

INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE																							
Nazwa przedmiotu (modułu)			Rozwój działalności biznesowej												Kod przedmiotu		K1						
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot									Instytut Nauk Społecznych														
Poziom kształcenia			Studia drugiego stopnia						Profil studiów			praktyczny											
Kierunek studiów			Ekonomia biznesu						Specjalność														
Moduł kształcenia			Kierunkowy						Język wykładowy			polski											
Semestr			I						Forma zaliczenia			Zaliczenie z oceną											
WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ DYDAKTYCZNYCH																							
STUDIA STACJONARNE									STUDIA NIESTACJONARNE														
Wykład			e-Wykład			Ćwiczenia			Laboratorium			Wykład			e-Wykład			Ćwiczenia			Laboratorium		
			30	ZO1	3										18	ZO1	3						
						30	ZO1	3										18	ZO1	3			
SUMARYCZNY WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ																							
STUDIA STACJONARNE									STUDIA NIESTACJONARNE														
e-Wykład			30						e-Wykład			18											
Ćwiczenia			30						Ćwiczenia			18											
Razem			60						Razem			36											
Praca własna studenta			15						Praca własna studenta			39											
Razem			75						Razem			75											
ECTS			3						ECTS			3											
WYMAGANIA WSTĘPNE																							
Zagadnienie z zakresu zarządzania i ekonomii.																							
CEL PRZEDMIOTU																							
Celem przedmiotu jest wyposażenie studentów w wiedzę i umiejętności niezbędne do planowania, realizacji oraz monitorowania procesów rozwoju działalności gospodarczej. Student poznaje metody analizy strategicznej, planowania biznesowego, a także zarządzania wzrostem organizacji w zmieniającym się otoczeniu rynkowym.																							
EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU																							
KOD		OPIS												EFEKT									
Wiedza																							
W1		Student zna metody i narzędzia stosowane w planowaniu rozwoju organizacji oraz rozumie znaczenie strategii wzrostu.												K_W05 K_W14									
Umiejętności																							
U1		Potrafi projektować działania biznesowe, analizować rynek i podejmować decyzje sprzyjające rozwojowi działalności.												K_U10 K_U19									
Kompetencje																							
K1		Jest gotów do podejmowania inicjatywy, wykazuje elastyczność oraz odpowiedzialność w realizacji projektów rozwojowych.												K_K03 K_K11									
TREŚCI KSZTAŁCENIA																ST		NST					
TEMAT																60		36					
e-Wykład																30		18					
1		Pojęcie i znaczenie rozwoju działalności biznesowej.												4		4							
2		Analiza otoczenia rynkowego i identyfikacja szans rozwojowych.												4		2							
3		Planowanie strategiczne i operacyjne w rozwoju firmy.												4		2							
4		Modele wzrostu organizacji – organiczny, przez przejęcia, partnerstwa.												4		2							
5		Zarządzanie innowacjami i wdrażanie nowych produktów/usług.												4		2							
6		Ekspansja na rynki zagraniczne i rozwój międzynarodowy.												4		2							

7	Finansowanie rozwoju – źródła, strategie, ryzyka.	4	2
8	Monitorowanie, kontrola i ocena skuteczności działań rozwojowych.	2	2
Ćwiczenia		30	18
1	Pojęcie i znaczenie rozwoju działalności biznesowej - aspekty praktyczne.	4	4
2	Analiza otoczenia rynkowego i identyfikacja szans rozwojowych - aspekty praktyczne.	4	2
3	Planowanie strategiczne i operacyjne w rozwoju firmy - aspekty praktyczne.	4	2
4	Modele wzrostu organizacji – organiczny, przez przejęcia, partnerstwa - aspekty praktyczne.	4	2
5	Zarządzanie innowacjami i wdrażanie nowych produktów/usług - aspekty praktyczne.	4	2
6	Ekspansja na rynki zagraniczne i rozwój międzynarodowy - aspekty praktyczne.	4	2
7	Finansowanie rozwoju – źródła, strategie, ryzyka - aspekty praktyczne.	4	2
8	Monitorowanie, kontrola i ocena skuteczności działań rozwojowych - aspekty praktyczne.	2	2

METODY DYDAKTYCZNE

• wykład interaktywny • analiza przypadków • projektowanie strategii • dyskusje grupowe

KRYTERIA OCENY

e-Wykład

- Egzamin

Ćwiczenia

• opracowanie projektu rozwojowego dla wybranego przedsiębiorstwa: • jakość i innowacyjność projektu • umiejętność zastosowania metod analizy • trafność rekomendacji

WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ

KOD	OPIS		EFEKT
		Wiedza	e-Wykład
W1	1	kolokwium pisemne pytania otwarte	K_W05 K_W14
	2	kolokwium pisemne pytania zamknięte	
		Umiejętności	e-Wykład
U1	1	kolokwium pisemne pytania otwarte	K_U10 K_U19
	2	kolokwium pisemne pytania zamknięte	
		Kompetencje	e-Wykład
K1	1	kolokwium pisemne pytania otwarte	K_K03 K_K11
	2	kolokwium pisemne pytania zamknięte	
		Wiedza	Ćwiczenia
W1	1	projekt	K_W05 K_W14
	2	aktywność na zajęciach	
		Umiejętności	Ćwiczenia
U1	1	projekt	K_U10 K_U19
	2	aktywność na zajęciach	
		Kompetencje	Ćwiczenia
K1	1	projekt	K_K03 K_K11
	2	aktywność na zajęciach	

FORMY OCENY

Dla każdego z efektów kształcenia określonego dla przedmiotu w zakresie wiedzy, umiejętności i kompetencji, na ocenę:

2,0	student uzyskuje poniżej 51% maksymalnej liczby punktów	4,0	student uzyskuje od 71% do 80% maksymalnej liczby punktów
3,0	student uzyskuje od 51% do 60% maksymalnej liczby punktów	4,5	student uzyskuje od 81% do 90% maksymalnej liczby punktów
3,5	student uzyskuje od 61% do 70% maksymalnej liczby punktów	5,0	student uzyskuje powyżej 90% maksymalnej liczby punktów

Kryteria oceniania wg skali:

bardzo dobry	5	student/ka zna, rozumie i wyjaśnia zakładane efekty uczenia się i potrafi je zastosować w praktyce w stopniu bardzo dobrym
dobry plus	4,5	student/ka zna, rozumie i wyjaśnia zakładane efekty uczenia się i potrafi je zastosować w praktyce w stopniu ponad dobrym
dobry	4	student/ka zna, rozumie i wyjaśnia zakładane efekty uczenia się i potrafi je zastosować w praktyce w stopniu dobrym
dostateczny plus	3,5	student/ka zna, rozumie i wyjaśnia zakładane efekty uczenia się i potrafi je zastosować w praktyce w stopniu dość dobrym
dostateczny	3	student/ka zna, rozumie i wyjaśnia zakładane efekty uczenia się i potrafi je zastosować w praktyce w stopniu dostatecznym
niedostateczny	3	student/ka nie zna, nie rozumie i nie wyjaśnia zakładanych efektów uczenia się i nie potrafi ich zastosować w praktyce
zaliczone	zal	student/ka zna, rozumie i wyjaśnia zakładane efekty uczenia się i potrafi je zastosować w praktyce
niezaliczone	nzal	student/ka nie zna, nie rozumie i nie wyjaśnia zakładanych efektów uczenia się i nie potrafi ich zastosować w praktyce

NAKLAD PRACY WŁASNEJ STUDENTA			Średnia liczba godzin na zrealizowanie aktywności	
		Forma aktywności		
		Godziny zajęć (wg planu studiów) z nauczycielem lub opiekunem praktyk	60	36
Praca własna	1	Przygotowanie do zajęć	0	5
	2	Czytanie wskazanej literatury	0	5
	3	Przygotowanie projektu	10	15
	4	Przygotowanie do egzaminu / zaliczenia	5	14
		Suma godzin:	75	75
		Punkty ECTS:	3	3
LITERATURA				
Podstawowa				
1	Kotler P., <i>Marketing</i> , Rebis, Poznań 2021.			
2	Barney J.B., <i>Zarządzanie strategiczne</i> , PWN, Warszawa 2020.			
3	Koźmiński A.K., <i>Zarządzanie w warunkach niepewności</i> , PWN, Warszawa 2008.			
Uzupelniająca				
1	Raporty rynkowe i branżowe.			
2	Artykuły nt. strategii wzrostu i ekspansji.			
3	Przykłady studiów przypadków firm rozwijających działalność.			

INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE																							
Nazwa przedmiotu (modułu)			Zarządzanie w biznesie												Kod przedmiotu		K2						
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot									Instytut Nauk Społecznych														
Poziom kształcenia			Studia drugiego stopnia						Profil studiów			praktyczny											
Kierunek studiów			Ekonomia biznesu						Specjalność														
Moduł kształcenia			Kierunkowy						Język wykładowy			polski											
Semestr			I						Forma zaliczenia			Egzamin											
WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ DYDAKTYCZNYCH																							
STUDIA STACJONARNE									STUDIA NIESTACJONARNE														
Wykład			e-Wykład			Ćwiczenia			Laboratorium			Wykład			e-Wykład			Ćwiczenia			Laboratorium		
			30	E1	3										18	E1	3						
						30	ZO1	3										18	ZO1	3			
SUMARYCZNY WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ																							
STUDIA STACJONARNE									STUDIA NIESTACJONARNE														
e-Wykład			30						e-Wykład			18											
Ćwiczenia			30						Ćwiczenia			18											
Razem			60						Razem			36											
Praca własna studenta			15						Praca własna studenta			39											
Razem			75						Razem			75											
ECTS			3						ECTS			3											
CEL PRZEDMIOTU																							
Celem przedmiotu jest przekazanie studentom wiedzy o zasadach, procesach i metodach zarządzania organizacją w warunkach zmieniającego się otoczenia biznesowego. Student rozwija umiejętności analizy problemów organizacyjnych, podejmowania decyzji zarządczych oraz kształtuje postawy proaktywne i odpowiedzialne.																							
WYMAGANIA WSTĘPNE																							
Ogólna wiedza z zakresu funkcjonowania biznesu.																							
EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU																							
KOD		OPIS												EFEKT									
Wiedza																							
W1		Student zna teorie i koncepcje zarządzania oraz rozumie zależności między elementami organizacji a jej otoczeniem.												K_W02 K_W07									
Umiejętności																							
U1		Potrafi analizować sytuacje organizacyjne, stosować narzędzia menedżerskie oraz formułować rekomendacje usprawniające działalność firmy.												K_U01 K_U04									
Kompetencje																							
K1		Jest gotów do współpracy zespołowej, wykazuje inicjatywę oraz odpowiedzialność w działaniu.												K_K01 K_K08									
TREŚCI KSZTAŁCENIA																ST		NST					
TEMAT																60		36					
e-Wykład																30		18					
1	Istota i funkcje zarządzania – planowanie, organizowanie, motywowanie, kontrolowanie.															4		4					
2	Style zarządzania i przywództwa – cechy skutecznego lidera.															4		2					
3	Struktury organizacyjne – projektowanie i optymalizacja.															4		2					
4	Zarządzanie zespołem – komunikacja, delegowanie, rozwiązywanie konfliktów.															4		2					
5	Zarządzanie strategiczne – analiza otoczenia, formułowanie strategii.															4		2					
6	Zarządzanie operacyjne – procesy, efektywność, jakość.															4		2					

7	Zarządzanie zmianą i innowacjami.	4	2
8	Przykłady praktyczne – case studies, analiza sukcesów i porażek firm.	2	2
Ćwiczenia		30	18
1	Istota i funkcje zarządzania – planowanie, organizowanie, motywowanie, kontrolowanie - aspekty praktyczne.	4	4
2	Style zarządzania i przywództwa – cechy skutecznego lidera -aspekty praktyczne.	4	2
3	Struktury organizacyjne – projektowanie i optymalizacja -aspekty praktyczne.	4	2
4	Zarządzanie zespołem – komunikacja, delegowanie, rozwiązywanie konfliktów -aspekty praktyczne.	4	2
5	Zarządzanie strategiczne – analiza otoczenia, formułowanie strategii -aspekty praktyczne.	4	2
6	Zarządzanie operacyjne – procesy, efektywność, jakość - aspekty praktyczne.	4	2
7	Zarządzanie zmianą i innowacjami - aspekty praktyczne.	4	2
8	Przykłady praktyczne – case studies, analiza sukcesów i porażek firm - omawianie, dyskusja.	2	2

METODY DYDAKTYCZNE

• wykład interaktywny • analiza przypadków • dyskusje problemowe • praca w grupach

KRYTERIA OCENY

Wykład

Egzamin ustny oraz projekt zaliczeniowy w postaci rozwiązania konkretnego praktycznego problemu decyzyjnego związanego z zarządzaniem strategicznym organizacją

e-Wykład

Kolokwium pisemne

Ćwiczenia

• opracowanie analizy wybranego problemu zarządczego w formie prezentacji lub projektu usprawniającego w formie prezentacji • poprawność analizy i rekomendacji • zastosowanie wiedzy teoretycznej • zaangażowanie i samodzielność • jakość przygotowanego opracowania 2. Aktywność i obecność

WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ

KOD		OPIS		EFEKT
		Wiedza	e-Wykład	
W1	1	egzamin pisemny pytania otwarte		K_W02 K_W07
	2	egzamin pisemny pytania zamknięte		
		Umiejętności	e-Wykład	
U1	1	egzamin pisemny pytania otwarte		K_U01 K_U04
	2	egzamin pisemny pytania zamknięte		
		Kompetencje	e-Wykład	
K1	1	egzamin pisemny pytania otwarte		K_K01 K_K08
	2	egzamin pisemny pytania zamknięte		
		Wiedza	Ćwiczenia	
W1	1	prezentacja multimedialna		K_W02 K_W07
	2	aktywność na zajęciach		
		Umiejętności	Ćwiczenia	
U1	1	prezentacja multimedialna		K_U01 K_U04
	2	aktywność na zajęciach		
		Kompetencje	Ćwiczenia	
K1	1	prezentacja multimedialna		K_K01 K_K08
	2	aktywność na zajęciach		

FORMY OCENY

Dla każdego z efektów kształcenia określonego dla przedmiotu w zakresie wiedzy, umiejętności i kompetencji, na ocenę:

2,0	student uzyskuje poniżej 51% maksymalnej liczby punktów	4,0	student uzyskuje od 71% do 80% maksymalnej liczby punktów
3,0	student uzyskuje od 51% do 60% maksymalnej liczby punktów	4,5	student uzyskuje od 81% do 90% maksymalnej liczby punktów
3,5	student uzyskuje od 61% do 70% maksymalnej liczby punktów	5,0	student uzyskuje powyżej 90% maksymalnej liczby punktów

Kryteria oceniania wg skali:

bardzo dobry	5	student/ka zna, rozumie i wyjaśnia zakładane efekty uczenia się i potrafi je zastosować w praktyce w stopniu bardzo dobrym
dobry plus	4,5	student/ka zna, rozumie i wyjaśnia zakładane efekty uczenia się i potrafi je zastosować w praktyce w stopniu ponad dobrym

dobry	4	student/ka zna, rozumie i wyjaśnia zakładane efekty uczenia się i potrafi je zastosować w praktyce w stopniu dobrym		
dostateczny plus	3,5	student/ka zna, rozumie i wyjaśnia zakładane efekty uczenia się i potrafi je zastosować w praktyce w stopniu dość dobrym		
dostateczny	3	student/ka zna, rozumie i wyjaśnia zakładane efekty uczenia się i potrafi je zastosować w praktyce w stopniu dostatecznym		
niedostateczny	3	student/ka nie zna, nie rozumie i nie wyjaśnia zakładanych efektów uczenia się i nie potrafi ich zastosować w praktyce		
zaliczone	zal	student/ka zna, rozumie i wyjaśnia zakładane efekty uczenia się i potrafi je zastosować w praktyce		
niezaliczone	nzal	student/ka nie zna, nie rozumie i nie wyjaśnia zakładanych efektów uczenia się i nie potrafi ich zastosować w praktyce		
NAKLAD PRACY WŁASNEJ STUDENTA		Średnia liczba godzin na zrealizowanie aktywności		
Forma aktywności				
Godziny zajęć (wg planu studiów) z nauczycielem lub opiekunem praktyk		60		
PW	1	Przygotowanie do zajęć	5	13
	2	Przygotowanie pracy pisemnej, raportu, prezentacji, demonstracji, itp.	5	13
	3	Przygotowanie do egzaminu / zaliczenia	5	13
		Suma godzin:	75	75
		Punkty ECTS:	3	3
LITERATURA				
Podstawowa				
1	Koźmiński A.K., Piotrowski W. (red.), <i>Zarządzanie: teoria i praktyka</i> , PWN, Warszawa 2013.			
2	Griffin R.W., <i>Podstawy zarządzania organizacjami</i> , PWN, Warszawa 2017.			
3	Robbins S.P., Coulter M., <i>Zarządzanie</i> , Pearson, Warszawa 2021.			
Uzupełniająca				
1	Artykuły branżowe nt. trendów w zarządzaniu.			
2	Raporty z badań nt. efektywności organizacyjnej.			
3	Przykłady studiów przypadków firm polskich i zagranicznych.			

INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE																				
Nazwa przedmiotu (modułu)			Analizy strategiczne w biznesie										Kod przedmiotu		K3					
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot										Instytut Nauk Społecznych										
Poziom kształcenia			Studia drugiego stopnia					Profil studiów				praktyczny								
Kierunek studiów			Ekonomia biznesu					Specjalność												
Moduł kształcenia			Kierunkowy					Język wykładowy				polski								
Semestr			II					Forma zaliczenia				Egzamin								
WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ DYDAKTYCZNYCH																				
STUDIA STACJONARNE									STUDIA NIESTACJONARNE											
Wykład			e-Wykład			Ćwiczenia			Laboratorium			Wykład		e-Wykład		Ćwiczenia		Laboratorium		
			15	E2	3										9	E2	3			
						30	ZO2	3										18	ZO2	3
SUMARYCZNY WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ																				
STUDIA STACJONARNE									STUDIA NIESTACJONARNE											
e-Wykład			15						e-Wykład			9								
Ćwiczenia			30						Ćwiczenia			18								
Razem			45						Razem			27								
Praca własna studenta			30						Praca własna studenta			48								
Razem			75						Razem			75								
ECTS			3						ECTS			3								
WYMAGANIA WSTĘPNE																				
Znajomość wiedzy ogólnej nt funkcjonowania przedsiębiorczości.																				
CEL PRZEDMIOTU																				
Celem przedmiotu jest wyposażenie studentów w wiedzę i umiejętności dotyczące analizy strategicznej przedsiębiorstwa, w tym oceny otoczenia konkurencyjnego, potencjału wewnętrznego oraz formułowania rekomendacji strategicznych wspierających rozwój firmy.																				
EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU																				
KOD		OPIS										EFEKT								
Wiedza																				
W1		Student zna teorie i metody analizy strategicznej oraz rozumie ich znaczenie w procesie zarządzania organizacją.										K_W01 K_W13								
Umiejętności																				
U1		Potrafi przeprowadzać analizy otoczenia i zasobów firmy, stosować narzędzia strategiczne oraz formułować wnioski dla strategii rozwoju.										K_U12 K_U17								
Kompetencje																				
K1		Jest gotów do współpracy zespołowej, uczestnictwa w procesach decyzyjnych oraz podejmowania odpowiedzialności za rekomendowane działania.										K_K07 K_K11								
TREŚCI KSZTAŁCENIA															ST		NST			
TEMAT															45		27			
e-Wykład															15		9			
1	Wprowadzenie do analizy strategicznej – cele, zakres, znaczenie.														2		2			
2	Analiza otoczenia makroekonomicznego – PEST, STEEPLE.														2		1			
3	Analiza konkurencji – model pięciu sił Portera, mapa grup strategicznych.														2		1			
4	Analiza wewnętrzna organizacji – analiza zasobów i kompetencji, VRIO.														2		1			
5	Analiza SWOT i TOWS – identyfikacja kluczowych problemów strategicznych.														2		1			
6	Metody portfelowe – BCG, McKinsey, ADL.														2		1			
7	Sztuczna inteligencja i analityka danych w analizach strategicznych.														2		1			

8	Studium przypadków – przygotowanie rekomendacji strategicznych dla wybranej firmy.	1	1
Ćwiczenia		30	18
1	Wprowadzenie do analizy strategicznej – cele, zakres, znaczenie - aspekty praktyczne.	4	4
2	Analiza otoczenia makroekonomicznego – PEST, STEEPLE - aspekty praktyczne.	4	2
3	Analiza konkurencji – model pięciu sił Portera, mapa grup strategicznych - aspekty praktyczne.	4	2
4	Analiza wewnętrzna organizacji – analiza zasobów i kompetencji, VRIO - aspekty praktyczne.	4	2
5	Analiza SWOT i TOWS – identyfikacja kluczowych problemów strategicznych - aspekty praktyczne.	4	2
6	Metody portfelowe – BCG, McKinsey, ADL - aspekty praktyczne.	4	2
7	Sztuczna inteligencja i analityka danych w analizach strategicznych - aspekty praktyczne.	4	2
8	Studium przypadków – przygotowanie rekomendacji strategicznych dla wybranej firmy - aspekty praktyczne.	2	2

METODY DYDAKTYCZNE

• wykład interaktywny • analiza przypadków • symulacje decyzyjne • praca projektowa w grupach • prezentacje i dyskusje

KRYTERIA OCENY

e-Wykład

Kolokwium pisemne

Ćwiczenia

• opracowanie projektu analizy strategicznej dla wybranego przedsiębiorstwa: • poprawność zastosowanych metod analitycznych • trafność rekomendacji strategicznych • samodzielność i kreatywność • jakość przygotowanego projektu

WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ

KOD	OPIS		EFEKT
Wiedza e-Wykład			
W1	1	egzamin pisemny pytania otwarte	K_W01 K_W13
	2	egzamin pisemny pytania zamknięte	
Umiejętności e-Wykład			
U1	1	egzamin pisemny pytania otwarte	K_U12 K_U17
	2	egzamin pisemny pytania zamknięte	
Kompetencje e-Wykład			
K1	1	egzamin pisemny pytania otwarte	K_K07 K_K11
	2	egzamin pisemny pytania zamknięte	
Wiedza Ćwiczenia			
W1	1	projekt	K_W01 K_W13
	2	aktywność na zajęciach	
Umiejętności Ćwiczenia			
U1	1	projekt	K_U12 K_U17
	2	aktywność na zajęciach	
Kompetencje Ćwiczenia			
K1	1	projekt	K_K07 K_K11
	2	aktywność na zajęciach	

FORMY OCENY

Dla każdego z efektów kształcenia określonego dla przedmiotu w zakresie wiedzy, umiejętności i kompetencji, na ocenę:

2,0	student uzyskuje poniżej 51% maksymalnej liczby punktów	4,0	student uzyskuje od 71% do 80% maksymalnej liczby punktów
3,0	student uzyskuje od 51% do 60% maksymalnej liczby punktów	4,5	student uzyskuje od 81% do 90% maksymalnej liczby punktów
3,5	student uzyskuje od 61% do 70% maksymalnej liczby punktów	5,0	student uzyskuje powyżej 90% maksymalnej liczby punktów

Kryteria oceniania wg skali:

bardzo dobry	5	student/ka zna, rozumie i wyjaśnia zakładane efekty uczenia się i potrafi je zastosować w praktyce w stopniu bardzo dobrym
dobry plus	4,5	student/ka zna, rozumie i wyjaśnia zakładane efekty uczenia się i potrafi je zastosować w praktyce w stopniu ponad dobrym
dobry	4	student/ka zna, rozumie i wyjaśnia zakładane efekty uczenia się i potrafi je zastosować w praktyce w stopniu dobrym
dostateczny plus	3,5	student/ka zna, rozumie i wyjaśnia zakładane efekty uczenia się i potrafi je zastosować w praktyce w stopniu dość dobrym

dostateczny	3	student/ka zna, rozumie i wyjaśnia zakładane efekty uczenia się i potrafi je zastosować w praktyce w stopniu dostatecznym	
niedostateczny	3	student/ka nie zna, nie rozumie i nie wyjaśnia zakładanych efektów uczenia się i nie potrafi ich zastosować w praktyce	
zaliczone	zal	student/ka zna, rozumie i wyjaśnia zakładane efekty uczenia się i potrafi je zastosować w praktyce	
niezaliczone	nzal	student/ka nie zna, nie rozumie i nie wyjaśnia zakładanych efektów uczenia się i nie potrafi ich zastosować w praktyce	
NAKLAD PRACY WŁASNEJ STUDENTA			
		Średnia liczba godzin na zrealizowanie aktywności	
Forma aktywności			
Godziny zajęć (wg planu studiów) z nauczycielem lub opiekunem praktyk		45	
Praca własna	1	Przygotowanie do zajęć	5
	2	Czytanie wskazanej literatury	10
	3	Przygotowanie projektu	5
	4	Przygotowanie do egzaminu / zaliczenia	10
		Suma godzin:	75
		Punkty ECTS:	3
LITERATURA			
Podstawowa			
1	Gierszewska G., Romanowska M., <i>Analiza strategiczna przedsiębiorstwa</i> , PWE, Warszawa 2020.		
2	Obłój K., <i>Strategia organizacji</i> , PWE, Warszawa 2021.		
3	Johnson G., Scholes K., Whittington R., <i>Exploring Strategy</i> , Pearson, Harlow 2020.		
Uzupelniająca			
1	Raporty branżowe i analizy rynkowe.		
2	Artykuły z czasopism branżowych i naukowych.		
3	Narzędzia analityczne i systemy wspomaganie decyzji.		

INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE																							
Nazwa przedmiotu (modułu)			Marketing												Kod przedmiotu		K4						
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot									Instytut Nauk Społecznych														
Poziom kształcenia			Studia drugiego stopnia						Profil studiów			praktyczny											
Kierunek studiów			Ekonomia biznesu						Specjalność														
Moduł kształcenia			Kierunkowy						Język wykładowy			polski											
Semestr			I						Forma zaliczenia			Egzamin											
WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ DYDAKTYCZNYCH																							
STUDIA STACJONARNE									STUDIA NIESTACJONARNE														
Wykład			e-Wykład			Ćwiczenia			Laboratorium			Wykład			e-Wykład			Ćwiczenia			Laboratorium		
			30	E1	4										18	E1	4						
						30	ZO1	4										18	ZO1	4			
SUMARYCZNY WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ																							
STUDIA STACJONARNE									STUDIA NIESTACJONARNE														
e-Wykład			30						e-Wykład			18											
Ćwiczenia			30						Ćwiczenia			18											
Razem			60						Razem			36											
Praca własna studenta			40						Praca własna studenta			64											
Razem			100						Razem			100											
ECTS			4						ECTS			4											
CEL PRZEDMIOTU																							
Zapoznanie studentów z marketingową koncepcją funkcjonowania przedsiębiorstwa na rynku. Zapoznanie studentów z narzędziami marketingu mix i strategiami zarządzania marketingowego oraz metodologią badań marketingowych i badań rynku.																							
WYMAGANIA WSTĘPNE																							
Brak.																							
EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU																							
KOD	OPIS												EFEKT										
Wiedza																							
W1	Student ma wiedzę z zakresu genezy, historii i rozwoju marketingu.												K_W03										
W2	Student zna narzędzia marketingu mix (produkt, cena, dystrybucja, promocja).												K_W03										
W3	Ma wiedzę zakresu analiz portfelowych.												K_W06										
W4	Ma wiedzę na temat metodologii badań marketingowych i badań rynku.												K_W07 K_W13										
W5	Ma wiedzę z zakresu strategii marketingowych i planu marketingowego.												K_W15										
Umiejętności																							
U1	Potrafi przeprowadzić segmentację rynku, z wykorzystaniem różnych, istotnych kryteriów.												K_U02 K_U18										
U2	Posiada umiejętność implementacji nowoczesnych koncepcji marketingowych (marketing doświadczeń, marketing wartość dla klienta) w zarządzaniu marketingowym przedsiębiorstwem.												K_U07 K_U13 K_U20										
U3	Potrafi przeprowadzić pogłębioną analizę otoczenia firmy, mikro i makrootoczenia.												K_U14 K_U18 K_U20										
U4	Potrafi przeprowadzić i zaprojektować badania marketingowe i badania rynku, a następnie dokonać analizy wyników.												K_U18 K_U19 K_U20										
Kompetencje																							
K1	Ma świadomość znaczenia etyki i uczciwości w marketingu.												K_K02										

K2	Ma świadomość konieczności doskonalenia swojej wiedzy w związku ze zmiennością uwarunkowań zewnętrznych i wewnętrznych.		K_K15 K_K17	
TREŚCI KSZTAŁCENIA			ST	NST
TEMAT			60	36
e-Wykład			30	18
1	Geneza i istota marketingu, orientacje w działalności przedsiębiorstwa. Segmentacja rynku: pojęcie i rola segmentacji rynku, kryteria segmentacji, ocena atrakcyjności segmentów rynku.		8	6
2	Strategie marketingowe w zarządzaniu przedsiębiorstwem. Analiza konkurencji i zastosowanie metod portfelowych. Metodologia badań marketingowych i badań rynku.		8	4
3	Produkt jako element marketingu. Istota i funkcje produktu, klasyfikacja produktów, cykl rynkowego życia produktu. Polityka cen w przedsiębiorstwie: miejsce i funkcje cen w marketingu, podstawy kształtowania polityki cenowej w przedsiębiorstwie.		8	4
4	Dystrybucja produktów: pojęcie i funkcje dystrybucji, kanały dystrybucji - ich rodzaje i struktura. Polityka promocji: miejsce promocji w koncepcji marketingu-mix, kształtowanie programu promocyjnego przedsiębiorstwa.		6	4
Ćwiczenia			30	18
1	Segmentacja rynku: pojęcie i rola segmentacji rynku, kryteria segmentacji, ocena atrakcyjności segmentów rynku. Aspekty praktyczne.		12	6
2	Strategie marketingowe w zarządzaniu przedsiębiorstwem. Analiza konkurencji i zastosowanie metod portfelowych. Metodologia badań marketingowych i badań rynku. Aspekty praktyczne.		6	4
3	Produkt jako element marketingu. Istota i funkcje produktu, klasyfikacja produktów, cykl rynkowego życia produktu. Polityka cen w przedsiębiorstwie: miejsce i funkcje cen w marketingu, podstawy kształtowania polityki cenowej w przedsiębiorstwie. Aspekty praktyczne.		6	4
4	Dystrybucja produktów: pojęcie i funkcje dystrybucji, kanały dystrybucji - ich rodzaje i struktura. Polityka promocji: miejsce promocji w koncepcji marketingu-mix, kształtowanie programu promocyjnego przedsiębiorstwa. Aspekty praktyczne.		6	4
METODY DYDAKTYCZNE				
Wykłady z prezentacjami multimedialnymi. Ćwiczenia z wykorzystaniem metod aktywizujących. Dyskusja na zajęciach. Projekty indywidualne, grupowe. Praca w zespołach zadaniowych. Case studie.				
KRYTERIA OCENY				
e-Wykład				
Egzamin.				
Ćwiczenia				
Zadanie projektowe na zaliczenie ćwiczeń.				
WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ				
KOD	OPIS		EFEKT	
	Wiedza	e-Wykład		
W1	1	egzamin pisemny pytania otwarte	K_W03	
	2	egzamin pisemny pytania zamknięte		
W2	1	egzamin pisemny pytania otwarte	K_W03	
	2	egzamin pisemny pytania zamknięte		
W3	1	egzamin pisemny pytania otwarte	K_W06	
	2	egzamin pisemny pytania zamknięte		
W4	1	egzamin pisemny pytania otwarte	K_W07 K_W13	
	2	egzamin pisemny pytania zamknięte		
W5	1	egzamin pisemny pytania otwarte	K_W15	
	2	egzamin pisemny pytania zamknięte		
		Umiejętności	e-Wykład	
U1	1	egzamin pisemny pytania otwarte	K_U02 K_U18	
	2	egzamin pisemny pytania zamknięte		
U2	1	egzamin pisemny pytania otwarte	K_U07 K_U13	

U2	2	egzamin pisemny pytania zamknięte	K_U20
U3	1	egzamin pisemny pytania otwarte	K_U14 K_U18
	2	egzamin pisemny pytania zamknięte	K_U20
U4	1	egzamin pisemny pytania otwarte	K_U18 K_U19
	2	egzamin pisemny pytania zamknięte	K_U20
Kompetencje e-Wyklad			
K1	1	egzamin pisemny pytania otwarte	K_K02
	2	egzamin pisemny pytania zamknięte	
K2	1	egzamin pisemny pytania otwarte	K_K15 K_K17
	2	egzamin pisemny pytania zamknięte	
Wiedza Ćwiczenia			
W1	1	projekt	K_W03
	2	aktywność na zajęciach	
W2	1	projekt	K_W03
	2	aktywność na zajęciach	
W3	1	projekt	K_W06
	2	aktywność na zajęciach	
W4	1	projekt	K_W07 K_W13
	2	aktywność na zajęciach	
W5	1	projekt	K_W15
	2	aktywność na zajęciach	
Umiejętności Ćwiczenia			
U1	1	projekt	K_U02 K_U18
	2	aktywność na zajęciach	
U2	1	projekt	K_U07 K_U13 K_U20
	2	aktywność na zajęciach	
U3	1	projekt	K_U14 K_U18 K_U20
	2	aktywność na zajęciach	
U4	1	projekt	K_U18 K_U19 K_U20
	2	aktywność na zajęciach	
Kompetencje Ćwiczenia			
K1	1	aktywność na zajęciach	K_K02
K2	1	aktywność na zajęciach	K_K15 K_K17
FORMY OCENY			
Dla każdego z efektów kształcenia określonego dla przedmiotu w zakresie wiedzy, umiejętności i kompetencji, na ocenę:			
2,0	student uzyskuje poniżej 51% maksymalnej liczby punktów	4,0	student uzyskuje od 71% do 80% maksymalnej liczby punktów
3,0	student uzyskuje od 51% do 60% maksymalnej liczby punktów	4,5	student uzyskuje od 81% do 90% maksymalnej liczby punktów
3,5	student uzyskuje od 61% do 70% maksymalnej liczby punktów	5,0	student uzyskuje powyżej 90% maksymalnej liczby punktów
Kryteria oceniania wg skali:			
bardzo dobry	5	student/ka zna, rozumie i wyjaśnia zakładane efekty uczenia się i potrafi je zastosować w praktyce w stopniu bardzo dobrym	
dobry plus	4,5	student/ka zna, rozumie i wyjaśnia zakładane efekty uczenia się i potrafi je zastosować w praktyce w stopniu ponad dobrym	
dobry	4	student/ka zna, rozumie i wyjaśnia zakładane efekty uczenia się i potrafi je zastosować w praktyce w stopniu dobrym	
dostateczny plus	3,5	student/ka zna, rozumie i wyjaśnia zakładane efekty uczenia się i potrafi je zastosować w praktyce w stopniu dość dobrym	
dostateczny	3	student/ka zna, rozumie i wyjaśnia zakładane efekty uczenia się i potrafi je zastosować w praktyce w stopniu dostatecznym	
niedostateczny	3	student/ka nie zna, nie rozumie i nie wyjaśnia zakładanych efektów uczenia się i nie potrafi ich zastosować w praktyce	
zaliczone	zal	student/ka zna, rozumie i wyjaśnia zakładane efekty uczenia się i potrafi je zastosować w praktyce	
niezaliczone	nzal	student/ka nie zna, nie rozumie i nie wyjaśnia zakładanych efektów uczenia się i nie potrafi ich zastosować w praktyce	
NAKŁAD PRACY WŁASNEJ STUDENTA			Średnia liczba godzin na zrealizowanie aktywności
Forma aktywności			
Godziny zajęć (wg planu studiów) z nauczycielem lub opiekunem praktyk			60
Praca własna	1	Przygotowanie do zajęć	10
	2	Czytanie wskazanej literatury	10
	3	Przygotowanie projektu	15
	4	Przygotowanie do egzaminu / zaliczenia	5
Suma godzin:			100
			100

		Punkty ECTS:	4	4
LITERATURA				
Podstawowa				
1	Kotler P., <i>Marketing</i> , Rebis, Poznań 2021.			
2	Błóński K. (red.), <i>Działania marketingowe organizacji</i> , PWE, Warszawa 2020.			
3	Lutostański M.J., <i>Badanie rynku: jak zrozumieć konsumenta</i> , PWN, Warszawa 2022.			
Uzupełniająca				
1	Mazurek-Łopacińska K., <i>Badania marketingowe: metody, nowe technologie, obszary aplikacji</i> , PWE, Warszawa 2016.			
2	Kotler P., <i>Marketing 5.0: technologie next tech</i> , MT Biznes, Warszawa 2021.			
3	Scott D.M., <i>Nowe zasady marketingu i PR: jak poprzez social media, podcasty, content marketing, newsjacking oraz sztuczną inteligencję dotrzeć bezpośrednio do kupujących</i> , MT Biznes, Warszawa 2022.			

INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE																
Nazwa przedmiotu (modułu)		Przemysł 5.0										Kod przedmiotu		K5		
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot										Instytut Nauk Społecznych						
Poziom kształcenia		Studia drugiego stopnia					Profil studiów			praktyczny						
Kierunek studiów		Ekonomia biznesu					Specjalność									
Moduł kształcenia		Kierunkowy					Język wykładowy			polski						
Semestr		I					Forma zaliczenia			Egzamin						
WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ DYDAKTYCZNYCH																
STUDIA STACJONARNE								STUDIA NIESTACJONARNE								
Wykład		e-Wykład		Ćwiczenia		Laboratorium		Wykład		e-Wykład		Ćwiczenia		Laboratorium		
		15	E1	3						9	E1	3				
					30	ZO1	3						18	ZO1	3	
SUMARYCZNY WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ																
STUDIA STACJONARNE								STUDIA NIESTACJONARNE								
e-Wykład		15						e-Wykład		9						
Ćwiczenia		30						Ćwiczenia		18						
Razem		45						Razem		27						
Praca własna studenta		30						Praca własna studenta		48						
Razem		75						Razem		75						
ECTS		3						ECTS		3						
WYMAGANIA WSTĘPNE																
Brak.																
CEL PRZEDMIOTU																
<p>Celem przedmiotu jest zapoznanie studentów z koncepcją Przemysłu 5.0, czyli nowoczesnym podejściem do produkcji i usług, łączącym technologie cyfrowe, automatyzację, sztuczną inteligencję z koncentracją na człowieku, zrównoważonym rozwoju i personalizacji procesów. W szczególności, część praktyczna zajęć koncentruje się na zastosowaniu nowoczesnych narzędzi Internetu rzeczy w kontekście Przemysłu 5.0.</p>																
EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU																
KOD		OPIS										EFEKT				
Wiedza																
W1		Student rozumie zaawansowane procesy gospodarcze, zmiany technologiczne oraz cechy gospodarki cyfrowej w kontekście Przemysłu 5.0.										K_W16 K_W17				
Umiejętności																
U1		Potrafi analizować dane, interpretować złożone procesy technologiczne oraz oceniać wpływ rozwiązań Przemysłu 5.0 na biznes.										K_U12 K_U17				
Kompetencje																
K1		Jest gotów do stosowania nowych technologii, rozumie znaczenie pracy w wirtualnych zespołach oraz śledzi ewolucję cyfrowych trendów.										K_K12 K_K14				
TREŚCI KSZTAŁCENIA												ST		NST		
TEMAT												45		27		
e-Wykład												15		9		
1		Ewolucja od Przemysłu 1.0 do 5.0 – przegląd koncepcji										2		2		
2		Technologie Przemysłu 5.0 – sztuczna inteligencja, roboty współpracujące, internet rzeczy, blockchain										2		1		
3		Rola człowieka w Przemysle 5.0 – personalizacja, kreatywność, praca zespołowa										2		1		
4		Zrównoważony rozwój i odpowiedzialność społeczna w kontekście nowych technologii										2		1		

5	Zastosowanie narzędzi Internetu rzeczy w Przemysle 5.0 - modelowanie interakcji człowiek maszyna.		2	1	
6	Transformacja cyfrowa i definiowanie związanych z nią wskaźników jakości KPI, OEE.		2	1	
7	Analiza przypadków wdrożenia Przemysłu 5.0 w firmach		2	1	
8	Przyszłość Przemysłu 5.0 – trendy, scenariusze rozwoju, innowacje		1	1	
Ćwiczenia			30	18	
1	Wprowadzenie do narzędzi Internetu rzeczy - KIS.ME IoT		4	4	
2	Modelowanie interakcji człowiek maszyna - personalizacja, kreatywność, praca zespołowa.		4	2	
3	Definiowanie i interakcje stanów procesów produkcyjnych		4	2	
4	Analiza kluczowych wskaźników efektywności KPI		4	2	
5	Definiowanie i analiza wybranych KPI		4	2	
6	Agregacja i wizualizacja danych z zastosowaniem platformy KIS.MANGER		4	2	
7	Analiza przypadków wdrożenia Przemysłu 5.0 w firmach		4	2	
8	Przykładowe implementacje		2	2	
METODY DYDAKTYCZNE					
• wykład interaktywny • analiza przypadków • praca projektowa • dyskusje grupowe					
KRYTERIA OCENY					
e-Wykład					
Egzamin pisemny w formie pytań otwartych. Warunkiem zaliczenia jest uzyskanie pozytywnej oceny.					
Ćwiczenia					
Przygotowanie sprawozdań z ćwiczeń projektowych. Uzyskanie pozytywnej oceny ze wszystkich sprawozdań.					
WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ					
KOD	OPIS			EFEKT	
	Wiedza e-Wykład				
W1	1	egzamin pisemny pytania otwarte		K_W16 K_W17	
	Umiejętności e-Wykład				
U1	1	projekt		K_U12 K_U17	
	Kompetencje e-Wykład				
K1	1	projekt		K_K12 K_K14	
	Wiedza Ćwiczenia				
W1	1	projekt		K_W16 K_W17	
	Umiejętności Ćwiczenia				
U1	1	projekt		K_U12 K_U17	
	Kompetencje Ćwiczenia				
K1	1	projekt		K_K12 K_K14	
FORMY OCENY					
Dla każdego z efektów kształcenia określonego dla przedmiotu w zakresie wiedzy, umiejętności i kompetencji, na ocenę:					
2,0	student uzyskuje poniżej 51% maksymalnej liczby punktów		4,0	student uzyskuje od 71% do 80% maksymalnej liczby punktów	
3,0	student uzyskuje od 51% do 60% maksymalnej liczby punktów		4,5	student uzyskuje od 81% do 90% maksymalnej liczby punktów	
3,5	student uzyskuje od 61% do 70% maksymalnej liczby punktów		5,0	student uzyskuje powyżej 90% maksymalnej liczby punktów	
Kryteria oceniania wg skali:					
bardzo dobry	5	student/ka zna, rozumie i wyjaśnia zakładane efekty uczenia się i potrafi je zastosować w praktyce w stopniu bardzo dobrym			
dobry plus	4,5	student/ka zna, rozumie i wyjaśnia zakładane efekty uczenia się i potrafi je zastosować w praktyce w stopniu ponad dobrym			
dobry	4	student/ka zna, rozumie i wyjaśnia zakładane efekty uczenia się i potrafi je zastosować w praktyce w stopniu dobrym			
dostateczny plus	3,5	student/ka zna, rozumie i wyjaśnia zakładane efekty uczenia się i potrafi je zastosować w praktyce w stopniu dość dobrym			
dostateczny	3	student/ka zna, rozumie i wyjaśnia zakładane efekty uczenia się i potrafi je zastosować w praktyce w stopniu dostatecznym			
niedostateczny	3	student/ka nie zna, nie rozumie i nie wyjaśnia zakładanych efektów uczenia się i nie potrafi ich zastosować w praktyce			
zaliczone	zal	student/ka zna, rozumie i wyjaśnia zakładane efekty uczenia się i potrafi je zastosować w praktyce			
niezaliczone	nzal	student/ka nie zna, nie rozumie i nie wyjaśnia zakładanych efektów uczenia się i nie potrafi ich zastosować w praktyce			
NAKLAD PRACY WŁASNEJ STUDENTA				Średnia liczba godzin na zrealizowanie aktywności	
Forma aktywności					
	Godziny zajęć (wg planu studiów) z nauczycielem lub opiekunem praktyk			45	27
własna	1	Przygotowanie do zajęć		10	20
	2	Czytanie wskazanej literatury		5	10

Praca	3	Przygotowanie projektu	10	10
	4	Przygotowanie do egzaminu / zaliczenia	5	8
		Suma godzin:	75	75
		Punkty ECTS:	3	3
LITERATURA				
Podstawowa				
1	Witczak M., Seybold L., Bulach E., Maucher N., <i>Modern IoT Onboarding Platforms for Advanced Applications: A Practitioner's Guide to KIS.ME</i> , Springer Nature, Cham 2023.			
2	Kagermann H., Wahlster W., Helbig J. (red.), <i>Recommendations for Implementing the Strategic Initiative INDUSTRIE 4.0: Securing the Future of German Manufacturing Industry</i> , Forschungsunion, Berlin 2013.			
3	Schwab K., <i>Czwarta rewolucja przemysłowa</i> , Studio Emka, Warszawa 2018.			
4	Artykuły i opracowania nt. <i>Industry 5.0</i> , różne źródła branżowe i naukowe.			
Uzupełniająca				
1	Raporty Komisji Europejskiej nt. <i>Przemysłu 5.0</i> , KE, Bruksela.			
2	Case studies z wdrożeń technologicznych, materiały firm i raporty branżowe.			
3	Artykuły branżowe i raporty rynkowe, publikacje branżowe i analizy rynkowe.			

INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE																	
Nazwa przedmiotu (modułu)			Gospodarka wirtualna i e-commerce										Kod przedmiotu		K6		
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot										Instytut Nauk Społecznych							
Poziom kształcenia			Studia drugiego stopnia						Profil studiów			praktyczny					
Kierunek studiów			Ekonomia biznesu						Specjalność								
Moduł kształcenia			Kierunkowy						Język wykładowy			polski					
Semestr			II						Forma zaliczenia			Zaliczenie z oceną					
WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ DYDAKTYCZNYCH																	
STUDIA STACJONARNE								STUDIA NIESTACJONARNE									
Wykład		e-Wykład		Ćwiczenia		Laboratorium		Wykład		e-Wykład		Ćwiczenia		Laboratorium			
		15	ZO2	3						9	ZO2	3					
					15	ZO2	3						9	ZO2	3		
SUMARYCZNY WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ																	
STUDIA STACJONARNE								STUDIA NIESTACJONARNE									
e-Wykład		15						e-Wykład		9							
Ćwiczenia		15						Ćwiczenia		9							
Razem		30						Razem		18							
Praca własna studenta		45						Praca własna studenta		57							
Razem		75						Razem		75							
ECTS		3						ECTS		3							
WYMAGANIA WSTĘPNE																	
Brak																	
CEL PRZEDMIOTU																	
Celem przedmiotu jest zapoznanie studentów z funkcjonowaniem gospodarki wirtualnej oraz specyfiką handlu elektronicznego. Student zdobywa wiedzę o modelach biznesowych online, narzędziach e-commerce oraz trendach i wyzwaniach związanych z cyfrową transformacją gospodarki.																	
EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU																	
KOD		OPIS										EFEKT					
Wiedza																	
W1		Student zna modele biznesowe gospodarki cyfrowej, rozumie wpływ technologii na działalność gospodarczą oraz zna zasady funkcjonowania e-commerce.										K_W05 K_W16					
Umiejętności																	
U1		Potrafi analizować dane rynkowe, oceniać efektywność działań e-commerce oraz interpretować wskaźniki efektywności cyfrowej.										K_U05 K_U18					
Kompetencje																	
K1		Jest gotów do wykorzystywania narzędzi cyfrowych, rozumie znaczenie nowych modeli pracy i podejmuje inicjatywę w środowisku cyfrowym.										K_K12 K_K13					
TREŚCI KSZTAŁCENIA														ST		NST	
TEMAT														30		18	
e-Wykład														15		9	
1	Wprowadzenie do gospodarki wirtualnej – definicje, cechy, znaczenie													2		2	
2	Modele biznesowe online – B2B, B2C, C2C, C2B													2		1	
3	Podstawy e-commerce – platformy sprzedażowe, płatności, logistyka													2		1	
4	Marketing internetowy – SEO, SEM, social media, e-mail marketing													2		1	
5	Analiza danych w e-commerce – wskaźniki konwersji, ścieżki zakupowe, retencja													2		1	
6	Bezpieczeństwo transakcji i ochrona danych w handlu elektronicznym													2		1	
7	Trendy w e-commerce – mobilność, sztuczna inteligencja, personalizacja													2		1	

8	Studium przypadków – sukcesy i porażki w e-handlu		1	1
Ćwiczenia			15	9
1	Wprowadzenie do gospodarki wirtualnej – definicje, cechy, znaczenie - aspekty praktyczne		2	2
2	Modele biznesowe online – B2B, B2C, C2C, C2B - aspekty praktyczne		2	1
3	Podstawy e-commerce – platformy sprzedażowe, płatności, logistyka - aspekty praktyczne		2	1
4	Marketing internetowy – SEO, SEM, social media, e-mail marketing - aspekty praktyczne		2	1
5	Analiza danych w e-commerce – wskaźniki konwersji, ścieżki zakupowe, retencja - aspekty praktyczne		2	1
6	Bezpieczeństwo transakcji i ochrona danych w handlu elektronicznym - aspekty praktyczne		2	1
7	Trendy w e-commerce – mobilność, sztuczna inteligencja, personalizacja - aspekty praktyczne		2	1
8	Studium przypadków – sukcesy i porażki w e-handlu - aspekty praktyczne		1	1
METODY DYDAKTYCZNE				
• wykład interaktywny • analiza przypadków • warsztaty online • projektowanie strategii e-commerce • dyskusje grupowe				
KRYTERIA OCENY				
e-Wykład				
Kolokwium.				
Ćwiczenia				
• opracowanie projektu sklepu internetowego lub strategii e-commerce: • poprawność zastosowanych rozwiązań • kreatywność i innowacyjność • umiejętność analizy danych i interpretacji wyników • jakość przygotowanego projektu				
WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ				
KOD	OPIS			EFEKT
	Wiedza		e-Wykład	
W1	1	praca semestralna		K_W05 K_W16
	2	aktywność na zajęciach		
	Umiejętności		e-Wykład	
U1	1	praca semestralna		K_U05 K_U18
	2	aktywność na zajęciach		
	Kompetencje		e-Wykład	
K1	1	praca semestralna		K_K12 K_K13
	2	aktywność na zajęciach		
	Wiedza		Ćwiczenia	
W1	1	projekt		K_W05 K_W16
	2	aktywność na zajęciach		
	Umiejętności		Ćwiczenia	
U1	1	projekt		K_U05 K_U18
	2	aktywność na zajęciach		
	Kompetencje		Ćwiczenia	
K1	1	projekt		K_K12 K_K13
	2	aktywność na zajęciach		
FORMY OCENY				
Dla każdego z efektów kształcenia określonego dla przedmiotu w zakresie wiedzy, umiejętności i kompetencji, na ocenę:				
2,0	student uzyskuje poniżej 51% maksymalnej liczby punktów		4,0	student uzyskuje od 71% do 80% maksymalnej liczby punktów
3,0	student uzyskuje od 51% do 60% maksymalnej liczby punktów		4,5	student uzyskuje od 81% do 90% maksymalnej liczby punktów
3,5	student uzyskuje od 61% do 70% maksymalnej liczby punktów		5,0	student uzyskuje powyżej 90% maksymalnej liczby punktów
Kryteria oceniania wg skali:				
bardzo dobry	5	student/ka zna, rozumie i wyjaśnia zakładane efekty uczenia się i potrafi je zastosować w praktyce w stopniu bardzo dobrym		
dobry plus	4,5	student/ka zna, rozumie i wyjaśnia zakładane efekty uczenia się i potrafi je zastosować w praktyce w stopniu ponad dobrym		
dobry	4	student/ka zna, rozumie i wyjaśnia zakładane efekty uczenia się i potrafi je zastosować w praktyce w stopniu dobrym		
dostateczny plus	3,5	student/ka zna, rozumie i wyjaśnia zakładane efekty uczenia się i potrafi je zastosować w praktyce w stopniu dość dobrym		

dostateczny	3	student/ka zna, rozumie i wyjaśnia zakładane efekty uczenia się i potrafi je zastosować w praktyce w stopniu dostatecznym		
niedostateczny	3	student/ka nie zna, nie rozumie i nie wyjaśnia zakładanych efektów uczenia się i nie potrafi ich zastosować w praktyce		
zaliczone	zal	student/ka zna, rozumie i wyjaśnia zakładane efekty uczenia się i potrafi je zastosować w praktyce		
niezaliczone	nzal	student/ka nie zna, nie rozumie i nie wyjaśnia zakładanych efektów uczenia się i nie potrafi ich zastosować w praktyce		
NAKLAD PRACY WŁASNEJ STUDENTA				
		Średnia liczba godzin na zrealizowanie aktywności		
Forma aktywności				
Godziny zajęć (wg planu studiów) z nauczycielem lub opiekunem praktyk		30		
Praca własna	1	Przygotowanie do zajęć	12	15
	2	Czytanie wskazanej literatury	10	11
	3	Przygotowanie projektu	13	15
	4	Przygotowanie pracy semestralnej	5	8
	5	Przygotowanie do egzaminu / zaliczenia	5	8
		Suma godzin:	75	75
		Punkty ECTS:	3	3
LITERATURA				
Podstawowa				
1	Chaffey D., <i>Digital Business i E-Commerce Management: Strategia, Realizacja, Praktyka</i> , PWN, Warszawa 2016.			
2	Laudon K.C., Traver C.G., <i>E-commerce 2023–2024: Business, Technology, Society</i> , Pearson Education, Harlow 2023.			
3	Kotler P., Kartajaya H., Setiawan I., <i>Marketing 4.0: Era cyfrowa</i> , MT Biznes, Warszawa 2017.			
Uzupełniająca				
1	Raporty branżowe nt. <i>e-commerce</i> , IAB Polska, Warszawa.			
2	Artykuły branżowe i studia przypadków, publikacje branżowe i naukowe.			
3	Przewodniki po platformach e-commerce i narzędziach analitycznych.			

INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE																			
Nazwa przedmiotu (modułu)		Technologie informacyjno-komunikacyjne										Kod przedmiotu	K7						
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot										Instytut Nauk Społecznych									
Poziom kształcenia		Studia drugiego stopnia					Profil studiów			praktyczny									
Kierunek studiów		Ekonomia biznesu					Specjalność												
Moduł kształcenia		Kierunkowy					Język wykładowy			polski									
Semestr		II					Forma zaliczenia			Zaliczenie z oceną									
WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ DYDAKTYCZNYCH																			
STUDIA STACJONARNE							STUDIA NIESTACJONARNE												
Wykład		e-Wykład		Ćwiczenia		Laboratorium			Wykład		e-Wykład		Ćwiczenia		Laboratorium				
				15	ZO2	3								9	ZO2	3			
							15	ZO2	3								9	ZO2	3
SUMARYCZNY WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ																			
STUDIA STACJONARNE							STUDIA NIESTACJONARNE												
		Ćwiczenia		15					Ćwiczenia		9								
		Laboratorium		15					Laboratorium		9								
		Razem		30					Razem		18								
		Praca własna studenta		45					Praca własna studenta		57								
		Razem		75					Razem		75								
		ECTS		3					ECTS		3								
WYMAGANIA WSTĘPNE																			
Brak – mile widziane podstawowe umiejętności obsługi komputera i znajomość narzędzi biurowych.																			
CEL PRZEDMIOTU																			
Celem przedmiotu jest zapoznanie studentów z technologiami informacyjno-komunikacyjnymi (ICT) wykorzystywanymi w biznesie. Student poznaje narzędzia i systemy wspierające zarządzanie informacją, komunikację oraz podejmowanie decyzji w organizacji.																			
EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU																			
KOD	OPIS											EFEKT							
Wiedza																			
W1	Student zna technologie ICT, ich zastosowanie w organizacjach oraz znaczenie dla efektywności procesów biznesowych.											K_W03 K_W19							
Umiejętności																			
U1	Potrafi wykorzystywać narzędzia informatyczne, analizować dane oraz przygotowywać prezentacje i raporty z użyciem ICT.											K_U05 K_U13							
Kompetencje																			
K1	Jest gotów do pracy zespołowej z wykorzystaniem nowoczesnych technologii, wykazuje inicjatywę w stosowaniu ICT oraz rozumie potrzebę doskonalenia kompetencji cyfrowych.											K_K09 K_K10							
TREŚCI KSZTAŁCENIA												ST	NST						
TEMAT												30	18						
Ćwiczenia												15	9						
1	Wprowadzenie do ICT – definicje, zakres, znaczenie.											2	2						
2	Systemy informatyczne w biznesie – ERP, CRM, SCM.											2	1						
3	Narzędzia komunikacji wewnętrznej i zewnętrznej – e-mail, komunikatory, platformy współpracy.											2	1						
4	Przetwarzanie danych – bazy danych, Big Data, analityka biznesowa.											2	1						
5	Chmura obliczeniowa i mobilne technologie w organizacji.											2	1						

6	Cyberbezpieczeństwo i ochrona danych w kontekście ICT.		2	1
7	Trendy w ICT – sztuczna inteligencja, automatyzacja, Internet rzeczy.		2	1
8	Praktyczne zastosowania ICT – studium przypadków, projektowanie rozwiązań.		1	1
Laboratorium			15	9
1	Wprowadzenie do ICT – definicje, zakres, znaczenie.		2	2
2	Systemy informatyczne w biznesie – ERP, CRM, SCM.		2	1
3	Narzędzia komunikacji wewnętrznej i zewnętrznej – e-mail, komunikatory, platformy współpracy.		2	1
4	Przetwarzanie danych – bazy danych, Big Data, analityka biznesowa.		2	1
5	Chmura obliczeniowa i mobilne technologie w organizacji.		2	1
6	Cyberbezpieczeństwo i ochrona danych w kontekście ICT.		2	1
7	Trendy w ICT – sztuczna inteligencja, automatyzacja, Internet rzeczy.		2	1
8	Praktyczne zastosowania ICT – studium przypadków, projektowanie rozwiązań.		1	1
METODY DYDAKTYCZNE				
• wykład interaktywny • analiza przypadków • warsztaty komputerowe • dyskusje grupowe • projektowanie rozwiązań ICT				
KRYTERIA OCENY				
Ćwiczenia				
• opracowanie projektu zastosowania ICT w wybranej organizacji • poprawność merytoryczna projektu • innowacyjność zastosowanych rozwiązań • umiejętność pracy zespołowej • jakość przygotowanego opracowania				
Laboratorium				
• opracowanie projektu zastosowania ICT w wybranej organizacji • poprawność merytoryczna projektu • innowacyjność zastosowanych rozwiązań • umiejętność pracy zespołowej • jakość przygotowanego opracowania				
WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ				
KOD	OPIS			EFEKT
	Wiedza		Ćwiczenia	
W1	1	praca semestralna	K_W03 K_W19	
	2	aktywność na zajęciach		
	Umiejętności		Ćwiczenia	
U1	1	praca semestralna	K_U05 K_U13	
	2	aktywność na zajęciach		
	Kompetencje		Ćwiczenia	
K1	1	praca semestralna	K_K09 K_K10	
	2	aktywność na zajęciach		
	Wiedza		Laboratorium	
W1	1	projekt	K_W03 K_W19	
	2	aktywność na zajęciach		
	Umiejętności		Laboratorium	
U1	1	projekt	K_U05 K_U13	
	2	aktywność na zajęciach		
	Kompetencje		Laboratorium	
K1	1	projekt	K_K09 K_K10	
	2	aktywność na zajęciach		
FORMY OCENY				
Dla każdego z efektów kształcenia określonego dla przedmiotu w zakresie wiedzy, umiejętności i kompetencji, na ocenę:				
2,0	student uzyskuje poniżej 51% maksymalnej liczby punktów		4,0	student uzyskuje od 71% do 80% maksymalnej liczby punktów
3,0	student uzyskuje od 51% do 60% maksymalnej liczby punktów		4,5	student uzyskuje od 81% do 90% maksymalnej liczby punktów
3,5	student uzyskuje od 61% do 70% maksymalnej liczby punktów		5,0	student uzyskuje powyżej 90% maksymalnej liczby punktów
Kryteria oceniania wg skali:				
bardzo dobry	5	student/ka zna, rozumie i wyjaśnia zakładane efekty uczenia się i potrafi je zastosować w praktyce w stopniu bardzo dobrym		
dobry plus	4,5	student/ka zna, rozumie i wyjaśnia zakładane efekty uczenia się i potrafi je zastosować w praktyce w stopniu ponad dobrym		
dobry	4	student/ka zna, rozumie i wyjaśnia zakładane efekty uczenia się i potrafi je zastosować w praktyce w stopniu dobrym		
dostateczny plus	3,5	student/ka zna, rozumie i wyjaśnia zakładane efekty uczenia się i potrafi je zastosować w praktyce w stopniu dość dobrym		
dostateczny	3	student/ka zna, rozumie i wyjaśnia zakładane efekty uczenia się i potrafi je zastosować w praktyce w stopniu dostatecznym		
niedostateczny	3	student/ka nie zna, nie rozumie i nie wyjaśnia zakładanych efektów uczenia się i nie potrafi ich zastosować w praktyce		

zaliczone	zal	student/ka zna, rozumie i wyjaśnia zakładane efekty uczenia się i potrafi je zastosować w praktyce			
niezaliczone	nzal	student/ka nie zna, nie rozumie i nie wyjaśnia zakładanych efektów uczenia się i nie potrafi ich zastosować w praktyce			
NAKLAD PRACY WŁASNEJ STUDENTA			Średnia liczba godzin na zrealizowanie aktywności		
Forma aktywności					
Godziny zajęć (wg planu studiów) z nauczycielem lub opiekunem praktyk			30	18	
Praca własna	1	Przygotowanie do zajęć		10	17
	2	Czytanie wskazanej literatury		5	10
	3	Przygotowanie projektu		15	15
	4	Przygotowanie pracy semestralnej		15	15
			Suma godzin:	75	75
			Punkty ECTS:	3	3
LITERATURA					
Podstawowa					
1	Laudon K.C., Laudon J.P., <i>Management Information Systems: Managing the Digital Firm</i> , 17th ed., Pearson Education, Harlow 2021.				
2	Turban E., Pollard C., Wood G., <i>Information Technology for Management: Driving Digital Transformation to Increase Local and Global Performance, Growth and Sustainability</i> , 12th ed., Wiley, Hoboken 2021.				
3	Stair R., Reynolds G., <i>Principles of Information Systems</i> , 14th ed., Cengage Learning, Boston 2020.				
Uzupełniająca					
1	Raporty branżowe nt. ICT.				
2	Artykuły naukowe i studia przypadków.				
3	Materiały producentów systemów i narzędzi ICT.				

INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE															
Nazwa przedmiotu (modułu)		Badania konsumentów							Kod przedmiotu		K8				
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot					Instytut Nauk Społecznych										
Poziom kształcenia		Studia drugiego stopnia			Profil studiów			praktyczny							
Kierunek studiów		Ekonomia biznesu			Specjalność										
Moduł kształcenia		Kierunkowy			Język wykładowy			polski							
Semestr		III			Forma zaliczenia			Egzamin							
WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ DYDAKTYCZNYCH															
STUDIA STACJONARNE						STUDIA NIESTACJONARNE									
Wykład		e-Wykład		Ćwiczenia		Laboratorium		Wykład		e-Wykład		Ćwiczenia		Laboratorium	
				30 E3 4								18 E3 4			
SUMARYCZNY WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ															
STUDIA STACJONARNE						STUDIA NIESTACJONARNE									
Ćwiczenia				30		Ćwiczenia				18					
Razem				30		Razem				18					
Praca własna studenta				70		Praca własna studenta				82					
Razem				100		Razem				100					
ECTS				4		ECTS				4					
WYMAGANIA WSTĘPNE															
Brak – mile widziane podstawy z zakresu marketingu i analizy danych.															
CEL PRZEDMIOTU															
Celem przedmiotu jest zapoznanie studentów z metodami badania zachowań i preferencji konsumentów, umożliwiającymi podejmowanie skutecznych decyzji marketingowych i biznesowych. Student poznaje narzędzia badawcze, metody analizy danych oraz sposoby interpretacji wyników badań rynkowych.															
EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU															
KOD	OPIS										EFEKT				
Wiedza															
W1	Student zna teorie i metody badań konsumenckich oraz rozumie ich znaczenie dla działalności biznesowej.										K_W03 K_W06				
Umiejętności															
U1	Potrafi zaprojektować badanie konsumenckie, zebrać dane, przeprowadzić analizę oraz przedstawić wyniki w formie raportu.										K_U14 K_U16				
Kompetencje															
K1	Jest gotów do samodzielnej pracy badawczej, wykazuje otwartość na potrzeby rynku oraz odpowiedzialność w interpretacji danych.										K_K05 K_K09				
TREŚCI KSZTAŁCENIA											ST	NST			
TEMAT											30	18			
Ćwiczenia											30	18			
1	Wprowadzenie do badań konsumentów – cele, znaczenie, zakres										4	4			
2	Zachowania konsumentów – czynniki wpływające na decyzje zakupowe										4	2			
3	Metody badań konsumenckich – jakościowe, ilościowe, mieszane										4	2			
4	Techniki zbierania danych – ankiety, wywiady, obserwacje, grupy fokusowe										4	2			
5	Analiza danych konsumenckich – statystyki opisowe, wnioskowanie, segmentacja										4	2			
6	Badania online – narzędzia, platformy, specyfika danych cyfrowych										4	2			
7	Raportowanie i wizualizacja wyników badań										4	2			
8	Praktyczne zastosowania badań konsumenckich – studia przypadków										2	2			
METODY DYDAKTYCZNE															

• wykład interaktywny • analiza przypadków • projektowanie badań • praca w grupach • prezentacje wyników					
KRYTERIA OCENY					
Ćwiczenia					
• opracowanie projektu badania konsumenckiego i przygotowanie raportu • poprawność metodologiczna projektu • umiejętność analizy i interpretacji danych • samodzielność i zaangażowanie • jakość przygotowanego raportu					
WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ					
KOD		OPIS		EFEKT	
		Wiedza		Ćwiczenia	
W1	1	projekt		K_W03 K_W06	
	2	aktywność na zajęciach			
		Umiejętności		Ćwiczenia	
U1	1	projekt		K_U14 K_U16	
	2	aktywność na zajęciach			
		Kompetencje		Ćwiczenia	
K1	1	projekt		K_K05 K_K09	
	2	aktywność na zajęciach			
FORMY OCENY					
Dla każdego z efektów kształcenia określonego dla przedmiotu w zakresie wiedzy, umiejętności i kompetencji, na ocenę:					
2,0	student uzyskuje poniżej 51% maksymalnej liczby punktów		4,0	student uzyskuje od 71% do 80% maksymalnej liczby punktów	
3,0	student uzyskuje od 51% do 60% maksymalnej liczby punktów		4,5	student uzyskuje od 81% do 90% maksymalnej liczby punktów	
3,5	student uzyskuje od 61% do 70% maksymalnej liczby punktów		5,0	student uzyskuje powyżej 90% maksymalnej liczby punktów	
Kryteria oceniania wg skali:					
bardzo dobry	5	student/ka zna, rozumie i wyjaśnia zakładane efekty uczenia się i potrafi je zastosować w praktyce w stopniu bardzo dobrym			
dobry plus	4,5	student/ka zna, rozumie i wyjaśnia zakładane efekty uczenia się i potrafi je zastosować w praktyce w stopniu ponad dobrym			
dobry	4	student/ka zna, rozumie i wyjaśnia zakładane efekty uczenia się i potrafi je zastosować w praktyce w stopniu dobrym			
dostateczny plus	3,5	student/ka zna, rozumie i wyjaśnia zakładane efekty uczenia się i potrafi je zastosować w praktyce w stopniu dość dobrym			
dostateczny	3	student/ka zna, rozumie i wyjaśnia zakładane efekty uczenia się i potrafi je zastosować w praktyce w stopniu dostatecznym			
niedostateczny	3	student/ka nie zna, nie rozumie i nie wyjaśnia zakładanych efektów uczenia się i nie potrafi ich zastosować w praktyce			
zaliczone	zal	student/ka zna, rozumie i wyjaśnia zakładane efekty uczenia się i potrafi je zastosować w praktyce			
niezaliczone	nzal	student/ka nie zna, nie rozumie i nie wyjaśnia zakładanych efektów uczenia się i nie potrafi ich zastosować w praktyce			
NAKŁAD PRACY WŁASNEJ STUDENTA				Średnia liczba godzin na zrealizowanie aktywności	
		Forma aktywności			
		Godziny zajęć (wg planu studiów) z nauczycielem lub opiekunem praktyk		30	18
PW	1	Przygotowanie do zajęć		20	32
	2	Czytanie wskazanej literatury		20	20
	3	Przygotowanie projektu		30	30
		Suma godzin:		100	100
		Punkty ECTS:		4	4
LITERATURA					
Podstawowa					
1	Solomon M.R., <i>Zachowania i zwyczaje konsumentów</i> , Helion, Gliwice 2006.				
2	Malhotra N.K., <i>Marketing Research: An Applied Orientation</i> , 7th ed., Pearson Education, Harlow 2019.				
3	Schiffman L.G., Kanuk L.L., <i>Consumer Behavior</i> , 10th ed., Pearson Prentice Hall, Upper Saddle River 2010.				
Uzupełniająca					
1	Raporty rynkowe i badania branżowe				
2	Artykuły naukowe i studia przypadków				
3	Narzędzia online do badań konsumenckich				