategiczne	2	3	39
18	Przedmiot do wyboru	3	1	15
19	Przedmiot do wyboru	3	1	15
20	Przedmiot do wyboru	3	2	30
21	Praktyka zawodowa	4	20	480
22	Seminarium magisterskie	2,3,4	10	134
23	Przedmioty specjalizacyjne	3,4	27	310

Semestr	ECTS
1	25
2	29
3	25-26*
4	40-41*
Razem	120

*w zależności od specjalności

Studia niestacjonarne

Lp.	Przedmiot	Semestr	ECTS	Godz. łącznie
1	BHP	1	1	16
2	Język obcy biznesowy	2,3	9	80
3	Współczesne problemy gospodarcze	1	3	24
4	Prawne aspekty zarządzania	2	3	20
5	Proseminarium II	1	1	4
6	Organisational Behaviour/Organisatorisches Verhalten	4	2	8
7	Koncepcje zarządzania	1	3	18
8	Trening umiejętności menedżerskich	2	2	14
9	Zarządzanie marketingowe	1	2	30
10	Techniki radzenia sobie ze stresem II	1	5	8
11	Strategie personalne	1	2	14
12	Społeczna odpowiedzialność biznesu	1	3	16
13	Elementy statystyki matematycznej	1	5	32
14	Prognozowanie ekonomiczne	2	5	30
15	Zarządzanie procesami	2	5	30
16	Marketing międzynarodowy	2	3	26
17	Zarządzanie strategiczne	2	5	32
18	Przedmiot do wyboru	3	1	15
19	Przedmiot do wyboru	3	1	15
20	Przedmiot do wyboru	3	2	30
21	Praktyka zawodowa	4	20	480
22	Seminarium magisterskie	2,3,4	10	134
26	Przedmioty specjalizacyjne	3,4	27	182

Semestr	ECTS
1	25
2	29
3	25-26*
4	40-41*
Razem	120

*w zależności od specjalności