AKADEMIA
ŁOMŻYŃSKA

Program studiów
Kierunek:
Zarządzanie

profil praktyczny
studia II stopnia

obowiązujący od roku akademickiego 2026/2027

(zatwierdzony Uchwałą Senatu Nr 17/2026 z dnia 29.06.2026 r.)

Autorzy programu:

dr Urszula Widelska, prof. AŁ – Koordynator

Zespół:
dr hab. Cecylia Sadowska-Snarska, prof. AŁ
dr hab. Krystyna Leszczewska, prof. AŁ
dr Edyta Dąbrowska
dr Magdalena Forfa
dr inż. Stanisław Kaczyński
dr Anna Kowalczyk-Kroenke
dr Adam Miara
dr Dariusz Perło
dr Jarosław Poteraj
dr Marta K. Wiącek
mgr inż. Anna Bagińska
mgr Michał Bąkowski
mgr Marta M. Sosnowska
mgr Krzysztof Borawski
mgr Anna Kokot
mgr Magdalena Pianko-Grec
mgr Wioleta Ryś
mgr Radosław Wierzbicki

Spis treści

Program studiów Kierunek: Zarządzanie 1
Podstawowe informacje o kierunku i programie studiów 5
Wymagania wstępne 8
Ogólne cele kształcenia 8
Kwalifikacje i uprawnienia zawodowe Absolwenta 9
Związek programu studiów z misją i strategią Uczelni 12
Konsultacje dotyczące programu studiów 14
Efekty uczenia się 16
Ramowy program studiów 35
Plany studiów 42
Plan studiów stacjonarnych 42
Plan studiów niestacjonarnych 47
Praktyki zawodowe 51
Załączniki 54
Załącznik 1. Wykaz liczby punktów ECTS uzyskiwanych w ramach zajęć prowadzonych z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich lub innych osób prowadzących zajęcia 54
Załącznik 2. Wykaz zajęć lub grupy zajęć z dziedziny nauk humanistycznych dla wszystkich ścieżek rozwoju 66
Załącznik 3. Wykaz zajęć lub grupy zajęć do wyboru 67
Załącznik 4. Tabela pokrycia efektów uczenia się 69
Załącznik 5. Treści programowe zajęć 75
Załącznik 6. Plan studiów uwzględniający kształcenie hybrydowe 128

Spis tabel

Tabela 1. Ogólna charakterystyka kierunku studiów 5
Tabela 2. Kierunkowe efekty uczenia się z odniesieniem do charakterystyk drugiego stopnia PRK 17
Tabela 3. Wykaz zajęć realizowanych w cyklu kształcenia na studiach stacjonarnych i niestacjonarnych, z uwzględnieniem liczby godzin, przypisanych punktów ECTS oraz rodzaju zajęć (kształtujących umiejętności praktyczne, z zakresu dyscypliny lub dyscyplin) 36
Tabela 4. Podstawowe sposoby weryfikacji efektów uczenia się 40
Tabela 5.Podział praktyki zawodowej i jej wymiar w poszczególnych semestrach 52

Podstawowe informacje o kierunku i programie studiów

Tabela 1. Ogólna charakterystyka kierunku studiów

Jednostka prowadząca studia	Akademia Łomżyńska, Wydział Nauk Społecznych i Humanistycznych	
Nazwa kierunku studiów	Zarządzanie	
Poziom studiów	studia drugiego stopnia	
Profil studiów	praktyczny	
Forma lub formy studiów	stacjonarne / niestacjonarne	
Nazwa dyscypliny, do której został przyporządkowany kierunek	Nauki o zarządzaniu i jakości – dyscyplina wiodąca (89 ECTS – 82%) Ekonomia i finanse (20 ECTS – 18%)	
Liczba semestrów i liczba punktów ECTS konieczna do ukończenia studiów na danym poziomie	4 semestry – 120 ECTS	
Ścieżki rozwoju zawodowego realizowane w ramach kierunku studiów[1]	1) Strategiczne zarządzanie finansami przedsiębiorstwa 2) Strategiczne zarządzanie logistyczną obsługą klienta 3) Strategiczne zarządzanie projektami 4) Strategiczne zarządzanie w handlu i usługach	
Tytuł zawodowy nadawany absolwentom	Magister	
	Studia stacjonarne	**Studia niestacjonarne**
Łączna liczba godzin zajęć *(bez praktyk zawodowych)*	ŚR: Strategiczne zarządzanie finansami przedsiębiorstwa – 1140 godz. ŚR: Strategiczne zarządzanie logistyczną obsługą klienta – 1140 godz. ŚR: Strategiczne zarządzanie projektami – 1140 godz. ŚR: Strategiczne zarządzanie w handlu i usługach – 1140 godz.	ŚR: Strategiczne zarządzanie finansami przedsiębiorstwa – 684 godz. ŚR: Strategiczne zarządzanie logistyczną obsługą klienta – 684 godz. ŚR: Strategiczne zarządzanie projektami – 684 godz. ŚR: Strategiczne zarządzanie w handlu i usługach – 684 godz.

[1] W zależności od kierunku studiów, możliwy jest wybór: ścieżka rozwoju zawodowego/ścieżka specjalizacyjna/ specjalizacja

Łączna liczba punktów ECTS, jaką student musi uzyskać w ramach zajęć prowadzonych z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich lub innych osób prowadzących zajęcia[2] *(dla studiów stacjonarnych co najmniej połowa punktów ECTS objętych programem studiów; dla studiów niestacjonarnych mniej niż połowa)*	ŚR: Strategiczne zarządzanie finansami przedsiębiorstwa – 61,6 ECTS ŚR: Strategiczne zarządzanie logistyczną obsługą klienta – 61,6 ECTS ŚR: Strategiczne zarządzanie projektami – 61,6 ECTS ŚR: Strategiczne zarządzanie w handlu i usługach – 61,6 ECTS	ŚR: Strategiczne zarządzanie finansami przedsiębiorstwa – 43,4 ECTS ŚR: Strategiczne zarządzanie logistyczną obsługą klienta – 43,4 ECTS ŚR: Strategiczne zarządzanie projektami – 43,4 ECTS ŚR: Strategiczne zarządzanie w handlu i usługach – 43,4 ECTS
Łączna liczba punktów ECTS przyporządkowana zajęciom kształtującym umiejętności praktyczne[3] *(w wymiarze większym niż 50% liczby punktów ECTS objętych programem studiów)*	ŚR: Strategiczne zarządzanie finansami przedsiębiorstwa – 69,1 ECTS/57,6% ŚR: Strategiczne zarządzanie logistyczną obsługą klienta – 70,7 ECTS/58,9% ŚR: Strategiczne zarządzanie projektami – 70,7 ECTS/58,9% ŚR: Strategiczne zarządzanie w handlu i usługach – 71,3 ECTS/59,4% Mediana dla wszystkich ścieżek rozwoju: 70,7 ECTS/59,9%	
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[4] *(nie mniej niż 5 punktów ECTS)*	6 ECTS na wszystkich ścieżka rozwoju	
Łączna liczba punktów ECTS przyporządkowana zajęciom do wyboru[5] *(nie mniej niż 30% liczby punktów ECTS objętych programem studiów)*	59 ECTS/49,17 %	

[2] Załącznik 1
[3] Tabela 3
[4] Załącznik 2
[5] Załącznik 3

Wymiar praktyk zawodowych / liczba punktów ECTS przyporządkowana praktykom zawodowym	480 godzin / 16 ECTS na poszczególnych ścieżkach rozwoju	
W przypadku stacjonarnych studiów pierwszego stopnia i jednolitych studiów magisterskich liczba godzin zajęć z wychowania fizycznego	0 godzin	0 godzin
W przypadku prowadzenia zajęć z wykorzystaniem metod i technik kształcenia na odległość:		
Łączna liczba godzin zajęć określona w programie studiów / Łączna liczba godzin zajęć prowadzonych z wykorzystaniem metod i technik kształcenia na odległość[6]	ŚR: Strategiczne zarządzanie finansami przedsiębiorstwa – 1620 godz./ 475 godz. ŚR: Strategiczne zarządzanie logistyczną obsługą klienta – 1620 godz./ 475 godz. ŚR: Strategiczne zarządzanie projektami – 1620 godz./ 475 godz. ŚR: Strategiczne zarządzanie w handlu i usługach – 1620 godz./ 475 godz.	ŚR: Strategiczne zarządzanie finansami przedsiębiorstwa – 1164 godz./ 285 godz. ŚR: Strategiczne zarządzanie logistyczną obsługą klienta – 1164 godz./ 276 godz. ŚR: Strategiczne zarządzanie projektami – 1164 godz./ 294 godz. ŚR: Strategiczne zarządzanie w handlu i usługach – 1164 godz./ 276 godz.
Łączna liczba punktów ECTS określona w programie studiów / Łączna liczba punktów ECTS przyporządkowana do zajęć prowadzonych z wykorzystaniem metod i technik kształcenia na odległość[7]	ŚR: Strategiczne zarządzanie finansami przedsiębiorstwa – 120 ECTS/ 46,9 ECTS - 39,08% ŚR: Strategiczne zarządzanie logistyczną obsługą klienta – 120 ECTS/ 45,3 ECTS - 37,75% ŚR: Strategiczne zarządzanie projektami – 120 ECTS/ 48,0 ECTS - 40,0%	ŚR: Strategiczne zarządzanie finansami przedsiębiorstwa – 120 ECTS/ 46,9 ECTS - 39,08% ŚR: Strategiczne zarządzanie logistyczną obsługą klienta – 120 ECTS/ 45,3 ECTS - 37,75% ŚR: Strategiczne zarządzanie projektami – 120 ECTS/ 48,0 ECTS - 40,0%

[6] Plan studiów uwzględniający prowadzenie zajęć z wykorzystaniem metod i technik kształcenia na odległość jest alternatywną formą prowadzenia zajęć. Załącznik 6.

[7] Plan studiów uwzględniający prowadzenie zajęć z wykorzystaniem metod i technik kształcenia na odległość jest alternatywną formą prowadzenia zajęć. Załącznik 6.

	ŚR: Strategiczne zarządzanie w handlu i usługach – 120 ECTS/ 44,7ECTS - 37,25%	ŚR: Strategiczne zarządzanie w handlu i usługach – 120 ECTS/ 44,7ECTS - 37,25%

Wymagania wstępne

Osoba ubiegająca się o przyjęcie na studia drugiego stopnia na kierunek Zarządzanie powinna spełniać warunki rekrutacji określone w uchwale Senatu Akademii Łomżyńskiej dotyczącej warunków, trybu oraz harmonogramu postępowania rekrutacyjnego obowiązującego w danym roku akademickim.

Ogólne cele kształcenia

Podstawowym celem kształcenia na kierunku Zarządzanie (studia drugiego stopnia, profil praktyczny) jest wyposażenie absolwentów w pogłębioną wiedzę, zaawansowane umiejętności analityczne oraz kompetencje społeczne właściwe dla VII poziomu Polskiej Ramy Kwalifikacji (PRK).

Celem uczenia się na kierunku Zarządzanie – II stopień jest:

1) przekazanie studentom pogłębionej i uporządkowanej wiedzy teoretycznej i praktycznej z zakresu nauk o zarządzaniu i jakości oraz nauk pokrewnych, umożliwiającej rozumienie złożonych uwarunkowań funkcjonowania organizacji (publicznych, prywatnych i społecznych), a także analizowanie i interpretowanie procesów zachodzących w zmiennym otoczeniu gospodarczym;
2) przygotowanie do wykonywania zaawansowanych ról zawodowych, w tym funkcji menedżerskich i eksperckich, wymagających samodzielnego podejmowania decyzji, rozwiązywania złożonych problemów organizacyjnych oraz opracowywania i wdrażania strategii rozwoju organizacji;
3) rozwijanie umiejętności krytycznej analizy, syntezy i oceny informacji oraz wykorzystania narzędzi analitycznych, cyfrowych i metod badawczych w procesach zarządzania;
4) kształtowanie postawy odpowiedzialności społecznej, świadomości etycznej oraz gotowości do podejmowania świadomych decyzji w warunkach niepewności i ryzyka, z uwzględnieniem konsekwencji społecznych i gospodarczych podejmowanych działań.

Absolwent po ukończeniu studiów drugiego stopnia na kierunku Zarządzanie posiada pogłębioną wiedzę oraz zaawansowane umiejętności umożliwiające samodzielne rozwiązywanie złożonych problemów organizacyjnych, projektowanie i wdrażanie innowacyjnych rozwiązań oraz efektywne zarządzanie procesami i zespołami w różnego rodzaju organizacjach. Jest przygotowany do pełnienia funkcji kierowniczych, eksperckich oraz do prowadzenia własnej działalności gospodarczej.

Absolwent posiada zdolność funkcjonowania w dynamicznie zmieniającym się otoczeniu gospodarczym, społecznym i technologicznym, w tym do podejmowania decyzji strategicznych oraz zarządzania zmianą.

Ukończenie studiów drugiego stopnia na kierunku Zarządzanie umożliwia podjęcie studiów trzeciego stopnia (doktoranckich), kształcenia w szkołach doktorskich oraz uczestnictwa w specjalistycznych formach kształcenia podyplomowego.

Kwalifikacje i uprawnienia zawodowe Absolwenta

Absolwent kierunku Zarządzanie, po zrealizowaniu zajęć w ramach wybranej ścieżki rozwoju, dzięki osiągnięciu zakładanych efektów uczenia się jest przygotowany do wykonywania zadań zawodowych związanych z zarządzaniem strategicznym rozwojem organizacji, w szczególności do planowania, podejmowania decyzji oraz wdrażania działań ukierunkowanych na budowanie przewagi konkurencyjnej przedsiębiorstwa. Jest przygotowany do podejmowania aktywności zawodowej w organizacjach różnych branż, w tym do pełnienia funkcji menedżerskich i eksperckich.

Absolwent posiada pogłębioną wiedzę oraz zaawansowane umiejętności umożliwiające funkcjonowanie w złożonym i dynamicznym środowisku gospodarczym oraz podejmowanie działań ukierunkowanych na rozwój i doskonalenie działalności organizacji. W zależności od realizowanej ścieżki rozwoju jest przygotowany do wykonywania zadań zawodowych właściwych dla wybranego obszaru specjalizacyjnego, w tym do podejmowania decyzji strategicznych, prowadzenia analiz oraz zarządzania procesami organizacyjnymi.

Ścieżka rozwoju: Strategiczne zarządzanie w handlu i usługach

Absolwent, który osiągnął efekty uczenia się przypisane do przedmiotów realizowanych w ramach ścieżki rozwoju Strategiczne zarządzanie w handlu i usługach, jest przygotowany do zarządzania strategicznym rozwojem przedsiębiorstw handlowych i usługowych, w szczególności w zakresie kształtowania strategii sprzedaży, rozwoju rynku, budowania przewagi konkurencyjnej oraz projektowania modeli funkcjonowania organizacji w warunkach zmiennego i wielokanałowego rynku. Jest przygotowany do podejmowania aktywności zawodowej na stanowiskach menedżerskich i doradczych w organizacjach różnych branż.

Absolwent posiada pogłębioną wiedzę oraz praktyczne umiejętności w zakresie strategicznego zarządzania sprzedażą, rozwoju kanałów rynkowych, e-commerce, zarządzania relacjami z klientami i partnerami biznesowymi, zachowań zakupowych klientów, zarządzania procesami handlowo-usługowymi oraz strategicznego marketingu.

Potrafi analizować dane rynkowe i sprzedażowe, diagnozować potrzeby klientów, oceniać pozycję konkurencyjną przedsiębiorstwa, projektować strategie sprzedaży i rozwoju rynku, rozwijać kanały sprzedaży tradycyjnej i cyfrowej, doskonalić procesy obsługi klienta oraz opracowywać modele rozwoju przedsiębiorstwa handlowo-usługowego.

Absolwent jest przygotowany do pełnienia funkcji menedżerskich i przywódczych w obszarach strategii sprzedaży, rozwoju rynku, sprzedaży wielokanałowej, e-commerce, zarządzania relacjami z kluczowymi klientami i partnerami biznesowymi oraz projektowania modeli rozwoju przedsiębiorstwa. Jest również przygotowany do strategicznego prowadzenia i rozwijania własnej działalności gospodarczej w obszarze handlu i usług. Ścieżka rozwoju przygotowuje absolwentów do wykonywania zawodów i specjalności zgodnych z Klasyfikacją zawodów i specjalności, m.in.:

a) 122101 — Kierownik do spraw sprzedaży,
b) 122102 — Kierownik do spraw marketingu,
c) 142002 — Kierownik w handlu detalicznym i hurtowym,
d) 242107 — Specjalista do spraw zarządzania i organizacji,
e) 243106 — Specjalista do spraw marketingu i handlu,
f) 243108 — Specjalista do spraw e-commerce,
g) 112090 — Pozostali dyrektorzy generalni i zarządzający.

Ścieżka rozwoju: Strategiczne zarządzanie finansami przedsiębiorstwa

Absolwent, który osiągnął efekty uczenia się przypisane do przedmiotów realizowanych w ramach ścieżki rozwoju Strategiczne zarządzanie finansami przedsiębiorstwa, jest przygotowany do zarządzania finansami przedsiębiorstwa na poziomie strategicznym, w szczególności w zakresie planowania finansowego, oceny kondycji ekonomiczno-finansowej, doboru źródeł finansowania, kontroli kosztów, oceny rentowności oraz budowania wartości przedsiębiorstwa. Jest przygotowany do podejmowania aktywności zawodowej na stanowiskach menedżerskich i eksperckich oraz doradczych w obszarze finansów.

Absolwent posiada pogłębioną wiedzę oraz praktyczne umiejętności w zakresie finansów przedsiębiorstwa, strategii finansowania, analizy ekonomiczno-finansowej, controllingu, zarządzania wartością przedsiębiorstwa, instrumentów finansowych, obciążeń publiczno-prawnych oraz oceny opłacalności przedsięwzięć gospodarczych.

Potrafi analizować płynność, rentowność, zadłużenie i efektywność działania przedsiębiorstwa, przygotowywać warianty finansowania działalności i rozwoju, oceniać skutki ekonomiczne decyzji zarządczych, wykorzystywać narzędzia controllingu oraz formułować rekomendacje finansowe dla kadry zarządzającej.

Absolwent jest przygotowany do pracy na stanowiskach kierowniczych i doradczych w obszarze finansów przedsiębiorstwa, controllingu, analiz ekonomiczno-finansowych, planowania finansowego oraz zarządzania ryzykiem. Jest również przygotowany do strategicznego prowadzenia i rozwijania własnej działalności gospodarczej.

Ścieżka rozwoju przygotowuje absolwentów do wykonywania zawodów i specjalności zgodnych z Klasyfikacją zawodów i specjalności, m.in.:

a) 121102 — Kierownik działu finansowego,
b) 241306 — Specjalista do spraw finansów,

c) 241103 — Specjalista do spraw controllingu,
d) 241102 — Specjalista do spraw rachunkowości,
e) 241304 — Specjalista bankowości,
f) 241990 — Pozostali specjaliści do spraw finansów,
g) 112090 — Pozostali dyrektorzy generalni i zarządzający.

Ścieżka rozwoju: Strategiczne zarządzanie projektami

Absolwent, który osiągnął efekty uczenia się przypisane do przedmiotów realizowanych w ramach ścieżki rozwoju Strategiczne zarządzanie projektami, jest przygotowany do wykorzystywania projektów jako narzędzia realizacji strategii organizacji, w szczególności w zakresie inicjowania, projektowania, wdrażania i nadzorowania przedsięwzięć rozwojowych, inwestycyjnych i organizacyjnych.

Absolwent posiada pogłębioną wiedzę oraz praktyczne umiejętności w zakresie strategicznego zarządzania projektami, planowania i kontroli przedsięwzięć projektowych, zarządzania ryzykiem projektowym, budżetowania, przywództwa w zespołach projektowych oraz wykorzystania nowoczesnych metodyk i narzędzi cyfrowych.

Potrafi projektować przedsięwzięcia realizujące cele strategiczne organizacji, określać ich zakres, zasoby i warunki realizacji, identyfikować ryzyka, dobierać metody realizacji, organizować pracę zespołów projektowych, monitorować przebieg projektów oraz oceniać ich efektywność w kontekście strategii organizacji.

Absolwent jest przygotowany do pełnienia funkcji menedżerskich, przywódczych i doradczych w obszarze zarządzania projektami oraz realizacji zmian strategicznych. Może podejmować pracę w organizacjach realizujących przedsięwzięcia rozwojowe, inwestycyjne i wdrożeniowe oraz jest przygotowany do prowadzenia własnych przedsięwzięć biznesowych i projektowych.

Ścieżka rozwoju przygotowuje absolwentów do wykonywania zawodów i specjalności zgodnych z Klasyfikacją zawodów i specjalności, m.in.:

a) 121901 — Kierownik projektu,
b) 121302 — Kierownik do spraw strategii i rozwoju,
c) 242107 — Specjalista do spraw zarządzania i organizacji,
d) 242190 — Pozostali specjaliści do spraw zarządzania i organizacji,
e) 112090 — Pozostali dyrektorzy generalni i zarządzający.

Ścieżka rozwoju: Strategiczne zarządzanie logistyczną obsługą klienta

Absolwent, który osiągnął efekty uczenia się przypisane do przedmiotów realizowanych w ramach ścieżki rozwoju Strategiczne zarządzanie logistyczną obsługą klienta, jest przygotowany do strategicznego zarządzania logistyczną obsługą klienta w przedsiębiorstwach, w szczególności w zakresie kształtowania standardów obsługi, projektowania modeli realizacji zamówień, doskonalenia łańcuchów dostaw, zarządzania relacjami z klientami i dostawcami oraz budowania przewagi konkurencyjnej poprzez jakość, terminowość, niezawodność i

elastyczność obsługi. Posiada pogłębioną wiedzę oraz praktyczne umiejętności w zakresie logistycznych aspektów obsługi klienta, badania skuteczności obsługi, projektowania i modelowania łańcuchów dostaw, funkcjonowania sektora usług logistycznych, zarządzania relacjami z klientami i dostawcami, transportu, gospodarki magazynowej, zarządzania łańcuchem wartości oraz marketingu logistycznego. Potrafi analizować potrzeby klientów, poziom obsługi i efektywność rozwiązań logistycznych, oceniać skutki decyzji dotyczących dostaw, zapasów, dystrybucji, transportu i magazynowania, identyfikować źródła problemów w logistycznej obsłudze klienta oraz przygotowywać strategiczne rekomendacje służące poprawie jakości obsługi, sprawności łańcucha dostaw i konkurencyjności przedsiębiorstwa. Absolwent jest przygotowany do pracy na stanowiskach menedżerskich i doradczych związanych ze strategicznym zarządzaniem logistyczną obsługą klienta, rozwojem systemów obsługi klienta, koordynacją łańcuchów dostaw, zarządzaniem relacjami z klientami i dostawcami, dystrybucją, transportem, gospodarką magazynową oraz doskonaleniem jakości i efektywności działań logistycznych. Może podejmować pracę w przedsiębiorstwach produkcyjnych, handlowych, usługowych i logistycznych, w szczególności w działach logistyki, obsługi klienta, dystrybucji, transportu, magazynowania, zakupów, sprzedaży, zarządzania relacjami z klientami i dostawcami oraz w podmiotach sektora TSL. Jest również przygotowany do strategicznego prowadzenia i rozwijania własnej działalności gospodarczej w obszarze usług logistycznych, dystrybucji, transportu, magazynowania oraz doradztwa w zakresie logistycznej obsługi klienta.

Zawody:

a) 112009 — Dyrektor logistyki,
b) 132401 — Kierownik działu logistyki,
c) 132402 — Kierownik działu transportu,
d) 132403 — Kierownik działu zakupów,
e) 132404 — Kierownik magazynu,
f) 132405 — Kierownik przedsiębiorstwa spedycyjnego,
g) 132406 — Kierownik przedsiębiorstwa transportowego,
h) 132410 — Kierownik do spraw optymalizacji zasobów,
i) 242108 — Specjalista do spraw logistyki.

Związek programu studiów z misją i strategią Uczelni

Akademia Łomżyńska (pierwotnie Państwowa Wyższa Szkoła Informatyki i Przedsiębiorczości) powołana została 22 czerwca 2004 roku. W Strategii Uczelni na lata 2022–2030 (Uchwała nr 3/2022 z dnia 28.01.2022 Senatu Państwowej Wyższej Szkoły Informatyki i Przedsiębiorczości w Łomży w sprawie przyjęcia Strategii na lata 2022–2030) została sformułowana misja: „Kształcimy Profesjonalistów”.

Program studiów drugiego stopnia o profilu praktycznym na kierunku Zarządzanie jest w pełni zgodny z misją i strategią rozwoju Akademii Łomżyńskiej. Przyjęty praktyczny profil studiów oraz wynikający z niego układ treści programowych służą realizacji kluczowego założenia

misji Uczelni, jakim jest kształcenie profesjonalistów przygotowanych do pełnienia zaawansowanych ról zawodowych, w tym funkcji menedżerskich i eksperckich.

Zgodnie z tą misją celem Uczelni jest kształcenie praktyczne młodzieży i dorosłych poprzez rozwijanie pogłębionej wiedzy, zaawansowanych umiejętności analitycznych oraz kompetencji społecznych najbardziej pożądanych na współczesnym rynku pracy, ze szczególnym uwzględnieniem potrzeb społeczeństwa oraz gospodarki regionu. Strategia Uczelni zakłada ścisły związek procesu kształcenia z otoczeniem społeczno-gospodarczym oraz elastyczne dostosowywanie programów studiów do dynamicznych zmian zachodzących w gospodarce, w tym procesów cyfryzacji, automatyzacji oraz rozwoju nowych modeli biznesowych i zarządzania.

Urzeczywistnienie tak sformułowanej misji możliwe jest między innymi poprzez:

1) ujęcie w programie studiów zajęć realizowanych w formie praktyk zawodowych oraz projektów o charakterze aplikacyjnym, odbywających się w podmiotach gospodarczych zgodnych ze specyfiką kierunku Zarządzanie;
2) odpowiedni wymiar i zakres praktyk zawodowych oraz projektów, umożliwiający osiągnięcie efektów uczenia się o charakterze zaawansowanym i praktycznym;
3) przewagę zajęć dydaktycznych o charakterze praktycznym, projektowym i analitycznym;
4) adekwatny dobór metod weryfikacji efektów uczenia się, w szczególności uwzględniających nabycie umiejętności analitycznych, decyzyjnych i strategicznych;
5) zaangażowanie do prowadzenia zajęć, obok nauczycieli akademickich, ekspertów i praktyków posiadających doświadczenie w zarządzaniu na poziomie operacyjnym i strategicznym;
6) wymogi dotyczące przygotowywania prac dyplomowych o charakterze analityczno-projektowym, związanych z funkcjonowaniem organizacji oraz odzwierciedlających wykorzystanie pogłębionej wiedzy i zaawansowanych umiejętności zdobytych podczas studiów;
7) współpracę z partnerami społeczno-gospodarczymi, w tym poprzez funkcjonowanie Rady Programowej kierunku, której zadaniem jest m.in. opiniowanie efektów uczenia się, inicjowanie współpracy z pracodawcami oraz wspieranie organizacji praktyk, staży i projektów o charakterze praktycznym;
8) ciągły rozwój i modernizację infrastruktury dydaktycznej Uczelni.

Program studiów na kierunku Zarządzanie (II stopień) został opracowany w odpowiedzi na aktualne oraz prognozowane potrzeby rynku pracy, a także dynamiczne zmiany zachodzące w gospodarce, w tym rozwój przedsiębiorczości, transformację cyfrową, automatyzację procesów, rozwój e-commerce oraz rosnące znaczenie kompetencji strategicznych, analitycznych i przywódczych.

Analizy rynku pracy, w tym raporty Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości, wskazują na rosnące zapotrzebowanie na specjalistów oraz kadrę zarządzającą posiadającą kompetencje interdyscyplinarne, obejmujące zarządzanie, finanse, marketing, handel oraz wykorzystanie technologii cyfrowych i sztucznej inteligencji w procesach zarządczych i decyzyjnych.

Zgodnie z wynikami Barometru Zawodów 2026, grupy zawodowe związane z zarządzaniem, marketingiem, sprzedażą, e-commerce, finansami oraz zasobami ludzkimi utrzymują stabilną pozycję na rynku pracy, przy jednoczesnym wzroście zapotrzebowania na osoby zdolne do pełnienia funkcji kierowniczych oraz podejmowania decyzji strategicznych.

Na poziomie regionalnym obserwuje się zapotrzebowanie na wysoko wykwalifikowanych absolwentów kierunków ekonomicznych i menedżerskich, zdolnych do zarządzania rozwojem organizacji, projektowania strategii oraz wdrażania innowacyjnych rozwiązań, w szczególności w województwie podlaskim oraz w powiecie łomżyńskim i mieście Łomża.

Kierunek Zarządzanie (II stopień) o profilu praktycznym odpowiada na te potrzeby poprzez oferowanie zróżnicowanych ścieżek rozwoju (Strategiczne zarządzanie w handlu i usługach, Strategiczne zarządzanie finansami przedsiębiorstwa, Strategiczne zarządzanie projektami), umożliwiających zdobycie zaawansowanych kompetencji dostosowanych do wymagań współczesnego rynku pracy oraz potrzeb lokalnej i regionalnej gospodarki. Program studiów zapewnia przygotowanie absolwentów do pełnienia funkcji menedżerskich i eksperckich w organizacjach oraz do strategicznego prowadzenia własnej działalności gospodarczej.

Konsultacje dotyczące programu studiów

Przy doskonaleniu programu studiów drugiego stopnia na kierunku Zarządzanie uwzględniany jest kompleksowy i systemowy proces konsultacji realizowany w ramach funkcjonującego w Uczelni systemu zapewniania jakości kształcenia. Proces ten ma charakter ciągły i obejmuje monitorowanie, analizę oraz doskonalenie programu studiów z udziałem interesariuszy wewnętrznych i zewnętrznych, ze szczególnym uwzględnieniem potrzeb związanych z przygotowaniem absolwentów do pełnienia funkcji menedżerskich i eksperckich.

Kluczową rolę w tym zakresie odgrywa Kierownik Zakładu, który odpowiada za inicjowanie i koordynowanie działań związanych z przeglądem oraz aktualizacją programu studiów, w tym jego dostosowaniem do wymogów kształcenia na poziomie zaawansowanym. Istotnym elementem procesu są także działania Rady Programowej Kierunku Studiów, której zadaniem jest opiniowanie efektów uczenia się oraz proponowanych zmian w programie studiów, ze szczególnym uwzględnieniem ich zgodności z potrzebami rynku pracy oraz oczekiwaniami interesariuszy zewnętrznych, w tym w zakresie kompetencji strategicznych i analitycznych.

W proces doskonalenia programu studiów zaangażowani są również nauczyciele akademiccy reprezentujący dyscypliny naukowe przyporządkowane do kierunku Zarządzanie, którzy dokonują systematycznej weryfikacji treści programowych, z uwzględnieniem ich aktualności, zaawansowania oraz adekwatności do zmieniającego się otoczenia gospodarczego, a także

stosowanych metod dydaktycznych, w tym metod problemowych, projektowych i analitycznych.

Istotne znaczenie mają także konsultacje z interesariuszami zewnętrznymi, w szczególności przedstawicielami pracodawców i instytucji otoczenia społeczno-gospodarczego, reprezentującymi podmioty właściwe dla zawodów i stanowisk kierowniczych oraz eksperckich, do wykonywania których przygotowywani są absolwenci w ramach ścieżek rozwoju.

W procesie doskonalenia programu uwzględnia się również opinie studentów i absolwentów, pozyskiwane w ramach badań ankietowych, konsultacji oraz innych form ewaluacji, co umożliwia ocenę stopnia realizacji efektów uczenia się na poziomie zaawansowanym, w tym w zakresie umiejętności analitycznych, decyzyjnych i strategicznych oraz przydatności kompetencji zdobywanych w toku studiów.

W opracowaniu oraz doskonaleniu koncepcji kształcenia, a także w dostosowywaniu programów studiów do aktualnych wymogów formalno-prawnych, kluczową rolę odgrywają władze Wydziału, w szczególności Dziekan i Prodziekan, sprawujący nadzór nad jakością procesu kształcenia oraz jego zgodnością z przyjętymi standardami kształcenia na poziomie studiów drugiego stopnia.

System zapewniania jakości kształcenia obejmuje ponadto działania Uczelnianej Rady ds. Jakości Kształcenia oraz Wydziałowej Komisji ds. Jakości Kształcenia, które prowadzą systematyczne monitorowanie, ocenę i doskonalenie programów studiów, w tym analizę zgodności efektów uczenia się z Polską Ramą Kwalifikacji (PRK – poziom 7) oraz wymaganiami rynku pracy.

Wsparcie organizacyjne i administracyjne procesu zapewnia Dział Kształcenia i Spraw Studenckich oraz inne jednostki Uczelni uczestniczące w realizacji procesu dydaktycznego. Zintegrowane działania wszystkich wskazanych podmiotów umożliwiają realizację zasady ciągłego doskonalenia (continuous improvement), zapewniając wysoką jakość kształcenia oraz dostosowanie programu studiów do zmieniających się uwarunkowań społeczno-gospodarczych oraz wyzwań związanych z zarządzaniem w warunkach złożoności i niepewności.

Efekty uczenia się

Kierunkowe efekty uczenia się

Objaśnienie oznaczeń:

P – poziom PRK
U – charakterystyka uniwersalna
W – wiedza
    W zakresie wiedzy:
        G – zakres i głębia
        K – kontekst
U – umiejętności
    W zakresie umiejętności:
        W – wykorzystanie wiedzy
        K – komunikowanie się
        O – organizacja pracy
        U – uczenie się
K – kompetencje społeczne
    W zakresie kompetencji społecznych:
        K – oceny / krytyczne podejście
        O – odpowiedzialność
        R – rola zawodowa

Wprowadzone zmiany w kierunkowych efektach uczenia się mają charakter doprecyzowujący, aktualizujący i doskonalący. Nie zmieniają istoty ani struktury efektów uczenia się, lecz służą ich lepszemu dostosowaniu do aktualnych potrzeb rynku pracy oraz praktyki zarządzania. Modyfikacje polegają przede wszystkim na uszczegółowieniu zapisów dotyczących wykorzystywania danych, narzędzi analitycznych, cyfrowych i informatycznych, a także wspierania procesów decyzyjnych w organizacjach.

Zmiany wzmacniają praktyczny wymiar kształcenia, zwiększają czytelność efektów uczenia się oraz poprawiają ich spójność z treściami programowymi, metodami dydaktycznymi i sposobami weryfikacji osiągnięcia efektów. Nie powodują zmiany profilu studiów, poziomu kształcenia, koncepcji kształcenia ani zasadniczych kompetencji absolwenta.

Tabela 2. Kierunkowe efekty uczenia się z odniesieniem do charakterystyk drugiego stopnia PRK

Symbol kierunkowych efektów uczenia się	OPIS KIERUNKOWYCH EFEKTÓW UCZENIA SIĘ	Odniesienie do charakterystyk drugiego stopnia PRK		Nazwa zajęć, w ramach których realizowany jest dany efekt uczenia się
		Charakterystyki drugiego stopnia typowe dla kwalifikacji uzyskiwanych w ramach szkolnictwa wyższego (S)	Uniwersalna charakterystyka pierwszego stopnia (U)	
WIEDZA Absolwent po ukończeniu kierunku studiów **zna i rozumie:**				
K_W01	w pogłębionym stopniu zna i rozumie uwarunkowania, prawa i zasady organizacji i zarządzania, w tym uwarunkowania ekonomiczne, oraz ich zastosowanie w działalności zawodowej	PS7_WG	P7U_W	Obciążenia publiczno-prawne przedsiębiorstw Ocena kondycji finansowej przedsiębiorstw Psychologia klienta Rachunkowość zarządcza Zamówienia publiczne Zarządzanie jakością w handlu i usługach Zarządzanie procesami w handlu i usługach
K_W02	w pogłębionym stopniu zna i rozumie istotę struktur organizacyjnych, ich ewolucję oraz mechanizmy zmian i praktyczne aspekty procesu tworzenia i przekształcania struktur, potrafi przewidzieć ich konsekwencje	PS7_WG	P7U_W	Zarządzanie zmianą i rozwojem przedsiębiorstwa Zarządzanie łańcuchem wartości Ocena kondycji finansowej przedsiębiorstw Zarządzanie jakością w handlu i usługach Zarządzanie projektami inwestycyjnymi
K_W03	w pogłębionym stopniu zna i rozumie zasady funkcjonowania organizacji na rynku krajowym i międzynarodowym oraz ich uwarunkowania ekonomiczne, prawne i społeczne	PS7_WG	P7U_W	CRM i SRM w handlu i usługach Doświadczenia klienta Logistyczne aspekty obsługi klienta Marketing logistyczny Marketing międzynarodowy Negocjacje handlowe Ocena kondycji finansowej przedsiębiorstw Prawo gospodarcze Psychologia klienta Rynek pracy

Symbol kierunkowych efektów uczenia się	OPIS KIERUNKOWYCH EFEKTÓW UCZENIA SIĘ	Odniesienie do charakterystyk drugiego stopnia PRK		Nazwa zajęć, w ramach których realizowany jest dany efekt uczenia się
		Charakterystyki drugiego stopnia typowe dla kwalifikacji uzyskiwanych w ramach szkolnictwa wyższego (S)	Uniwersalna charakterystyka pierwszego stopnia (U)	
				Sektor usług logistycznych Strategiczne zarządzanie marketingowe w handlu i usługach Strategie e-commerce Strategie firm rodzinnych Zarządzanie łańcuchem wartości Zarządzanie personelem handlowym Zarządzanie przestrzenią sprzedaży Zarządzanie strategiczne
K_W04	w pogłębionym stopniu zna i rozumie relacje zachodzące pomiędzy przedsiębiorstwami na rynku krajowym i zagranicznym, zarówno o charakterze współpracy, jak i konkurencji oraz praktyczne zastosowanie modeli współpracy i konkurencji w działalności firmy	PS7_WG	P7U_W	CRM i SRM w handlu i usługach Marketing międzynarodowy Projektowanie i modelowanie łańcuchów dostaw Sektor usług logistycznych Strategiczne zarządzanie marketingowe w handlu i usługach System SRM i CRM Zarządzanie strategiczne
K_W05	w pogłębionym stopniu zna i rozumie rolę człowieka w tworzeniu i przekształcaniu kultury organizacyjnej oraz uwarunkowania i mechanizmy zarządzania wielokulturowością	PS7_WG	P7U_W	Etyka menedżerska i społeczna odpowiedzialność biznesu Nowe tendencje w ZZL Przywództwo i zarządzanie zespołem projektowym Psychologia klienta Zarządzanie projektami miękkimi Zarządzanie zespołem sprzedażowym
K_W06	w pogłębionym stopniu zna i rozumie narzędzia modelowania procesów zachodzących w organizacji oraz znaczenie i sposoby wykorzystania	PS7_WG	P7U_W	Analityka decyzji menedżerskich Badanie skuteczności obsługi klienta Doświadczenia klienta Finanse przedsiębiorstwa

Symbol kierunkowych efektów uczenia się	OPIS KIERUNKOWYCH EFEKTÓW UCZENIA SIĘ	Odniesienie do charakterystyk drugiego stopnia PRK		Nazwa zajęć, w ramach których realizowany jest dany efekt uczenia się
		Charakterystyki drugiego stopnia typowe dla kwalifikacji uzyskiwanych w ramach szkolnictwa wyższego (S)	Uniwersalna charakterystyka pierwszego stopnia (U)	
	modelowania w zarządzaniu organizacjami			Instytucje i instrumenty finansowe Metody ilościowe w zarządzaniu Metody oceny projektów inwestycyjnych Metodyka badań w zarządzaniu Metodyki przygotowania projektów Myślenie projektowe Projektowanie i modelowanie łańcuchów dostaw Rachunkowość zarządcza Strategie finansowania przedsiębiorstw Współczesne koncepcje zarządzania Zarządzanie projektami
K_W07	w pogłębionym stopniu zna i rozumie znaczenie kluczowych zasobów organizacji, w tym zasobów finansowych, ludzkich i informacyjnych	PS7_WG	P7U_W	Budżetowanie, kontroling i ryzyko projektowe Finanse przedsiębiorstwa Instytucje i instrumenty finansowe Logistyczne aspekty obsługi klienta Metody oceny projektów inwestycyjnych Metodyki przygotowania projektów Nowe tendencje w ZZL Ocena kondycji finansowej przedsiębiorstw Rachunkowość zarządcza Rynek pracy Strategie finansowania przedsiębiorstw Transport i gospodarka magazynowa

Symbol kierunkowych efektów uczenia się	OPIS KIERUNKOWYCH EFEKTÓW UCZENIA SIĘ	Odniesienie do charakterystyk drugiego stopnia PRK		Nazwa zajęć, w ramach których realizowany jest dany efekt uczenia się
		Charakterystyki drugiego stopnia typowe dla kwalifikacji uzyskiwanych w ramach szkolnictwa wyższego (S)	Uniwersalna charakterystyka pierwszego stopnia (U)	
				Zarządzanie łańcuchem wartości Zarządzanie personelem handlowym Zarządzanie projektami biznesowymi Zarządzanie projektami inwestycyjnymi Zarządzanie projektami miękkimi Zarządzanie zespołem sprzedażowym
K_W08	w pogłębionym stopniu zna i rozumie mechanizmy zmian organizacyjnych, ich uwarunkowania, bariery, rolę przywództwa oraz metody projektowania, wdrażania i oceny skuteczności zmian w organizacji	PS7_WG	P7U_W	Ład korporacyjny i nadzór właścicielski Przywództwo i zarządzanie zespołem projektowym Zarządzanie jakością w handlu i usługach Zarządzanie procesami w handlu i usługach Zarządzanie projektami Zarządzanie projektami miękkimi Zarządzanie wartością przedsiębiorstwa Zarządzanie zmianą i rozwojem przedsiębiorstwa
K_W09	w pogłębionym stopniu zna i rozumie ewolucję poglądów dotyczących zarządzania organizacjami	PS7_WG	P7U_W	Seminarium dyplomowe i przygotowanie pracy dyplomowej Współczesne koncepcje zarządzania Zarządzanie strategiczne
K_W10	zna i rozumie zewnętrzne i wewnętrzne uwarunkowania rozwoju współczesnej organizacji, w tym mechanizmy ładu organizacyjnego,	PS7_WK	P7U_W	Budżetowanie, kontroling i ryzyko projektowe Etyka menedżerska i społeczna odpowiedzialność biznesu Finanse przedsiębiorstwa

Symbol kierunkowych efektów uczenia się	OPIS KIERUNKOWYCH EFEKTÓW UCZENIA SIĘ	Odniesienie do charakterystyk drugiego stopnia PRK		Nazwa zajęć, w ramach których realizowany jest dany efekt uczenia się
		Charakterystyki drugiego stopnia typowe dla kwalifikacji uzyskiwanych w ramach szkolnictwa wyższego (S)	Uniwersalna charakterystyka pierwszego stopnia (U)	
	governance, compliance oraz ich znaczenie w formułowaniu strategii organizacji			Instytucje i instrumenty finansowe Prawo gospodarcze Sektor usług logistycznych Strategie firm rodzinnych Warsztaty strategiczne Warsztaty strategiczne Zarządzanie łańcuchem wartości Zarządzanie personelem handlowym Zarządzanie projektami Zarządzanie projektami biznesowymi Zarządzanie projektami inwestycyjnymi Zarządzanie przestrzenią sprzedaży Zarządzanie strategiczne Zarządzanie własnością intelektualną
K_W11	zna uwarunkowania i zasady z zakresu ochrony własności intelektualnej i prawa autorskiego oraz rozumie konieczność zarządzania zasobami własności intelektualnej w odniesieniu do nauk o zarządzaniu i jakości	PS7_WK	P7U_W	Seminarium dyplomowe Seminarium dyplomowe i przygotowanie pracy dyplomowej Zarządzanie własnością intelektualną
K_W12	zna i rozumie zasady tworzenia i prowadzenia działalności gospodarczej, odwołując się do wiedzy z zakresu zarządzania, ekonomii i finansów oraz prawa	PS7_WK	P7U_W	Obciążenia publiczno-prawne przedsiębiorstw Prawo gospodarcze Seminarium dyplomowe Zamówienia publiczne Zarządzanie własnością intelektualną
K_W13	zna i rozumie rolę technologii cyfrowych, sztucznej inteligencji oraz analityki danych w	PS7_WG	P7U_W	Analityka decyzji menedżerskich Badanie skuteczności obsługi klienta

Symbol kierunkowych efektów uczenia się	OPIS KIERUNKOWYCH EFEKTÓW UCZENIA SIĘ	Odniesienie do charakterystyk drugiego stopnia PRK		Nazwa zajęć, w ramach których realizowany jest dany efekt uczenia się
		Charakterystyki drugiego stopnia typowe dla kwalifikacji uzyskiwanych w ramach szkolnictwa wyższego (S)	Uniwersalna charakterystyka pierwszego stopnia (U)	
	zarządzaniu współczesnymi organizacjami.			CRM i SRM w handlu i usługach Doświadczenia klienta Logistyczne aspekty obsługi klienta Ład korporacyjny i nadzór właścicielski Marketing logistyczny Metody ilościowe w zarządzaniu Metodyka badań w zarządzaniu Narzędzia cyfrowe w zarządzaniu projektami Projektowanie i modelowanie łańcuchów dostaw Seminarium dyplomowe Strategie e-commerce System SRM i CRM Sztuczna inteligencja i technologie cyfrowe w zarządzaniu Transport i gospodarka magazynowa Współczesne koncepcje zarządzania Zarządzanie procesami w handlu i usługach
UMIEJĘTNOŚCI Absolwent po ukończeniu kierunku studiów **potrafi:**				
K_U01	potrafi właściwie analizować, interpretować i wyjaśniać zjawiska oraz uwarunkowania społeczne, kulturowe, ekonomiczne, prawne i polityczne wpływające na funkcjonowanie organizacji oraz podejmować odpowiednie decyzje menedżerskie, korzystając z właściwie dobranych koncepcji	P7S_UW	P7U_U	Analityka decyzji menedżerskich Doświadczenia klienta Etyka menedżerska i społeczna odpowiedzialność biznesu Logistyczne aspekty obsługi klienta Marketing międzynarodowy Metodyki przygotowania projektów Myślenie projektowe

Symbol kierunkowych efektów uczenia się	OPIS KIERUNKOWYCH EFEKTÓW UCZENIA SIĘ	Odniesienie do charakterystyk drugiego stopnia PRK		Nazwa zajęć, w ramach których realizowany jest dany efekt uczenia się
		Charakterystyki drugiego stopnia typowe dla kwalifikacji uzyskiwanych w ramach szkolnictwa wyższego (S)	Uniwersalna charakterystyka pierwszego stopnia (U)	
	teoretycznych i metod analitycznych			Negocjacje handlowe Obciążenia publiczno-prawne przedsiębiorstw Ocena kondycji finansowej przedsiębiorstw Prawo gospodarcze Psychologia klienta Rachunkowość zarządcza Rynek pracy Seminarium dyplomowe Seminarium dyplomowe i przygotowanie pracy dyplomowej Strategiczne zarządzanie marketingowe w handlu i usługach Strategie e-commerce Strategie firm rodzinnych Warsztaty strategiczne Warsztaty strategiczne Zamówienia publiczne Zarządzanie łańcuchem wartości Zarządzanie personelem handlowym Zarządzanie procesami w handlu i usługach Zarządzanie projektami Zarządzanie projektami biznesowymi Zarządzanie projektami miękkimi Zarządzanie własnością intelektualną Zarządzanie zmianą i rozwojem przedsiębiorstwa
K_U02	potrafi dobierać i stosować właściwe metody i narzędzia, w	P7S_UW	P7U_U	Analityka decyzji menedżerskich

Symbol kierunkowych efektów uczenia się	OPIS KIERUNKOWYCH EFEKTÓW UCZENIA SIĘ	Odniesienie do charakterystyk drugiego stopnia PRK		Nazwa zajęć, w ramach których realizowany jest dany efekt uczenia się
		Charakterystyki drugiego stopnia typowe dla kwalifikacji uzyskiwanych w ramach szkolnictwa wyższego (S)	Uniwersalna charakterystyka pierwszego stopnia (U)	
	tym zaawansowane narzędzia cyfrowe, analityczne, systemy business intelligence oraz rozwiązania sztucznej inteligencji, do analizy procesów i zjawisk zachodzących w organizacji oraz jej otoczeniu, a także formułować praktyczne rekomendacje decyzyjne			Badanie skuteczności obsługi klienta Budżetowanie, kontroling i ryzyko projektowe CRM i SRM w handlu i usługach Doświadczenia klienta Finanse przedsiębiorstwa Instytucje i instrumenty finansowe Logistyczne aspekty obsługi klienta Marketing logistyczny Marketing międzynarodowy Metody ilościowe w zarządzaniu Metody oceny projektów inwestycyjnych Metodyka badań w zarządzaniu Metodyki przygotowania projektów Myślenie projektowe Narzędzia cyfrowe w zarządzaniu projektami Obciążenia publiczno-prawne przedsiębiorstw Ocena kondycji finansowej przedsiębiorstw Projektowanie i modelowanie łańcuchów dostaw Rachunkowość zarządcza Rynek pracy Sektor usług logistycznych Seminarium dyplomowe Strategiczne symulacje biznesowe Strategiczne zarządzanie marketingowe w handlu i usługach

Symbol kierunkowych efektów uczenia się	OPIS KIERUNKOWYCH EFEKTÓW UCZENIA SIĘ	Odniesienie do charakterystyk drugiego stopnia PRK		Nazwa zajęć, w ramach których realizowany jest dany efekt uczenia się
		Charakterystyki drugiego stopnia typowe dla kwalifikacji uzyskiwanych w ramach szkolnictwa wyższego (S)	Uniwersalna charakterystyka pierwszego stopnia (U)	
				Strategie e-commerce Strategie finansowania przedsiębiorstw Strategie firm rodzinnych System SRM i CRM Sztuczna inteligencja i technologie cyfrowe w zarządzaniu Transport i gospodarka magazynowa Warsztaty strategiczne Warsztaty strategiczne Zarządzanie jakością w handlu i usługach Zarządzanie łańcuchem wartości Zarządzanie personelem handlowym Zarządzanie procesami w handlu i usługach Zarządzanie projektami Zarządzanie projektami inwestycyjnymi Zarządzanie przestrzenią sprzedaży Zarządzanie strategiczne Zarządzanie wartością przedsiębiorstwa Zarządzanie zespołem sprzedażowym
K_U03	potrafi analizować, formułować i krytycznie oceniać strategie organizacji na poziomie strategii ogólnej, strategii jednostki gospodarczej oraz strategii funkcjonalnych, z uwzględnieniem warunków	P7S_UW	P7U_U	Marketing międzynarodowy Obciążenia publiczno-prawne przedsiębiorstw Sektor usług logistycznych Seminarium dyplomowe Strategiczne symulacje biznesowe

Symbol kierunkowych efektów uczenia się	OPIS KIERUNKOWYCH EFEKTÓW UCZENIA SIĘ	Odniesienie do charakterystyk drugiego stopnia PRK		Nazwa zajęć, w ramach których realizowany jest dany efekt uczenia się
		Charakterystyki drugiego stopnia typowe dla kwalifikacji uzyskiwanych w ramach szkolnictwa wyższego (S)	Uniwersalna charakterystyka pierwszego stopnia (U)	
	zmienności i niepewności otoczenia			Strategiczne zarządzanie marketingowe w handlu i usługach Strategie firm rodzinnych Zarządzanie łańcuchem wartości Zarządzanie personelem handlowym Zarządzanie projektami biznesowymi Zarządzanie projektami inwestycyjnymi Zarządzanie strategiczne
K_U04	wykorzystując praktyczne metody badawcze, analityczne oraz dane organizacyjne potrafi opracować rozwiązanie złożonego problemu w organizacji, dokonać krytycznej oceny skuteczności proponowanych rozwiązań oraz ich konsekwencji	P7S_UW	P7U_U	Badanie skuteczności obsługi klienta Budżetowanie, kontroling i ryzyko projektowe Doświadczenia klienta Etyka menedżerska i społeczna odpowiedzialność biznesu Finanse przedsiębiorstwa Instytucje i instrumenty finansowe Logistyczne aspekty obsługi klienta Marketing logistyczny Marketing międzynarodowy Metody ilościowe w zarządzaniu Metody oceny projektów inwestycyjnych Metodyka badań w zarządzaniu Metodyki przygotowania projektów Myślenie projektowe Ocena kondycji finansowej przedsiębiorstw Prawo gospodarcze

Symbol kierunkowych efektów uczenia się	OPIS KIERUNKOWYCH EFEKTÓW UCZENIA SIĘ	Odniesienie do charakterystyk drugiego stopnia PRK		Nazwa zajęć, w ramach których realizowany jest dany efekt uczenia się
		Charakterystyki drugiego stopnia typowe dla kwalifikacji uzyskiwanych w ramach szkolnictwa wyższego (S)	Uniwersalna charakterystyka pierwszego stopnia (U)	
				Projektowanie i modelowanie łańcuchów dostaw Przywództwo i zarządzanie zespołem projektowym Rachunkowość zarządcza Rynek pracy Sektor usług logistycznych Seminarium dyplomowe Seminarium dyplomowe i przygotowanie pracy dyplomowej Strategiczne symulacje biznesowe Strategiczne zarządzanie marketingowe w handlu i usługach Strategie e-commerce Strategie finansowania przedsiębiorstw System SRM i CRM Sztuczna inteligencja i technologie cyfrowe w zarządzaniu Transport i gospodarka magazynowa Warsztaty strategiczne Warsztaty strategiczne Współczesne koncepcje zarządzania Zarządzanie jakością w handlu i usługach Zarządzanie łańcuchem wartości Zarządzanie personelem handlowym Zarządzanie procesami w handlu i usługach Zarządzanie projektami

Symbol kierunkowych efektów uczenia się	OPIS KIERUNKOWYCH EFEKTÓW UCZENIA SIĘ	Odniesienie do charakterystyk drugiego stopnia PRK		Nazwa zajęć, w ramach których realizowany jest dany efekt uczenia się
		Charakterystyki drugiego stopnia typowe dla kwalifikacji uzyskiwanych w ramach szkolnictwa wyższego (S)	Uniwersalna charakterystyka pierwszego stopnia (U)	
				Zarządzanie projektami biznesowymi Zarządzanie projektami inwestycyjnymi Zarządzanie projektami miękkimi Zarządzanie przestrzenią sprzedaży Zarządzanie strategiczne Zarządzanie własnością intelektualną Zarządzanie zespołem sprzedażowym Zarządzanie zmianą i rozwojem przedsiębiorstwa
K_U05	potrafi skutecznie komunikować się w tematyce zawodowej ze współpracownikami, kontrahentami, klientami oraz interesariuszami organizacji	P7S_UK	P7U_U	CRM i SRM w handlu i usługach Ład korporacyjny i nadzór właścicielski Negocjacje handlowe Przywództwo i zarządzanie zespołem projektowym Seminarium dyplomowe Współczesne koncepcje zarządzania
K_U06	potrafi przygotować wysokiej jakości dokument pisemny, w tym opracowanie analityczne lub studium przypadku dotyczące problemu zarządczego w zakresie tematyki zarządzania oraz ustne wystąpienie z wykorzystaniem profesjonalnych terminów i pojęć z zakresu zarządzania oraz ekonomii i finansów, a także prowadzić w tym zakresie zebranie, konferencję czy debatę	P7S_UK	P7U_U	Badanie skuteczności obsługi klienta Budżetowanie, kontroling i ryzyko projektowe CRM i SRM w handlu i usługach Doświadczenia klienta Finanse przedsiębiorstwa Logistyczne aspekty obsługi klienta Ład korporacyjny i nadzór właścicielski Marketing logistyczny Marketing międzynarodowy

Symbol kierunkowych efektów uczenia się	OPIS KIERUNKOWYCH EFEKTÓW UCZENIA SIĘ	Odniesienie do charakterystyk drugiego stopnia PRK		Nazwa zajęć, w ramach których realizowany jest dany efekt uczenia się
		Charakterystyki drugiego stopnia typowe dla kwalifikacji uzyskiwanych w ramach szkolnictwa wyższego (S)	Uniwersalna charakterystyka pierwszego stopnia (U)	
				Metody ilościowe w zarządzaniu Metody oceny projektów inwestycyjnych Metodyka badań w zarządzaniu Metodyki przygotowania projektów Myślenie projektowe Narzędzia cyfrowe w zarządzaniu projektami Negocjacje handlowe Nowe tendencje w ZZL Obciążenia publiczno-prawne przedsiębiorstw Ocena kondycji finansowej przedsiębiorstw Prawo gospodarcze Projektowanie i modelowanie łańcuchów dostaw Przywództwo i zarządzanie zespołem projektowym Seminarium dyplomowe Seminarium dyplomowe i przygotowanie pracy dyplomowej Strategiczne zarządzanie marketingowe w handlu i usługach Strategie e-commerce Strategie finansowania przedsiębiorstw Strategie firm rodzinnych System SRM i CRM Transport i gospodarka magazynowa Zamówienia publiczne Zarządzanie jakością w handlu i usługach

Symbol kierunkowych efektów uczenia się	OPIS KIERUNKOWYCH EFEKTÓW UCZENIA SIĘ	Odniesienie do charakterystyk drugiego stopnia PRK		Nazwa zajęć, w ramach których realizowany jest dany efekt uczenia się
		Charakterystyki drugiego stopnia typowe dla kwalifikacji uzyskiwanych w ramach szkolnictwa wyższego (S)	Uniwersalna charakterystyka pierwszego stopnia (U)	
				Zarządzanie łańcuchem wartości Zarządzanie personelem handlowym Zarządzanie procesami w handlu i usługach Zarządzanie projektami Zarządzanie projektami biznesowymi Zarządzanie projektami inwestycyjnymi Zarządzanie projektami miękkimi Zarządzanie przestrzenią sprzedaży Zarządzanie strategiczne Zarządzanie wartością przedsiębiorstwa Zarządzanie własnością intelektualną Zarządzanie zespołem sprzedażowym
K_U07	potrafi posługiwać się językiem obcym na poziomie B2+ Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego, w tym w zakresie specjalistycznej terminologii	P7S_UK	P7U_U	Język obcy*
K_U08	potrafi kierować pracą zespołu zadaniowego i komórki organizacyjnej, pełnić różne role w zespole, skutecznie współpracować z innymi członkami zespołu, a także zarządzać zasobami organizacji w warunkach zmiany i niepewności	P7S_UO	P7U_U	Przywództwo i zarządzanie zespołem projektowym Strategiczne symulacje biznesowe Transport i gospodarka magazynowa Zarządzanie procesami w handlu i usługach Zarządzanie projektami

Symbol kierunkowych efektów uczenia się	OPIS KIERUNKOWYCH EFEKTÓW UCZENIA SIĘ	Odniesienie do charakterystyk drugiego stopnia PRK		Nazwa zajęć, w ramach których realizowany jest dany efekt uczenia się
		Charakterystyki drugiego stopnia typowe dla kwalifikacji uzyskiwanych w ramach szkolnictwa wyższego (S)	Uniwersalna charakterystyka pierwszego stopnia (U)	
				Zarządzanie wartością przedsiębiorstwa Zarządzanie zespołem sprzedażowym Zarządzanie zmianą i rozwojem przedsiębiorstwa
K_U09	potrafi samodzielnie planować i realizować proces uczenia się przez całe życie oraz inspirować i organizować proces uczenia się innych osób	P7S_UU	P7U_U	Nowe tendencje w ZZL Seminarium dyplomowe i przygotowanie pracy dyplomowej
K_U10	potrafi wykorzystywać dane, narzędzia analityczne oraz rozwiązania cyfrowe i AI do wspomagania procesów decyzyjnych w organizacji	P7S_UW	P7U_U	Analityka decyzji menedżerskich Finanse przedsiębiorstwa Metodyka badań w zarządzaniu Narzędzia cyfrowe w zarządzaniu projektami Ocena kondycji finansowej przedsiębiorstw System SRM i CRM Sztuczna inteligencja i technologie cyfrowe w zarządzaniu Współczesne koncepcje zarządzania
KOMPETENCJE SPOŁECZNE Absolwent po ukończeniu kierunku studiów **jest gotów do:**				
K_K01	jest gotów do tworzenia i rozwijania wzorów właściwego postępowania w środowisku pracy i do krytycznej oceny siebie oraz zespołu; do przewodzenia grupie i ponoszenia za nią odpowiedzialności	P7S_KK	P7U_K	Narzędzia cyfrowe w zarządzaniu projektami Przywództwo i zarządzanie zespołem projektowym Strategiczne symulacje biznesowe Transport i gospodarka magazynowa Zarządzanie jakością w handlu i usługach

Symbol kierunkowych efektów uczenia się	OPIS KIERUNKOWYCH EFEKTÓW UCZENIA SIĘ	Odniesienie do charakterystyk drugiego stopnia PRK		Nazwa zajęć, w ramach których realizowany jest dany efekt uczenia się
		Charakterystyki drugiego stopnia typowe dla kwalifikacji uzyskiwanych w ramach szkolnictwa wyższego (S)	Uniwersalna charakterystyka pierwszego stopnia (U)	
				Zarządzanie procesami w handlu i usługach Zarządzanie projektami Zarządzanie przestrzenią sprzedaży Zarządzanie zespołem sprzedażowym Zarządzanie zmianą i rozwojem przedsiębiorstwa
K_K02	jest gotów do uznania znaczenia wiedzy w rozwiązywaniu problemów występujących w organizacji oraz skutecznego uzasadniania ocen i opinii, a także proponowanych rozwiązań, zasięgania opinii ekspertów dysponujących wiedzą niedostępną w organizacji	P7S_KK	P7U_K	Analityka decyzji menedżerskich Badanie skuteczności obsługi klienta Budżetowanie, kontroling i ryzyko projektowe Finanse przedsiębiorstwa Instytucje i instrumenty finansowe Logistyczne aspekty obsługi klienta Marketing logistyczny Metody ilościowe w zarządzaniu Metody oceny projektów inwestycyjnych Metodyka badań w zarządzaniu Metodyki przygotowania projektów Nowe tendencje w ZZL Obciążenia publiczno-prawne przedsiębiorstw Ocena kondycji finansowej przedsiębiorstw Prawo gospodarcze Projektowanie i modelowanie łańcuchów dostaw Rachunkowość zarządcza Rynek pracy Sektor usług logistycznych

Symbol kierunkowych efektów uczenia się	OPIS KIERUNKOWYCH EFEKTÓW UCZENIA SIĘ	Odniesienie do charakterystyk drugiego stopnia PRK		Nazwa zajęć, w ramach których realizowany jest dany efekt uczenia się
		Charakterystyki drugiego stopnia typowe dla kwalifikacji uzyskiwanych w ramach szkolnictwa wyższego (S)	Uniwersalna charakterystyka pierwszego stopnia (U)	
				Strategie finansowania przedsiębiorstw Strategie firm rodzinnych System SRM i CRM Warsztaty strategiczne Warsztaty strategiczne Zamówienia publiczne Zarządzanie łańcuchem wartości Zarządzanie personelem handlowym Zarządzanie procesami w handlu i usługach Zarządzanie projektami Zarządzanie projektami biznesowymi Zarządzanie projektami inwestycyjnymi Zarządzanie projektami miękkimi Zarządzanie własnością intelektualną
K_K03	jest gotów do określania priorytetów służących realizacji określonego zadania w organizacji, z uwzględnieniem zasad społecznej odpowiedzialności, etycznego zarządzania oraz zrównoważonego rozwoju	P7S_KK	P7U_K	Budżetowanie, kontroling i ryzyko projektowe Etyka menedżerska i społeczna odpowiedzialność biznesu Strategiczne symulacje biznesowe Zarządzanie strategiczne
K_K04	jest gotów do identyfikowania i rozstrzygania dylematów w procesie zarządzania oraz dokonywania przy tym oceny konsekwencji dla otoczenia organizacji	P7S_KO	P7U_K	Analityka decyzji menedżerskich Etyka menedżerska i społeczna odpowiedzialność biznesu Obciążenia publiczno-prawne przedsiębiorstw Sztuczna inteligencja i technologie cyfrowe w zarządzaniu

Symbol kierunkowych efektów uczenia się	OPIS KIERUNKOWYCH EFEKTÓW UCZENIA SIĘ	Odniesienie do charakterystyk drugiego stopnia PRK		Nazwa zajęć, w ramach których realizowany jest dany efekt uczenia się
		Charakterystyki drugiego stopnia typowe dla kwalifikacji uzyskiwanych w ramach szkolnictwa wyższego (S)	Uniwersalna charakterystyka pierwszego stopnia (U)	
				Współczesne koncepcje zarządzania
K_K05	jest gotów do wcielania pomysłów do praktyki dla osiągnięcia zamierzonych celów oraz realizacji projektów o istotnym znaczeniu społecznym, wykazując się przy tym inicjatywnością i przedsiębiorczością	P7S_KO	P7U_K	CRM i SRM w handlu i usługach Doświadczenia klienta Ład korporacyjny i nadzór właścicielski Marketing międzynarodowy Myślenie projektowe Prawo gospodarcze Seminarium dyplomowe i przygotowanie pracy dyplomowej Strategiczne zarządzanie marketingowe w handlu i usługach Strategie e-commerce Transport i gospodarka magazynowa Zarządzanie procesami w handlu i usługach Zarządzanie projektami biznesowymi Zarządzanie projektami inwestycyjnymi Zarządzanie projektami miękkimi Zarządzanie przestrzenią sprzedaży Zarządzanie zespołem sprzedażowym
K_K06	jest gotów do odpowiedzialnego pełnienia ról zawodowych, w tym szczególnie roli kierownika, przyczyniania się do rozwijania dorobku zawodu menedżera i podtrzymywania etosu zawodu, a także przestrzegania i rozwijania	P7S_KR	P7U_K	Etyka menedżerska i społeczna odpowiedzialność biznesu Metodyka badań w zarządzaniu Negocjacje handlowe Przywództwo i zarządzanie zespołem projektowym Seminarium dyplomowe

Symbol kierunkowych efektów uczenia się	OPIS KIERUNKOWYCH EFEKTÓW UCZENIA SIĘ	Odniesienie do charakterystyk drugiego stopnia PRK		Nazwa zajęć, w ramach których realizowany jest dany efekt uczenia się
		Charakterystyki drugiego stopnia typowe dla kwalifikacji uzyskiwanych w ramach szkolnictwa wyższego (S)	Uniwersalna charakterystyka pierwszego stopnia (U)	
	zasad etyki zawodowej oraz działania na rzecz przestrzegania tych zasad			Sztuczna inteligencja i technologie cyfrowe w zarządzaniu Zarządzanie własnością intelektualną

Ramowy program studiów

Ramowy program studiów, przedstawiony w tabeli 3, uwzględnia liczbę godzin zajęć realizowanych na studiach stacjonarnych i niestacjonarnych oraz przypisane im punkty ECTS. Zawiera także wykaz zajęć kształtujących umiejętności praktyczne oraz zajęć prowadzonych w ramach dyscyplin, do których przypisany jest kierunek studiów wraz z określeniem procentowego udziału przypisanych do nich punktów ECTS w całkowitej liczbie punktów wymaganych do ukończenia studiów na tym poziomie.

Tabela 3. Wykaz zajęć realizowanych w cyklu kształcenia na studiach stacjonarnych i niestacjonarnych, z uwzględnieniem liczby godzin, przypisanych punktów ECTS oraz rodzaju zajęć (kształtujących umiejętności praktyczne, z zakresu dyscypliny lub dyscyplin)[8]

Grupa przedmiotów / Nazwa przedmiotu	ECTS	Liczba godz.		P	ECTS P S	ECTS P N	Dyscyplina			
		S	N				EiF	NoZJ	B	H
G_1 – GZO	**11**	**150**	**90**	**1**	**2**	**2**	**0**	**0**	**2**	**3**
Etyka menedżerska i społeczna odpowiedzialność biznesu	2	30	18	1	2	2	0	0	0	1
Język obcy*	5	60	36		0	0	0	0	1	0
Przedmiot humanistyczny I*	2	30	18		0	0	0	0	0	1
Przedmiot humanistyczny II*	2	30	18		0	0	0	0	0	1
G_2 – GZP	**15**	**165**	**99**	**4**	**9**	**9**	**2**	**3**	**0**	**0**
Metody ilościowe w zarządzaniu	4	60	36	1	2	2	0	1	0	0
Prawo gospodarcze	2	30	18		0	0	1	0	0	0
Rynek pracy	4	30	18	1	2	2	1	0	0	0
Sztuczna inteligencja i technologie cyfrowe w zarządzaniu	3	30	18	1	3	3	0	1	0	0
Zarządzanie własnością intelektualną	2	15	9	1	2	2	0	1	0	0
G_3 – GZK	**28**	**385**	**231**	**9**	**18,3**	**18,3**	**2**	**8**	**0**	**0**
Analityka decyzji menedżerskich	4	30	18	1	4	4	0	1	0	0
Marketing międzynarodowy	3	60	36	1	1,5	1,5	0	1	0	0
Metodyka badań w zarządzaniu	1	15	9	1	1	1	0	1	0	0
Nowe tendencje w ZZL	2	30	18		0	0	0	1	0	0
Publiczne i rozwojowe instrumenty wsparcia przedsiębiorstwa	5	60	36	1	2,5	2,5	1	0	0	0
Rachunkowość zarządcza	3	45	27	1	2	2	1	0	0	0
Strategiczne symulacje biznesowe	1	20	12	1	1	1	0	1	0	0

[8] G_1 -GZO – przedmioty należące do grupy zajęć ogólnouczelnianych; G_2 -GZP - przedmiot należący do grupy zajęć podstawowych; G_3 -GZK - przedmiot należący do grupy zajęć kierunkowych; ŚR:SG_4ŚR:SZHU – przedmiot należący do grupy zajęć ze ścieżki rozwoju: Strategiczne zarządzanie w handlu i usługach, ŚR: SG_4ŚR:SZFP – przedmiot należący do grupy zajęć ze ścieżki rozwoju: Strategiczne zarządzanie finansami przedsiębiorstwa, ŚR: SG_4ŚR:SZP – przedmiot należący do grupy zajęć ze ścieżki rozwoju: Strategiczne zarządzanie projektami, G_4ŚR:SZLOK – przedmiot należący do grupy zajęć ze ścieżki rozwoju: Strategiczne zarządzanie logistyczną obsługą klienta, ECTS – liczba punktów ECTS przypisana do danego przedmiotu; S – liczba godzin realizowanych na studiach stacjonarnych; N – liczba godzin realizowanych na studiach niestacjonarnych; P – przedmiot przypisany do grupy zajęć praktycznych (1 oznacza przypisanie); ECTS P S - liczba punktów ECTS przypisana do zajęć kształtujących umiejętności praktyczne na studiach stacjonarnych; ECTS P N liczba punktów ECTS przypisana do zajęć kształtujących umiejętności praktyczne na studiach stacjonarnych; EiF- przedmiot przypisany do dyscypliny ekonomia i finanse (1 oznacza przypisanie); NoZJ - przedmiot przypisany do dyscypliny nauki o zarządzaniu i jakości (1 oznacza przypisanie); B – brak przypisania przedmiotu do określonej dyscypliny (1 oznacza przypisanie); H - przedmiot przypisany do dziedziny nauk humanistycznych (1 oznacza przypisanie)

Grupa przedmiotów / Nazwa przedmiotu	ECTS	Liczba godz.		P	ECTS P S	ECTS P N	Dyscyplina			
		S	N				EiF	NoZJ	B	H
Współczesne koncepcje zarządzania	2	45	27	1	1,3	1,3	0	1	0	0
Zarządzanie strategiczne	4	60	36	1	2	2	0	1	0	0
Zarządzanie zmianą i rozwojem przedsiębiorstwa	3	20	12	1	3	3	0	1	0	0
G_4ŚR:SZLOK*	**50**	**440**	**264**	**13**	**41,4**	**41,4**	**2**	**12**	**0**	**0**
Badanie skuteczności obsługi klienta	2	30	18	1	1	1	1	0	0	0
Logistyczne aspekty obsługi klienta	3	45	27	1	2	2	0	1	0	0
Marketing logistyczny	4	45	27	1	2,7	2,7	0	1	0	0
Projektowanie i modelowanie łańcuchów dostaw	2	30	18	1	2	2	0	1	0	0
Psychologia klienta	2	15	9		0	0	0	1	0	0
Sektor usług logistycznych	4	50	30	1	2,4	2,4	0	1	0	0
Seminarium dyplomowe	4	40	24	2	4	4	0	1	0	0
Seminarium dyplomowe i przygotowanie pracy dyplomowej	12	20	12	1	12	12	0	1	0	0
System SRM i CRM	2	30	18	1	2	2	0	1	0	0
Transport i gospodarka magazynowa	4	30	18	1	4	4	1	0	0	0
Warsztaty strategiczne	4	30	18	1	4	4	0	1	0	0
Zarządzanie łańcuchem wartości	5	45	27	1	3,3	3,3	0	1	0	0
Zarządzanie personelem handlowym	2	30	18	1	2	2	0	1	0	0
G_4ŚR:SZFP*	**50**	**440**	**264**	**13**	**39,8**	**39,8**	**2**	**11**	**0**	**0**
Finanse przedsiębiorstwa	3	45	27	1	2	2	1	0	0	0
Instytucje i instrumenty finansowe	3	35	21	1	1,3	1,3	1	0	0	0
Ład korporacyjny i nadzór właścicielski	2	30	18	1	2	2	0	1	0	0
Metody oceny projektów inwestycyjnych	5	45	27	1	3,3	3,3	0	1	0	0
Obciążenia publiczno-prawne przedsiębiorstw	2	30	18	1	2	2	0	1	0	0
Ocena kondycji finansowej przedsiębiorstw	5	60	36	1	2,5	2,5	0	1	0	0
Seminarium dyplomowe	4	40	24	2	4	4	0	1	0	0
Seminarium dyplomowe i przygotowanie pracy dyplomowej	12	20	12	1	12	12	0	1	0	0
Strategie finansowania przedsiębiorstw	4	45	27	1	2,7	2,7	0	1	0	0
Warsztaty strategiczne	4	30	18	1	4	4	0	1	0	0
Zamówienia publiczne	4	30	18	1	2	2	0	1	0	0
Zarządzanie wartością przedsiębiorstwa	2	30	18	1	2	2	0	1	0	0

Grupa przedmiotów / Nazwa przedmiotu	ECTS	Liczba godz.		P	ECTS P S	ECTS P N	Dyscyplina			
		S	N				EiF	NoZJ	B	H
G_4ŚR:SZHU*	**50**	**440**	**264**	**14**	**42**	**42**	**4**	**13**	**0**	**0**
CRM i SRM w handlu i usługach	2	20	12	1	2	2	0	1	0	0
Doświadczenia klienta	2	30	18	1	1	1	1	1	0	0
Negocjacje handlowe	3	30	18	1	3	3	1	1	0	0
Seminarium dyplomowe	4	40	24	2	4	4	0	1	0	0
Seminarium dyplomowe i przygotowanie pracy dyplomowej	12	20	12	1	12	12	0	1	0	0
Strategiczne zarządzanie marketingowe w handlu i usługach	5	45	27	1	3,3	3,3	0	1	0	0
Strategie e-commerce	2	30	18	1	1,3	1,3		1	0	0
Strategie firm rodzinnych	3	45	27	1	2	2	1	0	0	0
Warsztaty strategiczne	4	30	18	1	4	4	0	1	0	0
Zarządzanie jakością w handlu i usługach	4	45	27	1	2,7	2,7	0	1	0	0
Zarządzanie procesami w handlu i usługach	5	45	27	1	3,3	3,3	1	1	0	0
Zarządzanie przestrzenią sprzedaży	2	30	18	1	1,3	1,3	0	1	0	0
Zarządzanie zespołem sprzedażowym	2	30	18	1	2	2	0	1	0	0
G_4ŚR:SZP*	**50**	**440**	**264**	**13**	**41,3**	**41,3**	**2**	**12**	**0**	**0**
Budżetowanie, kontroling i ryzyko projektowe	5	50	30	1	3	3	1	0	0	0
Metodyki przygotowania projektów	2	30	18	1	1	1	1	1	0	0
Myślenie projektowe	2	30	18	1	2	2	0	1	0	0
Narzędzia cyfrowe w zarządzaniu projektami	3	30	18	1	3	3	0	1	0	0
Przywództwo i zarządzanie zespołem projektowym	5	45	27	1	3,3	3,3	0	1	0	0
Seminarium dyplomowe	4	40	24	2	4	4	0	1	0	0
Seminarium dyplomowe i przygotowanie pracy dyplomowej	12	20	12	1	12	12	0	1	0	0
Warsztaty strategiczne	2	30	18	1	2	2	0	1	0	0
Zarządzanie projektami	3	45	27	1	2	2	0	1	0	0
Zarządzanie projektami biznesowymi	5	45	27	1	3,3	3,3	0	1	0	0
Zarządzanie projektami inwestycyjnymi	4	45	27	1	2,7	2,7	0	1	0	0
Zarządzanie projektami miękkimi	3	30	18	1	3	3	0	1	0	0
Praktyka zawodowa	**16**	**480**	**480**	**2**	**0**	**0**	**0**	**2**	**0**	**0**
Druga praktyka zawodowa	8	240	240	1	0	0	0	1	0	0
Pierwsza praktyka zawodowa	8	240	240	1	0	0	0	1	0	0
Razem - Podsumowanie całego cyklu										

Grupa przedmiotów / Nazwa przedmiotu	ECTS	Liczba godz.		P	ECTS P S	ECTS P N	Dyscyplina			
		S	N				EiF	NoZJ	B	H
ŚR: Strategiczne zarządzanie finansami przedsiębiorstwa	120	1620	1164		69,1	69,1				
ŚR: Strategiczne zarządzanie logistyczną obsługą klienta	120	1620	1164		70,7	70,7				
ŚR: Strategiczne zarządzanie projektami	120	1620	1164		70,7	70,7				
ŚR: Strategiczne zarządzanie w handlu i usługach	120	1620	1164		71,3	71,3				
Razem - Podsumowanie całego cyklu -tylko ŚR										
ŚR: Strategiczne zarządzanie finansami przedsiębiorstwa	50	440	264		39,8	39,8				
ŚR: Strategiczne zarządzanie logistyczną obsługą klienta	50	440	264		41,4	41,4				
ŚR: Strategiczne zarządzanie projektami	50	440	264		41,3	41,3				
ŚR: Strategiczne zarządzanie w handlu i usługach	50	440	264		42	42				
Udział wybranych kategorii w stosunku do 120 ECTS (%)										
Razem-Podsumowanie całego cyklu -mediana					**58,9**	**58,9**				
ŚR: Strategiczne zarządzanie finansami przedsiębiorstwa					57,6	57,6				
ŚR: Strategiczne zarządzanie logistyczną obsługą klienta					58,9	58,9				
ŚR: Strategiczne zarządzanie projektami					58,9	58,9				
ŚR: Strategiczne zarządzanie w handlu i usługach					59,4	59,4				

*Zajęcia do wyboru

Podstawowe sposoby weryfikacji i oceny osiąganych przez studenta efektów uczenia się

Ogólne zasady zaliczenia roku studiów, semestru, zajęć, a tym samym oceniania stopnia osiągania efektów uczenia się, określa Regulamin Studiów. Szczegółowe zasady weryfikacji osiągnięcia zakładanych efektów uczenia w ramach poszczególnych zajęć zawarte są w sylabusie przedmiotu dostępnym w systemie USOS. Stopień osiągnięcia efektów uczenia się określa się przy użyciu numerycznej skali ocen od 3,0 do 5,0, gdzie ocena 2,0 oznacza brak osiągnięcia zakładanych efektów uczenia się.

Tabela 4. Podstawowe sposoby weryfikacji efektów uczenia się

Forma zajęć	Podstawowe sposoby weryfikacji efektów uczenia się
Wykłady	np. test pisemny; odpowiedź ustna; praca pisemna; udział w dyskusji; aktywność na zajęciach; analiza i interpretacja tekstów źródłowych; opracowanie tematu zgodnego z treściami wykładowymi. egzamin pisemny lub ustny, w tym testowy; praca pisemna lub opracowanie tematu zgodnego z treściami wykładowymi; analiza i interpretacja tekstów źródłowych, raportów lub studiów przypadków.
Ćwiczenia	zadania praktyczne i problemowe; rozwiązywanie zadań obliczeniowych, analitycznych, księgowych, podatkowych, kadrowo-płacowych lub organizacyjnych; analiza studiów przypadków; projekty indywidualne i zespołowe; przygotowanie raportów, opracowań, rekomendacji i prezentacji; analiza, interpretacja i opracowywanie dokumentów, danych, formularzy, zestawień lub materiałów z wykorzystaniem arkuszy kalkulacyjnych i narzędzi cyfrowych; aktywność na zajęciach.
Ćwiczenia językowe	zadania praktyczne i problemowe; rozwiązywanie zadań obliczeniowych, analitycznych, księgowych, podatkowych, kadrowo-płacowych lub organizacyjnych; analiza studiów przypadków; projekty indywidualne i zespołowe; przygotowanie raportów, opracowań, rekomendacji i prezentacji; analiza, interpretacja i opracowywanie dokumentów, danych, formularzy lub zestawień; aktywność na zajęciach.
Laboratoria	zadania laboratoryjne wykonywane z wykorzystaniem danych, arkuszy kalkulacyjnych, systemów informatycznych, narzędzi analitycznych, cyfrowych lub symulacyjnych; opracowanie wyników wykonanych zadań; przygotowanie raportu lub sprawozdania z pracy laboratoryjnej; prezentacja i omówienie uzyskanych wyników; obserwacja poprawności wykonania zadań oraz aktywności studenta.
Seminarium dyplomowe	opracowanie i prezentacja koncepcji pracy licencjackiej; przygotowanie planu pracy, celu, problemu badawczego lub praktycznego oraz założeń metodologicznych; opracowanie i ocena kolejnych części pracy licencjackiej, w tym części teoretycznej, metodologicznej, badawczej, analitycznej lub projektowej; prezentacja postępów prac podczas seminarium; opracowanie kompletnej pracy licencjackiej; udział w dyskusji seminaryjnej i aktywność na zajęciach.
Praktyki zawodowe	dziennik praktyk dokumentujący przebieg praktyki, zakres wykonywanych czynności, realizację powierzonych zadań, komunikację zawodową, współpracę w środowisku pracy, odpowiedzialność zawodową oraz przestrzeganie zasad organizacyjnych i etycznych; raport z praktyki obejmujący charakterystykę organizacji, analizę jej struktury, zasobów, procesów i otoczenia, obieg informacji i dokumentów, wykorzystanie narzędzi cyfrowych, identyfikację problemu zarządczego oraz propozycję rozwiązania lub usprawnienia; weryfikacja dokumentacji praktyki.

Objaśnienia do sposobów weryfikacji efektów uczenia się:

Zadanie praktyczne — zadanie wymagające zastosowania wiedzy, metod, narzędzi lub procedur właściwych dla danego przedmiotu do wykonania konkretnej czynności, rozwiązania sytuacji zawodowej, opracowania dokumentu, analizy danych, przygotowania zestawienia, rekomendacji lub innego rezultatu praktycznego.

Zadanie problemowe — zadanie wymagające rozpoznania i analizy problemu, doboru sposobu postępowania, uzasadnienia przyjętego rozwiązania oraz sformułowania wniosków lub rekomendacji.

Studium przypadku (case study) — analiza opisanej sytuacji organizacyjnej, gospodarczej, finansowej, marketingowej, kadrowej, prawnej lub innej, właściwej dla danego przedmiotu, obejmująca identyfikację problemu, interpretację danych lub okoliczności oraz zaproponowanie rozwiązania.

Projekt indywidualny lub zespołowy — samodzielnie lub zespołowo przygotowane opracowanie, rozwiązanie, koncepcja, model, analiza, raport, prezentacja albo inny rezultat pracy studenta, służący weryfikacji osiągnięcia wybranych efektów uczenia się.

Raport/sprawozdanie/opracowanie — pisemny rezultat pracy studenta obejmujący przedstawienie celu, przebiegu, wyników, analizy, wniosków lub rekomendacji wynikających z wykonanego zadania, projektu, analizy, badań, praktyki lub pracy laboratoryjnej.

Prezentacja — ustne lub multimedialne przedstawienie wyników pracy indywidualnej albo zespołowej, połączone z omówieniem, uzasadnieniem przyjętych rozwiązań lub odpowiedzią na pytania.

Aktywność na zajęciach — oceniany udział studenta w dyskusji, analizie przykładów, pracy indywidualnej lub zespołowej, rozwiązywaniu zadań, formułowaniu wniosków oraz bieżącej pracy na zajęciach, zgodnie z zasadami określonymi dla danego przedmiotu.

Uwaga: Wskazane sposoby weryfikacji mogą być stosowane odpowiednio do formy zajęć, treści programowych oraz efektów uczenia się przypisanych do danego przedmiotu.

Plany studiów

Plan studiów stacjonarnych

Plan studiów realizowanych w formie stacjonarnej obejmuje **1620 godzin** w ramach poszczególnych ścieżek rozwoju, w tym:

1) **440 godzin** dla poszczególnych ścieżek rozwoju, w typowych formach dydaktycznych, takich jak: wykłady (W), ćwiczenia (C), lektoraty/laboratoria/seminaria (L/S),
2) **480 godzin** praktyki zawodowej w ramach każdej ścieżki rozwoju.

Nazwa przedmiotu	W	Ć	L/S	Razem	ECTS	Forma zaliczenia (Z-0, ZO-1, E-2)
I						
G_1-GZO		**30**	**30**	**60**	**4**	
Etyka menedżerska i społeczna odpowiedzialność biznesu		30		30	2	1
Język obcy*			30	30	2	1
G_2-GZP	**75**	**60**	**30**	**165**	**15**	
Metody ilościowe w zarządzaniu	30	30		60	4	2
Prawo gospodarcze	30			30	2	2
Rynek pracy	15	15		30	4	1
Sztuczna inteligencja i technologie cyfrowe w zarządzaniu			30	30	3	1
Zarządzanie własnością intelektualną		15		15	2	1
G_3-GZK	**30**	**80**		**110**	**11**	
Analityka decyzji menedżerskich		30		30	4	1
Zarządzanie strategiczne	30	30		60	4	2
Zarządzanie zmianą i rozwojem przedsiębiorstwa		20		20	3	1
I - Razem	**105**	**170**	**60**	**335**	**30**	
Razem - I semestr	**105**	**170**	**60**	**335**	**30**	
Wszystkie ŚR	105	170	60	335	30	
II						
G_1-GZO	**30**		**30**	**60**	**5**	
Język obcy*			30	30	3	2
Przedmiot humanistyczny I*	30			30	2	1
G_3-GZK	**90**	**105**	**20**	**215**	**12**	
Marketing międzynarodowy	30	30		60	3	2
Metodyka badań w zarządzaniu		15		15	1	1
Nowe tendencje w ZZL	30			30	2	1
Rachunkowość zarządcza	15	30		45	3	1
Strategiczne symulacje biznesowe			20	20	1	1
Współczesne koncepcje zarządzania	15	30		45	2	2
G_4ŚR:SZLOK	**15**	**30**	**20**	**65**	**5**	

Nazwa przedmiotu	W	Ć	L/S	Razem	ECTS	Forma zaliczenia (Z-0, ZO-1, E-2)
Logistyczne aspekty obsługi klienta	15	30		45	3	2
Seminarium dyplomowe			20	20	2	1
G_4ŚR:SZFP	**15**	**30**	**20**	**65**	**5**	**3**
Finanse przedsiębiorstwa	15	30		45	3	2
Seminarium dyplomowe			20	20	2	1
G_4ŚR:SZHU	**15**	**30**	**20**	**65**	**5**	
Seminarium dyplomowe			20	20	2	1
Strategie firm rodzinnych	15	30		45	3	2
G_4ŚR:SZP	**15**	**30**	**20**	**65**	**5**	
Seminarium dyplomowe			20	20	2	1
Zarządzanie projektami	15	30		45	3	2
Prak				**240**	**8**	
Pierwsza praktyka zawodowa				240	8	1
II-Razem						
Razem - II semestr						
Semestr II bez ŚR	120	105	50	515	25	
ŚR: Strategiczne zarządzanie finansami przedsiębiorstwa	135	135	70	580	30	
ŚR: Strategiczne zarządzanie logistyczną obsługą klienta	135	135	70	580	30	
ŚR: Strategiczne zarządzanie projektami	135	135	70	580	30	
ŚR: Strategiczne zarządzanie w handlu i usługach	135	135	70	580	30	
III						
G_1-GZO	**30**			**30**	**2**	
Przedmiot humanistyczny II*	30			30	2	1
G_3-GZK	**30**	**30**		**60**	**5**	
Publiczne i rozwojowe instrumenty wsparcia przedsiębiorstwa	30	30		60	5	2
G_4ŚR:SZLOK	**30**	**90**	**20**	**140**	**15**	
Marketing logistyczny	15	30		45	4	1
Seminarium dyplomowe			20	20	2	1
Transport i gospodarka magazynowa		30		30	4	2
Zarządzanie łańcuchem wartości	15	30		45	5	2
G_4ŚR:SZFP	**45**	**75**	**20**	**140**	**15**	
Metody oceny projektów inwestycyjnych	15	30		45	5	2
Seminarium dyplomowe			20	20	2	1
Strategie finansowania przedsiębiorstw	15	30		45	4	1
Zamówienia publiczne	15	15		30	4	2
G_4ŚR:SZHU	**30**	**90**	**20**	**140**	**15**	
Negocjacje handlowe		30		30	3	1
Seminarium dyplomowe			20	20	2	1
Strategiczne zarządzanie marketingowe w handlu i usługach	15	30		45	5	2

Nazwa przedmiotu	W	Ć	L/S	Razem	ECTS	Forma zaliczenia (Z-0, ZO-1, E-2)
Zarządzanie procesami w handlu i usługach	15	30		45	5	2
G_4ŚR:SZP	**30**	**90**	**20**	**140**	**15**	
Narzędzia cyfrowe w zarządzaniu projektami		30		30	3	1
Przywództwo i zarządzanie zespołem projektowym	15	30		45	5	2
Seminarium dyplomowe			20	20	2	1
Zarządzanie projektami biznesowymi	15	30		45	5	2
Prak				**240**	**8**	
Druga praktyka zawodowa				240	8	1
III-Razem						
Razem - III semestr						
Semestr III bez ŚR	60	30	0	330	15	
ŚR: Strategiczne zarządzanie finansami przedsiębiorstwa	105	105	20	470	30	
ŚR: Strategiczne zarządzanie logistyczną obsługą klienta	90	120	20	470	30	
ŚR: Strategiczne zarządzanie projektami	90	120	20	470	30	
ŚR: Strategiczne zarządzanie w handlu i usługach	90	120	20	470	30	
IV						
G_4ŚR:SZLOK	**50**	**135**	**50**	**235**	**30**	
Badanie skuteczności obsługi klienta	15	15		30	2	2
Projektowanie i modelowanie łańcuchów dostaw		30		30	2	1
Psychologia klienta	15			15	2	2
Sektor usług logistycznych	20	30		50	4	2
Seminarium dyplomowe i przygotowanie pracy dyplomowej			20	20	12	1
System SRM i CRM		30		30	2	1
Warsztaty strategiczne			30	30	4	1
Zarządzanie personelem handlowym		30		30	2	1
G_4ŚR:SZFP	**50**	**135**	**50**	**235**	**30**	
Instytucje i instrumenty finansowe	20	15		35	3	2
Ład korporacyjny i nadzór właścicielski		30		30	2	1
Obciążenia publiczno-prawne przedsiębiorstw		30		30	2	1
Ocena kondycji finansowej przedsiębiorstw	30	30		60	5	2
Seminarium dyplomowe i przygotowanie pracy dyplomowej			20	20	12	1
Warsztaty strategiczne			30	30	4	1
Zarządzanie wartością przedsiębiorstwa		30		30	2	2
G_4ŚR:SZHU	**50**	**135**	**50**	**235**	**30**	
CRM i SRM w handlu i usługach		20		20	2	1
Doświadczenia klienta	15	15		30	2	2

Nazwa przedmiotu	W	Ć	L/S	Razem	ECTS	Forma zaliczenia (Z-0, ZO-1, E-2)
Seminarium dyplomowe i przygotowanie pracy dyplomowej			20	20	12	1
Strategie e-commerce	10	20		30	2	1
Warsztaty strategiczne			30	30	4	1
Zarządzanie jakością w handlu i usługach	15	30		45	4	2
Zarządzanie przestrzenią sprzedaży	10	20		30	2	1
Zarządzanie zespołem sprzedażowym		30		30	2	2
G_4ŚR:SZP	**50**	**105**	**80**	**235**	**30**	
Budżetowanie, kontroling i ryzyko projektowe	20	30		50	5	2
Metodyki przygotowania projektów	15	15		30	2	2
Myślenie projektowe		30		30	2	1
Seminarium dyplomowe i przygotowanie pracy dyplomowej			20	20	12	1
Warsztaty strategiczne			30	30	2	1
Zarządzanie projektami inwestycyjnymi	15		30	45	4	2
Zarządzanie projektami miękkimi		30		30	3	1
IV-Razem						
Razem - IV semestr						
ŚR: Strategiczne zarządzanie finansami przedsiębiorstwa	50	135	50	235	30	
ŚR: Strategiczne zarządzanie logistyczną obsługą klienta	50	135	50	235	30	
ŚR: Strategiczne zarządzanie projektami	50	105	80	235	30	
ŚR: Strategiczne zarządzanie w handlu i usługach	50	135	50	235	30	
Razem						
Razem - Podsumowanie całego cyklu						
ŚR: Strategiczne zarządzanie finansami przedsiębiorstwa	395	545	200	1620	120	
ŚR: Strategiczne zarządzanie logistyczną obsługą klienta	380	560	200	1620	120	
ŚR: Strategiczne zarządzanie projektami	380	530	230	1620	120	
ŚR: Strategiczne zarządzanie w handlu i usługach	380	560	200	1620	120	
Razem - Podsumowanie całego cyklu -bez praktyk						
ŚR: Strategiczne zarządzanie finansami przedsiębiorstwa	395	545	200	1140	104	
ŚR: Strategiczne zarządzanie logistyczną obsługą klienta	380	560	200	1140	104	
ŚR: Strategiczne zarządzanie projektami	380	530	230	1140	104	
ŚR: Strategiczne zarządzanie w handlu i usługach	380	560	200	1140	104	

Nazwa przedmiotu	W	Ć	L/S	Razem	ECTS	Forma zaliczenia (Z-0, ZO-1, E-2)
Razem - Podsumowanie całego cyklu - tylko ŚR						
ŚR: Strategiczne zarządzanie finansami przedsiębiorstwa	110	240	90	440	50	
ŚR: Strategiczne zarządzanie logistyczną obsługą klienta	95	255	90	440	50	
ŚR: Strategiczne zarządzanie projektami	95	225	120	440	50	
ŚR: Strategiczne zarządzanie w handlu i usługach	95	255	90	440	50	
Suma końcowa						

ZO *zaliczenie na ocenę*

Z *zaliczenie*

E *egzamin*

Plan studiów niestacjonarnych

Plan studiów realizowanych w formie niestacjonarnej obejmuje **1164 godzin** w ramach poszczególnych ścieżek rozwoju, w tym:

1) **264 godzin** dla poszczególnych ścieżek rozwoju, w typowych formach dydaktycznych, takich jak: wykłady (W), ćwiczenia (C), lektoraty/laboratoria/seminaria (L/S),
2) **480 godzin** praktyki zawodowej w ramach każdej ścieżki rozwoju.

Nazwa przedmiotu	W	Ć	L/S	Razem	ECTS	Forma zaliczenia (Z-0, ZO-1, E-2)
I						
G_1-GZO		**18**	**18**	**36**	**4**	
Etyka menedżerska i społeczna odpowiedzialność biznesu		18		18	2	1
Język obcy*			18	18	2	1
G_2-GZP	**45**	**36**	**18**	**99**	**15**	
Metody ilościowe w zarządzaniu	18	18		36	4	2
Prawo gospodarcze	18			18	2	2
Rynek pracy	9	9		18	4	1
Sztuczna inteligencja i technologie cyfrowe w zarządzaniu			18	18	3	1
Zarządzanie własnością intelektualną		9		9	2	1
G_3-GZK	**18**	**48**		**66**	**11**	
Analityka decyzji menedżerskich		18		18	4	1
Zarządzanie strategiczne	18	18		36	4	2
Zarządzanie zmianą i rozwojem przedsiębiorstwa		12		12	3	1
I -Razem						
Razem - I semestr	**63**	**102**	**36**	**201**	**30**	
Wszystkie ŚR	63	102	36	201	30	
II						
G_1-GZO	**18**		**18**	**36**	**5**	
Język obcy*			18	18	3	2
Przedmiot humanistyczny I*	18			18	2	1
G_3-GZK	**54**	**63**	**12**	**129**	**12**	
Marketing międzynarodowy	18	18		36	3	2
Metodyka badań w zarządzaniu		9		9	1	1
Nowe tendencje w ZZL	18			18	2	1
Rachunkowość zarządcza	9	18		27	3	1
Strategiczne symulacje biznesowe			12	12	1	1
Współczesne koncepcje zarządzania	9	18		27	2	2
G_4ŚR:SZLOK	**9**	**18**	**12**	**39**	**5**	
Logistyczne aspekty obsługi klienta	9	18		27	3	2
Seminarium dyplomowe			12	12	2	1

Nazwa przedmiotu	W	Ć	L/S	Razem	ECTS	Forma zaliczenia (Z-0, ZO-1, E-2)
G_4ŚR:SZFP	**9**	**18**	**12**	**39**	**5**	
Finanse przedsiębiorstwa	9	18		27	3	2
Seminarium dyplomowe			12	12	2	1
G_4ŚR:SZHU	**9**	**18**	**12**	**39**	**5**	
Seminarium dyplomowe			12	12	2	1
Strategie firm rodzinnych	9	18		27	3	2
G_4ŚR:SZP	**9**	**18**	**12**	**39**	**5**	
Seminarium dyplomowe			12	12	2	1
Zarządzanie projektami	9	18		27	3	2
Praktyka zawodowa				**240**	**8**	
Pierwsza praktyka zawodowa				240	8	1
II-Razem						
Razem-II semestr						
Semestr II bez ŚR	72	63	30	405	25	12
ŚR: Strategiczne zarządzanie finansami przedsiębiorstwa	81	81	42	444	30	15
ŚR: Strategiczne zarządzanie logistyczną obsługą klienta	81	81	42	444	30	15
ŚR: Strategiczne zarządzanie projektami	81	81	42	444	30	15
ŚR: Strategiczne zarządzanie w handlu i usługach	81	81	42	444	30	15
III						
G_1-GZO	**18**			**18**	**2**	
Przedmiot humanistyczny II*	18			18	2	1
G_3-GZK	**18**	**18**		**36**	**5**	
Publiczne i rozwojowe instrumenty wsparcia przedsiębiorstwa	18	18		36	5	2
G_4ŚR:SZLOK	**18**	**54**	**12**	**84**	**15**	
Marketing logistyczny	9	18		27	4	1
Seminarium dyplomowe			12	12	2	1
Transport i gospodarka magazynowa		18		18	4	2
Zarządzanie łańcuchem wartości	9	18		27	5	2
G_4ŚR:SZFP	**27**	**45**	**12**	**84**	**15**	
Metody oceny projektów inwestycyjnych	9	18		27	5	2
Seminarium dyplomowe			12	12	2	1
Strategie finansowania przedsiębiorstw	9	18		27	4	1
Zamówienia publiczne	9	9		18	4	2
G_4ŚR:SZHU	**18**	**54**	**12**	**84**	**15**	
Negocjacje handlowe		18		18	3	1
Seminarium dyplomowe			12	12	2	1
Strategiczne zarządzanie marketingowe w handlu i usługach	9	18		27	5	2
Zarządzanie procesami w handlu i usługach	9	18		27	5	2

Nazwa przedmiotu	W	Ć	L/S	Razem	ECTS	Forma zaliczenia (Z-0, ZO-1, E-2)
G_4ŚR:SZP	**18**	**54**	**12**	**84**	**15**	
Narzędzia cyfrowe w zarządzaniu projektami		18		18	3	1
Przywództwo i zarządzanie zespołem projektowym	9	18		27	5	2
Seminarium dyplomowe			12	12	2	1
Zarządzanie projektami biznesowymi	9	18		27	5	2
Praktyka zawodowa				**240**	**8**	
Druga praktyka zawodowa				240	8	1
III-Razem						
Razem - III semestr						
Semestr III bez ŚR	36	18	0	294	15	4
ŚR: Strategiczne zarządzanie finansami przedsiębiorstwa	63	63	12	378	30	10
ŚR: Strategiczne zarządzanie logistyczną obsługą klienta	54	72	12	378	30	10
ŚR: Strategiczne zarządzanie projektami	54	72	12	378	30	10
ŚR: Strategiczne zarządzanie w handlu i usługach	54	72	12	378	30	10
IV						
G_4ŚR:SZLOK	**30**	**81**	**30**	**141**	**30**	
Badanie skuteczności obsługi klienta	9	9		18	2	2
Projektowanie i modelowanie łańcuchów dostaw		18		18	2	1
Psychologia klienta	9			9	2	2
Sektor usług logistycznych	12	18		30	4	2
Seminarium dyplomowe i przygotowanie pracy dyplomowej			12	12	12	1
System SRM i CRM		18		18	2	1
Warsztaty strategiczne			18	18	4	1
Zarządzanie personelem handlowym		18		18	2	1
G_4ŚR:SZFP	**30**	**81**	**30**	**141**	**30**	
Instytucje i instrumenty finansowe	12	9		21	3	2
Ład korporacyjny i nadzór właścicielski		18		18	2	1
Obciążenia publiczno-prawne przedsiębiorstw		18		18	2	1
Ocena kondycji finansowej przedsiębiorstw	18	18		36	5	2
Seminarium dyplomowe i przygotowanie pracy dyplomowej			12	12	12	1
Warsztaty strategiczne			18	18	4	1
Zarządzanie wartością przedsiębiorstwa		18		18	2	2
G_4ŚR:SZHU	**30**	**81**	**30**	**141**	**30**	
CRM i SRM w handlu i usługach		12		12	2	1
Doświadczenia klienta	9	9		18	2	2

Nazwa przedmiotu	W	Ć	L/S	Razem	ECTS	Forma zaliczenia (Z-0, ZO-1, E-2)
Seminarium dyplomowe i przygotowanie pracy dyplomowej			12	12	12	1
Strategie e-commerce	6	12		18	2	1
Warsztaty strategiczne			18	18	4	1
Zarządzanie jakością w handlu i usługach	9	18		27	4	2
Zarządzanie przestrzenią sprzedaży	6	12		18	2	1
Zarządzanie zespołem sprzedażowym		18		18	2	2
G_4ŚR:SZP	**30**	**63**	**48**	**141**	**30**	
Budżetowanie, kontroling i ryzyko projektowe	12	18		30	5	2
Metodyki przygotowania projektów	9	9		18	2	2
Myślenie projektowe		18		18	2	1
Seminarium dyplomowe i przygotowanie pracy dyplomowej			12	12	12	1
Warsztaty strategiczne			18	18	2	1
Zarządzanie projektami inwestycyjnymi	9		18	27	4	2
Zarządzanie projektami miękkimi		18		18	3	1
IV-Razem						
Razem - IV semestr	**120**	**306**	**138**	**564**	**120**	
ŚR: Strategiczne zarządzanie finansami przedsiębiorstwa	30	81	30	141	30	10
ŚR: Strategiczne zarządzanie logistyczną obsługą klienta	30	81	30	141	30	11
ŚR: Strategiczne zarządzanie projektami	30	63	48	141	30	10
ŚR: Strategiczne zarządzanie w handlu i usługach	30	81	30	141	30	11
Razem						
Razem - Podsumowanie całego cyklu						
ŚR: Strategiczne zarządzanie finansami przedsiębiorstwa	237	327	120	1164	120	
ŚR: Strategiczne zarządzanie logistyczną obsługą klienta	228	336	120	1164	120	
ŚR: Strategiczne zarządzanie projektami	228	318	138	1164	120	
ŚR: Strategiczne zarządzanie w handlu i usługach	228	336	120	1164	120	
Razem - Podsumowanie całego cyklu - bez praktyk						
ŚR: Strategiczne zarządzanie finansami przedsiębiorstwa	237	327	120	684	104	
ŚR: Strategiczne zarządzanie logistyczną obsługą klienta	228	336	120	684	104	
ŚR: Strategiczne zarządzanie projektami	228	318	138	684	104	
ŚR: Strategiczne zarządzanie w handlu i usługach	228	336	120	684	104	

Nazwa przedmiotu	W	Ć	L/S	Razem	ECTS	Forma zaliczenia (Z-0, ZO-1, E-2)
Razem - Podsumowanie całego cyklu - tylko ŚR						
ŚR: Strategiczne zarządzanie finansami przedsiębiorstwa	66	144	54	264	50	
ŚR: Strategiczne zarządzanie logistyczną obsługą klienta	57	153	54	264	50	
ŚR: Strategiczne zarządzanie projektami	57	135	72	264	50	
ŚR: Strategiczne zarządzanie w handlu i usługach	57	153	54	264	50	
Suma końcowa						

ZO *zaliczenie na ocenę*

Z *Zaliczenie*

E *Egzamin*

Praktyki zawodowe

Praktyki zawodowe stanowią integralną część programu studiów i są istotnym elementem procesu kształcenia praktycznego, ukierunkowanego na zdobywanie doświadczenia zawodowego w rzeczywistych warunkach pracy. Zasady ich realizacji wynikają z §29 Regulaminu Studiów oraz są szczegółowo określone w *Regulamin Praktyk Zawodowych realizowanych przez studentów Akademii Łomżyńskiej.*

Znaczenie praktyki wynika z misji Uczelni: „**Kształcimy profesjonalistów”**. Celem praktyki jest integracja wiedzy teoretycznej z praktycznym doświadczeniem, rozwój umiejętności zawodowych oraz kompetencji społecznych. Praktyka sprzyja rozwojowi samodzielności, odpowiedzialności, współpracy, a także może wspierać przygotowanie pracy dyplomowej. Celem praktyk jest również kształcenie umiejętności praktycznych właściwych dla wybranej ścieżki rozwoju zawodowego oraz przygotowanie do wejścia na rynek pracy.

Praktyki te realizowane są w wymiarze:

- 480 godzin (16 ECTS) dla wszystkich ścieżek rozwoju

Praktyki odbywają się w semestrach II i III, zgodnie z harmonogramem określonym w planie studiów (tabela 5).

Tabela 5.Podział praktyki zawodowej i jej wymiar w poszczególnych semestrach

Nazwa ścieżki rozwoju	Semestr	Liczba godzin	Liczba ECTS
1. ŚR: Strategiczne zarządzanie finansami przedsiębiorstwa 2. ŚR: Strategiczne zarządzanie logistyczną obsługą klienta 3. ŚR: Strategiczne zarządzanie projektami 4. ŚR: Strategiczne zarządzanie w handlu i usługach	II	240	8
	III	240	8
	Razem	**480 godz.**	**16**

Praktyka zawodowa realizowana jest w zakładach pracy, których profil działalności, warunki organizacyjne oraz zakres powierzanych zadań umożliwiają osiągnięcie efektów uczenia się właściwych dla kierunku Zarządzanie, ścieżki rozwoju oraz poziomu studiów. Miejsce praktyki może być wskazane przez Uczelnię albo zaproponowane przez studenta i podlega ocenie oraz zatwierdzeniu zgodnie z kryteriami określonymi w Programie praktyki zawodowej na kierunku Zarządzanie studia II stopnia.

Warunkiem zaliczenia praktyki zawodowej jest jej realizacja w wymaganym wymiarze, wykonanie zadań przewidzianych w programie praktyki, osiągnięcie zakładanych efektów uczenia się oraz terminowe złożenie wymaganej dokumentacji. Podstawę zaliczenia stanowią

w szczególności dziennik praktyki, arkusz samooceny, arkusz oceny praktykanta oraz raport z praktyki zawodowej.

Organizacja, dokumentowanie, nadzór i zaliczanie praktyk zawodowych odbywają się zgodnie z Regulaminem Praktyk Zawodowych realizowanych przez studentów Akademii Łomżyńskiej, Programem praktyki zawodowej na kierunku Zarządzanie studia II stopnia oraz obowiązującymi w Uczelni wzorami dokumentów dotyczącymi praktyk.

Załączniki

Załącznik 1. Wykaz liczby punktów ECTS uzyskiwanych w ramach zajęć prowadzonych z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich lub innych osób prowadzących zajęcia

Studia stacjonarne

Nazwa przedmiotu	Forma zajęć W/Ć-1; W-2; Ć-3; L/S-4; Prak-5	Forma zaliczenia ZO -1; E -2; Z -0	ECTS	Liczba godzin kontaktowych i niekontaktowych	Liczba godzin zajęć zgodna z programem studiów	Liczba godzin przeznaczonych na zaliczenie/ egzamin / sesję poprawkową	Liczba godzin w kontakcie z nauczycielem / prowadzącym zajęcia	Liczba ECTS w kontakcie z nauczycielem / prowadzącym zajęcia	Liczba godzin bez udziału nauczyciela / prowadzącego zajęcia	Liczba ECTS bez udziału nauczyciela / prowadzącego zajęcia
I										
G_1-GZO			**4**	**100**	**60**	**4**	**60**	**2,4**	**40**	**1,6**
Etyka menedżerska i społeczna odpowiedzialność biznesu	3	1	2	50	30	2	30	1,2	20	0,8
Język obcy*	4	1	2	50	30	2	30	1,2	20	0,8
G_2-GZP			**15**	**375**	**165**	**6**	**165**	**6,6**	**210**	**8,4**
Metody ilościowe w zarządzaniu	1	2	4	100	60	0	60	2,4	40	1,6
Prawo gospodarcze	2	2	2	50	30	0	30	1,2	20	0,8
Rynek pracy	1	1	4	100	30	2	30	1,2	70	2,8
Sztuczna inteligencja i technologie cyfrowe w zarządzaniu	4	1	3	75	30	2	30	1,2	45	1,8
Zarządzanie własnością intelektualną	3	1	2	50	15	2	15	0,6	35	1,4
G_3-GZK			**11**	**275**	**110**	**4**	**110**	**4,4**	**165**	**6,6**
Analityka decyzji menedżerskich	3	1	4	100	30	2	30	1,2	70	2,8
Zarządzanie strategiczne	1	2	4	100	60	0	60	2,4	40	1,6
Zarządzanie zmianą i rozwojem przedsiębiorstwa	3	1	3	75	20	2	20	0,8	55	2,2
I -Razem										
Razem - I semestr			**30**	**750**	**335**	**14**	**335**	**13,4**	**415**	**16,6**
Wszystkie ŚR		13	30	750	335	14	335	13,4	415	16,6
II										
G_1-GZO			**5**	**125**	**60**	**2**	**60**	**2,4**	**65**	**2,6**

Nazwa przedmiotu	Forma zajęć W/Ć-1; W-2; Ć-3; L/S-4; Prak-5	Forma zaliczenia ZO -1; E -2; Z -0	ECTS	Liczba godzin kontaktowych i niekontaktowych	Liczba godzin zajęć zgodna z programem studiów	Liczba godzin przeznaczonych na zaliczenie/ egzamin / sesję poprawkową	Liczba godzin w kontakcie z nauczycielem / prowadzącym zajęcia	Liczba ECTS w kontakcie z nauczycielem / prowadzącym zajęcia	Liczba godzin bez udziału nauczyciela / prowadzącego zajęcia	Liczba ECTS bez udziału nauczyciela / prowadzącego zajęcia
Język obcy*	4	2	3	75	30	0	30	1,2	45	1,8
Przedmiot humanistyczny I*	2	1	2	50	30	2	30	1,2	20	0,8
G_3-GZK			**12**	**300**	**215**	**8**	**215**	**8,6**	**85**	**3,4**
Marketing międzynarodowy	1	2	3	75	60	0	60	2,4	15	0,6
Metodyka badań w zarządzaniu	3	1	1	25	15	2	15	0,6	10	0,4
Nowe tendencje w ZZL	2	1	2	50	30	2	30	1,2	20	0,8
Rachunkowość zarządcza	1	1	3	75	45	2	45	1,8	30	1,2
Strategiczne symulacje biznesowe	4	1	1	25	20	2	20	0,8	5	0,2
Współczesne koncepcje zarządzania	1	2	2	50	45	0	45	1,8	5	0,2
G_4ŚR:SZLOK			**5**	**125**	**65**	**2**	**65**	**2,6**	**60**	**2,4**
Logistyczne aspekty obsługi klienta	1	2	3	75	45	0	45	1,8	30	1,2
Seminarium dyplomowe	4	1	2	50	20	2	20	0,8	30	1,2
G_4ŚR:SZFP	**5**	**3**	**5**	**125**	**65**	**2**	**65**	**2,6**	**60**	**2,4**
Finanse przedsiębiorstwa	1	2	3	75	45	0	45	1,8	30	1,2
Seminarium dyplomowe	4	1	2	50	20	2	20	0,8	30	1,2
G_4ŚR:SZHU	**5**	**3**	**5**	**125**	**65**	**2**	**65**	**2,6**	**60**	**2,4**
Seminarium dyplomowe	4	1	2	50	20	2	20	0,8	30	1,2
Strategie firm rodzinnych	1	2	3	75	45	0	45	1,8	30	1,2
G_4ŚR:SZP	**5**	**3**	**5**	**125**	**65**	**2**	**65**	**2,6**	**60**	**2,4**
Seminarium dyplomowe	4	1	2	50	20	2	20	0,8	30	1,2
Zarządzanie projektami	1	2	3	75	45	0	45	1,8	30	1,2
Praktyka zawodowa	**5**	**1**	**8**	**240**	**240**	**2**	**240**	**8**		**0**
Pierwsza praktyka zawodowa	5	1	8	240	240	2	240	8		0
II-Razem										
Razem-II semestr										
Semestr II bez specjalnościowych		12	25	665	515	12	515	19	150	6

Nazwa przedmiotu	Forma zajęć W/Ć-1; W-2; Ć-3; L/S-4; Prak-5	Forma zaliczenia ZO -1; E -2; Z -0	ECTS	Liczba godzin kontaktowych i niekontaktowych	Liczba godzin zajęć zgodna z programem studiów	Liczba godzin przeznaczonych na zaliczenie/ egzamin / sesję poprawkową	Liczba godzin w kontakcie z nauczycielem / prowadzącym zajęcia	Liczba ECTS w kontakcie z nauczycielem / prowadzącym zajęcia	Liczba godzin bez udziału nauczyciela / prowadzącego zajęcia	Liczba ECTS bez udziału nauczyciela / prowadzącego zajęcia
ŚR: Strategiczne zarządzanie finansami przedsiębiorstwa		15	30	790	580	14	580	21,6	210	8,4
ŚR: Strategiczne zarządzanie logistyczną obsługą klienta		15	30	790	580	14	580	21,6	210	8,4
ŚR: Strategiczne zarządzanie projektami		15	30	790	580	14	580	21,6	210	8,4
ŚR: Strategiczne zarządzanie w handlu i usługach		15	30	790	580	14	580	21,6	210	8,4
III										
G_1-GZO	**2**	**1**	**2**	**50**	**30**	**2**	**30**	**1,2**	**20**	**0,8**
Przedmiot humanistyczny II*	2	1	2	50	30	2	30	1,2	20	0,8
G_3-GZK	**1**	**2**	**5**	**125**	**60**	**0**	**60**	**2,4**	**65**	**2,6**
Publiczne i rozwojowe instrumenty wsparcia przedsiębiorstwa	1	2	5	125	60	0	60	2,4	65	2,6
G_4ŚR:SZLOK	**9**	**6**	**15**	**375**	**140**	**4**	**140**	**5,6**	**235**	**9,4**
Marketing logistyczny	1	1	4	100	45	2	45	1,8	55	2,2
Seminarium dyplomowe	4	1	2	50	20	2	20	0,8	30	1,2
Transport i gospodarka magazynowa	3	2	4	100	30	0	30	1,2	70	2,8
Zarządzanie łańcuchem wartości	1	2	5	125	45	0	45	1,8	80	3,2
G_4ŚR:SZFP	**7**	**6**	**15**	**375**	**140**	**4**	**140**	**5,6**	**235**	**9,4**
Metody oceny projektów inwestycyjnych	1	2	5	125	45	0	45	1,8	80	3,2
Seminarium dyplomowe	4	1	2	50	20	2	20	0,8	30	1,2
Strategie finansowania przedsiębiorstw	1	1	4	100	45	2	45	1,8	55	2,2
Zamówienia publiczne	1	2	4	100	30	0	30	1,2	70	2,8
G_4ŚR:SZHU	**9**	**6**	**15**	**375**	**140**	**4**	**140**	**5,6**	**235**	**9,4**
Negocjacje handlowe	3	1	3	75	30	2	30	1,2	45	1,8
Seminarium dyplomowe	4	1	2	50	20	2	20	0,8	30	1,2
Strategiczne zarządzanie marketingowe w handlu i usługach	1	2	5	125	45	0	45	1,8	80	3,2
Zarządzanie procesami w handlu i usługach	1	2	5	125	45	0	45	1,8	80	3,2
G_4ŚR:SZP	**9**	**6**	**15**	**375**	**140**	**4**	**140**	**5,6**	**235**	**9,4**
Narzędzia cyfrowe w zarządzaniu projektami	3	1	3	75	30	2	30	1,2	45	1,8

Nazwa przedmiotu	Forma zajęć W/Ć-1; W-2; Ć-3; L/S-4; Prak-5	Forma zaliczenia ZO -1; E -2; Z -0	ECTS	Liczba godzin kontaktowych i niekontaktowych	Liczba godzin zajęć zgodna z programem studiów	Liczba godzin przeznaczonych na zaliczenie/ egzamin / sesję poprawkową	Liczba godzin w kontakcie z nauczycielem / prowadzącym zajęcia	Liczba ECTS w kontakcie z nauczycielem / prowadzącym zajęcia	Liczba godzin bez udziału nauczyciela / prowadzącego zajęcia	Liczba ECTS bez udziału nauczyciela / prowadzącego zajęcia
Przywództwo i zarządzanie zespołem projektowym	1	2	5	125	45	0	45	1,8	80	3,2
Seminarium dyplomowe	4	1	2	50	20	2	20	0,8	30	1,2
Zarządzanie projektami biznesowymi	1	2	5	125	45	0	45	1,8	80	3,2
Praktyka zawodowa	**5**	**1**	**8**	**240**	**240**	**2**	**240**	**8**		**0**
Druga praktyka zawodowa	5	1	8	240	240	2	240	8		0
III-Razem										
Razem -III semestr										
Semestr III bez specjalnościowych		4	15	415	330	4	330	11,6	85	3,4
ŚR: Strategiczne zarządzanie finansami przedsiębiorstwa		10	30	790	470	8	470	17,2	320	12,8
ŚR: Strategiczne zarządzanie logistyczną obsługą klienta		10	30	790	470	8	470	17,2	320	12,8
ŚR: Strategiczne zarządzanie projektami		10	30	790	470	8	470	17,2	320	12,8
ŚR: Strategiczne zarządzanie w handlu i usługach		10	30	790	470	8	470	17,2	320	12,8
IV										
G_4ŚR:SZLOK			**30**	**750**	**235**	**10**	**235**	**9,4**	**515**	**20,6**
Badanie skuteczności obsługi klienta	1	2	2	50	30	0	30	1,2	20	0,8
Projektowanie i modelowanie łańcuchów dostaw	3	1	2	50	30	2	30	1,2	20	0,8
Psychologia klienta	2	2	2	50	15	0	15	0,6	35	1,4
Sektor usług logistycznych	1	2	4	100	50	0	50	2	50	2
Seminarium dyplomowe i przygotowanie pracy dyplomowej	4	1	12	300	20	2	20	0,8	280	11,2
System SRM i CRM	3	1	2	50	30	2	30	1,2	20	0,8
Warsztaty strategiczne	4	1	4	100	30	2	30	1,2	70	2,8
Zarządzanie personelem handlowym	3	1	2	50	30	2	30	1,2	20	0,8
G_4ŚR:SZFP			**30**	**750**	**235**	**8**	**235**	**9,4**	**515**	**20,6**
Instytucje i instrumenty finansowe	1	2	3	75	35	0	35	1,4	40	1,6
Ład korporacyjny i nadzór właścicielski	3	1	2	50	30	2	30	1,2	20	0,8
Obciążenia publiczno-prawne przedsiębiorstw	3	1	2	50	30	2	30	1,2	20	0,8

Nazwa przedmiotu	Forma zajęć W/Ć-1; W-2; Ć-3; L/S-4; Prak-5	Forma zaliczenia ZO -1; E -2; Z -0	ECTS	Liczba godzin kontaktowych i niekontaktowych	Liczba godzin zajęć zgodna z programem studiów	Liczba godzin przeznaczonych na zaliczenie/ egzamin / sesję poprawkową	Liczba godzin w kontakcie z nauczycielem / prowadzącym zajęcia	Liczba ECTS w kontakcie z nauczycielem / prowadzącym zajęcia	Liczba godzin bez udziału nauczyciela / prowadzącego zajęcia	Liczba ECTS bez udziału nauczyciela / prowadzącego zajęcia
Ocena kondycji finansowej przedsiębiorstw	1	2	5	125	60	0	60	2,4	65	2,6
Seminarium dyplomowe i przygotowanie pracy dyplomowej	4	1	12	300	20	2	20	0,8	280	11,2
Warsztaty strategiczne	4	1	4	100	30	2	30	1,2	70	2,8
Zarządzanie wartością przedsiębiorstwa	3	2	2	50	30	0	30	1,2	20	0,8
G_4ŚR:SZHU			**30**	**750**	**235**	**10**	**235**	**9,4**	**515**	**20,6**
CRM i SRM w handlu i usługach	3	1	2	50	20	2	20	0,8	30	1,2
Doświadczenia klienta	1	2	2	50	30	0	30	1,2	20	0,8
Seminarium dyplomowe i przygotowanie pracy dyplomowej	4	1	12	300	20	2	20	0,8	280	11,2
Strategie e-commerce	1	1	2	50	30	2	30	1,2	20	0,8
Warsztaty strategiczne	4	1	4	100	30	2	30	1,2	70	2,8
Zarządzanie jakością w handlu i usługach	1	2	4	100	45	0	45	1,8	55	2,2
Zarządzanie przestrzenią sprzedaży	1	1	2	50	30	2	30	1,2	20	0,8
Zarządzanie zespołem sprzedażowym	3	2	2	50	30	0	30	1,2	20	0,8
G_4ŚR:SZP			**30**	**750**	**235**	**8**	**235**	**9,4**	**515**	**20,6**
Budżetowanie, kontroling i ryzyko projektowe	1	2	5	125	50	0	50	2	75	3
Metodyki przygotowania projektów	1	2	2	50	30	0	30	1,2	20	0,8
Myślenie projektowe	3	1	2	50	30	2	30	1,2	20	0,8
Seminarium dyplomowe i przygotowanie pracy dyplomowej	4	1	12	300	20	2	20	0,8	280	11,2
Warsztaty strategiczne	4	1	2	50	30	2	30	1,2	20	0,8
Zarządzanie projektami inwestycyjnymi	2	2	4	100	45	0	45	1,8	55	2,2
Zarządzanie projektami miękkimi	3	1	3	75	30	2	30	1,2	45	1,8
IV-Razem										
Razem - IV semestr										
ŚR: Strategiczne zarządzanie finansami przedsiębiorstwa			30	750	235	8	235	9,4	515	20,6
ŚR: Strategiczne zarządzanie logistyczną obsługą klienta			30	750	235	10	235	9,4	515	20,6
ŚR: Strategiczne zarządzanie projektami			30	750	235	8	235	9,4	515	20,6

Nazwa przedmiotu	Forma zajęć W/Ć-1; W-2; Ć-3; L/S-4; Prak-5	Forma zaliczenia ZO -1; E -2; Z -0	ECTS	Liczba godzin kontaktowych i niekontaktowych	Liczba godzin zajęć zgodna z programem studiów	Liczba godzin przeznaczonych na zaliczenie/ egzamin / sesję poprawkową	Liczba godzin w kontakcie z nauczycielem / prowadzącym zajęcia	Liczba ECTS w kontakcie z nauczycielem / prowadzącym zajęcia	Liczba godzin bez udziału nauczyciela / prowadzącego zajęcia	Liczba ECTS bez udziału nauczyciela / prowadzącego zajęcia
ŚR: Strategiczne zarządzanie w handlu i usługach			30	750	235	10	235	9,4	515	20,6
Razem										
Razem - Podsumowanie całego cyklu										
ŚR: Strategiczne zarządzanie finansami przedsiębiorstwa			120	3080	1620	44	1620	61,6	1460	58,4
ŚR: Strategiczne zarządzanie logistyczną obsługą klienta			120	3080	1620	46	1620	61,6	1460	58,4
ŚR: Strategiczne zarządzanie projektami			120	3080	1620	44	1620	61,6	1460	58,4
ŚR: Strategiczne zarządzanie w handlu i usługach			120	3080	1620	46	1620	61,6	1460	58,4
Razem - Podsumowanie całego cyklu -tylko ŚR										
ŚR: Strategiczne zarządzanie finansami przedsiębiorstwa			50	1250	440	14	440	17,6	810	32,4
ŚR: Strategiczne zarządzanie logistyczną obsługą klienta			50	1250	440	16	440	17,6	810	32,4
ŚR: Strategiczne zarządzanie projektami			50	1250	440	14	440	17,6	810	32,4
ŚR: Strategiczne zarządzanie w handlu i usługach			50	1250	440	16	440	17,6	810	32,4
Suma końcowa										
% ECTS w kontakcie z nauczycielem/ prowadzącym zajęcia										
ŚR: Strategiczne zarządzanie finansami przedsiębiorstwa								51,33		
ŚR: Strategiczne zarządzanie logistyczną obsługą klienta								51,33		
ŚR: Strategiczne zarządzanie projektami								51,33		
ŚR: Strategiczne zarządzanie w handlu i usługach								51,33		
Suma końcowa										

Studia niestacjonarne

Nazwa przedmiotu	Forma zajęć W/Ć-1; W-2; Ć-3; L/S-4; Prak-5	Forma zaliczenia ZO -1; E -2; Z -0	ECTS	Liczba godzin kontaktowych i niekontaktowych	Liczba godzin zajęć zgodna z programem studiów	Liczba godzin przeznaczonych na zaliczenie/ egzamin / sesję poprawkową	Liczba godzin w kontakcie z nauczycielem / prowadzącym zajęcia	Liczba ECTS w kontakcie z nauczycielem / prowadzącym zajęcia	Liczba godzin bez udziału nauczyciela / prowadzącego zajęcia	Liczba ECTS bez udziału nauczyciela / prowadzącego zajęcia
I										
G_1-GZO			**4**	**100**	**36**	**4**	**36**	**1,44**	**64**	**2,56**
Etyka menedżerska i społeczna odpowiedzialność biznesu	3	1	2	50	18	2	18	0,72	32	1,28
Język obcy*	4	1	2	50	18	2	18	0,72	32	1,28
G_2-GZP			**15**	**375**	**99**	**6**	**99**	**3,96**	**276**	**11,04**
Metody ilościowe w zarządzaniu	1	2	4	100	36	0	36	1,44	64	2,56
Prawo gospodarcze	2	2	2	50	18	0	18	0,72	32	1,28
Rynek pracy	1	1	4	100	18	2	18	0,72	82	3,28
Sztuczna inteligencja i technologie cyfrowe w zarządzaniu	4	1	3	75	18	2	18	0,72	57	2,28
Zarządzanie własnością intelektualną	3	1	2	50	9	2	9	0,36	41	1,64
G_3-GZK			**11**	**275**	**66**	**4**	**66**	**2,64**	**209**	**8,36**
Analityka decyzji menedżerskich	3	1	4	100	18	2	18	0,72	82	3,28
Zarządzanie strategiczne	1	2	4	100	36	0	36	1,44	64	2,56
Zarządzanie zmianą i rozwojem przedsiębiorstwa	3	1	3	75	12	2	12	0,48	63	2,52
I -Razem										
Razem - I semestr		**13**	**30**	**750**	**201**	**14**	**201**	**8,04**	**549**	**21,96**
Wszystkie ŚR		13	30	750	201	14	201	8,04	549	21,96
II										
G_1-GZO			**5**	**125**	**36**	**2**	**36**	**1,44**	**89**	**3,56**
Język obcy*	4	2	3	75	18	0	18	0,72	57	2,28
Przedmiot humanistyczny I*	2	1	2	50	18	2	18	0,72	32	1,28
G_3-GZK			**12**	**300**	**129**	**8**	**129**	**5,16**	**171**	**6,84**
Marketing międzynarodowy	1	2	3	75	36	0	36	1,44	39	1,56
Metodyka badań w zarządzaniu	3	1	1	25	9	2	9	0,36	16	0,64

Nazwa przedmiotu	Forma zajęć W/Ć-1; W-2; Ć-3; L/S-4; Prak-5	Forma zaliczenia ZO -1; E -2; Z -0	ECTS	Liczba godzin kontaktowych i niekontaktowych	Liczba godzin zajęć zgodna z programem studiów	Liczba godzin przeznaczonych na zaliczenie/ egzamin / sesję poprawkową	Liczba godzin w kontakcie z nauczycielem / prowadzącym zajęcia	Liczba ECTS w kontakcie z nauczycielem / prowadzącym zajęcia	Liczba godzin bez udziału nauczyciela / prowadzącego zajęcia	Liczba ECTS bez udziału nauczyciela / prowadzącego zajęcia
Nowe tendencje w ZZL	2	1	2	50	18	2	18	0,72	32	1,28
Rachunkowość zarządcza	1	1	3	75	27	2	27	1,08	48	1,92
Strategiczne symulacje biznesowe	4	1	1	25	12	2	12	0,48	13	0,52
Współczesne koncepcje zarządzania	1	2	2	50	27	0	27	1,08	23	0,92
G_4ŚR:SZLOK	**5**	**3**	**5**	**125**	**39**	**2**	**39**	**1,56**	**86**	**3,44**
Logistyczne aspekty obsługi klienta	1	2	3	75	27	0	27	1,08	48	1,92
Seminarium dyplomowe	4	1	2	50	12	2	12	0,48	38	1,52
G_4ŚR:SZFP	**5**	**3**	**5**	**125**	**39**	**2**	**39**	**1,56**	**86**	**3,44**
Finanse przedsiębiorstwa	1	2	3	75	27	0	27	1,08	48	1,92
Seminarium dyplomowe	4	1	2	50	12	2	12	0,48	38	1,52
G_4ŚR:SZHU	**5**	**3**	**5**	**125**	**39**	**2**	**39**	**1,56**	**86**	**3,44**
Seminarium dyplomowe	4	1	2	50	12	2	12	0,48	38	1,52
Strategie firm rodzinnych	1	2	3	75	27	0	27	1,08	48	1,92
G_4ŚR:SZP	**5**	**3**	**5**	**125**	**39**	**2**	**39**	**1,56**	**86**	**3,44**
Seminarium dyplomowe	4	1	2	50	12	2	12	0,48	38	1,52
Zarządzanie projektami	1	2	3	75	27	0	27	1,08	48	1,92
Prak	**5**	**1**	**8**	**240**	**240**	**2**	**240**	**8**		**0**
Pierwsza praktyka zawodowa	5	1	8	240	240	2	240	8		0
II-Razem										
Razem-II semestr										
Semestr II bez specjalnościowych		12	25	665	405	12	405	14,6	260	10,4
ŚR: Strategiczne zarządzanie finansami przedsiębiorstwa		15	30	790	444	14	444	16,16	346	13,84
ŚR: Strategiczne zarządzanie logistyczną obsługą klienta		15	30	790	444	14	444	16,16	346	13,84
ŚR: Strategiczne zarządzanie projektami		15	30	790	444	14	444	16,16	346	13,84
ŚR: Strategiczne zarządzanie w handlu i usługach		15	30	790	444	14	444	16,16	346	13,84
III										

Nazwa przedmiotu	Forma zajęć W/Ć-1; W-2; Ć-3; L/S-4; Prak-5	Forma zaliczenia ZO -1; E -2; Z -0	ECTS	Liczba godzin kontaktowych i niekontaktowych	Liczba godzin zajęć zgodna z programem studiów	Liczba godzin przeznaczonych na zaliczenie/ egzamin / sesję poprawkową	Liczba godzin w kontakcie z nauczycielem / prowadzącym zajęcia	Liczba ECTS w kontakcie z nauczycielem / prowadzącym zajęcia	Liczba godzin bez udziału nauczyciela / prowadzącego zajęcia	Liczba ECTS bez udziału nauczyciela / prowadzącego zajęcia
G_1-GZO			**2**	**50**	**18**	**2**	**18**	**0,72**	**32**	**1,28**
Przedmiot humanistyczny II*	2	1	2	50	18	2	18	0,72	32	1,28
G_3-GZK			**5**	**125**	**36**	**0**	**36**	**1,44**	**89**	**3,56**
Publiczne i rozwojowe instrumenty wsparcia przedsiębiorstwa	1	2	5	125	36	0	36	1,44	89	3,56
G_4ŚR:SZLOK			**15**	**375**	**84**	**4**	**84**	**3,36**	**291**	**11,64**
Marketing logistyczny	1	1	4	100	27	2	27	1,08	73	2,92
Seminarium dyplomowe	4	1	2	50	12	2	12	0,48	38	1,52
Transport i gospodarka magazynowa	3	2	4	100	18	0	18	0,72	82	3,28
Zarządzanie łańcuchem wartości	1	2	5	125	27	0	27	1,08	98	3,92
G_4ŚR:SZFP			**15**	**375**	**84**	**4**	**84**	**3,36**	**291**	**11,64**
Metody oceny projektów inwestycyjnych	1	2	5	125	27	0	27	1,08	98	3,92
Seminarium dyplomowe	4	1	2	50	12	2	12	0,48	38	1,52
Strategie finansowania przedsiębiorstw	1	1	4	100	27	2	27	1,08	73	2,92
Zamówienia publiczne	1	2	4	100	18	0	18	0,72	82	3,28
G_4ŚR:SZHU			**15**	**375**	**84**	**4**	**84**	**3,36**	**291**	**11,64**
Negocjacje handlowe	3	1	3	75	18	2	18	0,72	57	2,28
Seminarium dyplomowe	4	1	2	50	12	2	12	0,48	38	1,52
Strategiczne zarządzanie marketingowe w handlu i usługach	1	2	5	125	27	0	27	1,08	98	3,92
Zarządzanie procesami w handlu i usługach	1	2	5	125	27	0	27	1,08	98	3,92
G_4ŚR:SZP			**15**	**375**	**84**	**4**	**84**	**3,36**	**291**	**11,64**
Narzędzia cyfrowe w zarządzaniu projektami	3	1	3	75	18	2	18	0,72	57	2,28
Przywództwo i zarządzanie zespołem projektowym	1	2	5	125	27	0	27	1,08	98	3,92
Seminarium dyplomowe	4	1	2	50	12	2	12	0,48	38	1,52
Zarządzanie projektami biznesowymi	1	2	5	125	27	0	27	1,08	98	3,92
Prak			**8**	**240**	**240**	**2**	**240**	**8**		**0**
Druga praktyka zawodowa	5	1	8	240	240	2	240	8		0

Nazwa przedmiotu	Forma zajęć W/Ć-1; W-2; Ć-3; L/S-4; Prak-5	Forma zaliczenia ZO -1; E -2; Z -0	ECTS	Liczba godzin kontaktowych i niekontaktowych	Liczba godzin zajęć zgodna z programem studiów	Liczba godzin przeznaczonych na zaliczenie/ egzamin / sesję poprawkową	Liczba godzin w kontakcie z nauczycielem / prowadzącym zajęcia	Liczba ECTS w kontakcie z nauczycielem / prowadzącym zajęcia	Liczba godzin bez udziału nauczyciela / prowadzącego zajęcia	Liczba ECTS bez udziału nauczyciela / prowadzącego zajęcia
III-Razem										
Razem -III semestr										
Semestr III bez specjalnościowych		4	15	415	294	4	294	10,16	121	4,84
ŚR: Strategiczne zarządzanie finansami przedsiębiorstwa		10	30	790	378	8	378	13,52	412	16,48
ŚR: Strategiczne zarządzanie logistyczną obsługą klienta		10	30	790	378	8	378	13,52	412	16,48
ŚR: Strategiczne zarządzanie projektami		10	30	790	378	8	378	13,52	412	16,48
ŚR: Strategiczne zarządzanie w handlu i usługach		10	30	790	378	8	378	13,52	412	16,48
IV										
G_4ŚR:SZLOK			**30**	**750**	**141**	**10**	**141**	**5,64**	**609**	**24,36**
Badanie skuteczności obsługi klienta	1	2	2	50	18	0	18	0,72	32	1,28
Projektowanie i modelowanie łańcuchów dostaw	3	1	2	50	18	2	18	0,72	32	1,28
Psychologia klienta	2	2	2	50	9	0	9	0,36	41	1,64
Sektor usług logistycznych	1	2	4	100	30	0	30	1,2	70	2,8
Seminarium dyplomowe i przygotowanie pracy dyplomowej	4	1	12	300	12	2	12	0,48	288	11,52
System SRM i CRM	3	1	2	50	18	2	18	0,72	32	1,28
Warsztaty strategiczne	4	1	4	100	18	2	18	0,72	82	3,28
Zarządzanie personelem handlowym	3	1	2	50	18	2	18	0,72	32	1,28
G_4ŚR:SZFP			**30**	**750**	**141**	**8**	**141**	**5,64**	**609**	**24,36**
Instytucje i instrumenty finansowe	1	2	3	75	21	0	21	0,84	54	2,16
Ład korporacyjny i nadzór właścicielski	3	1	2	50	18	2	18	0,72	32	1,28
Obciążenia publiczno-prawne przedsiębiorstw	3	1	2	50	18	2	18	0,72	32	1,28
Ocena kondycji finansowej przedsiębiorstw	1	2	5	125	36	0	36	1,44	89	3,56
Seminarium dyplomowe i przygotowanie pracy dyplomowej	4	1	12	300	12	2	12	0,48	288	11,52
Warsztaty strategiczne	4	1	4	100	18	2	18	0,72	82	3,28
Zarządzanie wartością przedsiębiorstwa	3	2	2	50	18	0	18	0,72	32	1,28
G_4ŚR:SZHU			**30**	**750**	**141**	**10**	**141**	**5,64**	**609**	**24,36**

Nazwa przedmiotu	Forma zajęć W/Ć-1; W-2; Ć-3; L/S-4; Prak-5	Forma zaliczenia ZO -1; E -2; Z -0	ECTS	Liczba godzin kontaktowych i niekontaktowych	Liczba godzin zajęć zgodna z programem studiów	Liczba godzin przeznaczonych na zaliczenie/ egzamin / sesję poprawkową	Liczba godzin w kontakcie z nauczycielem / prowadzącym zajęcia	Liczba ECTS w kontakcie z nauczycielem / prowadzącym zajęcia	Liczba godzin bez udziału nauczyciela / prowadzącego zajęcia	Liczba ECTS bez udziału nauczyciela / prowadzącego zajęcia
CRM i SRM w handlu i usługach	3	1	2	50	12	2	12	0,48	38	1,52
Doświadczenia klienta	1	2	2	50	18	0	18	0,72	32	1,28
Seminarium dyplomowe i przygotowanie pracy dyplomowej	4	1	12	300	12	2	12	0,48	288	11,52
Strategie e-commerce	1	1	2	50	18	2	18	0,72	32	1,28
Warsztaty strategiczne	4	1	4	100	18	2	18	0,72	82	3,28
Zarządzanie jakością w handlu i usługach	1	2	4	100	27	0	27	1,08	73	2,92
Zarządzanie przestrzenią sprzedaży	1	1	2	50	18	2	18	0,72	32	1,28
Zarządzanie zespołem sprzedażowym	3	2	2	50	18	0	18	0,72	32	1,28
G_4ŚR:SZP			**30**	**750**	**141**	**8**	**141**	**5,64**	**609**	**24,36**
Budżetowanie, kontroling i ryzyko projektowe	1	2	5	125	30	0	30	1,2	95	3,8
Metodyki przygotowania projektów	1	2	2	50	18	0	18	0,72	32	1,28
Myślenie projektowe	3	1	2	50	18	2	18	0,72	32	1,28
Seminarium dyplomowe i przygotowanie pracy dyplomowej	4	1	12	300	12	2	12	0,48	288	11,52
Warsztaty strategiczne	4	1	2	50	18	2	18	0,72	32	1,28
Zarządzanie projektami inwestycyjnymi	2	2	4	100	27	0	27	1,08	73	2,92
Zarządzanie projektami miękkimi	3	1	3	75	18	2	18	0,72	57	2,28
IV-Razem										
Razem -IV semestr			**120**	**3000**	**564**	**36**	**564**	**22,56**	**2436**	**97,44**
ŚR: Strategiczne zarządzanie finansami przedsiębiorstwa			30	750	141	8	141	5,64	609	24,36
ŚR: Strategiczne zarządzanie logistyczną obsługą klienta			30	750	141	10	141	5,64	609	24,36
ŚR: Strategiczne zarządzanie projektami			30	750	141	8	141	5,64	609	24,36
ŚR: Strategiczne zarządzanie w handlu i usługach			30	750	141	10	141	5,64	609	24,36
Razem										
Razem - Podsumowanie całego cyklu										
ŚR: Strategiczne zarządzanie finansami przedsiębiorstwa			120	3080	1164	44	1164	43,36	1916	76,64
ŚR: Strategiczne zarządzanie logistyczną obsługą klienta			120	3080	1164	46	1164	43,36	1916	76,64

Nazwa przedmiotu	Forma zajęć W/Ć-1; W-2; Ć-3; L/S-4; Prak-5	Forma zaliczenia ZO -1; E -2; Z -0	ECTS	Liczba godzin kontaktowych i niekontaktowych	Liczba godzin zajęć zgodna z programem studiów	Liczba godzin przeznaczonych na zaliczenie/ egzamin / sesję poprawkową	Liczba godzin w kontakcie z nauczycielem / prowadzącym zajęcia	Liczba ECTS w kontakcie z nauczycielem / prowadzącym zajęcia	Liczba godzin bez udziału nauczyciela / prowadzącego zajęcia	Liczba ECTS bez udziału nauczyciela / prowadzącego zajęcia
ŚR: Strategiczne zarządzanie projektami			120	3080	1164	44	1164	43,36	1916	76,64
ŚR: Strategiczne zarządzanie w handlu i usługach			120	3080	1164	46	1164	43,36	1916	76,64
Razem - Podsumowanie całego cyklu -tylko ŚR										
ŚR: Strategiczne zarządzanie finansami przedsiębiorstwa			50	1250	264	14	264	10,56	986	39,44
ŚR: Strategiczne zarządzanie logistyczną obsługą klienta			50	1250	264	16	264	10,56	986	39,44
ŚR: Strategiczne zarządzanie projektami			50	1250	264	14	264	10,56	986	39,44
ŚR: Strategiczne zarządzanie w handlu i usługach			50	1250	264	16	264	10,56	986	39,44
Suma końcowa										
% ECTS w kontakcie z nauczycielem/ prowadzącym zajęcia										
ŚR: Strategiczne zarządzanie finansami przedsiębiorstwa								36,13		
ŚR: Strategiczne zarządzanie logistyczną obsługą klienta								36,13		
ŚR: Strategiczne zarządzanie projektami								36,13		
ŚR: Strategiczne zarządzanie w handlu i usługach								36,13		
Suma końcowa										

Załącznik 2. Wykaz zajęć lub grupy zajęć z dziedziny nauk humanistycznych dla wszystkich ścieżek rozwoju

	Lp.	Nazwa zajęć	ECTS
Dziedzina nauk humanistycznych	1	Etyka menedżerska i społeczna odpowiedzialność biznesu	**2**
	2	Przedmiot humanistyczny I*	**2**
	3	Przedmiot humanistyczny II*	**2**
		Razem	**6**

Załącznik 3. Wykaz zajęć lub grupy zajęć do wyboru

Grupa przedmiotów / Nazwa przedmiotu	Punkty ECTS
G_1-GZO	**9**
Język obcy*	5
Przedmiot humanistyczny I*	2
Przedmiot humanistyczny II*	2
G_4ŚR:SZLOK	**50**
Badanie skuteczności obsługi klienta	2
Logistyczne aspekty obsługi klienta	3
Marketing logistyczny	4
Projektowanie i modelowanie łańcuchów dostaw	2
Psychologia klienta	2
Sektor usług logistycznych	4
Seminarium dyplomowe	4
Seminarium dyplomowe i przygotowanie pracy dyplomowej	12
System SRM i CRM	2
Transport i gospodarka magazynowa	4
Warsztaty strategiczne	4
Zarządzanie łańcuchem wartości	5
Zarządzanie personelem handlowym	2
G_4ŚR:SZFP	**50**
Finanse przedsiębiorstwa	3
Instytucje i instrumenty finansowe	3
Ład korporacyjny i nadzór właścicielski	2
Metody oceny projektów inwestycyjnych	5
Obciążenia publiczno-prawne przedsiębiorstw	2
Ocena kondycji finansowej przedsiębiorstw	5
Seminarium dyplomowe	4
Seminarium dyplomowe i przygotowanie pracy dyplomowej	12
Strategie finansowania przedsiębiorstw	4
Warsztaty strategiczne	4
Zamówienia publiczne	4
Zarządzanie wartością przedsiębiorstwa	2
G_4ŚR:SZHU	**50**
CRM i SRM w handlu i usługach	2
Doświadczenia klienta	2
Negocjacje handlowe	3
Seminarium dyplomowe	4
Seminarium dyplomowe i przygotowanie pracy dyplomowej	12
Strategiczne zarządzanie marketingowe w handlu i usługach	5
Strategie e-commerce	2
Strategie firm rodzinnych	3
Warsztaty strategiczne	4
Zarządzanie jakością w handlu i usługach	4
Zarządzanie procesami w handlu i usługach	5
Zarządzanie przestrzenią sprzedaży	2
Zarządzanie zespołem sprzedażowym	2
G_4ŚR:SZP	**50**

Grupa przedmiotów / Nazwa przedmiotu	Punkty ECTS
Budżetowanie, kontroling i ryzyko projektowe	5
Metodyki przygotowania projektów	2
Myślenie projektowe	2
Narzędzia cyfrowe w zarządzaniu projektami	3
Przywództwo i zarządzanie zespołem projektowym	5
Seminarium dyplomowe	4
Seminarium dyplomowe i przygotowanie pracy dyplomowej	12
Warsztaty strategiczne	2
Zarządzanie projektami	3
Zarządzanie projektami biznesowymi	5
Zarządzanie projektami inwestycyjnymi	4
Zarządzanie projektami miękkimi	3
Suma końcowa	**59**
Udział w sumie wszystkich punktów ECTS (%)	**49,2**

Załącznik 4. Tabela pokrycia efektów uczenia się

Grupa	Przedmiot	K_W01	K_W02	K_W03	K_W04	K_W05	K_W06	K_W07	K_W08	K_W09	K_W10	K_W11	K_W12	K_W13	W	K_U01	K_U02	K_U03	K_U04	K_U05	K_U06	K_U07	K_U08	K_U09	K_U10	U	K_K01	K_K02	K_K03	K_K04	K_K05	K_K06	K	Razem
G_1-GZO	Etyka menedżerska i społeczna odpowiedzialność biznesu	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	2	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	2	0	0	1	1	0	1	3	7
G_1-GZO	Język obcy*	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1
G_1-GZO	Język obcy*	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1
G_1-GZO	Przedmiot humanistyczny I*	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
G_1-GZO	Przedmiot humanistyczny II*	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
G_1-GZO Suma		0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	2	1	0	0	1	0	0	2	0	0	0	4	0	0	1	1	0	1	3	9
G_2-GZP	Metody ilościowe w zarządzaniu	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	2	0	1	0	1	0	1	0	0	0	0	3	0	1	0	0	0	0	1	6
G_2-GZP	Prawo gospodarcze	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	3	1	0	0	1	0	1	0	0	0	0	3	0	1	0	0	1	0	2	8
G_2-GZP	Rynek pracy	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	2	1	1	0	1	0	0	0	0	0	0	3	0	1	0	0	0	0	1	6
G_2-GZP	Sztuczna inteligencja i technologie cyfrowe w zarządzaniu	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	1	0	1	0	0	0	0	0	1	3	0	0	0	1	0	1	2	6
G_2-GZP	Zarządzanie własnością intelektualną	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	0	3	1	0	0	1	0	1	0	0	0	0	3	0	1	0	0	0	1	2	8
G_2-GZP Suma		0	0	2	0	0	1	1	0	0	2	1	2	2	11	3	3	0	5	0	3	0	0	0	1	15	0	4	0	1	1	2	8	34
G_3-GZK	Analityka decyzji menedżerskich	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	2	1	1	0	0	0	0	0	0	0	1	3	0	1	0	1	0	0	2	7
G_3-GZK	Marketing międzynarodowy	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	1	1	1	1	0	1	0	0	0	0	5	0	0	0	0	1	0	1	8
G_3-GZK	Metodyka badań w zarządzaniu	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	2	0	1	0	1	0	1	0	0	0	1	4	0	1	0	0	0	1	2	8
G_3-GZK	Nowe tendencje w ZZL	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	2	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	2	0	1	0	0	0	0	1	5
G_3-GZK	Publiczne i rozwojowe instrumenty wsparcia przedsiębiorstwa	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
G_3-GZK	Rachunkowość zarządcza	1	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	3	1	1	0	1	0	0	0	0	0	0	3	0	1	0	0	0	0	1	7
G_3-GZK	Strategiczne symulacje biznesowe	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	0	0	0	1	0	0	4	1	0	1	0	0	0	2	6
G_3-GZK	Współczesne koncepcje zarządzania	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	1	3	0	0	0	1	1	0	0	0	0	1	3	0	0	0	1	0	0	1	7
G_3-GZK	Zarządzanie strategiczne	0	0	1	1	0	0	0	0	1	1	0	0	0	4	0	1	1	1	0	1	0	0	0	0	4	0	0	1	0	0	0	1	9

Grupa	Przedmiot	K_W01	K_W02	K_W03	K_W04	K_W05	K_W06	K_W07	K_W08	K_W09	K_W10	K_W11	K_W12	K_W13	W	K_U01	K_U02	K_U03	K_U04	K_U05	K_U06	K_U07	K_U08	K_U09	K_U10	U	K_K01	K_K02	K_K03	K_K04	K_K05	K_K06	K	Razem
G_3-GZK	Zarządzanie zmianą i rozwojem przedsiębiorstwa	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	2	1	0	0	1	0	0	0	1	0	0	3	1	0	0	0	0	0	1	6
G_3-GZK Suma		1	1	2	2	1	4	2	1	2	1	0	0	3	20	4	6	3	7	1	4	0	2	1	3	31	2	4	2	2	1	1	12	63
G_4ŚR:SZLOK	Badanie skuteczności obsługi klienta	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	2	0	1	0	1	0	1	0	0	0	0	3	0	1	0	0	0	0	1	6
G_4ŚR:SZLOK	Logistyczne aspekty obsługi klienta	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	3	1	1	0	1	0	1	0	0	0	0	4	0	1	0	0	0	0	1	8
G_4ŚR:SZLOK	Marketing logistyczny	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	2	0	1	0	1	0	1	0	0	0	0	3	0	1	0	0	0	0	1	6
G_4ŚR:SZLOK	Projektowanie i modelowanie łańcuchów dostaw	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	1	3	0	1	0	1	0	1	0	0	0	0	3	0	1	0	0	0	0	1	7
G_4ŚR:SZLOK	Psychologia klienta	1	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	3	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	4
G_4ŚR:SZLOK	Sektor usług logistycznych	0	0	1	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	3	0	1	1	1	0	0	0	0	0	0	3	0	1	0	0	0	0	1	7
G_4ŚR:SZLOK	Seminarium dyplomowe	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	2	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0	5	0	0	0	0	0	1	1	8
G_4ŚR:SZLOK	Seminarium dyplomowe	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	2	1	1	0	1	0	1	0	0	0	0	4	0	0	0	0	0	1	1	7
G_4ŚR:SZLOK	Seminarium dyplomowe i przygotowanie pracy dyplomowej	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	2	1	0	0	1	0	1	0	0	1	0	4	0	0	0	0	1	0	1	7
G_4ŚR:SZLOK	System SRM i CRM	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	2	0	1	0	1	0	1	0	0	0	1	4	0	1	0	0	0	0	1	7
G_4ŚR:SZLOK	Transport i gospodarka magazynowa	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	2	0	1	0	1	0	1	0	1	0	0	4	1	0	0	0	1	0	2	8
G_4ŚR:SZLOK	Warsztaty strategiczne	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	1	1	0	1	0	0	0	0	0	0	3	0	1	0	0	0	0	1	5
G_4ŚR:SZLOK	Zarządzanie łańcuchem wartości	0	1	1	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	4	1	1	1	1	0	1	0	0	0	0	5	0	1	0	0	0	0	1	10
G_4ŚR:SZLOK	Zarządzanie personelem handlowym	0	0	1	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	3	1	1	1	1	0	1	0	0	0	0	5	0	1	0	0	0	0	1	9
G_4ŚR:SZLOK Suma		1	1	6	3	1	2	4	0	1	4	3	1	7	34	8	12	4	13	1	10	0	1	1	1	51	1	9	0	0	2	2	14	99

Grupa	Przedmiot	K_W01	K_W02	K_W03	K_W04	K_W05	K_W06	K_W07	K_W08	K_W09	K_W10	K_W11	K_W12	K_W13	W	K_U01	K_U02	K_U03	K_U04	K_U05	K_U06	K_U07	K_U08	K_U09	K_U10	U	K_K01	K_K02	K_K03	K_K04	K_K05	K_K06	K	Razem
G_4ŚR:SZFP	Finanse przedsiębiorstwa	0	0	0	0	0	1	1	0	0	1	0	0	0	3	0	1	0	1	0	1	0	0	0	1	4	0	1	0	0	0	0	1	8
G_4ŚR:SZFP	Instytucje i instrumenty finansowe	0	0	0	0	0	1	1	0	0	1	0	0	0	3	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	2	0	1	0	0	0	0	1	6
G_4ŚR:SZFP	Ład korporacyjny i nadzór właścicielski	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	2	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	2	0	0	0	0	1	0	1	5
G_4ŚR:SZFP	Metody oceny projektów inwestycyjnych	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	2	0	1	0	1	0	1	0	0	0	0	3	0	1	0	0	0	0	1	6
G_4ŚR:SZFP	Obciążenia publiczno-prawne przedsiębiorstw	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	2	1	1	1	0	0	1	0	0	0	0	4	0	1	0	1	0	0	2	8
G_4ŚR:SZFP	Ocena kondycji finansowej przedsiębiorstw	1	1	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	4	1	1	0	1	0	1	0	0	0	1	5	0	1	0	0	0	0	1	10
G_4ŚR:SZFP	Seminarium dyplomowe	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	2	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0	5	0	0	0	0	0	1	1	8
G_4ŚR:SZFP	Seminarium dyplomowe	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	2	1	1	0	1	0	1	0	0	0	0	4	0	0	0	0	0	1	1	7
G_4ŚR:SZFP	Seminarium dyplomowe i przygotowanie pracy dyplomowej	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	2	1	0	0	1	0	1	0	0	1	0	4	0	0	0	0	1	0	1	7
G_4ŚR:SZFP	Strategie finansowania przedsiębiorstw	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	2	0	1	0	1	0	1	0	0	0	0	3	0	1	0	0	0	0	1	6
G_4ŚR:SZFP	Warsztaty strategiczne	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	1	1	0	1	0	0	0	0	0	0	3	0	1	0	0	0	0	1	5
G_4ŚR:SZFP	Zamówienia publiczne	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	2	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	2	0	1	0	0	0	0	1	5
G_4ŚR:SZFP	Zarządzanie wartością przedsiębiorstwa	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	1	0	1	0	0	3	0	0	0	0	0	0	0	4
G_4ŚR:SZFP Suma		3	1	1	0	0	4	5	2	1	3	3	3	2	28	7	10	2	9	2	10	0	1	1	2	44	0	8	0	1	2	2	13	85
G_4ŚR:SZHU	CRM i SRM w handlu i usługach	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	3	0	1	0	0	1	1	0	0	0	0	3	0	0	0	0	1	0	1	7
G_4ŚR:SZHU	Doświadczenia klienta	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	3	1	1	0	1	0	1	0	0	0	0	4	0	0	0	0	1	0	1	8
G_4ŚR:SZHU	Negocjacje handlowe	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	1	1	0	0	0	0	3	0	0	0	0	0	1	1	5

Grupa	Przedmiot	K_W01	K_W02	K_W03	K_W04	K_W05	K_W06	K_W07	K_W08	K_W09	K_W10	K_W11	K_W12	K_W13	W	K_U01	K_U02	K_U03	K_U04	K_U05	K_U06	K_U07	K_U08	K_U09	K_U10	U	K_K01	K_K02	K_K03	K_K04	K_K05	K_K06	K	Razem
G_4ŚR:SZHU	Seminarium dyplomowe	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	2	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0	5	0	0	0	0	0	1	1	8
G_4ŚR:SZHU	Seminarium dyplomowe	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	2	1	1	0	1	0	1	0	0	0	0	4	0	0	0	0	0	1	1	7
G_4ŚR:SZHU	Seminarium dyplomowe i przygotowanie pracy dyplomowej	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	2	1	0	0	1	0	1	0	0	1	0	4	0	0	0	0	1	0	1	7
G_4ŚR:SZHU	Strategiczne zarządzanie marketingowe w handlu i usługach	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	1	1	1	1	0	1	0	0	0	0	5	0	0	0	0	1	0	1	8
G_4ŚR:SZHU	Strategie e-commerce	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	2	1	1	0	1	0	1	0	0	0	0	4	0	0	0	0	1	0	1	7
G_4ŚR:SZHU	Strategie firm rodzinnych	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	2	1	1	1	0	0	1	0	0	0	0	4	0	1	0	0	0	0	1	7
G_4ŚR:SZHU	Warsztaty strategiczne	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	1	1	0	1	0	0	0	0	0	0	3	0	1	0	0	0	0	1	5
G_4ŚR:SZHU	Zarządzanie jakością w handlu i usługach	1	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	3	0	1	0	1	0	1	0	0	0	0	3	1	0	0	0	0	0	1	7
G_4ŚR:SZHU	Zarządzanie procesami w handlu i usługach	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	3	1	1	0	1	0	1	0	1	0	0	5	1	1	0	0	1	0	3	11
G_4ŚR:SZHU	Zarządzanie przestrzenią sprzedaży	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	2	0	1	0	1	0	1	0	0	0	0	3	1	0	0	0	1	0	2	7
G_4ŚR:SZHU	Zarządzanie zespołem sprzedażowym	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	2	0	1	0	1	0	1	0	1	0	0	4	1	0	0	0	1	0	2	8
G_4ŚR:SZHU Suma		2	1	7	2	1	1	1	2	1	3	3	1	5	30	10	12	3	11	3	12	0	2	1	0	54	4	3	0	0	8	3	18	102
G_4ŚR:SZP	Budżetowanie, kontroling i ryzyko projektowe	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	2	0	1	0	1	0	1	0	0	0	0	3	0	1	1	0	0	0	2	7
G_4ŚR:SZP	Metodyki przygotowania projektów	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	2	1	1	0	1	0	1	0	0	0	0	4	0	1	0	0	0	0	1	7
G_4ŚR:SZP	Myślenie projektowe	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	0	1	0	1	0	0	0	0	4	0	0	0	0	1	0	1	6
G_4ŚR:SZP	Narzędzia cyfrowe w zarządzaniu projektami	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	1	0	0	0	1	0	0	0	1	3	1	0	0	0	0	0	1	5

Grupa	Przedmiot	K_W01	K_W02	K_W03	K_W04	K_W05	K_W06	K_W07	K_W08	K_W09	K_W10	K_W11	K_W12	K_W13	W	K_U01	K_U02	K_U03	K_U04	K_U05	K_U06	K_U07	K_U08	K_U09	K_U10	U	K_K01	K_K02	K_K03	K_K04	K_K05	K_K06	K	Razem
G_4ŚR:SZP	Przywództwo i zarządzanie zespołem projektowym	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	2	0	0	0	1	1	1	0	1	0	0	4	1	0	0	0	0	1	2	8
G_4ŚR:SZP	Seminarium dyplomowe	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	2	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0	5	0	0	0	0	0	1	1	8
G_4ŚR:SZP	Seminarium dyplomowe	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	2	1	1	0	1	0	1	0	0	0	0	4	0	0	0	0	0	1	1	7
G_4ŚR:SZP	Seminarium dyplomowe i przygotowanie pracy dyplomowej	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	2	1	0	0	1	0	1	0	0	1	0	4	0	0	0	0	1	0	1	7
G_4ŚR:SZP	Warsztaty strategiczne	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	1	1	0	1	0	0	0	0	0	0	3	0	1	0	0	0	0	1	5
G_4ŚR:SZP	Zarządzanie projektami	0	0	0	0	0	1	0	1	0	1	0	0	0	3	1	1	0	1	0	1	0	1	0	0	5	1	1	0	0	0	0	2	10
G_4ŚR:SZP	Zarządzanie projektami biznesowymi	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	2	1	0	1	1	0	1	0	0	0	0	4	0	1	0	0	1	0	2	8
G_4ŚR:SZP	Zarządzanie projektami inwestycyjnymi	0	1	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	3	0	1	1	1	0	1	0	0	0	0	4	0	1	0	0	1	0	2	9
G_4ŚR:SZP	Zarządzanie projektami miękkimi	0	0	0	0	1	0	1	1	0	0	0	0	0	3	1	0	0	1	0	1	0	0	0	0	3	0	1	0	0	1	0	2	8
G_4ŚR:SZP Suma		0	1	0	0	2	3	5	3	1	5	3	1	2	26	9	9	3	12	2	11	0	2	1	1	50	3	7	1	0	5	3	19	95
Prak	Druga praktyka zawodowa	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Prak	Pierwsza praktyka zawodowa	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Prak Suma		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Suma końcowa		7	5	18	7	6	15	18	8	6	19	13	8	21	151	42	52	15	58	9	50	2	8	5	8	249	10	35	4	5	19	14	87	487
Razem - Podsumowanie całego cyklu	ŚR: Strategiczne zarządzanie finansami przedsiębiorstwa	4	2	5	2	2	9	8	3	3	7	4	5	7	60	15	19	5	22	3	17	2	3	2	6	94	2	16	3	5	4	6	36	190
	ŚR: Strategiczne zarządzanie logistyczną obsługą klienta	2	2	10	5	3	7	7	1	3	8	4	3	12	66	16	21	7	26	2	17	2	3	2	5	101	3	17	3	4	4	6	37	204
	ŚR: Strategiczne zarządzanie projektami	1	2	4	2	4	8	8	4	3	9	4	3	7	58	17	18	6	25	3	18	2	4	2	5	100	5	15	4	4	7	7	42	200
	ŚR: Strategiczne zarządzanie w handlu i usługach	3	2	11	4	3	6	4	3	3	7	4	3	10	62	18	21	6	24	4	19	2	4	2	4	104	6	11	3	4	10	7	41	207
Razem - Podsumowanie całego cyklu		7	5	18	7	6	15	18	8	6	19	13	8	21	151	42	52	15	58	9	50	2	8	5	8	249	10	35	4	5	19	14	87	487

Grupa	Przedmiot	K_W01	K_W02	K_W03	K_W04	K_W05	K_W06	K_W07	K_W08	K_W09	K_W10	K_W11	K_W12	K_W13	W	K_U01	K_U02	K_U03	K_U04	K_U05	K_U06	K_U07	K_U08	K_U09	K_U10	U	K_K01	K_K02	K_K03	K_K04	K_K05	K_K06	K	Razem
Razem - Podsumowanie ŚR	ŚR: Strategiczne zarządzanie finansami przedsiębiorstwa	3	1	1	0	0	4	5	2	1	3	3	3	2	27	7	10	2	9	2	10	0	1	1	2	44	0	8	0	1	2	2	13	84
	ŚR: Strategiczne zarządzanie logistyczną obsługą klienta	1	1	6	3	1	2	4	0	1	4	3	1	7	33	8	12	4	13	1	10	0	1	1	1	51	1	9	0	0	2	2	14	98
	ŚR: Strategiczne zarządzanie projektami	0	1	0	0	2	3	5	3	1	5	3	1	2	25	9	9	3	12	2	11	0	2	1	1	50	3	7	1	0	5	3	19	94
	ŚR: Strategiczne zarządzanie w handlu i usługach	2	1	7	2	1	1	1	2	1	3	3	1	5	29	10	12	3	11	3	12	0	2	1	0	54	4	3	0	0	8	3	18	101

Załącznik 5. Treści programowe zajęć

Treści programowe na kierunku Zarządzanie II stopnia o profilu praktycznym

TP: 1. G_1-GZO 77
TP: 2. Etyka menedżerska i społeczna odpowiedzialność biznesu 77
TP: 3. Język obcy* 78
TP: 4. Przedmiot humanistyczny I* 79
TP: 5. Przedmiot humanistyczny II* 79
TP: 6. G_2-GZP 80
TP: 7. Metody ilościowe w zarządzaniu 80
TP: 8. Prawo gospodarcze 80
TP: 9. Rynek pracy 81
TP: 10. Sztuczna inteligencja i technologie cyfrowe w zarządzaniu 81
TP: 11. Zarządzanie własnością intelektualną 82
TP: 12. G_3-GZK 82
TP: 13. Analityka decyzji menedżerskich 82
TP: 14. Marketing międzynarodowy 83
TP: 15. Metodyka badań w zarządzaniu 84
TP: 16. Nowe tendencje w ZZL 84
TP: 17. Publiczne i rozwojowe instrumenty wsparcia przedsiębiorstwa 85
TP: 18. Rachunkowość zarządcza 85
TP: 19. Strategiczne symulacje biznesowe 86
TP: 20. Współczesne koncepcje zarządzania 86
TP: 21. Zarządzanie strategiczne 87
TP: 22. Zarządzanie zmianą i rozwojem przedsiębiorstwa 87
TP: 23. G_4ŚR:SZLOK 88
TP: 24. Badanie skuteczności obsługi klienta 88
TP: 25. Logistyczne aspekty obsługi klienta 89
TP: 26. Projektowanie i modelowanie łańcuchów dostaw 90
TP: 27. Psychologia klienta 91
TP: 28. Sektor usług logistycznych 92
TP: 29. Seminarium dyplomowe - Sem. 2 93
TP: 30. Seminarium dyplomowe - Sem. 3 93
TP: 31. Seminarium dyplomowe i przygotowanie pracy dyplomowej 93
TP: 32. System SRM i CRM 94
TP: 33. Transport i gospodarka magazynowa 95
TP: 34. Warsztaty strategiczne 96
TP: 35. Zarządzanie łańcuchem wartości 97
TP: 36. Zarządzanie personelem handlowym 98
TP: 37. Marketing logistyczny 99
TP: 38. G_4ŚR:SZFP 100
TP: 39. Finanse przedsiębiorstwa 100
TP: 40. Instytucje i instrumenty finansowe 100
TP: 41. Ład korporacyjny i nadzór właścicielski 101

TP: 42. Metody oceny projektów inwestycyjnych 101
TP: 43. Obciążenia publiczno-prawne przedsiębiorstw 102
TP: 44. Ocena kondycji finansowej przedsiębiorstw 103
TP: 45. Seminarium dyplomowe - Sem. 2 103
TP: 46. Seminarium dyplomowe - Sem. 3 104
TP: 47. Seminarium dyplomowe i przygotowanie pracy dyplomowej 104
TP: 48. Strategie finansowania przedsiębiorstw 105
TP: 49. Warsztaty strategiczne 105
TP: 50. Zamówienia publiczne 106
TP: 51. Zarządzanie wartością przedsiębiorstwa 106
TP: 52. G_4ŚR:SZHU 107
TP: 53. CRM i SRM w handlu i usługach 107
TP: 54. Negocjacje handlowe 108
TP: 55. Seminarium dyplomowe - Sem. 2 108
TP: 56. Seminarium dyplomowe - Sem. 3 109
TP: 57. Seminarium dyplomowe i przygotowanie pracy dyplomowej 109
TP: 58. Strategiczne zarządzanie marketingowe w handlu i usługach 110
TP: 59. Strategie e-commerce 111
TP: 60. Strategie firm rodzinnych 111
TP: 61. Warsztaty strategiczne 112
TP: 62. Zarządzanie jakością w handlu i usługach 112
TP: 63. Zarządzanie procesami w handlu i usługach 113
TP: 64. Zarządzanie przestrzenią sprzedaży 113
TP: 65. Zarządzanie zespołem sprzedażowym 114
TP: 66. Doświadczenia klienta 115
TP: 67. G_4ŚR:SZP 116
TP: 68. Budżetowanie, kontroling i ryzyko projektowe 116
TP: 69. Metodyki przygotowania projektów 117
TP: 70. Myślenie projektowe 117
TP: 71. Narzędzia cyfrowe w zarządzaniu projektami 118
TP: 72. Przywództwo i zarządzanie zespołem projektowym 119
TP: 73. Seminarium dyplomowe - Sem. 2 119
TP: 74. Seminarium dyplomowe - Sem. 3 120
TP: 75. Seminarium dyplomowe i przygotowanie pracy dyplomowej 120
TP: 76. Warsztaty strategiczne 121
TP: 77. Wprowadzenie do zarządzania projektami 122
TP: 78. Zarządzanie projektami biznesowymi 123
TP: 79. Zarządzanie projektami inwestycyjnymi 124
TP: 80. Zarządzanie projektami miękkimi 125
TP: 81. Praktyki 126
TP: 83. Pierwsza praktyka zawodowa 126
TP: 82. Druga praktyka zawodowa 127

TP: 1. G_1-GZO

TP: 2. Etyka menedżerska i społeczna odpowiedzialność biznesu

Treści programowe	Etyka menedżerska i społeczna odpowiedzialność biznesu jako element odpowiedzialnego zarządzania organizacją; podstawowe pojęcia i modele etyki biznesu oraz CSR; dylematy etyczne w praktyce zarządzania i sposoby ich rozstrzygania; etos menedżera i odpowiedzialne pełnienie ról zawodowych; kodeksy etyczne i narzędzia kształtowania standardów postępowania w organizacji; koncepcja interesariuszy oraz ekonomiczny, prawny, etyczny i filantropijny wymiar odpowiedzialności przedsiębiorstwa; wewnętrzny wymiar CSR, w tym relacje z pracownikami, różnorodność, przeciwdziałanie dyskryminacji i mobbingowi oraz bezpieczeństwo pracy; zewnętrzny wymiar CSR, w tym relacje z klientami, dostawcami, konkurencją i społecznością lokalną; odpowiedzialność środowiskowa przedsiębiorstwa i zrównoważony rozwój; narzędzia realizacji CSR, raportowanie niefinansowe, standardy GRI, analiza kampanii społecznych oraz opracowanie programu etycznego lub programu CSR dla wybranej organizacji.
Sposoby weryfikacji efektów uczenia się (profil praktyczny):	Pisemne kolokwium zaliczeniowe obejmujące zagadnienia z zakresu etyki menedżerskiej, społecznej odpowiedzialności biznesu, zrównoważonego rozwoju, dylematów etycznych, kodeksów etycznych, relacji z interesariuszami oraz raportowania działań CSR. Analiza studiów przypadków dotyczących dylematów etycznych i społecznej odpowiedzialności organizacji. Opracowanie i zespołowa prezentacja projektu, np. kodeksu etycznego lub programu społecznej odpowiedzialności biznesu dla wybranej organizacji. Udział w dyskusjach nad studiami przypadków i proponowanymi rozwiązaniami.
Efekty uczenia się	K_W05, K_W10, K_U01, K_U04, K_K03, K_K04, K_K06.

TP: 3. Język obcy*

Treści programowe	W semestrze pierwszym przedmiot koncentruje się na utrwaleniu i rozszerzeniu kompetencji językowych z poziomu B2 w kontekście komunikacji menedżerskiej. Obejmuje rozwijanie słownictwa z zakresu zarządzania strategicznego, analizy rynku, zarządzania zmianą, przywództwa, pracy zespołowej, finansów, marketingu i e-commerce. Studenci doskonalą umiejętność formułowania wypowiedzi ustnych i pisemnych o charakterze analitycznym, decyzyjnym i biznesowym, w tym raportów, podsumowań wykonawczych oraz korespondencji zawodowej. Zajęcia obejmują również analizę danych, raportów i wskaźników organizacyjnych, pracę z tekstami branżowymi oraz symulacje spotkań, negocjacji i prezentacji wyników. W semestrze drugim przedmiot rozwija kompetencje językowe w kierunku poziomu B2+, ze szczególnym naciskiem na samodzielność, precyzję i skuteczność komunikacji w złożonych sytuacjach zawodowych. Studenci doskonalą prezentowanie argumentów, formułowanie opinii eksperckich, prowadzenie dyskusji strategicznych oraz przygotowywanie wypowiedzi ustnych i pisemnych opartych na analizie przypadków, projektach i symulacjach decyzyjnych. Przedmiot rozwija także umiejętność posługiwania się językiem formalnym, perswazyjnym i dyplomatycznym, kompetencje interkulturowe oraz zdolność redagowania dokumentów strategicznych, biznesplanów i tekstów argumentacyjnych, z wykorzystaniem literatury branżowej, źródeł specjalistycznych i zasobów cyfrowych.
Sposoby weryfikacji efektów uczenia się (profil praktyczny):	testy pisemne, wypowiedzi ustne, prezentacje, prace pisemne
Efekty uczenia się	K_U07

TP: 4. Przedmiot humanistyczny I*

Treści programowe	Pogłębiona refleksja nad człowiekiem, organizacją i społeczeństwem; filozoficzne i etyczne podstawy decyzji menedżerskich; odpowiedzialność społeczna lidera i organizacji; dobro wspólne, sprawiedliwość, zaufanie i uczciwość w zarządzaniu; etyczne dylematy w organizacjach publicznych i prywatnych; kultura dialogu i odpowiedzialnego uczestnictwa w życiu społecznym; krytyczne myślenie wobec procesów społecznych, gospodarczych i technologicznych; wartości w zarządzaniu strategicznym; relacje między interesem organizacji, interesariuszami i otoczeniem społecznym; humanistyczne podstawy odpowiedzialnego przywództwa.
Sposoby weryfikacji efektów uczenia się (profil praktyczny):	Udział w dyskusji dydaktycznej. Analiza tekstów i przykładów dotyczących etycznych dylematów zarządzania. Case study z zakresu odpowiedzialności społecznej organizacji, decyzji menedżerskich i relacji z interesariuszami. Praca indywidualna lub zespołowa. Egzamin końcowy albo zaliczenie pisemne sprawdzające rozumienie treści humanistycznych i umiejętność ich odniesienia do praktyki zarządzania.
Efekty uczenia się	przedmiot ogólnouczelniany, bez przypisanych efektów kierunkowych

TP: 5. Przedmiot humanistyczny II*

Treści programowe	Kultura organizacyjna w perspektywie humanistycznej; komunikacja społeczna i międzykulturowa w organizacjach; historia idei zarządzania i jej znaczenie dla współczesnych modeli organizacyjnych; tożsamość organizacji, pamięć instytucjonalna i zarządzanie wiedzą; humanistyczne aspekty rozwoju technologii, cyfryzacji i sztucznej inteligencji; wpływ globalizacji, wielokulturowości i zmian społecznych na zarządzanie; etyka komunikacji, odpowiedzialność informacyjna i kultura debaty; organizacja wobec zmian cywilizacyjnych; człowiek w środowisku pracy przyszłości; społeczne i kulturowe uwarunkowania zarządzania zmianą.
Sposoby weryfikacji efektów uczenia się (profil praktyczny):	Udział w dyskusji dydaktycznej. Analiza przypadków dotyczących kultury organizacyjnej, komunikacji społecznej, technologii i zmian cywilizacyjnych. Opracowanie krótkiej wypowiedzi pisemnej lub prezentacji na temat humanistycznych aspektów funkcjonowania organizacji. Praca indywidualna lub zespołowa. Egzamin końcowy albo zaliczenie pisemne sprawdzające umiejętność krytycznej interpretacji procesów kulturowych, społecznych i technologicznych w zarządzaniu.
Efekty uczenia się	przedmiot ogólnouczelniany, bez przypisanych efektów kierunkowych

TP: 6. G_2-GZP

TP: 7. Metody ilościowe w zarządzaniu

Treści programowe	Metody ilościowe jako narzędzie wspomagania decyzji menedżerskich; modelowanie problemów decyzyjnych; źródła, jakość i przygotowanie danych organizacyjnych; statystyka opisowa; wizualizacja danych i raportowanie wyników; analiza ryzyka i niepewności; estymacja i testowanie hipotez; analiza korelacji i regresji; modele regresji wielorakiej; prognozowanie zjawisk organizacyjnych i rynkowych; metody optymalizacyjne; wielokryterialna ocena wariantów decyzyjnych; analiza wrażliwości; wykorzystanie narzędzi cyfrowych, analityki danych i elementów AI w analizie problemów zarządczych; formułowanie praktycznych rekomendacji dla kadry zarządzającej.
Sposoby weryfikacji efektów uczenia się (profil praktyczny):	Egzamin pisemny. Kolokwia obejmujące zadania obliczeniowe i interpretacyjne. Rozwiązywanie zadań analitycznych. Case study. Opracowanie raportu analitycznego. Praca indywidualna i zespołowa. Aktywność na zajęciach, w tym interpretacja wyników oraz udział w dyskusji nad rekomendacjami decyzyjnymi.
Efekty uczenia się	K_W06, K_W13, K_U02, K_U04, K_U06, K_K02,

TP: 8. Prawo gospodarcze

Treści programowe	Prawo gospodarcze i jego źródła, publicznoprawne i prywatnoprawne aspekty działalności gospodarczej, wolność działalności gospodarczej, zasady Prawa przedsiębiorców, przedsiębiorca i działalność gospodarcza, mikro-, mali i średni przedsiębiorcy, działalność regulowana, CEIDG i KRS, formy prawne prowadzenia działalności gospodarczej, jednoosobowa działalność gospodarcza, spółka cywilna i spółki handlowe, spółki osobowe i kapitałowe, reprezentacja przedsiębiorcy, firma, prokura i pełnomocnictwo, umowy w działalności gospodarczej, odpowiedzialność kontraktowa, zabezpieczenie interesów przedsiębiorcy, koncesje, zezwolenia i działalność regulowana, kontrola przedsiębiorcy, ochrona konkurencji i konsumentów, compliance, podstawy restrukturyzacji i upadłości, prawo gospodarcze w zarządzaniu ryzykiem organizacji.
Sposoby weryfikacji efektów uczenia się (profil praktyczny):	Zaliczenie pisemne. Krótkie zadania sytuacyjne w ramach zaliczenia. Analiza prostych problemów prawnych i organizacyjnych. Interpretacja przykładów praktycznych dotyczących działalności gospodarczej. Niepunktowana obserwacja aktywności studenta podczas wykładu.
Efekty uczenia się	K_W12, K_W03, K_W10, K_U01, K_U04, K_U06, K_K02, K_K05

TP: 9. Rynek pracy

Treści programowe	Specyfika rynku pracy jako rynku czynnika produkcji; mechanizmy popytu i podaży pracy oraz czynniki kształtujące zasoby pracy; równowaga i nierównowaga na rynku pracy oraz przyczyny niedopasowań strukturalnych; niewykorzystane zasoby pracy; pojęcie i istota aktywnej i pasywnej polityki państwa; wpływ megatrendów (globalizacja, cyfryzacja, AI) na transformację zawodów i stanowisk pracy; metody analizy danych statystycznych i interpretacja wskaźników rynku pracy; diagnozowanie barier i szans rozwojowych na lokalnym i globalnym rynku pracy; formułowanie profesjonalnych rekomendacji zarządczych w zakresie polityki zatrudnienia na podstawie danych analitycznych, statystycznych i rynkowych.
Sposoby weryfikacji efektów uczenia się (profil praktyczny):	Wykład: Zaliczenie pisemne (w formie testowo-problemowej. Ćwiczenia**:** Kolokwium praktyczne (samodzielna analiza danych i interpretacja regulacji), zadania praktyczne i case study wykonywane na zajęciach (analiza zjawisk rynkowych i dokumentów strategicznych), praca indywidualna i zespołowa (projektowanie rozwiązań i formułowanie rekomendacji).
Efekty uczenia się	K_W03, K_U01, K_U03, K_U04

TP: 10. Sztuczna inteligencja i technologie cyfrowe w zarządzaniu

Treści programowe	Zaawansowane zastosowania sztucznej inteligencji i technologii cyfrowych w zarządzaniu organizacją; wykorzystanie AI w analizie danych, automatyzacji procesów, wspieraniu decyzji menedżerskich oraz przygotowywaniu raportów i rekomendacji; diagnoza potrzeb cyfrowych organizacji i dobór narzędzi AI do problemów zarządczych; zastosowania AI w wybranych obszarach funkcjonalnych organizacji; ocena jakości danych i wyników generowanych przez AI oraz kosztów, korzyści i ryzyk wdrażania rozwiązań cyfrowych; etyczne, prawne i organizacyjne uwarunkowania stosowania AI, w tym bezpieczeństwo danych, odpowiedzialność i transparentność; zarządzanie zmianą technologiczną i rozwój kompetencji cyfrowych.
Sposoby weryfikacji efektów uczenia się (profil praktyczny):	Zaliczenie na podstawie zadań laboratoryjnych obejmujących analizę przypadków organizacyjnych, dobór narzędzi AI do problemów zarządczych, ocenę wyników generowanych przez AI oraz przygotowanie rekomendacji menedżerskich.
Efekty uczenia się	K_W13, K_U02, K_U04, K_U10, K_K04, K_K06.

TP: 11. Zarządzanie własnością intelektualną

Treści programowe	Pojęcie, funkcje i znaczenie własności intelektualnej w zarządzaniu organizacją; prawo autorskie i prawa pokrewne; własność przemysłowa, w tym wynalazki, patenty, wzory użytkowe, wzory przemysłowe i znaki towarowe; tajemnica przedsiębiorstwa, know-how i ochrona informacji poufnych; nabywanie, ochrona i wykorzystywanie praw własności intelektualnej w relacjach pracowniczych, kontraktowych i projektowych; licencje, przeniesienie praw oraz korzystanie z cudzych utworów i rozwiązań w działalności gospodarczej; komercjalizacja wyników badań, transfer technologii i zarządzanie portfelem praw własności intelektualnej; naruszenia praw własności intelektualnej, odpowiedzialność i podstawowe sposoby ochrony roszczeń; własność intelektualna w środowisku cyfrowym, w tym bazy danych, oprogramowanie, treści internetowe, sztuczna inteligencja i nowe ryzyka; strategia zarządzania własnością intelektualną w organizacji, audyt zasobów, compliance, etyka i współpraca z ekspertami.
Sposoby weryfikacji efektów uczenia się (profil praktyczny):	Zaliczenie pisemne obejmujące pytania testowe oraz krótkie pytania sytuacyjne lub mini-case z zakresu prawa autorskiego, własności przemysłowej, tajemnicy przedsiębiorstwa, know-how, licencji, komercjalizacji, naruszeń praw własności intelektualnej i środowiska cyfrowego. Analiza prostych sytuacji organizacyjnych dotyczących ochrony i wykorzystania zasobów własności intelektualnej oraz uzasadnienia proponowanych rozwiązań. Niepunktowana obserwacja aktywności studenta podczas wykładu jako element wspierający weryfikację kompetencji społecznych.
Efekty uczenia się	K_W10, K_W11, K_W12, K_U01, K_U04, K_U06, K_K02, K_K06.

TP: 12. G_3-GZK

TP: 13. Analityka decyzji menedżerskich

Treści programowe	Istota i uwarunkowania procesu decyzyjnego; identyfikacja i analiza problemu decyzyjnego; klasyfikacja decyzji i style decyzyjne; etapy racjonalnego procesu decyzyjnego; racjonalne modele decyzyjne, w tym analiza kosztów i korzyści, drzewa decyzyjne i macierze wypłat; wielokryterialne modele decyzyjne oraz formułowanie kryteriów, wag i wariantów; podejmowanie decyzji w warunkach pewności, ryzyka i niepewności; metody szacowania ryzyka decyzyjnego; behawioralne modele decyzyjne, ograniczona racjonalność, teoria perspektywy, błędy poznawcze i heurystyki; myślenie krytyczne oraz kreatywne techniki wspomagania decyzji; indywidualne i grupowe procesy decyzyjne; wykorzystanie analityki danych i narzędzi wspomagania decyzji menedżerskich.
Sposoby weryfikacji efektów uczenia się (profil praktyczny):	Kolokwium pisemne obejmujące zadania z zakresu analizy problemów decyzyjnych, modeli racjonalnych, wielokryterialnych i behawioralnych oraz podejmowania decyzji w warunkach pewności, ryzyka i niepewności. Zadania tematyczne i studia przypadków dotyczące doboru metod analitycznych, oceny wariantów decyzyjnych oraz formułowania rekomendacji menedżerskich. Praca indywidualna i zespołowa nad problemami decyzyjnymi oraz aktywność w dyskusji nad uzasadnieniem proponowanych rozwiązań.
Efekty uczenia się	K_W06, K_W13, K_U01, K_U02, K_U10, K_K02, K_K04.

TP: 14. Marketing międzynarodowy

Treści programowe	Marketing międzynarodowy, internacjonalizacja przedsiębiorstw, orientacje przedsiębiorstw w działalności międzynarodowej, międzynarodowe otoczenie przedsiębiorstwa, badania marketingowe na rynkach zagranicznych, segmentacja i wybór rynków zagranicznych, strategie wejścia na rynki zagraniczne, strategie marketingowe przedsiębiorstw na rynkach międzynarodowych, standaryzacja i adaptacja działań marketingowych, międzynarodowy marketing-mix (produkt, cena, dystrybucja, komunikacja marketingowa), marka międzynarodowa, marketing cyfrowy i e-commerce, współczesne trendy w marketingu międzynarodowym.
Sposoby weryfikacji efektów uczenia się (profil praktyczny):	Egzamin pisemny w formie testu jednokrotnego wyboru oraz pytań problemowych dotyczących uwarunkowań marketingu międzynarodowego, strategii wejścia na rynki zagraniczne, standaryzacji i adaptacji działań marketingowych oraz marketingu-mix na rynkach międzynarodowych. Zespołowe zadania problemowe i studia przypadków obejmujące analizę rynków zagranicznych, ocenę strategii marketingowych przedsiębiorstw międzynarodowych, opracowanie rekomendacji oraz prezentację i uzasadnienie proponowanych rozwiązań.
Efekty uczenia się	K_W03, K_W04, K_U01, K_U02, K_U03, K_U04, K_U06, K_K05.

TP: 15. Metodyka badań w zarządzaniu

Treści programowe	Metodyka badań w zarządzaniu jako narzędzie diagnozowania problemów organizacyjnych i wspierania decyzji menedżerskich; formułowanie problemu badawczego, celu badania, pytań badawczych i hipotez w odniesieniu do praktyki zarządzania; projektowanie procesu badawczego i dobór metod do charakteru problemu zarządczego; badania ilościowe, jakościowe, obserwacyjne i mieszane w zarządzaniu; dobór próby oraz źródeł danych pierwotnych i wtórnych; projektowanie narzędzi badawczych, w tym kwestionariusza ankiety, scenariusza wywiadu i arkusza obserwacji; skale pomiarowe i zasady pomiaru zjawisk organizacyjnych; realizacja badania pilotażowego i doskonalenie narzędzi badawczych; gromadzenie, porządkowanie, kodowanie i analiza danych z wykorzystaniem narzędzi cyfrowych; podstawy analizy ilościowej i jakościowej wyników badań; interpretacja wyników w kontekście problemów zarządczych; przygotowanie raportu badawczego, prezentacji, posteru lub infografiki; formułowanie wniosków i rekomendacji dla organizacji; etyczne i prawne aspekty prowadzenia badań w organizacji, w tym ochrona danych osobowych i prywatności uczestników badań.
Sposoby weryfikacji efektów uczenia się (profil praktyczny):	Projekt badawczy obejmujący zaplanowanie i przeprowadzenie badania dotyczącego wybranego problemu zarządczego, dobór metod, próby i narzędzi badawczych, analizę oraz interpretację wyników, a także przygotowanie raportu, posteru lub infografiki z rekomendacjami dla organizacji. Kolokwium praktyczne obejmujące podstawy metodyki badań w zarządzaniu, projektowanie procesu badawczego, dobór metod i narzędzi, analizę danych oraz etyczne i prawne aspekty prowadzenia badań. Indywidualna praca z tekstem naukowym oraz aktywność warsztatowa obejmujące krytyczną analizę źródeł, ocenę jakości danych, projektowanie narzędzi badawczych i dyskusję nad wykorzystaniem wyników badań w rozwiązywaniu problemów organizacyjnych.
Efekty uczenia się	K_W06, K_W13, K_U02, K_U04, K_U06, K_U10, K_K02, K_K06.

TP: 16. Nowe tendencje w ZZL

Treści programowe	Współczesne uwarunkowania i megatrendy w zarządzaniu zasobami ludzkimi; globalizacja, cyfryzacja i transformacja rynku pracy; Work-Life Balance i Work-Life Integration; well-being pracowników; zarządzanie wiekiem; zarządzanie różnorodnością i inkluzywnością; zarządzanie talentami; społeczna odpowiedzialność biznesu wobec pracowników (CSR); Green Human Resource Management (Green HRM). Analiza wpływu nowych tendencji ZZL na funkcjonowanie organizacji oraz formułowanie rekomendacji dotyczących dostosowania praktyk personalnych do zmian w otoczeniu pracy.
Sposoby weryfikacji efektów uczenia się (profil praktyczny):	Zaliczenie pisemne w formie testowej z pytaniami zamkniętymi i otwartymi. Indywidualna pisemna praca zaliczeniowa dotycząca wybranego trendu w zarządzaniu zasobami ludzkimi.
Efekty uczenia się	K_W05, K_W07, K_U06, K_U09, K_K02.

TP: 17. Publiczne i rozwojowe instrumenty wsparcia przedsiębiorstwa

Treści programowe	Rola państwa i instytucji publicznych w stymulowaniu rozwoju przedsiębiorstw; system publicznych i rozwojowych instrumentów wsparcia przedsiębiorstw w Polsce i Unii Europejskiej; mechanizmy wsparcia, w tym dotacje, instrumenty zwrotne, kapitałowe, mieszane, podatkowe i regulacyjne; krajowe, regionalne i unijne programy oraz instytucje wspierające rozwój przedsiębiorstw, w tym PARP, NCBR, BGK, PFR, ARP i samorządy województw; zasady pomocy publicznej, pomocy de minimis, intensywności wsparcia i kwalifikowalności wydatków; analiza dokumentacji konkursowej, kryteriów oceny projektów i procedur aplikacyjnych; diagnoza potrzeb rozwojowych przedsiębiorstwa, dobór instrumentów finansowania, konstruowanie budżetu projektu oraz przygotowanie podstawowych elementów koncepcji projektu rozwojowego.
Sposoby weryfikacji efektów uczenia się (profil praktyczny):	Egzamin pisemny lub ustny. Kolokwium praktyczne, zadania tematyczne, case study, analiza dokumentacji konkursowej, praca indywidualna i zespołowa, przygotowanie elementów koncepcji projektu rozwojowego oraz aktywność na zajęciach.
Efekty uczenia się	K_W01, K_W03, K_W07, K_W10, K_W12, K_U01, K_U04, K_U06, K_K02, K_K04, K_K05.

TP: 18. Rachunkowość zarządcza

Treści programowe	Rachunkowość zarządcza jako element systemu zarządzania organizacją i podstawa decyzji menedżerskich; pojęcie i podział kosztów dla celów sprawozdawczych, decyzyjnych i kontrolnych; rachunek kosztów pełnych i rachunek kosztów zmiennych – zasady, zastosowania i ich znaczenie w kalkulacji i wycenie; kalkulacja kosztów produktów i usług – metody kalkulacyjne, w tym Activity-Based Costing (ABC); marża pokrycia, próg rentowności i analiza CVP jako narzędzia wspomagania decyzji; decyzje krótkookresowe – make-or-buy, wybór asortymentu, decyzje cenowe oparte na kosztach; budżetowanie operacyjne – budżet sprzedaży, produkcji, zaopatrzenia i budżet kosztów; budżet elastyczny jako narzędzie kontroli kosztów i oceny efektywności; analiza odchyleń budżetowych – identyfikacja, interpretacja i rekomendacje działań korygujących; balanced scorecard i kluczowe wskaźniki efektywności (KPI) jako narzędzia zarządzania wynikami; rachunkowość zarządcza w kontekście odpowiedzialności za wyniki i decyzji o alokowaniu zasobów.
Sposoby weryfikacji efektów uczenia się (profil praktyczny):	Zaliczenie pisemne. Zadania kalkulacyjne. Case study decyzyjne. Projekt budżetu.
Efekty uczenia się	K_W01, K_W06, K_W07, K_U01, K_U02, K_U04, K_K02.

TP: 19. Strategiczne symulacje biznesowe

Treści programowe	Formułowanie celów strategicznych i budowa strategii przedsiębiorstwa w warunkach symulowanej konkurencji; analiza rynku, klientów, konkurencji i wyników przedsiębiorstwa; projektowanie strategii marketingowej, produkcyjnej i finansowej; opracowanie strategii wejścia na rynek oraz decyzji operacyjnych; wykorzystanie danych generowanych w symulacji do podejmowania i doskonalenia decyzji strategicznych; testowanie strategii w kolejnych rundach decyzyjnych; kontrola realizacji strategii, monitoring zachowań konkurencji i zmian w otoczeniu; modyfikacja strategii na podstawie wyników symulacji; ocena ex post oraz przygotowanie raportu z realizacji strategii.
Sposoby weryfikacji efektów uczenia się (profil praktyczny):	Udział w symulacji biznesowej oraz ocena jakości podejmowanych decyzji strategicznych w kolejnych rundach decyzyjnych. Analiza wyników finansowych i rynkowych przedsiębiorstwa, raporty podsumowujące działalność zespołu, prezentacja przyjętej strategii i rezultatów symulacji oraz ocena pracy zespołowej, aktywności i zaangażowania w proces podejmowania decyzji.
Efekty uczenia się	K_U02, K_U03, K_U04, K_U08, K_K01, K_K03.

TP: 20. Współczesne koncepcje zarządzania

Treści programowe	Współczesne uwarunkowania funkcjonowania organizacji oraz ewolucja koncepcji zarządzania; zarządzanie w warunkach niepewności i zmienności otoczenia; Lean Management, Kaizen i kultura ciągłego doskonalenia; zarządzanie zwinne, Scrum i Kanban; zarządzanie procesowe; zarządzanie jakością i Total Quality Management; zarządzanie wiedzą i organizacja ucząca się; zarządzanie innowacjami i kreatywnością; organizacje turkusowe i nowe modele przywództwa; Lean Startup; transformacja cyfrowa przedsiębiorstw, Przemysł 4.0 oraz wykorzystanie sztucznej inteligencji w zarządzaniu; organizacja przyszłości i kierunki rozwoju współczesnego zarządzania.
Sposoby weryfikacji efektów uczenia się (profil praktyczny):	Egzamin pisemny z zakresu współczesnych koncepcji zarządzania, ich założeń, zastosowań, ograniczeń oraz znaczenia dla funkcjonowania organizacji w zmiennym otoczeniu. Indywidualne i zespołowe projekty o charakterze case study obejmujące analizę problemów organizacyjnych, dobór odpowiednich koncepcji zarządzania, ocenę skutków proponowanych rozwiązań oraz prezentację i uzasadnienie projektów usprawniających funkcjonowanie organizacji.
Efekty uczenia się	K_W06, K_W09, K_W13, K_U04, K_U05, K_U10, K_K04.

TP: 21. Zarządzanie strategiczne

Treści programowe	Istota, funkcje i etapy zarządzania strategicznego; strategia jako koncepcja rozwoju organizacji; ewolucja poglądów dotyczących strategii i zarządzania strategicznego; misja, wizja, cele strategiczne oraz system wartości organizacji; analiza makrootoczenia organizacji z wykorzystaniem metody PESTEL i scenariuszy otoczenia; analiza sektora i otoczenia konkurencyjnego z wykorzystaniem modelu pięciu sił Portera; analiza zasobów, kompetencji i potencjału strategicznego organizacji; analiza SWOT/TOWS jako narzędzie diagnozy strategicznej; identyfikacja źródeł i trwałości przewagi konkurencyjnej przedsiębiorstwa; wybory strategiczne oraz formułowanie wariantów strategii rozwoju przedsiębiorstwa; ocena atrakcyjności i wykonalności wariantów strategicznych; strategie wzrostu, dywersyfikacji, internacjonalizacji i współpracy; implementacja strategii, bariery, zasoby i odpowiedzialność za wdrożenie; controlling strategiczny, mierniki strategiczne oraz strategiczna karta wyników; analiza ryzyka strategicznego i niepewności otoczenia; opracowanie projektu strategii rozwoju przedsiębiorstwa, prezentacja wyników analiz oraz dyskusja nad rekomendacjami strategicznymi.
Sposoby weryfikacji efektów uczenia się (profil praktyczny):	Egzamin pisemny z zakresu koncepcji, metod i uwarunkowań zarządzania strategicznego. Projekt strategiczny przedsiębiorstwa oraz case study obejmujące diagnozę sytuacji strategicznej organizacji, zastosowanie metod analizy strategicznej, opracowanie wariantów rozwoju i rekomendacji. Prezentacja wyników analiz, dyskusja, praca indywidualna i zespołowa oraz aktywność na zajęciach weryfikujące umiejętność argumentowania decyzji strategicznych i określania priorytetów działań organizacji.
Efekty uczenia się	K_W03, K_W04, K_W09, K_W10, K_U02, K_U03, K_U04, K_U06, K_K03.

TP: 22. Zarządzanie zmianą i rozwojem przedsiębiorstwa

Treści programowe	Podejścia do zarządzania zmianą w przedsiębiorstwie; typologia i modele zmian organizacyjnych; identyfikacja i analiza potrzeb zmian w organizacji; diagnozowanie potencjału rozwojowego przedsiębiorstwa; planowanie procesu zmian oraz opracowanie strategii ich wdrażania; opór wobec zmian i metody jego przezwyciężania; rola lidera i zespołu w procesie zarządzania zmianą; monitorowanie przebiegu zmian oraz ocena efektów wdrożonych działań; rozwój przedsiębiorstwa poprzez zmiany organizacyjne; restrukturyzacja i internacjonalizacja jako narzędzia wspierające rozwój przedsiębiorstwa; opracowanie programu zmian i rozwoju dla wybranego przedsiębiorstwa.
Sposoby weryfikacji efektów uczenia się (profil praktyczny):	Case study, praca w grupach oraz projekt zespołowy obejmujące analizę uwarunkowań i barier zmian organizacyjnych, diagnozę potrzeb zmian i potencjału rozwojowego przedsiębiorstwa, opracowanie programu zmian i rozwoju, plan wdrożenia oraz ocenę skuteczności i konsekwencji proponowanych działań.
Efekty uczenia się	K_W02, K_W08, K_U01, K_U04, K_U08, K_K01.

TP: 23. G_4ŚR:SZLOK

TP: 24. Badanie skuteczności obsługi klienta

Treści programowe	Skuteczność obsługi klienta jako podstawa oceny jakości i sprawności procesów obsługowych w przedsiębiorstwie; mierniki i wskaźniki skuteczności obsługi klienta, w tym satysfakcja, lojalność, terminowość, kompletność obsługi, jakość kontaktu, liczba reklamacji, czas reakcji oraz skuteczność rozwiązywania problemów; źródła danych wykorzystywane w diagnozie obsługi klienta: dane z systemów obsługi klienta, systemów CRM, rejestrów reklamacji i skarg, opinie klientów, ankiety, raporty wewnętrzne oraz dane operacyjne przedsiębiorstwa; metody diagnozowania skuteczności obsługi klienta z wykorzystaniem danych ilościowych i jakościowych; formułowanie celu diagnozy, problemu diagnostycznego i pytań analitycznych; dobór wskaźników, źródeł danych, metod analizy i narzędzi oceny skuteczności obsługi klienta; ocena jakości, wiarygodności i ograniczeń danych wykorzystywanych w analizie; identyfikacja problemów i nieprawidłowości w procesach obsługowych na podstawie reklamacji, opinii klientów, danych systemowych i raportów wewnętrznych; interpretacja wyników analizy skuteczności obsługi klienta; przygotowanie raportu diagnostyczno-analitycznego; formułowanie wniosków oraz rekomendacji doskonalących procesy obsługi klienta; prezentacja wyników diagnozy, uzasadnianie rekomendacji oraz dyskusja nad możliwością ich wykorzystania w praktyce organizacji.
Sposoby weryfikacji efektów uczenia się (profil praktyczny):	Egzamin pisemny obejmujący mierniki i wskaźniki skuteczności obsługi klienta, źródła danych, technologie cyfrowe oraz zasady diagnozowania i oceny procesów obsługowych (K_W06, K_W13). Opracowanie metodyki diagnozy skuteczności obsługi klienta, obejmujące cel diagnozy, problem diagnostyczny, pytania analityczne, dobór wskaźników, źródeł danych, metod analizy i narzędzi oceny (K_U02, K_U04). Raport diagnostyczno-analityczny dotyczący skuteczności obsługi klienta, obejmujący analizę danych, interpretację wyników, identyfikację problemów w procesie obsługi, wnioski oraz rekomendacje doskonalące (K_U02, K_U04, K_U06, K_K02). Prezentacja wyników diagnozy oraz dyskusja nad rekomendacjami, obejmująca uzasadnienie przyjętej metodyki, interpretacji wyników i proponowanych działań usprawniających (K_U06, K_K02).
Efekty uczenia się	K_W06, K_W13, K_U02, K_U04, K_U06, K_K02.

TP: 25. Logistyczne aspekty obsługi klienta

Treści programowe	Logistyczna obsługa klienta jako element przewagi konkurencyjnej przedsiębiorstwa, poziom obsługi klienta w logistyce, dostępność produktu, czas realizacji zamówienia, kompletność, terminowość, niezawodność i elastyczność obsługi, standardy obsługi klienta oraz ich znaczenie dla jakości i efektywności procesów logistycznych, proces realizacji zamówienia jako główny proces logistycznej obsługi klienta, wpływ magazynowania, zapasów, kompletacji, transportu i dystrybucji na poziom obsługi klienta, przepływ informacji i wykorzystanie technologii cyfrowych w komunikacji z klientem oraz monitorowaniu realizacji zamówień, koszty logistycznej obsługi klienta i ich znaczenie w kształtowaniu standardu obsługi, mierniki oceny poziomu i jakości obsługi klienta, analiza reklamacji, zwrotów, opóźnień i niezgodności jako źródła informacji o problemach procesu obsługowego, analiza poziomu logistycznej obsługi klienta w przedsiębiorstwie, identyfikacja czynników wpływających na jakość i efektywność obsługi, projektowanie usprawnień procesu logistycznej obsługi klienta, ocena skutków proponowanych zmian dla klienta, kosztów i efektywności procesu, prezentacja oraz uzasadnianie rekomendacji usprawniających.
Sposoby weryfikacji efektów uczenia się (profil praktyczny):	Egzamin pisemny obejmujący zagadnienia z zakresu logistycznej obsługi klienta, zasobów wpływających na poziom obsługi, technologii cyfrowych, standardów obsługi, procesu realizacji zamówienia oraz mierników oceny poziomu obsługi klienta (K_W03, K_W07, K_W13). Analiza przypadku dotycząca procesu logistycznej obsługi klienta, obejmująca identyfikację problemów, opóźnień, braków, reklamacji, zwrotów lub niezgodności oraz dobór mierników oceny poziomu obsługi (K_U01, K_U02, K_K02). Praca projektowa dotycząca usprawnienia procesu logistycznej obsługi klienta, obejmująca diagnozę problemu, propozycję usprawnień oraz ocenę skutków dla klienta, kosztów i efektywności procesu (K_U01, K_U02, K_U04, K_U06, K_K02). Prezentacja projektu i dyskusja nad rekomendacjami, obejmująca przedstawienie wyników analizy oraz uzasadnienie proponowanych działań usprawniających (K_U06, K_K02).
Efekty uczenia się	K_W03, K_W07, K_W13, K_U01, K_U02, K_U04, K_U06, K_K02.

TP: 26. Projektowanie i modelowanie łańcuchów dostaw

Treści programowe	Projektowanie i modelowanie łańcuchów dostaw jako narzędzie analizy oraz podejmowania decyzji menedżerskich, struktura łańcucha dostaw, uczestnicy, ogniwa i relacje międzyorganizacyjne, przepływy materiałowe, informacyjne i finansowe, mapowanie procesów logistycznych oraz identyfikacja zależności między uczestnikami łańcucha dostaw, modelowanie przepływów i punktów decyzyjnych w łańcuchu dostaw, projektowanie sieci dostaw z uwzględnieniem dostawców, miejsc magazynowania, poziomu zapasów, kanałów dystrybucji i wymagań klientów, analiza kosztów, czasu, zasobów, poziomu obsługi klienta i ryzyka w projektowanych wariantach, identyfikacja wąskich gardeł, zakłóceń i problemów wpływających na sprawność łańcucha dostaw, wykorzystanie danych, narzędzi analitycznych i rozwiązań cyfrowych w modelowaniu oraz ocenie wariantów, analiza studiów przypadków, opracowanie modelu wybranego łańcucha dostaw, przygotowanie propozycji usprawnień, prezentacja i uzasadnienie rekomendacji z uwzględnieniem skutków dla klienta, kosztów, zasobów, ryzyka i efektywności procesu.
Sposoby weryfikacji efektów uczenia się (profil praktyczny):	Test zaliczeniowy obejmujący podstawowe zagadnienia z zakresu struktury, projektowania i modelowania łańcuchów dostaw (K_W06, K_W04 i K_W13). Zadania problemowe oraz analiza studium przypadku dotyczącego funkcjonowania łańcucha dostaw (K_U02 i K_U04). Praca projektowa polegająca na opracowaniu modelu wybranego łańcucha dostaw lub wariantu jego usprawnienia (K_U02, K_U04, K_U06 i K_K02). Prezentacja projektu oraz uzasadnienie rekomendacji (K_U06 i K_K02). Aktywność na zajęciach, udział w dyskusji i rozwiązywanie zadań problemowych jako element wspierający (K_U02, K_U04 i K_K02).
Efekty uczenia się	K_W06, K_W04, K_W13, K_U02, K_U04, K_U06, K_K02

TP: 27. Psychologia klienta

Treści programowe	Psychologia klienta i jej znaczenie w zarządzaniu relacjami z klientami, psychologiczne uwarunkowania zachowań klientów w procesach obsługi, potrzeby, oczekiwania i percepcja klienta, wpływ emocji na ocenę jakości obsługi oraz relacji z przedsiębiorstwem, znaczenie pierwszego kontaktu, komunikacji i zaufania w procesie obsługi klienta, satysfakcja i lojalność klienta jako rezultat jakości obsługi i sposobu budowania relacji, zachowania klientów w sytuacjach problemowych, w tym w przypadku błędów obsługi, reklamacji i konfliktów, sposoby odbudowy zaufania klienta po sytuacjach problemowych, znaczenie doświadczeń klienta w procesach obsługi, psychologiczne aspekty projektowania pozytywnych doświadczeń klienta w logistycznej obsłudze klienta.
Sposoby weryfikacji efektów uczenia się (profil praktyczny):	Kolokwium pisemne z zakresu psychologii klienta, psychologicznych uwarunkowań zachowań klientów, potrzeb, oczekiwań i percepcji klienta, emocji, komunikacji, zaufania, satysfakcji, lojalności oraz zachowań klientów w sytuacjach problemowych (K_W01, K_W03, K_W05). Analiza krótkiego przypadku dotyczącego zachowania klienta w procesie obsługi, obejmująca rozpoznanie psychologicznych uwarunkowań reakcji klienta oraz wskazanie ich znaczenia dla doskonalenia obsługi klienta (K_U01).
Efekty uczenia się	K_W01, K_W03, K_W05, K_U01.

TP: 28. Sektor usług logistycznych

Treści programowe	Sektor usług logistycznych, struktura i znaczenie rynku usług logistycznych w gospodarce, podstawowe rodzaje usług logistycznych, uczestnicy sektora usług logistycznych, operatorzy logistyczni, spedytorzy, przewoźnicy, firmy kurierskie, operatorzy magazynowi i dystrybucyjni, uwarunkowania rozwoju rynku usług logistycznych w Polsce i w Unii Europejskiej, konkurencja w sektorze usług logistycznych, analiza sektora z wykorzystaniem modelu pięciu sił Portera, relacje współpracy i konkurencji między podmiotami sektora, outsourcing logistyczny i kryteria wyboru dostawcy usług logistycznych, strategie przedsiębiorstw logistycznych, budowanie przewagi konkurencyjnej przez jakość, terminowość, elastyczność, zakres usług i koszty obsługi, wpływ technologii cyfrowych i systemów informacyjnych na funkcjonowanie przedsiębiorstw logistycznych, wykorzystanie danych statystycznych i raportów branżowych do analizy sektora usług logistycznych, ocena pozycji konkurencyjnej wybranego przedsiębiorstwa logistycznego, identyfikacja problemów rozwojowych przedsiębiorstw sektora TSL, opracowanie rekomendacji dotyczących rozwoju i doskonalenia działalności przedsiębiorstwa logistycznego.
Sposoby weryfikacji efektów uczenia się (profil praktyczny):	Egzamin pisemny z zakresu funkcjonowania sektora usług logistycznych w gospodarce, struktury rynku TSL, rodzajów usług logistycznych, uczestników sektora, uwarunkowań rozwoju, relacji współpracy i konkurencji oraz strategii przedsiębiorstw logistycznych (K_W03, K_W04, K_W10). Analiza sektora usług logistycznych na podstawie danych statystycznych, raportów branżowych i informacji rynkowych, obejmująca ocenę konkurencji oraz zastosowanie modelu pięciu sił Portera (K_U02, K_U03, K_K02). Analiza przypadku wybranego przedsiębiorstwa logistycznego, obejmująca ocenę jego pozycji konkurencyjnej, strategii działania, relacji z innymi podmiotami sektora oraz problemów rozwojowych (K_U03, K_K02). Projekt rekomendacji dotyczących rozwoju lub doskonalenia działalności przedsiębiorstwa funkcjonującego w sektorze usług logistycznych, obejmujący propozycje działań strategicznych oraz ocenę ich znaczenia dla konkurencyjności i efektywności przedsiębiorstwa (K_U04, K_K02).
Efekty uczenia się	K_W03, K_W04, K_W10, K_U02, K_U03, K_U04, K_K02.

TP: 29. Seminarium dyplomowe - Sem. 2

Treści programowe	Zasady pisania prac naukowych, wymagań stawianych tekstowi pracy (wymagań formalnych, merytorycznych, zasad etycznych, stosowanie AI); zasady wyboru tematu pracy, formułowanie problemu badawczego, celu pracy, hipotezy badawczej, metod badawczych, sposobu uzasadniania wyboru tematu oraz konstrukcji planu pracy; metody gromadzenia informacji naukowej (źródła informacji naukowej, sposoby posługiwania się katalogami bibliotecznymi; poszukiwanie materiałów w Internecie).
Sposoby weryfikacji efektów uczenia się (profil praktyczny):	opracowanie w formie pisemnej wstępnej koncepcji pracy magisterskiej; prezentacja wstępnej koncepcji pracy magisterskiej podczas seminarium.
Efekty uczenia się	K_W11; K_W12; K_U01; K_U02; K_U03; K_U04; K_U05; K_K06.

TP: 30. Seminarium dyplomowe - Sem. 3

Treści programowe	Doskonalenie koncepcji pracy magisterskiej; krytyczna analiza literatury przedmiotu; zasady opracowania części teoretycznej pracy; doprecyzowanie celu pracy, problemu badawczego lub problemu praktycznego oraz pytań badawczych; opracowanie założeń metodologicznych; dobór źródeł danych, metod i technik badawczych; charakterystyka organizacji oraz problemu stanowiącego przedmiot analizy; przygotowanie części teoretycznej i metodologicznej pracy magisterskiej; dokumentacja procesu dyplomowania.
Sposoby weryfikacji efektów uczenia się (profil praktyczny):	opracowanie w formie pisemnej części teoretycznej i metodologicznej pracy magisterskiej; prezentacja części teoretycznej i metodologicznej pracy magisterskiej podczas seminarium.
Efekty uczenia się	K_W11; K_W13; K_U01; K_U02; K_U04; K_U06; K_K06.

TP: 31. Seminarium dyplomowe i przygotowanie pracy dyplomowej

Treści programowe	Opracowanie części badawczej, analitycznej lub projektowej pracy licencjackiej; analiza i interpretacja wyników przeprowadzonych badań lub analiz; formułowanie wniosków i rekomendacji wynikających z przeprowadzonych analiz; ocena możliwości wykorzystania proponowanych rozwiązań w praktyce funkcjonowania organizacji; redakcja końcowa pracy licencjackiej; weryfikacja spójności części teoretycznej, metodologicznej i badawczej, analitycznej lub projektowej pracy; przygotowanie pracy do złożenia zgodnie z procedurą dyplomowania; przygotowanie prezentacji pracy licencjackiej; przygotowanie do egzaminu dyplomowego.
Sposoby weryfikacji efektów uczenia się (profil praktyczny):	opracowanie kompletnej pracy licencjackiej; prezentacja pracy licencjackiej podczas seminarium.
Efekty uczenia się	K_W09; K_W11; K_U01; K_U04; K_U06; K_U09; K_U11; K_K05

TP: 32. System SRM i CRM

Treści programowe	Systemy CRM i SRM jako narzędzia wspierające logistyczną obsługę klienta, zarządzanie relacjami z klientami i dostawcami w przedsiębiorstwie, znaczenie danych o klientach, zamówieniach, dostawach, reklamacjach, zwrotach i dostawcach w organizacji procesów obsługi, wykorzystanie systemów CRM w obsłudze zamówień, komunikacji z klientem, monitorowaniu zgłoszeń, reklamacji i poziomu obsługi klienta, podstawowe funkcjonalności systemów CRM wspierające pracę działów sprzedaży, obsługi klienta i logistyki, wskaźniki oceny relacji z klientami i jakości obsługi, w tym satysfakcja, lojalność, terminowość obsługi, jakość kontaktu i skuteczność rozwiązywania problemów, wykorzystanie systemów SRM w zarządzaniu relacjami z dostawcami, znaczenie współpracy z dostawcami dla dostępności produktów, terminowości dostaw i jakości logistycznej obsługi klienta, kryteria i wskaźniki oceny dostawców, w tym terminowość, jakość, kompletność dostaw, elastyczność, koszty, komunikacja i reakcja na niezgodności, integracja systemów CRM i SRM z procesami sprzedaży, zakupów, magazynowania, transportu i obsługi klienta, przepływ informacji między działami przedsiębiorstwa, analiza przypadków wykorzystania CRM i SRM w doskonaleniu obsługi klienta, opracowanie projektu usprawnienia logistycznej obsługi klienta z wykorzystaniem danych i funkcjonalności systemów CRM oraz SRM, prezentacja i uzasadnienie rekomendacji.
Sposoby weryfikacji efektów uczenia się (profil praktyczny):	Zadania problemowe i analiza przypadków dotyczących wykorzystania systemów CRM i SRM w obsłudze klienta, obsłudze zamówień, reklamacjach, ocenie dostawców oraz przepływie informacji między działami przedsiębiorstwa (K_W04, K_W13, K_U02, K_U10). Projekt praktyczny dotyczący usprawnienia logistycznej obsługi klienta z wykorzystaniem danych i funkcjonalności systemów CRM oraz SRM, obejmujący diagnozę problemu, dobór danych i wskaźników, propozycję usprawnienia oraz ocenę skutków proponowanego rozwiązania (K_U02, K_U04, K_U10, K_K02). Prezentacja projektu oraz uzasadnienie rekomendacji dotyczących wykorzystania systemów CRM i SRM w doskonaleniu logistycznej obsługi klienta i współpracy z dostawcami (K_U06, K_K02). Aktywność na zajęciach, obejmująca udział w analizie przypadków, rozwiązywaniu zadań problemowych oraz dyskusji nad wykorzystaniem danych i systemów CRM/SRM w procesach obsługi klienta i współpracy z dostawcami (K_U02, K_U10, K_K02).
Efekty uczenia się	K_W04, K_W13, K_U02, K_U04, K_U06, K_U10, K_K02.

TP: 33. Transport i gospodarka magazynowa

Treści programowe	Transport i gospodarka magazynowa jako kluczowe obszary sprawności logistycznej przedsiębiorstwa, rola transportu i magazynowania w zapewnianiu ciągłości przepływu towarów oraz jakości obsługi klienta, dobór rozwiązań transportowych do charakteru ładunku, wymagań klienta, czasu realizacji, kosztów i ryzyka, planowanie i organizacja przewozów towarowych, analiza kosztów transportu i czynników wpływających na ich poziom, funkcje magazynu w systemie logistycznym przedsiębiorstwa, organizacja procesów przyjęcia, składowania, kompletacji i wydania towarów, gospodarka zapasami i jej wpływ na dostępność produktów oraz koszty funkcjonowania przedsiębiorstwa, rozmieszczenie towarów i wykorzystanie przestrzeni magazynowej, znaczenie infrastruktury i wyposażenia technicznego magazynów dla sprawności procesów, wskaźniki oceny efektywności transportu i gospodarki magazynowej, wykorzystanie systemów informacyjnych i danych w kontroli przepływów, analiza przypadków dotyczących problemów transportowych i magazynowych, opracowanie projektu usprawnienia wybranego procesu transportowego albo magazynowego, ocena skutków proponowanych zmian dla kosztów, czasu, jakości obsługi, zasobów i organizacji pracy, prezentacja oraz uzasadnianie rekomendacji usprawniających.
Sposoby weryfikacji efektów uczenia się (profil praktyczny):	Egzamin pisemny w formie testu z zakresu organizacji transportu, gospodarki magazynowej, zasobów wykorzystywanych w procesach transportowych i magazynowych, systemów informacyjnych oraz oceny efektywności procesów logistycznych (K_W07, K_W13, K_U02). Prezentacja grupowa dotycząca wybranego zagadnienia, problemu lub rozwiązania z obszaru transportu i gospodarki magazynowej, obejmująca przedstawienie wyników analizy oraz udział członków zespołu w prezentacji (K_U06, K_U08, K_K01, K_K05). Analiza studium przypadku dotycząca procesu transportowego albo magazynowego, obejmująca charakterystykę procesu, ocenę jego efektywności, identyfikację problemów oraz propozycje działań usprawniających (K_U02, K_U04, K_U06, K_K05). Aktywność na zajęciach, obejmująca udział w dyskusjach, analizie studiów przypadków, rozwiązywaniu zadań problemowych oraz pracę zespołową (K_U08, K_K01, K_K05).
Efekty uczenia się	K_W07, K_W13, K_U02, K_U04, K_U06, K_U08, K_K01, K_K05

TP: 34. Warsztaty strategiczne

Treści programowe	Myślenie strategiczne w rozwiązywaniu złożonych problemów przedsiębiorstwa, analiza problemów organizacyjnych związanych z logistyczną obsługą klienta, relacjami z klientami i dostawcami, procesami logistycznymi, łańcuchem wartości oraz jakością obsługi klienta, wykorzystanie danych, raportów branżowych, informacji rynkowych i wyników badań w diagnozowaniu problemów strategicznych, analiza wariantów działań strategicznych, ocena ich skutków dla klienta, procesów logistycznych, kosztów, zasobów, relacji z partnerami biznesowymi i pozycji konkurencyjnej przedsiębiorstwa, opracowanie rekomendacji strategicznych dotyczących zwiększenia satysfakcji i lojalności klientów, doskonalenia procesów logistycznych, rozwoju współpracy z klientami i dostawcami, poprawy jakości obsługi oraz budowania przewagi konkurencyjnej, integracja wiedzy i umiejętności z przedmiotów specjalnościowych, praca zespołowa, prezentacja i obrona proponowanych rozwiązań strategicznych.
Sposoby weryfikacji efektów uczenia się (profil praktyczny):	Opracowanie zespołowych zadań problemowych o charakterze strategicznym, obejmujące diagnozę problemu, wykorzystanie danych i źródeł, analizę wariantów działań oraz przygotowanie rekomendacji strategicznych (K_W10, K_U01, K_U02, K_U03, K_U04, K_U08, K_K02, K_K04). Prezentacja i obrona rekomendacji strategicznych opracowanych w ramach zadań problemowych, obejmująca przedstawienie wyników analizy, uzasadnienie proponowanych rozwiązań, odpowiedzi na pytania oraz udział w dyskusji (K_U06, K_U08, K_K02, K_K04).
Efekty uczenia się	K_W10, K_U01, K_U02, K_U03, K_U04, K_U06, K_U08, K_K02, K_K04.

TP: 35. Zarządzanie łańcuchem wartości

Treści programowe	Łańcuch wartości jako narzędzie analizy sposobu tworzenia wartości w przedsiębiorstwie, działania podstawowe i wspierające w łańcuchu wartości, znaczenie zasobów ludzkich, informacyjnych, rzeczowych i finansowych w procesie tworzenia wartości, wartość tworzona dla klienta i przedsiębiorstwa, jakość, koszt, czas, dostępność i sprawność działania jako kryteria oceny łańcucha wartości, powiązania między działaniami przedsiębiorstwa oraz ich wpływ na efektywność organizacji, identyfikacja miejsc tworzenia wartości i miejsc utraty wartości, analiza działań nietworzących wartości, nieefektywności i problemów organizacyjnych, wykorzystanie danych, wskaźników i informacji organizacyjnych w ocenie łańcucha wartości, łańcuch wartości jako podstawa analizy przewagi konkurencyjnej i kierunków rozwoju przedsiębiorstwa, opracowanie propozycji usprawnień w wybranym fragmencie łańcucha wartości, ocena skutków proponowanych zmian dla klienta, zasobów, kosztów, jakości, organizacji pracy i efektywności przedsiębiorstwa, przygotowanie i prezentacja rekomendacji menedżerskich.
Sposoby weryfikacji efektów uczenia się (profil praktyczny):	Egzamin pisemny z elementami problemowymi, obejmujący istotę łańcucha wartości, działania podstawowe i wspierające, zasoby, kryteria oceny wartości oraz znaczenie łańcucha wartości w rozwoju przedsiębiorstwa (K_W03, K_W07, K_W10). Analiza przypadku dotycząca łańcucha wartości wybranego przedsiębiorstwa, obejmująca identyfikację działań podstawowych i wspierających, zasobów, miejsc tworzenia wartości oraz miejsc utraty wartości (K_U01, K_U02, K_U03). Projekt usprawnienia wybranego fragmentu łańcucha wartości, obejmujący diagnozę problemu, propozycję zmian oraz ocenę skutków dla klienta, zasobów, kosztów, jakości i efektywności przedsiębiorstwa (U02, K_U04, K_U06, K_K02). Prezentacja projektu i uzasadnienie rekomendacji (K_U06, K_K02).
Efekty uczenia się	K_W02, K_W03, K_W07, K_W10, K_U01, K_U02, K_U03, K_U04, K_U06, K_K02

TP: 36. Zarządzanie personelem handlowym

Treści programowe	Personel handlowy jako zasób organizacji odpowiedzialny za realizację celów sprzedażowych, współpracę z klientami oraz przekazywanie informacji niezbędnych do sprawnej obsługi; kompetencje personelu handlowego w zakresie komunikacji zawodowej, pracy z informacją, współpracy wewnętrznej i odpowiedzialności za realizację zadań; organizacja pracy zespołu handlowego, podział ról, zadań i odpowiedzialności; koordynacja działań między personelem handlowym a działami logistyki, magazynu, transportu, zakupów i obsługi klienta; znaczenie przepływu informacji dla realizacji zamówień i obsługi klientów; standardy pracy personelu handlowego oraz zasady dokumentowania ustaleń z klientami i przekazywania informacji wewnątrz organizacji; ocena pracy personelu handlowego z wykorzystaniem celów, mierników i kryteriów jakościowych, w tym terminowości działań, poprawności informacji, skuteczności realizacji zadań i współpracy zespołowej; motywowanie i rozwój personelu handlowego; identyfikacja problemów organizacyjnych w pracy zespołu handlowego; opracowanie projektu usprawnienia organizacji pracy personelu handlowego wspierającego sprawność obsługi klienta i współpracę z działami logistycznymi; prezentacja i uzasadnienie rekomendacji.
Sposoby weryfikacji efektów uczenia się (profil praktyczny):	Zadania problemowe dotyczące organizacji pracy personelu handlowego, podziału zadań, przepływu informacji, współpracy z działami logistycznymi oraz oceny pracy zespołu handlowego (K_W05, K_W07, K_U02, K_U05). Projekt usprawnienia organizacji pracy zespołu handlowego, obejmujący diagnozę problemu, propozycję zmian w podziale zadań, komunikacji, standardach pracy, przepływie informacji i ocenie wyników (K_U02, K_U04, K_U06, K_U08, K_K01, K_K02). Prezentacja projektu oraz uzasadnienie rekomendacji dotyczących doskonalenia pracy personelu handlowego i współpracy wewnętrznej (K_U05, K_U06, K_K02). Ocena pracy zespołowej podczas realizacji zadań i projektu, obejmująca współpracę, podział ról, odpowiedzialność za zadania oraz krytyczną ocenę udziału w pracy zespołu (K_U08, K_K01).
Efekty uczenia się	K_W03, K_W07, K_W10, K_U01, K_U02, K_U03, K_U04, K_U06, K_K02

TP: 37. Marketing logistyczny

Treści programowe	Marketing logistyczny jako obszar wykorzystania decyzji logistycznych w kształtowaniu oferty rynkowej przedsiębiorstwa; logistyczne uwarunkowania wartości oferty dla klienta; wpływ dostępności produktu, warunków dostawy, sposobu dystrybucji i obsługi kanałów sprzedaży na atrakcyjność oferty; segmentacja klientów i różnicowanie rozwiązań logistycznych ze względu na potrzeby odbiorców oraz charakter rynku; instrumenty marketingu logistycznego wspierające sprzedaż, dystrybucję i pozycjonowanie oferty; znaczenie decyzji logistycznych dla konkurencyjności przedsiębiorstwa; marketing logistyczny w handlu tradycyjnym, e-commerce i modelach wielokanałowych; analiza przykładów wykorzystania marketingu logistycznego w przedsiębiorstwach; opracowanie rekomendacji dotyczących logistycznego wsparcia oferty rynkowej oraz ocena ich znaczenia dla klienta, sprzedaży i przedsiębiorstwa.
Sposoby weryfikacji efektów uczenia się (profil praktyczny):	Egzamin pisemny z zakresu marketingu logistycznego, logistycznych uwarunkowań wartości oferty, segmentacji odbiorców, instrumentów wspierających sprzedaż i dystrybucję, pozycjonowania oferty, konkurencyjności przedsiębiorstwa oraz roli informacji w obsłudze kanałów sprzedaży (K_W03, K_W13). Analiza przypadku dotycząca wykorzystania rozwiązań logistycznych w kształtowaniu oferty rynkowej, obejmująca ocenę dostępności produktu, warunków dostawy, sposobu dystrybucji oraz ich znaczenia dla klienta i przedsiębiorstwa (K_U02, K_K02). Projekt rekomendacji z zakresu marketingu logistycznego, obejmujący propozycje logistycznego wsparcia oferty rynkowej oraz ocenę ich wpływu na atrakcyjność oferty, sprzedaż i konkurencyjność przedsiębiorstwa (K_U02, K_U04, K_U06, K_K02). Prezentacja projektu i dyskusja nad rekomendacjami dotyczącymi wykorzystania marketingu logistycznego w tworzeniu wartości oferty rynkowej (K_U06, K_K02).
Efekty uczenia się	K_W03, K_W13, K_U02, K_U04, K_U06, K_K02

TP: 38. G_4ŚR:SZFP

TP: 39. Finanse przedsiębiorstwa

Treści programowe	Finanse przedsiębiorstwa w ujęciu menedżerskim – cele, funkcje i decyzje finansowe w organizacji; formy rozliczeń pieniężnych i zarządzanie środkami pieniężnymi w obrocie krajowym i zagranicznym; ryzyko kursowe i instrumenty jego ograniczania w finansowaniu zagranicznym; kapitał obrotowy netto – składniki, determinanty i strategie zarządzania; zarządzanie należnościami handlowymi – polityka kredytowa, ocena wiarygodności kontrahentów i windykacja; zarządzanie zapasami – modele zarządzania i ich wpływ na płynność i koszty; zarządzanie środkami pieniężnymi i krótkoterminowymi inwestycjami finansowymi; model finansowy przedsiębiorstwa jako narzędzie planowania i oceny skutków decyzji finansowych; analiza scenariuszowa i wrażliwościowa w ocenie sytuacji finansowej; struktura finansowania – kapitał własny, kapitał obcy i ich wzajemne relacje; koszt kapitału własnego, koszt długu i średni ważony koszt kapitału (WACC) jako podstawa decyzji inwestycyjnych i finansowych; planowanie finansowe i prognozowanie przepływów pieniężnych.
Sposoby weryfikacji efektów uczenia się (profil praktyczny):	Egzamin pisemny. Model finansowy. Case study. Analiza danych finansowych.
Efekty uczenia się	K_W06; K_W07; K_W10, K_U02; K_U04; K_U06; K_U10, K_K02

TP: 40. Instytucje i instrumenty finansowe

Treści programowe	System finansowy – struktura, funkcje i znaczenie dla finansowania przedsiębiorstw; rynek kapitałowy – Giełda Papierów Wartościowych, alternatywne systemy obrotu, uczestnicy i regulacje; rynek pieniężny – instrumenty krótkoterminowe, stopy referencyjne i ich znaczenie dla kosztu finansowania; akcje – rodzaje, prawa z akcji, wycena metodą DCF i mnożnikową, analiza fundamentalna; obligacje – rodzaje, wycena, duracja, ryzyko stopy procentowej i spreading kredytowy; instrumenty pochodne – forward, futures, opcje i swapy walutowe oraz stopy procentowej jako narzędzia zarządzania ryzykiem finansowym; zarządzanie portfelem inwestycyjnym – dywersyfikacja, model CAPM, granica efektywna i ocena efektywności zarządzania; alternatywne instrumenty finansowe – private equity, fundusze hedgingowe, sekurytyzacja; instytucje finansowe jako partnerzy biznesowi przedsiębiorstw – banki, towarzystwa ubezpieczeniowe, fundusze inwestycyjne i emerytalne; regulacje rynku finansowego – MiFID II, EMIR i ich wpływ na działalność przedsiębiorstw; zarządzanie ryzykiem finansowym z wykorzystaniem instrumentów pochodnych – strategie hedgingowe i ich koszty.
Sposoby weryfikacji efektów uczenia się (profil praktyczny):	Egzamin pisemny. Zadania z wyceny. Case study inwestycyjne. Praca z danymi rynkowymi.
Efekty uczenia się	K_W06; K_W07; K_W10, K_U02; K_U04, K_K02

TP: 41. Ład korporacyjny i nadzór właścicielski

Treści programowe	Koncepcje ładu korporacyjnego – teoria agencji, teoria interesariuszy i ich implikacje dla zarządzania spółką; modele nadzoru właścicielskiego – model anglosaski (shareholder model) a model kontynentalny (stakeholder model) i ich praktyczne różnice; organy spółki kapitałowej – walne zgromadzenie, rada nadzorcza, zarząd – kompetencje, odpowiedzialność i relacje; prawa akcjonariuszy mniejszościowych i mechanizmy ich ochrony; dobre praktyki spółek notowanych – Kodeks Dobrych Praktyk GPW i standardy OECD; compliance i zarządzanie zgodnością – rola, struktura i znaczenie dla zaufania inwestorów; ESG a ład korporacyjny – wymogi dyrektywy CSRD, raportowanie niefinansowe i wpływ na zarządzanie spółką; analiza kryzysu korporacyjnego – identyfikacja słabości w systemie nadzoru na przykładach głośnych upadków spółek krajowych i zagranicznych; symulacja walnego zgromadzenia i analiza dokumentów korporacyjnych (statut, regulaminy, polityki wynagrodzeń); nadzór właścicielski w spółkach skarbu państwa i spółkach rodzinnych – specyfika i wyzwania; ocena jakości ładu korporacyjnego i formułowanie rekomendacji usprawnień.
Sposoby weryfikacji efektów uczenia się (profil praktyczny):	Zaliczenie projektowe. Analiza dokumentów spółek. Case study. Dyskusja dydaktyczna.
Efekty uczenia się	K_W08; K_W13, K_U05; K_U06, K_K05

TP: 42. Metody oceny projektów inwestycyjnych

Treści programowe	Ocena projektów inwestycyjnych jako element strategii inwestycyjnej i finansowej przedsiębiorstwa; zaawansowane metody dyskontowe – EVA, MIRR, indeks rentowności oraz ich zastosowanie w ocenie strategicznej; portfel projektów inwestycyjnych – zasady budowania, ocena i selekcja projektów w warunkach ograniczeń kapitałowych; analiza wrażliwości projektu inwestycyjnego – zmiana kluczowych założeń i ich wpływ na wartość NPV; analiza scenariuszowa – scenariusze optymistyczny, bazowy i pesymistyczny oraz wnioski decyzyjne; symulacja Monte Carlo jako metoda modelowania ryzyka projektowego i oceny rozkładu NPV; opcje realne – koncepcja, rodzaje i znaczenie elastyczności decyzyjnej w ocenie projektów strategicznych; kryteria ESG i ich znaczenie w ocenie projektów inwestycyjnych w ujęciu zrównoważonym; due diligence inwestycji – zakres, metodologia i znaczenie w transakcjach M&A; rekomendacja decyzji inwestycyjnej z uwzględnieniem ryzyka, wartości strategicznej i ograniczeń zasobowych; ocena wyników projektu po wdrożeniu i zarządzanie odchyleniami od założeń.
Sposoby weryfikacji efektów uczenia się (profil praktyczny):	Egzamin pisemny. Projekt inwestycyjny. Analiza wrażliwości. Case study.
Efekty uczenia się	K_W06; K_W07, K_U02; K_U04; K_U06, K_K02

TP: 43. Obciążenia publiczno-prawne przedsiębiorstw

Treści programowe	System danin publicznych – klasyfikacja, funkcje i znaczenie dla planowania finansowego przedsiębiorstwa; składki na ubezpieczenia społeczne i zdrowotne – podstawy wymiaru, stawki, obowiązki płatnika i ich wpływ na koszty zatrudnienia; podatek VAT w praktyce biznesowej – mechanizm, stawki, fakturowanie, odliczenia, VAT w obrocie unijnym (OSS, MOSS) i zasady JPK_VAT; podatek akcyzowy i podatki sektorowe – wybrane zastosowania w działalności przedsiębiorstw; podatki lokalne i opłaty o charakterze podatkowym – podatek od nieruchomości, podatek od środków transportowych; podatek dochodowy od osób prawnych (CIT) – podstawa opodatkowania, stawki, ulgi i odliczenia, estoński CIT i podatek minimalny; podatek dochodowy od osób fizycznych (PIT) w działalności gospodarczej – formy opodatkowania i ich skutki; ceny transferowe – zasady, obowiązki dokumentacyjne i ryzyka dla grup kapitałowych; planowanie podatkowe i optymalizacja obciążeń publicznoprawnych w ramach obowiązującego prawa; zmiany w systemie podatkowym i ich wpływ na strategie finansowe przedsiębiorstw; analiza ryzyka podatkowego i zarządzanie zgodnością podatkową (tax compliance).
Sposoby weryfikacji efektów uczenia się (profil praktyczny):	Zaliczenie praktyczne. Zadania rachunkowe. Analiza interpretacji podatkowych. Case study.
Efekty uczenia się	K_W01; K_W12;K_U01; K_U02; K_U03; K_U06; K_K02; K_K04

TP: 44. Ocena kondycji finansowej przedsiębiorstw

Treści programowe	Istota i znaczenie analizy finansowej w ocenie kondycji i podejmowaniu decyzji zarządczych; sprawozdania finansowe jako źródło danych analitycznych – bilans, rachunek zysków i strat, rachunek przepływów pieniężnych i informacja dodatkowa; analiza pionowa i pozioma sprawozdań finansowych – identyfikacja trendów i strukturalnych zmian w organizacji; wskaźnikowa analiza finansowa – wskaźniki płynności, rentowności, zadłużenia i sprawności działania – obliczanie, interpretacja i benchmarking branżowy; analiza rachunku przepływów pieniężnych – jakość zysku, zdolność do samofinansowania i zarządzanie gotówką; ocena zdolności kredytowej i ryzyka upadłości z wykorzystaniem modeli predykcyjnych (model Altmana, Beaver, Hołdy); analiza Du Ponta jako narzędzie dekompozycji rentowności i identyfikacji czynników tworzenia wartości; benchmarking finansowy – porównanie z branżą i konkurentami na podstawie baz danych i raportów rynkowych; diagnoza problemów finansowych – identyfikacja obszarów ryzyka i rekomendacje naprawcze; przygotowanie raportu analityczno-diagnostycznego z wnioskami i zaleceniami dla zarządu; prezentacja wyników analizy i uzasadnianie rekomendacji menedżerskich.
Sposoby weryfikacji efektów uczenia się (profil praktyczny):	Egzamin pisemny. Analiza sprawozdań finansowych. Model predykcji. Rekomendacja działań.
Efekty uczenia się	K_W01; K_W02; K_W03; K_W07; K_U01; K_U02; K_U04; K_U06; K_U10; K_K02

TP: 45. Seminarium dyplomowe - Sem. 2

Treści programowe	Zasady pisania prac naukowych, wymagań stawianych tekstowi pracy (wymagań formalnych, merytorycznych, zasad etycznych, stosowanie AI); zasady wyboru tematu pracy, formułowanie problemu badawczego, celu pracy, hipotezy badawczej, metod badawczych, sposobu uzasadniania wyboru tematu oraz konstrukcji planu pracy; metody gromadzenia informacji naukowej (źródła informacji naukowej, sposoby posługiwania się katalogami bibliotecznymi; poszukiwanie materiałów w Internecie).
Sposoby weryfikacji efektów uczenia się (profil praktyczny):	opracowanie w formie pisemnej wstępnej koncepcji pracy magisterskiej; prezentacja wstępnej koncepcji pracy magisterskiej podczas seminarium.
Efekty uczenia się	K_W11; K_W12; K_U01; K_U02; K_U03; K_U04; K_U05; K_K06.

TP: 46. Seminarium dyplomowe - Sem. 3

Treści programowe	Doskonalenie koncepcji pracy magisterskiej; krytyczna analiza literatury przedmiotu; zasady opracowania części teoretycznej pracy; doprecyzowanie celu pracy, problemu badawczego lub problemu praktycznego oraz pytań badawczych; opracowanie założeń metodologicznych; dobór źródeł danych, metod i technik badawczych; charakterystyka organizacji oraz problemu stanowiącego przedmiot analizy; przygotowanie części teoretycznej i metodologicznej pracy magisterskiej; dokumentacja procesu dyplomowania.
Sposoby weryfikacji efektów uczenia się (profil praktyczny):	opracowanie w formie pisemnej części teoretycznej i metodologicznej pracy magisterskiej; prezentacja części teoretycznej i metodologicznej pracy magisterskiej podczas seminarium.
Efekty uczenia się	K_W11; K_W13; K_U01; K_U02; K_U04; K_U06; K_K06.

TP: 47. Seminarium dyplomowe i przygotowanie pracy dyplomowej

Treści programowe	Opracowanie części badawczej, analitycznej lub projektowej pracy licencjackiej; analiza i interpretacja wyników przeprowadzonych badań lub analiz; formułowanie wniosków i rekomendacji wynikających z przeprowadzonych analiz; ocena możliwości wykorzystania proponowanych rozwiązań w praktyce funkcjonowania organizacji; redakcja końcowa pracy licencjackiej; weryfikacja spójności części teoretycznej, metodologicznej i badawczej, analitycznej lub projektowej pracy; przygotowanie pracy do złożenia zgodnie z procedurą dyplomowania; przygotowanie prezentacji pracy licencjackiej; przygotowanie do egzaminu dyplomowego.
Sposoby weryfikacji efektów uczenia się (profil praktyczny):	opracowanie kompletnej pracy licencjackiej; prezentacja pracy licencjackiej podczas seminarium.
Efekty uczenia się	K_W09; K_W11; K_U01; K_U04; K_U06; K_U09; K_U11; K_K05

TP: 48. Strategie finansowania przedsiębiorstw

Treści programowe	Strategie finansowania jako element strategii finansowej przedsiębiorstwa; modele optymalnej struktury kapitału – teoria Modiglianiego-Millera, teoria kompromisu, teoria hierarchii finansowania; analiza i ocena struktury finansowania na podstawie danych rynkowych i finansowych spółek; emisja akcji jako forma pozyskania kapitału własnego – IPO, SPO, prawa poboru, konsekwencje dla właścicieli i zarządu; finansowanie długiem – obligacje korporacyjne, kredyty bankowe, pożyczki strukturyzowane i ich koszty; private equity, venture capital i mezzanine jako alternatywne formy finansowania wzrostu; leasing, faktoring i forfaiting jako instrumenty finansowania działalności operacyjnej i inwestycyjnej; finansowanie projektów inwestycyjnych – project finance, syndykacja kredytów; optymalizacja struktury finansowania z uwzględnieniem kosztu kapitału, ryzyka finansowego i etapu rozwoju przedsiębiorstwa; zrównoważone finansowanie – green bonds, ESG bonds i wymagania inwestorów instytucjonalnych; rekomendacja strategii finansowania z uzasadnieniem i oceną skutków dla wartości przedsiębiorstwa.
Sposoby weryfikacji efektów uczenia się (profil praktyczny):	Projekt rekomendacji finansowania. Case study. Symulacja decyzyjna. Aktywność.
Efekty uczenia się	K_W06; K_W07, K_U02; K_U04; K_U06, K_K02

TP: 49. Warsztaty strategiczne

Treści programowe	Myślenie strategiczne i integracja kompetencji finansowych w rozwiązywaniu złożonych problemów zarządczych; diagnoza finansowa przedsiębiorstwa – analiza sprawozdań, wskaźników, struktury finansowania, rentowności i płynności jako podstawa oceny kondycji i identyfikacji ryzyk; ocena strategii finansowania i inwestowania wybranego przedsiębiorstwa z perspektywy kreowania wartości; identyfikacja ryzyk finansowych, podatkowych, regulacyjnych i korporacyjnych oraz propozycje działań mitygujących; analiza wariantów strategicznych dotyczących finansowania, restrukturyzacji, ekspansji lub dezinwestycji z oceną skutków finansowych każdego wariantu; opracowanie rekomendacji strategicznych z zakresu zarządzania finansami, wartością przedsiębiorstwa i ładu korporacyjnego; wykorzystanie danych finansowych, raportów branżowych i informacji rynkowych w uzasadnianiu decyzji strategicznych; integracja wiedzy i umiejętności zdobytych w ramach ścieżki – projekt syntetyczny łączący analizę finansową, strategiczną i rekomendacyjną; praca zespołowa, prezentacja i obrona rekomendacji strategicznych przed komisją; peer review i refleksja nad jakością formułowanych argumentów i wniosków.
Sposoby weryfikacji efektów uczenia się (profil praktyczny):	Projekt zespołowy. Prezentacja i obrona rekomendacji. Peer review. Aktywność.
Efekty uczenia się	K_U02; K_U06; K_U07; K_K01; K_K03

TP: 50. Zamówienia publiczne

Treści programowe	System zamówień publicznych w Polsce i Unii Europejskiej – podstawy prawne, Urząd Zamówień Publicznych i dyrektywy unijne; progi stosowania ustawy i tryby udzielania zamówień – przetarg nieograniczony, ograniczony, negocjacje, dialog konkurencyjny i partnerstwo innowacyjne; specyfikacja warunków zamówienia (SWZ) – struktura, wymagania formalne i merytoryczne oraz opis przedmiotu zamówienia; kryteria oceny ofert – cena, jakość, aspekty społeczne i środowiskowe; kalkulacja ceny ofertowej i zarządzanie ryzykiem finansowym kontraktu publicznego; przygotowanie oferty przetargowej – dokumentacja, oświadczenia, gwarancje i wadium; umowa o zamówienie publiczne – klauzule, warunki zmiany i zabezpieczenia wykonania; finansowanie zamówień ze środków publicznych i europejskich – zasady i ograniczenia; procedury odwoławcze i środki ochrony prawnej wykonawców; elektronizacja zamówień publicznych i platformy zakupowe; zamówienia publiczne jako instrument realizacji polityki publicznej i zrównoważonego rozwoju.
Sposoby weryfikacji efektów uczenia się (profil praktyczny):	Egzamin pisemny. Praca z dokumentacją przetargową. Case study. Zadania kalkulacyjne.
Efekty uczenia się	K_W01; K_W12; K_U01; K_U06; K_K02

TP: 51. Zarządzanie wartością przedsiębiorstwa

Treści programowe	Koncepcja zarządzania wartością przedsiębiorstwa (VBM – Value Based Management) – geneza, znaczenie i podejścia do tworzenia wartości; shareholder value versus stakeholder value – porównanie perspektyw i ich wpływ na decyzje zarządcze; mierniki wartości przedsiębiorstwa – Economic Value Added (EVA), Market Value Added (MVA), Cash Flow Return on Investment (CFROI) i ich interpretacja menedżerska; czynniki kreowania wartości – drivery przychodów, kosztów, inwestycji i kosztu kapitału; strategie wzrostu wartości – wzrost organiczny, przejęcia, restrukturyzacja i optymalizacja struktury kapitału; wycena przedsiębiorstwa metodami dochodowymi (DCF), porównawczymi (mnożniki rynkowe) i majątkowymi oraz ich zastosowanie w decyzjach strategicznych; fuzje i przejęcia (M&A) jako narzędzie zarządzania wartością – synergie, pułapki i czynniki sukcesu; polityka dywidendowa i wykup akcji własnych jako narzędzia zwrotu wartości akcjonariuszom; ESG a zarządzanie wartością – wpływ czynników środowiskowych, społecznych i ładu korporacyjnego na wycenę przedsiębiorstwa; opracowanie rekomendacji strategicznych dotyczących wzrostu wartości i prezentacja wyników.
Sposoby weryfikacji efektów uczenia się (profil praktyczny):	Egzamin lub projekt. Zadania EVA/MVA. Case study VBM. Prezentacja rekomendacji.
Efekty uczenia się	K_W08; K_U02; K_U06; K_U08

TP: 52. G_4ŚR:SZHU

TP: 53. CRM i SRM w handlu i usługach

Treści programowe	CRM i SRM w przedsiębiorstwach handlowych i usługowych; znaczenie relacji z klientami i dostawcami dla sprzedaży, obsługi klienta, dostępności oferty i sprawności współpracy biznesowej; dane wykorzystywane w systemach CRM, w tym dane o klientach, kontaktach, zamówieniach, reklamacjach, preferencjach i historii zakupów; funkcjonalności systemów CRM wspierające sprzedaż, obsługę klienta, komunikację, segmentację klientów i monitorowanie relacji; mierniki relacji z klientami, w tym wartość klienta, retencja, utrata klientów, częstotliwość zakupów i skuteczność obsługi zgłoszeń; dane wykorzystywane w systemach SRM, w tym dane o dostawcach, ofertach, dostawach, niezgodnościach, kosztach i warunkach współpracy; funkcjonalności systemów SRM wspierające kwalifikację, ocenę i rozwój dostawców; kryteria i wskaźniki oceny dostawców, w tym terminowość, jakość, kompletność dostaw, elastyczność, koszty, komunikacja i reakcja na niezgodności; integracja systemów CRM i SRM z procesami sprzedaży, zakupów, magazynowania i obsługi klienta oraz z systemami ERP; korzyści, koszty i bariery wdrażania systemów CRM i SRM; analiza przypadków oraz opracowanie projektu wykorzystania CRM i SRM w przedsiębiorstwie handlowym lub usługowym.
Sposoby weryfikacji efektów uczenia się (profil praktyczny):	Projekt zespołowy dotyczący wykorzystania CRM i SRM w wybranym przedsiębiorstwie handlowym lub usługowym, obejmujący diagnozę potrzeb informacyjnych, dobór funkcjonalności systemów, propozycję wskaźników oceny relacji z klientami i dostawcami oraz rekomendacje wdrożeniowe. Prezentacja i obrona projektu, analiza przypadków oraz zadania problemowe dotyczące wykorzystania danych klientów i dostawców w podejmowaniu decyzji menedżerskich.
Efekty uczenia się	K_W03, K_W04, K_W13, K_U02, K_U05, K_U06, K_K05.

TP: 54. Negocjacje handlowe

Treści programowe	Proces negocjacji handlowych i czynniki wpływające na skuteczność negocjacji; przygotowanie do negocjacji, analiza sytuacji negocjacyjnej, identyfikacja interesów stron, określanie celów negocjacyjnych oraz BATNA; strategie negocjacyjne i ich zastosowanie w przedsiębiorstwach handlowych i usługowych; techniki i taktyki negocjacyjne wykorzystywane w negocjacjach handlowych; komunikacja interpersonalna w negocjacjach, w tym aktywne słuchanie, zadawanie pytań, argumentacja i perswazja; negocjacje cenowe oraz negocjowanie warunków sprzedaży, zakupu, obsługi klienta i współpracy handlowej; negocjacje z dostawcami, klientami, kontrahentami i partnerami biznesowymi; konflikty i sytuacje trudne w negocjacjach oraz metody ich rozwiązywania; etyczne aspekty negocjacji handlowych i budowanie długoterminowych relacji biznesowych; analiza problemów negocjacyjnych występujących w praktyce przedsiębiorstw handlowych i usługowych oraz formułowanie rekomendacji dotyczących prowadzenia negocjacji.
Sposoby weryfikacji efektów uczenia się (profil praktyczny):	Grupowa prezentacja dotycząca problemu negocjacyjnego występującego w praktyce przedsiębiorstw handlowych i usługowych. Przygotowanie i przeprowadzenie ćwiczenia praktycznego w formie symulacji negocjacji, analizy przypadku lub rozwiązania problemu decyzyjnego. Prezentacja wyników pracy, sformułowanie rekomendacji oraz udział w dyskusji dydaktycznej.
Efekty uczenia się	K_W03, K_U01, K_U05, K_U06, K_K06.

TP: 55. Seminarium dyplomowe - Sem. 2

Treści programowe	Zasady pisania prac naukowych, wymagań stawianych tekstowi pracy (wymagań formalnych, merytorycznych, zasad etycznych, stosowanie AI); zasady wyboru tematu pracy, formułowanie problemu badawczego, celu pracy, hipotezy badawczej, metod badawczych, sposobu uzasadniania wyboru tematu oraz konstrukcji planu pracy; metody gromadzenia informacji naukowej (źródła informacji naukowej, sposoby posługiwania się katalogami bibliotecznymi; poszukiwanie materiałów w Internecie).
Sposoby weryfikacji efektów uczenia się (profil praktyczny):	opracowanie w formie pisemnej wstępnej koncepcji pracy magisterskiej; prezentacja wstępnej koncepcji pracy magisterskiej podczas seminarium;
Efekty uczenia się	K_W11; K_W12; K_U01; K_U02; K_U03; K_U04; K_U05; K_K06.

TP: 56. Seminarium dyplomowe - Sem. 3

Treści programowe	Doskonalenie koncepcji pracy magisterskiej; krytyczna analiza literatury przedmiotu; zasady opracowania części teoretycznej pracy; doprecyzowanie celu pracy, problemu badawczego lub problemu praktycznego oraz pytań badawczych; opracowanie założeń metodologicznych; dobór źródeł danych, metod i technik badawczych; charakterystyka organizacji oraz problemu stanowiącego przedmiot analizy; przygotowanie części teoretycznej i metodologicznej pracy magisterskiej; dokumentacja procesu dyplomowania.
Sposoby weryfikacji efektów uczenia się (profil praktyczny):	opracowanie w formie pisemnej części teoretycznej i metodologicznej pracy magisterskiej; prezentacja części teoretycznej i metodologicznej pracy magisterskiej podczas seminarium.
Efekty uczenia się	K_W11; K_W13; K_U01; K_U02; K_U04; K_U06; K_K06.

TP: 57. Seminarium dyplomowe i przygotowanie pracy dyplomowej

Treści programowe	Opracowanie części badawczej, analitycznej lub projektowej pracy licencjackiej; analiza i interpretacja wyników przeprowadzonych badań lub analiz; formułowanie wniosków i rekomendacji wynikających z przeprowadzonych analiz; ocena możliwości wykorzystania proponowanych rozwiązań w praktyce funkcjonowania organizacji; redakcja końcowa pracy licencjackiej; weryfikacja spójności części teoretycznej, metodologicznej i badawczej, analitycznej lub projektowej pracy; przygotowanie pracy do złożenia zgodnie z procedurą dyplomowania; przygotowanie prezentacji pracy licencjackiej; przygotowanie do egzaminu dyplomowego.
Sposoby weryfikacji efektów uczenia się (profil praktyczny):	opracowanie kompletnej pracy licencjackiej; prezentacja pracy licencjackiej podczas seminarium.
Efekty uczenia się	K_W09; K_W11; K_U01; K_U04; K_U06; K_U09; K_U11; K_K05

TP: 58. Strategiczne zarządzanie marketingowe w handlu i usługach

Treści programowe	Strategie marketingowe przedsiębiorstw handlowych i usługowych; specyfika rynku handlu i usług jako uwarunkowanie decyzji marketingowych; analiza pozycji rynkowej przedsiębiorstwa handlowego lub usługowego; analiza klientów, konkurentów, oferty, kanałów sprzedaży i standardów obsługi; segmentacja klientów w handlu i usługach; pozycjonowanie oferty przedsiębiorstwa handlowego lub usługowego; strategie asortymentowe i usługowe; strategie cenowe w handlu i usługach; strategie komunikacji marketingowej; strategie dystrybucji i rozwoju kanałów sprzedaży; strategie budowania relacji z klientami; strategie wzrostu i rozwoju rynku w przedsiębiorstwach handlowych i usługowych; strategie różnicowania oferty i budowania przewagi konkurencyjnej; wykorzystanie danych rynkowych, sprzedażowych i klienckich w planowaniu strategii marketingowej; wdrażanie, monitorowanie i kontrola strategii marketingowej; analiza przypadków przedsiębiorstw handlowych i usługowych oraz opracowanie rekomendacji strategicznych.
Sposoby weryfikacji efektów uczenia się (profil praktyczny):	Wykład**:** egzamin pisemny w formie testu jednokrotnego wyboru, obejmujący zagadnienia dotyczące strategii marketingowych przedsiębiorstw handlowych i usługowych, analizy pozycji rynkowej, strategii konkurowania, budowania przewagi konkurencyjnej, wdrażania i kontroli strategii marketingowej. Ćwiczenia**:** zespołowe zadania problemowe oraz analiza studiów przypadków przedsiębiorstw handlowych i usługowych. Zadania obejmują analizę sytuacji rynkowej przedsiębiorstwa, ocenę jego pozycji konkurencyjnej, analizę strategii marketingowej, opracowanie rekomendacji strategicznych oraz prezentację i uzasadnienie proponowanych rozwiązań.
Efekty uczenia się	K_W03, K_W04, K_U01, K_U02, K_U03, K_U04, K_U06, K_K05.

TP: 59. Strategie e-commerce

Treści programowe	Modele biznesowe i przychodowe w e-commerce w przedsiębiorstwach handlowych i usługowych, w tym B2C, B2B, marketplace i modele platformowe; rola kanału online w strategii sprzedaży i rozwoju przedsiębiorstwa; strategie rozwoju sprzedaży internetowej oraz integracji kanałów online i offline; strategie obecności przedsiębiorstwa na platformach cyfrowych i marketplace; kształtowanie oferty, cen, warunków dostawy i obsługi w kanale cyfrowym; strategie pozyskiwania i utrzymywania klientów online; personalizacja i automatyzacja działań w e-commerce; zarządzanie konwersją i skutecznością sprzedaży internetowej; wskaźniki efektywności e-commerce, w tym conversion rate, CAC, CLV, AOV, ROI i porzucone koszyki; wykorzystanie danych i narzędzi analitycznych w ocenie skuteczności strategii e-commerce; koszty, ryzyka i bariery rozwoju e-commerce; analiza przypadków przedsiębiorstw handlowych i usługowych oraz opracowanie koncepcji strategii e-commerce i rekomendacji strategicznych.
Sposoby weryfikacji efektów uczenia się (profil praktyczny):	Kolokwium pisemne w formie testu jednokrotnego wyboru oraz zadań sytuacyjnych. Zespołowa prezentacja dotycząca strategii e-commerce w przedsiębiorstwie handlowym lub usługowym. Analiza studiów przypadków obejmująca ocenę modelu sprzedaży online, kanałów cyfrowych, wskaźników efektywności oraz opracowanie rekomendacji strategicznych**.**
Efekty uczenia się	K_W03, K_W13, K_U01, K_U02, K_U04, K_U06, K_K05.

TP: 60. Strategie firm rodzinnych

Treści programowe	Specyfika strategicznego funkcjonowania przedsiębiorstw rodzinnych w handlu i usługach. Definicje i kryteria identyfikacji przedsiębiorstwa rodzinnego; relacje między rodziną, własnością i przedsiębiorstwem; rodzinność jako zasób, ograniczenie i źródło przewagi konkurencyjnej. Modele i typologie przedsiębiorstw rodzinnych, etapy rozwoju oraz wyzwania wzrostu, profesjonalizacji i przekazywania kontroli. Ład rodzinno-właścicielski, role właścicieli, sukcesorów i menedżerów zewnętrznych, mechanizmy podejmowania decyzji strategicznych oraz zarządzanie konfliktami interesów. Strategie ciągłości i rozwoju przedsiębiorstw rodzinnych w sektorze handlu i usług, z uwzględnieniem sukcesji władzy, własności i wartości, przygotowania sukcesorów, ograniczeń zasobowych, ryzyka utraty kontroli oraz długookresowej orientacji właścicielskiej. Analiza przypadków firm rodzinnych oraz opracowanie rekomendacji strategicznych dotyczących ciągłości, sukcesji, profesjonalizacji lub rozwoju przedsiębiorstwa rodzinnego.
Sposoby weryfikacji efektów uczenia się (profil praktyczny):	Egzamin pisemny obejmujący zagadnienia dotyczące specyfiki funkcjonowania przedsiębiorstw rodzinnych oraz strategicznych uwarunkowań ich rozwoju. Opracowanie i prezentacja raportu z grupowego projektu dotyczącego problemu strategicznego przedsiębiorstwa rodzinnego, obejmującego diagnozę sytuacji, analizę uwarunkowań rodzinnych, właścicielskich i organizacyjnych oraz sformułowanie rekomendacji. Udział w analizie przypadków, zadaniach problemowych i dyskusji nad zasadnością proponowanych rozwiązań.
Efekty uczenia się	K_W03, K_W10, K_U01, K_U02, K_U03, K_U06, K_K02.

TP: 61. Warsztaty strategiczne

Treści programowe	Warsztatowa analiza złożonych problemów strategicznych przedsiębiorstw handlowych i usługowych; integracja wiedzy i umiejętności z zakresu strategicznego zarządzania marketingowego, CRM i SRM, negocjacji handlowych, e-commerce, doświadczeń klienta, zarządzania jakością, zarządzania procesami, zarządzania przestrzenią sprzedaży oraz zarządzania zespołem sprzedażowym; diagnoza problemów strategicznych z wykorzystaniem danych rynkowych, sprzedażowych, klienckich, procesowych i organizacyjnych; analiza wariantów działań strategicznych oraz ich konsekwencji dla klientów, właścicieli, zasobów, procesów, jakości, sprzedaży i pozycji konkurencyjnej przedsiębiorstwa; opracowanie rekomendacji strategicznych dotyczących rozwoju przedsiębiorstwa, sprzedaży wielokanałowej, poprawy jakości i doświadczeń klienta, usprawnienia procesów, budowania relacji z klientami i partnerami oraz wzmacniania przewagi konkurencyjnej; prezentacja i obrona rekomendacji strategicznych.
Sposoby weryfikacji efektów uczenia się (profil praktyczny):	Laboratorium: opracowanie zespołowych zadań problemowych o charakterze strategicznym dotyczących przedsiębiorstw handlowych i usługowych. Każde zadanie obejmuje identyfikację i diagnozę problemu, dobór oraz wykorzystanie danych i źródeł informacji, analizę wariantów działań, ocenę ich konsekwencji oraz opracowanie rekomendacji strategicznych. Ocenie podlega także prezentacja i obrona rekomendacji, jakość argumentacji, odpowiedzi na pytania oraz udział w dyskusji.
Efekty uczenia się	K_W10, K_U01, K_U02, K_U03, K_U04, K_U06, K_U08, K_K02, K_K04.

TP: 62. Zarządzanie jakością w handlu i usługach

Treści programowe	Zarządzanie jakością w przedsiębiorstwach handlowych i usługowych; specyfika jakości w handlu i usługach; charakterystyka i klasyfikacja usług; wyznaczniki jakości oferty, obsługi i procesów realizowanych w organizacjach handlowych i usługowych; wymagania klientów oraz standardy jakości w handlu i usługach; podejścia do kształtowania i doskonalenia jakości; systemy zarządzania jakością, w tym założenia normy ISO 9001; polityka jakości i cele jakościowe; dokumentacja systemu zarządzania jakością, w tym procedury i instrukcje systemowe; metody oceny jakości usług, obsługi i procesów; identyfikacja niezgodności, reklamacji i obszarów wymagających poprawy; działania korygujące i doskonalące; analiza przypadków oraz opracowanie wybranych elementów systemu zarządzania jakością dla organizacji handlowej lub usługowej.
Sposoby weryfikacji efektów uczenia się (profil praktyczny):	Egzamin pisemny z zakresu zarządzania jakością w handlu i usługach, systemów zarządzania jakością, norm, polityki jakości, celów jakościowych oraz metod oceny jakości. Analiza case study dotycząca jakości usług, obsługi lub procesów w organizacji handlowej albo usługowej. Praca indywidualna i zespołowa obejmująca opracowanie wybranych elementów systemu zarządzania jakością, w tym polityki jakości, celów jakościowych, procedur, instrukcji systemowych oraz rekomendacji działań doskonalących.
Efekty uczenia się	K_W01, K_W02, K_W08, K_U02, K_U04, K_U06, K_K01.

TP: 63. Zarządzanie procesami w handlu i usługach

Treści programowe	Podejście procesowe w przedsiębiorstwach handlowych i usługowych; identyfikacja i klasyfikacja procesów głównych, pomocniczych i zarządczych; procesy sprzedażowe, obsługowe, zakupowe, magazynowe i usługowe; mapowanie i modelowanie przebiegu procesów; mierniki efektywności procesów, w tym czas, koszt, jakość wykonania, wykorzystanie zasobów i poziom obsługi; analiza przebiegu procesów oraz identyfikacja problemów, nieciągłości i wąskich gardeł; wykorzystanie danych i technologii informacyjnych w analizie procesów; projektowanie działań usprawniających procesy w przedsiębiorstwach handlowych i usługowych; ocena skutków proponowanych usprawnień dla organizacji, klienta, kosztów i efektywności; analiza studiów przypadków oraz przygotowanie projektu usprawnienia wybranego procesu.
Sposoby weryfikacji efektów uczenia się (profil praktyczny):	Egzamin pisemny w formie testu jednokrotnego wyboru z zakresu zarządzania procesami w przedsiębiorstwach handlowych i usługowych. Prezentacja grupowa dotycząca wybranego zagadnienia, problemu lub rozwiązania z zakresu zarządzania procesami. Praca pisemna o charakterze projektowym obejmująca analizę wybranego procesu w przedsiębiorstwie handlowym lub usługowym, ocenę jego efektywności oraz propozycję usprawnień. Udział w dyskusji, analizie przypadków i zadaniach problemowych.
Efekty uczenia się	K_W01, K_W08, K_W13, K_U01, K_U02, K_U04, K_U06, K_U08, K_K01, K_K02, K_K05.

TP: 64. Zarządzanie przestrzenią sprzedaży

Treści programowe	Zarządzanie przestrzenią sprzedaży w przedsiębiorstwach handlowych; merchandising jako narzędzie wspierające sprzedaż i komunikację z klientem; formaty handlowe i organizacja przestrzeni sprzedaży; ekspozycja towarów w przestrzeni sklepowej i na półce; zarządzanie asortymentem w przestrzeni sprzedaży; wystawy i witryny sklepowe; visual merchandising i marketing sensoryczny; psychologiczne uwarunkowania zachowań klientów w punkcie sprzedaży; techniki aktywizacji sprzedaży; merchandising w małych sklepach; ocena skuteczności rozwiązań merchandisingowych; badania mystery shopping i kontrola standardów ekspozycji; analiza przypadków oraz opracowanie koncepcji usprawnienia przestrzeni sprzedaży.
Sposoby weryfikacji efektów uczenia się (profil praktyczny):	Kolokwium pisemne. Prezentacja multimedialna i projekt zespołowy dotyczący zarządzania przestrzenią sprzedaży, obejmujący analizę placówki handlowej, ocenę ekspozycji, układu przestrzeni, witryn lub rozwiązań merchandisingowych oraz opracowanie propozycji usprawnień. Aktywność studentów, udział w analizie przypadków, pracy zespołowej i dyskusji.
Efekty uczenia się	K_W03, K_W10, K_U02, K_U04, K_U06, K_K01, K_K05.

TP: 65. Zarządzanie zespołem sprzedażowym

Treści programowe	Zarządzanie zespołem sprzedażowym w przedsiębiorstwach handlowych i usługowych; rola zespołu sprzedażowego w realizacji celów sprzedażowych, obsłudze klientów i budowaniu wyników przedsiębiorstwa; struktury i modele organizacji zespołów sprzedażowych; role, zadania i odpowiedzialność członków zespołu sprzedażowego; planowanie pracy zespołu sprzedażowego, podział zadań, obszarów sprzedaży, klientów i kanałów obsługi; wyznaczanie celów sprzedażowych oraz wskaźników oceny pracy zespołu; monitorowanie wyników sprzedażowych, aktywności handlowej, jakości obsługi i realizacji standardów pracy; motywowanie i rozwój pracowników sprzedaży; systemy premiowania i pozafinansowe narzędzia motywacyjne; komunikacja wewnętrzna, odprawy sprzedażowe, coaching i feedback menedżerski; rozwiązywanie problemów organizacyjnych w pracy zespołu sprzedażowego; zarządzanie współpracą zespołu sprzedażowego z obsługą klienta, marketingiem, logistyką i zakupami; etyczne aspekty zarządzania sprzedażą; analiza przypadków oraz opracowanie projektu usprawnienia pracy zespołu sprzedażowego w przedsiębiorstwie handlowym lub usługowym.
Sposoby weryfikacji efektów uczenia się (profil praktyczny):	Zespołowy projekt dotyczący usprawnienia pracy zespołu sprzedażowego w przedsiębiorstwie handlowym lub usługowym, obejmujący diagnozę problemu, analizę celów, zadań, wskaźników, komunikacji, motywowania lub monitorowania wyników oraz opracowanie rekomendacji. Prezentacja projektu, analiza przypadków, zadania problemowe i udział w dyskusji.
Efekty uczenia się	K_W05, K_W07, K_U02, K_U04, K_U06, K_U08, K_K01, K_K05.

TP: 66. Doświadczenia klienta

Treści programowe	Customer Experience Management w przedsiębiorstwach handlowych i usługowych; doświadczenia klienta w procesie zakupu, obsługi i korzystania z usługi; potrzeby, oczekiwania, zachowania i emocje klientów; wartość dla klienta, satysfakcja, lojalność i zaangażowanie klienta; punkty styku klienta z organizacją w handlu stacjonarnym, usługach oraz kanałach cyfrowych; persona klienta i ścieżka klienta; Customer Journey Map jako narzędzie analizy doświadczeń klienta; identyfikacja problemów, barier i punktów krytycznych na ścieżce klienta; metody pomiaru doświadczeń klientów, w tym NPS, CSAT i CES; analiza opinii klientów; personalizacja doświadczeń klienta; wykorzystanie technologii cyfrowych, analityki danych i sztucznej inteligencji w zarządzaniu doświadczeniami klientów; projektowanie i doskonalenie doświadczeń klientów w przedsiębiorstwach handlowych i usługowych; analiza przypadków oraz opracowanie rekomendacji usprawniających doświadczenia klientów.
Sposoby weryfikacji efektów uczenia się (profil praktyczny):	Wykład: egzamin pisemny w formie testu jednokrotnego wyboru, obejmujący zagadnienia z zakresu Customer Experience Management, zachowań i oczekiwań klientów, wartości dla klienta, satysfakcji i lojalności, punktów styku, ścieżki klienta, metod pomiaru doświadczeń klientów oraz wykorzystania technologii cyfrowych w zarządzaniu doświadczeniami klientów. Ćwiczenia: prezentacja zespołowa dotycząca doświadczeń klienta w wybranym sektorze handlu lub usług oraz opracowanie Customer Journey Map dla wybranej organizacji. Zadania obejmują analizę persony klienta, etapów ścieżki klienta, punktów styku, emocji i problemów klienta, identyfikację punktów krytycznych oraz sformułowanie rekomendacji usprawniających doświadczenia klientów. Ocenie podlega także prezentacja wyników pracy i udział w dyskusji.
Efekty uczenia się	K_W03, K_W06, K_W13, K_U01, K_U02, K_U04, K_U06, K_K05.

TP: 67. G_4ŚR:SZP

TP: 68. Budżetowanie, kontroling i ryzyko projektowe

Treści programowe	Budżetowanie, controlling i zarządzanie ryzykiem jako elementy nadzoru nad realizacją projektów; planowanie kosztów i zasobów projektu; opracowanie budżetu projektu oraz planu bazowego; powiązanie budżetu z harmonogramem, zakresem, zasobami i rezerwami projektowymi; monitorowanie wykonania budżetu i postępu projektu; analiza odchyleń kosztowych i terminowych; wykorzystanie wybranych narzędzi controllingu projektowego, w tym metody wartości wypracowanej; przygotowanie informacji i raportów controllingowych wspierających decyzje zarządcze; identyfikacja, ocena i klasyfikacja ryzyk projektowych; opracowanie rejestru ryzyk i matrycy ryzyka; planowanie reakcji na ryzyko oraz działań korygujących; szacowanie kosztów ryzyka i rezerw; analiza studiów przypadków dotyczących problemów budżetowych, kontrolnych i ryzyk w projektach.
Sposoby weryfikacji efektów uczenia się (profil praktyczny):	Egzamin pisemny z zakresu budżetowania projektu, controllingu projektowego, analizy odchyleń, metody wartości wypracowanej, rezerw projektowych oraz zarządzania ryzykiem projektowym. Zadania analityczne i obliczeniowe dotyczące budżetu projektu, kosztów, odchyleń, rezerw i wskaźników controllingowych. Analiza studium przypadku obejmująca identyfikację i ocenę ryzyka projektowego, przygotowanie rejestru i matrycy ryzyka oraz dobór reakcji na ryzyko. Raport controllingowo-ryzykowy zawierający ocenę sytuacji projektu i rekomendacje działań korygujących.
Efekty uczenia się	K_W07, K_W10, K_U02, K_U04, K_U06, K_K02, K_K03

TP: 69. Metodyki przygotowania projektów

Treści programowe	Metodyczne przygotowanie projektu jako etap poprzedzający jego uruchomienie; rola przygotowania projektu w ograniczaniu niepewności, porządkowaniu założeń i podejmowaniu decyzji o rozpoczęciu przedsięwzięcia; klasyczne, zwinne i hybrydowe podejścia do przygotowania projektów oraz kryteria ich doboru do typu projektu, poziomu niepewności, interesariuszy, zasobów, wymagań formalnych i oczekiwanych rezultatów; analiza problemu, celu, interesariuszy, założeń, ograniczeń i ryzyk wpływających na przygotowanie projektu; logika projektu jako powiązanie problemu, celu, rezultatów, działań, produktów, wskaźników i warunków wdrożenia; przygotowanie dokumentacji startowej projektu, w tym uzasadnienia, karty projektu, zakresu, kamieni milowych, zasobów, odpowiedzialności i kryteriów sukcesu; ocena wariantów przygotowania projektu oraz gotowości projektu do wdrożenia; znaczenie konsultacji z interesariuszami i wiedzy eksperckiej w procesie przygotowania projektu; analiza studiów przypadków oraz opracowanie koncepcji przygotowania projektu wraz z doborem metodyki, dokumentacją startową i rekomendacją dotyczącą uruchomienia projektu.
Sposoby weryfikacji efektów uczenia się (profil praktyczny):	Egzamin pisemny z zakresu klasycznych, zwinnych i hybrydowych podejść do przygotowania projektów, kryteriów doboru metodyki, logiki projektu, dokumentacji startowej oraz oceny gotowości projektu do wdrożenia. Analiza studiów przypadków dotyczących doboru metodyki przygotowania projektu. Projekt zespołowy obejmujący opracowanie koncepcji przygotowania projektu, dobór metodyki, przygotowanie dokumentacji startowej oraz rekomendację dotyczącą uruchomienia projektu. Prezentacja i uzasadnienie przyjętych rozwiązań.
Efekty uczenia się	K_W06, K_W07, K_U01, K_U02, K_U04, K_U06, K_K02.

TP: 70. Myślenie projektowe

Treści programowe	Myślenie projektowe i design thinking jako podejście do tworzenia innowacyjnych rozwiązań odpowiadających na potrzeby użytkowników i organizacji; identyfikacja problemu projektowego oraz analiza jego kontekstu organizacyjnego, rynkowego lub społecznego; badanie potrzeb, oczekiwań i barier użytkowników; definiowanie wyzwania projektowego z perspektywy użytkownika; generowanie i selekcja pomysłów z wykorzystaniem technik kreatywnego rozwiązywania problemów; prototypowanie rozwiązań, testowanie koncepcji, zbieranie informacji zwrotnej i doskonalenie rozwiązania; ocena wartości rozwiązania dla użytkowników, interesariuszy i organizacji; opracowanie i prezentacja końcowej koncepcji rozwiązania.
Sposoby weryfikacji efektów uczenia się (profil praktyczny):	Praca w grupach i analiza studium przypadku obejmujące identyfikację problemu, analizę potrzeb użytkowników, definiowanie wyzwania projektowego, generowanie i selekcję pomysłów, przygotowanie prototypu, testowanie rozwiązania oraz prezentację końcowej koncepcji.
Efekty uczenia się	K_W06, K_U01, K_U02, K_U04, K_U06, K_K05.

TP: 71. Narzędzia cyfrowe w zarządzaniu projektami

Treści programowe	Rola narzędzi cyfrowych w planowaniu, realizacji, monitorowaniu i raportowaniu projektów; przegląd aplikacji wspierających zarządzanie zadaniami, harmonogramem, zasobami, komunikacją, dokumentacją i raportowaniem projektowym; dobór narzędzi cyfrowych do specyfiki projektu, zespołu, interesariuszy i potrzeb informacyjnych; cyfrowe opracowanie struktury zadań, harmonogramu, kamieni milowych, zależności między zadaniami oraz alokacji zasobów; cyfrowa koordynacja zadań i przepływu informacji w projekcie; monitorowanie postępów, identyfikacja odchyleń i aktualizacja statusu projektu; przygotowanie raportów i dashboardów projektowych wspierających decyzje kierownika projektu i interesariuszy; wykorzystanie danych i rozwiązań AI w organizacji informacji, analizie danych projektowych i przygotowaniu rekomendacji; odpowiedzialne korzystanie z narzędzi cyfrowych, danych i AI w pracy projektowej; opracowanie cyfrowego modelu zarządzania wybranym projektem.
Sposoby weryfikacji efektów uczenia się (profil praktyczny):	Zadania praktyczne wykonywane z wykorzystaniem narzędzi cyfrowych do planowania, harmonogramowania, przypisywania zasobów, monitorowania postępów i raportowania projektu. Projekt zespołowy obejmujący opracowanie cyfrowego modelu zarządzania wybranym projektem. Praktyczne kolokwium przy stanowisku komputerowym lub zadanie problemowe dotyczące doboru i zastosowania narzędzi cyfrowych. Prezentacja wyników projektu oraz uzasadnienie przyjętych rozwiązań.
Efekty uczenia się	K_W13, K_U02, K_U10, K_U06, K_K01.

TP: 72. Przywództwo i zarządzanie zespołem projektowym

Treści programowe	Przywództwo w projektach jako czynnik skutecznej realizacji przedsięwzięć strategicznych, rozwojowych, wdrożeniowych i organizacyjnych; rola lidera projektu w warunkach zmiany, niepewności, presji czasu i ograniczonych zasobów; style przywództwa i ich dobór do specyfiki projektu, etapu realizacji projektu oraz poziomu dojrzałości zespołu; tworzenie i rozwój zespołu projektowego, etapy rozwoju zespołu, role zespołowe oraz odpowiedzialności członków zespołu; organizacja pracy zespołu projektowego, podział zadań, koordynacja działań, monitorowanie postępów i reagowanie na problemy wykonawcze; komunikacja w zespole projektowym oraz komunikacja lidera z interesariuszami projektu i kierownictwem organizacji; motywowanie członków zespołu projektowego i budowanie zaangażowania w realizację celów projektu; zarządzanie konfliktem, oporem i sytuacjami trudnymi w zespole projektowym; podejmowanie decyzji zespołowych i odpowiedzialność lidera za skutki decyzji projektowych; zarządzanie różnorodnością, zaufaniem i współpracą w zespołach projektowych; etyczne aspekty przywództwa projektowego; ocena skuteczności pracy zespołu projektowego z wykorzystaniem kryteriów jakości współpracy, terminowości, odpowiedzialności, komunikacji i osiągania rezultatów projektu; analiza studiów przypadków dotyczących problemów przywódczych i zespołowych w projektach; opracowanie rekomendacji usprawniających funkcjonowanie zespołu projektowego.
Sposoby weryfikacji efektów uczenia się (profil praktyczny):	Egzamin pisemny z zakresu przywództwa projektowego, dynamiki zespołu, komunikacji, motywowania, konfliktów, podejmowania decyzji oraz oceny skuteczności zespołu projektowego. Analiza studiów przypadków, zadania praktyczne i symulacje sytuacji projektowych. Projekt zespołowy obejmujący diagnozę funkcjonowania zespołu projektowego oraz opracowanie rekomendacji usprawniających jego pracę. Prezentacja i obrona projektu.
Efekty uczenia się	K_W08, K_W05, K_U08, K_U05, K_U04, K_U06, K_K01, K_K06.

TP: 73. Seminarium dyplomowe - Sem. 2

Treści programowe	Zasady pisania prac naukowych, wymagań stawianych tekstowi pracy (wymagań formalnych, merytorycznych, zasad etycznych, stosowanie AI); zasady wyboru tematu pracy, formułowanie problemu badawczego, celu pracy, hipotezy badawczej, metod badawczych, sposobu uzasadniania wyboru tematu oraz konstrukcji planu pracy; metody gromadzenia informacji naukowej (źródła informacji naukowej, sposoby posługiwania się katalogami bibliotecznymi; poszukiwanie materiałów w Internecie).
Sposoby weryfikacji efektów uczenia się (profil praktyczny):	opracowanie w formie pisemnej wstępnej koncepcji pracy magisterskiej; prezentacja wstępnej koncepcji pracy magisterskiej podczas seminarium.
Efekty uczenia się	K_W11; K_W12; K_U01; K_U02; K_U03; K_U04; K_U05; K_K06.

TP: 74. Seminarium dyplomowe - Sem. 3

Treści programowe	Doskonalenie koncepcji pracy magisterskiej; krytyczna analiza literatury przedmiotu; zasady opracowania części teoretycznej pracy; doprecyzowanie celu pracy, problemu badawczego lub problemu praktycznego oraz pytań badawczych; opracowanie założeń metodologicznych; dobór źródeł danych, metod i technik badawczych; charakterystyka organizacji oraz problemu stanowiącego przedmiot analizy; przygotowanie części teoretycznej i metodologicznej pracy magisterskiej; dokumentacja procesu dyplomowania.
Sposoby weryfikacji efektów uczenia się (profil praktyczny):	opracowanie w formie pisemnej części teoretycznej i metodologicznej pracy magisterskiej; prezentacja części teoretycznej i metodologicznej pracy magisterskiej podczas seminarium.
Efekty uczenia się	K_W11; K_W13; K_U01; K_U02; K_U04; K_U06; K_K06.

TP: 75. Seminarium dyplomowe i przygotowanie pracy dyplomowej

Treści programowe	Opracowanie części badawczej, analitycznej lub projektowej pracy licencjackiej; analiza i interpretacja wyników przeprowadzonych badań lub analiz; formułowanie wniosków i rekomendacji wynikających z przeprowadzonych analiz; ocena możliwości wykorzystania proponowanych rozwiązań w praktyce funkcjonowania organizacji; redakcja końcowa pracy licencjackiej; weryfikacja spójności części teoretycznej, metodologicznej i badawczej, analitycznej lub projektowej pracy; przygotowanie pracy do złożenia zgodnie z procedurą dyplomowania; przygotowanie prezentacji pracy licencjackiej; przygotowanie do egzaminu dyplomowego.
Sposoby weryfikacji efektów uczenia się (profil praktyczny):	opracowanie kompletnej pracy licencjackiej; prezentacja pracy licencjackiej podczas seminarium.
Efekty uczenia się	K_W09; K_W11; K_U01; K_U04; K_U06; K_U09; K_U11; K_K05

TP: 76. Warsztaty strategiczne

Treści programowe	Myślenie strategiczne w zarządzaniu projektami; analiza złożonych problemów projektowych i organizacyjnych; diagnoza uwarunkowań strategicznych, finansowych, technologicznych, społecznych i organizacyjnych realizacji projektów; analiza danych, informacji rynkowych, dokumentacji projektowej i studiów przypadków; opracowywanie wariantów działań strategicznych dotyczących przygotowania, realizacji, monitorowania, usprawniania lub rozwoju projektów i portfela projektów; formułowanie rekomendacji strategicznych z uwzględnieniem celów organizacji, ograniczeń zasobowych, ryzyka, interesariuszy i oczekiwanych rezultatów; integracja wiedzy i umiejętności z przedmiotów specjalnościowych; zespołowe rozwiązywanie zadań problemowych oraz prezentacja i obrona proponowanych rozwiązań.
Sposoby weryfikacji efektów uczenia się (profil praktyczny):	Opracowanie zespołowych zadań problemowych o charakterze strategicznym, obejmujących diagnozę problemu, analizę danych i uwarunkowań, ocenę wariantów działania oraz przygotowanie rekomendacji strategicznych. Prezentacja i obrona rekomendacji strategicznych opracowanych w ramach zadań problemowych.
Efekty uczenia się	K_W10, K_U01, K_U02, K_U03, K_U04, K_U06, K_U08, K_K02, K_K04.

TP: 77. Wprowadzenie do zarządzania projektami

Treści programowe	Projekty jako narzędzie realizacji celów strategicznych organizacji; miejsce zarządzania projektami w systemie zarządzania organizacją oraz relacja między działalnością operacyjną, rozwojową i projektową; uwarunkowania realizacji projektów w organizacjach, w tym czynniki organizacyjne, ekonomiczne, rynkowe i technologiczne; identyfikacja potrzeb, problemów i celów uzasadniających inicjowanie projektu; analiza interesariuszy projektu oraz ich wpływu na decyzje projektowe; określanie celu, zakresu, rezultatów i kryteriów sukcesu projektu w odniesieniu do celów organizacji; dobór podejścia do zarządzania projektem z uwzględnieniem specyfiki projektu, organizacji i otoczenia; podstawowe elementy planu projektu, w tym struktura prac, harmonogram, zasoby, odpowiedzialności, założenia finansowe i główne ryzyka; organizacja pracy projektowej i podstawowe role w projekcie; monitorowanie postępu, identyfikacja odchyleń oraz raportowanie rezultatów projektu; ocena efektywności projektu i jego znaczenia dla realizacji strategii organizacji; analiza studiów przypadków dotyczących przygotowania i realizacji projektów; opracowanie i prezentacja koncepcji projektu odpowiadającego na wybraną potrzebę rozwojową lub problem organizacji.
Sposoby weryfikacji efektów uczenia się (profil praktyczny):	Egzamin pisemny obejmujący rolę projektów w realizacji strategii organizacji, uwarunkowania realizacji projektów, dobór podejść projektowych, planowanie, monitorowanie i ocenę projektów. Opracowanie elementów koncepcji projektu, obejmujących identyfikację problemu lub potrzeby organizacji, cel projektu, zakres, interesariuszy, strukturę prac, harmonogram, zasoby, odpowiedzialności, założenia finansowe i główne ryzyka. Analiza studiów przypadków dotyczących decyzji projektowych, problemów realizacyjnych i oceny rezultatów projektu. Praca zespołowa nad koncepcją projektu oraz prezentacja i obrona przyjętych rozwiązań z uzasadnieniem ich znaczenia dla organizacji.
Efekty uczenia się	K_W06, K_W08, K_W10, K_U01, K_U02, K_U04, K_U06, K_U08, K_K01, K_K02.

TP: 78. Zarządzanie projektami biznesowymi

Treści programowe	Projekt biznesowy jako narzędzie realizacji strategii przedsiębiorstwa, tworzenia wartości i wdrażania zmian organizacyjnych, rynkowych lub operacyjnych; specyfika projektów biznesowych na tle innych typów projektów, w tym projektów inwestycyjnych i miękkich; identyfikacja potrzeby biznesowej, problemu organizacyjnego lub szansy rynkowej uzasadniającej inicjowanie projektu; analiza celów biznesowych, interesariuszy, klientów, użytkowników i oczekiwanych korzyści projektu; opracowanie uzasadnienia biznesowego projektu, obejmującego cel, zakres, rezultaty, kluczowe działania, zasoby, ograniczenia, ryzyka biznesowe oraz mierniki sukcesu; ocena zgodności projektu z celami strategicznymi przedsiębiorstwa oraz jego wpływu na model biznesowy, procesy, sprzedaż, koszty, jakość obsługi klienta lub efektywność organizacyjną; analiza wykonalności projektu biznesowego oraz warunków jego wdrożenia w organizacji; określanie wartości projektu dla przedsiębiorstwa i interesariuszy; monitorowanie rezultatów i korzyści biznesowych projektu; analiza studiów przypadków dotyczących projektów rozwojowych, organizacyjnych, rynkowych, produktowych lub usługowych; opracowanie koncepcji projektu biznesowego wraz z business case oraz rekomendacją menedżerską dotyczącą zasadności jego realizacji.
Sposoby weryfikacji efektów uczenia się (profil praktyczny):	Egzamin pisemny z zakresu specyfiki projektów biznesowych, ich powiązania ze strategią przedsiębiorstwa, uzasadnienia biznesowego, analizy interesariuszy, oceny wartości biznesowej, wykonalności, ryzyk i mierników sukcesu. Analiza studiów przypadków dotyczących projektów biznesowych realizowanych w przedsiębiorstwach. Projekt zespołowy obejmujący opracowanie koncepcji projektu biznesowego wraz z uzasadnieniem biznesowym, analizą interesariuszy, oczekiwanymi korzyściami, ryzykami, miernikami sukcesu i rekomendacją menedżerską. Prezentacja i obrona projektu biznesowego.
Efekty uczenia się	K_W10, K_W07, K_U01, K_U04, K_U03, K_U06, K_K02, K_K05.

TP: 79. Zarządzanie projektami inwestycyjnymi

Treści programowe	Projekt inwestycyjny jako przedsięwzięcie rozwojowe wymagające zaangażowania nakładów finansowych, rzeczowych, technologicznych i organizacyjnych; specyfika projektów inwestycyjnych na tle projektów biznesowych i innych typów projektów; identyfikacja potrzeby inwestycyjnej oraz formułowanie celów i założeń inwestycji; analiza wykonalności przedsięwzięcia inwestycyjnego z uwzględnieniem uwarunkowań ekonomicznych, organizacyjnych, technicznych i regulacyjnych; szacowanie nakładów inwestycyjnych, kosztów przygotowania, realizacji i eksploatacji oraz źródeł finansowania inwestycji; harmonogram rzeczowo-finansowy projektu inwestycyjnego; metody oceny opłacalności inwestycji, w tym analiza przepływów pieniężnych, okres zwrotu, NPV, IRR i wskaźniki rentowności; identyfikacja i ocena ryzyka inwestycyjnego oraz analiza scenariuszowa i analiza wrażliwości; organizacja nadzoru nad realizacją inwestycji, współpraca z wykonawcami i interesariuszami, kontrola postępu rzeczowego i finansowego; odbiór, rozliczenie i zamknięcie projektu inwestycyjnego; ocena efektów inwestycji po zakończeniu projektu; analiza studiów przypadków dotyczących przedsięwzięć inwestycyjnych; opracowanie koncepcji projektu inwestycyjnego wraz z oceną opłacalności, ryzyka, harmonogramem rzeczowo-finansowym i rekomendacją dotyczącą zasadności realizacji inwestycji.
Sposoby weryfikacji efektów uczenia się (profil praktyczny):	Egzamin pisemny z zakresu specyfiki projektów inwestycyjnych, przygotowania założeń inwestycyjnych, analizy wykonalności, metod oceny opłacalności, ryzyka inwestycyjnego, harmonogramu rzeczowo-finansowego, nadzoru, odbioru, rozliczenia i oceny efektów inwestycji. Analiza studiów przypadków dotyczących przedsięwzięć inwestycyjnych. Projekt zespołowy obejmujący opracowanie koncepcji projektu inwestycyjnego wraz z analizą nakładów, źródeł finansowania, opłacalności, ryzyka, harmonogramu rzeczowo-finansowego oraz rekomendacją dotyczącą zasadności realizacji inwestycji. Prezentacja i obrona projektu inwestycyjnego.
Efekty uczenia się	K_W02, K_W07, K_W10, K_U02, K_U03, K_U04, K_U06, K_K02, K_K05.

TP: 80. Zarządzanie projektami miękkimi

Treści programowe	Specyfika projektów miękkich jako przedsięwzięć ukierunkowanych na zmianę kompetencji, postaw, zachowań, relacji społecznych, sytuacji zawodowej lub jakości funkcjonowania określonych grup odbiorców; odrębność projektów miękkich od projektów biznesowych i inwestycyjnych; diagnoza potrzeb grupy docelowej oraz identyfikacja problemów społecznych, kompetencyjnych lub organizacyjnych; formułowanie celów i logiki interwencji w projekcie miękkim; projektowanie działań szkoleniowych, doradczych, warsztatowych, mentoringowych, coachingowych, aktywizacyjnych, integracyjnych lub społecznych; analiza interesariuszy i partnerów projektu miękkiego oraz sposoby angażowania odbiorców i otoczenia; planowanie zasobów, kosztów i podstawowych zasad finansowania projektów miękkich, w tym kwalifikowalności wydatków i cross-financingu; identyfikacja ryzyk psychospołecznych, takich jak opór uczestników, niska motywacja, rezygnacja z udziału, bariery komunikacyjne, trudności rekrutacyjne lub wykluczenie społeczne; projektowanie wskaźników produktu i rezultatu oraz metod pomiaru efektów miękkich, w tym przyrostu kompetencji, zmiany postaw, aktywizacji, integracji lub poprawy sytuacji odbiorców; ewaluacja jakościowa i ilościowa oraz ocena trwałości efektów projektu miękkiego; opracowanie dokumentacji projektu miękkiego wraz z diagnozą potrzeb, celami, działaniami, interesariuszami, ryzykami, wskaźnikami, planem ewaluacji i rekomendacjami wdrożeniowymi.
Sposoby weryfikacji efektów uczenia się (profil praktyczny):	Opracowanie projektu miękkiego obejmującego diagnozę potrzeb grupy docelowej, cele, działania, interesariuszy, zasoby, ryzyka, wskaźniki i plan ewaluacji. Analiza studiów przypadków dotyczących projektów rozwojowych, społecznych, szkoleniowych, doradczych lub aktywizacyjnych. Prezentacja projektu. Kolokwium pisemne w formie testu sprawdzające znajomość specyfiki projektów miękkich, wskaźników produktu i rezultatu oraz zasad ewaluacji efektów.
Efekty uczenia się	K_W07, K_W05, K_W08, K_U01, K_U04, K_U06, K_K02, K_K05.

TP: 81. Praktyki

TP: 82. Pierwsza praktyka zawodowa

Treści programowe	Regulamin pracy i przepisy BHP, ochrona informacji i tajemnica służbowa, profil działalności organizacji, podstawy formalno-prawne funkcjonowania podmiotu, struktura organizacyjna, zadania komórek organizacyjnych, podział odpowiedzialności, otoczenie organizacji, klienci i kontrahenci, instytucje współpracujące, interesariusze i konkurencja, zasoby ludzkie, zasoby rzeczowe, zasoby finansowe, zasoby informacyjne, procesy planowania, procesy organizowania, procesy motywowania, procesy kontrolowania, podejmowanie decyzji, komunikacja wewnętrzna, komunikacja zewnętrzna, obieg informacji i dokumentów, narzędzia cyfrowe, systemy informacyjne, dane w zarządzaniu, organizacja pracy, współpraca zespołowa, komunikacja zawodowa, metody zarządzania, kryteria oceny sprawności organizacji, identyfikacja problemu zarządczego, wstępna analiza przyczyn i skutków, propozycja usprawnienia, dokumentowanie praktyki, dziennik praktyk, raport z pierwszej praktyki zawodowej.
Sposoby weryfikacji efektów uczenia się (profil praktyczny):	Dziennik praktyk – przebieg praktyki, zakres wykonywanych czynności, realizacja powierzonych zadań, komunikacja zawodowa, współpraca w środowisku pracy, odpowiedzialność zawodowa, przestrzeganie zasad organizacyjnych i etycznych. Raport z praktyki – charakterystyka organizacji, analiza struktury, zasobów, procesów i otoczenia, obieg informacji i dokumentów, wykorzystanie narzędzi cyfrowych, identyfikacja problemu zarządczego, propozycja rozwiązania lub usprawnienia.
Efekty uczenia się	K_W01, K_W07, K_W13, K_U01, K_U10, K_U05, K_U06, K_K06, K_K03

TP: 83. Druga praktyka zawodowa

Treści programowe	Regulamin pracy, przepisy BHP, ochrona informacji i tajemnica służbowa, zasady organizacyjne obowiązujące w miejscu praktyki, weryfikacja materiałów do pracy magisterskiej, porządkowanie dokumentów i informacji pozyskanych w organizacji, pogłębiona analiza wybranego obszaru funkcjonowania organizacji, zastosowanie wiedzy teoretycznej w praktyce zarządzania, dobór metod i narzędzi analitycznych adekwatnych do problemu, wykorzystanie dokumentów i danych organizacyjnych, analiza procesów zarządczych, analiza zasobów organizacji, obieg informacji i dokumentów, relacje z interesariuszami, uwarunkowania organizacyjne, uwarunkowania ekonomiczne, uwarunkowania prawne, uwarunkowania społeczne, uwarunkowania technologiczne, bariery wdrażania usprawnień, czynniki wpływające na skuteczność proponowanych rozwiązań, odpowiedzialność organizacyjna i społeczna w decyzjach zarządczych, formułowanie wniosków z analizy problemu, rekomendacje usprawniające funkcjonowanie organizacji, ocena skutków proponowanych rozwiązań dla organizacji i interesariuszy, dokumentowanie przebiegu praktyki, dziennik praktyk, raport z drugiej praktyki zawodowej.
Sposoby weryfikacji efektów uczenia się (profil praktyczny):	Dziennik praktyk – przebieg praktyki, zakres wykonywanych czynności, realizacja powierzonych zadań, analiza dokumentów i danych organizacyjnych, obserwacja procesów zarządczych, odpowiedzialność zawodowa, przestrzeganie zasad organizacyjnych i etycznych. Raport z praktyki – weryfikacja materiałów do pracy magisterskiej, analiza zastosowania wiedzy teoretycznej w praktyce, analiza wybranego problemu zarządczego, wykorzystanie danych i narzędzi cyfrowych, wnioski i rekomendacje dla organizacji, ocena możliwych skutków proponowanych rozwiązań.
Efekty uczenia się	K_W01, K_W07, K_W13, K_U01, K_U02, K_U04, K_U05, K_U06, K_K04, K_K05

Załącznik 6. Plan studiów uwzględniający kształcenie hybrydowe

Studia stacjonarne

Grupa przedmiotów/ Nazwa przedmiotu	Forma zajęć W/Ć-1; W-2; Ć-3; L/S-4; Prak-5	ECTS	Liczba godzin	Liczba godzin realizowanych z wykorzystaniem metod i technik kształcenia na odległość			Liczba godzin realizowanych stacjonarnie	ECTS realizowane zdalne
				wykłady	ćwiczenia	lektorat		
I								
G_1-GZO		**4**	**60**	**0**		**0**	**60**	**0**
Etyka menedżerska i społeczna odpowiedzialność biznesu	3	2	30	0		0	30	0
Język obcy*	4	2	30	0		0	30	0
G_2-GZP		**15**	**165**	**75**		**0**	**90**	**6**
Metody ilościowe w zarządzaniu	1	4	60	30		0	30	2
Prawo gospodarcze	2	2	30	30		0	0	2
Rynek pracy	1	4	30	15		0	15	2
Sztuczna inteligencja i technologie cyfrowe w zarządzaniu	4	3	30	0		0	30	0
Zarządzanie własnością intelektualną	3	2	15	0		0	15	0
G_3-GZK		**11**	**110**	**30**		**0**	**80**	**2**
Analityka decyzji menedżerskich	3	4	30	0		0	30	0
Zarządzanie strategiczne	1	4	60	30		0	30	2
Zarządzanie zmianą i rozwojem przedsiębiorstwa	3	3	20	0		0	20	0
I -Razem		**30**	**335**	**105**	**0**	**0**	**230**	**8**
Razem - I semestr		**30**	**335**	**105**	**0**	**0**	**230**	**8**
Wszystkie ŚR		30	335	105	0	0	230	8
II								
G_1-GZO		**5**	**60**	**30**		**0**	**30**	**2**
Język obcy*	4	3	30	0		0	30	0

Grupa przedmiotów/ Nazwa przedmiotu	Forma zajęć W/Ć-1; W-2; Ć-3; L/S-4; Prak-5	ECTS	Liczba godzin	Liczba godzin realizowanych z wykorzystaniem metod i technik kształcenia na odległość			Liczba godzin realizowanych stacjonarnie	ECTS realizowane zdalne
				wykłady	ćwiczenia	lektorat		
Przedmiot humanistyczny I*	2	2	30	30		0	0	2
G_3-GZK		**12**	**215**	**90**		**20**	**105**	**6,2**
Marketing międzynarodowy	1	3	60	30		0	30	1,5
Metodyka badań w zarządzaniu	3	1	15	0		0	15	0
Nowe tendencje w ZZL	2	2	30	30		0	0	2
Rachunkowość zarządcza	1	3	45	15		0	30	1
Strategiczne symulacje biznesowe	4	1	20	0		20	0	1
Współczesne koncepcje zarządzania	1	2	45	15		0	30	0,7
G_4ŚR:SZLOK		**5**	**65**	**15**		**20**	**30**	**3**
Logistyczne aspekty obsługi klienta	1	3	45	15		0	30	1
Seminarium dyplomowe	4	2	20	0		20	0	2
G_4ŚR:SZFP		**5**	**65**	**15**		**20**	**30**	**3**
Finanse przedsiębiorstwa	1	3	45	15		0	30	1
Seminarium dyplomowe	4	2	20	0		20	0	2
G_4ŚR:SZHU		**5**	**65**	**15**		**20**	**30**	**3**
Seminarium dyplomowe	4	2	20	0		20	0	2
Strategie firm rodzinnych	1	3	45	15		0	30	1
G_4ŚR:SZP		**5**	**65**	**15**		**20**	**30**	**3**
Seminarium dyplomowe	4	2	20	0		20	0	2
Zarządzanie projektami	1	3	45	15		0	30	1
Prak		**8**	**240**	**0**		**0**	**240**	**0**
Pierwsza praktyka zawodowa	5	8	240	0		0	240	0
II-Razem		**145**	**2835**	**660**	**0**	**180**	**1995**	**52,9**
Razem - II semestr		**145**	**2835**	**660**	**0**	**180**	**1995**	**52,9**
Semestr II bez specjalnościowych		25	515	120	0	20	375	8,2

Grupa przedmiotów/ Nazwa przedmiotu	Forma zajęć W/Ć-1; W-2; Ć-3; L/S-4; Prak-5	ECTS	Liczba godzin	Liczba godzin realizowanych z wykorzystaniem metod i technik kształcenia na odległość			Liczba godzin realizowanych stacjonarnie	ECTS realizowane zdalne
				wykłady	ćwiczenia	lektorat		
ŚR: Strategiczne zarządzanie finansami przedsiębiorstwa		30	580	135	0	40	405	11,2
ŚR: Strategiczne zarządzanie logistyczną obsługą klienta		30	580	135	0	40	405	11,2
ŚR: Strategiczne zarządzanie projektami		30	580	135	0	40	405	11,2
ŚR: Strategiczne zarządzanie w handlu i usługach		30	580	135	0	40	405	11,2
III								
G_1-GZO		**2**	**30**	**30**		**0**	**0**	**2**
Przedmiot humanistyczny II*	2	2	30	30		0	0	2
G_3-GZK		**5**	**60**	**30**		**0**	**30**	**2,5**
Publiczne i rozwojowe instrumenty wsparcia przedsiębiorstwa	1	5	60	30		0	30	2,5
G_4ŚR:SZLOK		**15**	**140**	**30**		**20**	**90**	**5**
Marketing logistyczny	1	4	45	15		0	30	1,3
Seminarium dyplomowe	4	2	20	0		20	0	2
Transport i gospodarka magazynowa	3	4	30	0		0	30	0
Zarządzanie łańcuchem wartości	1	5	45	15		0	30	1,7
G_4ŚR:SZFP		**15**	**140**	**45**		**20**	**75**	**7**
Metody oceny projektów inwestycyjnych	1	5	45	15		0	30	1,7
Seminarium dyplomowe	4	2	20	0		20	0	2
Strategie finansowania przedsiębiorstw	1	4	45	15		0	30	1,3
Zamówienia publiczne	1	4	30	15		0	15	2
G_4ŚR:SZHU		**15**	**140**	**30**		**20**	**90**	**5,3**
Negocjacje handlowe	3	3	30	0		0	30	0
Seminarium dyplomowe	4	2	20	0		20	0	2
Strategiczne zarządzanie marketingowe w handlu i usługach	1	5	45	15		0	30	1,7
Zarządzanie procesami w handlu i usługach	1	5	45	15		0	30	1,7
G_4ŚR:SZP		**15**	**140**	**30**		**20**	**90**	**5,3**

Grupa przedmiotów/ Nazwa przedmiotu	Forma zajęć W/Ć-1; W-2; Ć-3; L/S-4; Prak-5	ECTS	Liczba godzin	Liczba godzin realizowanych z wykorzystaniem metod i technik kształcenia na odległość			Liczba godzin realizowanych stacjonarnie	ECTS realizowane zdalne
				wykłady	ćwiczenia	lektorat		
Narzędzia cyfrowe w zarządzaniu projektami	3	3	30	0		0	30	0
Przywództwo i zarządzanie zespołem projektowym	1	5	45	15		0	30	1,7
Seminarium dyplomowe	4	2	20	0		20	0	2
Zarządzanie projektami biznesowymi	1	5	45	15		0	30	1,7
Prak		**8**	**240**	**0**		**0**	**240**	**0**
Druga praktyka zawodowa	5	8	240	0		0	240	0
III-Razem		**135**	**2210**	**435**	**0**	**80**	**1695**	**45,2**
Razem - III semestr		**135**	**2210**	**435**	**0**	**80**	**1695**	**45,2**
Semestr III bez specjalnościowych		15	330	60	0	0	270	4,5
ŚR: Strategiczne zarządzanie finansami przedsiębiorstwa		30	470	105	0	20	345	11,5
ŚR: Strategiczne zarządzanie logistyczną obsługą klienta		30	470	90	0	20	360	9,5
ŚR: Strategiczne zarządzanie projektami		30	470	90	0	20	360	9,8
ŚR: Strategiczne zarządzanie w handlu i usługach		30	470	90	0	20	360	9,8
IV								
G_4ŚR:SZLOK		**30**	**235**	**50**		**20**	**165**	**16,6**
Badanie skuteczności obsługi klienta	1	2	30	15		0	15	1
Projektowanie i modelowanie łańcuchów dostaw	3	2	30	0		0	30	0
Psychologia klienta	2	2	15	15		0	0	2
Sektor usług logistycznych	1	4	50	20		0	30	1,6
Seminarium dyplomowe i przygotowanie pracy dyplomowej	4	12	20	0		20	0	12
System SRM i CRM	3	2	30	0		0	30	0
Warsztaty strategiczne	4	4	30	0		0	30	0
Zarządzanie personelem handlowym	3	2	30	0		0	30	0
G_4ŚR:SZFP		**30**	**235**	**50**		**20**	**165**	**16,2**
Instytucje i instrumenty finansowe	1	3	35	20		0	15	1,7

Grupa przedmiotów/ Nazwa przedmiotu	Forma zajęć W/Ć-1; W-2; Ć-3; L/S-4; Prak-5	ECTS	Liczba godzin	Liczba godzin realizowanych z wykorzystaniem metod i technik kształcenia na odległość			Liczba godzin realizowanych stacjonarnie	ECTS realizowane zdalne
				wykłady	ćwiczenia	lektorat		
Ład korporacyjny i nadzór właścicielski	3	2	30	0		0	30	0
Obciążenia publiczno-prawne przedsiębiorstw	3	2	30	0		0	30	0
Ocena kondycji finansowej przedsiębiorstw	1	5	60	30		0	30	2,5
Seminarium dyplomowe i przygotowanie pracy dyplomowej	4	12	20	0		20	0	12
Warsztaty strategiczne	4	4	30	0		0	30	0
Zarządzanie wartością przedsiębiorstwa	3	2	30	0		0	30	0
G_4ŚR:SZHU		**30**	**235**	**50**		**20**	**165**	**15,7**
CRM i SRM w handlu i usługach	3	2	20	0		0	20	0
Doświadczenia klienta	1	2	30	15		0	15	1
Seminarium dyplomowe i przygotowanie pracy dyplomowej	4	12	20	0		20	0	12
Strategie e-commerce	1	2	30	10		0	20	0,7
Warsztaty strategiczne	4	4	30	0		0	30	0
Zarządzanie jakością w handlu i usługach	1	4	45	15		0	30	1,3
Zarządzanie przestrzenią sprzedaży	1	2	30	10		0	20	0,7
Zarządzanie zespołem sprzedażowym	3	2	30	0		0	30	0
G_4ŚR:SZP		**30**	**235**	**50**		**50**	**135**	**19**
Budżetowanie, kontroling i ryzyko projektowe	1	5	50	20		0	30	2
Metodyki przygotowania projektów	1	2	30	15		0	15	1
Myślenie projektowe	3	2	30	0		0	30	0
Seminarium dyplomowe i przygotowanie pracy dyplomowej	4	12	20	0		20	0	12
Warsztaty strategiczne	4	2	30	0		0	30	0
Zarządzanie projektami inwestycyjnymi	2	4	45	15		30	0	4
Zarządzanie projektami miękkimi	3	3	30	0		0	30	0
IV-Razem								
Razem - IV semestr		**120**	**940**	**200**	**0**	**110**	**630**	**67,5**

Grupa przedmiotów/ Nazwa przedmiotu	Forma zajęć W/Ć-1; W-2; Ć-3; L/S-4; Prak-5	ECTS	Liczba godzin	Liczba godzin realizowanych z wykorzystaniem metod i technik kształcenia na odległość			Liczba godzin realizowanych stacjonarnie	ECTS realizowane zdalne
				wykłady	ćwiczenia	lektorat		
ŚR: Strategiczne zarządzanie finansami przedsiębiorstwa		30	235	50	0	20	165	16,2
ŚR: Strategiczne zarządzanie logistyczną obsługą klienta		30	235	50	0	20	165	16,6
ŚR: Strategiczne zarządzanie projektami		30	235	50	0	50	135	19
ŚR: Strategiczne zarządzanie w handlu i usługach		30	235	50	0	20	165	15,7
Razem								
Razem - Podsumowanie całego cyklu								
ŚR: Strategiczne zarządzanie finansami przedsiębiorstwa		120	1620	395	0	80	1145	46,9
ŚR: Strategiczne zarządzanie logistyczną obsługą klienta		120	1620	380	0	80	1160	45,3
ŚR: Strategiczne zarządzanie projektami		120	1620	380	0	110	1130	48
ŚR: Strategiczne zarządzanie w handlu i usługach		120	1620	380	0	80	1160	44,7
Razem - Podsumowanie całego cyklu -tylko ŚR								
ŚR: Strategiczne zarządzanie finansami przedsiębiorstwa		50	440	110	0	60	270	26,2
ŚR: Strategiczne zarządzanie logistyczną obsługą klienta		50	440	95	0	60	285	24,6
ŚR: Strategiczne zarządzanie projektami		50	440	95	0	90	255	27,3
ŚR: Strategiczne zarządzanie w handlu i usługach		50	440	95	0	60	285	24
Suma końcowa								
Godziny i ECTS realizowane z wykorzystaniem metod i technik kształcenia na odległość w stosunku do ogółu	**Liczba godz.**	**% godz.**	**Liczba ECTS**	**% ECTS**				
Razem-Podsumowanie całego cyklu -mediana	**467,50**	**28,86**	**46,10**	**38,42**				
ŚR: Strategiczne zarządzanie finansami przedsiębiorstwa	**475**	29,32	46,9	39,08				
ŚR: Strategiczne zarządzanie logistyczną obsługą klienta	**460**	28,40	45,3	37,75				
ŚR: Strategiczne zarządzanie projektami	**490**	30,25	48,0	40,00				
ŚR: Strategiczne zarządzanie w handlu i usługach	**460**	28,40	44,7	37,25				
Suma końcowa								

Studia niestacjonarne

Grupa przedmiotów/ Nazwa przedmiotu	Forma zajęć W/Ć-1; W-2; Ć-3; L/S-4; Prak-5	ECTS	Liczba godzin	Liczba godzin realizowanych z wykorzystaniem metod i technik kształcenia na odległość			Liczba godzin realizowanych stacjonarnie	ECTS realizowane zdalne
				wykłady	ćwiczenia	lektorat		
I								
G_1-GZO		**4**	**36**	**0**		**0**	**36**	**0**
Etyka menedżerska i społeczna odpowiedzialność biznesu	3	2	18	0		0	18	0
Język obcy*	4	2	18	0		0	18	0
G_2-GZP		**15**	**99**	**45**		**0**	**54**	**6**
Metody ilościowe w zarządzaniu	1	4	36	18		0	18	2
Prawo gospodarcze	2	2	18	18		0	0	2
Rynek pracy	1	4	18	9		0	9	2
Sztuczna inteligencja i technologie cyfrowe w zarządzaniu	4	3	18	0		0	18	0
Zarządzanie własnością intelektualną	3	2	9	0		0	9	0
G_3-GZK		**11**	**66**	**18**		**0**	**48**	**2**
Analityka decyzji menedżerskich	3	4	18	0		0	18	0
Zarządzanie strategiczne	1	4	36	18		0	18	2
Zarządzanie zmianą i rozwojem przedsiębiorstwa	3	3	12	0		0	12	0
I -Razem		**30**	**201**	**63**	**0**	**0**	**138**	**8**
Razem - I semestr		**30**	**201**	**63**	**0**	**0**	**138**	**8**
Wszystkie ŚR		30	201	63	0	0	138	8
II								
G_1-GZO		**5**	**36**	**18**		**0**	**18**	**2**
Język obcy*	4	3	18	0		0	18	0
Przedmiot humanistyczny I*	2	2	18	18		0	0	2
G_3-GZK		**12**	**129**	**54**		**12**	**63**	**6,2**
Marketing międzynarodowy	1	3	36	18		0	18	1,5

Grupa przedmiotów/ Nazwa przedmiotu	Forma zajęć W/Ć-1; W-2; Ć-3; L/S-4; Prak-5	ECTS	Liczba godzin	Liczba godzin realizowanych z wykorzystaniem metod i technik kształcenia na odległość			Liczba godzin realizowanych stacjonarnie	ECTS realizowane zdalne
				wykłady	ćwiczenia	lektorat		
Metodyka badań w zarządzaniu	3	1	9	0		0	9	0
Nowe tendencje w ZZL	2	2	18	18		0	0	2
Rachunkowość zarządcza	1	3	27	9		0	18	1
Strategiczne symulacje biznesowe	4	1	12	0		12	0	1
Współczesne koncepcje zarządzania	1	2	27	9		0	18	0,7
G_4ŚR:SZLOK		**5**	**39**	**9**		**12**	**18**	**3**
Logistyczne aspekty obsługi klienta	1	3	27	9		0	18	1
Seminarium dyplomowe	4	2	12	0		12	0	2
G_4ŚR:SZFP		**5**	**39**	**9**		**12**	**18**	**3**
Finanse przedsiębiorstwa	1	3	27	9		0	18	1
Seminarium dyplomowe	4	2	12	0		12	0	2
G_4ŚR:SZHU		**5**	**39**	**9**		**12**	**18**	**3**
Seminarium dyplomowe	4	2	12	0		12	0	2
Strategie firm rodzinnych	1	3	27	9		0	18	1
G_4ŚR:SZP		**5**	**39**	**9**		**12**	**18**	**3**
Seminarium dyplomowe	4	2	12	0		12	0	2
Zarządzanie projektami	1	3	27	9		0	18	1
Prak		**8**	**240**	**0**		**0**	**240**	**0**
Pierwsza praktyka zawodowa	5	8	240	0		0	240	0
II-Razem		**145**	**2181**	**396**	**0**	**108**	**1677**	**52,9**
Razem - II semestr		**145**	**2181**	**396**	**0**	**108**	**1677**	**52,9**
Semestr II bez specjalnościowych		25	405	72	0	12	321	8,2
ŚR: Strategiczne zarządzanie finansami przedsiębiorstwa		30	444	81	0	24	339	11,2
ŚR: Strategiczne zarządzanie logistyczną obsługą klienta		30	444	81	0	24	339	11,2

Grupa przedmiotów/ Nazwa przedmiotu	Forma zajęć W/Ć-1; W-2; Ć-3; L/S-4; Prak-5	ECTS	Liczba godzin	Liczba godzin realizowanych z wykorzystaniem metod i technik kształcenia na odległość			Liczba godzin realizowanych stacjonarnie	ECTS realizowane zdalne
				wykłady	ćwiczenia	lektorat		
ŚR: Strategiczne zarządzanie projektami		30	444	81	0	24	339	11,2
ŚR: Strategiczne zarządzanie w handlu i usługach		30	444	81	0	24	339	11,2
III								
G_1-GZO		**2**	**18**	**18**		**0**	**0**	**2**
Przedmiot humanistyczny II*	2	2	18	18		0	0	2
G_3-GZK		**5**	**36**	**18**		**0**	**18**	**2,5**
Publiczne i rozwojowe instrumenty wsparcia przedsiębiorstwa	1	5	36	18		0	18	2,5
G_4ŚR:SZLOK		**15**	**84**	**18**		**12**	**54**	**5**
Marketing logistyczny	1	4	27	9		0	18	1,3
Seminarium dyplomowe	4	2	12	0		12	0	2
Transport i gospodarka magazynowa	3	4	18	0		0	18	0
Zarządzanie łańcuchem wartości	1	5	27	9		0	18	1,7
G_4ŚR:SZFP		**15**	**84**	**27**		**12**	**45**	**7**
Metody oceny projektów inwestycyjnych	1	5	27	9		0	18	1,7
Seminarium dyplomowe	4	2	12	0		12	0	2
Strategie finansowania przedsiębiorstw	1	4	27	9		0	18	1,3
Zamówienia publiczne	1	4	18	9		0	9	2
G_4ŚR:SZHU		**15**	**84**	**18**		**12**	**54**	**5,3**
Negocjacje handlowe	3	3	18	0		0	18	0
Seminarium dyplomowe	4	2	12	0		12	0	2
Strategiczne zarządzanie marketingowe w handlu i usługach	1	5	27	9		0	18	1,7
Zarządzanie procesami w handlu i usługach	1	5	27	9		0	18	1,7
G_4ŚR:SZP		**15**	**84**	**18**		**12**	**54**	**5,3**
Narzędzia cyfrowe w zarządzaniu projektami	3	3	18	0		0	18	0
Przywództwo i zarządzanie zespołem projektowym	1	5	27	9		0	18	1,7

Grupa przedmiotów/ Nazwa przedmiotu	Forma zajęć W/Ć-1; W-2; Ć-3; L/S-4; Prak-5	ECTS	Liczba godzin	Liczba godzin realizowanych z wykorzystaniem metod i technik kształcenia na odległość			Liczba godzin realizowanych stacjonarnie	ECTS realizowane zdalne
				wykłady	ćwiczenia	lektorat		
Seminarium dyplomowe	4	2	12	0		12	0	2
Zarządzanie projektami biznesowymi	1	5	27	9		0	18	1,7
Prak		**8**	**240**	**0**		**0**	**240**	**0**
Druga praktyka zawodowa	5	8	240	0		0	240	0
III-Razem		**135**	**1806**	**261**	**0**	**48**	**1497**	**45,2**
Razem - III semestr		**135**	**1806**	**261**	**0**	**48**	**1497**	**45,2**
Semestr III bez specjalnościowych		15	294	36	0	0	258	4,5
ŚR: Strategiczne zarządzanie finansami przedsiębiorstwa		30	378	63	0	12	303	11,5
ŚR: Strategiczne zarządzanie logistyczną obsługą klienta		30	378	54	0	12	312	9,5
ŚR: Strategiczne zarządzanie projektami		30	378	54	0	12	312	9,8
ŚR: Strategiczne zarządzanie w handlu i usługach		30	378	54	0	12	312	9,8
IV		**120**	**564**	**120**		**66**	**378**	**67,5**
G_4ŚR:SZLOK								
Badanie skuteczności obsługi klienta	1	2	18	9		0	9	1
Projektowanie i modelowanie łańcuchów dostaw	3	2	18	0		0	18	0
Psychologia klienta	2	2	9	9		0	0	2
Sektor usług logistycznych	1	4	30	12		0	18	1,6
Seminarium dyplomowe i przygotowanie pracy dyplomowej	4	12	12	0		12	0	12
System SRM i CRM	3	2	18	0		0	18	0
Warsztaty strategiczne	4	4	18	0		0	18	0
Zarządzanie personelem handlowym	3	2	18	0		0	18	0
G_4ŚR:SZFP		**30**	**141**	**30**		**12**	**99**	**16,2**
Instytucje i instrumenty finansowe	1	3	21	12		0	9	1,7
Ład korporacyjny i nadzór właścicielski	3	2	18	0		0	18	0
Obciążenia publiczno-prawne przedsiębiorstw	3	2	18	0		0	18	0

Grupa przedmiotów/ Nazwa przedmiotu	Forma zajęć W/Ć-1; W-2; Ć-3; L/S-4; Prak-5	ECTS	Liczba godzin	Liczba godzin realizowanych z wykorzystaniem metod i technik kształcenia na odległość			Liczba godzin realizowanych stacjonarnie	ECTS realizowane zdalne
				wykłady	ćwiczenia	lektorat		
Ocena kondycji finansowej przedsiębiorstw	1	5	36	18		0	18	2,5
Seminarium dyplomowe i przygotowanie pracy dyplomowej	4	12	12	0		12	0	12
Warsztaty strategiczne	4	4	18	0		0	18	0
Zarządzanie wartością przedsiębiorstwa	3	2	18	0		0	18	0
G_4ŚR:SZHU		**30**	**141**	**30**		**12**	**99**	**15,7**
CRM i SRM w handlu i usługach	3	2	12	0		0	12	0
Doświadczenia klienta	1	2	18	9		0	9	1
Seminarium dyplomowe i przygotowanie pracy dyplomowej	4	12	12	0		12	0	12
Strategie e-commerce	1	2	18	6		0	12	0,7
Warsztaty strategiczne	4	4	18	0		0	18	0
Zarządzanie jakością w handlu i usługach	1	4	27	9		0	18	1,3
Zarządzanie przestrzenią sprzedaży	1	2	18	6		0	12	0,7
Zarządzanie zespołem sprzedażowym	3	2	18	0		0	18	0
G_4ŚR:SZP		**30**	**141**	**30**		**30**	**81**	**19**
Budżetowanie, kontroling i ryzyko projektowe	1	5	30	12		0	18	2
Metodyki przygotowania projektów	1	2	18	9		0	9	1
Myślenie projektowe	3	2	18	0		0	18	0
Seminarium dyplomowe i przygotowanie pracy dyplomowej	4	12	12	0		12	0	12
Warsztaty strategiczne	4	2	18	0		0	18	0
Zarządzanie projektami inwestycyjnymi	2	4	27	9		18	0	4
Zarządzanie projektami miękkimi	3	3	18	0		0	18	0
IV-Razem								
Razem - IV semestr		**120**	**564**	**120**	**0**	**66**	**378**	**67,5**
ŚR: Strategiczne zarządzanie finansami przedsiębiorstwa		30	141	30	0	12	99	16,2
ŚR: Strategiczne zarządzanie logistyczną obsługą klienta		30	141	30	0	12	99	16,6

Grupa przedmiotów/ Nazwa przedmiotu	Forma zajęć W/Ć-1; W-2; Ć-3; L/S-4; Prak-5	ECTS	Liczba godzin	Liczba godzin realizowanych z wykorzystaniem metod i technik kształcenia na odległość			Liczba godzin realizowanych stacjonarnie	ECTS realizowane zdalne
				wykłady	ćwiczenia	lektorat		
ŚR: Strategiczne zarządzanie projektami		30	141	30	0	30	81	19
ŚR: Strategiczne zarządzanie w handlu i usługach		30	141	30	0	12	99	15,7
Razem								
Razem - Podsumowanie całego cyklu								
ŚR: Strategiczne zarządzanie finansami przedsiębiorstwa		120	1164	237	0	48	879	46,9
ŚR: Strategiczne zarządzanie logistyczną obsługą klienta		120	1164	228	0	48	888	45,3
ŚR: Strategiczne zarządzanie projektami		120	1164	228	0	66	870	48
ŚR: Strategiczne zarządzanie w handlu i usługach		120	1164	228	0	48	888	44,7
Razem - Podsumowanie całego cyklu -tylko ŚR								
ŚR: Strategiczne zarządzanie finansami przedsiębiorstwa		50	264	66	0	36	162	26,2
ŚR: Strategiczne zarządzanie logistyczną obsługą klienta		50	264	57	0	36	171	24,6
ŚR: Strategiczne zarządzanie projektami		50	264	57	0	54	153	27,3
ŚR: Strategiczne zarządzanie w handlu i usługach		50	264	57	0	36	171	24
Suma końcowa								
Godziny i ECTS realizowane z wykorzystaniem metod i technik kształcenia na odległość w stosunku do ogółu	**Liczba godz.**	**% godz.**	**Liczba ECTS**	**% ECTS**				
Razem-Podsumowanie całego cyklu -mediana	**280,50**	**24,10**	**46,10**	**38,42**				
ŚR: Strategiczne zarządzanie finansami przedsiębiorstwa	**285**	24,48	46,9	39,08				
ŚR: Strategiczne zarządzanie logistyczną obsługą klienta	**276**	23,71	45,3	37,75				
ŚR: Strategiczne zarządzanie projektami	**294**	25,26	48,0	40,00				
ŚR: Strategiczne zarządzanie w handlu i usługach	**276**	23,71	44,7	37,25				
Suma końcowa								