

Część B) programu studiów**Opis procesu prowadzącego do uzyskania efektów uczenia się**

Wydział realizujący kształcenie:	Wydział Nauk Ekonomicznych i Zarządzania
Kierunek na którym sa prowadzone studia:	Komunikacja i psychologia w biznesie
Poziom studiów	Studia pierwszego stopnia
Poziom Polskiej Ramy Kwalifikacji:	6 poziom PRK
Profil studiów:	ogólnoakademicki
Przyporządkowanie kierunku do dyscypliny naukowej lub artystycznej (dyscyplin), do których odnoszą się efekty uczenia się:	Dyscyplina: nauki o zarządzaniu i jakości, psychologia, nauki o mediach i komunikacji społecznej
	Dyscyplina wiodąca: nauki o zarządzaniu i jakości
Forma studiów:	Stacjonarne/niestacjonarne
Liczba semestrów:	6
Liczba punktów ECTS konieczna do ukończenia studiów na danym poziomie:	180
łącznie liczba godzin dydaktycznych:	1800 /1080
Tytuł zawodowy nadawany absolwentom:	Licencjat
Wskazanie związku programu studiów z misją i strategią UMK:	Kształcenie na pierwszym stopniu studiów na kierunku Komunikacja i psychologia w biznesie jest ściśle powiązane z realizacją misji oraz strategii UMK. Istotą tej misji jest bowiem wolność badań naukowych oraz treści nauczania, natomiast strategia utrzymania pozycji lidera edukacji w regionie pociąga za sobą obowiązek kształcenia studentów na możliwie najwyższym poziomie akademickim
Przedmioty/grupy wraz z zakładanymi efektami uczenia się *	

Grupy przedmiotów	Przedmiot	Zakładane efekty uczenia się	Formy i metody kształcenia zapewniające osiągnięcie efektów kształcenia	Sposoby weryfikacji i oceny efektów uczenia się osiągniętych przez studenta
Grupa przedmiotów I - kształcenie ogólne	Technologie informacyjne	<p>W1: Definiuje wyrażenia z użyciem funkcji wbudowanych w arkuszach kalkulacyjnych i w bazach danych - K_W08</p> <p>W2: Opisuje metody rozwiązywania problemów matematycznych, ekonomicznych i finansowych - K_W08</p> <p>U1: Oblicza z użyciem funkcji i mechanizmów filtrowania, sum częściowych i tabel przestawnych syntetyczne charakterystyki zbiorów danych - K_U02</p> <p>U2: Planuje i przygotowuje arkusze kalkulacyjne do rozwiązywania problemów z różnych dziedzin - K_U04</p> <p>U3: Definiuje poprawnie strukturę dokumentu tekstowego w procesorze tekstu. - K_U10</p> <p>U4: Tworzy prezentacje o poprawnej strukturze i zawartości. Korzysta aktywnie z zasobów Internetu wykorzystując różne technologie. - K_U09</p> <p>U5: Wykazuje otwartość na pracę w zespole w zakresie pełnienia różnych funkcji - K_U15</p> <p>K1: Analizuje i doskonali nabytą wiedzę i umiejętności - K_K01</p>	pokaz i metoda ćwiczeniowa	Dwa kolokwia w semestrze zawierające po pięć problemów do rozwiązania. Ocena końcowa jest średnią ocen łącznych za każde kolokwium zaokrągloną do skali klasycznej.
	Ochrona własności intelektualnej	W1:Zna i rozumie podstawowe pojęcia i zasady dotyczące ochrony własności intelektualnej, a w szczególności ochrony własności przemysłowej oraz przedmiotów prawa autorskiego - K_W10	Prezentacja multimedialna, wykład, prezentacja przykładów	zaliczenie pisemne; kryterium oceniania będą wyniki końcowej pracy pisemnej w postaci testu jednokrotnego wyboru.

	Nowoczesne techniki uczenia się	U1. Student potrafi uzupełniać i doskonalić wiedzę z różnych przedmiotów stosując technikę mindmappingu oraz wybrane techniki zapamiętywania - K_U13	Wykład z elementami ćwiczeń warsztatowych dot. stosowania techniki mindmappingu, technik zapamiętywania i kinezylogii edukacyjnej. Wykład wspomagany jest prezentacjami komputerowymi wykorzystującymi metodę mindmappingu.	przygotowanie dwóch map myśli do tematów: 1) wizja mojego życia w perspektywie 20 lat, 2) treść wybranego przedmiotu ze studiów
	Język angielski w biznesie	K_U11 - potrafi posługiwać się specjalistycznym językiem obcym (j. angielskim) na poziomie B2 w stopniu właściwym dla praktyki biznesu U01: komunikować się z użyciem specjalistycznej terminologii (mówienie, pisanie, czytanie i słuchanie), U02: brać udział debacie – przedstawiać i oceniać różne opinie i stanowiska oraz dyskutować o nich, U03: posługiwać się językiem obcym na poziomie B2 wg CEFR	Metody eksponujące (drama, inscenizacja, pokaz, symulacja). Metody podające (opis, opowiadanie, pogadanka). Metody poszukujące (ćwiczeniowa, giełda pomysłów, oxfordzka, projektu). Metody dydaktyczne w kształceniu online (metody ewaluacyjne) Metody eksponujące (drama, inscenizacja, pokaz, symulacja). Metody podające (opis, opowiadanie, pogadanka). Metody poszukujące (ćwiczeniowa, giełda pomysłów, oxfordzka, projektu). Metody dydaktyczne w	Praca kontrolna, egzamin pisemny

			kształceniu online (metody ewaluacyjne)	
Wychowanie fizyczne (studia stacjonarne)	W zależności od wybranych przedmiotów	W zależności od wybranych przedmiotów	W zależności od wybranych przedmiotów	W zależności od wybranych przedmiotów
zajęcia z obszaru nauk humanistycznych*	W zależności od wybranych przedmiotów	W zależności od wybranych przedmiotów	W zależności od wybranych przedmiotów	W zależności od wybranych przedmiotów
zajęcia ogólnouczelniane lub realizowane na innym kierunku studiów	W zależności od wybranych przedmiotów	W zależności od wybranych przedmiotów	W zależności od wybranych przedmiotów	W zależności od wybranych przedmiotów
Mikroekonomia	W1: Posiada podstawową wiedzę z mikroekonomii i dostrzega związek teorii z zarządzaniem organizacjami - K_W02 U1: Stosuje zdobytą wiedzę w diagnozowaniu i interpretowaniu problemów ekonomicznych instytucji biznesowych - K_U01 K1: Potrafi myśleć i działać w sposób przedsiębiorczy - K_K01	Wykład konwersatoryjny, Dyskusja panelowa, Metoda problemowa, Studium przypadku	Egzamin pisemny w formie testu, Ocena aktywności studenta na ćwiczeniach	
Statystyka w biznesie i psychologii (Excel, Gretl, SPSS)	W1: Student operuje podstawowymi pojęciami statystycznymi - K_W08 W2: Rozróżnia różnego rodzaju dane i dobiera odpowiednie metody statystyczne do ich analizy - K_W08 U1: Student stosuje i interpretuje podstawowe miary opisowe - K_W08, K_U04 U2: Student stosuje testy statystyczne dla średnich i jednoczynnikową oraz dwuczynnikową analizę wariancji, a także wnioskuje na ich podstawie - K_U04, K_U05 U3: Student oblicza, interpretuje i testuje współczynnik korelacji - K_U04, K_U05	Wykład wspomagany prezentacjami komputerowymi wykorzystującymi metodę mindmappingu, a ćwiczenia realizowane z wykorzystaniem oprogramowania komputerowego Excel i SPSS	Egzamin testowy, dwa kolokwia pisemne	

	<p>Metodyka badań w biznesie i psychologii</p>	<p>W1: Wymienia główne rodzaje źródeł informacji w badaniach realizowanych w obszarze biznesu i psychologii biznesu (K_W08), W2: Wymienia główne rodzaje badań realizowanych w obszarze biznesu i psychologii biznesu (K_W08), W3: Wymienia i rozróżnia podstawowe metody i techniki doboru próby, metody zbierania danych ze źródeł pierwotnych (z zakresu badań ilościowych, jak i jakościowych) oraz przypisuje odpowiadające im instrumenty pomiarowe (K_W08), W4: Wymienia podstawowe czynności podejmowane przez badacza w fazie przygotowania badania oraz w fazie jego realizacji (K_W08), W5: Zna zasady budowy instrumentu pomiarowego (na przykładzie kwestionariusza ankietowego, kwestionariusz wywiadu, scenariusza wywiadu) (K_W08), W6: Zna podstawowe zasady redukcji, analizy, interpretacji i prezentowania danych pozyskanych w badaniu ilościowym i jakościowym (K_W08)U1: Identyfikuje rodzaje źródeł informacji możliwe do wykorzystania przy rozwiązaniu danego problemu decyzyjnego / do rozpoznania danego problemu badawczego (K_U01, K_U02), U2: Rozróżnia i wskazuje rodzaje badań, metody zbierania danych i odpowiadające im instrumenty pomiarowe oraz metody i techniki doboru próby właściwe dla rozwiązania danego problemu decyzyjnego / właściwe dla realizacji konkretnego celu badawczego (K_U01, K_U02), U3: Ocenia kwestionariusz wywiadu, kwestionariusz ankietowy, scenariusz wywiadu z punktu widzenia poprawności jego budowy i adekwatności do przyjętych założeń badawczych (K_U01, K_U02), U4: Przygotowuje w programie IBM SPSS Statistics bazę danych dla procesu badawczego, w którym wykorzystano metodę ankiety lub wywiadu kwestionariuszowego oraz wprowadza do niej dane pierwotne (K_U03)U5: Wybiera i stosuje w prawidłowy sposób podstawowe polecenia programu IBM SPSS Statistics przygotowujące zmienne i</p>	<p>Wykład, wykład konwersatoryjny Ćwiczenia: pogadanka, giełda pomysłów, studium przypadku, dyskusja, klasyczna metoda problemowa</p>	<p>Egzamin pisemny i zadania realizowane (grupowo lub indywidualnie) podczas zajęć oraz w przerwach pomiędzy zajęciami</p>
--	------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

		<p>obserwacje do przeprowadzenia podstawowej analizy statystycznej, dokonuje tej analizy oraz właściwie interpretuje uzyskane wyniki (K_U03) (K_U03), U6: Z pomocą programu IBM SPSS Statistics wykonuje tabele i wykresy prezentujące (w odpowiednim stopniu szczegółowości i podziale) dane pozyskane w badaniu (K_U03, K_U12), U7: Komunikatywnie formułuje i przekazuje swoje myśli, opinie i wszelkie informacje na temat marketingu oraz wykorzystania jego reguł w działaniach organizacji (K_U14)K1: Jest gotów do zdobywania (przy zastosowaniu podstawowych metod badawczych) informacji potrzebnych do rozwiązania problemów występujących w różnego typu organizacjach (K_K01)</p>		
	Moduł kształcenia - BHP	Moodle	Moodle	Test na platformie Moodle
	Praktyka zawodowa	<p>U1: potrafi diagnozować i interpretować wewnątrzorganizacyjne problemy społeczno-gospodarcze oraz występujące w otoczeniu szanse i zagrożenia, które pojawiają się w praktyce funkcjonowania instytucji biznesowych - K_U01 U2: potrafi wykorzystać podstawową wiedzę z zakresu nauk o zarządzaniu i psychologii oraz pozyskać dane niezbędne do analizowania konkretnych procesów i zjawisk społeczno-gospodarczych występujących w praktyce funkcjonowania instytucji biznesowych - K_U03 U3: posiada umiejętność wykorzystywania nowo zdobytej podczas praktyki zawodowej wiedzy i umiejętności - K_U08 U4: ma świadomość samorozwoju opartego o ciągłe pogłębianie wiedzy i twórczą refleksję w odniesieniu do własnych doświadczeń (dążenie do rozwoju) - K_U13 U5: posiada kompetencje w zakresie komunikatywnego formułowania i przekazywania swych myśli, opinii i wszelkich informacji (komunikatywność) - K_U14</p>	Uczestnictwo studenta w pracach podejmowanych, przez przyjmującą na praktyki organizację, w trakcie realizowania różnych funkcji	karta oceny studenckiej praktyki zawodowej, wystawiona przez organizację, w której student odbywał praktyki

		<p>U6: posiada kompetencje w zakresie udziału w przedsięwzięciach zespołowych, pełniąc w nich różne role (praca zespołowa) - K_U15</p> <p>K1: posiada kompetencje zdobywania wiedzy, informacji i danych potrzebnych w procesach rozwiązywania problemów występujących w instytucji biznesowej oraz określania priorytetów w tym zakresie (analityczne myślenie) - K_K01</p> <p>K2: potrafi kreatywnie uczestniczyć w przedsięwzięciach związanych z rozwiązywaniem problemów społecznych instytucji biznesowych (kreatywność) - K_K03</p>		
Grupa przedmiotów II - Moduł menedżerski	Podstawy zarządzania	<p>W1: student ma podstawową wiedzę o charakterze nauk o zarządzaniu – K_W01; W2: student ma podstawową wiedzę z zakresu nauk o zarządzaniu dotyczącą jednostki, struktur i instytucji społecznych, ich elementów, więzi i reguł (społecznych, organizacyjnych) oraz uwarunkowań ich zmian i konsekwencji tych zmian – K_W03; U1: student potrafi wykorzystać zdobytą wiedzę z zakresu nauk o zarządzaniu, oraz pozyskiwać dane w celu analizy procesów zachodzących w instytucjach biznesowych – K_U03</p> <p>K1: posiada kompetencje zdobywania wiedzy, informacji i danych potrzebnych w procesach rozwiązywania problemów występujących w instytucji biznesowej oraz określania priorytetów w tym zakresie – K_K01</p>	Wykłady - wykład problemowy prowadzony metodą tradycyjną z wykorzystaniem prezentacji multimedialnej. Wykład prowadzony w taki sposób, aby zapewnić możliwość prowadzenia dyskusji ze studentami.	końcowa praca pisemna w postaci testu wielokrotnego wyboru
	Zarządzanie jakością	<p>(W1) Ma podstawową wiedzę na temat problematyki zarządzania jakością i rozwiązań z obszaru kompleksowego zarządzania jakością – K_W01</p> <p>(W2) Zna możliwości wykorzystania różnych instrumentów zarządzania jakością oraz posiada ogólną wiedzę z zakresu doboru poszczególnych instrumentów – K_W04</p> <p>(U1) Posiada umiejętność doboru poszczególnych instrumentów zarządzania jakością do zaistniałej sytuacji</p>	Wykład: prezentacje multimedialne, case study Ćwiczenia: pogadanka, dyskusja w grupach, praca zespołowa, prezentacje, wystąpienia ustne, case study	egzamin pisemny; końcowy projekt zaliczeniowy, kolokwium zaliczeniowe

		<p>i specyfiki organizacji – K_U02</p> <p>(U2) Rozumie procesy zachodzące w organizacjach biznesowych i potrafi wykorzystać tą umiejętność w procesie doskonalenia jakości – K_U07</p> <p>(K1) Potrafi kreatywnie uczestniczyć w przedsięwzięciach (zespołach) związanych z rozwiązywaniem problemów społecznych instytucji biznesowych – K_K03</p>		
Zarządzanie finansami w biznesie	<p>W1:opisuje zasady funkcjonowania finansów w biznesie - K_W02</p> <p>W2: klasyfikuje metody i narzędzia zarządzania finansami - K_W02</p> <p>U1: potrafi przeprowadzić ocenę kondycji finansowej biznesu - K_U03</p> <p>U2: potrafi stosować rachunek zmiennej wartości pieniądza w czasie - K_U04</p> <p>U3: potrafi ocenić wpływ decyzji finansowych na rozwój przedsiębiorstwa K_U06</p> <p>K1: dąży do samokształcenia - K_K01</p> <p>K2: poszukuje nowych, twórczych rozwiązań - K_K03</p>	Prezentacja w programie Powerpoint, dyskusja, analiza przypadków	Przedmiot zaliczany jest na podstawie egzaminu pisemnego (testu jednokrotnego wyboru). Pytania testowe obejmują całość problematyki wskazanej w pełnym opisie przedmiotu.	
Zarządzanie zasobami ludzkimi	<p>W1- zna i rozumie przebieg procesów personalnych w instytucjach i ich uwarunkowania K_W04</p> <p>W2- posiada podstawową wiedzę na temat roli zasobów pracy jako podstawowego aktywa organizacji K_W06</p> <p>W3- ma podstawową wiedzę o zachowaniach ludzi w organizacji na poziomie indywidualnym grupowym i instytucjonalnym K_W07</p> <p>W4- zna podstawowe metody i narzędzia wykorzystywane w procesie zarządzania ludźmi i jego podstawowych subprocesach K_W08</p> <p>U1- potrafi diagnozować i interpretować i rozwiązywać problemy społeczne i organizacyjne z pojawiające się w obszarze funkcji personalnej K_U01; K_U02</p> <p>U2- potrafi stosować odpowiednie metody i techniki w</p>	Wykład z elementami dyskusji z wykorzystaniem prezentacji multimedialnej, Studia przypadków, projekty, odgrywanie ról, pogadanka	zaliczenie pisemne w formie testu kompetencyjnego, projekty, grupowe rozwiązywanie problemów	

		<p>rozwiązywaniu problemów z zakresu zarządzania ludźmi w organizacji K_U04</p> <p>U3-komunikatywność: posiada kompetencje w zakresie komunikatywnego formułowania i przekazywania swych myśli, opinii i wszelkich informacji K_U14</p> <p>U4-praca zespołowa: posiada kompetencje w zakresie udziału w przedsięwzięciach zespołowych, pełniąc w nich różne role K_U15</p>		
	Zarządzenie innowacyjnością	<p>W1: definiować innowacyjność - K_W04</p> <p>W2: zarządzać procesem innowacyjnym w organizacji – K_W03</p> <p>U1: oceniać poziom innowacyjności organizacji - K_U02</p> <p>U2: planować i organizować proces innowacyjny – K_U03</p> <p>U3: budować strategię innowacyjną organizacji – K_U05</p> <p>U4: przedstawić zaprojektowany proces innowacyjny organizacji – K_U09</p> <p>U5: opisać zaprojektowany proces innowacyjny organizacji - K_U10</p> <p>U6: pracować w grupie oceniając innowacyjność organizacji - K_U15</p> <p>K1: pracować w grupie projektując proces innowacyjny organizacji – K_K03</p>	Wykład konwencjonalny i wykład problemowy, ćwiczenia: klasyczna metoda problemów, analiza przypadków.	egzamin pisemny i projekt

	Kreatywność i twórcze rozwiązywanie problemów	<p>W1: rozumie znaczenie podstawowej terminologii związanej z kreatywnością i innowacyjnością, posiada wiedzę na temat procesu kreatywnego i jego zastosowania w instytucjach biznesowych i ich otoczeniu – K_W04W2: ma wiedzę o potencjalne kreatywnym jednostki ludzkiej, a także zespołów projektowych – KW_06W3: zna podstawowe techniki kreatywnego myślenia i innowacyjnego rozwiązywania problemów – K_W07U1: potrafi projektować i stosować w podstawowym wymiarze proces kreatywny adekwatnie do pojawiających się problemów – K_U02U2: potrafi dobierać i stosować w procesie kreatywnym odpowiednie techniki kreatywnego myślenia i innowacyjnego rozwiązywania problemów – K_U04U3: potrafi gromadzić materiały, opracowywać je i prezentować wyniki swoich prac w języku polskim z zastosowaniem środków ICT K_U10U4: wykazuje inicjatywę i prezentuje własne pomysły w pracy zespołowej, pełni różne role w zespole – K_U15U5: ma świadomość własnej wiedzy i umiejętności oraz konieczności dalszego ich rozwijania – K_U13K1: potrafi pracować w zespole realizującym powierzone zadania, w sposób profesjonalny i odpowiedzialny przygotowuje projekty zespołowe z zakresu kreatywnego myślenia – K_K03</p>	Wykład konwersatoryjny; gry i symulacje; metody odnoszące się do autentycznych lub fikcyjnych sytuacji; metody oparte na współpracy	Ocena ciągła (bieżące przygotowanie do zajęć i aktywność); Projekt z zakresu kreatywność i innowacyjności (zadanie semestralne)
	Podstawy marketingu	<p>W1: Wyjaśnia istotę marketingu i korzyści dla organizacji z wdrażania reguł marketingowej koncepcji zarządzania (K_W04) W2: Odróżnia organizacje zorientowane produkcyjnie i sprzedażowo od organizacji zorientowanych marketingowo oraz warunki, w których się wykształcają (K_W04) W3: Wyjaśnia znaczenie nabywcy (klienta) w organizacjach zorientowanych marketingowo oraz różnice pomiędzy nabywcą na rynku B2C i B2B (K_W06)</p>	wykład: wykład konwersatoryjny; Ćwiczenia: pogadanka, giełda pomysłów, studium przypadku, dyskusja, analiza SWOT	Pisemne zaliczenie końcowe; zadania realizowane (grupowo lub indywidualnie) podczas zajęć oraz aktywność studenta na zajęciach

		<p>W4: Charakteryzuje główne rodzaje zachowań konsumentów na rynku B2C (K_W06)</p> <p>W5: Wymienia główne czynniki kształtujące zachowania rynkowe nabywców dóbr konsumpcyjnych (K_W06)</p> <p>W6: Wymienia główne etapy procesu podejmowania decyzji zakupu na rynku B2C (K_W06)</p> <p>W7: Rozpoznaje główne elementy otoczenia przedsiębiorstwa i jego potencjału strategicznego oraz wyjaśnia w jaki sposób zmiany czynników zewnętrznych i wewnętrznych wpływają na kondycję organizacji i jej pozycję rynkową (K_W05)</p> <p>W8: Wyjaśnia istotę segmentacji rynku i jej znaczenie dla organizacji oraz jej klientów (K_W05)</p> <p>W9: Charakteryzuje podstawowe elementy marketingu – mix (w tym przede wszystkim działania służące komunikacji organizacji z jej klientami) (K_W09)</p> <p>U1: Wykorzystuje zdobytą wiedzę do analizy rynkowych zachowań nabywców na rynku dóbr konsumpcyjnych (K_U01)</p> <p>U2: Analizuje otoczenie organizacji i jej potencjał strategiczny z wykorzystaniem analizy SWOT (K_U01)</p> <p>U3: Proponuje działania bądź instrumenty marketingowe adekwatne do zdiagnozowanych problemów/zmian zachodzących w organizacjach i/lub w ich otoczeniu, prowadzące do ich rozwiązania /wykorzystania (K_U02)</p> <p>U4: Komunikatywnie formułuje i przekazuje swoje myśli, opinie i wszelkie informacje na temat marketingu oraz wykorzystania jego reguł w działaniach organizacji (K_U14)</p> <p>K1: Jest gotów do identyfikowania i rozstrzygnięcia merytorycznych oraz etycznych dylematów związanych z realizacją działalności marketingowej (K_K02)</p>		
--	--	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--

	Komunikacja marketingowa	<p>W1: Wyjaśnia istotę komunikacji marketingowej (K_W04).W2.: Wymienia i charakteryzuje etapy planowania komunikacji marketingowej (K_W04). W3: Charakteryzuje podstawowe elementy komunikacji marketingowej i możliwości ich wdrożenia w organizacji (K_W04, K_W05, K_W09).W4: Wymienia i charakteryzuje nowoczesne formy komunikacji marketingowejU1: Proponuje adekwatne do zdiagnozowanych problemów w organizacji działania z zakresu komunikacji marketingowej (K_U02)U2: Komunikatywnie formułuje i przekazuje myśli, opinie oraz wszelkie informacje na temat formułowania i wdrażania strategii marketingowych (K_U14)</p>	<p>wykład: wykład konwersatoryjny; Ćwiczenia: pogadanka, giełda pomysłów, studium przypadku, dyskusja</p>	<p>Pisemne zaliczenie;kolokwium, indywidualny projekt wybranych elementów komunikacji marketingowej, zadania realizowane grupowo i indywidualnie w trakcie zajęć, aktywność studenta na zajęciach</p>
	Podstawy strategii	<p>W1: znaczenie strategicznej orientacji organizacji we współczesnych warunkach gospodarki podlegającej procesowi globalizacji – K_W04 W2: przebieg procesu zarządzania strategicznego – K_W05 W3: poszczególne metody analizy strategicznej – K_W08 U1: zastosować wybrane metody analizy strategicznej – K_U01 U2: formułować opcje strategiczne – K_U02 U3: zaprezentować publicznie wyniki i wnioski z analizy – K_U09, K_U10 U4: pracować w zespole – K_U15 Ćwiczenia – student jest gotów do: K1: zdobywania wiedzy, informacji i danych dotyczących wnętrza i otoczenia instytucji biznesowej oraz określania na ich podstawie priorytetów dla jej funkcjonowania i rozwoju – K_K01</p>	<p>Wykład: - uczestnictwo w zajęciach (nieobowiązkowe), prowadzonych w formie tradycyjnego wykładu z wykorzystaniem prezentacji PowerPoint – egzamin pisemny testowy oparty na treściach omówionych na wykładzie i ćwiczeniach Ćwiczenia: - uczestnictwo w zajęciach (obowiązkowe – dopuszczalna 1 nieobecność), przygotowywanie się do zajęć, aktywność, realizacja zadań – praca zespołowa – analiza przypadków – przedłużona obserwacja przez prowadzącego</p>	<p>Egzamin pisemny testowy, Realizacja zadań, Prezentacja, Przedłużona obserwacja, Projekt, Aktywność</p>

			- praca samodzielna (projekt zaliczeniowy przygotowywany w zespołach i jego prezentacja) lub kolokwium	
Zarządzanie międzykulturowe	<p>W1: ma podstawową wiedzę o kulturze narodowej jako czynnika kształtującym zachowania ludzi w organizacji na poziomie indywidualnym, grupowym i instytucjonalnym - K_W07</p> <p>U1: potrafi diagnozować i interpretować problemy społeczne i organizacyjne pojawiające się w praktyce funkcjonowania instytucji biznesowych w środowisku wielokulturowym - K_U01</p> <p>K1: kreatywnego uczestnictwa w przedsięwzięciach (zespołach) związanych z rozwiązywaniem problemów społecznych instytucji biznesowych - K_K03</p>	Wykład z wykorzystaniem prezentacji multimedialnej, analiza przypadków, gry symulacyjne	Kolokwium, realizacja zadania: analizy przypadków, aktywność, obserwacja przez opiekuna	
Symulacje i gry biznesowe	<p>U1 - potrafi diagnozować i interpretować problemy rynkowe, organizacyjne, społeczne i finansowe oraz szanse i/lub zagrożenia jakie pojawiają się w praktyce funkcjonowania biznesu – K_U01</p> <p>U2 - potrafi projektować, adekwatne dla zdiagnozowanych przyczyn i przebiegu zjawisk/problemów rynkowych, organizacyjnych, społecznych i finansowych, przedsięwzięcia prowadzące do ich sprawnego rozwiązania - K_U02</p> <p>U3 – potrafi uczestniczyć w przedsięwzięciach zespołowych, pełniąc w nich różne role - K_U15</p> <p>K1 – jest gotów do kreatywnego uczestnictwa w przedsięwzięciach (zespołach) związanych z rozwiązywaniem problemów społecznych instytucji biznesowych K_K03</p> <p>K2 - jest gotów do myślenia i działania w sposób przedsiębiorczy K_K04</p>	Symulacje procesów zarządzania przedsiębiorstwami w warunkach wirtualnego konkurencyjnego rynku, praca zespołowa	aktywność w zajęciach, praca zespołowa i wynik finansowy symulacji, wartość przedsiębiorstwa	

	<p>Innowacyjny start up w biznesie</p>	<p>W1: Student zna i stosuje zasady oraz narzędzia zarządcze w procesie planowania form indywidualnej przedsiębiorczości – K_W11 U1: Student identyfikuje oraz ocenia społeczno-rynkowe zjawiska w procesie budowania koncepcji planowanej formy indywidualnej przedsiębiorczości – K_U01 K1: Student posiada kompetencje zdobywania wiedzy, informacji i danych potrzebnych w procesach rozwiązywania problemów występujących na etapie budowania koncepcji planowanej formy indywidualnej przedsiębiorczości (analityczne myślenie) – K_K01</p>	<p>Wykład konwencjonalny i wykład problemowy, ćwiczenia: klasyczna metoda problemów, analiza przypadków</p>	<p>zaliczenie pisemne w formie testu; praca zaliczeniowa, obserwacja obecności, aktywności i współpracy w zespole</p>
	<p>Zarządzanie projektami</p>	<p>W1: Student zna procedurę wprowadzania zmian w organizacji w ramach zarządzania projektami, a także identyfikuje występujące w tym procesie problemy o charakterze funkcjonalnym, instytucjonalnym i personalnym – K_W04 U1: Student potrafi planować i organizować złożone przedsięwzięcia mające na celu wprowadzanie znaczących zmian – K_U02 U2: Student posiada kompetencje w zakresie udziału w przedsięwzięciach zespołowych, pełniąc w nich różne role przewidziane w ramach zarządzania projektami (praca zespołowa) – K_U15</p>	<p>Wykład: wykład problemowy prowadzony metodą tradycyjną z wykorzystaniem prezentacji multimedialnej, w sposób zapewniający możliwość dyskusowania ze studentami omawianych zagadnień. Ćwiczenia: konwersacja ze studentami, w ramach której są rozwiązywane zadania, analizowane studia przypadków, dyskutowane i rozwiązywane praktyczne problemy decyzyjne z zakresu zagadnień odnoszących się do podejmowanego przedmiotu, a także planowane konkretne przedsięwzięcia projektowe</p>	<p>zaliczenie pisemne w formie testu; praca zaliczeniowa, obserwacja obecności, aktywności i współpracy w zespole</p>

	Finansowanie i rozwój firmy	<p>K_W02 w zaawansowanym stopniu podstawy wiedzy z ekonomii i finansów oraz ich powiązania z zarządzaniem organizacjami, K_W011 zasady tworzenia i rozwoju form indywidualnej przedsiębiorczości wykorzystującej wiedzę z zakresu nauk o zarządzaniu i psychologii, K_U01 diagnozować i interpretować problemy społeczne i organizacyjne oraz (szanse i/lub zagrożenia) jakie pojawiają się w praktyce funkcjonowania instytucji biznesowych, K_U12 wykorzystywać posiadaną wiedzę - formułować i rozwiązywać złożone i nietypowe problemy oraz wykonywać zadania w zakresie komunikowania w warunkach nie w pełni przewidywalnych przez właściwy dobór źródeł oraz informacji z nich pochodzących, dokonywanie oceny, krytycznej analizy i syntezy tych informacji, dobór i stosowanie właściwych metod i narzędzi, w tym zaawansowanych technik informacyjno – komunikacyjnych (ICT), K_K01 zdobywania wiedzy, informacji i danych potrzebnych w procesach rozwiązywania problemów występujących w instytucjach biznesowych oraz określania priorytetów w tym zakresie, K_K04 myślenia i działania w sposób przedsiębiorczy</p>	zajęcia problemowe z wykorzystaniem prezentacji multimedialnej; zajęcia projektowe z wykorzystaniem aplikacji informatycznej, Generator wniosków	projekt, aktywność
Grupa przedmiotów III - Moduł psychologia w biznesie	Podstawy psychologii	<p>W1: Student wskazuje tło psychologiczne ludzkich postaw w różnych okolicznościach i warunkach życia prywatnego oraz zawodowego – K_W01 W2: Student identyfikuje czynniki psychologiczne w kontekście zasad współdziałania i kierowania ludźmi – K_W06 U1: Student potrafi obserwować, analizować i oceniać zjawiska w otoczeniu, w oparciu o zachodzące procesy myślowe i emocjonalne – K_U03</p>	metoda podawcza (wykład akademicki), metoda podawczo-aktywizująca (wykład konwersatoryjny, prezentacja multimedialna, w tym projekcja nagrań dokumentalnych klasycznych eksperymentów psychologicznych)	egzamin pisemny - pytania otwarte

	Psychologia społeczna	<p>W1: Student wskazuje tło psychologiczne ludzkich postaw w różnych okolicznościach i warunkach życia prywatnego oraz zawodowego – K_W03, K_W04</p> <p>W2: Student identyfikuje czynniki psychologiczne w kontekście zasad kierowania ludźmi – K_W05, K_W06</p> <p>U1: Student potrafi obserwować, analizować i oceniać zjawiska w otoczeniu, w oparciu o zachodzące procesy myślowe i emocjonalne – K_U01</p> <p>U2: Student planuje, inicjuje i właściwie stosuje komunikację interpersonalną, aby sprawnie zarządzać czasem i zasobami ludzkimi – K_U02, K_U04</p> <p>U3: Student dba o właściwą atmosferę w otaczającym środowisku zawodowym i prywatnym – K_U15</p>	<p>Wykład z wykorzystaniem multimedialnych metod prezentacji treści programowych; konsultacje (interpersonalne i drogą elektroniczną);</p> <p>Konwersatorium: pogadanka, dyskusja moderowana, ćwiczenia symulacyjne zachowań społecznych.</p>	<p>Egzamin: test pisemny z możliwością wielokrotnego wyboru. Do zaliczenia testu jest wymagane uzyskanie 51% sumy wszystkich punktów.</p> <p>Konwersatorium: aktywne uczestnictwo na zajęciach, prace do przygotowania na zajęcia</p>
	Emocje i motywacje - trening inteligencji emocjonalnej	<p>W1: Student posiada wiedzę o normach i regułach rządzących zachowaniem człowieka w grupie (organizacji) i w efekcie – funkcjach jakie człowiek w nich pełni – K_W08</p> <p>U1: Student opisuje procesy związane z zaspakajaniem poszczególnych potrzeb człowieka, jego motywacji – K_U06</p> <p>U2: Student analizuje typowe zjawiska i procesy natury psychicznej, zachodzące w człowieku jako takim oraz w człowieku działającym w organizacji – K_U03</p> <p>U3: Student jest przygotowany do uczestniczenia w inicjatywach zespołowych – K_U15</p>	<p>ćwiczenia: metody podstawowe: Experiential Learning Model Kolba, First Principles of Instruction</p> <p>Merrilla techniki wspomagające: praca grupowa nad tekstem źródłowym, symulacja sytuacji społecznych i osobistych, motywowanie do wystąpień publicznych studentów, burza mózgów, obserwacja uczestnicząca, dyskusja moderowana</p>	<p>Egzamin pisemny (pytania otwarte) ; uczestnictwo w zajęciach dydaktycznych; przygotowanie i prezentacja treści z materiałów źródłowych zadawanych na bieżąco do opracowania; praca grupowa; pisemne zaliczenie końcowe</p>
	Psychologiczne procesy podejmowania decyzji	<p>W1: Student objaśnia kluczowe koncepcje teorii funkcjonowania człowieka w aspekcie postrzegania prawdopodobieństwa w otaczającym go świecie – K_W03, K_W06</p> <p>W2: Student identyfikuje uwarunkowania związane z ryzykiem przedsiębiorczości człowieka oraz uwarunkowania podejmowania decyzji – K_W05</p>	<p>wykład: metoda podawcza (wykład akademicki), metoda podawczo-aktywizująca (wykład konwersatoryjny, prezentacja multimedialna, w tym projekcja nagrań</p>	<p>Egzamin pisemny (pytania otwarte) ; uczestnictwo w zajęciach dydaktycznych; przygotowanie i prezentacja treści z materiałów źródłowych zadawanych na bieżąco do opracowania;</p>

		<p>U1: Student określa kryteria i poziom mierników ryzyka związanych z funkcjonowaniem człowieka i organizacji i na tej podstawie umie podejmować optymalne decyzje – K_U01, K_U02</p> <p>K1: Student działa w sposób przedsiębiorczy z uwzględnieniem prawdopodobieństwa występowania zjawisk ryzykownych i decyzyjnych w środowisku – K_K02</p>	<p>dokumentalnych)</p> <p>konwersatorium: praca grupowa nad materiałem źródłowym, symulacja sytuacji decyzyjnych, motywowanie do wystąpień publicznych studentów, burza mózgów, obserwacja</p>	<p>praca grupowa; pisemne zaliczenie końcowe</p>
Psychologia osobowości i różnic indywidualnych	<p>W1: Student zna podstawowe koncepcje psychologiczne człowieka – K_W06, K_W07</p> <p>W2: Student przedstawia psychologiczny portret człowieka w jego relacjach i innymi jednostkami, grupami i organizacjami – K_W07</p> <p>U1: Student posiada umiejętność rozumienia człowieka w obliczu reguł jakie nim rządzą – K_U02, K_U07</p>	<p>metoda podawcza (wykład akademicki), metoda podawczo-aktywizująca (wykład konwersatoryjny, prezentacja multimedialna)</p> <p>konwersatorium: praca grupowa nad materiałem źródłowym, dyskusja moderowana</p>	<p>egzamin ustny; przygotowanie i prezentacja treści z materiałów źródłowych zadawanych na bieżąco do opracowania; praca grupowa; pisemne zaliczenie końcowe</p>	
Negocjacje w biznesie	<p>(W1)Definiuje podstawowe pojęcia z zakresu negocjacji – K_W01</p> <p>(W2)Posiada wiedzę w zakresie styli i technik negocjacji w biznesie – K_W09</p> <p>(U1) Formułuje przejrzyste wypowiedzi ustne i pisemne, wyjaśnia swoje stanowisko, rozważając wady i zalety różnych rozwiązań, analizuje rozwiązania i negocjuje najlepszą opcję – K_U09, K_U01</p> <p>(U2) Rozumie procesy zachodzące podczas negocjacji biznesowych i potrafi wykorzystać tą umiejętność w procesie negocjowania – K_U07</p> <p>(U3) Potrafi przygotować wystąpienie ustne – przygotowanie różnych wariantów scenariuszy negocjacji – K_U09</p> <p>(K1) Potrafi kreatywnie uczestniczyć w przedsięwzięciach (zespołach) związanych z</p>	<p>Ćwiczenia: pogadanka, dyskusja w grupach, praca zespołowa, prezentacje, wystąpienia ustne, case study</p>	<p>aktywny udział w dyskusji oraz zadania realizowane (grupowo lub indywidualnie) podczas zajęć</p>	

		rozwiązywaniem problemów społecznych instytucji biznesowych – K_K03		
Zachowania organizacyjne	<p>W1: student ma podstawową wiedzę o zachowaniach ludzi w organizacji na poziomie indywidualnym, grupowym i instytucjonalnym - K_W07</p> <p>U1: student potrafi diagnozować i interpretować problemy społeczne pojawiające się w praktyce funkcjonowania instytucji biznesowych - K_U01</p> <p>U2: Praca zespołowa: student posiada kompetencje w zakresie udziału w przedsięwzięciach zespołowych, pełniąc w nich różne role - K_U15</p> <p>K1: kreatywnego uczestnictwa w przedsięwzięciach (zespołach) związanych z rozwiązywaniem problemów społecznych instytucji biznesowych - K_K03</p>	Wykład z wykorzystaniem prezentacji multimedialnej, analiza przypadków, gry symulacyjne	kolokwium; realizacja zadania: analizy przypadków, aktywność	
Przywództwo i rola lidera w pracy zespołowej	<p>W1: student ma podstawową wiedzę o człowieku, w szczególności jako podmiocie konstytuującym struktury biznesowe i zasady ich funkcjonowania, w tym wie jak zarządzać zespołem ludzi - K_W06;W2: student ma podstawową wiedzę o zachowaniach ludzi w organizacji na poziomie indywidualnym, grupowym i instytucjonalnym – K_W07;U1: student posiada umiejętność przygotowywania wystąpień ustnych w języku polskim w zakresie właściwym dla praktyki biznesu, z wykorzystaniem różnych źródeł i nowoczesnych technologii komunikowania K_U09;U2: student posiada umiejętność w zakresie formułowania i przekazywania swoich opinii na potrzeby danej organizacji – K_U14;U3: student potrafi współpracować w zespole niezależnie od roli jaką w nim pełni – K_U15.</p>	Ćwiczenia – poprzez analizę studium przypadków. Ćwiczenia będą prowadzone w taki sposób, aby zapewnić możliwość prowadzenia dyskusji ze studentami.	końcowa praca pisemna w postaci testu wielokrotnego wyboru;	
Asertywność w biznesie	<p>(W1) Posiada wiedzę z zakresu problematyki asertywności w biznesie – K_W06</p> <p>(U1) Potrafi posługiwać się metodami i technikami komunikacji umożliwiającymi kształtowanie asertywnych komunikatów - formułuje przemyślane,</p>	Prezentacje multimedialne, symulacje z odgrywaniem ról, analiza przypadku,	kolokwium; realizacja zadania: analizy przypadków, aktywność	

		<p>przejrzyste i adekwatne wypowiedzi ustne, wyraża swoją opinie i przyjmuje asertywną postawę – K_U04 (U2) Posiada kompetencje w zakresie komunikatywnego formułowania i przekazywania swoich myśli, opinii i wszelkich informacji – K_U14</p> <p>K1: Potrafi zdobywać wiedzę, informacje i dane potrzebne w procesach rozwiązywania problemów występujących w instytucji biznesowej oraz określać priorytety w tym zakresie – K_K01</p>	indywidualne ćwiczenia praktyczne	
Zarządzanie stresem w biznesie	<p>(W1) Posiada wiedzę z zakresu podstawowych zagadnień dotyczących zarządzania stresem w biznesie – K_W01</p> <p>(U2) Potrafi stosować metody i techniki radzenia sobie ze stresem - rozumie mechanizmy związane z powstawaniem i redukcją stresu oraz potrafi wykorzystać tą umiejętność w relacjach biznesowych – K_U02</p> <p>(K1): Potrafi zdobywać wiedzę, informacje i dane potrzebne w procesach rozwiązywania problemów występujących w instytucji biznesowej oraz określać priorytety w tym zakresie – K_K01</p>		<p>Ćwiczenia: pogadanka, dyskusja w grupach, praca zespołowa, prezentacje, wystąpienia ustne, case study</p>	realizacja zadania: analizy przypadków, aktywność
Zarządzanie karierą	<p>K_U08 wykorzystywać zdobytą wiedzę, z uwzględnieniem umiejętności nabytych podczas praktyki zawodowej, K_U09 przygotowywać wystąpienia ustne w języku polskim w zakresie właściwym dla praktyki biznesu, z wykorzystaniem ujęć teoretycznych, a także różnych źródeł i nowoczesnych technologii komunikowania, K_U13 samodzielnie planować i realizować proces uczenia się przez całe życie oraz ma potrzebę samorozwoju opartego o ciągłe pogłębianie wiedzy i twórczą refleksję w odniesieniu do własnych doświadczeń,</p> <p>K_K01 zdobywania wiedzy, informacji i danych potrzebnych w procesach rozwiązywania problemów</p>		<p>Prezentacje multimedialne, symulacje z odgrywaniem ról, analiza przypadku, indywidualne ćwiczenia praktyczne</p>	realizacja zadania: analizy przypadków, aktywność

		występujących w instytucjach biznesowych oraz określania priorytetów w tym zakresie, K_K02 identyfikowania i rozstrzygnięcia merytorycznych i etycznych dylematów związanych z pełnieniem ról zawodowych w tym: przestrzegania zasad etyki zawodowej i wymagania tego od innych, dbałości o dorobek i tradycję zawodu		
Grupa przedmiotów IV - Moduł komunikacja w biznesie	Podstawy komunikacji społecznej	W1: – Student rozumie zależności człowieka i środowiska społecznego, jako konstytuujące jego postawę i zachowania K_W07W2: Student wie jakie techniki i narzędzia komunikacyjne pozwalają mu na określony przekaz – K_W09U1: – Student rozumie zasady komunikacji interpersonalnej i to, w jaki sposób jego postępowanie oddziałuje na innych ludzi oraz potrafi wykorzystać tę wiedzę w kontaktach społecznych K_U03U2: – Student potrafi stosować odpowiednie metody i techniki w komunikacji interpersonalnej K_U04U3: - Student potrafi posługiwać się wybranymi normami i regułami społecznymi do budowania relacji międzyludzkich i rozwiązywania konfliktów interpersonalnych K_U07U4: Student ma świadomość konieczności rozwoju osobistego i rozwijania własnych kompetencji w zakresie komunikacji interpersonalnej – K_U13 U5: Student potrafi w sposób zrozumiały dla innych formułować i przekazywać swe myśli, opinie i informacje K_U14U6: Student potrafi pracować w zespole i skutecznie się w nim komunikować – K_U15	wykład: metoda podawcza (wykład akademicki), metoda podawczo-aktywizująca (wykład konwersatoryjny, prezentacja multimedialna, w tym projekcja nagrań; konwersatorium: dyskusje otwarte, symulacje z odgrywaniem ról, praca w grupie, analiza case study, gry szkoleniowe, ćwiczenia indywidualne.	Egzamin pisemny; aktywne uczestnictwo w zajęciach dydaktycznych; przygotowanie i prezentacja treści z materiałów źródłowych zadawanych na bieżąco do opracowania; praca grupowa nad zadanymi problemami (ocena: sposób prezentacji wyników analiz, jasność i czytelność wywodu, umiejętność wyciągania wniosków końcowych; Dziennik refleksji zawierający bieżące podsumowanie spostrzeżeń oraz umiejętności zdobywanych podczas zajęć.
	Komunikacja z mediami	W1: student zna podstawowe instrumenty i narzędzia komunikowania stosowane w relacjach z mediami – K_W09; W2: student zna i rozumie z punktu widzenia właściwego dla nauk o zarządzaniu relacje wewnętrzne i zewnętrzne z mediami, ich charakter, cele, prawidłowości i reguły – K_W05.	Wykład konwencjonalny z wykorzystaniem prezentacji zdjęć, filmów, opisu studium przypadku Ćwiczenia – poprzez analizę studium przypadków. Ćwiczenia będą	końcowa praca pisemna w postaci testu, projekt

		<p>U1: student potrafi stosować odpowiednie metody i techniki w rozwiązywaniu problemów komunikowania się z mediami (w tym w sytuacjach kryzysowych w instytucji biznesowej) K_U04</p> <p>U2: student potrafi ocenić skutki organizacyjne i społeczne podejmowanych decyzji i przedsięwzięć oraz przedstawić ich merytoryczne uzasadnienie – K_U05;</p> <p>U3: student potrafi formułować i przekazywać opinie i wszelkie informacje niezbędne w pracy wymagającej współpracy z mediami – K_U14;</p> <p>K1: Kreatywność: potrafi kreatywnie uczestniczyć w przedsięwzięciach (zespołach) związanych z rozwiązywaniem problemów społecznych instytucji biznesowych oraz nagłaśniać je w ciekawy sposób za pomocą mediów – K_K03</p>	<p>prowadzone w taki sposób, aby zapewnić możliwość prowadzenia dyskusji ze studentami</p>	
	Systemy komunikacji w organizacji	<p>W1: Stosuje podejście systemowe do procesu komunikacji w organizacji K_W05</p> <p>W2: Zna determinanty kształtujące proces komunikacji w organizacji K_W05</p> <p>W3: Definiuje elementy systemu komunikacji K_W05</p> <p>W4: Zna narzędzia komunikacji w organizacji K_W09</p> <p>U1: Identyfikuje problemy w procesie komunikacji K_U02</p> <p>U2: Projektuje schematy przepływu informacji w organizacji K_U05</p> <p>U3: Wykorzystuje narzędzia komunikacji w organizacji K_U05</p> <p>U4: Posiada kompetencje w zakresie komunikatywnego formułowania i przekazywania myśli, opinii, informacji K_U14</p> <p>K1: Posiada kompetencje zdobywania danych i informacji potrzebnych dla budowy systemu komunikacji w organizacji K_K01</p>	<p>Metody podające: Wykład informacyjny (konwencjonalny), wykład konwersatoryjny; Metody poszukujące: projekt, studium przypadku, dyskusje.</p>	<p>Pisemny egzamin z zakresu prezentowanych zagadnień i literatury obowiązkowej; opracowanie zagadnień projektowych i przedstawienie ich w formie prezentacji multimedialnej</p>

	Korespondencja biznesowa	<p>K_W09: student zna podstawowe zasady redagowania korespondencji biznesowej wewnątrz organizacji oraz w relacjach z różnymi grupami interesariuszy</p> <p>K_U10: student posiada umiejętność przygotowywania dokumentów związanych z rozpoczęciem/zakończeniem zatrudnienia, wewnątrzorganizacyjnych dokumentów planistycznych i sprawozdawczych, korespondencji biznesowej z interesariuszami zewnętrznymi oraz pism okolicznościowych.</p> <p>K_U12: student potrafi wykorzystywać systemy informatyczne do prowadzenia korespondencji biznesowej oraz komunikowania się wewnątrz organizacji.</p> <p>K_U14: Komunikatywność: posiada kompetencje w zakresie komunikatywnego formułowania i przekazywania swych myśli, opinii i wszelkich informacji.</p>	<p>Analiza i interpretacja tekstów źródłowych;</p> <p>Pisanie tekstów (opracowywanie dokumentów); Ćwiczenia pisemne; Ćwiczenia z wykorzystaniem komputerów; pogadanka; wykład informacyjny (konwencjonalny); wykład konwersatoryjny</p>	<p>2 pisemne sprawdziany weryfikujące wiedzę, umiejętności praktyczne i kompetencje studentów.</p>
	Społeczna odpowiedzialność biznesu	<p>W1: student jest w stanie wyjaśnić czym jest społeczna odpowiedzialność biznesu oraz potrafi wskazać przykłady „dobrych praktyk” w tym zakresie -</p> <p>K_W01W2: student zna, rozumie i rozpatruje z punktu widzenia właściwego dla nauk o zarządzaniu i psychologii relacje wewnętrzne i zewnętrzne instytucji biznesowych z wykorzystaniem społecznej odpowiedzialności biznesu -</p> <p>K_W05U1: student potrafi projektować przedsięwzięcia z zakresu CSR -</p> <p>K_U02U2: student jest w stanie przygotować podstawowe założenia do realizacji projektu społecznego -</p> <p>K_U05K1: student posiada kompetencje identyfikacji i rozwiązywania problemów z obszaru społecznej odpowiedzialności biznesu (w tym problemów etycznych) -</p> <p>K_K02K2: Praca zespołowa: student posiada kompetencje w zakresie udziału w przedsięwzięciach zespołowych opartych na projektach CSR -</p> <p>K_K03</p>	<p>Wykład konwersatoryjny, wykład informacyjny wspomagany prezentacją multimedialną, opis, pogadanka, studium przypadku.</p>	<p>końcowa praca pisemna w postaci testu</p>

	Media społecznościowe	<p>W1: Zna współczesne rozwiązania, narzędzia i mechanizmy stosowane w mediach społecznościowych oraz zasady ich wykorzystywania w biznesie - K_W09</p> <p>U1: Potrafi wykorzystywać media społecznościowe w komunikacji biznesowej - K_U04</p> <p>U2: Potrafi wykorzystywać media społecznościowe do przewidywania procesów zachodzących w instytucjach biznesowych - K_U05</p> <p>K1: Posiada kompetencje analizy informacji oraz procesów zachodzących w mediach społecznościowych oraz ich wykorzystywania w instytucjach biznesowych - K_K01</p> <p>K2: Potrafi wykorzystywać media społecznościowe do twórczej pracy zespołowej oraz rozwiązywania problemów społecznych w biznesie - K_K03</p>	Konwersatorium, praca w laboratorium komputerowym	wystąpienie podczas zajęć, prezentacja ustna wyników zrealizowanego projektu indywidualnego
	Budowanie wizerunku	<p>W1 K_W09 Zna podstawowe instrumenty i narzędzia komunikowania własnych kompetencji i umiejętności przydatne w budowaniu własnego wizerunku.</p> <p>W2 K_W11 Zna zasady wykorzystania marki personalnej w budowaniu pozycji na rynku pracy i wspierania indywidualnej przedsiębiorczości.</p> <p>U1 K_U08 Wykorzystuje zdobytą wiedzę z zakresu psychologii i zarządzania w budowaniu własnego wizerunku.</p> <p>U2 K_U12 Stosuje strony internetowe i portale społecznościowe w komunikowaniu i budowaniu własnego wizerunku.</p> <p>U3 K_U13 Dążenie do rozwoju: ma świadomość własnych umiejętności i talentów oraz samorozwoju opartego o ciągłe pogłębianie wiedzy.</p> <p>U4 K_U14 Komunikatywność: Posiada kompetencje w zakresie komunikatywnego formułowania autoprezentacji i przekazywania informacji.</p>	Prezentacje multimedialne, symulacje z odgrywaniem ról, analiza przypadku, indywidualne ćwiczenia praktyczne.	autoprezentacja, projekt własnego profilu na portalu społecznościowym, obserwacja, aktywny udział w zajęciach

		K1 K_K04 Przedsiębiorczość: Potrafi tworzyć własny wizerunek w sposób przedsiębiorczy		
	Zarządzanie marką	K_W09 w zaawansowanym stopniu instrumenty i narzędzia komunikowania stosowane wewnątrz instytucji biznesowych oraz w relacjach z różnymi grupami interesariuszy, K_U09 przygotowywać wystąpienia ustne w języku polskim w zakresie właściwym dla praktyki biznesu, z wykorzystaniem ujęć teoretycznych, a także różnych źródeł i nowoczesnych technologii komunikowania, K_K01 zdobywania wiedzy, informacji i danych potrzebnych w procesach rozwiązywania problemów występujących w instytucjach biznesowych oraz określania priorytetów w tym zakresie	Prezentacje multimedialne, case study	Egzamin pisemny, test, obserwacja, realizacja zadania
	Sztuka wystąpień publicznych	W1: zna i rozumie charakter i reguły prezentacji i wystąpień publicznych i ich znaczenie dla instytucji biznesowych i ich otoczenia – K_W05, W2: ma podstawową wiedzę na temat reakcji nadawców i odbiorców wystąpień publicznych w organizacjach biznesowych i ich otoczeniu – K_W07 W3: zna podstawowe narzędzia i metody wykorzystywane w zakresie wystąpień publicznych – K_W09. U1: potrafi stosować metody i techniki wykorzystywane w trakcie wystąpień publicznych na forum instytucji biznesowych i ich otoczenia – K_U04 U2: potrafi oceniać skuteczność działań podejmowanych w ramach wystąpień publicznych, a także merytorycznie uzasadniać swoją ocenę – K_U06 U3: potrafi przygotować wystąpienie publiczne w języku polskim związane z biznesem z wykorzystaniem nowoczesnych technologii komunikowania – K_U09 U4: ma świadomość konieczności rozwijania własnych kompetencji w zakresie wystąpień publicznych – K_U13 U5: posiada niezbędne kompetencje w zakresie wystąpień	opis, pokaz, wykład konwersatoryjny, gry i symulacje	Indywidualne ćwiczenia w czasie zajęć; Realizacja zadania semestralnego wykonywanego samodzielnie; Zabieranie głosu w dyskusji, w tym ocena wystąpień własnych i cudzych

		publicznych – K_U14K1: potrafi planować wystąpienie publiczne adekwatne do oczekiwań zleceniodawców i audytorium – K_K04		
Grupa przedmiotów specjalnościowych V - Menedżer PR	Seminarium dyplomowe	<p>W1: Student posiada wiedzę merytoryczną dotyczącą problematyki z zakresu wybranego tematu pracy – K_W01, K_W02</p> <p>W2: Student zna podstawowe metody i narzędzia, w tym techniki pozyskiwania danych, właściwe dla zarządzania i psychologii, pozwalających opisywać struktury i instytucje biznesowe oraz procesy w nich i między nimi zachodzące – K_W08, K_W010 pojęcia i zasady z zakresu ochrony własności przemysłowej i prawa autorskiego</p> <p>U1: Student potrafi wykorzystać podstawową wiedzę z zakresu nauk o zarządzaniu i psychologii oraz pozyskiwać dane do analizowania konkretnych procesów i zjawisk społecznych w instytucjach biznesowych - K_U03</p> <p>U2: Student posiada umiejętność przygotowywania typowych prac pisemnych w języku polskim w zakresie właściwym dla praktyki biznesu, z wykorzystaniem podstawowych ujęć teoretycznych, a także różnych źródeł i nowoczesnych technologii komunikowania – K_U10</p> <p>K1: Analityczne myślenie: posiada kompetencje zdobywania wiedzy, informacji i danych potrzebnych w procesach rozwiązywania problemów występujących w instytucji biznesowej oraz określania priorytetów w tym zakresie - K_K01</p>	Prezentacja multimedialna, dyskusja w grupie, referaty	ocena pracy dyplomowej egzamin

	Public Relations	<p>K_W01 charakter i znaczenie nauk o zarządzaniu i psychologii oraz ich miejscu w systemie nauk społecznych, K_W010 pojęcia i zasady z zakresu ochrony własności przemysłowej i prawa autorskiego, K_W011 zasady tworzenia i rozwoju form indywidualnej przedsiębiorczości wykorzystującej wiedzę z zakresu nauk o zarządzaniu i psychologii,</p> <p>K_U05 diagnozować, analizować i przewidywać procesy i zjawiska społeczne z wykorzystaniem właściwych metod i narzędzi, w szczególności w zakresie komunikowania,</p> <p>K_U07 prawidłowo posługiwać się systemami normatywnymi oraz wybranymi normami i regułami (społecznymi, organizacyjnymi, etycznymi, zawodowymi) w celu rozwiązania konkretnego zadania z zakresu psychologii biznesu i zarządzania, a w szczególności w zakresie komunikowania instytucji biznesowych</p> <p>K_K04 myślenia i działania w sposób przedsiębiorczy</p>	Wykład informacyjny, wykład konwersatoryjny, wykład problemowy, dyskusja panelowa	Egzamin praktyczny, aktywność na zajęciach
	Zarządzanie wizerunkiem firmy	<p>W1: Student definiuje pojęcia związane z zarządzaniem wizerunkiem firmy – K_W03</p> <p>W2: Student wyjaśnia mechanizm i znaczenie procesu zarządzania wizerunkiem firmy – K_W05</p> <p>W3: Student wymienia instrumenty komunikowania tożsamości firmy – K_W09</p> <p>U1: Student ocenia skutki zarządzania wizerunkiem firmy na przykładzie rynkowym – K_U06</p> <p>K1: absolwent jest gotów do identyfikowania i rozstrzygania merytorycznych i etycznych dylematów związanych z pełnieniem ról zawodowych w tym: przestrzegania zasad etyki zawodowej i wymagania tego od innych, dbałości o dorobek i tradycję zawodu– K_K02</p>	Wykład konwersatoryjny, wykład informacyjny wspomagany prezentacją multimedialną, opis, pogadanka, studium przypadku.	Egzamin ustny

	Komunikacja kryzysowa	<p>(W1) Posiada wiedzę z zakresu podstawowych zagadnień dotyczących komunikacji kryzysowej - K_W01</p> <p>(U1) Rozumie procesy zachodzące podczas sytuacji kryzysowych i potrafi wykorzystać tę umiejętność w procesie tworzenia adekwatnych komunikatów - K_U04</p> <p>(U2) Potrafi przygotować wystąpienie ustne i pisemne w sytuacji kryzysowej – przygotowanie różnych wariantów komunikatów dotyczących sytuacji kryzysowej – K_U09</p> <p>(K1) Potrafi kreatywnie uczestniczyć w przedsięwzięciach (zespołach) związanych z rozwiązywaniem problemów społecznych instytucji biznesowych – K_K03</p>	Pogadanka, wykład problemowy	końcowy projekt zaliczeniowy, udział w dyskusjach
	Etyka w biznesie	<p>W1: odtwarza zapamiętane informacje z zakresu ogólnej wiedzy o etyce, definiuje podstawowe pojęcia dyscypliny, wymienia główne działy, przywołuje genezę podstawowej terminologii w etyce, jako odrębnej dyscyplinie humanistycznej z jej swoistością metodologiczną i problemową. Prezentuje podstawowych pojęć z zakresu etyki ogólnej i stosowanej - K_W03.</p> <p>W2: rozpoznaje etykę jako integralną część dziedzictwa filozoficznego, czy szerszej kulturowego. Orientuje się i potrafi zreferować główne typy teorii etycznych, jako narzędzi wyznaczania i uzasadniania postaw moralnych oraz etycznych oraz kamienie milowe dziedzictwa etycznego w myśli europejskiej - K_W03.</p> <p>W3: rozpoznaje kluczowe elementy relacji ekonomii do etyki, a zwłaszcza sfery styku racjonalności ekonomicznej oraz racjonalności etycznej. Prezentuje główne systemy etyczne znanych z tradycji, teraz jako racje dla ograniczania perspektywy skuteczności w dążeniu do maksymalizacji wyników ekonomicznych. Zna zasady społecznej odpowiedzialności biznesu. Rozpoznaje główne patologie życia gospodarczego - K_W03</p>	Wykład informacyjny, wykład konwersatoryjny	Egzamin pisemny w formie testu

		<p>U1: odróżnia trzy poziomy konstruowania racji działania: efektywność, ekonomiczność, etyczność; śledzi etyczny wymiar działalności zorganizowanej (kooperacja, konkurencja), rozpoznaje i reaguje na wyzwania późnego kapitalizmu – w szczególności globalizacji i korporacjonizmu; pozostaje w gotowości do reartykulacji i translacji tradycyjnych kodów etycznych na potrzeby rzeczywistości poddanej presji postępu technicznego, w tym informatycznego. Potrafi zaadoptować teoretyczną refleksję na temat społecznej odpowiedzialności biznesu (CSR) do własnych projektów biznesowych oraz reagować na patologie życia gospodarczego - K_U01, K_U02, K_U07.</p> <p>K1: Prawidłowo rozpoznaje główne zagrożenia naruszeń norm etycznych; posiada kompetencje do trafnych rozstrzygnięć dylematów moralnych, związanych z działalnością gospodarczą, stanowiącą element szerszego zbioru relacji międzypodmiotowych. Świadomość złożoności zagadnień etycznych, wielorakość prób rozwiązywania moralnych konfliktów przez tradycyjne koncepcje filozoficzne oraz umiejętność ich aplikacji do wyzwań współczesnej praktyki biznesowej kształtuje kompetencje w budowaniu relacji z innymi osobami oraz doskonali podstawy kształtowania pracy zespołowej, w celu podnoszenia jej efektywności z zachowaniem poszanowania autonomii członków zespołu jako moralnych podmiotów - K_K02, K_U15.</p>		
	Savoir-vivre w biznesie	<p>W1: zna podstawowe reguły savoir-vivre'u stosowane w relacjach biznesowych (K_W09)U1: potrafi stosować w praktyce reguły savoir-vivre'u oraz odpowiednie metody i techniki w rozwiązywaniu problemów komunikowania instytucji biznesowych (K_U04)U2: potrafi posługiwać się wybranymi normami i regułami savoir-vivre'u (w wymiarze społecznym i organizacyjnym) w szczególności</p>	Inscenizacja, pokaz	Aktywność w czasie zajęć w czasie zajęć. Ocena przygotowanych prezentacji

		w zakresie komunikowania instytucji biznesowych (K_U07)U3: Dążenie do rozwoju: ma świadomość samorozwoju opartego o ciągłe pogłębianie wiedzy i twórczą refleksję w odniesieniu do własnych doświadczeń (K_U13)		
	Tworzenie kampanii PR - zasady, etapy, studia przypadków	W1: Student operuje podstawowymi pojęciami z zakresu PR - K_W01 W2: Student zna podstawowe instrumenty i narzędzia komunikowania stosowane w organizacjach - K_W09 U1: Posługuje się terminami z zakresu PR - K_U01 U2: Potrafi zaplanować kampanie PR - K_U04 K1: Posiada kompetencje zdobywania wiedzy, informacji i danych potrzebnych w procesach rozwiązywania problemów występujących w instytucji biznesowej oraz określania priorytetów w tym zakresie - K_K01	wykład informacyjny (konwencjonalny) z elementami inscenizacji i konwersacji; pogadanka, studium przypadku (case study), giełda pomysłów	Egzamin pisemny, Test, Projekt, Realizacja zadania, Prezentacja, Obserwacja
	Prawne uwarunkowania działalności PR	W1: Student zna zgodne z prawem sposoby działań PR - K_W10 W2: Student rozpoznaje formy prawne podmiotów prowadzących działalność PR i funkcjonujących w sektorze biznesu oraz administracji publicznej – K_W11 U1: Student analizuje działania PR pod kątem ich zgodności z prawem, w szczególności prasowym, autorskim i własności przemysłowej - K_U07 U2: Student doradza jak w zgodzie z prawem kreować wizerunek podmiotów gospodarczych i publicznych - K_U05 K1: prawidłowo identyfikuje i rozstrzyga prawne i etyczne dylematy związane z wykonywaniem zawodu i działalnością w sferze PR - K_K02	Pogadanka, wykład problemowy, analiza przypadków	kolokwium, studia przypadków, referaty/prezentacje projektów, udział w dyskusji

	Erystyka praktyczna	<p>W1: zna i rozumie charakter i reguły prezentacji i wystąpień publicznych i ich znaczenie dla instytucji biznesowych i ich otoczenia – K_W05,</p> <p>W2: ma podstawową wiedzę na temat reakcji nadawców i odbiorców wystąpień publicznych w organizacjach biznesowych i ich otoczeniu – K_W07</p> <p>W3: zna podstawowe narzędzia i metody wykorzystywane w zakresie wystąpień publicznych – K_W09.</p> <p>U1: potrafi stosować metody i techniki wykorzystywane w trakcie wystąpień publicznych na forum instytucji biznesowych i ich otoczenia – K_U04</p> <p>U2: potrafi oceniać skuteczność działań podejmowanych w ramach wystąpień publicznych, a także merytorycznie uzasadniać swoją ocenę – K_U06</p> <p>U3: potrafi przygotować wystąpienie publiczne w języku polskim związane z biznesem z wykorzystaniem nowoczesnych technologii komunikowania – K_U09</p> <p>U4: ma świadomość konieczności rozwijania własnych kompetencji w zakresie wystąpień publicznych – K_U13</p> <p>U5: posiada niezbędne kompetencje w zakresie wystąpień publicznych – K_U14</p> <p>K1: potrafi planować wystąpienie publiczne adekwatne do oczekiwań zleceniodawców i audytorium – K_K04</p>	opis, pokaz, wykład konwersatoryjny, gry i symulacje	Indywidualne ćwiczenia w czasie zajęć; Realizacja zadania semestralnego wykonywanego samodzielnie; Zabieranie głosu w dyskusji, w tym ocena wystąpień własnych i cudzych
--	---------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

<p>Grupa przedmiotów specjalnościowych VI - Menedżer zarządzania sprzedażą</p>	<p>Seminarium dyplomowe</p>	<p>W1: Student posiada wiedzę merytoryczną dotyczącą problematyki z zakresu wybranego tematu pracy – K_W01, K_W02 W2: Student zna podstawowe metody i narzędzia, w tym techniki pozyskiwania danych, właściwe dla zarządzania i psychologii, pozwalających opisywać struktury i instytucje biznesowe oraz procesy w nich i między nimi zachodzące – K_W08, K_W010 pojęcia i zasady z zakresu ochrony własności przemysłowej i prawa autorskiego U1: Student potrafi wykorzystać podstawową wiedzę z zakresu nauk o zarządzaniu i psychologii oraz pozyskiwać dane do analizowania konkretnych procesów i zjawisk społecznych w instytucjach biznesowych - K_U03 U2: Student posiada umiejętność przygotowywania typowych prac pisemnych w języku polskim w zakresie właściwym dla praktyki biznesu, z wykorzystaniem podstawowych ujęć teoretycznych, a także różnych źródeł i nowoczesnych technologii komunikowania – K_U10 K1: Analityczne myślenie: posiada kompetencje zdobywania wiedzy, informacji i danych potrzebnych w procesach rozwiązywania problemów występujących w instytucji biznesowej oraz określania priorytetów w tym zakresie - K_K01</p>	<p>pogadanka</p>	<p>ocena pracy dyplomowej egzamin</p>
	<p>E-commerce</p>	<p>W1: student będzie w stanie wyjaśnić jak wykorzystać współczesne narzędzia internetowe w handlu K_W01 U1: student - potrafi stosować odpowiednie metody i techniki w handlu elektronicznym - K_U04 K1: Przedsiębiorczość: potrafi myśleć i działać w sposób przedsiębiorczy korzystając z narzędzi e-commerce – K_K04</p>	<p>pogadanka, studium przypadku</p>	<p>końcowa praca pisemna w postaci testu</p>

	Strategie marketingowe	<p>W1: Wyjaśnia istotę strategii marketingowej (K_W04).</p> <p>W2.: Wyjaśnia podstawowe założenia opracowania strategii marketingowych organizacji (K_W04).</p> <p>W3: Charakteryzuje podstawowe rodzaje strategii marketingowych i możliwości ich wdrożenia w organizacji (K_W04, K_W05, K_W09)</p> <p>U1: Analizuje otoczenie organizacji i jej potencjał strategiczny z wykorzystaniem analiz PEST, SWOT, BCG, (K_U01)</p> <p>U2: Proponuje adekwatne do zdiagnozowanych problemów w organizacji działania z zakresu wybranych strategii marketingowych(K_U02).</p> <p>U3: Komunikatywnie formułuje i przekazuje myśli, opinie oraz wszelkie informacje na temat formułowania i wdrażania strategii marketingowych (K_U14)</p>	<p>Wykład: wykład konwersatoryjny</p> <p>Ćwiczenia: pogadanka, giełda pomysłów, studium przypadku, dyskusja</p>	<p>Egzamin; kolokwium, grupowy i indywidualny projekt wybranych funkcjonalnych strategii marketingowych, zadania realizowane grupowo i indywidualnie w trakcie zajęć, aktywność studenta na zajęciach</p>
	Zachowania konsumentów	<p>W1: ma podstawową wiedzę z zakresu nauk o zarządzaniu i psychologii dotyczącą jednostki i reguł jej funkcjonowania na rynku oraz uwarunkowań zmian zachowań jednostki – K_W03</p> <p>W2: ma podstawową wiedzę o człowieku, w szczególności jako podmiocie uczestniczącym w interakcjach mających miejsce we współczesnej gospodarce – K_W06</p> <p>W3: zna podstawowe metody i narzędzia, w tym techniki pozyskiwania danych, właściwe dla zarządzania i psychologii, pozwalających opisywać procesy zachodzące na rynku w odniesieniu do zachowań konsumentów - K_W08</p> <p>U1: potrafi przewidywać procesy i zjawiska społeczne z wykorzystaniem właściwych metod i narzędzi, w szczególności w zakresie analizowania zachowań konsumentów - K_U05</p> <p>U2: potrafi ocenić skutki podejmowanych decyzji oraz przedsięwzięć dotyczących oddziaływania na</p>	<p>Prezentacje multimedialne, case study</p>	<p>Końcowa praca pisemna w postaci testu; Projekt</p>

		zachowania konsumentów oraz przedstawić ich merytoryczne uzasadnienie – K_U06		
Sprzedaż bezpośrednia i jej techniki	<p>W1: Zna proces sprzedaży i wybrane techniki sprzedaży stosowane w poszczególnych etapach sprzedaży K_W05</p> <p>W2: Zna techniki pozyskiwania danych na temat klienta potrzebnych do poprawy jakości procesu sprzedaży K_W08</p> <p>U1: Potrafi przygotować rozmowę sprzedażową K_U02</p> <p>U2: Potrafi zastosować wybraną technikę sprzedaży K_U04</p> <p>U3: Potrafi dopasować technikę sprzedaży do branży, sytuacji i klienta K_U04</p> <p>U4: Wykorzystuje techniki wywierania wpływu i techniki negocjacyjne w rozmowie sprzedażowej K_U08</p> <p>U5: Przeprowadza prezentację sprzedażową uwzględniając przedmiot sprzedaży i sytuację biznesową K_U09</p> <p>U6: Posiada kompetencje w zakresie komunikatywnego formułowania i przekazywania myśli, opinii, informacji K_U14</p> <p>K1: Posiada kompetencje zdobywania danych i informacji potrzebnych dla budowy relacji z klientem w procesie sprzedaży K_K01</p>	Prezentacje multimedialne, symulacje sprzedażowe z odgrywaniem ról, analizy przypadku, dyskusje i debaty moderowane.	Kolokwium, zadania szczegółowe, prezentacja, realizacja projektu, obserwacja, ocena przez kolegów	
Budowanie satysfakcji klientów (CRM)	<p>U1: Potrafi identyfikować czynniki determinujące satysfakcję klientów - K_U01</p> <p>U2: Posiada umiejętność konstruowania narzędzi służących badaniu satysfakcji klientów - K_U08</p> <p>U3: Posiada kompetencje w zakresie udziału w przedsięwzięciach zespołowych, pełniąc w nich różne role - K_U15</p>	Prezentacje multimedialne, case study	Projekt, Realizacja zadania, Prezentacja, Obserwacja	
Budowanie i motywowanie zespołu sprzedażowego	<p>U1: Student rozpoznaje sytuacje problemowe związane z funkcjonowaniem zespołu sprzedażowego oraz opisuje ich przyczyny – K_U01</p> <p>U2: Student projektuje odpowiednie do rozpoznanych problemów działania związane z budowaniem i motywowaniem zespołu sprzedażowego – K_U02</p> <p>U3: Student stawia sobie cele dotyczące samorozwoju opartego o ciągłe pogłębianie wiedzy i twórczą refleksję</p>	pogadanka, dyskusja, analiza tekstu, burza mózgów, testy i gry dydaktyczne, studium przypadku	kolokwium ustne, udział w dyskusjach i aktywność na zajęciach, praca zespołowa	

		<p>w odniesieniu do własnych doświadczeń – K_U13.</p> <p>U4: Student uczestniczy w przedsięwzięciach zespołowych, pełniąc w nich różne role - K_U15</p> <p>K1: Student posiada kompetencje w zakresie kreatywnego udziału w przedsięwzięciach zespołowych związanych z rozwiązywaniem problemów funkcjonowania zespołu sprzedażowego – K_K03</p>		
	Narzędzia IT wspomagające zarządzanie sprzedażą	<p>W1: Zna współczesne mechanizmy i narzędzia informatyczne, wspierające zarządzanie sprzedażą - K_W09</p> <p>U1: Potrafi stosować odpowiednie metody i techniki zarządzania sprzedażą - K_U04</p> <p>U2: Potrafi w praktyce wykorzystywać narzędzia informatyczne wspomagające zarządzanie sprzedażą - K_U12</p> <p>K1: Posiada kompetencje zdobywania informacji i danych, potrzebnych przy zarządzaniu procesami sprzedaży - K_K01</p>	pokaz i metoda ćwiczeniowa	Kolokwium
	Prawne uwarunkowania zarządzania sprzedażą	<p>W1: Student zna zgodne z prawem sposoby sprzedaży - K_W03</p> <p>W2: Student rozpoznaje formy prawne podmiotów prowadzących działalność w zakresie sprzedaży – K_W11</p> <p>U1: Student analizuje warunki sprzedaży pod kątem ich zgodności z prawem, w szczególności autorskim i własności przemysłowej - K_U07</p> <p>U2: Student doradza jak w zgodzie z prawem przygotować ofertę sprzedaży i przeprowadzić transakcję kupna-sprzedaży - K_U01</p> <p>K1: prawidłowo identyfikuje i rozstrzyga prawne i etyczne dylematy związane z wykonywaniem zawodu i działalnością w sferze sprzedaży i dystrybucji - K_K02</p>	Pogadanka, wykład problemowy, analiza przypadków	studia przypadków, referaty/prezentacje projektów, udział w dyskusji, kolokwium

Szczegółowe wskaźniki punktacji ECTS

Dyscypliny naukowe lub artystyczne, do których odnoszą się efekty uczenia się:

	Dyscyplina naukowa lub artystyczna				Punkty ECTS				
					Liczba	%			
1.	nauki o zarządzaniu i jakości				129,5	71,9%			
2.	psychologia				27	15,0%			
3.	nauki o komunikacji społecznej i mediach				11,5	6,4%			
Grupa przedmiotów zajęć	Przedmiot	Liczba punktów ECTS	Liczba ECTS w dyscyplinie:				Liczba punktów ECTS z zajęć do wyboru	Liczba punktów ECTS, jaką student uzyskuje w ramach zajęć prowadzonych z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich lub innych osób prowadzących zajęcia (dotyczy studiów stacjonarnych)	Liczba punktów ECTS, które student uzyskuje realizując: zajęcia związane z prowadzoną w uczelni działalnością naukową w dyscyplinie lub dyscyplinach, do których przyporządkowany jest kierunek studiów
			Nauki o zarządzaniu i jakości	Psychologia	Nauki o komunikacji społecznej i mediach	pozostałe			
Grupa przedmiotów I - kształcenie ogólne	Technologie informacyjne	2	2					1,5	2
	Ochrona własności intelektualnej	1	1					0,75	
	Nowoczesne techniki uczenia się	1	1					0,75	
	Język angielski w biznesie	7	7				7	5	7
	Wychowanie fizyczne	0							
	zajęcia z obszaru nauk humanistycznych*	6					6	3,5	6
	zajęcia ogólnouczelniane lub realizowane na innym kierunku studiów	2					2	1,5	2

	Mikroekonomia	4				4		2	4
	Statystyka w biznesie i psychologii (Excel, Gretl, SPSS)	5	5					2	5
	Metodyka badań w biznesie i psychologii	5	3	2				2	5
	Moduł kształcenia - BHP	0							
	Praktyka zawodowa	15	15				15	15	
Grupa przedmiotów II - Moduł menedżerski	Podstawy zarządzania	3	3					1,5	3
	Zarządzanie jakością	4	4					2	3
	Zarządzanie finansami w biznesie	3	3					1,5	3
	Zarządzanie zasobami ludzkimi	4	4					2	4
	Zarządzenie innowacyjnością	5	5					2	5
	Kreatywność i twórcze rozwiązywanie problemów	2	2					1,5	
	Podstawy marketingu	4	4					2	4
	Komunikacja marketingowa	3	3					1,5	3
	Podstawy strategii	3	3					1,5	3
	Zarządzanie międzykulturowe	3	3					1,5	3
	Symulacje i gry biznesowe	4	4					2,5	
	Innowacyjny start up w biznesie	3	3					1,5	3
	Zarządzanie projektami	3	3					1,5	3
	Finansowanie i rozwój firmy	2	2					0,75	2
Grupa przedmiotów III - Moduł psychologia w biznesie	Podstawy psychologii	3		3				1,5	3
	Psychologia społeczna	3		3				1,5	3
	Emocje i motywacje - trening inteligencji emocjonalnej	3		3				1,5	3
	Psychologiczne procesy podejmowania decyzji	3		3				1,5	3
	Psychologia osobowości i różnic indywidualnych	4		4				1,5	4
	Negocjacje w biznesie	2	2					1,5	
	Zachowania organizacyjne	3	2	1				1,5	3

	Przywództwo i rola lidera w pracy zespołowej	3	2	1				1,5	3
	Asertywność w biznesie	3	1	2				1,5	
	Zarządzanie stresem w biznesie	3	1	2				1,5	2
	Zarządzanie karierą	2	2					0,75	
Grupa przedmiotów IV - Moduł komunikacja w biznesie	Podstawy komunikacji społecznej	5		1	4			2,5	5
	Komunikacja z mediami	4	3		1			2	
	Systemy komunikacji w organizacji	3	3					1,5	
	Korespondencja biznesowa	2	2					0,75	
	Społeczna odpowiedzialność biznesu	3	3					1,5	3
	Media społecznościowe	3	2		1			1,5	3
	Budowanie wizerunku	1	1					0,75	1
	Zarządzanie marką	2	2					0,75	2
	Sztuka występów publicznych	3			3			1,5	
Grupa przedmiotów specjalnościowych V - Menedżer PR	Seminarium dyplomowe	10	6	2	2		10	5	10
	Public Relations	4	4				4	1,5	4
	Zarządzanie wizerunkiem firmy	3	3				3	1,5	3
	Komunikacja kryzysowa	2	2				2	1,5	3
	Etyka w biznesie	3	3				3	0,75	
	Savoir-vivre w biznesie	1	1				1	0,75	
	Tworzenie kampanii PR - zasady, etapy, studia przypadków	3	3				3	1,5	3
	Prawne uwarunkowania działalności PR	1	1				1	0,75	
	Erystyka praktyczna	1			1		1	0,75	
Grupa przedmiotów specjalnościowych VI - Menedżer zarządzania sprzedażą	Seminarium dyplomowe	10	6	2	2		10	5	
	E-commerce	1	1				1	0,75	1
	Strategie marketingowe	4	4				4	2	4
	Zachowania konsumentów	3	3				3	1,5	3
	Sprzedaż bezpośrednia i jej techniki	3	3				3	1,5	

Budowanie satysfakcji klientów (CRM)	4	4				4	1,5	3
Budowanie i motywowanie zespołu sprzedażowego	1	1				1	0,75	1
Narzędzia IT wspomagające zarządzanie sprzedażą	1	1				1	0,75	1
Prawne uwarunkowania zarządzania sprzedażą	1	1				1	0,75	
Moduł - Menedżer PR	180	129	27	12	12	58	99,75	131
%		71,7%	15,0%	6,7%	6,7%	32,2%	55,4%	72,8%
Moduł - Menedżer zarządzania sprzedażą	180	130	27	11	12	58	100,25	121
%		72,2%	15,0%	6,1%	6,7%	32,2%	55,7%	67,2%
		129,5	27	11,5	12	58	100	126
	Razem	71,9%	15,0%	6,4%	6,7%	32,2%	55,6%	70,0%

Program studiów obowiązuje od semestru 1 roku akademickiego 2019/20

Program studiów został uchwalony na posiedzeniu Rady Wydziału Nauk Ekonomicznych i Zarządzania w dniu 17.04.2019 r.

Dr hab. Jerzy Boehlke, prof. UMK
Dziekan Wydziału Nauk Ekonomicznych i Zarządzania