

Załącznik nr 2
do Uchwały Senatu nr T.0022.72.2025
z dnia 10 lipca 2025 roku

Polska
Rama
Kwalifikacji



Program studiów

Informacje podstawowe

Instytut	Instytut Zarządzania
Kierunek studiów	Modern Business Management
Poziom kształcenia	2. stopień (studia magisterskie)
Profil kształcenia	Ogólnoakademicki
Język studiów	angielski
Forma studiów	stacjonarne
Liczba semestrów	4
Cykl programu	2025/26 zimowy
Tytuł zawodowy nadawany absolwentom	mgr (Magister)
Specjalności	Brak
Klasyfikacja ISCED	0413

Przyporządkowanie kierunku do dziedziny oraz dyscyplin

Dziedzina nauki	Dziedzina nauk społecznych		
Dyscyplina wiodąca	Nauki o zarządzaniu i jakości		
Procentowy udział punktów ECTS	Nauki o zarządzaniu i jakości	115 ECTS	100%

Charakterystyka kierunku

The second-cycle Modern Business Management program is designed to deepen students' expertise in advanced quantitative analysis, macroeconomic frameworks, and research methodologies, while cultivating strategic thinking and the ability to tackle complex organizational challenges. The curriculum emphasizes developing skills for crafting and executing growth strategies in a globally competitive environment, integrating leadership, change management, and stakeholder relationship-building within sustainability paradigms. A special focus is placed on contemporary digital marketing and multi-channel communication in a hypermedia environment, where students learn to design campaigns that engage audiences across cultures. Significant attention is also given to the practical deployment of modern information technologies in management processes, as well as the enhancement of analytical, communication, and intercultural competencies essential for effective collaboration in international teams. The master's MBM program is firmly rooted in the mission of the Krakow University of Economics, which emphasizes "understanding the causes and values of things" through an interdisciplinary approach that merges theoretical knowledge with practical application. It fulfills the university's strategic objectives of synergizing scientific research with innovative teaching methods and internationalizing education by involving experts and business practitioners from around the world. Encouraging proficiency in contemporary marketing and multi-channel hypermedia communication aligns with CUE's commitment to innovation and adaptation to the digital transformation of the economy. By fostering advanced analytical, digital, and leadership competencies, the program reinforces KUE's position as a premier institution for training managers capable of addressing the challenges of the global economy. The increasing internationalization of enterprises and the inflow of foreign investments in the Cracow region have

generated a demand for managers skilled in big data analysis, economic trend forecasting, and agile human resource management within multicultural contexts. At the same time, the rapid growth of social media and digital platforms requires leaders to conduct cohesive marketing communication in a hypermedia environment, enabling engagement with diverse audience segments. There is also a growing need for capabilities in implementing sustainable development practices and adapting digital tools for process and stakeholder relationship management. The program's practical projects directly address these business needs, developing students' ability to swiftly respond to market and regulatory changes. A graduate of the MBM master's program possesses in-depth knowledge of organizational dynamics and market mechanisms, comprehends the economic, legal, and ethical contexts of modern business, and can analyze and forecast economic phenomena using advanced statistical and econometric methods. They are capable of designing marketing communication strategies in a hypermedia environment, taking into account the specific needs of intercultural audiences. They have advanced communication skills in English and a second foreign language at the B2 level, can lead multicultural teams, plan and organize both personal and project work, and independently sustain lifelong learning. Their social competencies include critically evaluating knowledge, taking responsible action, and adhering to ethical standards in managerial roles/ Studia II stopnia na kierunku Modern Business Management zostały skonstruowane tak, aby pogłębić u studentów wiedzę z zakresu zaawansowanej analizy ilościowej, makroekonomii i metod badawczych, a także rozwijać kompetencje strategicznego myślenia oraz adresowania złożonych wyzwań organizacyjnych. Program kładzie nacisk na rozwój umiejętności formułowania i wdrażania strategii rozwoju przedsiębiorstw w warunkach globalnej konkurencji, integrując zagadnienia przywództwa, zarządzania zmianą oraz budowania relacji z interesariuszami w kontekście zrównoważonego rozwoju. Szczególną rolę odgrywa zrozumienie mechanizmów nowoczesnego marketingu cyfrowego i wielokanałowej komunikacji w hipermedialnym środowisku, gdzie studenci uczą się projektować kampanie angażujące odbiorców z różnych kultur. Dużą wagę przywiązuje się również do praktycznego zastosowania nowoczesnych technologii informacyjnych w procesie zarządzania, jak również do doskonalenia zdolności analitycznych, komunikacyjnych i międzykulturowych, niezbędnych do skutecznej współpracy w międzynarodowych zespołach. Program MBM II stopnia jest ściśle osadzony w misji Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie, która zakłada „poznawanie przyczyn i wartości rzeczy” poprzez interdyscyplinarne podejście łączące wiedzę teoretyczną z praktycznymi zastosowaniami. Realizuje strategiczne cele uczelni w zakresie synergetycznego łączenia badań naukowych z innowacyjnymi metodami dydaktycznymi oraz umiędzynarodowienia kształcenia, angażując do współpracy ekspertów i praktyków biznesu z różnych krajów. Wspieranie kompetencji w obszarze nowoczesnego marketingu oraz wielokanałowej komunikacji hipermedialnej wpisuje się w dążenie UEK do innowacyjności i adaptacji do cyfrowej transformacji gospodarki. Poprzez rozwój zaawansowanych kompetencji analitycznych, cyfrowych i przywódczych program wspiera pozycję UEK jako wiodącego ośrodka kształcenia menedżerów zdolnych sprostać wyzwaniom globalnej gospodarki. Wzrastająca internacjonalizacja przedsiębiorstw oraz napływ inwestycji zagranicznych w regionie krakowskim kreują popyt na menedżerów dysponujących kompetencjami w zakresie analizy dużych zbiorów danych, prognozowania trendów ekonomicznych oraz elastycznego zarządzania zasobami ludzkimi w kontekście międzykulturowym. Jednocześnie dynamiczny rozwój mediów społecznościowych i platform cyfrowych wymaga od liderów umiejętności prowadzenia spójnej komunikacji marketingowej w środowisku hipermedialnym, co pozwala budować zaangażowanie różnych grup odbiorców. Coraz większe znaczenie zyskują także umiejętności wdrażania rozwiązań zgodnych z zasadami zrównoważonego rozwoju oraz adaptacja narzędzi cyfrowych do zarządzania procesami i relacjami z interesariuszami. Praktyczne projekty realizowane w programie odpowiadają na te potrzeby biznesu, kształtując zdolność szybkiego reagowania na zmiany rynkowe i regulacyjne. Absolwent studiów magisterskich MBM posiada pogłębioną wiedzę o funkcjonowaniu organizacji oraz o mechanizmach rynkowych, rozumie kontekst ekonomiczny, prawny i etyczny współczesnego biznesu. Potrafi analizować i prognozować zjawiska gospodarcze przy użyciu zaawansowanych metod statystycznych i ekonometrycznych oraz projektować strategie komunikacji marketingowej w środowisku hipermedialnym, uwzględniając specyfikę odbiorców międzykulturowych. Dysponuje rozwiniętymi umiejętnościami komunikacji w języku angielskim i drugim języku obcym na poziomie B2, potrafi kierować zespołami międzykulturowymi, planować i organizować pracę własną oraz projektów, a także samodzielnie kontynuować proces uczenia się przez całe życie. Jego kompetencje społeczne obejmują krytyczną ocenę wiedzy, odpowiedzialność za realizację zadań oraz etyczne podejście do pełnionych ról menedżerskich.

Liczba godzin zajęć

Łączna liczba godzin	stacjonarne	795
----------------------	-------------	-----

Liczba punktów ECTS

konieczna do ukończenia studiów	stacjonarne	120
którą student musi uzyskać w ramach zajęć z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich lub innych osób prowadzących zajęcia	stacjonarne	61
którą student musi uzyskać w ramach praktyk zawodowych		
którą student musi uzyskać w ramach zajęć z zakresu nauki języków obcych	stacjonarne	5

która może być uzyskana w ramach kształcenia z wykorzystaniem metod i technik kształcenia na odległość.

nie więcej niż

stacjonarne

89

Praktyki zawodowe

Wymiar (godziny lekcyjne)	
Cel	Not applicable/Nie dotyczy
Zasady i forma odbywania	Not applicable/Nie dotyczy
Zasady i forma zaliczania	Not applicable/Nie dotyczy

Efekty uczenia się

Poziom Polskiej Ramy Kwalifikacji: 7		
Symbol efektu uczenia się dla kierunku	Opis efektów uczenia się	Odniesienie do charakterystyk efektów uczenia się (uniwersalnych pierwszego stopnia oraz charakterystyk drugiego stopnia)
P_W (WIEDZA) Absolwent zna i rozumie:		
ZZ-ST2-MB-W01-25/26Z	A graduate knows and understands at a deepened level selected facts, objects, and phenomena related to modern management, as well as socio-economic relations underpinning the advanced knowledge in modern management from a global perspective/Absolwent zna i rozumie w pogłębionym stopniu wybrane fakty, obiekty i zjawiska związane ze współczesnym zarządzaniem, a także relacje społeczno-ekonomiczne stanowiące podstawę zaawansowanej wiedzy z zakresu nowoczesnego zarządzania w perspektywie globalnej.	P7S_WG
ZZ-ST2-MB-W02-25/26Z	A graduate knows and understands at a deepened level methods, theories, techniques and research tools explaining relationships between phenomena related to actors of modern management as well as allowing for the identification of their consequences/Absolwent zna i rozumie w pogłębionym stopniu metody, teorie, techniki i narzędzia badawcze wyjaśniające związki między zjawiskami dotyczącymi aktorów współczesnego zarządzania, a także pozwalające na identyfikację ich skutków.	P7S_WG
ZZ-ST2-MB-W03-25/26Z	A graduate knows and understands trends and development tendencies in modern management, accounting and marketing/Absolwent zna i rozumie trendy i tendencje rozwojowe we współczesnym zarządzaniu, księgowości i marketingu.	P7S_WK
ZZ-ST2-MB-W04-25/26Z	A graduate knows and understands main dilemmas of modern civilization; social, legal, cultural and other essential conditions of diverse activities undertaken by enterprises/Absolwent zna i rozumie główne dylematy współczesnej cywilizacji, społeczne, prawne, kulturowe i inne istotne uwarunkowania różnorodnej działalności podejmowanej przez przedsiębiorstwa.	P7S_WK
ZZ-ST2-MB-W05-25/26Z	A graduate knows and understands major rules of creation, design and development of diverse forms of modern enterprises/Absolwent zna i rozumie najważniejsze zasady kreowania, projektowania i rozwoju różnorodnych form współczesnych przedsiębiorstw.	P7S_WK

ZZ-ST2-MB-W06-25/26Z	A graduate knows and understands in depth fundamental issues in the field of humanities/Absolwent zna i rozumie w pogłębionym stopniu fundamentalne zagadnienia z dziedziny nauk humanistycznych.	P7S_WG
P_U (UMIEJĘTNOŚCI) Absolwent potrafi:		
ZZ-ST2-MB-U01-25/26Z	A graduate can implement their knowledge by formulating and solving complex and unusual problems relating to modern management/Absolwent potrafi wykorzystać zdobytą wiedzę poprzez formułowanie i rozwiązywanie złożonych i nietypowych problemów z zakresu nowoczesnego zarządzania.	P7S_UW
ZZ-ST2-MB-U02-25/26Z	A graduate can perform tasks in an innovative way through the appropriate selection of information sources, making assessments, critical analysis, synthesis, creative interpretation and presentation of information in the field of modern management/Absolwent potrafi w sposób innowacyjny realizować zadania poprzez odpowiedni dobór źródeł informacji, dokonywanie ocen, krytyczną analizę, syntezę, kreatywną interpretację i prezentację informacji z zakresu nowoczesnego zarządzania.	P7S_UW
ZZ-ST2-MB-U03-25/26Z	A graduate can perform tasks in the field of modern management and marketing, in relation to stakeholders expectations from a global perspective/Absolwent potrafi realizować zadania z zakresu nowoczesnego zarządzania i marketingu, uwzględniając oczekiwania interesariuszy w ujęciu globalnym.	P7S_UW
ZZ-ST2-MB-U04-25/26Z	A graduate can formulate, and test hypotheses related to simple research problems related to issues of modern management and marketing/Absolwent potrafi formułować i testować hipotezy dotyczące prostych problemów badawczych z zakresu zagadnień współczesnego zarządzania i marketingu.	P7S_UW
ZZ-ST2-MB-U05-25/26Z	A graduate can communicate in management and marketing with diverse stakeholders/Absolwent potrafi komunikować się w kwestiach zarządzania i marketingu z różnymi grupami interesariuszy.	P7S_UK
ZZ-ST2-MB-U06-25/26Z	A graduate can lead debates in modern management and marketing/Absolwent potrafi prowadzić debaty z zakresu nowoczesnego zarządzania i marketingu.	P7S_UK
ZZ-ST2-MB-U07-25/26Z	A graduate can communicate in a foreign language at the B2+ level according to the Common European Framework of Reference for Languages; and knows specialized vocabulary in the field of management, accounting and marketing/Absolwent potrafi posługiwać się językiem obcym na poziomie B2+ Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego, zna także specjalistyczne słownictwo z zakresu zarządzania, księgowości i marketingu.	P7S_UK
ZZ-ST2-MB-U08-25/26Z	A graduate can lead teams and collaborate with others as a part of teamwork as well as take a managing role in teams/Absolwent potrafi przewodzić zespołom i współpracować z innymi w ramach pracy zespołowej, a także pełnić funkcję kierowniczą w zespołach.	P7S_UO
ZZ-ST2-MB-U09-25/26Z	A graduate can initiate, plan and execute activities referring to life-long learning and to develop self and others/Absolwent potrafi inicjować, planować i realizować działania związane z kształceniem ustawicznym oraz rozwojem własnym i innych.	P7S_UU
ZZ-ST2-MB-U10-25/26Z	A graduate can correctly use possessed knowledge to formulate and solve unusual problems in the field of humanities/Absolwent potrafi prawidłowo wykorzystać posiadaną wiedzę w celu formułowania i rozwiązywania nietypowych problemów z dziedziny nauk humanistycznych	P7S_UW
P_K (KOMPETENCJE SPOŁECZNE) Absolwent jest gotów:		
ZZ-ST2-MB-K01-25/26Z	A graduate is ready to critically assess the knowledge and gained experience referring to modern management/Absolwent jest gotów do krytycznej oceny wiedzy i zdobytego doświadczenia w zakresie nowoczesnego zarządzania.	P7S_KK

ZZ-ST2-MB-K02-25/26Z	A graduate is ready to recognize the importance of knowledge in solving cognitive and practical problems and seek expert opinions in the event of difficulties with solving a problem on their own/Absolwent jest gotów uznać znaczenie wiedzy w rozwiązywaniu problemów poznawczych i praktycznych oraz szukać opinii ekspertów w przypadku trudności z samodzielnym rozwiązaniem problemu.	P7S_KK
ZZ-ST2-MB-K03-25/26Z	A graduate is ready to fulfil social obligations, inspire and organize activities for the social environment, think and act in a sustainable way as well as initiate activities for the public interest/Absolwent jest gotów do wypełniania obowiązków społecznych, inspirowania i organizowania działalności na rzecz otoczenia społecznego, myślenia i działania w sposób zrównoważony oraz inicjowania działalności na rzecz dobra publicznego.	P7S_KO
ZZ-ST2-MB-K04-25/26Z	A graduate is ready to perform professional roles, considering the changing social needs and global context/Absolwent jest gotów do pełnienia ról zawodowych, uwzględniając zmieniające się potrzeby społeczne i kontekst globalny.	P7S_KR
ZZ-ST2-MB-K05-25/26Z	A graduate is ready to act in compliance with profession ethos and to develop its achievements, as well as rules of professional ethics/Absolwent jest gotów do postępowania zgodnego z etosem zawodowym i rozwijania jego osiągnięć oraz zasad etyki zawodowej.	P7S_KR
ZZ-ST2-MB-K06-25/26Z	A graduate is ready to initiate actions in the public interest in issues related to the field of humanities/Absolwent jest gotów do inicjowania działań na rzecz interesu publicznego w zakresie problematyki odnoszącej się do dziedziny nauk humanistycznych.	P7S_KO
ZZ-ST2-MB-K07-25/26Z	A graduate is ready to think and operate in an entrepreneurial and innovative manner concerning an international work environment/Absolwent jest gotów do myślenia i działania w sposób przedsiębiorczy i innowacyjny w międzynarodowym środowisku pracy.	P7S_KO

Opis procesu prowadzącego do uzyskania efektów uczenia się

Specjalność: Brak

Rok studiów: pierwszy			Semestr: pierwszy					
Przedmiot		Forma zajęć	Godziny		Forma zal.	ECTS		Rodzaj
Nazwa	Nazwa w jęz. angielskim		S	N		S	N	
Cultural Diversity and Intercultural Communication	Cultural Diversity and Intercultural Communication	Wykład	15		Z	4		O
Cultural Diversity and Intercultural Communication	Cultural Diversity and Intercultural Communication	Ćwiczenia	15		-	0		
Economics and Corporate Finance	Economics and Corporate Finance	Wykład	15		E	4		O
Economics and Corporate Finance	Economics and Corporate Finance	Ćwiczenia	15		-	0		
Foreign Language ^{CJ}	Foreign Language ^{CJ}	Lektorat	30		Z	2		W
Fundamentals of Business Analysis	Fundamentals of Business Analysis	Wykład	15		E	5		O
Fundamentals of Business Analysis	Fundamentals of Business Analysis	Ćwiczenia	30		-	0		
International Business Law	International Business Law	Wykład	15		E	3		O
Leadership	Leadership	Wykład	15		Z	3		O
Marketing and communication strategies	Marketing and communication strategies	Wykład	15		E	4		O
Marketing and communication strategies	Marketing and communication strategies	Ćwiczenia	15		-	0		

Strategic Management	Strategic Management	Wykład	15		E	5		0
Strategic Management	Strategic Management	Ćwiczenia	30		-	0		
Razem			240	0		30	0	

Rok studiów: pierwszy			Semestr: drugi					
Przedmiot		Forma zajęć	Godziny		Forma zal.	ECTS		Rodzaj
Nazwa	Nazwa w jęz. angielskim		S	N		S	N	
Change management	Change management	Wykład	15		Z	4		0
Change management	Change management	Ćwiczenia	15		-	0		
Elective Lecture sem. 2/1*	Elective Lecture sem. 2/1*	Wykład	15		Z	3		W
↳ Efficiency and engagement in remote work	↳ Efficiency and engagement in remote work	Wykład	15		Z	3		
↳ Innovation Support	↳ Innovation Support	Wykład	15		Z	3		
Elective Lecture sem. 2/2*	Elective Lecture sem. 2/2*	Wykład	15		Z	3		W
↳ Case studies analysis in organizational behaviour	↳ Case studies analysis in organizational behaviour	Wykład	15		Z	3		
↳ Sustainable Marketing Activities of enterprises	↳ Sustainable Marketing Activities of enterprises	Wykład	15		Z	3		
Foreign Language ^{CJ}	Foreign Language ^{CJ}	Lektorat	30		E	3		W
International Marketing	International Marketing	Wykład	15		E	5		0
International Marketing	International Marketing	Ćwiczenia	15		-	0		
Methodology in Economics and Social Research	Methodology in Economics and Social Research	Wykład	15		E	5		0
Methodology in Economics and Social Research	Methodology in Economics and Social Research	Ćwiczenia	15		-	0		
Quality management	Quality management	Wykład	15		Z	4		0
Quality management	Quality management	Ćwiczenia	15		-	0		
Value Chain Management	Value Chain Management	Wykład	15		E	3		0
Razem			195	0		30	0	

Rok studiów: drugi			Semestr: trzeci					
Przedmiot		Forma zajęć	Godziny		Forma zal.	ECTS		Rodzaj
Nazwa	Nazwa w jęz. angielskim		S	N		S	N	
Communicating Responsibility	Communicating Responsibility	Wykład	15		E	5		0
Communicating Responsibility	Communicating Responsibility	Ćwiczenia	15		-	0		
Diploma seminar *	Diploma seminar *	Seminarium	30		Z	6		W
↳ Diploma seminar	↳ Diploma seminar	Seminarium	30		Z	6		
Econometrics Methods in Management	Econometrics Methods in Management	Wykład	15		E	4		0
Econometrics Methods in Management	Econometrics Methods in Management	Ćwiczenia	15		-	0		
Elective Lecture sem. 3/1*	Elective Lecture sem. 3/1*	Wykład	15		E	3		W

↳ Creative city in practice	↳ Creative city in practice	Wykład	15		E	3		
↳ Cultural and creative industries	↳ Cultural and creative industries	Wykład	15		E	3		
↳ Culture/heritage in international relation	↳ Culture/heritage in international relations	Wykład	15		E	3		
Elective Lecture sem. 3/2*	Elective Lecture sem. 3/2*	Wykład	15		Z	4		W
↳ Consumer Behavior in Smart Cities	↳ Consumer Behavior in Smart Cities	Wykład	15		Z	4		
↳ Contemporary Destination Management	↳ Contemporary Destination Management	Wykład	15		Z	4		
Elective Lecture sem. 3/2*	Elective Lecture sem. 3/2*	Ćwiczenia	15		-	0		
↳ Consumer Behavior in Smart Cities	↳ Consumer Behavior in Smart Cities	Ćwiczenia	15		-	0		
↳ Contemporary Destination Management	↳ Contemporary Destination Management	Ćwiczenia	15		-	0		
Managerial Accounting	Managerial Accounting	Wykład	15		Z	3		0
Managerial Accounting	Managerial Accounting	Ćwiczenia	15		-	0		
PR in Digital Age	PR in Digital Age	Wykład	15		E	5		0
PR in Digital Age	PR in Digital Age	Ćwiczenia	15		-	0		
Razem			195	0		30	0	

Rok studiów: drugi			Semestr: czwarty					
Przedmiot		Forma zajęć	Godziny		Forma zał.	ECTS		Rodzaj
Nazwa	Nazwa w jęz. angielskim		S	N		S	N	
Diploma seminar *	Diploma seminar *	Seminarium	30		Z	9		W
↳ Diploma seminar	↳ Diploma seminar	Seminarium	30		Z	9		
Elective Lecture sem. 4/1*	Elective Lecture sem. 4/1*	Wykład	15		Z	3		W
↳ Dehumanization in the digital and automation era	↳ Dehumanization in the digital and automation era	Wykład	15		Z	3		
↳ Intellectual capital management	↳ Intellectual capital management	Wykład	15		Z	3		
Elective Lecture sem. 4/2*	Elective Lecture sem. 4/2*	Wykład	15		Z	3		W
↳ Evidence based management	↳ Evidence based management	Wykład	15		Z	3		
↳ Sustainable organization management	↳ Sustainable organization management	Wykład	15		Z	3		
Multichannel Communication	Multichannel Communication	Wykład	15		E	3		0
Project Management (Advanced)	Project Management (Advanced)	Wykład	15		E	5		0
Project Management (Advanced)	Project Management (Advanced)	Ćwiczenia	30		-	0		
Sustainable Stakeholder Relationship Management	Sustainable Stakeholder Relationship Management	Wykład	15		E	3		0
Talent Acquisition and Retention	Talent Acquisition and Retention	Wykład	15		E	4		0
Talent Acquisition and Retention	Talent Acquisition and Retention	Ćwiczenia	15		-	0		
Razem			165	0		30	0	

Podział punktów ECTS na dyscypliny

Nazwa przedmiotu	ECTS		NAUKI O ZARZĄDZANIU I JAKOŚCI	nauki o kulturze i religii
	S	N		
Change management	4	0	4	0
Communicating Responsibility	5	0	5	0
Cultural Diversity and Intercultural Communication	4	0	2	2
Diploma seminar *	15	0	15	0
Econometrics Methods in Management	4	0	4	0
Economics and Corporate Finance	4	0	4	0
Elective Lecture sem. 2/1 *	3	0	3	0
Elective Lecture sem. 2/2 *	3	0	3	0
Elective Lecture sem. 3/1 *	3	0	0	3
Elective Lecture sem. 3/2 *	4	0	4	0
Elective Lecture sem. 4/1 *	3	0	3	0
Elective Lecture sem. 4/2 *	3	0	3	0
Foreign Language	5	0	5	0
Fundamentals of Business Analysis	5	0	5	0
International Business Law	3	0	3	0
International Marketing	5	0	5	0
Leadership	3	0	3	0
Managerial Accounting	3	0	3	0
Marketing and communication strategies	4	0	4	0
Methodology in Economics and Social Research	5	0	5	0
Multichannel Communication	3	0	3	0
PR in Digital Age	5	0	5	0
Project Management (Advanced)	5	0	5	0
Quality management	4	0	4	0
Strategic Management	5	0	5	0
Sustainable Stakeholder Relationship Management	3	0	3	0
Talent Acquisition and Retention	4	0	4	0
Value Chain Management	3	0	3	0
Razem	120	0	115	5

Sposób weryfikacji i oceny efektów uczenia się

Verification and documentation of the learning outcomes achieved by students is carried out through:
 - in the scope of knowledge - credit and examination papers, project papers, presentations (electronic documentation), reflective

writing papers (requiring critical analysis of the literature on the subject confronted with one's own experiences), paper texts.

Grades from course credits are documented in examination/credit reports;

- in the scope of skills - project papers, task completion reports, individual and collective task result sheets, case studies, developed essays (verifying the ability to collect, select and critically analyze sources, the ability to use theoretical knowledge in practice, the ability to apply the tools learned in practice), outlines of group papers, also examination/credit reports;

- in the area of social competences - project work, presentations (electronic documentation documenting students' attitudes towards the analysed phenomena, processes, problems, communication and social skills), score sheets for activity during classes (communication method, involvement in cooperation, quality of argumentation and justifications used), written works (reflective writing).

The PRK system determines the workload of an average student needed to achieve the assumed learning outcomes; the weight (significance) of the effects in the area of knowledge, skills and social competences is determined. In the case of subjects conducted in various forms (lecture and exercises), the final grade is made up of partial grades from individual forms of classes, taking into account the weights (significance) determined by the person conducting the lecture. This information, together with information on the requirements and criteria for passing the subject, is provided before the start of classes, in particular by providing the subject syllabus. The basis for assessing the implementation of learning outcomes are, in particular, various forms of partial works (papers, reports, case studies), credit and examination papers, as well as the ability to discuss, interpret, select arguments, etc. Subject grades are recorded in an electronic system. Crediting based solely on the student's attendance at classes is not accepted. A special type of measure of the implementation of the assumed learning outcomes in second-cycle studies is the master's thesis and the final exam. An anti-plagiarism system is used to verify the independence of the written work.

Weryfikowanie i dokumentowanie osiągniętych przez studentów efektów uczenia się odbywa się poprzez:

- w zakresie wiedzy - prace zaliczeniowe i egzaminacyjne, prace projektowe, prezentacje (dokumentacja elektroniczna), prace pisemne reflective writing (wymagające krytycznej analizy literatury tematu skonfrontowanej z własnymi doświadczeniami), teksty referatu. Oceny z zaliczeń przedmiotów są dokumentowane w protokołach egzaminacyjnych /zaliczeniowych;

- w zakresie umiejętności - prace projektowe, raporty wykonania zadań, arkusze wyników zadań indywidualnych i zbiorowych, case study, opracowywane eseje (weryfikujące umiejętność gromadzenia, selekcji i krytycznej analizy źródłowej, umiejętność wykorzystania wiedzy teoretycznej w praktyce, umiejętność zastosowania poznanych narzędzi w praktyce), konspekty prac grupowych, także protokoły egzaminacyjne / zaliczeniowe;

- w zakresie kompetencji społecznych - prace projektowe, prezentacje (dokumentacja elektroniczna dokumentująca stosunek studentów do analizowanych zjawisk, procesów, problemów, zdolności komunikacyjne i społeczne), arkusze punktacji za aktywność na zajęciach (sposób komunikowania się, zaangażowanie we współdziałanie, jakość stosowanej argumentacji i uzasadnień), prace pisemne (reflective writing).

W systemie PRK określa się nakład pracy przeciętnego studenta potrzebny do osiągnięcia założonych efektów uczenia się; określa się wagę (znaczenie) efektów z zakresu wiedzy, umiejętności i kompetencji społecznych. W przypadku przedmiotów prowadzonych w różnych formach (wykład i ćwiczenia) ocenę końcową tworzą oceny cząstkowe z poszczególnych form zajęć, z uwzględnieniem wag (znaczenia) określonych przez osobę prowadzącą zajęcia wykładowe. Informacje te wraz z informacjami o wymogach i kryteriach zaliczenia przedmiotu są przekazywane przed rozpoczęciem zajęć, w szczególności poprzez udostępnienie sylabusu przedmiotu. Podstawą oceny realizacji efektów uczenia są w szczególności różne formy prac cząstkowych (referaty, raporty, case study), zaliczeniowych i egzaminacyjnych oraz umiejętność dyskusji, interpretacji, doboru argumentów itd. Oceny z przedmiotów są zapisywane w systemie elektronicznym. Nie jest akceptowane zaliczenie wyłącznie na podstawie obecności studenta na zajęciach. Szczególnego rodzaju miernikiem realizacji zakładanych efektów uczenia się na studiach drugiego stopnia jest praca magisterska i przeprowadzony egzamin końcowy. W celu weryfikacji samodzielności napisanej pracy stosowany jest system antyplagiatowy.

Efekty uczenia się przypisane do zajęć

Nazwa przedmiotu
Change management
Język prowadzenia zajęć
angielski
Realizowane efekty uczenia się
E1 - (W) Students knows and understands change models / Student zna i rozumie modele zarządzania zmianą ↳ ZZ-ST2-MB-W01-25/26Z (P7S_WG) ↳ ZZ-ST2-MB-W02-25/26Z (P7S_WG)
E2 - (U) Student can apply management tools that support the understanding of how an organization functions, such as stakeholder analysis / Student potrafi stosować narzędzia zarządzania wspomagające zrozumienie funkcjonowania organizacji takie jak np. analiza interesariuszy ↳ ZZ-ST2-MB-U02-25/26Z (P7S_UW) ↳ ZZ-ST2-MB-U10-25/26Z (P7S_UW)
E3 - (U) The student can design new solutions and processes / Student potrafi projektować nowe rozwiązania i procesy ↳ ZZ-ST2-MB-U01-25/26Z (P7S_UW) ↳ ZZ-ST2-MB-U02-25/26Z (P7S_UW)
E4 - (K) The student is ready to participate in organizational change processes / Student jest gotów do uczestniczenia w procesach zmian organizacyjnych

↳ ZZ-ST2-MB-K05-25/26Z (P7S_KR)

↳ ZZ-ST2-MB-K07-25/26Z (P7S_KO)

Treści programowe przedmiotu

W1 - Understanding Environment complexity / Zrozumienie złożoności otoczeni
W2 - Understanding Organizational Change and organization systemic nature / Zrozumienie zmiany organizacyjnej oraz systemowej natury organizacji
W3 - Root cause analysis / Metody analizy przyczyn źródłowych
W4 - Stakeholder identification and engagement / Analiza i zaangażowanie interesariuszy
W5 - Overcoming Resistance to Change / Opór i jego przyczyny i przezwyciężanie
W6 - Theories and Models of Change Management / Teorie i modele zarządzania zmianą
W7 - Sustaining Change / utrwalanie zmiany
C1 - Root cause analysis / Metody analizy przyczyn źródłowych
C2 - Stakeholder identification and engagement / Analiza i zaangażowanie interesariuszy
C3 - Impactful public speaking / wystąpienia publiczne
C4 - Achieving Consensus Under Constraints / Wypracowanie rozwiązań przy ograniczeniach
C5 - Transition case studies / studia przypadków

Nazwa przedmiotu

Communicating Responsibility

Język prowadzenia zajęć

angielski

Realizowane efekty uczenia się

E1 - (W) The student knows and understands the principles and mechanisms of responsible and ethical communication./Student zna i rozumie zasady i mechanizmy komunikowania w sposób odpowiedzialny i etyczny.

↳ ZZ-ST2-MB-W01-25/26Z (P7S_WG)

↳ ZZ-ST2-MB-W04-25/26Z (P7S_WK)

E2 - (U) The student can recognize and analyze errors in business communication and develop marketing content that aligns with ethical standards, maintaining transparency and integrity while appealing to target audiences./Student potrafi rozpoznawać i analizować błędy w komunikacji biznesowej oraz tworzyć treści marketingowe zgodne ze standardami etycznymi, zachowując przejrzystość i integralność, a jednocześnie trafnie docierając do grupy docelowej.

↳ ZZ-ST2-MB-U01-25/26Z (P7S_UW)

↳ ZZ-ST2-MB-U05-25/26Z (P7S_UK)

↳ ZZ-ST2-MB-U07-25/26Z (P7S_UK)

E3 - (K) The student is ready to communicate in a business environment in a responsible and ethical manner./Student jest gotów do komunikowania w otoczeniu biznesowym w sposób odpowiedzialny i etyczny.

↳ ZZ-ST2-MB-K01-25/26Z (P7S_KK)

↳ ZZ-ST2-MB-K03-25/26Z (P7S_KO)

↳ ZZ-ST2-MB-K05-25/26Z (P7S_KR)

Treści programowe przedmiotu

W1 - Business communication - traditional and modern communication channels and tools./Komunikacja w biznesie - tradycyjne i nowoczesne kanały i narzędzia komunikacji.
W2 - Identification of stakeholders in communication./Identyfikacja interesariuszy w komunikacji.
W3 - The role of ethics in internal and external communication./ Rola etyki w komunikacji wewnętrznej i zewnętrznej.
W4 - Diversity, equity, inclusion, access issues in communication/Różnorodność, równość, inkluzywność, kwestie związane z dostępnością w komunikacji.
W5 - Democratic vs ethical communication. Disinformation and fake new./Demokratyczna vs etyczna komunikacja. Desinformation and fake news.
W6 - ESG and CSR in communication./ESG i CSR w komunikacji.
W7 - Regulatory, legal and ethical considerations in using various communication platforms./Regulacyjne, prawne i etyczne aspekty korzystania z różnych platform komunikacyjnych
W8 - Methods and indicators for the ethical evaluation of communication effectiveness./Metody i wskaźniki etycznej oceny skuteczności komunikacji.
C1 - Identification of stakeholders and analysis of their expectations in relation to communication./Identyfikacja interesariuszy i analiza ich oczekiwań w kontekście komunikacji.
C2 - Identifying and addressing errors in internal communication./Rozpoznawanie i korekta błędów w komunikacji wewnętrznej.
C3 - Identifying and addressing errors in external communication./Rozpoznawanie i korekta błędów w komunikacji zewnętrznej.
C4 - Analysis and comparison of legal regulations applied across different social media platforms./Analiza i porównanie regulacji prawnych używanych na różnych platformach w mediach społecznościowych.
C5 - Strategies to react to disinformation and 'fake news'./Strategie reagowania na dezinformację i 'fake news'.
C6 - Identification of indicators for the ethical evaluation of communication effectiveness.

Nazwa przedmiotu
Cultural Diversity and Intercultural Communication
Język prowadzenia zajęć
angielski
Realizowane efekty uczenia się
E1 - (W) The student knows and understands: to a more in-depth extent selected theories, concepts, categories, processes, phenomena and main development trends constituting knowledge in the area of intercultural communication./ Student zna i rozumie w sposób bardziej pogłębiony wybrane teorie, koncepcje, kategorie, procesy, zjawiska i główne tendencje rozwojowe stanowiące wiedzę w zakresie komunikacji międzykulturowej. ↳ ZZ-ST2-MB-W01-25/26Z (P7S_WG) ↳ ZZ-ST2-MB-W06-25/26Z (P7S_WG) E2 - (U) The student can apply the existing knowledge acquired in the field of intercultural communication and can use basic knowledge to understand and interpret human social behaviour, taking into account intercultural differences./Student potrafi zastosować zdobytą wiedzę w zakresie komunikacji międzykulturowej oraz wykorzystać podstawową wiedzę do zrozumienia i interpretacji ludzkich zachowań społecznych, uwzględniając różnice międzykulturowe. ↳ ZZ-ST2-MB-U05-25/26Z (P7S_UK) ↳ ZZ-ST2-MB-U09-25/26Z (P7S_UU) ↳ ZZ-ST2-MB-U10-25/26Z (P7S_UW) E3 - (K) The student is ready to communicate within a multicultural environment and is open to other people's views and cultural differences./Student jest gotów do komunikowania się w środowisku wielokulturowym i otwarty na poglądy innych osób oraz różnice kulturowe. ↳ ZZ-ST2-MB-K03-25/26Z (P7S_KO) ↳ ZZ-ST2-MB-K06-25/26Z (P7S_KO) ↳ ZZ-ST2-MB-K07-25/26Z (P7S_KO)
Treści programowe przedmiotu
W1 - Introduction to Intercultural Management. Definition and importance of intercultural communication in business. Overview of key concepts and theories on cultural diversity and intercultural communication. The role of culture in business communication./Wprowadzenie do zarządzania międzykulturowego. Definicja i znaczenie komunikacji międzykulturowej w biznesie. Przegląd kluczowych koncepcji i teorii dotyczących różnorodności kulturowej i komunikacji międzykulturowej. Rola kultury w komunikacji biznesowej. W2 - Cultural Dimensions and Business Communication Styles. Hofstede's cultural dimensions theory. High-context vs. low-context communication in business. Direct and indirect communication, styles in business./Wymiary kulturowe i style komunikacji biznesowej. Teoria wymiarów kulturowych Hofstede'a. Komunikacja wysokiego i niskiego kontekstu w biznesie. Komunikacja bezpośrednia i pośrednia, style w biznesie. W3 - Verbal and Nonverbal Communication in Business. Language and cultural identity in business and its impact on management. Nonverbal communication: gestures, body language, and proxemics in business settings. Cultural variations in verbal and nonverbal business communication./Komunikacja werbalna i niewerbalna w biznesie. Język i tożsamość kulturowa w biznesie oraz ich wpływ na zarządzanie. Komunikacja niewerbalna: gesty, język ciała i proksemika w środowisku biznesowym. Różnice kulturowe w komunikacji werbalnej i niewerbalnej w biznesie. W4 - Intercultural Communication Competence in Business. Developing intercultural sensitivity in business. Building intercultural communication competence for business professionals. Strategies for effective intercultural business interactions./Kompetencje w zakresie komunikacji międzykulturowej w biznesie. Rozwijanie wrażliwości międzykulturowej w biznesie. Budowanie kompetencji w zakresie komunikacji międzykulturowej dla profesjonalistów biznesowych. Strategie skutecznych międzykulturowych interakcji biznesowych. W5 - Barriers to Intercultural Business Communication: Stereotypes, Prejudice, and Ethnocentrism in Business. Language barriers and Miscommunication in Business Contexts. Overcoming barriers to intercultural business communication./Bariery w międzykulturowej komunikacji biznesowej: stereotypy, uprzedzenia i etnocentryzm w biznesie. Bariery językowe i nieporozumienia w kontekstach biznesowych. Pokonywanie barier w międzykulturowej komunikacji biznesowej. C1 - Intercultural Communication in Business Negotiations. Cultural influences on negotiation styles. Strategies for successful intercultural business negotiations. Case studies of intercultural business negotiations./Komunikacja międzykulturowa w negocjacjach biznesowych. Wpływy kulturowe na style negocjacji. Strategie udanych negocjacji międzykulturowych w biznesie. Studia przypadków międzykulturowych negocjacji biznesowych. C2 - Intercultural Communication and Cultural Diversity in Global Teams. Challenges and opportunities of working with international teams. Effective communication strategies for international teams. Managing cultural diversity in international teams./Komunikacja międzykulturowa i różnorodność kulturowa w zespołach globalnych. Wyzwania i możliwości pracy z zespołami międzynarodowymi. Skuteczne strategie komunikacyjne dla zespołów międzynarodowych. Zarządzanie różnorodnością kulturową w zespołach międzynarodowych. C3 - Intercultural Communication in Marketing and Advertising. Cultural influences on consumer behaviour. Adapting marketing and advertising strategies for different cultures. Case studies of successful intercultural marketing campaigns./Komunikacja międzykulturowa w marketingu i reklamie. Wpływy kulturowe na zachowania konsumentów. Dostosowywanie strategii marketingowych i reklamowych do różnych kultur. Studia przypadków udanych kampanii marketingu międzykulturowego.

C4 - Intercultural Conflict and Resolution in Business. Sources of intercultural conflict in business. Conflict resolution strategies in intercultural business contexts. Mediation and negotiation in intercultural business settings./Konflikt międzykulturowy i jego rozwiązywanie w biznesie. Źródła konfliktu międzykulturowego w biznesie. Strategie rozwiązywania konfliktów w międzykulturowych kontekstach biznesowych. Mediacje i negocjacje w międzykulturowych środowiskach biznesowych.

C5 - Globalization and Intercultural Business Communication. The impact of globalization on business communication. Intercultural communication in a globalized business world. Future trends and challenges in intercultural business communication./Globalizacja i międzykulturowa komunikacja biznesowa. Wpływ globalizacji na komunikację biznesową. Komunikacja międzykulturowa w zglobalizowanym świecie biznesu. Przyszłe trendy i wyzwania w międzykulturowej komunikacji biznesowej.

Nazwa przedmiotu						
Diploma seminar (grupa przedmiotów)						
Przedmioty wchodzące w skład grupy przedmiotów						
<table> <tr> <th>Nazwa przedmiotu i język prowadzenia zajęć</th></tr> <tr> <td>↳ Diploma seminar (język angielski)</td></tr> <tr> <th>Realizowane efekty uczenia się</th></tr> <tr> <td> E1 - (W) The student knows and understands in-depth issues related to the company, consumer, competition, communication, and entering and developing business through enterprises in the conditions of globalization. Knows methods of collecting information, preparing results, drawing conclusions - knows the basic methods of scientific work/Student zna i rozumie dogłębnie zagadnienia związane z przedsiębiorstwem, konsumentem, konkurencją, komunikacją oraz podejmowaniem i rozwijaniem działalności gospodarczej poprzez przedsiębiorstwa w warunkach globalizacji. Zna metody zbierania informacji, opracowywania wyników, wyciągania wniosków - zna podstawowe metody pracy naukowej. ↳ ZZ-ST2-MB-W01-25/26Z (P7S_WG) ↳ ZZ-ST2-MB-W02-25/26Z (P7S_WG) ↳ ZZ-ST2-MB-W04-25/26Z (P7S_WK) ↳ ZZ-ST2-MB-W05-25/26Z (P7S_WK) E2 - (U) The student can establish goals, problems, and research hypotheses. Identify sources of information, and select and use methods of collecting and applying it. He can verify research hypotheses and conclude/Student potrafi ustalać cele, problemy i hipotezy badawcze. Identyfikować źródła informacji oraz wybierać i stosować metody ich gromadzenia i stosowania. Potrafi weryfikować hipotezy badawcze i wyciągać wnioski. ↳ ZZ-ST2-MB-U01-25/26Z (P7S_UW) ↳ ZZ-ST2-MB-U02-25/26Z (P7S_UW) ↳ ZZ-ST2-MB-U03-25/26Z (P7S_UW) ↳ ZZ-ST2-MB-U04-25/26Z (P7S_UW) ↳ ZZ-ST2-MB-U07-25/26Z (P7S_UK) E3 - (U) The student can apply the technique of writing a master's thesis. It uses programs computer/applications for data presentation and processing and work editing master's degree. Can use the acquired conceptual system in the field of management. Can use the developed material in a master's thesis during the diploma examination/Student potrafi zastosować technikę pisanie pracy magisterskiej. Wykorzystuje programy komputerowe/aplikacje do prezentacji i przetwarzania danych oraz edycji prac magisterskich. Potrafi wykorzystać nabyty system pojęciowy w dziedzinie zarządzania. Potrafi wykorzystać opracowany materiał w pracy magisterskiej podczas egzaminu dyplomowego. ↳ ZZ-ST2-MB-U01-25/26Z (P7S_UW) ↳ ZZ-ST2-MB-U02-25/26Z (P7S_UW) ↳ ZZ-ST2-MB-U03-25/26Z (P7S_UW) ↳ ZZ-ST2-MB-U07-25/26Z (P7S_UK) ↳ ZZ-ST2-MB-U09-25/26Z (P7S_UU) E4 - (K) The student is ready to constantly expand his knowledge. He is aware of the necessity of respecting intellectual property rights/Student jest gotów do ciągłego poszerzania swojej wiedzy. Jest świadomy konieczności poszanowania praw własności intelektualnej. ↳ ZZ-ST2-MB-K01-25/26Z (P7S_KK) ↳ ZZ-ST2-MB-K02-25/26Z (P7S_KK) ↳ ZZ-ST2-MB-K03-25/26Z (P7S_KO) ↳ ZZ-ST2-MB-K05-25/26Z (P7S_KR) </td></tr> <tr> <th>Treści programowe przedmiotu</th></tr> <tr> <td> S1 - Functions, structure, and rules of preparing and writing a master's thesis/Funkcje, struktura i zasady przygotowywania i pisanie pracy magisterskiej. S2 - Basic methods of scientific (research) work and their skillful use to solve the title problem of the work/Podstawowe metody pracy naukowej (badawczej) i ich umiejętne wykorzystanie do rozwiązania problemu tytułowego pracy. S3 - Techniques of writing scientific texts/Techniki pisanie tekstów naukowych. </td></tr> </table>	Nazwa przedmiotu i język prowadzenia zajęć	↳ Diploma seminar (język angielski)	Realizowane efekty uczenia się	E1 - (W) The student knows and understands in-depth issues related to the company, consumer, competition, communication, and entering and developing business through enterprises in the conditions of globalization. Knows methods of collecting information, preparing results, drawing conclusions - knows the basic methods of scientific work/Student zna i rozumie dogłębnie zagadnienia związane z przedsiębiorstwem, konsumentem, konkurencją, komunikacją oraz podejmowaniem i rozwijaniem działalności gospodarczej poprzez przedsiębiorstwa w warunkach globalizacji. Zna metody zbierania informacji, opracowywania wyników, wyciągania wniosków - zna podstawowe metody pracy naukowej. ↳ ZZ-ST2-MB-W01-25/26Z (P7S_WG) ↳ ZZ-ST2-MB-W02-25/26Z (P7S_WG) ↳ ZZ-ST2-MB-W04-25/26Z (P7S_WK) ↳ ZZ-ST2-MB-W05-25/26Z (P7S_WK) E2 - (U) The student can establish goals, problems, and research hypotheses. Identify sources of information, and select and use methods of collecting and applying it. He can verify research hypotheses and conclude/Student potrafi ustalać cele, problemy i hipotezy badawcze. Identyfikować źródła informacji oraz wybierać i stosować metody ich gromadzenia i stosowania. Potrafi weryfikować hipotezy badawcze i wyciągać wnioski. ↳ ZZ-ST2-MB-U01-25/26Z (P7S_UW) ↳ ZZ-ST2-MB-U02-25/26Z (P7S_UW) ↳ ZZ-ST2-MB-U03-25/26Z (P7S_UW) ↳ ZZ-ST2-MB-U04-25/26Z (P7S_UW) ↳ ZZ-ST2-MB-U07-25/26Z (P7S_UK) E3 - (U) The student can apply the technique of writing a master's thesis. It uses programs computer/applications for data presentation and processing and work editing master's degree. Can use the acquired conceptual system in the field of management. Can use the developed material in a master's thesis during the diploma examination/Student potrafi zastosować technikę pisanie pracy magisterskiej. Wykorzystuje programy komputerowe/aplikacje do prezentacji i przetwarzania danych oraz edycji prac magisterskich. Potrafi wykorzystać nabyty system pojęciowy w dziedzinie zarządzania. Potrafi wykorzystać opracowany materiał w pracy magisterskiej podczas egzaminu dyplomowego. ↳ ZZ-ST2-MB-U01-25/26Z (P7S_UW) ↳ ZZ-ST2-MB-U02-25/26Z (P7S_UW) ↳ ZZ-ST2-MB-U03-25/26Z (P7S_UW) ↳ ZZ-ST2-MB-U07-25/26Z (P7S_UK) ↳ ZZ-ST2-MB-U09-25/26Z (P7S_UU) E4 - (K) The student is ready to constantly expand his knowledge. He is aware of the necessity of respecting intellectual property rights/Student jest gotów do ciągłego poszerzania swojej wiedzy. Jest świadomy konieczności poszanowania praw własności intelektualnej. ↳ ZZ-ST2-MB-K01-25/26Z (P7S_KK) ↳ ZZ-ST2-MB-K02-25/26Z (P7S_KK) ↳ ZZ-ST2-MB-K03-25/26Z (P7S_KO) ↳ ZZ-ST2-MB-K05-25/26Z (P7S_KR)	Treści programowe przedmiotu	S1 - Functions, structure, and rules of preparing and writing a master's thesis/Funkcje, struktura i zasady przygotowywania i pisanie pracy magisterskiej. S2 - Basic methods of scientific (research) work and their skillful use to solve the title problem of the work/Podstawowe metody pracy naukowej (badawczej) i ich umiejętne wykorzystanie do rozwiązania problemu tytułowego pracy. S3 - Techniques of writing scientific texts/Techniki pisanie tekstów naukowych.
Nazwa przedmiotu i język prowadzenia zajęć						
↳ Diploma seminar (język angielski)						
Realizowane efekty uczenia się						
E1 - (W) The student knows and understands in-depth issues related to the company, consumer, competition, communication, and entering and developing business through enterprises in the conditions of globalization. Knows methods of collecting information, preparing results, drawing conclusions - knows the basic methods of scientific work/Student zna i rozumie dogłębnie zagadnienia związane z przedsiębiorstwem, konsumentem, konkurencją, komunikacją oraz podejmowaniem i rozwijaniem działalności gospodarczej poprzez przedsiębiorstwa w warunkach globalizacji. Zna metody zbierania informacji, opracowywania wyników, wyciągania wniosków - zna podstawowe metody pracy naukowej. ↳ ZZ-ST2-MB-W01-25/26Z (P7S_WG) ↳ ZZ-ST2-MB-W02-25/26Z (P7S_WG) ↳ ZZ-ST2-MB-W04-25/26Z (P7S_WK) ↳ ZZ-ST2-MB-W05-25/26Z (P7S_WK) E2 - (U) The student can establish goals, problems, and research hypotheses. Identify sources of information, and select and use methods of collecting and applying it. He can verify research hypotheses and conclude/Student potrafi ustalać cele, problemy i hipotezy badawcze. Identyfikować źródła informacji oraz wybierać i stosować metody ich gromadzenia i stosowania. Potrafi weryfikować hipotezy badawcze i wyciągać wnioski. ↳ ZZ-ST2-MB-U01-25/26Z (P7S_UW) ↳ ZZ-ST2-MB-U02-25/26Z (P7S_UW) ↳ ZZ-ST2-MB-U03-25/26Z (P7S_UW) ↳ ZZ-ST2-MB-U04-25/26Z (P7S_UW) ↳ ZZ-ST2-MB-U07-25/26Z (P7S_UK) E3 - (U) The student can apply the technique of writing a master's thesis. It uses programs computer/applications for data presentation and processing and work editing master's degree. Can use the acquired conceptual system in the field of management. Can use the developed material in a master's thesis during the diploma examination/Student potrafi zastosować technikę pisanie pracy magisterskiej. Wykorzystuje programy komputerowe/aplikacje do prezentacji i przetwarzania danych oraz edycji prac magisterskich. Potrafi wykorzystać nabyty system pojęciowy w dziedzinie zarządzania. Potrafi wykorzystać opracowany materiał w pracy magisterskiej podczas egzaminu dyplomowego. ↳ ZZ-ST2-MB-U01-25/26Z (P7S_UW) ↳ ZZ-ST2-MB-U02-25/26Z (P7S_UW) ↳ ZZ-ST2-MB-U03-25/26Z (P7S_UW) ↳ ZZ-ST2-MB-U07-25/26Z (P7S_UK) ↳ ZZ-ST2-MB-U09-25/26Z (P7S_UU) E4 - (K) The student is ready to constantly expand his knowledge. He is aware of the necessity of respecting intellectual property rights/Student jest gotów do ciągłego poszerzania swojej wiedzy. Jest świadomy konieczności poszanowania praw własności intelektualnej. ↳ ZZ-ST2-MB-K01-25/26Z (P7S_KK) ↳ ZZ-ST2-MB-K02-25/26Z (P7S_KK) ↳ ZZ-ST2-MB-K03-25/26Z (P7S_KO) ↳ ZZ-ST2-MB-K05-25/26Z (P7S_KR)						
Treści programowe przedmiotu						
S1 - Functions, structure, and rules of preparing and writing a master's thesis/Funkcje, struktura i zasady przygotowywania i pisanie pracy magisterskiej. S2 - Basic methods of scientific (research) work and their skillful use to solve the title problem of the work/Podstawowe metody pracy naukowej (badawczej) i ich umiejętne wykorzystanie do rozwiązania problemu tytułowego pracy. S3 - Techniques of writing scientific texts/Techniki pisanie tekstów naukowych.						

- S4** - Sources of acquiring knowledge. Ways of using the literature on the subject. Copyright protection in the process of preparing a master's thesis/Źródła zdobywania wiedzy. Sposoby korzystania z literatury przedmiotu. Ochrona praw autorskich w procesie przygotowywania pracy magisterskiej.
- S5** - Review of research issues to select the topic of the master's thesis. Development of goals and work plan/Przegląd zagadnień badawczych w celu wyboru tematu pracy magisterskiej. Opracowanie celów i planu pracy.
- S6** - Presentation of subsequent theoretical chapters of diploma theses with discussion/Prezentacja kolejnych rozdziałów teoretycznych pracy dyplomowej z dyskusją.
- S7** - Development of research methodology - goals, assumptions, problems and research hypotheses. Selection or development of methods research/Rozwój metodologii badawczej - cele, założenia, problemy i hipotezy badawcze. Wybór lub rozwój metod badań.
- S8** - Presentation of research results and conclusions/Prezentacja wyników badań i wniosków.
- S9** - Presentation of the entire edited work/Prezentacja całości redagowanego dzieła.

Nazwa przedmiotu
Econometrics Methods in Management
Język prowadzenia zajęć
angielski
Realizowane efekty uczenia się
E1 - (W) A student knows and understands basic and advanced concepts, methods and models of econometric risk analysis./Student zna i rozumie podstawowe i zaawansowane koncepcje, metody i modele ekonometrycznej analizy ryzyka. ↳ ZZ-ST2-MB-W01-25/26Z (P7S_WG) ↳ ZZ-ST2-MB-W02-25/26Z (P7S_WG) E2 - (U) A student is able to perform basic and more advanced econometric risk analysis, using relevant models and methods, using relevant software. / Student potrafi przeprowadzić podstawową i zaawansowaną ekonometryczną analizę ryzyka, posługując się odpowiednimi modelami i metodami, wykorzystując w tym stosowne narzędzia informatyczne. ↳ ZZ-ST2-MB-U01-25/26Z (P7S_UW) ↳ ZZ-ST2-MB-U02-25/26Z (P7S_UW) ↳ ZZ-ST2-MB-U04-25/26Z (P7S_UW) E3 - (K) A student is ready to consider the pros and cons of various statistical and econometric tools for risk analysis. They are aware of a constant need and ready to improve their knowledge and skills in the area. Student interprets and communicates risk analysis results in a transparent way. / Student jest gotów do krytycznej oceny różnorodnych narzędzi statystyczno-ekonometrycznej analizy ryzyka. Student jest gotów by uznać potrzebę ciągłej nauki i doskonalenia swoich umiejętności w obszarze ekonometrycznej analizy ryzyka. Student jest gotów formułować i komunikować wyniki analizy ryzyka w sposób jasny i zrozumiały. ↳ ZZ-ST2-MB-K01-25/26Z (P7S_KK) ↳ ZZ-ST2-MB-K02-25/26Z (P7S_KK) ↳ ZZ-ST2-MB-K05-25/26Z (P7S_KR)
Treści programowe przedmiotu
W1 - Introduction to risk analysis / Wprowadzenie do analizy ryzyka W2 - Financial time series and volatility / Finansowe szeregi czasowe i zmienność W3 - Econometric models of volatility on financial markets / Ekonometryczne modele zmienności na rynkach finansowych W4 - Financial risk measures (Value at Risk, Expected Shortfall) / Miary ryzyka finansowego (wartość zagrożona, oczekiwany niedobór) W5 - Risk models diagnostics and evaluation (backtesting, loss functions) / Diagnostyka i ocena modeli ryzyka (testowanie wsteczne, funkcje straty) W7 - Capital requirements for market risk / Wymogi kapitałowe dla ryzyka rynkowego C1 - Empirical analysis of financial time series / Empiryczna analiza finansowych szeregów czasowych C2 - Volatility models estimation and forecasting / Estymacja i prognozowanie w modelach zmienności C3 - Non-parametric methods for Value at Risk estimation / Nieparametryczne metody szacowania wartości zagrożonej C4 - Parametric volatility models in estimation of VaR and ES / Parametryczne modele zmienności w estymacji wartości zagrożonej i oczekiwanego niedoboru C5 - Risk models diagnostics and evaluation (backtesting, loss functions) / Diagnostyka i ocena modeli ryzyka (testowanie wsteczne, funkcje straty) C6 - Calculating capital requirements for market risk / Obliczanie wymogów kapitałowych dla ryzyka rynkowego

Nazwa przedmiotu
Economics and Corporate Finance
Język prowadzenia zajęć

angielski

Realizowane efekty uczenia się

E4 - (W) A student knows and understands in a deepened degree of macroeconomic phenomenon and relations between them. A student knows and understands in a deepened degree of theories in the field of selected concepts and methods of modern organizations management. A student knows and understands the theory and methods of project management. A student knows and understands the theory and methods of managing human and intellectual capital. A student knows and understands the fundamental dilemmas of modern civilization. / Student zna i rozumie w pogłębionym stopniu zjawiska makroekonomiczne i relacje między nimi. Student zna i rozumie w pogłębionym stopniu teorie z zakresu wybranych koncepcji i metod zarządzania współczesnymi organizacjami. Student zna i rozumie teorię i metody zarządzania projektami. Student zna i rozumie teorię i metody zarządzania kapitałem ludzkim i intelektualnym. Student zna i rozumie fundamentalne dylematy współczesnej cywilizacji.

↳ **ZZ-ST2-MB-W01-25/26Z (P7S_WG)**

E5 - (U) A student is able to use the acquired knowledge to analyse and forecast socio-economic phenomena, including the formulation of research problems and their solution through the appropriate selection of sources, information and research methods. A student is able to use mathematical, statistical and econometric methods in business management. A student is able to use modern methods and management tools in practice. A student is able to use modern methods and ICT tools in practice. A student is able to perform various organizational tasks, including recruit employees and manage teams of various sizes, using innovative methods and technologies. A student is able to prepare team projects and use them in the practice of business. / Student potrafi wykorzystać zdobytą wiedzę do analizy i prognozowania zjawisk społeczno-ekonomicznych, w tym formułowania problemów badawczych i ich rozwiązywania poprzez odpowiedni dobór źródeł, informacji i metod badawczych. Student potrafi stosować metody matematyczne, statystyczne i ekonometryczne w zarządzaniu przedsiębiorstwem. Student potrafi stosować w praktyce nowoczesne metody i narzędzia zarządzania. Student potrafi stosować w praktyce nowoczesne metody i narzędzia ICT. Student potrafi wykonywać różnorodne zadania organizacyjne, w tym rekrutować pracowników i zarządzać zespołami różnej wielkości, stosując innowacyjne metody i technologie. Student potrafi przygotowywać projekty zespołowe i wykorzystywać je w praktyce biznesowej.

↳ **ZZ-ST2-MB-U01-25/26Z (P7S_UW)**

E6 - (K) A student is ready to critically evaluate the content of statements regarding socio-economic phenomena occurring in the modern economy. A student is ready to recognize the importance of knowledge in solving cognitive and practical problems related to socioeconomic phenomena. A student is ready to fulfil social obligations, inspire and organize activities for the social environment. A student is ready to perform professional roles responsibly, including managerial roles and functions in the organization related to the analysis of quantitative data, while maintaining the principles of sustainable development. / Student jest gotów do krytycznej oceny treści wypowiedzi dotyczących zjawisk społeczno-ekonomicznych występujących w gospodarce współczesnej. Student jest gotów do uznania znaczenia wiedzy w rozwiązywaniu problemów poznawczych i praktycznych związanych ze zjawiskami społeczno-ekonomicznymi. Student jest gotów do wypełniania obowiązków społecznych, inspirowania i organizowania działań na rzecz otoczenia społecznego. Student jest gotów do odpowiedzialnego pełnienia ról zawodowych, w tym ról i funkcji kierowniczych w organizacji związanych z analizą danych ilościowych, przy zachowaniu zasad zrównoważonego rozwoju.

↳ **ZZ-ST2-MB-K01-25/26Z (P7S_KK)**

Treści programowe przedmiotu

W1 - The scope of corporate finance / Zakres finansów korporacyjnych

W2 - Financial Markets / Rynki finansowe

W3 - Financial Analysis / Analiza finansowa

W4 - Profit and financial planning / Zysk a planowanie finansowe

W5 - Valuation and market required rates of return / Wycena i wymagane przez rynek stopy zwrotu

W6 - Managing long-term and short-term investment / Zarządzanie długoterminowymi i krótkoterminowymi inwestycjami

W7 - Managing capital structure decisions / Zarządzanie decyzjami dotyczącymi struktury kapitałowej

C1 - Time value of money / Wartość pieniądza w czasie

C2 - Capital within the enterprise / Kapitał w przedsiębiorstwie

C3 - Cost of capital / Koszt kapitału

C4 - Investment of the enterprise / Inwestycje w przedsiębiorstwie

C5 - Investment project evaluation / Ocena projektu inwestycyjnego

C6 - Return on equity / Zwrot z kapitału własnego

C7 - Net working capital management / Zarządzanie kapitałem obrotowym netto

C8 - Assets within the enterprise / Aktywa w przedsiębiorstwie

C9 - Current assets management / Zarządzanie aktywami obrotowymi

Nazwa przedmiotu

Elective Lecture sem. 2/1 (grupa przedmiotów)

Przedmioty wchodzące w skład grupy przedmiotów

Nazwa przedmiotu i język prowadzenia zajęć

↳ Efficiency and engagement in remote work (język angielski)
Realizowane efekty uczenia się
E1 - (W) Student knows and understands the methods, theories and research tools enabling the analysis of the relationship between effectiveness and engagement in remote teams./Student zna i rozumie metody, teorie i narzędzia badawcze umożliwiające analizę relacji między efektywnością a zaangażowaniem w zespołach zdalnych. ↳ ZZ-ST2-MB-W01-25/26Z (P7S_WG) ↳ ZZ-ST2-MB-W02-25/26Z (P7S_WG) ↳ ZZ-ST2-MB-W04-25/26Z (P7S_WK) ↳ ZZ-ST2-MB-W06-25/26Z (P7S_WG) E2 - (W) Student knows and understands the impact of socio-economic factors on remote work models and their effectiveness in various organizational cultures./Student zna i rozumie wpływ czynników społeczno-ekonomicznych na modele pracy zdalnej i ich efektywność w różnych kulturach organizacyjnych. ↳ ZZ-ST2-MB-W01-25/26Z (P7S_WG) ↳ ZZ-ST2-MB-W02-25/26Z (P7S_WG) ↳ ZZ-ST2-MB-W04-25/26Z (P7S_WK) ↳ ZZ-ST2-MB-W05-25/26Z (P7S_WK) E3 - (U) Student is able to identify and solve problems related to communication and collaboration in remote teams, using appropriate techniques and tools./Student potrafi identyfikować i rozwiązywać problemy związane z komunikacją i współpracą w zespołach zdalnych, stosując odpowiednie techniki i narzędzia. ↳ ZZ-ST2-MB-U02-25/26Z (P7S_UW) ↳ ZZ-ST2-MB-U05-25/26Z (P7S_UK) ↳ ZZ-ST2-MB-U09-25/26Z (P7S_UU) E4 - (U) Student is able to adapt management and employee motivation styles to the specifics of remote work, taking into account the individual needs of team members./Student potrafi dostosowywać style zarządzania i motywowania pracowników do specyfiki pracy zdalnej, uwzględniając indywidualne potrzeby członków zespołu. ↳ ZZ-ST2-MB-U01-25/26Z (P7S_UW) ↳ ZZ-ST2-MB-U06-25/26Z (P7S_UK) ↳ ZZ-ST2-MB-U07-25/26Z (P7S_UK) ↳ ZZ-ST2-MB-U10-25/26Z (P7S_UW) E5 - (K) Student is ready to critically evaluate content and statements regarding socio-economic phenomena related to remote work, taking into account their impact on the effectiveness and engagement of teams./Student jest gotów krytycznie oceniać treści i wypowiedzi dotyczące zjawisk społeczno-ekonomicznych związanych z pracą zdalną, uwzględniając ich wpływ na efektywność i zaangażowanie zespołów. ↳ ZZ-ST2-MB-K02-25/26Z (P7S_KK) ↳ ZZ-ST2-MB-K05-25/26Z (P7S_KR) ↳ ZZ-ST2-MB-K07-25/26Z (P7S_KO) E6 - (K) Student is ready to plan and organize their own work and cooperation in remote teams, taking into account cultural diversity and the individual needs of team members./Student jest gotów planować i organizować pracę własną oraz współpracę w zespołach zdalnych, z uwzględnieniem różnorodności kulturowej i indywidualnych potrzeb członków zespołu. ↳ ZZ-ST2-MB-K03-25/26Z (P7S_KO) ↳ ZZ-ST2-MB-K06-25/26Z (P7S_KO) ↳ ZZ-ST2-MB-K07-25/26Z (P7S_KO)
Treści programowe przedmiotu
W1 - Introduction to remote work./Wprowadzenie do pracy zdalnej. W2 - Models of organizing remote work./Modele organizacji pracy zdalnej. W3 - Efficiency in a remote work environment./Efektywność w środowisku pracy zdalnej. W4 - Employee engagement in remote work./Zaangażowanie pracowników w pracy zdalnej. W5 - Tools supporting remote work./Narzędzia wspierające pracę zdalną. W6 - Legal and ethical aspects of remote work./Aspekty prawne i etyczne pracy zdalnej. W7 - The future of remote work./Przyszłość pracy zdalnej.

Nazwa przedmiotu i język prowadzenia zajęć
↳ Innovation Support (język angielski)
Realizowane efekty uczenia się
E1 - (W) The student knows and understands the fundamental necessity of innovation as a pivotal factor in sustaining and enhancing competitive advantage within the knowledge-based economy. The student knows and understands the key stakeholders within the innovation ecosystem who play a crucial role in supporting and fostering entrepreneurial ventures./Student zna i rozumie kluczową rolę innowacji jako niezbędnego elementu budowania i utrzymania przewagi konkurencyjnej w gospodarce opartej na wiedzy. Student zna i rozumie podmioty występujące w ekosystemie innowacji, które odgrywają istotną rolę we wspieraniu i rozwoju przedsięwzięć o charakterze przedsiębiorczym.

↳ **ZZ-ST2-MB-W01-25/26Z (P7S_WG)**

E2 - (U) The student can identify, assess and recommend various forms and sources of support for innovative ventures at different levels of development./Student potrafi identyfikować, oceniać i rekomendować różne formy oraz źródła wsparcia dla innowacyjnych przedsięwzięć na różnych etapach ich rozwoju.

↳ **ZZ-ST2-MB-U02-25/26Z (P7S_UW)**

↳ **ZZ-ST2-MB-U05-25/26Z (P7S_UK)**

E3 - (K) The student is ready to acquire and effectively utilize various forms of innovation support./Student jest gotów do pozyskania i korzystania z form wsparcia innowacji.

↳ **ZZ-ST2-MB-K07-25/26Z (P7S_KO)**

Treści programowe przedmiotu

W1 - Regional innovation systems, its elements and dynamics. Theoretical background: Triple Helix and Knowledge-based economy./Regionalne systemy innowacji, ich elementy i dynamika. Podstawy teoretyczne: Potrójna Helisa oraz gospodarka oparta na wiedzy.

W2 - Acceleration of economic development through support for entrepreneurship and innovation. International innovation ratings: European Innovation Scoreboard and Global Innovation Index./Przyspieszenie rozwoju gospodarczego poprzez wspieranie przedsiębiorczości i innowacji. Międzynarodowe rankingi innowacyjności: Europejska Karta Innowacyjności i Globalny Wskaźnik Innowacyjności.

W3 - Typology of organizations in innovation ecosystems supporting businesses at various stages of product and company development./Typologia organizacji w ekosystemach innowacji wspierających przedsiębiorstwa na różnych etapach rozwoju produktu i firmy.

W4 - Types of support available to enhance radical and incremental innovations./Dostępne mechanizmy wsparcia mające na celu rozwój zarówno innowacji przełomowych, jak i stopniowych.

W5 - Hackathon: designing ideas and building an effective business pitch to acquire innovation support./Hackathon: tworzenie koncepcji oraz przygotowanie skutecznej prezentacji biznesowej w celu pozyskania wsparcia dla innowacji.

Nazwa przedmiotu

Elective Lecture sem. 2/2 (grupa przedmiotów)

Przedmioty wchodzące w skład grupy przedmiotów

Nazwa przedmiotu i język prowadzenia zajęć

↳ **Case studies analysis in organizational behaviour (język angielski)**

Realizowane efekty uczenia się

E1 - (W) Student knows and understand organizational culture creating, equity theory, job design, different misbehaviors of employee, self-managed team approach, stages of conflict and approaches to resolve conflict, perception of situation and impression management. / Student zna i rozumie kreowanie kultury organizacyjnej, teorię sprawiedliwości, projektowanie pracy, różne niewłaściwe zachowania pracownika, fazy konfliktu i podejścia do ich rozwiązania, postrzeganie sytuacji i zarządzanie wrażeniem.

↳ **ZZ-ST2-MB-W01-25/26Z (P7S_WG)**

↳ **ZZ-ST2-MB-W02-25/26Z (P7S_WG)**

↳ **ZZ-ST2-MB-W03-25/26Z (P7S_WK)**

E2 - (U) Student can use knowledge in organizational behavior to resolve organizational problems and motivate other students to work in team. / Student potrafi wykorzystać wiedzę z zakresu zachowań organizacyjnych do rozwiązywania problemów organizacyjnych i motywowania innych studentów do pracy w zespole.

↳ **ZZ-ST2-MB-U01-25/26Z (P7S_UW)**

↳ **ZZ-ST2-MB-U02-25/26Z (P7S_UW)**

↳ **ZZ-ST2-MB-U03-25/26Z (P7S_UW)**

E3 - (K) Student is ready to carrying out professional tasks in relation to situations described in case studies on organizational behavior. / Student jest gotów do wykonywania zadań zawodowych w odniesieniu do sytuacji opisanych w studiach przypadku z zakresu zachowań organizacyjnych.

↳ **ZZ-ST2-MB-K01-25/26Z (P7S_KK)**

↳ **ZZ-ST2-MB-K02-25/26Z (P7S_KK)**

↳ **ZZ-ST2-MB-K04-25/26Z (P7S_KR)**

Treści programowe przedmiotu

W1 - Socializing and organizational culture, organizational culture creation / Socializacja i kultura organizacyjna, kreowanie kultury organizacyjnej

W2 - Equity theory and forced ranking performance appraisals / Teoria sprawiedliwości i wymuszone rankingowe oceny wyników pracy

W3 - Job design / Projektowanie pracy

- W4** - Misbehavior of employee / Niewłaściwe zachowania pracowników
W5 - Self-managed team approach / Samozarządzające się zespoły
W6 - Stages of conflict and approaches to resolve conflict / Fazy konfliktu i podejścia do rozwiązywania konfliktów
W7 - Perception of situation and impression management / Postrzeganie sytuacji i zarządzanie wrażeniem

Nazwa przedmiotu i język prowadzenia zajęć
↳ Sustainable Marketing Activities of enterprises (język angielski)
Realizowane efekty uczenia się
E1 - (W) A student knows and understands the principles of organizational functioning, particularly the organizational, social, legal, moral, and ethical aspects, as well as the necessity and dependencies of collaboration in order to achieve organizational success./Student zna i rozumie w zaawansowanym stopniu zasady funkcjonowania organizacji, w szczególności aspekty organizacyjne, społeczne, prawne, moralne i etyczne, a także konieczność i zależności podejmowania współpracy w celu osiągnięcia sukcesu organizacji. ↳ ZZ-ST2-MB-W04-25/26Z (P7S_WK) E2 - (U) A student is able to identify, interpret, analyze, and forecast socio-economic processes and phenomena (cultural, social, political, economic) for the purpose of creating specific managerial solutions, using normative systems correctly, including selected legal, professional, and ethical norms and rules, with the use of appropriately selected information/Student potrafi, celu tworzenia konkretnych rozwiązań problemów zarządczych, identyfikować, interpretować, analizować a także prognozować procesy i zjawiska społeczno-gospodarcze (kulturowe, społeczne, polityczne, ekonomiczne) posługując się prawidłowo systemami normatywnymi, w tym wybranymi normami i regułami prawnymi, zawodowymi, etycznymi, z wykorzystaniem właściwie wyselekcjonowanych informacji. ↳ ZZ-ST2-MB-U01-25/26Z (P7S_UW) E3 - (K) A student is ready to fulfill social obligations and co-organize activities for the benefit of the social environment/Student jest gotów do wypełniania zobowiązań społecznych, współorganizowania działalności na rzecz środowiska społecznego. ↳ ZZ-ST2-MB-K04-25/26Z (P7S_KR) E4 - (W) A student has an advanced understanding of the essence and specifics of managing individual functional areas of an organization/Student zna i rozumie w zaawansowanym stopniu istotę oraz specyfikę zarządzania poszczególnymi obszarami funkcjonalnymi przedsiębiorstwa. ↳ ZZ-ST2-MB-W02-25/26Z (P7S_WG)
Treści programowe przedmiotu
W1 - The evolution of marketing concepts. The emergence of sustainable marketing, its goals, and values/Ewolucja koncepcji marketingu. Wyłonienie się marketingu zrównoważonego, jego cel i wartości. W2 - Sustainable marketing strategies/Zrównoważone strategie marketingowe. W3 - Sustainable consumer behaviors/Zrównoważone zachowania nabywców. W4 - Development and market introduction of sustainable products, including: product design, its lifecycle, and sustainable production/Rozwój i wprowadzanie na rynek zrównoważonych produktów, w tym: projektowanie produktu, jego cykl życia i zrównoważona produkcja. W5 - Sustainable marketing communication/Zrównoważona komunikacja marketingowa. W6 - The importance of sustainable marketing values for stakeholders and customers of businesses/Znaczenie wartości marketingu zrównoważonego dla interesariuszy i klientów przedsiębiorstw.

Nazwa przedmiotu
Elective Lecture sem. 3/1 (grupa przedmiotów)
Przedmioty wchodzące w skład grupy przedmiotów
Nazwa przedmiotu i język prowadzenia zajęć
↳ Creative city in practice (język angielski)
Realizowane efekty uczenia się
E1 - (W) A student knows and understands the scientific fields relevant to spatial economy, including the theory and history of urban planning, and possesses a fundamental understanding of the economic and environmental aspects of managing and governing urban space, which includes areas that have been degraded. / Student zna i rozumie dziedziny naukowe właściwe dla gospodarki przestrzennej, w tym w zakresie teorii oraz historii urbanistyki. Ma podstawową wiedzę w zakresie ekonomicznych oraz środowiskowych skutków zarządzania i gospodarowania przestrzenią miejską, w tym obszarami zdegradowanymi.

↳ **ZZ-ST2-MB-W06-25/26Z (P7S_WG)**

E2 - (U) A student can independently gather information and subject it to creative analysis. / Student potrafi samodzielnie zdobywać informacje i poddawać je twórczej analizie.

↳ **ZZ-ST2-MB-U10-25/26Z (P7S_UW)**

E3 - (K) A student is ready to collaborate and work in a group, taking on various roles within it. A graduate is prepared to work in a team conducting joint studies and analyses. / Student jest gotów współpracować i działać w grupie, przyjmując w niej różne role. Jest przygotowany do pracy w zespole realizującym wspólne opracowania i analizy.

↳ **ZZ-ST2-MB-K06-25/26Z (P7S_KO)**

Treści programowe przedmiotu

W1 - The Introduction. The definitions of the concept of a Creative City. Goals of sustainable development. Causes of urban area degradation and revitalization methodologies. / Wstęp. Definicje pojęcia miasta kreatywnego. Cele rozwoju zrównoważonego. Przyczyny degradacji obszarów miejskich i metody rewitalizacji.

W2 - The creative city vs. the post-industrial city. The evolution of urban structures in the last half-century. / Creative city vs. post-industrial city. The evolution of urban structures in the last half-century.

W3 - The role of culture and cultural heritage in the process of building a creative city. / Rola kultury i dziedzictwa kulturowego w procesie budowy miasta kreatywnego.

W4 - The role of the revitalization projects and programs in the creative city emergence. The experiences from selected European and American cities / Rola projektów i programów z zakresu rewitalizacji w budowie miast kreatywnych. Doświadczenia z wybranych miast europejskich i amerykańskich.

W5 - Czy polskie miasta to miasta kreatywne? / Are Polish cities a creative cities?

Nazwa przedmiotu i język prowadzenia zajęć

↳ **Cultural and creative industries (język angielski)**

Realizowane efekty uczenia się

E1 - (W) The student knows and understands the specificity of cultural and creative industries in the context of public policy and commercial activity. / Student zna i rozumie specyfikę przemysłów kultury i kreatywnych w kontekście polityki publicznej i działalności komercyjnej.

↳ **ZZ-ST2-MB-W04-25/26Z (P7S_WK)**

↳ **ZZ-ST2-MB-W05-25/26Z (P7S_WK)**

↳ **ZZ-ST2-MB-W06-25/26Z (P7S_WG)**

E2 - (U) The student is able to propose solutions to challenges in the management of cultural and creative industries. / Student potrafi zaproponować rozwiązania dla wyzwań w zarządzaniu przemysłami kultury i kreatywnymi.

↳ **ZZ-ST2-MB-U05-25/26Z (P7S_UK)**

↳ **ZZ-ST2-MB-U10-25/26Z (P7S_UW)**

E3 - (K) The student is ready to take action to promote the socio-economic potential of culture in local development. / Student jest gotów do podejmowania działań na rzecz promocji społeczno-ekonomicznego potencjału kultury w rozwoju lokalnym.

↳ **ZZ-ST2-MB-K03-25/26Z (P7S_KO)**

↳ **ZZ-ST2-MB-K06-25/26Z (P7S_KO)**

E4 - (W) The student knows and understands the cultural and social value of goods and services offered by cultural and creative industries. / Student zna i rozumie wartość kulturową i społeczną dóbr i usług oferowanych przez przemysły kultury i kreatywne.

↳ **ZZ-ST2-MB-W06-25/26Z (P7S_WG)**

Treści programowe przedmiotu

W1 - Socio-economic potential of the cultural sector (how to measure the socio-economic impact of the sector?) / Społeczno-ekonomiczny potencjał sektora kultury (jak mierzyć wpływ społeczno-ekonomiczny sektora?)

W2 - Cultural and creative industries – between creativity and business / Przemysły kultury i kreatywne – pomiędzy kreatywnością a biznesem

W4 - Public media as an example of public goods (should the state finance culture?) / Media publiczne jako przykład dóbr publicznych (czy państwo powinno finansować kulturę?)

W4 - Economics and management in the culture and creative industry – selected aspects (case studies) / Ekonomia i zarządzanie w przemyśle kultury i kreatywnym – wybrane aspekty (case study)

W5 - The creative class, creator Labour markets, and copyright / Klasa kreatywna, rynki pracy twórców i prawo autorskie

W6 - Cultural and creative industries facing the challenges of the triple transformation (social, digital and green). Artificial intelligence and creative activity / Przemysły kultury i kreatywne wobec wyzwań potrójnej transformacji (społecznej, cyfrowej i zielonej). Sztuczna inteligencja a działalność twórcza

W7 - Krakow, a city of creative industries? / Kraków miasto przemysłów kreatywnych?

Nazwa przedmiotu i język prowadzenia zajęć

↳ **Culture/heritage in international relation (język angielski)**

Realizowane efekty uczenia się
E1 - (W) The student knows and understands the role of culture and heritage in building international relations and in managing cultural risk. / Student zna i rozumie rolę kultury i dziedzictwa w budowaniu relacji międzynarodowych oraz w zarządzaniu ryzykiem kulturowym. ↳ ZZ-ST2-MB-W04-25/26Z (P7S_WK) ↳ ZZ-ST2-MB-W06-25/26Z (P7S_WG) E2 - (W) The student knows and understands the activities of the most important institutions, documents and legal mechanisms regulating the protection of heritage and the promotion of culture at the international level. / Student zna i rozumie działania najważniejszych instytucji, dokumentów i mechanizmów prawnych regulujących ochronę dziedzictwa i promocję kultury na poziomie międzynarodowym ↳ ZZ-ST2-MB-W04-25/26Z (P7S_WK) ↳ ZZ-ST2-MB-W06-25/26Z (P7S_WG) E4 - (U) The student is able to analyse the influence of culture and heritage on political and business decisions in different regions of the world. / Student potrafi analizować wpływ kultury i dziedzictwa na decyzje polityczne i biznesowe w różnych regionach świata. ↳ ZZ-ST2-MB-U10-25/26Z (P7S_UW) E5 - (U) The student is able to identify the potential and threats associated with the use of heritage in diplomacy and international projects. / Student potrafi identyfikować potencjały i zagrożenia związane z wykorzystaniem dziedzictwa w dyplomacji oraz projektach międzynarodowych. ↳ ZZ-ST2-MB-U06-25/26Z (P7S_UK) ↳ ZZ-ST2-MB-U10-25/26Z (P7S_UW) E7 - (K) The student is ready to demonstrate cultural sensitivity and awareness of the importance of heritage and cultural memory in building international relations and shaping collective identities. / Student jest gotów do wykazania wrażliwości kulturowej oraz świadomości znaczenia dziedzictwa i pamięci kulturowej w budowaniu relacji międzynarodowych oraz kształtowaniu tożsamości zbiorowych ↳ ZZ-ST2-MB-K06-25/26Z (P7S_KO) ↳ ZZ-ST2-MB-K07-25/26Z (P7S_KO) E8 - (K) The student is ready to promote intercultural dialogue and protect cultural values in international strategies. / Student jest gotów do promowania dialogu międzykulturowego oraz ochrony wartości kulturowych w strategiach międzynarodowych. ↳ ZZ-ST2-MB-K06-25/26Z (P7S_KO) ↳ ZZ-ST2-MB-K07-25/26Z (P7S_KO)
Treści programowe przedmiotu
W1 - Culture and heritage as a strategic resource in international relations / Kultura i dziedzictwo jako zasób strategiczny w stosunkach międzynarodowych W2 - Cultural heritage in global politics and international cooperation / Dziedzictwo kulturowe w polityce globalnej i współpracy międzynarodowej W4 - Cultural diplomacy and soft power in international relations / Dyplomacja kulturalna i soft power w relacjach międzynarodowych W5 - National branding and cultural heritage in international promotion / Branding narodowy i dziedzictwo kulturowe w promocji międzynarodowej W6 - Managing cultural risk in international negotiations / Zarządzanie ryzykiem kulturowym w negocjacjach międzynarodowych W7 - Heritage protection and global sustainable development policies / Ochrona dziedzictwa a globalne polityki zrównoważonego rozwoju W8 - Case study: investment in cultural heritage in the context of international diplomacy / Studium przypadku: Inwestycje w dziedzictwo kulturowe w kontekście dyplomacji międzynarodowej

Nazwa przedmiotu				
Elective Lecture sem. 3/2 (grupa przedmiotów)				
Przedmioty wchodzące w skład grupy przedmiotów				
<table> <tr> <th>Nazwa przedmiotu i język prowadzenia zajęć</th></tr> <tr> <td>↳ Consumer Behavior in Smart Cities (język angielski)</td></tr> <tr> <th>Realizowane efekty uczenia się</th></tr> <tr> <td> E1 - (W) A student knows and understands the smart city concept. / Student zna i rozumie koncepcję smart city. ↳ ZZ-ST2-MB-W01-25/26Z (P7S_WG) E2 - (W) The student knows and understands the specifics of city management, including the need of cooperation with local stakeholders. / Student zna i rozumie specyfikę zarządzania miastem, w tym konieczność współpracy z różnymi lokalnymi </td></tr> </table>	Nazwa przedmiotu i język prowadzenia zajęć	↳ Consumer Behavior in Smart Cities (język angielski)	Realizowane efekty uczenia się	E1 - (W) A student knows and understands the smart city concept. / Student zna i rozumie koncepcję smart city. ↳ ZZ-ST2-MB-W01-25/26Z (P7S_WG) E2 - (W) The student knows and understands the specifics of city management, including the need of cooperation with local stakeholders. / Student zna i rozumie specyfikę zarządzania miastem, w tym konieczność współpracy z różnymi lokalnymi
Nazwa przedmiotu i język prowadzenia zajęć				
↳ Consumer Behavior in Smart Cities (język angielski)				
Realizowane efekty uczenia się				
E1 - (W) A student knows and understands the smart city concept. / Student zna i rozumie koncepcję smart city. ↳ ZZ-ST2-MB-W01-25/26Z (P7S_WG) E2 - (W) The student knows and understands the specifics of city management, including the need of cooperation with local stakeholders. / Student zna i rozumie specyfikę zarządzania miastem, w tym konieczność współpracy z różnymi lokalnymi				

interesariuszami.

↳ ZZ-ST2-MB-W02-25/26Z (P7S_WG)

E3 - (U) A student can critically analyse and assess the behaviour of a consumer in the contemporary city space. / Student potrafi krytycznie przeanalizować i ocenić zachowanie konsumenta w przestrzeni współczesnego miasta.

↳ ZZ-ST2-MB-U02-25/26Z (P7S_UW)

E4 - (K) A student is ready to use diverse modern technologies available in a smart city, taking into account the different stakeholders offering these solutions (including city authorities and private entrepreneurs) and different perspectives (including national and international). / Student jest gotów wykorzystywać różne współczesne technologie oferowane w ramach smart city przez różnego typu interesariuszy (w tym władze miasta i prywatne przedsiębiorstwa) i w różnych kontekstach (zarówno krajowym jak i międzynarodowym).

↳ ZZ-ST2-MB-K02-25/26Z (P7S_KK)

↳ ZZ-ST2-MB-K07-25/26Z (P7S_KO)

Treści programowe przedmiotu

W1 - The smart city concept. / Koncepcja smart city.

W2 - Fundamentals of modern city management. / Podstawy zarządzania współczesnym miastem.

W3 - Theories and paradoxes regarding consumer behavior. / Teorie i paradoksy związane z zachowaniami konsumenta.

W4 - Review of modern consumer-related trends. / Przegląd współczesnych trendów w zachowaniach konsumenta.

W5 - Public services consumption in smart cities. / Konsumpcja usług publicznych w miastach typu smart city.

W6 - The consumer behavior in contemporary retailing services. / Zachowania konsumenta na współczesne usługi handlu detalicznego.

C1 - The smart city concept benefits and risks – case studies. / Koncepcja smart city z perspektywy korzyści i zagrożeń - studia przypadków.

C2 - Determinants of consumption – discussions. / Determinanty konsumpcji - dyskusja.

C3 - Dimensions and cycle of consumption - case studies. / Wymiary oraz fazy konsumpcji - studia przypadku.

C4 - Theories and paradoxes in consumer behavior – the practical perspective. / Teorie i paradoksy w zachowaniach konsumenta - perspektywa praktyczna.

C5 - Modern consumer trends – case studies. / Współczesne trendy w konsumpcji - studia przypadków.

C6 - Public service consumption in smart cities - case studies. / Konsumpcja usług publicznych w smart city - studia przypadków.

C7 - The consumer behavior in contemporary retailing services – case studies. / Zachowania nabywcze konsumenta na usługi współczesnego handlu detalicznego - studia przypadków.

Nazwa przedmiotu i język prowadzenia zajęć

↳ **Contemporary Destination Management (język angielski)**

Realizowane efekty uczenia się

E1 - (W) A student knows and understands the specificity of local development. / Student zna i rozumie specyfikę rozwoju lokalnego.

↳ ZZ-ST2-MB-W01-25/26Z (P7S_WG)

E2 - (W) A student knows and understands the character and tools of destination management. / Student zna i rozumie charakter i narzędzia zarządzania destynacją.

↳ ZZ-ST2-MB-W02-25/26Z (P7S_WG)

E3 - (U) A student can understand the role and work of different stakeholders in destination management and cooperate with these entities. / Student potrafi zrozumieć rolę i pracę różnych interesariuszy w ramach zarządzania destynacją, jak i współpracować z tymi podmiotami.

↳ ZZ-ST2-MB-U03-25/26Z (P7S_UW)

E4 - (K) A student is ready to contribute to sustainable destination management / Student jest gotów do pracy na rzecz zrównoważonego zarządzania destynacjami.

↳ ZZ-ST2-MB-K06-25/26Z (P7S_KO)

Treści programowe przedmiotu

W1 - Local development in destinations / Rozwój lokalny w destynacjach

W2 - Destination product development / Produkt destynacji - perspektywa marketingowa

W3 - Partnerships and team building in destinations / Tworzenie partnerstw i zespołów w destynacjach

W4 - Community and stakeholder relations / Relacje ze społecznością lokalną i interesariuszami

W5 - Destination governance / koncepcja governance w destynacji

W6 - Destination branding / Tworzenie marki w destynacji

W7 - Marketing communication / Komunikacja marketingowa

W8 - Destination markets / Rynki destynacji

C1 - Local development in destinations - case studies / Rozwój lokalny w destynacjach - studia przypadków

C2 - Destination product development - case studies / Produkt destynacji - perspektywa marketingowa - studia przypadków

C3 - Community and stakeholder relations - case studies / Relacje ze społecznością lokalną i interesariuszami - studia przypadków

C4 - Destination branding - case studies / Tworzenie marki w destynacji - studia przypadków

C5 - Destination markets - case studies and discussion / Rynki destynacji - studia przypadków i dyskusja

Nazwa przedmiotu							
Elective Lecture sem. 4/1 (grupa przedmiotów)							
Przedmioty wchodzące w skład grupy przedmiotów							
<table> <tr> <th>Nazwa przedmiotu i język prowadzenia zajęć</th></tr> <tr> <td>↳ Dehumanization in the digital and automation era (język angielski)</td></tr> <tr> <th>Realizowane efekty uczenia się</th></tr> <tr> <td> E1 - (W) The student knows and understands key concepts and theories related to dehumanization in the era of digitalization and automation, as well as how modern technologies impact human relations, organizational structures, and the functioning of contemporary workplaces in ethical, social, and managerial contexts./Student zna i rozumie kluczowe pojęcia oraz teorie związane ze zjawiskiem dehumanizacji w erze cyfryzacji i automatyzacji, a także wpływ nowoczesnych technologii na relacje międzyludzkie, strukturę organizacyjną oraz funkcjonowanie współczesnych miejsc pracy w kontekście etycznym, społecznym i zarządczym ↳ ZZ-ST2-MB-W01-25/26Z (P7S_WG) ↳ ZZ-ST2-MB-W02-25/26Z (P7S_WG) ↳ ZZ-ST2-MB-W04-25/26Z (P7S_WK) E2 - (U) The student is able to identify and analyze manifestations of dehumanization in the workplace related to the implementation of digital technologies and automation. They can critically assess the impact of these processes on employees, communication, and organizational culture, and formulate recommendations to minimize the negative effects of dehumanization./Student potrafi identyfikować i analizować przejawy dehumanizacji w środowisku pracy związane z wdrażaniem technologii cyfrowych i automatyzacji. Potrafi krytycznie ocenić wpływ tych procesów na pracowników, komunikację i kulturę organizacyjną oraz formułować rekomendacje dotyczące działań minimalizujących negatywne skutki dehumanizacji. ↳ ZZ-ST2-MB-U01-25/26Z (P7S_UW) ↳ ZZ-ST2-MB-U03-25/26Z (P7S_UW) E3 - (K) The student is ready to engage in constructive discussions on the impact of digitalization and automation on the social aspects of work, to collaborate in interdisciplinary teams, considering various ethical and social perspectives, and demonstrate a willingness to take actions aimed at mitigating the effects of dehumanization in organizations./Student jest gotów do angażowania się w konstruktywne dyskusje na temat wpływu cyfryzacji i automatyzacji na społeczne aspekty pracy, do współpracy w zespołach interdyscyplinarnych, biorąc pod uwagę różne perspektywy etyczne i społeczne, a także do podejmowania działań mających na celu łagodzenie skutków dehumanizacji w organizacjach. ↳ ZZ-ST2-MB-K01-25/26Z (P7S_KK) ↳ ZZ-ST2-MB-K02-25/26Z (P7S_KK) ↳ ZZ-ST2-MB-K03-25/26Z (P7S_KO) ↳ ZZ-ST2-MB-K04-25/26Z (P7S_KR) ↳ ZZ-ST2-MB-K05-25/26Z (P7S_KR) </td></tr> <tr> <th>Treści programowe przedmiotu</th></tr> <tr> <td> W1 - The Paradox of Technology: Empowerment vs. Dehumanization/ Paradoxs techniki: Wzmocnienie vs. dehumanizacja W2 - The Impact of Digitalization on Human Interaction in the Workplace/Wpływ cyfryzacji na interakcje międzyludzkie w miejscu pracy W3 - Automation and the Future of Work: Opportunities and Risks/Automatyzacja i przyszłość pracy: szanse i ryzyka W4 - Dehumanization of Work in the Context of Technological Transformation/Dehumanizacja pracy w warunkach przemian technologicznych W5 - The Concept and History of Humanization of Work: Past and Present/ Pojęcie i koncepcje humanizacji pracy – historia W6 - The Phenomenon of Dehumanization of Work and Its Effects on Humans/ Zjawisko dehumanizacji pracy i skutki jego oddziaływania na człowieka W7 - Methods of Identifying, Studying, and Eliminating Dehumanizing Factors in the Work Process/ Metody identyfikacji, badania i eliminacji czynników dehumanizujących w procesie pracy W8 - Eutyphronics of Józef Bańka: Techniques for Addressing Psychological Needs and the Economic Effects of Automation/ Eutyfronika Józefa Bańki: Techniki rozpatrywane z punktu widzenia potrzeb psychicznych człowieka i ekonomicznych efektów automatyzacji </td></tr> <tr> <th>Nazwa przedmiotu i język prowadzenia zajęć</th></tr> </table>	Nazwa przedmiotu i język prowadzenia zajęć	↳ Dehumanization in the digital and automation era (język angielski)	Realizowane efekty uczenia się	E1 - (W) The student knows and understands key concepts and theories related to dehumanization in the era of digitalization and automation, as well as how modern technologies impact human relations, organizational structures, and the functioning of contemporary workplaces in ethical, social, and managerial contexts./Student zna i rozumie kluczowe pojęcia oraz teorie związane ze zjawiskiem dehumanizacji w erze cyfryzacji i automatyzacji, a także wpływ nowoczesnych technologii na relacje międzyludzkie, strukturę organizacyjną oraz funkcjonowanie współczesnych miejsc pracy w kontekście etycznym, społecznym i zarządczym ↳ ZZ-ST2-MB-W01-25/26Z (P7S_WG) ↳ ZZ-ST2-MB-W02-25/26Z (P7S_WG) ↳ ZZ-ST2-MB-W04-25/26Z (P7S_WK) E2 - (U) The student is able to identify and analyze manifestations of dehumanization in the workplace related to the implementation of digital technologies and automation. They can critically assess the impact of these processes on employees, communication, and organizational culture, and formulate recommendations to minimize the negative effects of dehumanization./Student potrafi identyfikować i analizować przejawy dehumanizacji w środowisku pracy związane z wdrażaniem technologii cyfrowych i automatyzacji. Potrafi krytycznie ocenić wpływ tych procesów na pracowników, komunikację i kulturę organizacyjną oraz formułować rekomendacje dotyczące działań minimalizujących negatywne skutki dehumanizacji. ↳ ZZ-ST2-MB-U01-25/26Z (P7S_UW) ↳ ZZ-ST2-MB-U03-25/26Z (P7S_UW) E3 - (K) The student is ready to engage in constructive discussions on the impact of digitalization and automation on the social aspects of work, to collaborate in interdisciplinary teams, considering various ethical and social perspectives, and demonstrate a willingness to take actions aimed at mitigating the effects of dehumanization in organizations./Student jest gotów do angażowania się w konstruktywne dyskusje na temat wpływu cyfryzacji i automatyzacji na społeczne aspekty pracy, do współpracy w zespołach interdyscyplinarnych, biorąc pod uwagę różne perspektywy etyczne i społeczne, a także do podejmowania działań mających na celu łagodzenie skutków dehumanizacji w organizacjach. ↳ ZZ-ST2-MB-K01-25/26Z (P7S_KK) ↳ ZZ-ST2-MB-K02-25/26Z (P7S_KK) ↳ ZZ-ST2-MB-K03-25/26Z (P7S_KO) ↳ ZZ-ST2-MB-K04-25/26Z (P7S_KR) ↳ ZZ-ST2-MB-K05-25/26Z (P7S_KR)	Treści programowe przedmiotu	W1 - The Paradox of Technology: Empowerment vs. Dehumanization/ Paradoxs techniki: Wzmocnienie vs. dehumanizacja W2 - The Impact of Digitalization on Human Interaction in the Workplace/Wpływ cyfryzacji na interakcje międzyludzkie w miejscu pracy W3 - Automation and the Future of Work: Opportunities and Risks/Automatyzacja i przyszłość pracy: szanse i ryzyka W4 - Dehumanization of Work in the Context of Technological Transformation/Dehumanizacja pracy w warunkach przemian technologicznych W5 - The Concept and History of Humanization of Work: Past and Present/ Pojęcie i koncepcje humanizacji pracy – historia W6 - The Phenomenon of Dehumanization of Work and Its Effects on Humans/ Zjawisko dehumanizacji pracy i skutki jego oddziaływania na człowieka W7 - Methods of Identifying, Studying, and Eliminating Dehumanizing Factors in the Work Process/ Metody identyfikacji, badania i eliminacji czynników dehumanizujących w procesie pracy W8 - Eutyphronics of Józef Bańka: Techniques for Addressing Psychological Needs and the Economic Effects of Automation/ Eutyfronika Józefa Bańki: Techniki rozpatrywane z punktu widzenia potrzeb psychicznych człowieka i ekonomicznych efektów automatyzacji	Nazwa przedmiotu i język prowadzenia zajęć
Nazwa przedmiotu i język prowadzenia zajęć							
↳ Dehumanization in the digital and automation era (język angielski)							
Realizowane efekty uczenia się							
E1 - (W) The student knows and understands key concepts and theories related to dehumanization in the era of digitalization and automation, as well as how modern technologies impact human relations, organizational structures, and the functioning of contemporary workplaces in ethical, social, and managerial contexts./Student zna i rozumie kluczowe pojęcia oraz teorie związane ze zjawiskiem dehumanizacji w erze cyfryzacji i automatyzacji, a także wpływ nowoczesnych technologii na relacje międzyludzkie, strukturę organizacyjną oraz funkcjonowanie współczesnych miejsc pracy w kontekście etycznym, społecznym i zarządczym ↳ ZZ-ST2-MB-W01-25/26Z (P7S_WG) ↳ ZZ-ST2-MB-W02-25/26Z (P7S_WG) ↳ ZZ-ST2-MB-W04-25/26Z (P7S_WK) E2 - (U) The student is able to identify and analyze manifestations of dehumanization in the workplace related to the implementation of digital technologies and automation. They can critically assess the impact of these processes on employees, communication, and organizational culture, and formulate recommendations to minimize the negative effects of dehumanization./Student potrafi identyfikować i analizować przejawy dehumanizacji w środowisku pracy związane z wdrażaniem technologii cyfrowych i automatyzacji. Potrafi krytycznie ocenić wpływ tych procesów na pracowników, komunikację i kulturę organizacyjną oraz formułować rekomendacje dotyczące działań minimalizujących negatywne skutki dehumanizacji. ↳ ZZ-ST2-MB-U01-25/26Z (P7S_UW) ↳ ZZ-ST2-MB-U03-25/26Z (P7S_UW) E3 - (K) The student is ready to engage in constructive discussions on the impact of digitalization and automation on the social aspects of work, to collaborate in interdisciplinary teams, considering various ethical and social perspectives, and demonstrate a willingness to take actions aimed at mitigating the effects of dehumanization in organizations./Student jest gotów do angażowania się w konstruktywne dyskusje na temat wpływu cyfryzacji i automatyzacji na społeczne aspekty pracy, do współpracy w zespołach interdyscyplinarnych, biorąc pod uwagę różne perspektywy etyczne i społeczne, a także do podejmowania działań mających na celu łagodzenie skutków dehumanizacji w organizacjach. ↳ ZZ-ST2-MB-K01-25/26Z (P7S_KK) ↳ ZZ-ST2-MB-K02-25/26Z (P7S_KK) ↳ ZZ-ST2-MB-K03-25/26Z (P7S_KO) ↳ ZZ-ST2-MB-K04-25/26Z (P7S_KR) ↳ ZZ-ST2-MB-K05-25/26Z (P7S_KR)							
Treści programowe przedmiotu							
W1 - The Paradox of Technology: Empowerment vs. Dehumanization/ Paradoxs techniki: Wzmocnienie vs. dehumanizacja W2 - The Impact of Digitalization on Human Interaction in the Workplace/Wpływ cyfryzacji na interakcje międzyludzkie w miejscu pracy W3 - Automation and the Future of Work: Opportunities and Risks/Automatyzacja i przyszłość pracy: szanse i ryzyka W4 - Dehumanization of Work in the Context of Technological Transformation/Dehumanizacja pracy w warunkach przemian technologicznych W5 - The Concept and History of Humanization of Work: Past and Present/ Pojęcie i koncepcje humanizacji pracy – historia W6 - The Phenomenon of Dehumanization of Work and Its Effects on Humans/ Zjawisko dehumanizacji pracy i skutki jego oddziaływania na człowieka W7 - Methods of Identifying, Studying, and Eliminating Dehumanizing Factors in the Work Process/ Metody identyfikacji, badania i eliminacji czynników dehumanizujących w procesie pracy W8 - Eutyphronics of Józef Bańka: Techniques for Addressing Psychological Needs and the Economic Effects of Automation/ Eutyfronika Józefa Bańki: Techniki rozpatrywane z punktu widzenia potrzeb psychicznych człowieka i ekonomicznych efektów automatyzacji							
Nazwa przedmiotu i język prowadzenia zajęć							

↳ Intellectual capital management (język angielski)
Realizowane efekty uczenia się
E1 - (W) Student knows and understands the phenomena of organization's intellectual capital./Student zna i rozumie zjawisko kapitału intelektualnego organizacji. ↳ ZZ-ST2-MB-W02-25/26Z (P7S_WG) ↳ ZZ-ST2-MB-W04-25/26Z (P7S_WK) E2 - (U) Student can analyze the structure of the organization's intellectual capital./Student potrafi analizować strukturę kapitału intelektualnego organizacji. ↳ ZZ-ST2-MB-U01-25/26Z (P7S_UW) E3 - (U) Student can use particular methods to measure the organization's intellectual capital./Student potrafi stosować określone metody pomiaru kapitału intelektualnego organizacji. ↳ ZZ-ST2-MB-U01-25/26Z (P7S_UW) ↳ ZZ-ST2-MB-U02-25/26Z (P7S_UW) ↳ ZZ-ST2-MB-U05-25/26Z (P7S_UK) E4 - (K) Student is ready to realize projects, develop and deliver multimedia presentations in the form of teamwork./Student jest gotów do realizacji projektów, opracowywania i dostarczania prezentacji multimedialnych w formie pracy zespołowej. ↳ ZZ-ST2-MB-K01-25/26Z (P7S_KK) ↳ ZZ-ST2-MB-K02-25/26Z (P7S_KK) ↳ ZZ-ST2-MB-K04-25/26Z (P7S_KR)
Treści programowe przedmiotu
W1 - Increase the importance of the organization's intangible resources and build and maintain competitive advantage. Intangible resources and intellectual capital - relationships of concepts. The intellectual capital of the organization - the roots of the concept./Wzrost znaczenia niematerialnych zasobów organizacji w budowaniu trwałej przewagi konkurencyjnej. Niematerialne zasoby i kapitał intelektualny - relacje pojęć. Kapitał intelektualny organizacji - korzenie pojęcia. W2 - The essence and specificity of intellectual capital. Static and dynamic perspective on the perception and definition of the organization's intellectual capital. Structure of the organization's intellectual capital. Sub-capitals and their interdependencies within the framework of selected concepts of intellectual capital management./Istota i specyfika kapitału intelektualnego. Statyczna i dynamiczna perspektywa postrzegania i definiowania kapitału intelektualnego organizacji. Struktura kapitału intelektualnego organizacji. Subkapitały i ich współzależności w ramach wybranych koncepcji zarządzania kapitałem intelektualnym. W3 - Valuing the organization's intellectual capital. Evolution of methods for measuring intellectual capital. External and internal measures. Methods for assessing an organization's intellectual capital based on market capitalization and asset return. Direct methods of measuring intellectual capital and point card methods./Wycena kapitału intelektualnego organizacji. Ewolucja metod pomiaru kapitału intelektualnego. Miary zewnętrzne i wewnętrzne. Metody oceny kapitału intelektualnego organizacji na podstawie kapitalizacji rynkowej i zwrotu z aktywów. Bezpośrednie metody pomiaru kapitału intelektualnego i metody kart punktowych. W4 - Employees in a knowledge-based economy. Fourth industrial revolution and its consequences. Towards the human capital of the new economy. Subpopulations of knowledge-based organizations employees. Professionals and their characteristics. Work environment knowledge worker./Pracownicy w gospodarce opartej na wiedzy. Czwarta rewolucja przemysłowa i jej konsekwencje. W kierunku kapitału ludzkiego nowej gospodarki. Podpopulacje pracowników organizacji opartych na wiedzy. Profesjonaliści i ich cechy. Środowisko pracy pracownika wiedzy.

Nazwa przedmiotu				
Elective Lecture sem. 4/2 (grupa przedmiotów)				
Przedmioty wchodzące w skład grupy przedmiotów				
<table> <tr> <td>Nazwa przedmiotu i język prowadzenia zajęć</td></tr> <tr> <td>↳ Evidence based management (język angielski)</td></tr> <tr> <td>Realizowane efekty uczenia się</td></tr> <tr> <td> E1 - (W) The student knows and understands the principles of evidence-based management, including the hierarchy of evidence, sources of organizational knowledge, and the role of systematic appraisal in managerial decision-making. / Student zna i rozumie zasady zarządzania opartego na dowodach, w tym hierarchię dowodów, źródła wiedzy organizacyjnej oraz funkcję systematycznej oceny w podejmowaniu decyzji menedżerskich. ↳ ZZ-ST2-MB-W02-25/26Z (P7S_WG) ↳ ZZ-ST2-MB-W03-25/26Z (P7S_WK) E2 - (U) The student is able to formulate management problems, systematically search for and evaluate empirical evidence, and integrate it with practitioner expertise and organization's stakeholders' concerns. / Student potrafi formułować problemy </td></tr> </table>	Nazwa przedmiotu i język prowadzenia zajęć	↳ Evidence based management (język angielski)	Realizowane efekty uczenia się	E1 - (W) The student knows and understands the principles of evidence-based management, including the hierarchy of evidence, sources of organizational knowledge, and the role of systematic appraisal in managerial decision-making. / Student zna i rozumie zasady zarządzania opartego na dowodach, w tym hierarchię dowodów, źródła wiedzy organizacyjnej oraz funkcję systematycznej oceny w podejmowaniu decyzji menedżerskich. ↳ ZZ-ST2-MB-W02-25/26Z (P7S_WG) ↳ ZZ-ST2-MB-W03-25/26Z (P7S_WK) E2 - (U) The student is able to formulate management problems, systematically search for and evaluate empirical evidence, and integrate it with practitioner expertise and organization's stakeholders' concerns. / Student potrafi formułować problemy
Nazwa przedmiotu i język prowadzenia zajęć				
↳ Evidence based management (język angielski)				
Realizowane efekty uczenia się				
E1 - (W) The student knows and understands the principles of evidence-based management, including the hierarchy of evidence, sources of organizational knowledge, and the role of systematic appraisal in managerial decision-making. / Student zna i rozumie zasady zarządzania opartego na dowodach, w tym hierarchię dowodów, źródła wiedzy organizacyjnej oraz funkcję systematycznej oceny w podejmowaniu decyzji menedżerskich. ↳ ZZ-ST2-MB-W02-25/26Z (P7S_WG) ↳ ZZ-ST2-MB-W03-25/26Z (P7S_WK) E2 - (U) The student is able to formulate management problems, systematically search for and evaluate empirical evidence, and integrate it with practitioner expertise and organization's stakeholders' concerns. / Student potrafi formułować problemy				

zarządzania, systematycznie wyszukiwać i oceniać dane empiryczne oraz integrować je z wiedzą praktyków i perspektywą interesariuszy organizacji.

↳ ZZ-ST2-MB-U01-25/26Z (P7S_UW)

↳ ZZ-ST2-MB-U04-25/26Z (P7S_UW)

E3 - (K) The student is ready to adopt a reflective and skeptical mindset, valuing transparency, ethical responsibility, and continuous learning in applying evidence to management practice. / Student jest gotów do przyjęcia refleksyjnego i sceptycznego nastawienia, ceniąc przejrzystość, odpowiedzialność etyczną i ciągle uczenie się w stosowaniu dowodów w praktyce zarządzania.

↳ ZZ-ST2-MB-K01-25/26Z (P7S_KK)

↳ ZZ-ST2-MB-K02-25/26Z (P7S_KK)

Treści programowe przedmiotu

W1 - Introduction to Evidence-Based Management (EBMgt) / Wprowadzenie do zarządzania opartego na dowodach (EBMgt)

W2 - Hierarchy and quality of evidence / Hierarchia i jakość dowodów

W3 - Framing management problems within EBMgt / Formułowanie problemów zarządzania w ramach EBMgt

W4 - Searching for evidence systematically / Systematyczne wyszukiwanie dowodów

W5 - Appraising and synthesizing evidence / Krytyczna ocena i synteza dowodów

W6 - Applying evidence to practice / Zastosowanie dowodów w praktyce

W7 - Ethics and mindset of EBMgt / Etyka i sposób myślenia w zarządzaniu opartym na dowodach

W8 - Summary of concepts and future of EBMgt / Podsumowanie koncepcji i przyszłość EBMgt

Nazwa przedmiotu i język prowadzenia zajęć

↳ **Sustainable organization management (język angielski)**

Realizowane efekty uczenia się

E1 - (W) A student knows and understands the economic, legal, and ethical conditions for making decisions in the area of management, as well as the systems, methods, and techniques supporting the decision-making process/Student zna i rozumie uwarunkowania ekonomiczne, prawne, etyczne realizacji procesów decyzyjnych w obszarze zarządzania, wykorzystywanych systemów, metod i technik wspierających proces decyzyjny.

↳ ZZ-ST2-MB-W01-25/26Z (P7S_WG)

↳ ZZ-ST2-MB-W02-25/26Z (P7S_WG)

E2 - (U) A student is able to independently plan and then carry out their own lifelong learning process, as well as inspire others to continue their development/Student potrafi samodzielnie zaplanować, a następnie zrealizować proces własnego uczenia się przez całe życie, oraz inspirować innych do dalszego rozwoju.

↳ ZZ-ST2-MB-U09-25/26Z (P7S_UU)

E3 - (K) A student is ready to fulfill social obligations and co-organize activities for the benefit of the community/Student jest gotów do wypełniania zobowiązań społecznych oraz współorganizowania działalności na rzecz środowiska społecznego.

↳ ZZ-ST2-MB-K04-25/26Z (P7S_KR)

Treści programowe przedmiotu

W1 - Sustainable development: its essence, specificity, and key characteristics/Zrównoważony rozwój, jego istota, specyfika i cechy zasadnicze.

W2 - The structure of sustainable development/Struktura zrównoważonego rozwoju.

W3 - Indicators of sustainable development/Wskaźniki zrównoważonego rozwoju.

W4 - Assumptions of sustainable development in business management/Założenia zrównoważonego rozwoju w zarządzaniu przedsiębiorstwem.

W5 - Corporate social responsibility as a component of the sustainable development concept/Społeczna odpowiedzialność organizacji elementem składowym koncepcji zrównoważonego rozwoju.

W6 - Environmental responsibility of organizations as a component of the sustainable development concept/Ekologiczna odpowiedzialność organizacji elementem składowym koncepcji zrównoważonego rozwoju.

W7 - The role of human resources in sustainable organizational management/Rola zasobów ludzkich w zrównoważonym zarządzaniu organizacją.

W8 - Investments in the area of sustainable development/Inwestycje w zakresie zrównoważonego rozwoju.

W9 - Controversies in the field of sustainable organizational management/Kontrowersje w obszarze zrównoważonego zarządzania organizacją.

Nazwa przedmiotu

Foreign Language

Język prowadzenia zajęć

różne języki
Realizowane efekty uczenia się
E1 - (W) The student has a deepened knowledge and understanding of the system of the target language as appropriate to their level (according to the Common European Framework of Reference for Languages), which enables understanding of verbal and written communication, as well as producing verbal and written communication in the selected language within the thematic field. / Zna i rozumie w pogłębionym stopniu system języka docelowego odpowiedni do swojego poziomu, określonego w Europejskim Systemie Opisu Kształcenia Językowego, który umożliwia zrozumienie przekazu ustnego i pisanego, jak również komunikację werbalną i pisemną w wybranym języku w zakresie tematyki kierunkowej. ↳ ZZ-ST2-MB-W04-25/26Z (P7S_WK) E2 - (U) The student is able to express, in a manner adequate to the required level of the selected language, the essential aspects of problems presented in complex texts related to professional topics within their thematic field. The student is also able to convey substantive content in the form of a presentation or as part of a business meeting. The student is able to work in a team, also in an international environment. The student is able to consciously implement the self-education process and to share knowledge. / Potrafi wyrazić w sposób adekwatny do wymaganego poziomu wybranego języka zasadnicze aspekty problemów przedstawianych w tekstach złożonych, łącznie z dyskusją specjalistyczną w zakresie kierunkowej tematyki zawodowej. Potrafi przekazać treści merytoryczne w formie prezentacji bądź w ramach spotkania biznesowego. Potrafi pracować w zespole, również w środowisku międzynarodowym. Potrafi świadomie realizować proces samokształcenia oraz dzielić się wiedzą. ↳ ZZ-ST2-MB-U06-25/26Z (P7S_UK) E3 - (K) The student is ready to establish communicative interaction in the selected language, both to initiate and to maintain business contacts. The student is also ready to deal with conflicts. / Jest gotów do nawiązania interakcji komunikacyjnej w wybranym języku, zarówno w celu zainicjowania, jak i podtrzymania kontaktów służbowych. Jest gotów radzić sobie w sytuacjach konfliktowych. ↳ ZZ-ST2-MB-K03-25/26Z (P7S_KO)
Treści programowe przedmiotu
J1 - Deepened aspects of economics and business, in accordance with the syllabus available on the CJ website and taking into account the language level according to the CEFR scale. / Pogłębione zagadnienia ekonomii i biznesu zgodnie z sylabusem dostępnym na stronie internetowej CJ oraz z uwzględnieniem poziomu językowego wg skali CEFR. J2 - Detailed issues specific to the field of study in accordance with the CJ syllabus and taking into account the language level according to the CEFR scale. / Szczegółowe zagadnienia specyficzne dla kierunku zgodnie z sylabusem CJ oraz z uwzględnieniem poziomu językowego wg skali CEFR. J3 - Elements of systemic knowledge of the language appropriate for the language level (grammar, syntax, phraseology, phonetics) in accordance with the CJ syllabus and taking into account the language level according to the CEFR scale. / Odpowiednie dla poziomu językowego elementy wiedzy systemowej języka (gramatyka, składnia, frazeologia, fonetyka) zgodnie z sylabusem CJ oraz z uwzględnieniem poziomu językowego wg skali CEFR. J4 - Soft skills and intercultural communication according to the syllabus available on the CJ website. / Umiejętności typu 'soft skills' i komunikacja międzykulturowa zgodnie z sylabusem dostępnym na stronie internetowej CJ. J5 - Commercial/business correspondence, taking into account the specificity of the field of study in accordance with the syllabus available on the CJ website and also the language level according to the CEFR scale. / Korespondencja handlowa/służbowa z uwzględnieniem specyfiki kierunku zgodnie z sylabusem dostępnym na stronie internetowej CJ oraz z uwzględnieniem poziomu językowego wg skali CEFR.

Nazwa przedmiotu
Fundamentals of Business Analysis
Język prowadzenia zajęć
angielski
Realizowane efekty uczenia się
E1 - (W) The student knows and understands key concepts, methods and indicators used in the assessment of reported financial data relevant to business decisions./Student zna i rozumie kluczowe pojęcia, metody i wskaźniki wykorzystywane przy ocenie danych finansowych istotnych dla podejmowania decyzji biznesowych. ↳ ZZ-ST2-MB-W01-25/26Z (P7S_WG) E2 - (U) The student can interpret the content of financial reports and extract meaningful conclusions using selected analytical tools./Student potrafi interpretować treść raportów finansowych i wyciągać wnioski z wykorzystaniem wybranych narzędzi analitycznych. ↳ ZZ-ST2-MB-U02-25/26Z (P7S_UW) E3 - (K) The student is ready to use financial information in a responsible and collaborative way when working on data-driven business tasks./Student jest gotów do odpowiedzialnego i zespołowego wykorzystywania informacji finansowych w zadaniach biznesowych, do których potrzebna jest analiza danych. ↳ ZZ-ST2-MB-K02-25/26Z (P7S_KK) ↳ ZZ-ST2-MB-K05-25/26Z (P7S_KR)

Treści programowe przedmiotu
W1 - The role of financial data in business analysis./Rola danych finansowych w analizie biznesowej. W2 - Introduction to financial reporting: structure and objectives./Wprowadzenie do sprawozdawczości finansowej: struktura i cele. W3 - Principles and limitations of financial analysis./Zasady i ograniczenia analizy finansowej. W4 - Analysis of the balance sheet, income statement and cash flow statement./Analiza bilansu, rachunku zysków i strat oraz rachunku przepływów pieniężnych. W5 - Use of financial information in business decision-making: case studies based on listed companies./Wykorzystanie informacji finansowej w podejmowaniu decyzji biznesowych: studia przypadków na przykładzie spółek notowanych. W6 - Assessing the going concern assumption from a managerial perspective./Ocena zasadności założenia kontynuacji działalności z perspektywy menedżera. C1 - Reading and interpreting financial reports of selected companies from the S&P 500 and NASDAQ Composite indices./Czytanie i interpretacja sprawozdań finansowych wybranych spółek z indeksów S&P 500 i NASDAQ Composite. C2 - Calculation and interpretation of key financial ratios across different industries./Obliczanie i interpretacja podstawowych wskaźników finansowych w różnych branżach. C3 - Comparative financial analysis of selected enterprises./Analiza porównawcza wybranych przedsiębiorstw. C4 - Team-based case analysis using published financial data./Zespołowa analiza przypadków z wykorzystaniem opublikowanych danych finansowych. C5 - Preparing an analytical report based on selected company data./Przygotowanie raportu analitycznego na podstawie danych wybranej spółki.

Nazwa przedmiotu
International Business Law
Język prowadzenia zajęć
angielski
Realizowane efekty uczenia się
E1 - (W) Student knows and understands the most important rules of creation and development of diverse forms of entrepreneurship in the EU/Student zna i rozumie najważniejsze zasady tworzenia i rozwoju różnorodnych form przedsiębiorczości na terenie UE ↳ ZZ-ST2-MB-W01-25/26Z (P7S_WG) E2 - (U) Student can appropriately select the sources and gather legal information on entrepreneurship and other legal regulations of business activity in EU/Student potrafi właściwie dobrać źródła i gromadzić informacje prawne dotyczące przedsiębiorczości i innych regulacji prawnych działalności gospodarczej w UE ↳ ZZ-ST2-MB-U02-25/26Z (P7S_UW) E3 - (K) Student is ready to critically assess the knowledge and received content of EU Business Law, and recognize the importance of knowledge in solving cognitive and practical problems, as well as seek expert opinions on EU Business Law in the event of difficulties with solving a problem independently/Student jest gotów do krytycznej oceny posiadanej wiedzy i odbieranych treści z zakresu prawa gospodarczego UE oraz dostrzega znaczenie tej wiedzy w rozwiązywaniu problemów poznawczych i praktycznych, a także zasięga opinii ekspertów z zakresu prawa gospodarczego UE w przypadku trudności z samodzielnym rozwiązaniem problemu ↳ ZZ-ST2-MB-K01-25/26Z (P7S_KK)
Treści programowe przedmiotu
W1 - Introduction to the EU business law - sources of EU business law/Wprowadzenie do prawa gospodarczego UE - źródła prawa gospodarczego UE W2 - Most important rules of EU business law, elements of international business law, definitions - business activity, entrepreneur, enterprise. Register and registration of business activity. Freedom of economic activity. EU minimum standards for companies throughout the EU/Najważniejsze zasady unijnego prawa gospodarczego, elementy międzynarodowego prawa gospodarczego, definicje - działalność gospodarcza, przedsiębiorca, przedsiębiorstwo. Rejestr i rejestracja działalności gospodarczej. Swoboda działalności gospodarczej. Minimalne standardy UE dla przedsiębiorstw w całej UE W3 - Organizational and legal forms of entrepreneurship in EU countries and in some extend in UK and US/Organizational and legal forms of entrepreneurship in EU countries and in some extend in UK and US W5 - The Eastern Partnership (EaP)/Partnerstwo Wschodnie (PW) W6 - European Partnership/Spółka europejska W7 - Contract law. Concluding a contract, form, content and interpretation of the contract. Examples/Prawo umów. Zawarcie umowy, forma, treść i interpretacja umowy. Przykłady W8 - Elements of EU competition and consumer protection law/Elementy unijnego prawa ochrony konkurencji i konsumentów

Nazwa przedmiotu
International Marketing
Język prowadzenia zajęć

angielski
Realizowane efekty uczenia się
E1 - (W) A student knows and understands at a deepened level theories, processes, phenomena, and concepts explaining the complex interrelationships related to international marketing and international marketing strategies./Student zna i rozumie w pogłębionym stopniu teorie, procesy, zjawiska i koncepcje wyjaśniające złożone zależności związane z marketingiem międzynarodowym i międzynarodowymi strategiami marketingowymi. ↳ ZZ-ST2-MB-W01-25/26Z (P7S_WG) E2 - (U) A student can properly use normative systems and selected techniques to solve specific tasks related to international marketing and develop international market entry strategies./Student potrafi właściwie posługiwać się systemami normatywnymi i wybranymi technikami w celu rozwiązywania konkretnych zadań związanych z marketingiem międzynarodowym oraz opracowywać strategie wejścia na rynek międzynarodowy. ↳ ZZ-ST2-MB-U01-25/26Z (P7S_UW) E3 - (K) A student is ready to make critical assessment of his/her knowledge, especially in the field of international marketing./Student jest gotów do krytycznej oceny posiadanej wiedzy, w szczególności z zakresu marketingu międzynarodowego. ↳ ZZ-ST2-MB-K01-25/26Z (P7S_KK)
Treści programowe przedmiotu
W1 - Introduction to International Marketing/Wprowadzenie do marketingu międzynarodowego W2 - Global Market Environment/Globalne otoczenie rynkowe W3 - Assessing International Opportunities through Marketing Research/Ocena międzynarodowych możliwości poprzez badania marketingowe W4 - International Market Entry Strategies and Product Adaptation/Strategie wejścia na rynek międzynarodowy i adaptacja produktu W5 - International Pricing Strategies/Międzynarodowe strategie cenowe W6 - Channels of International Distribution/Kanały dystrybucji międzynarodowej W7 - International Communication and Promotion/Komunikacja międzynarodowa i promocja C1 - Analyzing successful and unsuccessful market entries/Analiza udanych i nieudanych wejść na rynek C2 - Examining the impact of culture on consumer behavior/Badanie wpływu kultury na zachowania konsumentów C3 - Developing competitive pricing models for various markets/Opracowywanie konkurencyjnych modeli cenowych dla różnych rynków C4 - Exploring challenges and logistics of international supply chains/Badanie wyzwań i logistyki międzynarodowych łańcuchów dostaw C5 - Team project: Developing international marketing strategy/Projekt zespołowy: Opracowanie międzynarodowej strategii marketingowej C6 - Group presentations and feedback/Prezentacje grupowe i informacja zwrotna

Nazwa przedmiotu
Leadership
Język prowadzenia zajęć
angielski
Realizowane efekty uczenia się
E1 - (W) Student knows and understands the role of leadership in effective teamwork / Student zna i rozumie rolę przywództwa dla efektywnej pracy zespołu ↳ ZZ-ST2-MB-W03-25/26Z (P7S_WK) ↳ ZZ-ST2-MB-W06-25/26Z (P7S_WG) E2 - (U) Student can use methods and techniques that support team leadership / Student potrafi wykorzystać metody i techniki pomagające w prowadzeniu zespołu ↳ ZZ-ST2-MB-U03-25/26Z (P7S_UW) ↳ ZZ-ST2-MB-U08-25/26Z (P7S_UO) E3 - (K) The student is ready to take on leadership roles as well as to be a team member / Student jest gotów pełnić rolę przywódcze ale też być członkiem zespołu ↳ ZZ-ST2-MB-K04-25/26Z (P7S_KR) ↳ ZZ-ST2-MB-K05-25/26Z (P7S_KR) ↳ ZZ-ST2-MB-K06-25/26Z (P7S_KO)
Treści programowe przedmiotu
W1 - Introduction to leadership / Wprowadzenie do przywództwa W2 - Theory of Leadership / Teorie przywództwa W3 - Source of leadership / źródła przywództwa W4 - Qualities and skills of a leader / cechy i umiejętności przywódcze

W5 - leadership styles / style kierowania
W6 - cross-cultural leadership / Przywództwo w różnych kulturach
W7 - Managerial roles / role kierownicze

Nazwa przedmiotu
Managerial Accounting
Język prowadzenia zajęć
angielski
Realizowane efekty uczenia się
E1 - (W) A student knows and understands methods and techniques of accounting useful in the operational management of the business unit. A student knows and understands advantages and disadvantages of these tools, and the difficulties related to their practical use./Student zna i rozumie metody i techniki rachunkowości przydatne w operacyjnym zarządzaniu przedsiębiorstwem. Student zna i rozumie zalety i wady tych narzędzi oraz trudności związane z ich praktycznym zastosowaniem. ↳ ZZ-ST2-MB-W01-25/26Z (P7S_WG) ↳ ZZ-ST2-MB-W03-25/26Z (P7S_WK) E2 - (U) A student is able to foresee and evaluate results of decisions regarded the operational activity of the business unit. He/she is skilled in selecting and using proper accounting methods and techniques/Student potrafi przewidywać i oceniać skutki decyzji dotyczących działalności operacyjnej przedsiębiorstwa. Student posiada umiejętności wyboru i stosowania właściwych metod i technik rachunkowości. ↳ ZZ-ST2-MB-U01-25/26Z (P7S_UW) E3 - (K) A student is ready to assess his/her knowledge critically, recognize the importance of knowledge in accounting and consult experts and inspire activities for the benefit of the public/Student jest gotów do krytycznej oceny swojej wiedzy, dostrzegania znaczenia wiedzy w rachunkowości oraz konsultowania się z ekspertami i inspirowania działań na rzecz społeczeństwa. ↳ ZZ-ST2-MB-K01-25/26Z (P7S_KK)
Treści programowe przedmiotu
W1 - Accounting information requirements and different types of information systems used for strategic planning, management control and operational control and decision-making. Principal internal and external sources of management accounting information/Wymogi w zakresie informacji z rachunkowości oraz różne rodzaje systemów informatycznych wykorzystywanych do planowania strategicznego, kontroli zarządczej oraz kontroli operacyjnej i podejmowania decyzji. Główne wewnętrzne i zewnętrzne źródła informacji z rachunkowości zarządczej. W2 - Cost terms and classification/Pojęcie i klasyfikacja kosztów. W3 - Methods of fixed and variable cost elements extraction/Metody podziału kosztów na stałe i zmienne. W5 - Contribution-to-sales ratio in a single- and multi-product settings, break even charts and their interpretation/Wskaźnik marży brutto w ujęciu jedno- i wieloproduktowym, wykresy progu rentowności i ich interpretacja. W6 - Limiting factors in a scarce resource situation: determination of optimal production plan (single limiting factor/multiple limiting factors); "make" or "buy" decisions/Czynniki ograniczające w warunkach ograniczonych zasobów: określenie optymalnego planu produkcji (jeden czynnik/wiele czynników ograniczających/ch); decyzje kupić czy wytworzyć. W7 - Limitations of CVP analysis for planning and decision making. The impact of cost structure (Degree of Operating Leverage) and price changes/Ograniczenia analizy CVP w planowaniu i podejmowaniu decyzji. Wpływ struktury kosztów (stopień dźwigni operacyjnej) i zmian cen. W8 - Pricing decisions: price elasticity of demand, total cost function, optimum selling price and quantity, evaluation of a decision to increase production and sales levels/Decyzje cenowe: elastyczność cenowa popytu, funkcja kosztów całkowitych, optymalna cena i wielkość sprzedaży, decyzje dotyczące zwiększenia poziomu produkcji i sprzedaży. C1 - Cost terms and classification/Pojęcie i klasyfikacja kosztów. C2 - Methods of fixed and variable cost elements extraction/Metody podziału kosztów na stałe i zmienne. C3 - CVP analysis in single product settings/Analiza punktów krytycznych - jeden produkt. C4 - CVP analysis in multi-product settings/Analiza punktów krytycznych - struktura produktów. C5 - Limiting factors in a scarce resource situation, determination of optimal production plan - single and multiple limiting factor(s)/Czynniki ograniczające w sytuacji ograniczonych zasobów, określenie optymalnego planu produkcji - jeden i wiele czynników/ów ograniczających/ch. C6 - Pricing decisions: price elasticity of demand, total cost function, optimum selling price and quantity/Decyzje cenowe: elastyczność cenowa popytu, funkcja kosztów całkowitych, optymalna cena i wielkość sprzedaży. C7 - Assessment test/Kolokwium zaliczeniowe.

Nazwa przedmiotu
Marketing and communication strategies
Język prowadzenia zajęć
angielski

Realizowane efekty uczenia się
E1 - (W) Student knows and understands a deepened level selected facts, objects, and phenomena related to modern marketing management. Student knows and understands a deepened level methods, theories, techniques and research tools explaining relationships between marketing and consumer. Student knows and understands at a deepened level trends and development tendencies in modern marketing. Student zna i rozumie na pogłębionym stopniu wybrane fakty, obiekty i zjawiska związane z nowoczesnym zarządzaniem marketingowym. Student zna i rozumie na pogłębionym poziomie metody, teorie, techniki i narzędzia badawcze wyjaśniające relacje między marketingiem a konsumentem. Student zna i rozumie w pogłębionym stopniu trendy i tendencje rozwojowe w nowoczesnym marketingu. ↳ ZZ-ST2-MB-W01-25/26Z (P7S_WG) ↳ ZZ-ST2-MB-W02-25/26Z (P7S_WG) ↳ ZZ-ST2-MB-W03-25/26Z (P7S_WK) E2 - (U) Student has skills to implement his/her knowledge by formulating and solving complex and unusual problems relating to modern marketing. Student can perform tasks in the field of modern marketing, in relation to stakeholders expectations from a global perspective. Student can communicate in marketing with diverse stakeholders. Student posiada umiejętności zastosowania swojej wiedzy poprzez formułowanie i rozwiązywanie złożonych i nietypowych problemów związanych z nowoczesnym marketingiem. Student potrafi realizować zadania z zakresu nowoczesnego marketingu, uwzględniając oczekiwania interesariuszy w ujęciu globalnym. Student potrafi komunikować się marketingowo z różnymi interesariuszami. ↳ ZZ-ST2-MB-U01-25/26Z (P7S_UW) ↳ ZZ-ST2-MB-U03-25/26Z (P7S_UW) ↳ ZZ-ST2-MB-U05-25/26Z (P7S_UK) E3 - (K) Student is ready to perform professional roles, considering the changing social needs and global context. Student is ready to act in compliance with profession ethos and to develop its achievements, as well as rules of professional ethics. Student is ready to think and operate in an entrepreneurial and innovative manner concerning an international work environment. Student jest gotów do pełnienia ról zawodowych, biorąc pod uwagę zmieniające się potrzeby społeczne i kontekst globalny. Student jest gotów do działania zgodnie z etosem zawodowym i rozwijania swoich osiągnięć, a także zasad etyki zawodowej. Student jest gotów do myślenia i działania w sposób przedsiębiorczy i innowacyjny w odniesieniu do międzynarodowego środowiska pracy. ↳ ZZ-ST2-MB-K04-25/26Z (P7S_KR) ↳ ZZ-ST2-MB-K05-25/26Z (P7S_KR) ↳ ZZ-ST2-MB-K07-25/26Z (P7S_KO)
Treści programowe przedmiotu
W1 - Understanding marketing - its changes and contemporary shape • evolution of marketing thinking - trends and concepts in marketing • marketing orientation as the basis for creating, delivering, and communicating value • creating relationships with customers Zrozumieć marketing - jego zmiany i współczesny kształt • ewolucja myślenia marketingowego - trendy i koncepcje w marketingu • orientacja marketingowa jako podstawa tworzenia, dostarczania i komunikowania wartości • tworzenie relacji z klientami W2 - Marketing management in strategic, international (global) and cultural aspects Social responsibility in marketing Zarządzanie marketingiem w aspekcie strategicznym, międzynarodowym (globalnym) i kulturowym Społeczna odpowiedzialność w marketingu W3 - Understanding consumers – experiences and affective reactions • studies of consumers behavior • modern consumer - needs, wants, whims • contemporary trends in consumer behavior Zrozumieć konsumentów – doświadczenia i reakcje afektywne • badania zachowań konsumentów • współczesny konsument – potrzeby, pragnienia, kaprysy • współczesne trendy w zachowaniach konsumentów W4 - Understanding marketing communications – identification of new possibilities • marketing communication models • marketing communication tools • integrated marketing communication Zrozumienie komunikacji marketingowej – identyfikacja nowych możliwości • modele komunikacji marketingowej • narzędzia komunikacji marketingowej • zintegrowana komunikacja marketingowa • effective marketing communication strategy • native advertising – idea, strategy, building communication messages • creating effective strategy of marketing communication C1 - Key marketing factors of success: Apple, Nike, Starbucks, Tesla Marketing management orientation: Amazon, Tesla, Lidl, 3M Kluczowe czynniki sukcesu marketingowego: Apple, Nike, Starbucks, Tesla Orientacja zarządcze w marketingu: Amazon, Tesla, Lidl, 3M C2 - Interpretivist picture of consumers – target audiences for marketing communication Interpretatywny obraz konsumentów – grupy docelowe komunikacji marketingowej C3 - Forced Connections Method in Practice Metoda zależności wymuszonych w praktyce C4 - Project 1. Native advertising campaign Projekt 1. Kampania reklamy natywnej C5 - Project 2. Social media campaign Projekt 2. Kampania w mediach społecznych

Nazwa przedmiotu
Methodology in Economics and Social Research
Język prowadzenia zajęć
angielski
Realizowane efekty uczenia się

E1 - (W) The Student knows and understand the principles of social and economic research/ Student zna i rozumie zasady badań społeczno-ekonomicznych
↳ **ZZ-ST2-MB-W02-25/26Z (P7S_WG)**

E2 - (U) The Student is able to analyze secondary and primary data/Student potrafi analizować dane pierwotne i wtórne
↳ **ZZ-ST2-MB-U04-25/26Z (P7S_UW)**

E3 - (K) Student is ready to demonstrate the critical assessment of methodological knowledge/Student jest gotów do krytycznej oceny wiedzy z dziedziny metodologii
↳ **ZZ-ST2-MB-K01-25/26Z (P7S_KK)**

Treści programowe przedmiotu

W1 - Types of reasoning and explanations. Types of research design. Emic and etic perspectives. Causality and counterfactuals. Causal and correlational research/ Rodzaje wyjasniania. Rodzaje projektów badawczych. Perspektywy emic i etic. Przyczynowość a stany kontrfaktyczne. Badania przyczynowe i korelacyjne

W2 - Experimental and quasiexperimental designs. Randomized experiments. Quasi-experimental design. Interrupted time-series. Regression discontinuity./ Projekt eksperymentalne i quasi-eksperymentalne. Eksperymenty losowe. Projekt quasi-eksperymentalny. Przerwane szeregi czasowe. Nieciągłość regresji.

W3 - Natural experiments. Experiment ex post facto. Correlational designs. Cross-sectional and longitudinal designs. / Eksperymenty naturalne. Eksperyment ex post facto. Projekty korelacyjne. Projekty przekrojowe i podłużne.

W4 - Research process. Problem definition. Hypothesis formulation. Constructs and indicators. Latent and manifest variables. / Proces badawczy. Definicja problemu. Sformułowanie hipotezy. Konstrukty i wskaźniki. Zmienne ukryte i jawne.

C1 - Problem formulation. Research design. Secondary and primary data. Sources of information and databases. Social and economic indicators. Index numbers./Sformułowanie problemu. Projekt badawczy. Dane wtórne i pierwotne. Źródła informacji i bazy danych. Wskaźniki społeczne i ekonomiczne.

C2 - Primary data. Research designs. Steps in research project. Problem formulation. Research questions and hypothesis. Concept maps. /Dane pierwotne. Projekty badawcze. Etapy projektu badawczego. Sformułowanie problemu. Pytania badawcze i hipotezy. Mapy koncepcyjne.

C3 - Questionnaire design. Types of questions. Wording. Response scales. Likert and Guttman scales. Scale validity and reliability. Social desirable responses. Projekt kwestionariusza. Typy pytań. Słownictwo pytania. Skale odpowiedzi. Skale Likerta i Guttmana. Trafność i rzetelność skali. Społecznie pożądane odpowiedzi.

C4 - Issues in collecting primary data: sampling and data collection Sampling process Probability and nonprobability samples Sample size/ Problemy w zbieraniu danych pierwotnych: próbkowanie i zbieranie danych Proces doboru próby Próby losowe i nielosowe Wielkość próby Data collection Ważenie próby

Nazwa przedmiotu

Multichannel Communication

Język prowadzenia zajęć

angielski

Realizowane efekty uczenia się

E1 - (W) A student knows and understands the essence of marketing processes and tools within the concept of Marketing 4.0. They have knowledge of managing integrated sales processes supported by modern technologies. The student knows and understands the new role of the consumer in today's global world—living simultaneously in the real and virtual space, using the Internet and mobile technologies. They know and understand the dynamic approach to customer relationship management, taking into account the role of marketing and sales automation as well as artificial intelligence/Student zna i rozumie istotę procesów i narzędzi marketingowych w ramach koncepcji marketingu 4.0, posiada wiedzę na temat zarządzania procesami zintegrowanymi procesami sprzedażowymi wspomaganymi nowoczesnymi technologiami, zna i rozumie nową rolę konsumenta we współczesnym globalnym świecie żyjącego w świecie realnym i wirtualnym, korzystającym z Internetu i technologii mobilnych. Zna i rozumie dynamiczne podejście do zarządzania relacjami z klientem, uwzględniając rolę automatyzacji działań marketingowych i sprzedażowych oraz sztucznej inteligencji.
↳ **ZZ-ST2-MB-W02-25/26Z (P7S_WG)**
↳ **ZZ-ST2-MB-W03-25/26Z (P7S_WK)**

E2 - (U) A student is able to identify management issues in integrated sales within the multichannel concept. They can provide practical examples of the use of sales and multichannel distribution tools and techniques. The student is able to create basic schemes of marketing and sales processes as well as customer-side processes using the 'journey map' method (blueprint technique). They can develop basic principles of CRM system operations and build an omnichannel mix. The student is able to analyze existing examples of multichannel sales applications to design new, dedicated solutions/Student potrafi zidentyfikować problemy zarządzania w zintegrowanej sprzedaży w koncepcji multichannel, potrafi podać przykłady praktyczne zastosowania narzędzi i technik sprzedaży oraz dystrybucji wielokanałowej, potrafi sporządzić podstawowe schematy procesów marketingowych i sprzedażowych oraz procesy po stronie klienta po nazwę "journey map" metodą blueprint, potrafi opracować podstawowe zasady funkcjonowania systemów CRM oraz zbudować mix omnichannel, potrafi analizować istniejące przykłady zastosowania sprzedaży wielokanałowej w projektowaniu nowych, dedykowanych rozwiązań.
↳ **ZZ-ST2-MB-U01-25/26Z (P7S_UW)**
↳ **ZZ-ST2-MB-U02-25/26Z (P7S_UW)**

E3 - (K) A student is ready to work in a team and reach conclusions collaboratively. They are able to defend their position using

practical data and can evaluate both their own work and the work of others/Student jest gotów pracować w grupie i w grupie dochodzić do wniosków. Jest w stanie obronić swoje racje wykorzystując dane z praktyki. Potrafi dokonywać oceny pracy własnej i pracy innych.

↳ ZZ-ST2-MB-K01-25/26Z (P7S_KK)

Treści programowe przedmiotu

W1 - The evolution of marketing concepts towards Marketing 4.0, the importance of modern information technologies in consumer communication, characteristics of postmodern consumers, and the sales management process/Ewolucja koncepcji marketingu w kierunku marketingu 4.0, znaczenie nowoczesnych technologii informacyjnych w komunikacji z konsumentami, cechy konsumentów ery postmodernistycznej, proces zarządzania sprzedażą.

W2 - The role of the consumer in value co-creation processes, the importance of experiential marketing and virtual space in marketing communication/Znaczenie konsumenta w procesach współtworzenia wartości, znaczenie marketingu doświadczeń i przestrzeni wirtualnej w komunikacji marketingowej.

W3 - The evolution of sales and customer communication systems toward multichannel approaches; the importance of CRM; analysis of customer-side processes; process-based approach and customer journey mapping using the blueprint method/Ewolucja systemów sprzedaży i komunikacji z klientem w kierunku multichannel, znaczenie CRM, analiza procesów po stronie klienta, podejście procesowe i projektowanie "journey map" metodą blueprint.

W4 - A Case analysis and multichannel solutions in innovative companies worldwide; conditions for the implementation of the multichannel concept and its evolution/Analiza przypadków i rozwiązań multichannel w przekroju innowacyjnych przedsiębiorstw na świecie, warunki wdrożenia koncepcji multichannel i ewolucja koncepcji.

Nazwa przedmiotu

PR in Digital Age

Język prowadzenia zajęć

angielski

Realizowane efekty uczenia się

E1 - (W) A student knows and understands the role and impact of public relations in the digital communication environment, including social media and online platforms/Student zna i rozumie rolę i wpływ public relations w środowisku komunikacji cyfrowej, w tym mediach społecznościowych i platformach internetowych.

↳ ZZ-ST2-MB-W01-25/26Z (P7S_WG)

↳ ZZ-ST2-MB-W05-25/26Z (P7S_WK)

E2 - (U) A student is able to design and implement PR strategies using digital tools and evaluate their effectiveness/Student potrafi projektować i wdrażać strategie PR z wykorzystaniem narzędzi cyfrowych oraz oceniać ich skuteczność.

↳ ZZ-ST2-MB-U01-25/26Z (P7S_UW)

E3 - (K) A student is ready to act ethically and responsibly in digital communication context./Student jest gotów do działania w sposób etyczny i odpowiedzialny w kontekście komunikacji cyfrowej.

↳ ZZ-ST2-MB-K04-25/26Z (P7S_KR)

Treści programowe przedmiotu

W1 - Introduction to Public Relations in the Digital Age/Wprowadzenie do Public Relations w erze cyfrowej.

W2 - Digital Communication Tools and Platforms/Narzędzia i platformy komunikacji cyfrowej.

W3 - Digital PR Strategies/Strategie cyfrowego PR.

W4 - Social Media and Public Opinion Management/Media społecznościowe a zarządzanie opinią publiczną.

W5 - Crisis Communication in the Digital World/Komunikacja kryzysowa w świecie cyfrowym

C1 - Developing a Digital PR Strategy/Opracowanie strategii cyfrowego PR

C2 - Social Media Content Creation/Tworzenie treści do mediów społecznościowych

C3 - Crisis Communication Simulation/Symulacja komunikacji kryzysowej.

C4 - Analyzing PR Campaigns/Analiza kampanii PR.

C5 - Ethical Issues in Digital PR/Problemy etyczne w cyfrowym PR.

Nazwa przedmiotu

Project Management (Advanced)

Język prowadzenia zajęć

angielski

Realizowane efekty uczenia się

E1 - (W) A student knows and understands in a deepened degree of theories in the field of project management / Student zna i rozumie w pogłębionym stopniu koncepcje zarządzania projektami

↳ ZZ-ST2-MB-W01-25/26Z (P7S_WG) E2 - (U) A student can use modern project management methods and tools in practice / Student potrafi wykorzystywać metody zarządzania projektami ↳ ZZ-ST2-MB-U02-25/26Z (P7S_UW) E3 - (K) A student is ready to act in an entrepreneurial manner during performing a project / Student jest gotów działać w sposób przedsiębiorczy podczas realizacji projektu ↳ ZZ-ST2-MB-K07-25/26Z (P7S_KO)
Treści programowe przedmiotu
W1 - Introduction to project management / Wprowadzenie do zarządzania projektami W2 - Project definition / Definiowanie projektu W3 - Quality of project / Jakość projektu W4 - Scheduling / Harmonogramowanie W5 - Resources management / Zarządzanie zasobami W6 - Budgeting / Budżetowanie W7 - Risk management / Zarządzanie ryzykiem W8 - Project methodologies / Metodyki projektowe C2 - Statement of Work (SOW) / Określenie zakresu pracy C3 - Business Case (BC) / Uzasadnienie biznesowe C4 - Feasibility Study (FS) / Studium wykonalności C5 - Project Charter (PC) / Karta projektu C6 - Risk management / Zarządzanie ryzykiem C7 - Time estimation. Scheduling / Szacowanie czasu. Harmonogramowanie C8 - Resource estimation. Budgeting / Szacowanie zasobów. Budżetowanie C9 - Computer Aided Scheduling / Harmonogramowanie wspomagane komputerowo C11 - Project Quality Management / Zarządzanie jakością w projekcie C15 - Presentation of students' projects / Prezentacje projektów studenckich

Nazwa przedmiotu
Quality management
Język prowadzenia zajęć
angielski
Realizowane efekty uczenia się
E1 - (W) Student knows and understands the main issues related to quality management/Student zna i rozumie główne zagadnienia związane z zarządzaniem jakością. ↳ ZZ-ST2-MB-W01-25/26Z (P7S_WG) E2 - (U) Student can identify important issues related to quality management and implement needed actions/Student potrafi zidentyfikować ważne zagadnienia, problemy związane z zarządzaniem jakością. ↳ ZZ-ST2-MB-U01-25/26Z (P7S_UW) E3 - (K) A student is ready to improve quality management processes in a company./ Student jest gotów do ulepszania procesów zarządzania jakością w przedsiębiorstwie. ↳ ZZ-ST2-MB-K02-25/26Z (P7S_KK)
Treści programowe przedmiotu
W1 - Introduction to quality management- history of quality management, basic terms and definitions/Wprowadzenie do zarządzania jakością - historia, główne terminy i definicje. W2 - Normalisation, accreditation, metrology/Normalizacja, akredytacja, metrologia. W3 - Quality of services - selected tools/Jakość usług - wybrane narzędzia. W4 - Process approach, quality management principles/Podejście procesowe, zasady zarządzania jakością. W5 - Audit in quality management system/Audyt w systemie zarządzania jakością. W6 - Defining quality goals, elaboration of the quality policy and its importance/Definiowanie celów jakości, opracowanie polityki jakości i jej znaczenie. W7 - Risk analysis in quality management/Analiza ryzyka w zarządzaniu jakością. W8 - Summary of lectures/Podsumowanie wykładów. C1 - A practical approach to quality management/Praktyczne podejście do zarządzania jakością. C2 - Normalisation, accreditation, metrology/Normalizacja, akredytacja, metrologia. C3 - Selected tools in quality of service/Wybrane narzędzia jakości usług. C4 - System maturity level assessment according to ISO 10014:2022/Ocena poziomu dojrzałości systemu wg ISO 10014:2022. C5 - Audit in quality management system/Audyt w systemie zarządzania jakością. C6 - Defining quality goals, elaboration of the quality policy and its importance/Definiowanie celów jakości, opracowanie polityki jakości i jej znaczenie.

C7 - Risk analysis in quality management/Analiza ryzyka w zarządzaniu jakością.

C8 - Colloquium/Kolokwium.

Nazwa przedmiotu
Strategic Management
Język prowadzenia zajęć
angielski
Realizowane efekty uczenia się
E1 - (W) The student knows and understands at a deepened level the concepts and models of strategic management, including the mechanisms for shaping an organization's competitive advantage in a dynamic economic environment, as well as the challenges arising from operating in a knowledge-based economy./Student zna i rozumie w stopniu pogłębionym koncepcje oraz modele zarządzania strategicznego, uwzględniając mechanizmy kształtowania przewagi konkurencyjnej organizacji w dynamicznym otoczeniu gospodarczym, a także wyzwania wynikające z funkcjonowania w gospodarce opartej na wiedzy. ↳ ZZ-ST2-MB-W01-25/26Z (P7S_WG) ↳ ZZ-ST2-MB-W03-25/26Z (P7S_WK) ↳ ZZ-ST2-MB-W04-25/26Z (P7S_WK) E2 - (U) The student can utilize strategic analysis tools and establish sustainable competitive advantage, enabling the design of effective business strategies./Student potrafi posługiwać się narzędziami analizy strategicznej i wyznaczać trwałą przewagę konkurencyjną, co pozwala opracowywać efektywne strategie biznesowe. ↳ ZZ-ST2-MB-U03-25/26Z (P7S_UW) ↳ ZZ-ST2-MB-U07-25/26Z (P7S_UK) ↳ ZZ-ST2-MB-U09-25/26Z (P7S_UU) E3 - (K) The student is ready to design effective business strategies and communicating with various groups of stakeholders present in the business environment./Student jest gotów do projektowania efektywnych strategii biznesowych i komunikowania się z różnymi grupami interesariuszy w otoczeniu biznesowym organizacji. ↳ ZZ-ST2-MB-K02-25/26Z (P7S_KK) ↳ ZZ-ST2-MB-K07-25/26Z (P7S_KO)
Treści programowe przedmiotu
W1 - Introduction to Strategic Management – definitions, significance, and evolution./Wprowadzenie do zarządzania strategicznego – definicje, znaczenie i ewolucja. W2 - Analysis of the contextual environment (macro-environment) of the organization./Analiza otoczenia kontekstowego (makrootoczenia) organizacji. W3 - Analysis of the transaction (competitive) environment of the organization./Analiza otoczenia transakcyjnego (konkurencyjnego) organizacji. W4 - Analysis of the organization's potential./Analiza potencjału organizacji. W5 - Formulating organizational strategies and business models./Formułowanie strategii organizacji i modele biznesowe. W6 - Strategy implementation and control./Wdrażanie strategii i kontrola. W7 - Global strategies and strategic alliances./Strategie globalne i sojusze strategiczne. W8 - Contemporary challenges of strategic management./Współczesne wyzwania zarządzania strategicznego. C1 - Macro-environment (contextual environment) analysis of the organization./Analiza makrootoczenia (otoczenia kontekstowego) organizacji. C2 - Analysis of competitive (transactional) environment./Analiza otoczenia konkurencyjnego (transakcyjnego). C3 - Organizational potential analysis./Analiza potencjału organizacji. C5 - Strategy formulation./Formułowanie strategii. C6 - Blue Ocean Strategy./Strategia Błękitnego Oceanu. C7 - Business model and organizational strategy./Model biznesu a strategia organizacji. C8 - Simulation of implementation and strategy control./Symulacja wdrażania i kontrola strategii. C9 - Global strategies./Strategie globalne. C10 - Presentation of student work and summary./Prezentacje prac studenckich i podsumowanie.

Nazwa przedmiotu
Sustainable Stakeholder Relationship Management
Język prowadzenia zajęć
angielski
Realizowane efekty uczenia się

E1 - (W) The student knows and understands stakeholder theories, sustainability principles, management models, and ethical standards governing stakeholder relationships; recognizes the connection between strategic stakeholder management and organizational success/Student zna i rozumie teorię interesariuszy, zasady zrównoważonego rozwoju, modele zarządzania oraz standardy etyczne regulujące relacje z interesariuszami; rozpoznaje związek między strategicznym zarządzaniem interesariuszami a sukcesem organizacji

↳ **ZZ-ST2-MB-W01-25/26Z (P7S_WG)**

E2 - (U) The student can conduct stakeholder analysis, design engagement strategies, resolve conflicts ethically, integrate stakeholder perspectives into decision-making processes, and evaluate relationship effectiveness/Student potrafi przeprowadzić analizę interesariuszy, projektować strategie zaangażowania, rozwiązywać konflikty w sposób etyczny, integrować perspektywy interesariuszy w procesach decyzyjnych oraz oceniać efektywność relacji.

↳ **ZZ-ST2-MB-U05-25/26Z (P7S_UK)**

E3 - (K) The student is ready to make responsible decisions considering diverse stakeholder interests, promote ethical standards in professional settings, collaborate in interdisciplinary teams, and critically reflect on their impact on social groups and the environment/Student jest gotów do podejmowania odpowiedzialnych decyzji uwzględniających interesy różnych grup interesariuszy, promowania standardów etycznych w środowisku zawodowym, współpracy w zespołach interdyscyplinarnych oraz krytycznej refleksji nad swoim wpływem na grupy społeczne i środowisko.

↳ **ZZ-ST2-MB-K03-25/26Z (P7S_KO)**

Treści programowe przedmiotu

W1 - Introduction to Stakeholder Theory and Sustainability/Podstawy teorii interesariuszy i zrównoważonego rozwoju.

W2 - Stakeholder theory and its practical application in modern business/Teoria interesariuszy i jej praktyczne zastosowanie we współczesnym biznesie.

W3 - CSRD Directive and Regulatory Frameworks for Stakeholder Management/Dyrektywa CSRD i ramy regulacyjne zarządzania interesariuszami

W4 - Strategic Stakeholder and Sustainability Communication/Strategiczna komunikacja z interesariuszami oraz komunikacja w obszarze zrównoważonego rozwoju.

W5 - Materiality Assessment and Stakeholder Prioritization/Analiza istotności i priorytetyzacja interesariuszy

W6 - Stakeholder Activism and Corporate Response Strategies/Aktywizm interesariuszy i strategie odpowiedzi korporacyjnej

Nazwa przedmiotu

Talent Acquisition and Retention

Język prowadzenia zajęć

angielski

Realizowane efekty uczenia się

E1 - (W) A student knows and understands the essence of talent and talent management / Student zna i rozumie istotę talentu i zarządzania talentami

↳ **ZZ-ST2-MB-W01-25/26Z (P7S_WG)**

↳ **ZZ-ST2-MB-W02-25/26Z (P7S_WG)**

E2 - (U) A student can develop talent management processes and plan their implementation / Student potrafi opracować procesy zarządzania talentami i zaplanować ich wdrożenie

↳ **ZZ-ST2-MB-U01-25/26Z (P7S_UW)**

↳ **ZZ-ST2-MB-U08-25/26Z (P7S_UO)**

E3 - (K) A student is ready to act in professional and ethical manner to develop talent management programmes in global context / Student jest gotów działać w sposób profesjonalny i etyczny w celu opracowania programów zarządzania talentami z uwzględnieniem globalnego contextu

↳ **ZZ-ST2-MB-K03-25/26Z (P7S_KO)**

↳ **ZZ-ST2-MB-K04-25/26Z (P7S_KR)**

Treści programowe przedmiotu

W1 - The concept of talent / Pojęcie talentu

W2 - Context of talent management / Kontekst zarządzania talentami

W3 - Macro-perspective of talent management / Zarządzanie talentami w perspektywie makroekonomicznej

W4 - Scope of talent management programmes in organizations / Zakres programów zarządzania talentami w organizacjach

W5 - Talent identification and sourcing / Identyfikowanie i pozyskiwanie talentów

W6 - Talents development and rewarding / Rozwój i wynagradzanie talentów

W7 - Synchronizing activities aimed at talents and other employees / Synchronizacja działań skierowanych do talentów i pozostałych pracowników

C1 - Preparing process of talent identification / Opracowanie działań ukierunkowanych na identyfikowanie talentów

C2 - Talent sourcing scheme / Schemat pozyskiwania talentów

C3 - Preparing talent development programmes / Opracowanie programu rozwoju talentów

C4 - Talents rewarding programmes / Programy wynagradzania talentów

Nazwa przedmiotu
Value Chain Management
Język prowadzenia zajęć
angielski
Realizowane efekty uczenia się
E1 - (W) Student knows and understands the essence and structure of an organization's value chain, relationships between various elements of the value chain, tools for analysis and optimization of the value chain/Student zna i rozumie istotę i strukturę łańcucha wartości organizacji, relacje między poszczególnymi ogniwami łańcucha wartości, narzędzia analizy i optymalizacji łańcucha wartości. ↳ ZZ-ST2-MB-W01-25/26Z (P7S_WG) ↳ ZZ-ST2-MB-W02-25/26Z (P7S_WG) ↳ ZZ-ST2-MB-W04-25/26Z (P7S_WK) ↳ ZZ-ST2-MB-W05-25/26Z (P7S_WK) E2 - (U) Student is able to analyze an organization's value chain, identify sources of added value and losses, propose improvements in the value chain/Student potrafi analizować łańcuch wartości organizacji, identyfikować źródła wartości dodanej i strat, proponować usprawnienia w zakresie łańcucha wartości. ↳ ZZ-ST2-MB-U01-25/26Z (P7S_UW) ↳ ZZ-ST2-MB-U02-25/26Z (P7S_UW) ↳ ZZ-ST2-MB-U03-25/26Z (P7S_UW) ↳ ZZ-ST2-MB-U09-25/26Z (P7S_UU) E3 - (K) Student is ready to make decisions based on value chain analysis, collaborate in interdisciplinary teams, develop competencies in process management/Student jest gotów - podejmować decyzje oparte na analizie łańcucha wartości, współpracować w zespołach interdyscyplinarnych, rozwijać kompetencje w zakresie zarządzania procesowego. ↳ ZZ-ST2-MB-K01-25/26Z (P7S_KK) ↳ ZZ-ST2-MB-K02-25/26Z (P7S_KK) ↳ ZZ-ST2-MB-K07-25/26Z (P7S_KO)
Treści programowe przedmiotu
W1 - Introduction to Value Chain Concept. Definition and importance of value chain in management/Wprowadzenie do koncepcji łańcucha wartości. Definicja i znaczenie łańcucha wartości w zarządzaniu. W2 - Porter's Value Chain and Value Analysis. Description of Porter's model, identification of primary and support activities/Model Portera i analiza wartości. Opis modelu Portera, identyfikacja głównych i pomocniczych działań. W3 - Process Mapping and Value Identification. Tools for process mapping and value flow analysis/Mapowanie procesów i identyfikacja wartości. Narzędzia mapowania procesów i analiza przepływów wartości. W4 - Supplier Management and Logistics. Impact of logistics and supplier relations on value chain/Zarządzanie dostawcami i logistyka. Wpływ logistyki i zarządzania relacjami z dostawcami na łańcuch wartości. W5 - Digital Technologies in Value Chain Management. Role of IT, automation, IoT, and big data in managing the value chain/Technologie cyfrowe w zarządzaniu wartością. Rola IT, automatyzacji, IoT i big data w zarządzaniu łańcuchem wartości. W6 - Sustainability and Ethics in Value Chains. Implementing sustainability and ethics in supply chains/Zrównoważony rozwój i etyka w łańcuchu wartości. Wdrażanie zasad zrównoważonego rozwoju i etyki w łańcuchach dostaw. W7 - Case Study and Summary. Real-life case analysis and final conclusions/Case study i podsumowanie. Analiza rzeczywistych przypadków i wnioski końcowe.

Ukończenie studiów

The completion of studies takes place on the day of passing the diploma exam with a positive result.

The condition for taking the diploma exam is:

1. obtaining positive final grades in all subjects, including the seminar, professional practice, subject to differences resulting from studies carried out in the form of an individual educational path,
2. submitting a diploma thesis, which is accepted for further proceedings by the supervisor, after checking the work using the Uniform Anti-plagiarism System,
3. obtaining positive grades for the diploma thesis - both from the supervisor and the reviewer. Ukończenie studiów następuje w dniu złożenia egzaminu dyplomowego z wynikiem pozytywnym.

Warunkiem przystąpienia do egzaminu dyplomowego jest:

1. uzyskanie pozytywnych ocen końcowych z wszystkich przedmiotów, w tym z seminarium, praktyki zawodowej z zastrzeżeniem różnic wynikających ze studiów odbywanych w trybie indywidualnej ścieżki edukacyjnej,
2. złożenie pracy dyplomowej, którą do dalszego postępowania dopuszcza promotor, po sprawdzeniu pracy z wykorzystaniem Jednolitego Systemu Antyplagiatowego,
3. uzyskanie pozytywnych ocen pracy dyplomowej – zarówno od promotora, jak i od recenzenta.

Dokument wygenerowano: 2025-06-30 12:46