



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 NIEZALEŻNIE OD FORMY PROWADZENIA WRAZ Z PRZYPISANIEM DO NICH EFEKTÓW UCZEANI SIĘ I TREŚCI PROGRAMOWYCH ZAPEWNIAJĄCYCH UZYSKANIE EFEKTÓW

A) PRZYPISANIE EFEKTÓW UCZENIA SIĘ DO ZAJĘĆ LUB GRUPY ZAJĘĆ NIEZALEŻNIE 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 behavior the organization
	Values, motivation, power
	Individual and group decisions
	Communication and conflicts in the organization
	Ethics in organizational behavior
ORGANISATORISCHES VERHALTEN	Organisationsorientierte Verhaltensweise – Grundgedanken, Type
	Menschliche Einstellungen. Einfluss von Temperament, Intelligenz so wie Wahrnehmung und Verständnis auf das menschliche Verhalten in der Organisation
	Werte, Motivation, Macht
	Einzel- und Gruppenentscheidungen
	Kommunikation und Konflikte in der Organisation
	Ethik in der organisationsorientierten Verhaltensweise
PRAWNE ASPEKTY ZARZĄDZANIA	Wstęp do prawa cywilnego. Podmioty i przedmioty prawa. Pełnomocnictwo. Własność a posiadanie. Przedawnienie
	Umowy w obrocie gospodarczym z elementami windykacji.
	Ustawa o swobodzie działalności gospodarczej. Spółki osobowe i kapitałowe z elementami prawa upadłościowego
	Pracownik w firmie, wybrane zagadnienia z prawa pracy.
	Wybrane zagadnienia z prawa rodzinnego i opiekuńczego z elementami prawa spadkowego.
	Wybrane zagadnienia z postępowania administracyjnego.
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
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 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	
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 tESMty istotności dla wartości oczekiwanej, wariancji i wskaźnika struktury
	Elementy teorii weryfikacji hipotez statystycznych tESMty 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 o
	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

	<p>Współczesne koncepcje postmodernistyczne jak POS (pozytywna nauka organizacji), gra na wartościach, diversit management, duchowość w zarządzaniu</p> <p>Podstawy ekonomicznej teorii firmy - teoria instytucjonalna, teoria praw własności, teoria kosztów transakcyjny teoria nexus of contracts</p> <p>Wyzwania zarządzania, wybrane podejścia w zakresie metodyki badań w naukach o zarządzaniu, nurt krytyczny</p> <p>Zarządzanie wiedzą, zarządzanie talentami, zarządzanie międzykulturowe, zarządzanie reputacją</p>
MARKETING MIĘDZYNARODOWY	<p>Wprowadzenie do marketingu międzynarodowego - wykład</p> <p>Orientacja etnocentryczna i marketing lokalny - wykład</p> <p>Orientacja policentryczna. Marketing multilokalny - wykład</p> <p>Orientacja geocentryczna i marketing globalny - wykład</p> <p>Produkt w marketingu międzynarodowym- wykład</p> <p>Cena w marketingu międzynarodowym - wykład</p> <p>Dystrybucja w marketingu międzynarodowym - wykład</p> <p>Promocja w marketingu międzynarodowym - ćwiczenia</p> <p>Orientacje międzynarodowe przedsiębiorstw. Potencjał globalizacyjny sektorów - ćwiczenia</p> <p>Orientacja etnocentryczna i marketing lokalny- ćwiczenia</p> <p>Orientacja policentryczna. Marketing multilokalny - ćwiczenia</p> <p>Orientacja geocentryczna i marketing globalny - ćwiczenia</p> <p>Produkt w marketingu międzynarodowym-ćwiczenia</p> <p>Cena w marketingu międzynarodowym- ćwiczenia</p> <p>Dystrybucja i promocja w marketingu międzynarodowym- ćwiczenia</p>
PROGNOZOWANIE EKONOMICZNE	<p>Organizacja zajęć. Wprowadzenie do tematyki prognozowania ekonomicznego. Definicja, funkcje i klasyfikacje prognoz. Znaczenie prognozowania. Wspomaganie komputerowe.</p> <p>Dane statystyczne. Metody, techniki i narzędzia wykorzystywane w prognozowaniu ekonomicznym. Etapy Dekompozycja szeregu czasowego. Metody prognozowania dla szeregów czasowych ze stałym poziomem zmian</p> <p>Prognozowanie na podstawie modeli trendu. Metody prognozowania dla szeregów czasowych z tendencją</p> <p>Prognozowanie na podstawie liniowych modeli ekonometrycznych.</p> <p>Wybrane modele nieliniowe.</p> <p>Prognozowanie zjawisk jakościowych.</p> <p>Modelowanie i symulacja procesów decyzyjnych z zastosowaniem wybranych modeli prognostycznych.</p> <p>społeczna odpowiedzialność biznesu – aspekty genezy, teorii oraz kontrowersji wokół tej koncepcji.</p>
SPOŁECZNA ODPOWIEDZIALNOŚĆ BIZNESU	<p>Istota i cele społecznej odpowiedzialności biznesu</p> <p>Zarządzanie interesariuszami w systemie zarządzania strategicznego</p> <p>Strategie społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstwa</p> <p>Instrumentarium CSR</p> <p>Systemy normalizacji i oceny efektywności CSR</p> <p>Biznes wobec globalnych problemów społecznych</p> <p>Zrównoważony rozwój a społeczna odpowiedzialność biznesu.</p>
STRATEGIE PERSONALNE	<p>Ewolucja funkcji personalnej; modele strategii personalnej (2h)</p> <p>Pozyskiwanie personelu na stanowiska pracy (2h)</p> <p>Ocenianie i rozwój pracowników (2h)</p> <p>Motywowanie i wynagradzanie pracowników(2h)</p> <p>Zwalnianie pracowników (1h)</p> <p>Prezentacja projektów zaliczeniowych (4h)</p>
TECHNIKI RADZENIA SOBIE ZE STRESEM II	<p>Stres, rodzaje stresu i jego wpływ na efektywność zawodową</p> <p>Typy osobowości a sytuacje stresogenne</p> <p>Inteligencja emocjonalna a radzenie sobie ze stresem w praktyce</p> <p>Techniki asertywne jako trening przeciwdziałania stresowi ; Techniki konstruktywnego radzenia sobie ze stresem</p> <p>Odporność psychiczna – strategie i narzędzia</p>
TRENING UMIEJĘTNOŚCI MENEDŻERSKICH	<p>Kierownik – styl kierowania</p> <p>Adaptacja pracownika</p> <p>Motywowanie pracowników</p> <p>Budowanie zespołów i zarządzanie zespołami</p>
ZARZĄDZANIE MARKETINGOWE	<p>Proces zarządzania marketingowego</p> <p>Strategia marketingowa</p> <p>Rodzaje strategii marketingowych</p> <p>Zarządzanie produktem</p> <p>Zarządzanie ceną, dystrybucją i promocją</p>
ZARZĄDZANIE PROCESAMI	<p>Orientacja funkcjonalna i procesowa w zarządzaniu organizacją.</p> <p>Podejście procesowe w wybranych koncepcjach zarządzania.</p> <p>Pojęcie procesu, jego istota, klasyfikacje procesów.</p> <p>Cele zarządzania procesami.</p> <p>Identyfikacja i odwzorowywanie procesów. Projektowanie procesów.</p> <p>Wdrożenie podejścia procesowego w organizacji.</p> <p>Kierowanie procesami. Metody i techniki usprawniania procesów i zarządzania nimi.</p>
ZARZĄDZANIE STRATEGICZNE	<p>Istota zarządzania strategicznego</p> <p>Podejścia i szkoły zarządzania strategicznego</p> <p>Procedura zarządzania strategicznego</p> <p>Uczestnicy i organizacja procesu zarządzania strategicznego</p> <p>Analiza strategiczna organizacji</p> <p>Misja, wizja i cele</p> <p>Wybory strategiczne i związane z tym zmiany w organizacji</p>
PRZEDMIOTY DO WYBORU*	<p>ANALIZA DANYCH BIZNESOWYCH</p> <p>BADANIA JAKOŚCIOWE W ZARZĄDZANIU</p> <p>E-MARKETING</p> <p>FINANSE PRZEDSIĘBIORSTW</p> <p>PRACTICAL ASPECTS OF LAW</p> <p>PRAKTISCHE ASPEKTE DES RECHTS</p> <p>PRAKTYKA ZAWODOWA</p>

	WARSZTAT TRENERSKI
	SEMINARIUM MAGISTERSKIE
	PRZEDMIOTY SPECJALNOŚCIOWE*
SPECJALNOŚĆ: MARKETING I MEDIA SPOŁECZNOŚCIOWE	CONTENT MARKETING
	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
SPECJALNOŚĆ: MENEDŻER PRODUKCJI	ANALIZA I OPTYMALIZACJA PROCESÓW BIZNESOWYCH
	ANALIZA OPŁACALNOŚCI PROJEKTU FEASIBILITY STUDY
	MARKETINGOWE ZARZĄDZANIE PRODUKTEM
	MODELE BIZNESOWE
	NEGOCJACJE BIZNESOWE
	SYMULACJA BIZNESOWA II
	ZARZĄDZANIE INNOWACJAMI W PRODUKCJI
	ZARZĄDZANIE ZESPOŁEM PRACOWNICZYM
SPECJALNOŚĆ: PSYCHOLOGIA I ZARZĄDZANIE KAPITAŁEM LUDZKIM	EMPLOYER BRANDING - PLANOWANIE I ALOKACJA ZASOBÓW LUDZKICH
	PRAWNE ASPEKTY ZARZĄDZANIA ZASOBAMI LUDZKIMI
	PRZYWÓDZTWO I KIEROWANIE ZESPOŁAMI PRACOWNICZYMI - NOWOCZESNE TRENDY
	PSYCHOLOGIA PRACY I PSYCHOPATOLOGIE W MIEJSCU PRACY
	ROZWÓJ KAPITAŁU LUDZKIEGO ORGANIZACJI
	SYMULACJA BIZNESOWA II
	SYSTEMY MOTYWOWANIA I WYNAGRADZANIA
	WARTOŚCIOWANIE I OCENA PRACY

*przedmioty 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: 80-82 ECTS (66%-68%)*
	STUDIA NIESTACJONARNE 77 ECTS (64%)
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	Techniki radzenia sobie ze stresem II	1	2	20
10	Zarządzanie marketingowe	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	Zarządzanie strategiczne	2	5	75
17	Marketing międzynarodowy	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	5	30
10	Techniki radzenia sobie ze stresem II	1	2	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