



# Program studiów

|                            |  |
|----------------------------|--|
| <b>Wydział:</b>            | Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej |
| <b>Kierunek:</b>           | marketing i logistyka                        |
| <b>Poziom kształcenia:</b> | drugiego stopnia                             |
| <b>Forma kształcenia:</b>  | studia niestacjonarne                        |
| <b>Rok akademicki:</b>     | 2023/24                                      |

## **Spis treści**

|                                |    |
|--------------------------------|----|
| Charakterystyka kierunku       | 3  |
| Nauka, badania, infrastruktura | 5  |
| Program                        | 6  |
| Efekty uczenia się             | 8  |
| Plany studiów                  | 10 |
| Sylabusy                       | 13 |

# Charakterystyka kierunku

## Informacje podstawowe

|                 |  |
|-----------------|--|
| Nazwa wydziału: | Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej |
| Nazwa kierunku: | marketing i logistyka                        |
| Poziom:         | drugiego stopnia                             |
| Profil:         | ogólnoakademicki                             |
| Forma:          | studia niestacjonarne                        |
| Język studiów:  | polski                                       |

## Przyporządkowanie kierunku do dziedzin oraz dyscyplin, do których odnoszą się efekty uczenia się

|                               |            |
|-------------------------------|------------|
| Nauki o zarządzaniu i jakości | <b>86%</b> |
| Ekonomia i finanse            | <b>14%</b> |

## Charakterystyka kierunku, koncepcja i cele kształcenia

### Charakterystyka kierunku

Kierunek Marketing i logistyka oferuje wykształcenie zgodne z bieżącym zapotrzebowaniem rynkowym związanym z planowaniem, koordynacją i organizacją procesów logistycznych i marketingowych. Studia na kierunku Marketing i logistyka skupiają się na zagadnieniach dotyczących działań marketingowych i logistycznych przedsiębiorstw, instytucji i organizacji. Dają wykształcenie pozwalające podjąć pracę w działach marketingu i/lub sprzedaży oraz logistyki przedsiębiorstw należących do zróżnicowanych branż. Studenci zdobywają wiedzę teoretyczną bogato ilustrowaną empirycznymi przykładami oraz analizami działań z zakresu logistyki i marketingu. Podstawowe moduły kształcenia odnoszą się do marketingu, marketingu na rynkach międzynarodowych, zarządzania relacjami z klientami oraz logistyki, w tym również w ujęciu międzynarodowym. Kierunek Marketing i logistyka jest jedynym tego typu oferowanym na UJ.

### Koncepcja kształcenia

Proces kształcenia studentów opiera się głównie na ciekawej ofercie dydaktycznej w zakresie modułów kształcenia. Jest ona w pełni zgodna z założonymi efektami uczenia się, obejmującymi obszar wiedzy, umiejętności i kompetencji. Większość modułów kształcenia odnosi się do dyscypliny nauk o zarządzaniu i jakości, ale są również bardzo przydatne elementy specjalistycznej wiedzy z psychologii, ekonomii i finansów oraz nauk prawnych. Istotą koncepcji kształcenia jest dbanie o najwyższy poziom merytoryczny przekazywanych treści oraz ich dostosowanie do zmieniających się potrzeb życia społeczno-gospodarczego i oczekiwań studentów wynikających ze zmieniającego się rynku pracy. W tym zakresie koncepcja jest zgodna z ogólną misją kształcenia na UJ zaprezentowaną w "Strategii rozwoju Uniwersytetu Jagiellońskiego do 2030 roku". Odnosi się ona w szczególności do dwóch celów głównych ujętych w strategii: wysokiej jakości kształcenia studentów zintegrowanego z nauką i otoczeniem oraz skutecznego wpływu na środowisko społeczne i gospodarcze.

## **Cele kształcenia**

1. Absolwent będzie posiadał zaawansowaną, specjalistyczną wiedzę teoretyczną i praktyczną z zakresu logistyki i marketingu.
2. Absolwent będzie posiadał umiejętności krytycznej analizy, interpretacji i oceny zjawisk i procesów rynkowych dotyczących obszaru logistyki i marketingu.
3. Absolwent będzie umiał zorganizować pracę zespołową i kierować zespołami oraz skutecznie komunikować się, negocjować i przekonywać, przy biegłej znajomości języka angielskiego.
4. Absolwent będzie przygotowany do pracy na specjalistycznych i kierowniczych stanowiskach związanych z logistyką i marketingiem.
5. Absolwent uzyska kwalifikacje drugiego stopnia i dyplom potwierdzający tytuł zawodowy magistra.

## **Potrzeby społeczno-gospodarcze**

### **Wskazanie potrzeb społeczno-gospodarczych utworzenia kierunku**

Wraz z rozwojem globalizacji i nieustannie konkurującym otoczeniem gospodarczym znacznie zmieniły się warunki funkcjonowania przedsiębiorstw, również w obszarze logistyki i marketingu. Dotyczą one głównie znacznego wzrostu roli przedsiębiorstw międzynarodowych, które wyznaczają oczekiwane standardy prowadzonych działań zarówno logistycznych, jak i marketingowych. Wymusza to nieustanne pogłębianie wiedzy i doskonalenie umiejętności w zakresie procesów logistycznych i marketingowych. W tym kontekście zmieniają się również oczekiwania wobec podmiotów rynkowych, które muszą uwzględniać specyfikę rynku międzynarodowego. Powyższe aspekty uzasadniają utworzenie kierunku i jednocześnie wskazują na jego bardzo aktualne i praktyczne walory.

### **Wskazanie zgodności efektów uczenia się z potrzebami społeczno-gospodarczymi**

Zaproponowane efekty uczenia się są w pełni zgodne z przedstawionym powyżej zapotrzebowaniem społeczno-ekonomicznym. W zakresie wiedzy odnoszą się one przede wszystkim do głębszego poznania specyfiki procesów logistycznych i marketingowych, w tym również w wymiarze międzynarodowym, uwzględniając jednocześnie szerszy kontekst tych procesów, jakim są inne obszary funkcjonalne zarządzania. Obszar umiejętności dotyczy głównie praktycznego wykorzystania tych narzędzi, szczególnie w kontekście logistyki i marketingu. Z kolei kompetencje społeczne wskazują na przedsiębiorcze i odpowiedzialne podejście w działaniach praktycznych.

# Nauka, badania, infrastruktura

## Główne kierunki badań naukowych w jednostce

Główne kierunki badań naukowych związanych z logistyką i marketingiem odnoszą się do szerokiego zakresu zagadnień związanych z procesami logistycznymi i marketingowymi analizowanymi z różnych perspektyw rynkowych oraz w powiązaniu z innymi obszarami funkcjonalnymi zarządzania. Dotyczą one między innymi współczesnych uwarunkowań rynku międzynarodowego i jego wpływu na procesy logistyczne i marketingowe, zmian w systemach logistycznych przedsiębiorstw oraz wymagań stawianych współczesnym przedsiębiorstwom logistycznym oraz agencjom marketingowym, w związku z dynamicznym rozwojem Internetu. Badania prowadzone są również w szeroko rozumianym kontekście analizy relacji pomiędzy podmiotami rynkowymi, ze szczególnym uwzględnieniem roli dostawców, którzy w znacznym stopniu determinują możliwość osiągnięcia przewagi rynkowej.

## Związek badań naukowych z dydaktyką

Przedstawione główne kierunki badań naukowych zostały też odzwierciedlone w efektach uczenia się oraz proponowanych szczegółowych modułach kształcenia. Do najważniejszych modułów kształcenia w tym kontekście można zaliczyć: marketing, marketing międzynarodowy, marketing elektroniczny, marketing bezpośredni, zarządzanie relacjami z klientem, public relations, logistykę, logistykę międzynarodową, rynek usług logistycznych, zachowania konsumentów, badania operacyjne. Wymienione obszary działalności dydaktycznej mają pokrycie w prowadzonych badaniach własnych poszczególnych pracowników oraz ich publikacjach naukowych.

## Opis infrastruktury niezbędnej do prowadzenia kształcenia

Pomieszczenia dydaktyczne wyposażono w sprzęt audiowizualny i multimedialny umożliwiający różne formy prezentacji wiedzy i komunikacji ze studentami. Wyposażenie w nowoczesny sprzęt jest standardem. W planie studiów przewidziano część modułów kształcenia, w ramach których zajęcia odbywają się również w pracowniach komputerowych na specjalistycznym oprogramowaniu. Do dyspozycji studentów jest wydziałowa biblioteka, której zasoby wspierają proces kształcenia studentów. Charakter księgozbioru jest adekwatny dla kierunku studiów. Obejmuje on prace polskich i zagranicznych autorów, monografie, prace zbiorowe, czasopisma, materiały i opracowania naukowe - w postaci tradycyjnej i cyfrowej.

# Program

## Podstawowe informacje

|                                      |          |
|--------------------------------------|----------|
| Klasyfikacja ISCED:                  | 0413     |
| Liczba semestrów:                    | 4        |
| Tytuł zawodowy nadawany absolwentom: | magister |

### Opis realizacji programu:

Program studiów obejmuje 4 semestry. W planie zostały ujęte obligatoryjne i fakultatywne moduły kształcenia. Zajęcia fakultatywne zaczynają się w 2 semestrze. Główne obszary merytoryczne modułów kształcenia odnoszą się do obszarów logistyki i marketingu oraz obszarów z nimi powiązanych. Obejmują zarówno zagadnienia marketingowe i logistyczne analizowane z punktu widzenia wyspecjalizowanych podmiotów świadczących usługi w tym zakresie, jak również oczekiwania definiowane przez podmioty rynkowe z różnych branż, w tym również z rynków międzynarodowych. Podstawowe rodzaje zajęć dydaktycznych obejmują wykład, ćwiczenia i konwersatorium. Część ćwiczeń jest realizowana w pracowni komputerowej w oparciu o systemy informatyczne.

## Liczba punktów ECTS

|   |             |
|---|-------------|
| konieczna do ukończenia studiów   | 123         |
| w ramach zajęć prowadzonych z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich lub innych osób prowadzących zajęcia | poniżej 62  |
| którą student musi uzyskać w ramach zajęć z zakresu nauki języków obcych  | 5           |
| którą student musi uzyskać w ramach modułów realizowanych w formie fakultatywnej                                  | 22          |
| którą student musi uzyskać w ramach praktyk zawodowych  | Nie dotyczy |
| którą student musi uzyskać w ramach zajęć z dziedziny nauk humanistycznych lub nauk społecznych                   | 9           |

## Liczba godzin zajęć

Łączna liczba godzin zajęć: 684

## Praktyki zawodowe

### Wymiar, zasady i forma odbywania praktyk zawodowych

Nie dotyczy.

## **Ukończenie studiów**

### **Wymogi związane z ukończeniem studiów (praca dyplomowa/egzamin dyplomowy/inne)**

Ukończenie studiów na kierunku wymaga przygotowania przez studenta pracy dyplomowej oraz zdania egzaminu dyplomowego.

## Efekty uczenia się

### Wiedza

| Kod        | Treść  | PRK                   |
|------------|--|-----------------------|
| MIL_K2_W01 | Absolwent zna i rozumie znaczenie fundamentalnych doktryn i koncepcji organizacji, posługując się terminologią nauk ekonomicznych i społecznych na rozszerzonym poziomie.  | P7S_WK, P7U_W         |
| MIL_K2_W02 | Absolwent zna i rozumie oraz posiada wiedzę na temat istoty i dynamiki głównych współczesnych systemów społecznych, środowiskowych, gospodarczych i politycznych oraz ich możliwych zależności ze szczególnym uwzględnieniem koncepcji logistycznych i marketingowych.     | P7S_WK, P7S_WG, P7U_W |
| MIL_K2_W03 | Absolwent zna i rozumie istotne skutki ekonomiczne, społeczne, środowiskowe i zarządcze zjawisk kulturowych w skali organizacji i instytucji (w kontekście wiodących ujęć teoretycznych właściwych dla zarządzania, ze szczególnym uwzględnieniem logistyki i marketingu). | P7S_WG, P7U_W         |
| MIL_K2_W04 | Absolwent zna i rozumie wiodące współczesne koncepcje oraz narzędzia kooperacji i konkurencji między systemami gospodarczymi i organizacjami, ze szczególnym uwzględnieniem koncepcji logistycznego łańcucha dostaw.   | P7S_WG, P7U_W         |
| MIL_K2_W05 | Absolwent zna i rozumie istotę koncepcji zrównoważonego rozwoju społeczno gospodarczego.   | P7S_WK, P7S_WG, P7U_W |
| MIL_K2_W06 | Absolwent zna i rozumie oraz ma wiedzę na temat znaczenia społecznej odpowiedzialności biznesu i jej wybranych przejawów w strategiach logistycznych i marketingowych.   | P7S_WK, P7S_WG, P7U_W |
| MIL_K2_W07 | Absolwent zna i rozumie częściowo współczesny dorobek psychologii biznesu oraz socjologii organizacji i możliwości jego odniesienia do realnych problemów logistycznych i marketingowych.  | P7S_WG, P7U_W         |
| MIL_K2_W08 | Absolwent zna i rozumie podstawowe współczesne koncepcje pracy zespołowej.   | P7U_W                 |
| MIL_K2_W09 | Absolwent zna i rozumie podstawy metodologii badań naukowych i zasad tworzenia wybranych instrumentów badawczych.  | P7U_W                 |
| MIL_K2_W10 | Absolwent zna i rozumie ma pogłębioną wiedzę na temat zastosowania wybranych zaawansowanych metod statystycznych, ekonometrycznych oraz narzędzi informatycznych gromadzenia, analizy i prezentacji danych logistycznych i marketingowych.                                 | P7S_WG, P7U_W         |

### Umiejętności

| Kod        | Treść   | PRK                   |
|------------|---|-----------------------|
| MIL_K2_U01 | Absolwent potrafi stosować w pracy i nauce pogłębioną oraz wyspecjalizowaną wiedzę z obszaru logistyki i marketingu.  | P7S_UO, P7S_UW, P7U_U |
| MIL_K2_U02 | Absolwent potrafi stosować w pracy lub nauce pogłębioną oraz wyspecjalizowaną wiedzę z obszarów nauk pokrewnych zarządzaniu (w powiązaniu z logistyką i marketingiem).  | P7S_UU, P7S_UW, P7U_U |
| MIL_K2_U03 | Absolwent potrafi dokonywać pogłębionej obserwacji wybranych zjawisk i procesów w organizacji oraz ich analizy i interpretacji przy zastosowaniu niektórych zaawansowanych ujęć teoretycznych i metodycznych. | P7S_UW, P7U_U         |



| Kod        | Treść  | PRK                   |
|------------|--|-----------------------|
| MIL_K2_U04 | Absolwent potrafi modelować i przewidywać przebieg wybranych procesów w organizacji lub instytucji, ze szczególnym uwzględnieniem procesów logistycznych i marketingowych, przy użyciu niektórych zaawansowanych metod ekonometrycznych i narzędzi informatycznych.  | P7S_UO, P7S_UW, P7U_U |
| MIL_K2_U05 | Absolwent potrafi integrować wiedzę z niektórych dziedzin w celu tworzenia innowacyjnych rozwiązań problemów z obszaru logistyki i marketingu.   | P7S_UO, P7S_UW, P7U_U |
| MIL_K2_U06 | Absolwent potrafi uczestniczyć w procesach podejmowania decyzji strategicznych z obszaru logistyki i marketingu oraz proponować niektóre procedury rozstrzygnięć z wykorzystaniem wybranych, zaawansowanych metod i narzędzi wspomagających procesy podejmowania decyzji.                                      | P7S_UO, P7S_UW, P7U_U |
| MIL_K2_U07 | Absolwent potrafi dokonywać diagnozy sytuacji i krytycznej oceny możliwych wariantów strategii logistycznych i marketingowych.   | P7S_UW, P7U_U         |
| MIL_K2_U08 | Absolwent potrafi posługiwać się wybranymi normami i standardami w procesach planowania, organizowania, motywowania i kontroli (pracy, jakości, itp.), w tym na poziomie zintegrowanym.  | P7S_UW, P7U_U         |
| MIL_K2_U09 | Absolwent potrafi przygotowywać typowe prace pisemne związane z problematyką zarządzania a w szczególności z obszarem logistyki i marketingu, w języku polskim i języku obcym.   | P7S_UK                |
| MIL_K2_U10 | Absolwent potrafi porozumiewać się ze specjalistami z dziedziny marketingu i logistyki przy użyciu fachowej terminologii, przygotowywać publiczne prezentacje z tego zakresu oraz raportować rezultaty swojej pracy, również w języku obcym na poziomie B2+ Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego | P7S_UK, P7U_U         |

## Kompetencje społeczne

| Kod        | Treść  | PRK            |
|------------|--|----------------|
| MIL_K2_K01 | Absolwent jest gotów do tworzenia i uczestniczenia w pracy zespołów interdyscyplinarnych w środowisku organizacji i poza nim oraz rozumie znaczenie aspektów ekonomicznych, społecznych, politycznych, środowiskowych i zarządczych podejmowanych działań. | P7S_KK, P7U_K  |
| MIL_K2_K02 | Absolwent jest gotów do porozumiewania się z ludźmi w środowisku organizacji i poza nim oraz przekazywania swojej wiedzy osobom nie będącym specjalistami w zakresie logistyki i marketingu.   | P7S_KR, P7U_K  |
| MIL_K2_K03 | Absolwent jest gotów do prowadzenia debaty, przekonywania i negocjowania w imię osiągnięcia wspólnych celów.   | P7S_KK, P7U_K  |
| MIL_K2_K04 | Absolwent jest gotów do adaptacji w środowiskach międzynarodowych, w szczególności europejskich przedsiębiorstw i instytucji.  | P7S_KR, P7U_K  |
| MIL_K2_K05 | Absolwent jest gotów do samodzielnego, zespołowego oraz organizacyjnego zdobywania i doskonalenia wiedzy oraz umiejętności profesjonalnych w warunkach procesów integracyjnych w Europie i globalizacji.   | P7S_KK, P7U_K  |
| MIL_K2_K06 | Absolwent jest gotów do samodzielnego oraz zespołowego projektowania i prowadzenia badań naukowych z wykorzystaniem różnorodnych źródeł informacji (w wybranym zakresie)   | P7S_KK, P7U_K  |
| MIL_K2_K07 | Absolwent jest gotów do przestrzegania i propagowania etycznej postawy i wrażliwości społecznej, również w ramach pełnionych ról organizacyjnych i społecznych.  | P7S_KR, P7S_KO |
| MIL_K2_K08 | Absolwent jest gotów do podejmowania decyzji w sytuacjach kryzysowych w skali mikro i makro.   | P7S_KO, P7S_KK |

# Plany studiów

## Semestr 1

| <b>Przedmiot</b>            | <b>Liczba godzin</b> | <b>Punkty ECTS</b> | <b>Forma weryfikacji</b> |   |
|-----------------------------|----------------------|--------------------|--------------------------|---|
| Koncepcje zarządzania       | 30                   | 4                  | egzamin                  | 0 |
| Statystyka matematyczna     | 20                   | 4                  | egzamin                  | 0 |
| Zarządzanie strategiczne II | 20                   | 4                  | egzamin                  | 0 |
| Marketing międzynarodowy    | 30                   | 4                  | egzamin                  | 0 |
| Rachunkowość zarządcza      | 30                   | 4                  | egzamin                  | 0 |
| Logistyka                   | 20                   | 4                  | egzamin                  | 0 |
| Marketing II                | 20                   | 4                  | egzamin                  | 0 |
| Metodyka badań naukowych    | 20                   | 3                  | egzamin                  | 0 |
| Business English            | 20                   | -                  | zaliczenie               | 0 |
| BHK                         | 4                    | -                  | zaliczenie               | 0 |

## Semestr 2

| <b>Przedmiot</b>                      | <b>Liczba godzin</b> | <b>Punkty ECTS</b> | <b>Forma weryfikacji</b> |   |
|---------------------------------------|----------------------|--------------------|--------------------------|---|
| Makroekonomia II                      | 30                   | 4                  | egzamin                  | 0 |
| Etyka w zarządzaniu przedsiębiorstwem | 20                   | 4                  | egzamin                  | 0 |
| Zarządzanie procesami                 | 20                   | 4                  | egzamin                  | 0 |
| Badania operacyjne                    | 20                   | 4                  | egzamin                  | 0 |
| Marketing elektroniczny               | 10                   | 2                  | egzamin                  | 0 |
| Seminarium magisterskie               | 30                   | 5                  | zaliczenie               | 0 |
| Business English                      | 20                   | 5                  | egzamin                  | 0 |
| Grupa zajęć fakultatywnych            |                      |                    |                          | 0 |
| Ubezpieczenia                         | 20                   | 4                  | egzamin                  | F |
| Zarządzanie ryzykiem                  | 20                   | 3                  | egzamin                  | F |
| Integracja europejska                 | 15                   | 2                  | zaliczenie               | F |
| Instytucje rynkowe                    | 20                   | 3                  | egzamin                  | F |

## Semestr 3

| <b>Przedmiot</b>     | <b>Liczba godzin</b> | <b>Punkty ECTS</b> | <b>Forma weryfikacji</b> |   |
|----------------------|----------------------|--------------------|--------------------------|---|
| Przedsiębiorczość II | 20                   | 4                  | egzamin                  | 0 |

| <b>Przedmiot</b>                  | <b>Liczba godzin</b> | <b>Punkty ECTS</b> | <b>Forma weryfikacji</b> |   |
|-----------------------------------|----------------------|--------------------|--------------------------|---|
| Psychologia w zarządzaniu         | 20                   | 4                  | egzamin                  | O |
| Zarządzanie relacjami z klientem  | 10                   | 2                  | egzamin                  | O |
| Zachowania konsumenckie           | 10                   | 2                  | egzamin                  | O |
| Marketing bezpośredni             | 10                   | 2                  | egzamin                  | O |
| Logistyka międzynarodowa          | 10                   | 2                  | egzamin                  | O |
| Seminarium magisterskie           | 30                   | 5                  | zaliczenie               | O |
| Grupa zajęć fakultatywnych        |                      |                    |                          | O |
| Informatyczne systemy zarządzania | 10                   | 2                  | zaliczenie               | F |
| Negocjacje w biznesie             | 10                   | 2                  | egzamin                  | F |
| Mowa ciała                        | 10                   | 2                  | zaliczenie na ocenę      | F |
| Analiza rynku                     | 20                   | 3                  | egzamin                  | F |
| Stres i wypalenie zawodowe        | 10                   | 2                  | egzamin                  | F |
| Innowacje i polityka innowacji    | 20                   | 3                  | egzamin                  | F |

## Semestr 4

| <b>Przedmiot</b>                  | <b>Liczba godzin</b> | <b>Punkty ECTS</b> | <b>Forma weryfikacji</b> |   |
|-----------------------------------|----------------------|--------------------|--------------------------|---|
| Public relations                  | 10                   | 2                  | egzamin                  | O |
| Rynek usług logistycznych         | 10                   | 2                  | egzamin                  | O |
| Prawo cywilne                     | 20                   | 4                  | egzamin                  | O |
| Kultura organizacji               | 15                   | 3                  | egzamin                  | O |
| Seminarium magisterskie           | 30                   | 10                 | zaliczenie               | O |
| Grupa zajęć fakultatywnych        |                      |                    |                          | O |
| Zachowania organizacyjne          | 20                   | 3                  | egzamin                  | F |
| Zarządzanie międzynarodowe        | 20                   | 3                  | egzamin                  | F |
| Etykieta i autoprezentacja        | 10                   | 2                  | zaliczenie               | F |
| Ochrona konkurencji i konsumentów | 10                   | 2                  | zaliczenie na ocenę      | F |
| Komunikacja społeczna             | 15                   | 2                  | egzamin                  | F |

*O - obowiązkowy*  
*F - fakultatywny*

# Sylabusy

Koncepcje zarządzania  
Karta opisu przedmiotu

**Informacje podstawowe**

|   |   |
|---|---|
| <p><b>Kierunek studiów</b><br/>marketing i logistyka</p> <p><b>Ścieżka</b><br/>-</p> <p><b>Jednostka organizacyjna</b><br/>Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej</p> <p><b>Poziom kształcenia</b><br/>drugiego stopnia</p> <p><b>Forma studiów</b><br/>studia niestacjonarne</p> <p><b>Profil studiów</b><br/>ogólnoakademicki</p> <p><b>Obligatoryjność</b><br/>obowiązkowy</p> | <p><b>Cykl kształcenia</b><br/>2023/24</p> <p><b>Kod przedmiotu</b><br/>UJ.WZMILN.210.5cc0345c017f1.23</p> <p><b>Języki wykładowe</b><br/>Polski</p> <p><b>Dyscypliny</b><br/>Nauki o zarządzaniu i jakości</p> <p><b>Klasyfikacja ISCED</b><br/>0413 Zarządzanie i administracja</p> |
|---|---|

|                                   |   |   |
|-----------------------------------|---|---|
| <p><b>Okres</b><br/>Semestr 1</p> | <p><b>Forma weryfikacji uzyskanych efektów uczenia się</b><br/>egzamin</p> <p><b>Sposób realizacji i godziny zajęć</b><br/>wykład: 30</p> | <p><b>Liczba punktów ECTS</b><br/>4.0</p> |
|-----------------------------------|---|---|

**Cele kształcenia dla przedmiotu**

|    |  |
|----|--|
| C1 | Student potrafi przedstawić różnorodne klasyczne i współczesne koncepcje zarządzania, posiada umiejętność zastosowania ich w praktyce. |
|----|--|

**Efekty uczenia się dla przedmiotu**

| Kod                                    | Efekty w zakresie   | Kierunkowe efekty uczenia się | Metody weryfikacji |
|--|---|-------------------------------|--------------------|
| <b>Wiedzy - Student zna i rozumie:</b> |   |                               |                    |
| W1                                     | znajomość podstawowych koncepcji w dziedzinie nauk o zarządzaniu, zarówno historycznych jak i współczesnych | MIL_K2_W01                    | egzamin pisemny    |

|   |   |                        |                 |
|---|---|------------------------|-----------------|
| W2  | znajomość wykorzystania w praktyce koncepcji zarządzania przez przedsiębiorstwa i organizacje publiczne | MIL_K2_W01             | egzamin pisemny |
| <b>Umiejętności - Student potrafi:</b>                  |   |                        |                 |
| U1  | umiejętność podstawowej diagnozy organizacji  | MIL_K2_U02, MIL_K2_U03 | egzamin pisemny |
| U2  | umiejętność wdrażania nowych rozwiązań w praktykę organizacji   | MIL_K2_U01, MIL_K2_U02 | egzamin pisemny |
| <b>Kompetencji społecznych - Student jest gotów do:</b> |   |                        |                 |
| K1  | diagnozy rozwiązań zarządczych w praktyce gospodarczej i społecznej                                     | MIL_K2_K01             | egzamin pisemny |
| K2  | wykorzystania w praktyce nabytej wiedzy i umiejętności  | MIL_K2_K01             | egzamin pisemny |

### Bilans punktów ECTS

| Forma aktywności studenta                                   | Średnia liczba godzin* przeznaczonych na zrealizowane rodzaje zajęć |                    |
|---|---|--------------------|
| wykład  | 30  |                    |
| konsultacje   | 30  |                    |
| uczestnictwo w egzaminie                                    | 2   |                    |
| przygotowanie do egzaminu                                   | 25  |                    |
| studiowanie literatury wskazanej przez prowadzącego zajęcia | 25  |                    |
| <b>Łączny nakład pracy studenta</b>                         | <b>Liczba godzin</b><br>112   | <b>ECTS</b><br>4.0 |
| <b>Liczba godzin kontaktowych</b>                           | <b>Liczba godzin</b><br>30  | <b>ECTS</b><br>1.0 |

\* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

### Treści programowe

| Lp. | Treści programowe   | Efekty uczenia się dla przedmiotu |
|-----|---|-----------------------------------|
| 1.  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• PREKURSORY KONCEPCJI ZARZĄDZANIA</li> <li>• SZKOŁA KLASYCZNA ZARZĄDZANIA</li> <li>• SZKOŁA BEHAWIORALNA ZARZĄDZANIA</li> <li>• SZKOŁA ILOŚCIOWA ZARZĄDZANIA</li> <li>• WSPÓŁCZESNA SZKOŁA ZARZĄDZANIA P. DRUCKERA</li> </ul> | W1, W2, U1, U2, K1, K2            |
| 2.  | LEAN MANAGEMENT   | W1, W2, U1, U2, K1, K2            |
| 3.  | OUTSOURCING   | W1, W2, U1, U2, K1, K2            |
| 4.  | BENCHMARKING  | W1, W2, U1, U2, K1, K2            |
| 5.  | ZARZĄDZANIE PRZEZ INNOWACJE   | W1, W2, U1, U2, K1, K2            |

|     |  |                        |
|-----|--|------------------------|
| 6.  | TIME BASE MANAGEMENT                         | W1, W2, U1, U2, K1, K2 |
| 7.  | CUSTOMER MANAGEMENT                          | W1, W2, U1, U2, K1, K2 |
| 8.  | CSR  | W1, W2, U1, U2, K1, K2 |
| 9.  | ZARZĄDZANIE RÓŻNORODNOŚCIĄ                   | W1, W2, U1, U2, K1, K2 |
| 10. | ZARZĄDZANIE TALENTAMI                        | W1, W2, U1, U2, K1, K2 |
| 11. | STRUKTURY ORGANIZACYJNE W ZARZĄDZANIU        | W1, W2, U1, U2, K1, K2 |
| 12. | ORGANIZACJA SIECIOWA I ORGANIZACJA WIRTUALNA | W1, W2, U1, U2, K1, K2 |
| 13. | ORGANIZACJA UCZĄCA SIĘ                       | W1, W2, U1, U2, K1, K2 |
| 14. | ORGANIZACJA TURKUSOWA                        | W1, W2, U1, U2, K1, K2 |
| 15. | FUZJE I PRZEJĘCIA                            | W1, W2, U1, U2, K1, K2 |

## Informacje rozszerzone

### Metody nauczania:

wykład z prezentacją multimedialną, wykład konwersatoryjny

| Rodzaj zajęć | Formy zaliczenia | Warunki zaliczenia przedmiotu  |
|--------------|------------------|--|
| wykład       | egzamin pisemny  | egzamin jest zaliczany pozytywnie po uzyskaniu 51% możliwych punktów |

## Wymagania wstępne i dodatkowe

Wiedza z: • teorii zarządzania • podstaw zarządzania • przedmiotów zarządczych w ramach studiów licencjackich

Statystyka matematyczna  
Karta opisu przedmiotu

**Informacje podstawowe**

|   |   |
|---|---|
| <p><b>Kierunek studiów</b><br/>marketing i logistyka</p> <p><b>Ścieżka</b><br/>-</p> <p><b>Jednostka organizacyjna</b><br/>Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej</p> <p><b>Poziom kształcenia</b><br/>drugiego stopnia</p> <p><b>Forma studiów</b><br/>studia niestacjonarne</p> <p><b>Profil studiów</b><br/>ogólnoakademicki</p> <p><b>Obligatoryjność</b><br/>obowiązkowy</p> | <p><b>Cykl kształcenia</b><br/>2023/24</p> <p><b>Kod przedmiotu</b><br/>UJ.WZMILN.210.5cc0345308485.23</p> <p><b>Języki wykładowe</b><br/>Polski</p> <p><b>Dyscypliny</b><br/>Matematyka</p> <p><b>Klasyfikacja ISCED</b><br/>0542 Statystyka</p> |
|---|---|

|                                   |   |   |
|-----------------------------------|---|---|
| <p><b>Okres</b><br/>Semestr 1</p> | <p><b>Forma weryfikacji uzyskanych efektów uczenia się</b><br/>egzamin</p> <p><b>Sposób realizacji i godziny zajęć</b><br/>wykład: 10<br/>ćwiczenia: 10</p> | <p><b>Liczba punktów ECTS</b><br/>4.0</p> |
|-----------------------------------|---|---|

**Efekty uczenia się dla przedmiotu**

| Kod                                    | Efekty w zakresie   | Kierunkowe efekty uczenia się            | Metody weryfikacji                             |
|--|---|--|--|
| <b>Wiedzy - Student zna i rozumie:</b> |   |  |  |
| W1                                     | wybrane metody i narzędzia statystycznej analizy danych.  | MIL_K2_W07,<br>MIL_K2_W09,<br>MIL_K2_W10 | zaliczenie pisemne,<br>egzamin pisemny / ustny |
| <b>Umiejętności - Student potrafi:</b> |   |  |  |
| U1                                     | student wykazuje umiejętność interpretacji współzależności zjawisk społeczno-ekonomicznych na podstawie zastosowania metod i narzędzi statystycznej analizy danych. | MIL_K2_U02, MIL_K2_U03                   | zaliczenie pisemne,<br>egzamin pisemny / ustny |



| <b>Kompetencji społecznych - Student jest gotów do:</b> |  |                                    |   |
|---|--|------------------------------------|---|
| K1  | student w podstawowym zakresie potrafi dobrać metody analizy statystycznej do badania problemów społeczno-ekonomicznych i dokonać interpretacji wykrytych prawidłowości. | MIL_K2_K01, MIL_K2_K05, MIL_K2_K06 | zaliczenie pisemne, egzamin pisemny / ustny |

### Bilans punktów ECTS

| Forma aktywności studenta           | Średnia liczba godzin* przeznaczonych na zrealizowane rodzaje zajęć |                    |
|-------------------------------------|---|--------------------|
| wykład                              | 10  |                    |
| ćwiczenia                           | 10  |                    |
| uczestnictwo w egzaminie            | 4   |                    |
| wykonanie ćwiczeń                   | 20  |                    |
| przygotowanie do ćwiczeń            | 30  |                    |
| przygotowanie do egzaminu           | 35  |                    |
| <b>Łączny nakład pracy studenta</b> | <b>Liczba godzin</b><br>109   | <b>ECTS</b><br>4.0 |
| <b>Liczba godzin kontaktowych</b>   | <b>Liczba godzin</b><br>20  | <b>ECTS</b><br>0.8 |

\* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

### Treści programowe

| Lp. | Treści programowe   | Efekty uczenia się dla przedmiotu |
|-----|---|-----------------------------------|
| 1.  | Pojęcie zmiennej losowej, klasyfikacje. Parametry opisowe jednowymiarowej zbiorowości statystycznej (miary położenia i miary zmienności).   | W1, U1, K1                        |
| 2.  | Zmienne losowe skokowe i ciągłe oraz ich rozkłady.  | W1, U1, K1                        |
| 3.  | Estymacja przedziałowa podstawowych parametrów statystycznych.  | W1, U1, K1                        |
| 4.  | Zasady weryfikacji hipotez statystycznych: parametryczne testy statystyczne (dla wartości dwóch lub więcej średnich, dla współczynnika korelacji oraz dla współczynników regresji). | W1, U1, K1                        |
| 5.  | Zasady weryfikacji hipotez statystycznych: nieparametryczne testy statystyczne (test niezależności chi-kwadrat).  | W1, U1, K1                        |

### Informacje rozszerzone

#### Metody nauczania:

konsultacje, ćwiczenia przedmiotowe, metody e-learningowe, rozwiązywanie zadań, wykład z prezentacją multimedialną

| <b>Rodzaj zajęć</b> | <b>Formy zaliczenia</b> | <b>Warunki zaliczenia przedmiotu</b> |
|---------------------|-------------------------|--------------------------------------|
| wykład              | egzamin pisemny / ustny | pozytywne zaliczenie egzaminu        |
| ćwiczenia           | zaliczenie pisemne      | pozytywne zaliczenie ćwiczeń         |

## Zarządzanie strategiczne II

### Karta opisu przedmiotu

#### Informacje podstawowe

|   |   |
|---|---|
| <p><b>Kierunek studiów</b><br/>marketing i logistyka</p> <p><b>Ścieżka</b><br/>-</p> <p><b>Jednostka organizacyjna</b><br/>Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej</p> <p><b>Poziom kształcenia</b><br/>drugiego stopnia</p> <p><b>Forma studiów</b><br/>studia niestacjonarne</p> <p><b>Profil studiów</b><br/>ogólnoakademicki</p> <p><b>Obligatoryjność</b><br/>obowiązkowy</p> | <p><b>Cykl kształcenia</b><br/>2023/24</p> <p><b>Kod przedmiotu</b><br/>UJ.WZMILN.210.5cc0345c1e679.23</p> <p><b>Języki wykładowe</b><br/>Polski</p> <p><b>Dyscypliny</b><br/>Nauki o zarządzaniu i jakości</p> <p><b>Klasyfikacja ISCED</b><br/>0413 Zarządzanie i administracja</p> |
|---|---|

|                                   |   |   |
|-----------------------------------|---|---|
| <p><b>Okres</b><br/>Semestr 1</p> | <p><b>Forma weryfikacji uzyskanych efektów uczenia się</b><br/>egzamin</p> <p><b>Sposób realizacji i godziny zajęć</b><br/>wykład: 10<br/>ćwiczenia: 10</p> | <p><b>Liczba punktów ECTS</b><br/>4.0</p> |
|-----------------------------------|---|---|

#### Cele kształcenia dla przedmiotu

|    |  |
|----|--|
| C1 | Podstawowe definicje i rodzaje strategii.    |
| C2 | Wybrane modele zarządzania strategicznego.   |
| C3 | Zagadnienia dotyczące analizy strategicznej. |

#### Efekty uczenia się dla przedmiotu

| Kod                                    | Efekty w zakresie | Kierunkowe efekty uczenia się | Metody weryfikacji |
|--|-------------------|-------------------------------|--------------------|
| <b>Wiedzy - Student zna i rozumie:</b> |                   |                               |                    |

|   |   |            |                                       |
|---|---|------------|---------------------------------------|
| W1  | Student ma możliwość pogłębienia wiedzy w zakresie modeli zarządzania strategicznego oraz posługiwania się poprawną terminologią stosowaną w naukach o zarządzaniu na rozszerzonym poziomie.  | MIL_K2_W01 | egzamin pisemny                       |
| W2  | Student uzyskuje możliwość pogłębienia wiedzy z zakresu metodologii przeprowadzania analiz strategicznych w tym doboru odpowiednich metod i technik badawczych w tym zakresie.  | MIL_K2_W09 | egzamin pisemny, projekt, prezentacja |
| <b>Umiejętności - Student potrafi:</b>                  |   |            |                                       |
| U1  | Student ma możliwość pogłębienia umiejętności w zakresie dokonywania diagnozy sytuacji oraz poprawnej oceny możliwych wariantów strategicznych przedsiębiorstwa.  | MIL_K2_U07 | egzamin pisemny, projekt, prezentacja |
| U2  | Student uzyskuje możliwość pogłębienia umiejętności w zakresie obserwacji wybranych zjawisk i procesów w organizacji oraz ich analizy i interpretacji przy zastosowaniu niektórych zaawansowanych ujęć modelowych zarządzania strategicznego. | MIL_K2_U03 | egzamin pisemny, projekt, prezentacja |
| <b>Kompetencje społecznych - Student jest gotów do:</b> |   |            |                                       |
| K1  | Student ma możliwość pogłębienia kompetencji w zakresie zdolności do porozumiewania się z ludźmi w środowisku organizacji w kontekście strategicznym.   | MIL_K2_K02 | egzamin pisemny, projekt, prezentacja |
| K2  | Student uzyskuje możliwość pogłębienia kompetencji w zakresie samodzielnego oraz zespołowego projektowania różnych strategii z wykorzystaniem różnorodnych źródeł informacji.   | MIL_K2_K06 | egzamin pisemny                       |

### Bilans punktów ECTS

| Forma aktywności studenta                                   | Średnia liczba godzin* przeznaczonych na zrealizowane rodzaje zajęć |                    |
|---|---|--------------------|
| wykład  | 10  |                    |
| ćwiczenia   | 10  |                    |
| przygotowanie projektu                                      | 25  |                    |
| wykonanie ćwiczeń   | 10  |                    |
| studiowanie literatury wskazanej przez prowadzącego zajęcia | 30  |                    |
| przygotowanie do egzaminu                                   | 20  |                    |
| uczestnictwo w egzaminie                                    | 2   |                    |
| konsultacje   | 13  |                    |
| <b>Łączny nakład pracy studenta</b>                         | <b>Liczba godzin</b><br>120   | <b>ECTS</b><br>4.0 |

|                                   |                            |                    |
|-----------------------------------|----------------------------|--------------------|
| <b>Liczba godzin kontaktowych</b> | <b>Liczba godzin</b><br>20 | <b>ECTS</b><br>0.8 |
|-----------------------------------|----------------------------|--------------------|

\* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

## Treści programowe

| Lp. | Treści programowe  | Efekty uczenia się dla przedmiotu |
|-----|--|-----------------------------------|
| 1.  | Cele i zakres tematyczny modułu oraz szczegółowe omówienie warunków jego zaliczenia. | W1                                |
| 2.  | Rozwój teorii organizacji i zarządzania.   | W1                                |
| 3.  | Definicje i rodzaje strategii.   | W2                                |
| 4.  | Wybrane modele zarządzania strategicznego.   | W1                                |
| 5.  | Analiza strategiczna.  | U1, U2                            |
| 6.  | Wybrane techniki analizy strategicznej.  | K1, K2                            |

## Informacje rozszerzone

### Metody nauczania:

praca grupowa, konsultacje, ćwiczenia przedmiotowe, analiza przypadków, dyskusja, wykład z prezentacją multimedialną, wykład konwencjonalny, metoda projektów

| Rodzaj zajęć | Formy zaliczenia     | Warunki zaliczenia przedmiotu   |
|--------------|----------------------|---|
| wykład       | egzamin pisemny      | Zaliczenie modułu obejmuje: zaliczenie ćwiczeń oraz egzamin końcowy. Warunkiem przystąpienia do egzaminu końcowego modułu jest zaliczenie ćwiczeń. Szczegółowe warunki zaliczenia modułu są omówione na pierwszych zajęciach.   |
| ćwiczenia    | projekt, prezentacja | Zaliczenie ćwiczeń - obowiązkowa obecność na zajęciach, wykonanie i prezentacja na wyznaczonych zajęciach wyników grupowych prac projektowych. Warunkiem dopuszczenia do pisemnego kolokwium zaliczeniowego ćwiczeń jest wykonanie i prezentacja wyników grupowych prac projektowych. |

## Wymagania wstępne i dodatkowe

Studenci powinni posiadać znajomość podstawowych zagadnień w zakresie: • teorii organizacji i zarządzania, • definicji, koncepcji strategii, • umiejętności podejmowania decyzji, • cyklu życia produktu, • teorii innowacji, • zarządzania procesami oraz finansami w przedsiębiorstwie, • zagadnień związanych ze zmiennością otoczenia społeczno - gospodarczego, zmian technologicznych, • zastosowania ICT w działalności biznesowej, • zagadnień związanych z ryzykiem biznesowym, • przeprowadzania analiz z zastosowaniem statystyki opisowej.

Marketing międzynarodowy  
Karta opisu przedmiotu

**Informacje podstawowe**

|   |   |
|---|---|
| <p><b>Kierunek studiów</b><br/>marketing i logistyka</p> <p><b>Ścieżka</b><br/>-</p> <p><b>Jednostka organizacyjna</b><br/>Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej</p> <p><b>Poziom kształcenia</b><br/>drugiego stopnia</p> <p><b>Forma studiów</b><br/>studia niestacjonarne</p> <p><b>Profil studiów</b><br/>ogólnoakademicki</p> <p><b>Obligatoryjność</b><br/>obowiązkowy</p> | <p><b>Cykl kształcenia</b><br/>2023/24</p> <p><b>Kod przedmiotu</b><br/>UJ.WZMILN.210.5cab068426e84.23</p> <p><b>Języki wykładowe</b><br/>Polski</p> <p><b>Dyscypliny</b><br/>Nauki o zarządzaniu i jakości</p> <p><b>Klasyfikacja ISCED</b><br/>0414 Marketing i reklama</p> |
|---|---|

|                                   |   |   |
|-----------------------------------|---|---|
| <p><b>Okres</b><br/>Semestr 1</p> | <p><b>Forma weryfikacji uzyskanych efektów uczenia się</b><br/>egzamin</p> <p><b>Sposób realizacji i godziny zajęć</b><br/>konwersatorium: 30</p> | <p><b>Liczba punktów ECTS</b><br/>4.0</p> |
|-----------------------------------|---|---|

**Cele kształcenia dla przedmiotu**

|    |  |
|----|--|
| C1 | Celem przedmiotu jest zapoznanie słuchaczy z problemami i uwarunkowaniami marketingu międzynarodowego na tle procesów internacjonalizacji przedsiębiorstw. |
| C2 | Student powinien zrozumieć oraz stosować koncepcję instrumentów marketingu międzynarodowego.   |

**Efekty uczenia się dla przedmiotu**

| Kod                                    | Efekty w zakresie | Kierunkowe efekty uczenia się | Metody weryfikacji |
|--|-------------------|-------------------------------|--------------------|
| <b>Wiedzy - Student zna i rozumie:</b> |                   |                               |                    |

|   |  |            |                              |
|---|--|------------|------------------------------|
| W1  | absolwent zna i rozumie znaczenie fundamentalnych koncepcji marketingu międzynarodowego, posługując się terminologią właściwą dla nauk społecznych na rozszerzonym poziomie, jak również zna ich ewolucję w czasie.  | MIL_K2_W01 | egzamin pisemny, prezentacja |
| W2  | absolwent zna i rozumie skutki ekonomiczne, społeczne, środowiskowe i zarządcze zjawisk kulturowych determinujące marketing międzynarodowy w kontekście nauk społecznych ze szczególnym uwzględnieniem dyscypliny zarządzania i jakości.                                       | MIL_K2_W02 | egzamin pisemny, prezentacja |
| <b>Umiejętności - Student potrafi:</b>                  |  |            |                              |
| U1  | absolwent potrafi uczestniczyć w procesach podejmowania decyzji strategicznych oraz proponować niektóre procedury rozstrzygnięć z wykorzystaniem wybranych zaawansowanych metod i narzędzi wspomagających procesy podejmowania decyzji w zakresie marketingu międzynarodowego. | MIL_K2_U06 | egzamin pisemny, prezentacja |
| U2  | absolwent potrafi posługiwać się wybranymi normami i standardami w procesach planowania, organizowania, motywowania i kontroli (pracy, jakości itp.) w odniesieniu do koncepcji marketingowych na rynku międzynarodowym.   | MIL_K2_U08 | egzamin pisemny, prezentacja |
| <b>Kompetencji społecznych - Student jest gotów do:</b> |  |            |                              |
| K1  | absolwent jest gotów do realnej oceny trudności podejmowanego zadania z zakresu działań marketingowych na rynku międzynarodowym i określania potrzeb związanych z jego wykonaniem, łącznie z koniecznością wykorzystania ekspertów zewnętrznych.                               | MIL_K2_K02 | egzamin pisemny, prezentacja |
| K2  | absolwent jest gotów do samodzielnego oraz zespołowego projektowania i prowadzenia badań naukowych z zakresu marketingu międzynarodowego z wykorzystaniem różnorodnych źródeł informacji.  | MIL_K2_K05 | egzamin pisemny, prezentacja |
| K3  | absolwent jest gotów do tworzenia i uczestnictwa w pracy zespołów interdyscyplinarnych (w tym tworzenia odpowiedniego poziomu komunikacji) w organizacji, jak i poza nią.  | MIL_K2_K06 | egzamin pisemny, prezentacja |
| K4  | absolwent jest gotów do krytycznej oceny stanu swojej wiedzy i umiejętności podejmowania decyzji w zakresie marketingu międzynarodowego.   | MIL_K2_K07 | egzamin pisemny, prezentacja |

### Bilans punktów ECTS

| Forma aktywności studenta                | Średnia liczba godzin* przeznaczonych na zrealizowane rodzaje zajęć |
|--|---|
| konwersatorium                           | 30  |
| przygotowanie projektu                   | 10  |
| przygotowanie prezentacji multimedialnej | 6   |

|                                       |                             |                    |
|---------------------------------------|-----------------------------|--------------------|
| zbieranie informacji do zadanej pracy | 10                          |                    |
| przeprowadzenie badań literaturowych  | 10                          |                    |
| przeprowadzenie badań empirycznych    | 20                          |                    |
| uczestnictwo w egzaminie              | 1                           |                    |
| przygotowanie do egzaminu             | 20                          |                    |
| <b>Łączny nakład pracy studenta</b>   | <b>Liczba godzin</b><br>107 | <b>ECTS</b><br>4.0 |
| <b>Liczba godzin kontaktowych</b>     | <b>Liczba godzin</b><br>30  | <b>ECTS</b><br>1.0 |

\* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

### Treści programowe

| Lp. | Treści programowe  | Efekty uczenia się dla przedmiotu |
|-----|--|-----------------------------------|
| 1.  | Marketing międzynarodowy w powiązaniu z internacjonalizacją przedsiębiorstwa.  | W1, W2                            |
| 2.  | Pojęcie marketingu międzynarodowego i globalnego.  | W1, W2                            |
| 3.  | Standaryzacja i adaptacja na rynku międzynarodowym.  | W1, W2                            |
| 4.  | Międzynarodowe otoczenie przedsiębiorstw i jego elementy: ekonomiczno-rynkowe, demograficzne, społeczno-kulturowe, polityczne, prawno-administracyjne, naturalne.                | W2, U1, U2, K2, K3                |
| 5.  | Strategie wejścia przedsiębiorstw na rynki międzynarodowe.   | W1, W2, K1, K4                    |
| 6.  | Elementy marketingu-mix na rynkach międzynarodowych - produkt, kanały dystrybucji, promocja i cena w marketingu międzynarodowym.   | W1, U1, U2, K1, K3                |
| 7.  | Efekt kraju pochodzenia jako czynnik determinujący podejmowane działania marketingowe.   | W1, U1, U2, K4                    |
| 8.  | Międzynarodowe i globalne strategie konkurowania - wykorzystywane narzędzia marketingowe.  | W1, W2, U1, U2, K2, K3            |
| 9.  | Organizacja marketingu międzynarodowego w przedsiębiorstwach, uwarunkowania rozwiązań organizacyjnych, struktury organizacyjne marketingu międzynarodowego w przedsiębiorstwach. | U1, U2, K1, K2, K3, K4            |

### Informacje rozszerzone

#### Metody nauczania:

analiza przypadków, dyskusja, wykład z prezentacją multimedialną, wykład konwersatoryjny, wykład konwencjonalny, metoda sytuacyjna, metoda projektów, analiza tekstów

| Rodzaj zajęć   | Formy zaliczenia             | Warunki zaliczenia przedmiotu         |
|----------------|------------------------------|---------------------------------------|
| konwersatorium | egzamin pisemny, prezentacja | Uzyskanie pozytywnej oceny z egzaminu |



## **Wymagania wstępne i dodatkowe**

Wiedza z: • podstaw marketingu • internacjonalizacji przedsiębiorstw

Rachunkowość zarządcza  
Karta opisu przedmiotu

**Informacje podstawowe**

|   |   |
|---|---|
| <p><b>Kierunek studiów</b><br/>marketing i logistyka</p> <p><b>Ścieżka</b><br/>-</p> <p><b>Jednostka organizacyjna</b><br/>Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej</p> <p><b>Poziom kształcenia</b><br/>drugiego stopnia</p> <p><b>Forma studiów</b><br/>studia niestacjonarne</p> <p><b>Profil studiów</b><br/>ogólnoakademicki</p> <p><b>Obligatoryjność</b><br/>obowiązkowy</p> | <p><b>Cykl kształcenia</b><br/>2023/24</p> <p><b>Kod przedmiotu</b><br/>UJ.WZMILN.210.5cc03457ef0a9.23</p> <p><b>Języki wykładowe</b><br/>Polski</p> <p><b>Dyscypliny</b><br/>Ekonomia i finanse</p> <p><b>Klasyfikacja ISCED</b><br/>0411 Rachunkowość i podatki</p> |
|---|---|

|                                   |   |   |
|-----------------------------------|---|---|
| <p><b>Okres</b><br/>Semestr 1</p> | <p><b>Forma weryfikacji uzyskanych efektów uczenia się</b><br/>egzamin</p> <p><b>Sposób realizacji i godziny zajęć</b><br/>wykład: 15<br/>ćwiczenia: 15</p> | <p><b>Liczba punktów ECTS</b><br/>4.0</p> |
|-----------------------------------|---|---|

**Cele kształcenia dla przedmiotu**

|    |  |
|----|--|
| C1 | Przekazanie wiedzy o metodach i narzędziach rachunkowości zarządczej oraz umiejętności wykorzystania ich do rozwiązywania problemów decyzyjnych w zarządzaniu organizacją. |
|----|--|

**Efekty uczenia się dla przedmiotu**

| Kod                                    | Efekty w zakresie | Kierunkowe efekty uczenia się | Metody weryfikacji |
|--|-------------------|-------------------------------|--------------------|
| <b>Wiedzy - Student zna i rozumie:</b> |                   |                               |                    |

|   |   |  |                                     |
|---|---|--|-------------------------------------|
| W1  | student posiada wiedzę na temat metod i narzędzi rachunkowości zarządczej, rozpatrywanych na tle przemian w otoczeniu gospodarczym przedsiębiorstwa.            | MIL_K2_W01                                     | egzamin pisemny, zaliczenie pisemne |
| W2  | student rozumie rolę i znaczenie rachunkowości zarządczej oraz zna obszary jej zastosowania w zarządzaniu organizacją.  | MIL_K2_W01                                     | egzamin pisemny, zaliczenie pisemne |
| <b>Umiejętności - Student potrafi:</b>                  |   |  |                                     |
| U1  | samodzielnie dokonać wyboru odpowiednich narzędzi rachunkowości zarządczej.   | MIL_K2_U02, MIL_K2_U03, MIL_K2_U06, MIL_K2_U08 | egzamin pisemny, zaliczenie pisemne |
| U2  | dokonać kalkulacji kosztu jednostkowego wyrobu gotowego, przeprowadzić analizę rentowności oraz dobrać odpowiedni dla danego przedsiębiorstwa rachunek kosztów. | MIL_K2_U02, MIL_K2_U03, MIL_K2_U06, MIL_K2_U08 | zaliczenie pisemne                  |
| U3  | student potrafi zastosować różne klasyfikacje kosztów do analizy kosztów i rentowności działalności gospodarczej.   | MIL_K2_U02, MIL_K2_U03, MIL_K2_U08             | zaliczenie pisemne                  |
| U4  | student myśleć i działać w zgodzie z koncepcją zarządzania kosztami.  | MIL_K2_U02, MIL_K2_U03, MIL_K2_U06, MIL_K2_U08 | zaliczenie pisemne                  |
| <b>Kompetencje społecznych - Student jest gotów do:</b> |   |  |                                     |
| K1  | ciągłego dokształcania się i rozwoju zawodowego, w szczególności jest świadomy konieczności aktualizacji wiedzy z zakresu rachunkowości zarządczej.             | MIL_K2_K05                                     | egzamin pisemny, zaliczenie pisemne |
| K2  | podejmowania decyzji, brania odpowiedzialności i rozwiązywania problemów z obszaru rachunkowości zarządczej.  | MIL_K2_K01, MIL_K2_K03, MIL_K2_K08             | egzamin pisemny, zaliczenie pisemne |

### Bilans punktów ECTS

| Forma aktywności studenta                                   | Średnia liczba godzin* przeznaczonych na zrealizowane rodzaje zajęć |                    |
|---|---|--------------------|
| wykład  | 15  |                    |
| ćwiczenia   | 15  |                    |
| przygotowanie do zajęć                                      | 10  |                    |
| przygotowanie do sprawdzianu                                | 20  |                    |
| przygotowanie do egzaminu                                   | 30  |                    |
| uczestnictwo w egzaminie                                    | 2   |                    |
| studiowanie literatury wskazanej przez prowadzącego zajęcia | 20  |                    |
| <b>Łączny nakład pracy studenta</b>                         | <b>Liczba godzin</b><br>112   | <b>ECTS</b><br>4.0 |

|                                   |                            |                    |
|-----------------------------------|----------------------------|--------------------|
| <b>Liczba godzin kontaktowych</b> | <b>Liczba godzin</b><br>30 | <b>ECTS</b><br>1.0 |
|-----------------------------------|----------------------------|--------------------|

\* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

## Treści programowe

| <b>Lp.</b> | <b>Treści programowe</b>   | <b>Efekty uczenia się dla przedmiotu</b> |
|------------|--|--|
| 1.         | Rachunkowość zarządcza jako źródło informacji dla decydentów w przedsiębiorstwie.<br>Różnice między rachunkowością menedżerską a finansową.<br>Miejsce rachunkowości zarządczej w systemie zarządzania firmą i systemie informacyjnym.<br>Typy problemów decyzyjnych wykorzystujących informacje z systemu rachunkowości zarządczej. | W2, K1                                   |
| 2.         | Rachunkowość kosztów.<br>Decyzyjne klasyfikacje kosztów (koszty stałe, zmienne, bezpośrednie, pośrednie, istotne, obojętne, zapadłe, niezapadłe).<br>Klasyfikacja kosztów w rachunkowości finansowej (koszty produktu i okresu, techniczny koszt wytworzenia, koszt własny).   | W1, W2, U3, K1, K2                       |
| 3.         | Rachunkowość kosztów:<br>rachunek kosztów pełnych  | W1, W2, U1, U2, K1, K2                   |
| 4.         | Rachunkowość kosztów:<br>rachunek kosztów zmiennych<br>analiza kontrybucji (rachunek marż pokrycia)  | W1, W2, U1, U2, K1, K2                   |
| 5.         | Rachunkowość kosztów:<br>rachunek kosztów działań (Activity Based Costing),<br>założenia Activity Based Management<br>rachunek kosztów docelowych (Target Costing)<br>założenia zarządzania kosztami (Cost Management)   | W1, W2, U1, U2, U4, K1, K2               |
| 6.         | Analiza progu rentowności:<br>analiza wrażliwości<br>marginesy bezpieczeństwa<br>dźwignia operacyjna   | W1, W2, U1, U2, U3, K1, K2               |

## Informacje rozszerzone

### Metody nauczania:

ćwiczenia przedmiotowe, metody e-learningowe, rozwiązywanie zadań, dyskusja, wykład z prezentacją multimedialną, wykład konwersatoryjny

| <b>Rodzaj zajęć</b> | <b>Formy zaliczenia</b> | <b>Warunki zaliczenia przedmiotu</b>  |
|---------------------|-------------------------|---|
| wykład              | egzamin pisemny         | uzyskanie pozytywnej oceny z egzaminu podejście do egzaminu możliwe po uzyskaniu zaliczenia z ćwiczeń |
| ćwiczenia           | zaliczenie pisemne      | uzyskanie pozytywnej oceny z zaliczenia   |



## Logistyka

### Karta opisu przedmiotu

#### Informacje podstawowe

|  |   |
|--|---|
| <b>Kierunek studiów</b><br>marketing i logistyka                               | <b>Cykl kształcenia</b><br>2023/24                            |
| <b>Ścieżka</b><br>-  | <b>Kod przedmiotu</b><br>UJ.WZMILN.210.5cc0345d1f14c.23       |
| <b>Jednostka organizacyjna</b><br>Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej | <b>Języki wykładowe</b><br>Polski                             |
| <b>Poziom kształcenia</b><br>drugiego stopnia                                  | <b>Dyscypliny</b><br>Nauki o zarządzaniu i jakości            |
| <b>Forma studiów</b><br>studia niestacjonarne                                  | <b>Klasyfikacja ISCED</b><br>0413 Zarządzanie i administracja |
| <b>Profil studiów</b><br>ogólnoakademicki                                      |   |
| <b>Obligatoryjność</b><br>obowiązkowy  |   |

|                           |  |                                   |
|---------------------------|--|-----------------------------------|
| <b>Okres</b><br>Semestr 1 | <b>Forma weryfikacji uzyskanych efektów uczenia się</b><br>egzamin | <b>Liczba punktów ECTS</b><br>4.0 |
|                           | <b>Sposób realizacji i godziny zajęć</b><br>konwersatorium: 20     |                                   |

#### Cele kształcenia dla przedmiotu

|    |  |
|----|--|
| C1 | Zapoznanie słuchaczy z istotą oraz rolą logistyki w zarządzaniu przedsiębiorstwem. |
| C2 | Nabywanie umiejętności korzystania z zasad organizacji procesów logistycznych.     |

#### Efekty uczenia się dla przedmiotu

| Kod                                    | Efekty w zakresie | Kierunkowe efekty uczenia się | Metody weryfikacji |
|--|-------------------|-------------------------------|--------------------|
| <b>Wiedzy - Student zna i rozumie:</b> |                   |                               |                    |

|   |   |                                       |                 |
|---|---|---------------------------------------|-----------------|
| W1  | absolwent zna i rozumie znaczenie fundamentalnych doktryn i koncepcji organizacji w odniesieniu do logistyki, posługując się terminologią nauk ekonomicznych i społecznych na rozszerzonym poziomie.  | MIL_K2_W01                            | egzamin pisemny |
| W2  | absolwent zna i rozumie posiada wiedzę na temat istoty i dynamiki głównych współczesnych systemów społecznych, środowiskowych, gospodarczych i politycznych oraz ich możliwych zależności ze szczególnym uwzględnieniem koncepcji logistycznych.                                | MIL_K2_W02                            | egzamin pisemny |
| W3  | absolwent zna i rozumie istotne skutki ekonomiczne, społeczne, środowiskowe i zarządcze zjawisk kulturowych w skali organizacji i instytucji (w kontekście wiodących ujęć teoretycznych właściwych dla zarządzania, ze szczególnym uwzględnieniem logistyki).                   | MIL_K2_W03                            | egzamin pisemny |
| W4  | absolwent zna i rozumie wiodące współczesne koncepcje oraz narzędzia kooperacji i konkurencji między systemami gospodarczymi i organizacjami, ze szczególnym uwzględnieniem koncepcji logistycznego łańcucha dostaw.  | MIL_K2_W04                            | egzamin pisemny |
| <b>Umiejętności - Student potrafi:</b>                  |   |                                       |                 |
| U1  | absolwent potrafi posiada umiejętność stosowania w pracy i nauce pogłębionej i wyspecjalizowanej wiedzy z obszaru logistyki.  | MIL_K2_U01                            | egzamin pisemny |
| U2  | absolwent potrafi potrafi stosować w pracy lub nauce pogłębioną i wyspecjalizowaną wiedzę z obszarów nauk pokrewnych zarządzaniu (w powiązaniu z logistyką).  | MIL_K2_U02                            | egzamin pisemny |
| U3  | absolwent potrafi potrafi uczestniczyć w procesach podejmowania decyzji strategicznych z obszaru logistyki oraz proponować niektóre procedury rozstrzygnięć z wykorzystaniem wybranych, zaawansowanych metod i narzędzi wspomagających procesy podejmowania decyzji.            | MIL_K2_U05,<br>MIL_K2_U06, MIL_K2_U09 | egzamin pisemny |
| <b>Kompetencje społecznych - Student jest gotów do:</b> |   |                                       |                 |
| K1  | absolwent jest gotów do jest przygotowany do tworzenia i uczestniczenia w pracy zespołów interdyscyplinarnych w środowisku organizacji i poza nim oraz rozumie znaczenie aspektów ekonomicznych, społecznych, politycznych, środowiskowych i zarządczych podejmowanych działań. | MIL_K2_K01                            | egzamin pisemny |
| K2  | absolwent jest gotów do posiada zdolności porozumiewania się z ludźmi w środowisku organizacji i poza nim oraz przekazywania swojej wiedzy osobom nie będącym specjalistami w zakresie logistyki.   | MIL_K2_K02                            | egzamin pisemny |

### Bilans punktów ECTS

| Forma aktywności studenta | Średnia liczba godzin* przeznaczonych na zrealizowane rodzaje zajęć |
|---------------------------|---|
| konwersatorium            | 20  |

|   |                             |                    |
|---|-----------------------------|--------------------|
| przygotowanie do egzaminu                                   | 20                          |                    |
| przygotowanie do zajęć                                      | 10                          |                    |
| rozwiązywanie zadań problemowych                            | 15                          |                    |
| konsultacje   | 5                           |                    |
| samodzielna nauka dotycząca treści poruszanych na zajęciach | 20                          |                    |
| studiowanie literatury wskazanej przez prowadzącego zajęcia | 15                          |                    |
| <b>Łączny nakład pracy studenta</b>                         | <b>Liczba godzin</b><br>105 | <b>ECTS</b><br>4.0 |
| <b>Liczba godzin kontaktowych</b>                           | <b>Liczba godzin</b><br>20  | <b>ECTS</b><br>0.8 |

\* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

## Treści programowe

| Lp. | Treści programowe   | Efekty uczenia się dla przedmiotu |
|-----|---|-----------------------------------|
| 1.  | Pojęcie i rozwój logistyki                                  | W1, W2, W3, W4                    |
| 2.  | Procesy logistyczne w zarządzaniu przedsiębiorstwem         | W2, W4, U1, U3                    |
| 3.  | Infrastruktura procesów logistycznych                       | W1, U1, U2                        |
| 4.  | Zarządzanie logistycznym łańcuchem dostaw                   | W3, W4, U3, K1                    |
| 5.  | Logistyka procesów zaopatrzenia                             | W3, W4, U1, K1                    |
| 6.  | Logistyka procesów produkcji                                | W3, W4, U1, K1                    |
| 7.  | Logistyka procesów dystrybucji                              | W3, W4, U1, K1                    |
| 8.  | Strategie logistyczne                                       | W4, U1, U2, K2                    |
| 9.  | Koszty logistyki  | U1, U3, K1                        |
| 10. | Logistyka międzynarodowa - wybrane aspekty                  | W3, W4, U3, K1, K2                |
| 11. | Informatyczne wspomaganie procesów logistycznych            | U1, U3, K1, K2                    |
| 12. | Koncepcje i metody zarządzania logistycznego - case studies | U1, U2, U3, K1, K2                |

## Informacje rozszerzone

### Metody nauczania:

metody e-learningowe, burza mózgów, analiza przypadków, dyskusja, wykład z prezentacją multimedialną, wykład konwersatoryjny

| Rodzaj zajęć   | Formy zaliczenia | Warunki zaliczenia przedmiotu                                |
|----------------|------------------|--|
| konwersatorium | egzamin pisemny  | Uzyskanie pozytywnej oceny z egzaminu, obecność na zajęciach |

## **Wymagania wstępne i dodatkowe**

Podstawy zarządzania





## Marketing II

Karta opisu przedmiotu

### Informacje podstawowe

|  |   |
|--|---|
| <b>Kierunek studiów</b><br>marketing i logistyka                               | <b>Cykl kształcenia</b><br>2023/24                      |
| <b>Ścieżka</b><br>-  | <b>Kod przedmiotu</b><br>UJ.WZMILN.210.5cc2edf82f7f8.23 |
| <b>Jednostka organizacyjna</b><br>Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej | <b>Języki wykładowe</b><br>Polski                       |
| <b>Poziom kształcenia</b><br>drugiego stopnia                                  | <b>Dyscypliny</b><br>Nauki o zarządzaniu i jakości      |
| <b>Forma studiów</b><br>studia niestacjonarne                                  | <b>Klasyfikacja ISCED</b><br>0414 Marketing i reklama   |
| <b>Profil studiów</b><br>ogólnoakademicki                                      |   |
| <b>Obligatoryjność</b><br>obowiązkowy  |   |

|                           |  |                                   |
|---------------------------|--|-----------------------------------|
| <b>Okres</b><br>Semestr 1 | <b>Forma weryfikacji uzyskanych efektów uczenia się</b><br>egzamin | <b>Liczba punktów ECTS</b><br>4.0 |
|                           | <b>Sposób realizacji i godziny zajęć</b><br>wykład: 20             |                                   |

### Cele kształcenia dla przedmiotu

|    |   |
|----|---|
| C1 | Celem kursu jest zdobycie specjalistycznej wiedzy z zakresu marketingu i nowych trendów w różnych jego obszarach. |
|----|---|

### Efekty uczenia się dla przedmiotu

| Kod                                    | Efekty w zakresie   | Kierunkowe efekty uczenia się | Metody weryfikacji |
|--|---|-------------------------------|--------------------|
| <b>Wiedzy - Student zna i rozumie:</b> |   |                               |                    |
| W1                                     | na zaawansowanym poziomie zasady tworzenia mixu-marketingowego. | MIL_K2_W02                    | projekt            |

|   |  |            |         |
|---|--|------------|---------|
| W2  | na zaawansowanym poziomie tendencje w rozwoju marketingu.                                | MIL_K2_W02 | projekt |
| <b>Umiejętności - Student potrafi:</b>                  |  |            |         |
| U1  | wykorzystać zasady marketingu w planowaniu działań marketingowych w wybranych obszarach. | MIL_K2_U01 | projekt |
| U2  | wykorzystać nowe tendencje w marketingu w planowaniu działań marketingowych.             | MIL_K2_U01 | projekt |
| <b>Kompetencji społecznych - Student jest gotów do:</b> |  |            |         |
| K1  | zaplanowania działania w specyficznych obszarach marketingu                              | MIL_K2_K01 | projekt |
| K2  | pracy w zespole.   | MIL_K2_K01 | projekt |

### Bilans punktów ECTS

| Forma aktywności studenta                | Średnia liczba godzin* przeznaczonych na zrealizowane rodzaje zajęć |                    |
|--|---|--------------------|
| wykład                                   | 20  |                    |
| zbieranie informacji do zadanej pracy    | 30  |                    |
| przygotowanie projektu                   | 30  |                    |
| przygotowanie prezentacji multimedialnej | 20  |                    |
| <b>Łączny nakład pracy studenta</b>      | <b>Liczba godzin</b><br>100   | <b>ECTS</b><br>4.0 |
| <b>Liczba godzin kontaktowych</b>        | <b>Liczba godzin</b><br>20  | <b>ECTS</b><br>0.8 |

\* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

### Treści programowe

| Lp. | Treści programowe   | Efekty uczenia się dla przedmiotu |
|-----|---|-----------------------------------|
| 1.  | Wprowadzenie do marketingu<br>- Podstawowe założenia klasycznej koncepcji marketingu<br>- Uwarunkowania działania przedsiębiorstwa na rynku<br>- Tendencje i kierunki rozwoju marketingu<br>- Strategia segmentacji rynku | W1, W2                            |
| 2.  | Nowe metody i narzędzia promocji<br>- Etapy budowy kampanii promocyjnej<br>- Tradycyjne instrumenty promocji<br>- Przyszłość komunikacji marketingowej  | W1, W2, U1, U2                    |
| 3.  | Marketing społeczny - zasada światłego marketingu<br>- Rozwój orientacji marketingowych przedsiębiorstw<br>- Działania przedsiębiorstw na rzecz marketingu społecznego  | W1, W2, U1, U2, K1, K2            |

## Informacje rozszerzone

### Metody nauczania:

analiza przypadków, wykład konwersatoryjny, wykład konwencjonalny

| Rodzaj zajęć | Formy zaliczenia | Warunki zaliczenia przedmiotu                                 |
|--------------|------------------|---|
| wykład       | projekt          | Realizacja prac cząstkowych (zadań problemowych - case study) |



Metodyka badań naukowych  
Karta opisu przedmiotu

**Informacje podstawowe**

|  |   |
|--|---|
| <b>Kierunek studiów</b><br>marketing i logistyka                               | <b>Cykl kształcenia</b><br>2023/24                            |
| <b>Ścieżka</b><br>-  | <b>Kod przedmiotu</b><br>UJ.WZMILN.210.5cc034554abc1.23       |
| <b>Jednostka organizacyjna</b><br>Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej | <b>Języki wykładowe</b><br>Polski                             |
| <b>Poziom kształcenia</b><br>drugiego stopnia                                  | <b>Dyscypliny</b><br>Nauki o zarządzaniu i jakości            |
| <b>Forma studiów</b><br>studia niestacjonarne                                  | <b>Klasyfikacja ISCED</b><br>0413 Zarządzanie i administracja |
| <b>Profil studiów</b><br>ogólnoakademicki                                      |   |
| <b>Obligatoryjność</b><br>obowiązkowy  |   |

|                           |  |                                   |
|---------------------------|--|-----------------------------------|
| <b>Okres</b><br>Semestr 1 | <b>Forma weryfikacji uzyskanych efektów uczenia się</b><br>egzamin | <b>Liczba punktów ECTS</b><br>3.0 |
|                           | <b>Sposób realizacji i godziny zajęć</b><br>konwersatorium: 20     |                                   |

**Cele kształcenia dla przedmiotu**

|    |  |
|----|--|
| C1 | Wykształcenie umiejętności samodzielnego formułowania problemów badawczych, ich eksplikacji, operacjonalizacji, gromadzenia danych oraz ich opracowania. |
|----|--|

**Efekty uczenia się dla przedmiotu**

| Kod                                    | Efekty w zakresie   | Kierunkowe efekty uczenia się | Metody weryfikacji   |
|--|---|-------------------------------|--|
| <b>Wiedzy - Student zna i rozumie:</b> |   |                               |  |
| W1                                     | wskazać kryteria dobrze sformułowanego problemu empirycznego. | MIL_K2_W09                    | egzamin pisemny, przygotowanie koncepcji badań - praca grupowa |

|   |   |            |  |
|---|---|------------|--|
| W2  | student zna fazy procesu badawczego.  | MIL_K2_W09 | egzamin pisemny  |
| W3  | zna metody i techniki badań naukowych stosowanych w dziedzinie zarządzania.   | MIL_K2_W09 | egzamin pisemny  |
| <b>Umiejętności - Student potrafi:</b>                  |   |            |  |
| U1  | opracować koncepcję badań i umie wskazać mocne i słabe strony różnych metod badawczych w zakresie zarządzania.  | MIL_K2_U09 | egzamin pisemny, przygotowanie koncepcji badań - praca grupowa |
| U2  | umie skonstruować poprawne narzędzia badawcze.  | MIL_K2_U09 | egzamin pisemny  |
| <b>Kompetencji społecznych - Student jest gotów do:</b> |   |            |  |
| K1  | student współpracuje w grupie nad realizacją wspólnego projektu badawczego (przygotowaniem koncepcji badań) i potrafi zinterpretować oraz zakomunikować wyniki badań własnych | MIL_K2_K06 | przygotowanie koncepcji badań - praca grupowa                  |
| K2  | student umie korzystać z dorobku specjalistów reprezentujących inne dyscypliny społeczne (potrafi zadawać istotne pytania pod adresem socjologów, psychologów, statystyków)   | MIL_K2_K06 | egzamin pisemny  |

### Bilans punktów ECTS

| Forma aktywności studenta                                   | Średnia liczba godzin* przeznaczonych na zrealizowane rodzaje zajęć |                    |
|---|---|--------------------|
| konwersatorium  | 20  |                    |
| przygotowanie do egzaminu                                   | 30  |                    |
| studiowanie literatury wskazanej przez prowadzącego zajęcia | 20  |                    |
| przygotowanie projektu                                      | 2   |                    |
| konsultacje   | 2   |                    |
| przygotowanie prezentacji multimedialnej                    | 10  |                    |
| <b>Łączny nakład pracy studenta</b>                         | <b>Liczba godzin</b><br>84  | <b>ECTS</b><br>3.0 |
| <b>Liczba godzin kontaktowych</b>                           | <b>Liczba godzin</b><br>20  | <b>ECTS</b><br>0.8 |

\* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

### Treści programowe

| Lp. | Treści programowe | Efekty uczenia się dla przedmiotu |
|-----|-------------------|-----------------------------------|
|-----|-------------------|-----------------------------------|

|    |   |                    |
|----|---|--------------------|
| 1. | Wprowadzenie do metodyki badań naukowych<br>- Rodzaje badań naukowych<br>- Specyfika badań naukowych – rygor metodologiczny<br>- Etapy procesu badawczego<br>- Struktura tekstów naukowych  | W2, U2, K1, K2     |
| 2. | Formułowanie problemu badawczego<br>- Problem badawczy w badaniach naukowych i społecznych<br>- Konceptualizacja i operacjonalizacja problematyki badawczej<br>- Pojęcia, zmienne i wskaźniki<br>- Hipotezy badawcze  | W1, U1, K1, K2     |
| 3. | Metody i techniki wykorzystywane w badaniach naukowych i ich charakterystyka<br>- Klasyfikacje metod badawczych<br>- Ankieta i wywiad jako metody badań społecznych<br>- Eksperyment jako podejście badawcze<br>- Metody jakościowe (focus group, etnografia)<br>- Inne metody badawcze wykorzystywane w naukach o zarządzaniu  | W3, U1, U2, K1, K2 |
| 4. | Kwestionariusz jako instrument pomiarowy<br>- Kwestionariusz i zasady jego konstrukcji<br>- Rodzaje pytań kwestionariuszowych<br>Pomiar w badaniach społecznych<br>- Rodzaje pomiaru<br>- Skale wykorzystywane w badaniach<br>- Problem trafności i rzetelności   | W3, U2, K1, K2     |
| 5. | Dobór próby badawczej<br>- Zasady doboru próby<br>- Metody doboru próby   | W2, U1, K1, K2     |
| 6. | Opracowanie i analiza danych<br>- Weryfikacja materiału surowego<br>- Instrukcja kodowa i kategoryzacja pytań otwartych<br>- Analiza statystyczna danych (w tym z wykorzystaniem SPSS i Statistica)<br>- Prezentacja danych – analiza tabelaryczna<br>Zasady pisania raportu z badań<br>- Najczęstsze błędy popełniane w raportach z badań naukowych<br>- Zasady przedstawiania wyników badań naukowych | W2, W3, U1, K1, K2 |

## Informacje rozszerzone

### Metody nauczania:

rozwiązywanie zadań, analiza przypadków, wykład z prezentacją multimedialną, wykład konwersatoryjny

| Rodzaj zajęć   | Formy zaliczenia   | Warunki zaliczenia przedmiotu   |
|----------------|--|---|
| konwersatorium | egzamin pisemny, przygotowanie koncepcji badań - praca grupowa | Dwuczęściowy egzamin pisemny: - test egzaminacyjny (80% - oceny składowej) oraz - praca grupowa - opracowanie założeń badawczych (20% - oceny składowej) - uczestnictwo w zajęciach |

## Wymagania wstępne i dodatkowe

zaliczone zajęcia ze statystyki

## Makroekonomia II

### Karta opisu przedmiotu

#### Informacje podstawowe

|   |   |
|---|---|
| <p><b>Kierunek studiów</b><br/>marketing i logistyka</p> <p><b>Ścieżka</b><br/>-</p> <p><b>Jednostka organizacyjna</b><br/>Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej</p> <p><b>Poziom kształcenia</b><br/>drugiego stopnia</p> <p><b>Forma studiów</b><br/>studia niestacjonarne</p> <p><b>Profil studiów</b><br/>ogólnoakademicki</p> <p><b>Obligatoryjność</b><br/>obowiązkowy</p> | <p><b>Cykl kształcenia</b><br/>2023/24</p> <p><b>Kod przedmiotu</b><br/>UJ.WZMILN.220.5cc0345cabe72.23</p> <p><b>Języki wykładowe</b><br/>Polski</p> <p><b>Dyscypliny</b><br/>Ekonomia i finanse</p> <p><b>Klasyfikacja ISCED</b><br/>0311 Ekonomia</p> |
|---|---|

|                           |   |                                   |
|---------------------------|---|-----------------------------------|
| <b>Okres</b><br>Semestr 2 | <p><b>Forma weryfikacji uzyskanych efektów uczenia się</b><br/>egzamin</p> <p><b>Sposób realizacji i godziny zajęć</b><br/>wykład: 15<br/>ćwiczenia: 15</p> | <b>Liczba punktów ECTS</b><br>4.0 |
|---------------------------|---|-----------------------------------|

#### Cele kształcenia dla przedmiotu

|    |   |
|----|---|
| C1 | Wykorzystanie wiedzy z makroekonomii do analizy i interpretacji zjawisk i procesów gospodarczych w makroskali |
|----|---|

#### Efekty uczenia się dla przedmiotu

| Kod                                    | Efekty w zakresie  | Kierunkowe efekty uczenia się | Metody weryfikacji                      |
|--|--|-------------------------------|---|
| <b>Wiedzy - Student zna i rozumie:</b> |  |                               |   |
| W1                                     | wybrane modele makroekonomiczne (na poziomie średnim ogólnym) wyjaśniające wybrane relacje gospodarcze | MIL_K2_W02,<br>MIL_K2_W05     | egzamin pisemny,<br>zaliczenie na ocenę |

|   |  |                           |   |
|---|--|---------------------------|---|
| W2  | student ma średnio-ogólną wiedzę na temat głównych kategorii makroekonomicznych i zachodzących między nimi relacji                                   | MIL_K2_W06,<br>MIL_K2_W10 | egzamin pisemny,<br>zaliczenie na ocenę |
| W3  | powiązanie między teorią ekonomii i jej wykorzystaniem w projektowaniu celów i zadań polityk gospodarczych   | MIL_K2_W04,<br>MIL_K2_W05 | egzamin pisemny,<br>zaliczenie na ocenę |
| <b>Umiejętności - Student potrafi:</b>                  |  |                           |   |
| U1  | identyfikować, opisywać i interpretować przyczyny wybranych zjawisk i procesów gospodarczych   | MIL_K2_U04                | egzamin pisemny,<br>zaliczenie na ocenę |
| U2  | dokonywać obserwacji wybranych zjawisk i procesów gospodarczych i na tej podstawie formułować własne sądy i oceny występujących relacji              | MIL_K2_U03, MIL_K2_U07    | egzamin pisemny,<br>zaliczenie na ocenę |
| U3  | analizować złożone zjawiska i procesy ekonomiczne oraz wskazywać wybrane zależności przyczynowo-skutkowe między występującymi procesami              | MIL_K2_U02, MIL_K2_U06    | egzamin pisemny,<br>zaliczenie na ocenę |
| <b>Kompetencje społecznych - Student jest gotów do:</b> |  |                           |   |
| K1  | formułowania argumentów na rzecz podnoszenia świadomości o konieczności ciągłego rozwoju zawodowego oraz inspirowania potrzeby rozwoju u innych osób | MIL_K2_K01, MIL_K2_K05    | zaliczenie na ocenę                     |

### Bilans punktów ECTS

| Forma aktywności studenta           | Średnia liczba godzin* przeznaczonych na zrealizowane rodzaje zajęć |                    |
|-------------------------------------|---|--------------------|
| wykład                              | 15  |                    |
| ćwiczenia                           | 15  |                    |
| przygotowanie do zajęć              | 24  |                    |
| przygotowanie do ćwiczeń            | 24  |                    |
| Przygotowanie prac pisemnych        | 20  |                    |
| przygotowanie do egzaminu           | 20  |                    |
| uczestnictwo w egzaminie            | 2   |                    |
| <b>Łączny nakład pracy studenta</b> | <b>Liczba godzin</b><br>120   | <b>ECTS</b><br>4.0 |
| <b>Liczba godzin kontaktowych</b>   | <b>Liczba godzin</b><br>30  | <b>ECTS</b><br>1.0 |

\* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

### Treści programowe



| Lp. | Treści programowe   | Efekty uczenia się dla przedmiotu |
|-----|---|-----------------------------------|
| 1.  | (1) Rachunki makroekonomiczne. Przegląd wybranych zagadnień | U1, U3, K1                        |
| 2.  | (2) Rachunki makroekonomiczne. Wybrane problemy             | U1, U2, K1                        |
| 3.  | (3) Instytucja państwa vs. gospodarka                       | U3, K1                            |
| 4.  | (4) Polityka fiskalna. Przegląd wybranych zagadnień         | W1, W2, U2, U3, K1                |
| 5.  | (5) Polityka pieniężna. Przegląd wybranych zagadnień        | W1, W3, K1                        |
| 6.  | (6) Wybrane teorie i modele ekonomiczne                     | W3, U1, K1                        |

## Informacje rozszerzone

### Metody nauczania:

analiza tekstów, dyskusja, analiza przypadków, ćwiczenia przedmiotowe, wykład konwencjonalny

| Rodzaj zajęć | Formy zaliczenia    | Warunki zaliczenia przedmiotu  |
|--------------|---------------------|--|
| wykład       | egzamin pisemny     | Warunki przystąpienia do egzaminu: 1) wykonanie w ramach własnej pracy i załadowanie do karty „Zadania” (MS Teams) 5 zadań (w terminie: najpóźniej ostatnich zajęć); Uwaga: → jeden skonsolidowany, solidnie zredagowany dokument w formacie *.pdf o objętości min. 10 000 wyrazów, → Nazwisko_Imię_nr_albumu (nazwa pliku i to samo na pierwszej stronie opracowanego dokumentu), → przy każdym pojedynczym temacie / wątku pełny adres bibliograficzny wykorzystanych źródeł, 2) zreferowanie 1 zadania - tj. dyskusja z prowadzącym zajęcia. Ocena aktywności: 1 zadanie (MS Teams) = 0.5 pkt → 5x0.5=2.5 pkt + 0.5 pkt (aktywny udział w analizie podejmowanych zagadnień w trakcie zajęć). [Po spełnieniu tych warunków i uzyskanym zaliczeniu z ćwiczeń następuje dalsza weryfikacja efektów uczenia się w formie egzaminu]. Egzamin w formie zestawu 4 pytań otwartych. |
| ćwiczenia    | zaliczenie na ocenę | obecność obowiązkowa na ćwiczeniach, zadania cząstkowe ustalone z wykładowcą przy rozpoczęciu przedmiotu   |

## Wymagania wstępne i dodatkowe

Wiedza z zakresu podstaw makroekonomii oraz umiejętności z zakresu analizy procesów gospodarczych

## Etyka w zarządzaniu przedsiębiorstwem

### Karta opisu przedmiotu

#### Informacje podstawowe

|   |   |
|---|---|
| <p><b>Kierunek studiów</b><br/>marketing i logistyka</p> <p><b>Ścieżka</b><br/>-</p> <p><b>Jednostka organizacyjna</b><br/>Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej</p> <p><b>Poziom kształcenia</b><br/>drugiego stopnia</p> <p><b>Forma studiów</b><br/>studia niestacjonarne</p> <p><b>Profil studiów</b><br/>ogólnoakademicki</p> <p><b>Obligatoryjność</b><br/>obowiązkowy</p> | <p><b>Cykl kształcenia</b><br/>2023/24</p> <p><b>Kod przedmiotu</b><br/>UJ.WZMILN.220.620b6e841efcd.23</p> <p><b>Języki wykładowe</b><br/>Polski</p> <p><b>Dyscypliny</b><br/>Filozofia</p> <p><b>Klasyfikacja ISCED</b><br/>0223 Filozofia i etyka</p> |
|---|---|

|                                   |   |   |
|-----------------------------------|---|---|
| <p><b>Okres</b><br/>Semestr 2</p> | <p><b>Forma weryfikacji uzyskanych efektów uczenia się</b><br/>egzamin</p> <p><b>Sposób realizacji i godziny zajęć</b><br/>wykład: 20</p> | <p><b>Liczba punktów ECTS</b><br/>4.0</p> |
|-----------------------------------|---|---|

#### Cele kształcenia dla przedmiotu

|    |  |
|----|--|
| C1 | Cel: Zapoznanie studentów z kryteriami ocen moralnych i ich uzasadnieniem. |
|----|--|

#### Efekty uczenia się dla przedmiotu

| Kod                                    | Efekty w zakresie                           | Kierunkowe efekty uczenia się            | Metody weryfikacji                      |
|--|---|--|---|
| <b>Wiedzy - Student zna i rozumie:</b> |   |  |   |
| W1                                     | kluczowe pojęcia, metody i stanowiska etyki | MIL_K2_W01,<br>MIL_K2_W04,<br>MIL_K2_W06 | egzamin pisemny,<br>zaliczenie na ocenę |

|   |  |  |   |
|---|--|--|---|
| W2  | różnorodność kodów moralnych                                   | MIL_K2_W03,<br>MIL_K2_W04  | egzamin pisemny,<br>zaliczenie na ocenę |
| W3  | problemy etyki biznesu i zarządzania                           | MIL_K2_W01,<br>MIL_K2_W02,<br>MIL_K2_W04,<br>MIL_K2_W05,<br>MIL_K2_W06 | egzamin pisemny,<br>zaliczenie na ocenę |
| <b>Umiejętności - Student potrafi:</b>                  |  |  |   |
| U1  | posługiwać się pojęciami etyki w dyskusji i analizie dylematów | MIL_K2_U02,<br>MIL_K2_U03, MIL_K2_U06                                  | egzamin pisemny,<br>zaliczenie na ocenę |
| U2  | stosować kryteria moralne w ocenie i przy podejmowaniu decyzji | MIL_K2_U05,<br>MIL_K2_U06, MIL_K2_U07                                  | egzamin pisemny,<br>zaliczenie na ocenę |
| U3  | uzasadniać oceny moralne                                       | MIL_K2_U03,<br>MIL_K2_U04, MIL_K2_U05                                  | egzamin pisemny,<br>zaliczenie na ocenę |
| <b>Kompetencje społecznych - Student jest gotów do:</b> |  |  |   |
| K1  | działania zgodnego z przyjętą hierarchią wartości              | MIL_K2_K07, MIL_K2_K08   | zaliczenie na ocenę                     |
| K2  | działania mającego na celu ochronę dobra wspólnego             | MIL_K2_K01, MIL_K2_K03,<br>MIL_K2_K07                                  | zaliczenie na ocenę                     |
| K3  | zrozumienia poglądów z którymi się nie zgadza                  | MIL_K2_K01, MIL_K2_K02,<br>MIL_K2_K03, MIL_K2_K07                      | egzamin pisemny,<br>zaliczenie na ocenę |

### Bilans punktów ECTS

| <b>Forma aktywności studenta</b>   | <b>Średnia liczba godzin* przeznaczonych na zrealizowane rodzaje zajęć</b> |                    |
|--|--|--------------------|
| wykład   | 20   |                    |
| uczestnictwo w egzaminie   | 1  |                    |
| przygotowanie do egzaminu  | 25   |                    |
| przygotowanie do zajęć   | 15   |                    |
| studiowanie literatury wskazanej przez prowadzącego zajęcia                  | 15   |                    |
| samodzielna nauka dotycząca treści poruszanych na zajęciach                  | 15   |                    |
| konsultacje  | 5  |                    |
| rozwiązywanie testów i zadań zamieszczonych na platformie zdalnego nauczania | 10   |                    |
| Przygotowanie prac pisemnych   | 14   |                    |
| <b>Łączny nakład pracy studenta</b>  | <b>Liczba godzin</b><br>120  | <b>ECTS</b><br>4.0 |
| <b>Liczba godzin kontaktowych</b>  | <b>Liczba godzin</b><br>20   | <b>ECTS</b><br>0.8 |

\* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

## Treści programowe

| Lp. | Treści programowe   | Efekty uczenia się dla przedmiotu |
|-----|---|-----------------------------------|
| 1.  | Określenie pojęć: moralność, etyka, wartość, dobro, norma, ocena moralna, sankcje           | W1, U1, K2                        |
| 2.  | Teorie wartości moralnych   | W1, W2, U1, U2, U3, K1, K3        |
| 3.  | Etyka komunikacji i motywowania   | W2, W3, U2, K2                    |
| 4.  | Elementy etyki gospodarczej: patologie i dobre praktyki                                     | W3, U2, K2                        |
| 5.  | Etyka kultury organizacyjnej  | W3, U1, U2, K2                    |
| 6.  | Etyczne tło przykładowych doktryn gospodarczych i koncepcji organizacji (w tym państwowych) | W1, W2, W3, U1, K2, K3            |
| 7.  | Normatywne założenia planowania i kontrolowania   | U2, U3, K1, K2, K3                |

## Informacje rozszerzone

### Metody nauczania:

analiza przypadków, dyskusja, wykład z prezentacją multimedialną, wykład konwencjonalny

| Rodzaj zajęć | Formy zaliczenia                     | Warunki zaliczenia przedmiotu  |
|--------------|--------------------------------------|--|
| wykład       | egzamin pisemny, zaliczenie na ocenę | Warunki konieczne: Udział w zajęciach (dopuszczalna nieobecność - 20 proc. wykładu) i egzamin. Nieobecności można usprawiedliwić pracą pisemną na uzgodniony temat lub prezentacją problemu przed grupą w trakcie zajęć. Warunki niekonieczne i dostateczne: Możliwe jest też zaliczenie przez nieobowiązkowe aktywności i pozytywny wynik nieobowiązkowych sprawdzianów wiedzy w trakcie zajęć. |

## Wymagania wstępne i dodatkowe

Wymagany jest udział w zajęciach (dopuszczalna nieobecność - 20 proc. wykładu)

## Zarządzanie procesami

### Karta opisu przedmiotu

#### Informacje podstawowe

|   |   |
|---|---|
| <p><b>Kierunek studiów</b><br/>marketing i logistyka</p> <p><b>Ścieżka</b><br/>-</p> <p><b>Jednostka organizacyjna</b><br/>Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej</p> <p><b>Poziom kształcenia</b><br/>drugiego stopnia</p> <p><b>Forma studiów</b><br/>studia niestacjonarne</p> <p><b>Profil studiów</b><br/>ogólnoakademicki</p> <p><b>Obligatoryjność</b><br/>obowiązkowy</p> | <p><b>Cykl kształcenia</b><br/>2023/24</p> <p><b>Kod przedmiotu</b><br/>UJ.WZMILN.220.5cc0345ce2157.23</p> <p><b>Języki wykładowe</b><br/>Polski</p> <p><b>Dyscypliny</b><br/>Nauki o zarządzaniu i jakości</p> <p><b>Klasyfikacja ISCED</b><br/>0413 Zarządzanie i administracja</p> |
|---|---|

|                           |   |                                   |
|---------------------------|---|-----------------------------------|
| <b>Okres</b><br>Semestr 2 | <p><b>Forma weryfikacji uzyskanych efektów uczenia się</b><br/>egzamin</p> <p><b>Sposób realizacji i godziny zajęć</b><br/>wykład: 20</p> | <b>Liczba punktów ECTS</b><br>4.0 |
|---------------------------|---|-----------------------------------|

#### Cele kształcenia dla przedmiotu

|    |  |
|----|--|
| C1 | Przekazanie wiedzy z zakresu zarządzania procesami |
|----|--|

#### Efekty uczenia się dla przedmiotu

| Kod                                    | Efekty w zakresie                                       | Kierunkowe efekty uczenia się | Metody weryfikacji |
|--|---|-------------------------------|--------------------|
| <b>Wiedzy - Student zna i rozumie:</b> |   |                               |                    |
| W1                                     | podejście procesowe w wybranych koncepcjach zarządzania | MIL_K2_W01                    | egzamin pisemny    |
| W2                                     | istotę i cele zarządzania procesami.                    | MIL_K2_W01                    | egzamin pisemny    |

| <b>Umiejętności - Student potrafi:</b>                  |   |            |                 |
|---|---|------------|-----------------|
| U1  | identyfikować procesy w organizacji                       | MIL_K2_U03 | egzamin pisemny |
| U2  | projektować procesy i wdrażać zmiany                      | MIL_K2_U03 | egzamin pisemny |
| <b>Kompetencje społecznych - Student jest gotów do:</b> |   |            |                 |
| K1  | współpracy w grupie w celu terminowej realizacji projektu | MIL_K2_K01 | egzamin pisemny |
| K2  | samodzielnej pracy z wykorzystaniem poznanych narzędzi    | MIL_K2_K05 | egzamin pisemny |

### **Bilans punktów ECTS**

| <b>Forma aktywności studenta</b>                            | <b>Średnia liczba godzin* przeznaczonych na zrealizowane rodzaje zajęć</b> |                    |
|---|--|--------------------|
| wykład  | 20   |                    |
| samodzielna nauka dotycząca treści poruszanych na zajęciach | 20   |                    |
| studiowanie literatury wskazanej przez prowadzącego zajęcia | 20   |                    |
| zbieranie informacji do zadanej pracy                       | 5  |                    |
| przygotowanie do egzaminu                                   | 35   |                    |
| <b>Łączny nakład pracy studenta</b>                         | <b>Liczba godzin</b><br>100  | <b>ECTS</b><br>4.0 |
| <b>Liczba godzin kontaktowych</b>                           | <b>Liczba godzin</b><br>20   | <b>ECTS</b><br>0.8 |

\* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

### **Treści programowe**

| <b>Lp.</b> | <b>Treści programowe</b>          | <b>Efekty uczenia się dla przedmiotu</b> |
|------------|-----------------------------------|--|
| 1.         | Proces i jego ujęcia              | W2                                       |
| 2.         | Procesy w koncepcjach zarządzania | W1                                       |
| 3.         | Sposoby zarządzania procesami     | U1, U2, K1                               |
| 4.         | Możliwości doskonalenia procesów  | U2, K2                                   |

### **Informacje rozszerzone**

#### **Metody nauczania:**

analiza przypadków, wykład z prezentacją multimedialną, metoda projektów

| <b>Rodzaj zajęć</b> | <b>Formy zaliczenia</b> | <b>Warunki zaliczenia przedmiotu</b>                |
|---------------------|-------------------------|---|
| wykład              | egzamin pisemny         | Uzyskanie minimum 50% punktów na egzaminie pisemnym |

### **Wymagania wstępne i dodatkowe**

Wiedza z Podstaw zarządzania, Nauk o organizacji, Badań operacyjnych

Badania operacyjne  
Karta opisu przedmiotu

**Informacje podstawowe**

|   |   |
|---|---|
| <p><b>Kierunek studiów</b><br/>marketing i logistyka</p> <p><b>Ścieżka</b><br/>-</p> <p><b>Jednostka organizacyjna</b><br/>Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej</p> <p><b>Poziom kształcenia</b><br/>drugiego stopnia</p> <p><b>Forma studiów</b><br/>studia niestacjonarne</p> <p><b>Profil studiów</b><br/>ogólnoakademicki</p> <p><b>Obligatoryjność</b><br/>obowiązkowy</p> | <p><b>Cykl kształcenia</b><br/>2023/24</p> <p><b>Kod przedmiotu</b><br/>UJ.WZMILN.220.5cc0345d065ae.23</p> <p><b>Języki wykładowe</b><br/>Polski</p> <p><b>Dyscypliny</b><br/>Nauki o zarządzaniu i jakości</p> <p><b>Klasyfikacja ISCED</b><br/>0413 Zarządzanie i administracja</p> |
|---|---|

|                                   |   |   |
|-----------------------------------|---|---|
| <p><b>Okres</b><br/>Semestr 2</p> | <p><b>Forma weryfikacji uzyskanych efektów uczenia się</b><br/>egzamin</p> <p><b>Sposób realizacji i godziny zajęć</b><br/>wykład: 10<br/>ćwiczenia: 10</p> | <p><b>Liczba punktów ECTS</b><br/>4.0</p> |
|-----------------------------------|---|---|

**Cele kształcenia dla przedmiotu**

|    |   |
|----|---|
| C1 | Przekazanie wiedzy z zakresu badań operacyjnych na poziomie pozwalającym na jej praktyczne wykorzystanie w trakcie przyszłej aktywności zawodowej uczestnika kursu. |
|----|---|

**Efekty uczenia się dla przedmiotu**

| Kod                                    | Efekty w zakresie | Kierunkowe efekty uczenia się | Metody weryfikacji |
|--|-------------------|-------------------------------|--------------------|
| <b>Wiedzy - Student zna i rozumie:</b> |                   |                               |                    |



|   |  |            |                                       |
|---|--|------------|---------------------------------------|
| W1  | student ma możliwość pogłębienia wiedzy z zakresu metod analitycznych wspomagających procesy decyzyjne we współczesnym przedsiębiorstwie.  | MIL_K2_W01 | egzamin pisemny, projekt, prezentacja |
| W2  | student uzyskuje możliwość pogłębienia wiedzy z zakresu metod analizy ilościowej, narzędzi gromadzenia, analizy oraz prawidłowej interpretacji wyników analiz na potrzeby nauk o zarządzaniu.  | MIL_K2_W09 | egzamin pisemny                       |
| <b>Umiejętności - Student potrafi:</b>                  |  |            |                                       |
| U1  | student ma możliwość pogłębienia umiejętności w zakresie procesów podejmowania decyzji strategicznych i operacyjnych, między innymi w zakresie finansów i controllingu oraz proponować rozwiązania optymalne z wykorzystaniem zaawansowanych metod i technik stosowanych w badaniach operacyjnych. | MIL_K2_U06 | egzamin pisemny, projekt, prezentacja |
| U2  | student uzyskuje możliwość pogłębienia umiejętności w zakresie weryfikowania informacji finansowe i niefinansowe o charakterze biznesowym, dokonywania ich analizy i oceny, przedstawiając różne warianty decyzyjne zależnie od przyjętych kryteriów decyzyjnych.                                  | MIL_K2_U03 | egzamin pisemny, projekt, prezentacja |
| <b>Kompetencji społecznych - Student jest gotów do:</b> |  |            |                                       |
| K1  | student ma możliwość pogłębienia kompetencji w zakresie oceny ważności kryteriów decyzyjnych w kontekście prowadzonych przedsięwzięć biznesowych.  | MIL_K2_K01 | egzamin pisemny, projekt, prezentacja |
| K2  | student uzyskuje możliwość pogłębienia kompetencji w zakresie znajomości metod i technik stosowanych w badaniach operacyjnych, ich zastosowania w praktyce biznesowej oraz podejmowania działań doskonalących w tym zakresie.  | MIL_K2_K06 | egzamin pisemny                       |

### Bilans punktów ECTS

| Forma aktywności studenta                                   | Średnia liczba godzin* przeznaczonych na zrealizowane rodzaje zajęć |
|---|---|
| wykład  | 10  |
| ćwiczenia   | 10  |
| przygotowanie projektu                                      | 20  |
| przygotowanie prezentacji multimedialnej                    | 5   |
| wykonanie ćwiczeń   | 15  |
| studiowanie literatury wskazanej przez prowadzącego zajęcia | 30  |
| przygotowanie do egzaminu                                   | 20  |
| konsultacje   | 8   |

|                                     |                             |                    |
|-------------------------------------|-----------------------------|--------------------|
| uczestnictwo w egzaminie            | 2                           |                    |
| <b>Łączny nakład pracy studenta</b> | <b>Liczba godzin</b><br>120 | <b>ECTS</b><br>4.0 |
| <b>Liczba godzin kontaktowych</b>   | <b>Liczba godzin</b><br>20  | <b>ECTS</b><br>0.8 |

\* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

## Treści programowe

| Lp. | Treści programowe   | Efekty uczenia się dla przedmiotu |
|-----|---|-----------------------------------|
| 1.  | Cele i zakres tematyczny modułu oraz szczegółowe omówienie warunków jego zaliczenia. Geneza badań operacyjnych.   | W1                                |
| 2.  | Podstawowe pojęcia, definicje i terminologia w badaniach operacyjnych.  | W1, W2                            |
| 3.  | Zagadnienie decyzyjne, optymalizacyjne i kosztowe procesów biznesowych. Programowanie liniowe, nieliniowe, sieciowe i dynamiczne. Wykorzystanie teorii gier oraz metod wielokryterialnych w procesie decyzyjnym działalności biznesowej.    | W1, W2                            |
| 4.  | Umiejętności praktyczne rozwiązywanie wybranych problemów związanych ze strukturą produkcji, transportem, zapasami i ryzykiem w działalności biznesowej z wykorzystaniem dedykowanych metod i technik stosowanych w badaniach operacyjnych. | W1, W2, U1, U2, K1, K2            |
| 5.  | Dobór i ocena kryteriów decyzyjnych, wpływ zmian kryteriów decyzyjnych na poszukiwanie optymalnych rozwiązań decyzyjnych we współczesnej działalności biznesowej.   | W1, W2, U1, U2, K1, K2            |

## Informacje rozszerzone

### Metody nauczania:

praca grupowa, konsultacje, ćwiczenia przedmiotowe, rozwiązywanie zadań, analiza przypadków, dyskusja, wykład konwencjonalny, burza mózgów

| Rodzaj zajęć | Formy zaliczenia     | Warunki zaliczenia przedmiotu   |
|--------------|----------------------|---|
| wykład       | egzamin pisemny      | Zaliczenie modułu obejmuje: zaliczenie ćwiczeń oraz egzamin końcowy. Warunkiem przystąpienia do egzaminu końcowego modułu jest zaliczenie ćwiczeń na ocenę pozytywną. Szczegółowe warunki zaliczenia modułu są omówione na pierwszych zajęciach.                      |
| ćwiczenia    | projekt, prezentacja | Zaliczenie ćwiczeń - warunkiem zaliczenia jest obowiązkowa obecność na zajęciach. Ocenie podlega wykonanie i przedstawienie na wyznaczonych zajęciach wyników grupowych prac projektowych. Szczegółowe warunki zaliczenia modułu są omówione na pierwszych zajęciach. |

## Wymagania wstępne i dodatkowe

Studenci powinni posiadać znajomość podstawowych zagadnień w zakresie: • matematyki stosowanej • analiz statystycznych • teorii organizacji i zarządzania, • umiejętności podejmowania decyzji, • zarządzania procesami oraz finansami w przedsiębiorstwie, • zagadnień związanych ze zmiennością otoczenia społeczno - gospodarczego, zmian

technologicznych, • zastosowania ICT w działalności biznesowej, • zagadnień związanych z ryzykiem biznesowym.

## Marketing elektroniczny

### Karta opisu przedmiotu

#### Informacje podstawowe

|   |   |
|---|---|
| <p><b>Kierunek studiów</b><br/>marketing i logistyka</p> <p><b>Ścieżka</b><br/>-</p> <p><b>Jednostka organizacyjna</b><br/>Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej</p> <p><b>Poziom kształcenia</b><br/>drugiego stopnia</p> <p><b>Forma studiów</b><br/>studia niestacjonarne</p> <p><b>Profil studiów</b><br/>ogólnoakademicki</p> <p><b>Obligatoryjność</b><br/>obowiązkowy</p> | <p><b>Cykl kształcenia</b><br/>2023/24</p> <p><b>Kod przedmiotu</b><br/>UJ.WZMILN.220.5cc2edf8ad79b.23</p> <p><b>Języki wykładowe</b><br/>Polski</p> <p><b>Dyscypliny</b><br/>Nauki o zarządzaniu i jakości</p> <p><b>Klasyfikacja ISCED</b><br/>0414 Marketing i reklama</p> |
|---|---|

|                                   |   |   |
|-----------------------------------|---|---|
| <p><b>Okres</b><br/>Semestr 2</p> | <p><b>Forma weryfikacji uzyskanych efektów uczenia się</b><br/>egzamin</p> <p><b>Sposób realizacji i godziny zajęć</b><br/>wykład: 10</p> | <p><b>Liczba punktów ECTS</b><br/>2.0</p> |
|-----------------------------------|---|---|

#### Cele kształcenia dla przedmiotu

|    |  |
|----|--|
| C1 | Celem kursu jest przekazanie podstawowej wiedzy na temat sposobów wykorzystania Internetu w marketingu, ze szczególnym uwzględnieniem metod i narzędzi wykorzystywanych w kampaniach e-marketingowych. |
|----|--|

#### Efekty uczenia się dla przedmiotu

| Kod                             | Efekty w zakresie | Kierunkowe efekty uczenia się | Metody weryfikacji |
|---------------------------------|-------------------|-------------------------------|--------------------|
| Wiedzy - Student zna i rozumie: |                   |                               |                    |

|   |  |                        |                          |
|---|--|------------------------|--------------------------|
| W1  | podstawowe rodzaje działań komunikacyjnych realizowanych w Internecie (tradycyjnych i niestandardowych) oraz podstawowe wskaźniki efektywności działań komunikacyjnych online. | MIL_K2_W03             | egzamin pisemny, projekt |
| W2  | uwarunkowania skutecznego przekazu reklamowego w Internecie.   | MIL_K2_W03             | egzamin pisemny, projekt |
| <b>Umiejętności - Student potrafi:</b>                  |  |                        |                          |
| U1  | wskazać najważniejsze elementy briefu reklamowego przy przygotowywaniu założeń kampanii promocyjnej w Internecie.  | MIL_K2_U01, MIL_K2_U07 | egzamin pisemny, projekt |
| U2  | poddać krytycznej analizie i ocenie propozycje w zakresie działań komunikacyjnych w Internecie.  | MIL_K2_U01, MIL_K2_U07 | egzamin pisemny, projekt |
| <b>Kompetencji społecznych - Student jest gotów do:</b> |  |                        |                          |
| K1  | współpracy z przedstawicielami agencji interaktywnych.   | MIL_K2_K01             | projekt                  |
| K2  | student współpracuje w grupie nad projektem kampanii online.   | MIL_K2_K01             | projekt                  |

### Bilans punktów ECTS

| Forma aktywności studenta                | Średnia liczba godzin* przeznaczonych na zrealizowane rodzaje zajęć |                    |
|--|---|--------------------|
| wykład                                   | 10  |                    |
| przygotowanie projektu                   | 20  |                    |
| zbieranie informacji do zadanej pracy    | 20  |                    |
| przygotowanie prezentacji multimedialnej | 10  |                    |
| <b>Łączny nakład pracy studenta</b>      | <b>Liczba godzin</b><br>60  | <b>ECTS</b><br>2.0 |
| <b>Liczba godzin kontaktowych</b>        | <b>Liczba godzin</b><br>10  | <b>ECTS</b><br>0.4 |

\* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

### Treści programowe

| Lp. | Treści programowe   | Efekty uczenia się dla przedmiotu |
|-----|---|-----------------------------------|
| 1.  | E-marketing - wprowadzenie<br>- Obszary wykorzystania Internetu w działaniach marketingowych<br>- Rynek reklamy internetowej oraz trendy w e-marketingu<br>- Kanały digital i ich potencjał<br>- Specyfika zachowań internautów/konsumentów | W1, W2                            |

|    |  |                        |
|----|--|------------------------|
| 2. | Planowanie i monitoring kampanii e-marketingowej<br>- Brief jako podstawa współpracy z agencją<br>- Podstawowe metody i narzędzia e-marketingu<br>- Podstawowe narzędzia wykorzystywane do badania marki w sieci<br>- Podstawowe wskaźniki monitorowania i efektywności kampanii e-marketingowej | W1, W2, U1, U2, K1, K2 |
|----|--|------------------------|

## Informacje rozszerzone

### Metody nauczania:

analiza przypadków, dyskusja, wykład z prezentacją multimedialną, wykład konwersatoryjny

| Rodzaj zajęć | Formy zaliczenia         | Warunki zaliczenia przedmiotu   |
|--------------|--------------------------|---|
| wykład       | egzamin pisemny, projekt | Praca semestralna - projekt grupowy (symulacja pracy agencji na briefie Klienta) - pisemne opracowanie projektu kampanii promocyjnej w Internecie na podstawie przygotowanego wcześniej briefu (1); - oraz prezentacja najważniejszych rekomendacji (2). W przypadku niezaliczenia projektu - egzamin pisemny w formie testu. |

Seminarium magisterskie  
Karta opisu przedmiotu

**Informacje podstawowe**

|   |   |
|---|---|
| <p><b>Kierunek studiów</b><br/>marketing i logistyka</p> <p><b>Ścieżka</b><br/>-</p> <p><b>Jednostka organizacyjna</b><br/>Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej</p> <p><b>Poziom kształcenia</b><br/>drugiego stopnia</p> <p><b>Forma studiów</b><br/>studia niestacjonarne</p> <p><b>Profil studiów</b><br/>ogólnoakademicki</p> <p><b>Obligatoryjność</b><br/>obowiązkowy</p> | <p><b>Cykl kształcenia</b><br/>2023/24</p> <p><b>Kod przedmiotu</b><br/>UJ.WZMILN.2E0.5ca756a7bc568.23</p> <p><b>Języki wykładowe</b><br/>Polski</p> <p><b>Dyscypliny</b><br/>Nauki o zarządzaniu i jakości</p> <p><b>Klasyfikacja ISCED</b><br/>0413 Zarządzanie i administracja</p> |
|---|---|

|                                   |  |   |
|-----------------------------------|--|---|
| <p><b>Okres</b><br/>Semestr 2</p> | <p><b>Forma weryfikacji uzyskanych efektów uczenia się</b><br/>zaliczenie</p> <p><b>Sposób realizacji i godziny zajęć</b><br/>seminarium: 30</p> | <p><b>Liczba punktów ECTS</b><br/>5.0</p> |
|-----------------------------------|--|---|

|                                   |  |   |
|-----------------------------------|--|---|
| <p><b>Okres</b><br/>Semestr 3</p> | <p><b>Forma weryfikacji uzyskanych efektów uczenia się</b><br/>zaliczenie</p> <p><b>Sposób realizacji i godziny zajęć</b><br/>seminarium: 30</p> | <p><b>Liczba punktów ECTS</b><br/>5.0</p> |
|-----------------------------------|--|---|

|                                   |  |  |
|-----------------------------------|--|--|
| <p><b>Okres</b><br/>Semestr 4</p> | <p><b>Forma weryfikacji uzyskanych efektów uczenia się</b><br/>zaliczenie</p> <p><b>Sposób realizacji i godziny zajęć</b><br/>seminarium: 30</p> | <p><b>Liczba punktów ECTS</b><br/>10.0</p> |
|-----------------------------------|--|--|

## Cele kształcenia dla przedmiotu

|    |  |
|----|--|
| C1 | opracowanie i złożenie pracy magisterskiej |
|----|--|

## Efekty uczenia się dla przedmiotu

| Kod   | Efekty w zakresie  | Kierunkowe efekty uczenia się | Metody weryfikacji |
|---|--|-------------------------------|--------------------|
| <b>Wiedzy - Student zna i rozumie:</b>                  |  |                               |                    |
| W1  | absolwent zna i rozumie wybrane metody: analizy jakościowej, analizy ilościowej, wybrane narzędzia ekonometryczne i statystyczne - dedykowane analizie problematyki podejmowanej w pracy magisterskiej | MIL_K2_W10                    | wyniki badań       |
| W2  | absolwent zna i rozumie podstawy metodologii badań naukowych   | MIL_K2_W09                    | wyniki badań       |
| <b>Umiejętności - Student potrafi:</b>                  |  |                               |                    |
| U1  | absolwent potrafi wykorzystywać wybrane teorie, metody i narzędzia w praktyce projektowania i realizacji badań   | MIL_K2_U03                    | wyniki badań       |
| U2  | absolwent potrafi prowadzić prace badawcze w celu przygotowania pracy magisterskiej  | MIL_K2_U09                    | wyniki badań       |
| <b>Kompetencje społecznych - Student jest gotów do:</b> |  |                               |                    |
| K1  | absolwent jest gotów do uzasadniania własnych poglądów w pracy magisterskiej i innych formach komunikacji  | MIL_K2_K06                    | wyniki badań       |
| K2  | absolwent jest gotów do uczenia się przez całe życie, inspirowania i organizowania procesu uczenia się   | MIL_K2_K01                    | wyniki badań       |

## Bilans punktów ECTS

### Semestr 2

| Forma aktywności studenta            | Średnia liczba godzin* przeznaczonych na zrealizowane rodzaje zajęć |                    |
|--------------------------------------|---|--------------------|
| seminarium                           | 30  |                    |
| przeprowadzenie badań literaturowych | 50  |                    |
| konsultacje                          | 30  |                    |
| <b>Łączny nakład pracy studenta</b>  | <b>Liczba godzin</b><br>110   | <b>ECTS</b><br>5.0 |
| <b>Liczba godzin kontaktowych</b>    | <b>Liczba godzin</b><br>30  | <b>ECTS</b><br>1.0 |

\* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut



### Semestr 3

| Forma aktywności studenta           | Średnia liczba godzin* przeznaczonych na zrealizowane rodzaje zajęć |                    |
|-------------------------------------|---|--------------------|
| seminarium                          | 30  |                    |
| przygotowanie pracy dyplomowej      | 150   |                    |
| <b>Łączny nakład pracy studenta</b> | <b>Liczba godzin</b><br>180   | <b>ECTS</b><br>5.0 |
| <b>Liczba godzin kontaktowych</b>   | <b>Liczba godzin</b><br>30  | <b>ECTS</b><br>1.0 |

\* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

### Semestr 4

| Forma aktywności studenta           | Średnia liczba godzin* przeznaczonych na zrealizowane rodzaje zajęć |                     |
|-------------------------------------|---|---------------------|
| seminarium                          | 30  |                     |
| przygotowanie pracy dyplomowej      | 280   |                     |
| <b>Łączny nakład pracy studenta</b> | <b>Liczba godzin</b><br>310   | <b>ECTS</b><br>10.0 |
| <b>Liczba godzin kontaktowych</b>   | <b>Liczba godzin</b><br>30  | <b>ECTS</b><br>1.0  |

\* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

## Treści programowe

| Lp. | Treści programowe   | Efekty uczenia się dla przedmiotu |
|-----|---|-----------------------------------|
| 1.  | I etap - sformułowanie problemu (tematu) pracy i określenie celu pracy (przegląd piśmiennictwa z przedmiotowego zakresu, dyskusje z promotorem, dyskusje seminaryjne) | W2, U1, U2                        |
| 2.  | II etap - dobór literatury (bazy bibliograficzne)   | W1, W2, U1, U2                    |
| 3.  | III etap - konceptualizacja i operacjonalizacja problemu (dyskusje z promotorem, dyskusje seminaryjne)  | W2, K1, K2                        |
| 4.  | IV etap - przygotowanie konspektu pracy   | W1, W2, U1, U2                    |
| 5.  | V etap - projektowanie i przeprowadzenie badań  | W1, W2, U1, U2                    |
| 6.  | VI etap - przygotowanie kolejnych rozdziałów pracy (dyskusje z promotorem, dyskusje seminaryjne)  | W1, W2, U1, U2, K1                |
| 7.  | VII etap - korekty merytoryczne i językowe  | K2                                |
| 8.  | VIII etap - przyjęcie i recenzja pracy  | K2                                |

## Informacje rozszerzone

### Semestr 2

#### Metody nauczania:

dyskusja, burza mózgów, seminarium

| Rodzaj zajęć | Formy zaliczenia | Warunki zaliczenia przedmiotu   |
|--------------|------------------|---|
| seminarium   | wyniki badań     | Do uzyskania zaliczenia pierwszego semestru seminarium wymagane są: konspekt pracy (6-8 stron) oraz jeden rozdział. |

### Semestr 3

#### Metody nauczania:

seminarium

| Rodzaj zajęć | Formy zaliczenia | Warunki zaliczenia przedmiotu  |
|--------------|------------------|--|
| seminarium   | wyniki badań     | Do uzyskania zaliczenia drugiego semestru seminarium wymagany jest wyraźny postęp prac nad dyplomem, w tym co najmniej jeden (kolejny) rozdział pracy. |

### Semestr 4

#### Metody nauczania:

seminarium

| Rodzaj zajęć | Formy zaliczenia | Warunki zaliczenia przedmiotu               |
|--------------|------------------|---|
| seminarium   | wyniki badań     | Przyjęta przez promotora praca magisterska. |

## Wymagania wstępne i dodatkowe

Zaliczenie wszystkich przedmiotów uprawniających do uczestnictwa w seminarium

## Ubezpieczenia

### Karta opisu przedmiotu

#### Informacje podstawowe

|  |   |
|--|---|
| <p><b>Kierunek studiów</b><br/>marketing i logistyka</p> <p><b>Ścieżka</b><br/>-</p> <p><b>Jednostka organizacyjna</b><br/>Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej</p> <p><b>Poziom kształcenia</b><br/>drugiego stopnia</p> <p><b>Forma studiów</b><br/>studia niestacjonarne</p> <p><b>Profil studiów</b><br/>ogólnoakademicki</p> <p><b>Obligatoryjność</b><br/>fakultatywny</p> | <p><b>Cykl kształcenia</b><br/>2023/24</p> <p><b>Kod przedmiotu</b><br/>UJ.WZMILN.220.5cc0345812b42.23</p> <p><b>Języki wykładowe</b><br/>Polski</p> <p><b>Dyscypliny</b><br/>Ekonomia i finanse</p> <p><b>Klasyfikacja ISCED</b><br/>0412 Finanse, bankowość i ubezpieczenia</p> |
|--|---|

|                                   |   |   |
|-----------------------------------|---|---|
| <p><b>Okres</b><br/>Semestr 2</p> | <p><b>Forma weryfikacji uzyskanych efektów uczenia się</b><br/>egzamin</p> <p><b>Sposób realizacji i godziny zajęć</b><br/>konwersatorium: 20</p> | <p><b>Liczba punktów ECTS</b><br/>4.0</p> |
|-----------------------------------|---|---|

#### Cele kształcenia dla przedmiotu

|    |   |
|----|---|
| C1 | Zapoznanie studentów z systemem ubezpieczeń, rynkiem ubezpieczeń, usługami ubezpieczeniowymi, technicznymi aspektami funkcjonowania ubezpieczeń |
|----|---|

#### Efekty uczenia się dla przedmiotu

| Kod                                    | Efekty w zakresie  | Kierunkowe efekty uczenia się | Metody weryfikacji |
|--|--|-------------------------------|--------------------|
| <b>Wiedzy - Student zna i rozumie:</b> |  |                               |                    |
| W1                                     | student zna podmioty sektora ubezpieczeń i ich rolę, rozumie uwarunkowania formalne, prawne i ekonomiczne ich funkcjonowania | MIL_K2_W02                    | projekt            |

|   |   |                           |         |
|---|---|---------------------------|---------|
| W2  | student zna usługi ubezpieczeniowe adresowane do klientów indywidualnych oraz instytucjonalnych | MIL_K2_W01,<br>MIL_K2_W02 | projekt |
| <b>Umiejętności - Student potrafi:</b>                  |   |                           |         |
| U1  | krytycznie analizować zjawiska w sektorze ubezpieczeń   | MIL_K2_U01, MIL_K2_U05    | projekt |
| U2  | dostosować istniejące usługi ubezpieczeniowe do potrzeb konsumentów                             | MIL_K2_U01                | projekt |
| <b>Kompetencji społecznych - Student jest gotów do:</b> |   |                           |         |
| K1  | student jest świadomy potrzeby etycznego korzystania z usług ubezpieczeniowych                  | MIL_K2_K07                | projekt |
| K2  | student jest świadomy potrzeby pogłębiania swojej wiedzy o rynku i usługach ubezpieczeniowych   | MIL_K2_K07, MIL_K2_K08    | projekt |

### Bilans punktów ECTS

| Forma aktywności studenta             | Średnia liczba godzin* przeznaczonych na zrealizowane rodzaje zajęć |                    |
|---------------------------------------|---|--------------------|
| konwersatorium                        | 20  |                    |
| przygotowanie projektu                | 30  |                    |
| zbieranie informacji do zadanej pracy | 20  |                    |
| przeprowadzenie badań literaturowych  | 30  |                    |
| <b>Łączny nakład pracy studenta</b>   | <b>Liczba godzin</b><br>100   | <b>ECTS</b><br>4.0 |
| <b>Liczba godzin kontaktowych</b>     | <b>Liczba godzin</b><br>20  | <b>ECTS</b><br>0.8 |

\* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

### Treści programowe

| Lp. | Treści programowe   | Efekty uczenia się dla przedmiotu |
|-----|---|-----------------------------------|
| 1.  | Geneza ubezpieczeń  | W1, W2, K1                        |
| 2.  | Rynek ubezpieczeń (podmioty, dane, tendencje)                         | W2, U1, K2                        |
| 3.  | Usługi ubezpieczeniowe dla klientów indywidualnych, instytucjonalnych | W2, U2, K1                        |
| 4.  | Techniczne charakterystyki umów ubezpieczenia                         | W2, U2, K1, K2                    |
| 5.  | Ubezpieczenia społeczne (zakres, tendencje zmian)                     | W1, U1, K1, K2                    |

### Informacje rozszerzone

**Metody nauczania:**

grywalizacja, rozwiązywanie zadań, analiza przypadków, wykład z prezentacją multimedialną, wykład konwersatoryjny, metoda projektów

| <b>Rodzaj zajęć</b> | <b>Formy zaliczenia</b> | <b>Warunki zaliczenia przedmiotu</b> |
|---------------------|-------------------------|--------------------------------------|
| konwersatorium      | projekt                 | osiągnięcie wymaganej liczby punktów |

**Wymagania wstępne i dodatkowe**

Znajomość podstaw finansów.

Zarządzanie ryzykiem  
Karta opisu przedmiotu

**Informacje podstawowe**

|  |   |
|--|---|
| <p><b>Kierunek studiów</b><br/>marketing i logistyka</p> <p><b>Ścieżka</b><br/>-</p> <p><b>Jednostka organizacyjna</b><br/>Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej</p> <p><b>Poziom kształcenia</b><br/>drugiego stopnia</p> <p><b>Forma studiów</b><br/>studia niestacjonarne</p> <p><b>Profil studiów</b><br/>ogólnoakademicki</p> <p><b>Obligatoryjność</b><br/>fakultatywny</p> | <p><b>Cykl kształcenia</b><br/>2023/24</p> <p><b>Kod przedmiotu</b><br/>UJ.WZMILN.220.5cc03459a5ae6.23</p> <p><b>Języki wykładowe</b><br/>Polski</p> <p><b>Dyscypliny</b><br/>Nauki o zarządzaniu i jakości</p> <p><b>Klasyfikacja ISCED</b><br/>0413 Zarządzanie i administracja</p> |
|--|---|

|                                   |   |   |
|-----------------------------------|---|---|
| <p><b>Okres</b><br/>Semestr 2</p> | <p><b>Forma weryfikacji uzyskanych efektów uczenia się</b><br/>egzamin</p> <p><b>Sposób realizacji i godziny zajęć</b><br/>wykład: 20</p> | <p><b>Liczba punktów ECTS</b><br/>3.0</p> |
|-----------------------------------|---|---|

**Cele kształcenia dla przedmiotu**

|    |  |
|----|--|
| C1 | Celem kształcenia jest zaznajomienie studentów z tematyką zarządzania ryzykiem ze szczególnym uwzględnieniem ryzyka w działalności gospodarczej. Przekazanie wiedzy dotyczącej podstawowych pojęć, miejsca zarządzania ryzykiem w naukach o zarządzaniu oraz przedstawienie znaczenia zarządzania ryzykiem we współczesnych organizacjach. |
|----|--|

**Efekty uczenia się dla przedmiotu**

| Kod                                    | Efekty w zakresie | Kierunkowe efekty uczenia się | Metody weryfikacji |
|--|-------------------|-------------------------------|--------------------|
| <b>Wiedzy - Student zna i rozumie:</b> |                   |                               |                    |

|   |  |                           |                 |
|---|--|---------------------------|-----------------|
| W1  | podstawowe pojęcia tworzące ramy dziedziny zarządzania ryzykiem  | MIL_K2_W01,<br>MIL_K2_W02 | egzamin pisemny |
| W2  | metody i techniki oceny, transferu i kontroli ryzyka   | MIL_K2_W01,<br>MIL_K2_W02 | egzamin pisemny |
| <b>Umiejętności - Student potrafi:</b>                  |  |                           |                 |
| U1  | identyfikować różnego rodzaju ryzyka determinujące bezpieczeństwo w kontekście krajowym i międzynarodowym oraz wyjaśnić charakter ich wzajemnych relacji | MIL_K2_U02, MIL_K2_U03    | egzamin pisemny |
| <b>Kompetencje społecznych - Student jest gotów do:</b> |  |                           |                 |
| K1  | współdziałać w grupie oraz jest przygotowany do uczestnictwa w projektach zakładających kontakty z instytucjami publicznymi i organizacjami społecznymi  | MIL_K2_K01, MIL_K2_K02    | egzamin pisemny |

### Bilans punktów ECTS

| Forma aktywności studenta                                   | Średnia liczba godzin* przeznaczonych na zrealizowane rodzaje zajęć |                    |
|---|---|--------------------|
| wykład  | 20  |                    |
| przygotowanie do egzaminu                                   | 20  |                    |
| przygotowanie do zajęć                                      | 15  |                    |
| samodzielna nauka dotycząca treści poruszanych na zajęciach | 15  |                    |
| studiowanie literatury wskazanej przez prowadzącego zajęcia | 20  |                    |
| <b>Łączny nakład pracy studenta</b>                         | <b>Liczba godzin</b><br>90  | <b>ECTS</b><br>3.0 |
| <b>Liczba godzin kontaktowych</b>                           | <b>Liczba godzin</b><br>20  | <b>ECTS</b><br>0.8 |

\* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

### Treści programowe

| Lp. | Treści programowe  | Efekty uczenia się dla przedmiotu |
|-----|--|-----------------------------------|
| 1.  | Wprowadzenie w problematykę ryzyka   | W1, W2, U1, K1                    |
| 2.  | Zintegrowane zarządzanie ryzykiem w przedsiębiorstwie                              | W1, W2, U1, K1                    |
| 3.  | Ryzyko jako przedmiot ubezpieczeń  | W1, W2, U1, K1                    |
| 4.  | Zarządzanie organizacjami w sytuacjach kryzysowych                                 | W1, W2, U1, K1                    |
| 5.  | Zarządzanie organizacjami w sytuacjach kryzysowych - sukces w zarządzaniu ryzykiem | W1, W2, U1, K1                    |
| 6.  | Ryzyko w relacjach międzyorganizacyjnych   | W1, W2, U1, K1                    |

|     |  |                |
|-----|--|----------------|
| 7.  | Przedsięwzięcia zwiększonego ryzyka  | W1, W2, U1, K1 |
| 8.  | Ocena i finansowanie przedsięwzięć zwiększonego ryzyka w formie Venture Capital. | W1, W2, U1, K1 |
| 9.  | Zarządzanie bezpieczeństwem organizacji  | W1, W2, U1, K1 |
| 10. | Nowo powstałe obszary ryzyka w globalnej gospodarce                              | W1, W2, U1, K1 |
| 11. | Projekt analizy i ograniczenia ryzyka w działalności wybranej organizacji        | W1, W2, U1, K1 |

## Informacje rozszerzone

### Metody nauczania:

analiza przypadków, dyskusja, wykład z prezentacją multimedialną

| Rodzaj zajęć | Formy zaliczenia | Warunki zaliczenia przedmiotu     |
|--------------|------------------|-----------------------------------|
| wykład       | egzamin pisemny  | Egzamin pisemny w formie testowej |

## Wymagania wstępne i dodatkowe

Podstawowa wiedza z zakresu zarządzania organizacjami i zasobami ludzkimi. Znajomość zmian zachodzących we współczesnym świecie.



## Integracja europejska

### Karta opisu przedmiotu

#### Informacje podstawowe

|  |   |
|--|---|
| <p><b>Kierunek studiów</b><br/>marketing i logistyka</p> <p><b>Ścieżka</b><br/>-</p> <p><b>Jednostka organizacyjna</b><br/>Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej</p> <p><b>Poziom kształcenia</b><br/>drugiego stopnia</p> <p><b>Forma studiów</b><br/>studia niestacjonarne</p> <p><b>Profil studiów</b><br/>ogólnoakademicki</p> <p><b>Obligatoryjność</b><br/>fakultatywny</p> | <p><b>Cykl kształcenia</b><br/>2023/24</p> <p><b>Kod przedmiotu</b><br/>UJ.WZMILN.220.5cc0345d3b579.23</p> <p><b>Języki wykładowe</b><br/>Polski</p> <p><b>Dyscypliny</b><br/>Ekonomia i finanse</p> <p><b>Klasyfikacja ISCED</b><br/>0311 Ekonomia</p> |
|--|---|

|                                   |  |   |
|-----------------------------------|--|---|
| <p><b>Okres</b><br/>Semestr 2</p> | <p><b>Forma weryfikacji uzyskanych efektów uczenia się</b><br/>zaliczenie</p> <p><b>Sposób realizacji i godziny zajęć</b><br/>wykład: 15</p> | <p><b>Liczba punktów ECTS</b><br/>2.0</p> |
|-----------------------------------|--|---|

#### Efekty uczenia się dla przedmiotu

| Kod                                    | Efekty w zakresie  | Kierunkowe efekty uczenia się | Metody weryfikacji |
|--|--|-------------------------------|--------------------|
| <b>Wiedzy - Student zna i rozumie:</b> |  |                               |                    |
| W1                                     | absolwent posiada wiedzę na temat istoty i dynamiki współczesnych procesów integracyjnych  | MIL_K2_W05                    | zaliczenie pisemne |
| W2                                     | absolwent posiada wiedzę dotyczącą systemu instytucjonalnego UE  | MIL_K2_W02                    | zaliczenie pisemne |
| <b>Umiejętności - Student potrafi:</b> |  |                               |                    |
| U1                                     | absolwent posiada umiejętność posługiwania się przepisami prawa krajowego oraz europejskiego w zakresie działalności gospodarczej i społecznej w celu uzasadniania konkretnych działań i decyzji | MIL_K2_U08                    | zaliczenie pisemne |

|   |  |            |                    |
|---|--|------------|--------------------|
| U2  | absolwent potrafi sformułować potencjalny problem badawczy z zakresu regionalnej integracji gospodarczej | MIL_K2_U05 | zaliczenie pisemne |
| <b>Kompetencje społecznych - Student jest gotów do:</b> |  |            |                    |
| K1  | absolwent jest gotów do uzasadniania własnych poglądów nt. integracji europejskiej                       | MIL_K2_K03 | zaliczenie pisemne |
| K2  | absolwent jest gotów do krytycznej oceny stanu swojej wiedzy   | MIL_K2_K06 | zaliczenie pisemne |

### Bilans punktów ECTS

| Forma aktywności studenta           | Średnia liczba godzin* przeznaczonych na zrealizowane rodzaje zajęć |                    |
|-------------------------------------|---|--------------------|
| wykład                              | 15  |                    |
| uczestnictwo w egzaminie            | 2   |                    |
| przygotowanie do egzaminu           | 20  |                    |
| przygotowanie do zajęć              | 15  |                    |
| <b>Łączny nakład pracy studenta</b> | <b>Liczba godzin</b><br>52  | <b>ECTS</b><br>2.0 |
| <b>Liczba godzin kontaktowych</b>   | <b>Liczba godzin</b><br>15  | <b>ECTS</b><br>0.6 |

\* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

### Treści programowe

| Lp. | Treści programowe   | Efekty uczenia się dla przedmiotu |
|-----|---|-----------------------------------|
| 1.  | Internacjonalizacja gospodarki światowej a współczesny proces globalizacji i regionalnej integracji gospodarczej.                           | W1, W2                            |
| 2.  | Wybrane regionalne ugrupowania gospodarcze, organizacje międzynarodowe oraz inne przykładowe formy współpracy ponadnarodowej (case studies) | W1, W2, K1, K2                    |
| 3.  | Etapy integracji europejskiej - proces pogłębiania i poszerzania integracji   | W1, W2, K1, K2                    |
| 4.  | Struktura oraz prawne aspekty funkcjonowania dawnych Wspólnot i obecnie Unii Europejskiej. System instytucjonalny UE.                       | U1, U2                            |
| 5.  | Analiza kompetencji instytucji (organów) Unii Europejskiej (case studies).  | U1, U2                            |
| 6.  | Proces kształtowania zasad swobodnego przepływu czynników produkcji, towarów i usług.   | W1, W2, K1, K2                    |
| 7.  | Polityki gospodarcze UE: regionalna, pieniężna. Teoria optymalnego obszaru walutowego.  | W1, W2                            |

## Informacje rozszerzone

### Metody nauczania:

analiza przypadków, dyskusja, wykład konwersatoryjny, wykład konwencjonalny

| Rodzaj zajęć | Formy zaliczenia   | Warunki zaliczenia przedmiotu   |
|--------------|--------------------|---|
| wykład       | zaliczenie pisemne | Zajęcia kończy zaliczenie pisemne w formie zestawu 5 pytań otwartych. |

### Wymagania wstępne i dodatkowe

słuchacz powinien dysponować podstawową wiedzą z zakresu makroekonomii

Instytucje rynkowe  
Karta opisu przedmiotu

**Informacje podstawowe**

|  |   |
|--|---|
| <p><b>Kierunek studiów</b><br/>marketing i logistyka</p> <p><b>Ścieżka</b><br/>-</p> <p><b>Jednostka organizacyjna</b><br/>Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej</p> <p><b>Poziom kształcenia</b><br/>drugiego stopnia</p> <p><b>Forma studiów</b><br/>studia niestacjonarne</p> <p><b>Profil studiów</b><br/>ogólnoakademicki</p> <p><b>Obligatoryjność</b><br/>fakultatywny</p> | <p><b>Cykl kształcenia</b><br/>2023/24</p> <p><b>Kod przedmiotu</b><br/>UJ.WZMILN.220.5cc0345d55166.23</p> <p><b>Języki wykładowe</b><br/>Polski</p> <p><b>Dyscypliny</b><br/>Ekonomia i finanse</p> <p><b>Klasyfikacja ISCED</b><br/>0311 Ekonomia</p> |
|--|---|

|                                   |   |   |
|-----------------------------------|---|---|
| <p><b>Okres</b><br/>Semestr 2</p> | <p><b>Forma weryfikacji uzyskanych efektów uczenia się</b><br/>egzamin</p> <p><b>Sposób realizacji i godziny zajęć</b><br/>wykład: 20</p> | <p><b>Liczba punktów ECTS</b><br/>3.0</p> |
|-----------------------------------|---|---|

**Cele kształcenia dla przedmiotu**

|    |  |
|----|--|
| C1 | Celem kursu jest prezentacja podstawowych zagadnień związane z instytucjami rynkowymi – ich rodzajami, zadaniami i znaczeniem w gospodarce rynkowej. |
|----|--|

**Efekty uczenia się dla przedmiotu**

| Kod                                    | Efekty w zakresie   | Kierunkowe efekty uczenia się | Metody weryfikacji |
|--|---|-------------------------------|--------------------|
| <b>Wiedzy - Student zna i rozumie:</b> |   |                               |                    |
| W1                                     | podstawowe zagadnienia związane z instytucjami rynkowymi – ich rodzajami, zadaniami i znaczeniem w gospodarce rynkowej. | MIL_K2_W02                    | projekt            |

|   |   |            |         |
|---|---|------------|---------|
| W2  | specyfikę funkcjonowania instytucji rynkowych w Polsce.   | MIL_K2_W02 | projekt |
| <b>Umiejętności - Student potrafi:</b>                  |   |            |         |
| U1  | na poziomie podstawowym analizować funkcjonowanie wybranych instytucji rynkowych.               | MIL_K2_U03 | projekt |
| U2  | na poziomie podstawowym posługiwać się terminologią charakterystyczną dla instytucji rynkowych. | MIL_K2_U03 | projekt |
| <b>Kompetencje społecznych - Student jest gotów do:</b> |   |            |         |
| K1  | analizowania funkcjonowania wybranych instytucji rynkowych na poziomie podstawowym.             | MIL_K2_K01 | projekt |
| K2  | pracy w zespole.  | MIL_K2_K01 | projekt |

### Bilans punktów ECTS

| Forma aktywności studenta                | Średnia liczba godzin* przeznaczonych na zrealizowane rodzaje zajęć |                    |
|--|---|--------------------|
| wykład                                   | 20  |                    |
| przygotowanie projektu                   | 30  |                    |
| zbieranie informacji do zadanej pracy    | 20  |                    |
| przygotowanie prezentacji multimedialnej | 15  |                    |
| <b>Łączny nakład pracy studenta</b>      | <b>Liczba godzin</b><br>85  | <b>ECTS</b><br>3.0 |
| <b>Liczba godzin kontaktowych</b>        | <b>Liczba godzin</b><br>20  | <b>ECTS</b><br>0.8 |

\* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

### Treści programowe

| Lp. | Treści programowe   | Efekty uczenia się dla przedmiotu |
|-----|---|-----------------------------------|
| 1.  | Proces instytucjonalizacji i formalizacji   | W1, W2                            |
| 2.  | Charakterystyka instytucji pośrednictwa handlowego <ul style="list-style-type: none"> <li>• Instytucje handlu hurtowego</li> <li>• Instytucje handlu detalicznego</li> </ul>  | W1, W2, U1, U2, K1, K2            |
| 3.  | Instytucje rynkowe i ich klasyfikacja <ul style="list-style-type: none"> <li>• Leasing</li> <li>• Franchising</li> <li>• Targi i wystawy gospodarcze</li> <li>• Giełdy</li> <li>• Aukcje</li> <li>• Banki</li> <li>• Firmy ubezpieczeniowe</li> </ul> | W1, W2, U1, U2, K1, K2            |

## Informacje rozszerzone

### Metody nauczania:

analiza przypadków, wykład konwencjonalny, metoda projektów

| Rodzaj zajęć | Formy zaliczenia | Warunki zaliczenia przedmiotu  |
|--------------|------------------|--|
| wykład       | projekt          | Projekt zaliczeniowy – grupowy, prezentacja na wskazany przez wykładowcę temat |

Przedsiębiorczość II  
Karta opisu przedmiotu

**Informacje podstawowe**

|   |   |
|---|---|
| <p><b>Kierunek studiów</b><br/>marketing i logistyka</p> <p><b>Ścieżka</b><br/>-</p> <p><b>Jednostka organizacyjna</b><br/>Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej</p> <p><b>Poziom kształcenia</b><br/>drugiego stopnia</p> <p><b>Forma studiów</b><br/>studia niestacjonarne</p> <p><b>Profil studiów</b><br/>ogólnoakademicki</p> <p><b>Obligatoryjność</b><br/>obowiązkowy</p> | <p><b>Cykl kształcenia</b><br/>2023/24</p> <p><b>Kod przedmiotu</b><br/>UJ.WZMILN.240.5cc0345dd70a4.23</p> <p><b>Języki wykładowe</b><br/>Polski</p> <p><b>Dyscypliny</b><br/>Nauki o zarządzaniu i jakości</p> <p><b>Klasyfikacja ISCED</b><br/>0413 Zarządzanie i administracja</p> |
|---|---|

|                                   |   |   |
|-----------------------------------|---|---|
| <p><b>Okres</b><br/>Semestr 3</p> | <p><b>Forma weryfikacji uzyskanych efektów uczenia się</b><br/>egzamin</p> <p><b>Sposób realizacji i godziny zajęć</b><br/>wykład: 20</p> | <p><b>Liczba punktów ECTS</b><br/>4.0</p> |
|-----------------------------------|---|---|

**Cele kształcenia dla przedmiotu**

|    |   |
|----|---|
| C1 | Proces przedsiębiorczości od pomysłu do uruchomienia biznesu.                             |
| C2 | Prawne aspekty przedsiębiorczości.  |
| C3 | Ryzyko związane z przedsiębiorczością.  |
| C4 | Rozwój innowacji jako narzędzie przedsiębiorczości.                                       |
| C5 | Modele biznesowe oraz sposoby ich zastosowania w praktyce biznesowej oraz e - biznesowej. |
| C6 | Business Model Mix.   |

**Efekty uczenia się dla przedmiotu**

| Kod   | Efekty w zakresie  | Kierunkowe efekty uczenia się | Metody weryfikacji           |
|---|--|-------------------------------|------------------------------|
| <b>Wiedzy - Student zna i rozumie:</b>                  |  |                               |                              |
| W1  | Student uzyskuje możliwość pogłębienia wiedzy z zakresu pomiaru i analiz osiągnięć przedsiębiorstwa w kontekście współczesnych koncepcji zarządzania, w szczególności zarządzania generowaniem wartości w przyszłym przedsiębiorstwie oraz sposobów zarządzania ryzykiem dla nowych przedsięwzięć biznesowych.   | MIL_K2_W01                    | egzamin pisemny              |
| W2  | Student ma możliwość pogłębionego rozumienia relacji biznesowych między podmiotami gospodarczymi, instytucjami państwowymi oraz jednostkami sektora finansowego w skali krajowej oraz międzynarodowej, w szczególności w kontekście projektowania nowych przedsięwzięć biznesowych.                              | MIL_K2_W04                    | egzamin pisemny, prezentacja |
| <b>Umiejętności - Student potrafi:</b>                  |  |                               |                              |
| U1  | Student ma możliwość pozyskania pogłębionej umiejętności formułowania i rozwiązywania problemów dotyczących przygotowania i projektowania nowych przedsięwzięć biznesowych.  | MIL_K2_U02                    | egzamin pisemny, prezentacja |
| U2  | Student uzyskuje możliwość pogłębienia umiejętności w zakresie weryfikacji informacji finansowych i niefinansowych w zakresie finansowania nowych przedsięwzięć biznesowych oraz dokonywać ich analizy i syntezy w kontekście podejmowania decyzji.  | MIL_K2_U06                    | egzamin pisemny, prezentacja |
| <b>Kompetencji społecznych - Student jest gotów do:</b> |  |                               |                              |
| K1  | Student ma możliwość pogłębienia kompetencji w zakresie uzasadniania własnych poglądów, przekonywania otoczenia w szczególności odnośnie nowych przedsięwzięć biznesowych, w tym z zakresu zarządzania, a także przekonywania i negocjowania w imię realizacji wspólnych celów nowych przedsięwzięć biznesowych. | MIL_K2_K02                    | egzamin pisemny              |
| K2  | Student uzyskuje możliwość pogłębienia kompetencji w zakresie myślenia i działania przedsiębiorczego - od pomysłu do uruchomienia biznesu.   | MIL_K2_K03                    | egzamin pisemny, prezentacja |

### Bilans punktów ECTS

| Forma aktywności studenta                                   | Średnia liczba godzin* przeznaczonych na zrealizowane rodzaje zajęć |
|---|---|
| wykład  | 20  |
| uczestnictwo w egzaminie                                    | 2   |
| przygotowanie do egzaminu                                   | 30  |
| przygotowanie prezentacji multimedialnej                    | 20  |
| studiowanie literatury wskazanej przez prowadzącego zajęcia | 30  |



|                                       |                             |                    |
|---------------------------------------|-----------------------------|--------------------|
| zbieranie informacji do zadanej pracy | 10                          |                    |
| konsultacje                           | 8                           |                    |
| <b>Łączny nakład pracy studenta</b>   | <b>Liczba godzin</b><br>120 | <b>ECTS</b><br>4.0 |
| <b>Liczba godzin kontaktowych</b>     | <b>Liczba godzin</b><br>20  | <b>ECTS</b><br>0.8 |

\* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

## Treści programowe

| Lp. | Treści programowe  | Efekty uczenia się dla przedmiotu |
|-----|--|-----------------------------------|
| 1.  | Cele i zakres tematyczny modułu oraz szczegółowe omówienie warunków jego zaliczenia.       | W1                                |
| 2.  | Proces przedsiębiorczości – od pomysłu do uruchomienia biznesu.                            | W1, W2                            |
| 3.  | Ryzyko związane z podejmowaniem nowych przedsięwzięć biznesowych.                          | W1                                |
| 4.  | Tworzenie sieci współpracy w zakładaniu nowych przedsięwzięć biznesowych.                  | W2                                |
| 5.  | Modele biznesowe oraz sposoby ich zastosowania w praktyce biznesowej - business model mix. | U1                                |
| 6.  | Finansowanie nowych przedsięwzięć biznesowych.   | U2                                |
| 7.  | Społeczny wymiar przedsiębiorczości - od pomysłu do uruchomienia biznesu.                  | K1, K2                            |

## Informacje rozszerzone

### Metody nauczania:

praca grupowa, konsultacje, analiza przypadków, dyskusja, wykład z prezentacją multimedialną, wykład konwencjonalny

| Rodzaj zajęć | Formy zaliczenia             | Warunki zaliczenia przedmiotu  |
|--------------|------------------------------|--|
| wykład       | egzamin pisemny, prezentacja | Forma zaliczenia modułu obejmuje egzamin końcowy oraz wykonanie zadań zleconych (grupowych), a następnie zaprezentowanie wyników tych prac. Szczegółowe warunki zaliczenia modułu są omówione na pierwszych zajęciach. |

## Wymagania wstępne i dodatkowe

Studenci powinni posiadać znajomość zagadnień w zakresie: • teorii organizacji i zarządzania, • zarządzania strategicznego, • cyklu życia produktu, • teorii innowacji, • zarządzania finansami przedsiębiorstwa, • zmienności otoczenia społeczno – gospodarczego, • zmian technologicznych, • zastosowania ICT w działalności biznesowej, • umiejętności podejmowania decyzji, • koncepcji zarządzania ryzykiem, • prawa własności intelektualnej, • prawnych uwarunkowań prowadzenia działalności gospodarczej, • przeprowadzania analiz z zastosowaniem statystyki opisowej.

Psychologia w zarządzaniu  
Karta opisu przedmiotu

**Informacje podstawowe**

|   |   |
|---|---|
| <p><b>Kierunek studiów</b><br/>marketing i logistyka</p> <p><b>Ścieżka</b><br/>-</p> <p><b>Jednostka organizacyjna</b><br/>Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej</p> <p><b>Poziom kształcenia</b><br/>drugiego stopnia</p> <p><b>Forma studiów</b><br/>studia niestacjonarne</p> <p><b>Profil studiów</b><br/>ogólnoakademicki</p> <p><b>Obligatoryjność</b><br/>obowiązkowy</p> | <p><b>Cykl kształcenia</b><br/>2023/24</p> <p><b>Kod przedmiotu</b><br/>UJ.WZMILN.240.5cc0345df30f8.23</p> <p><b>Języki wykładowe</b><br/>Polski</p> <p><b>Dyscypliny</b><br/>Psychologia</p> <p><b>Klasyfikacja ISCED</b><br/>0313 Psychologia</p> |
|---|---|

|                                   |   |   |
|-----------------------------------|---|---|
| <p><b>Okres</b><br/>Semestr 3</p> | <p><b>Forma weryfikacji uzyskanych efektów uczenia się</b><br/>egzamin</p> <p><b>Sposób realizacji i godziny zajęć</b><br/>wykład: 20</p> | <p><b>Liczba punktów ECTS</b><br/>4.0</p> |
|-----------------------------------|---|---|

**Cele kształcenia dla przedmiotu**

|    |  |
|----|--|
| C1 | Celem zajęć jest zapoznanie uczestników ze współczesnym stanem wiedzy na temat psychologii organizacji oraz implikacjami procesów opisywanych przez psychologię dla zachowań kadry menedżerskiej oraz personelu w firmach. |
|----|--|

**Efekty uczenia się dla przedmiotu**

| Kod                                    | Efekty w zakresie | Kierunkowe efekty uczenia się | Metody weryfikacji |
|--|-------------------|-------------------------------|--------------------|
| <b>Wiedzy - Student zna i rozumie:</b> |                   |                               |                    |

|   |  |  |                 |
|---|--|--|-----------------|
| W1  | informacje o różnych rodzajach struktur społecznych i instytucjach życia społecznego oraz o zachodzących w nich relacjach istotnych z punktu widzenia psychologii zarządzania.   | MIL_K2_W01                                     | egzamin pisemny |
| W2  | pogłębioną wiedzę dotyczącą różnych działów psychologii zarządzania, ze szczególnym uwzględnieniem wiedzy szczegółowej w zakresie przywództwa organizacyjnego w różnych typach organizacji oraz dla różnych typów zespołów zadaniowych.  | MIL_K2_W08                                     | egzamin pisemny |
| <b>Umiejętności - Student potrafi:</b>                  |  |  |                 |
| U1  | potrafi porozumiewać się i współpracować ze specjalistami w zakresie psychologii zarządzania i innych dziedzin, jak i z z osobami spoza grona specjalistów.  | MIL_K2_U05, MIL_K2_U06                         | egzamin pisemny |
| U2  | potrafi zaprojektować działania usprawniające, prewencyjne i prorozwojowe na poziomie zespołu pracowniczego oraz je w podstawowym zakresie przeprowadzić.  | MIL_K2_U02, MIL_K2_U03                         | egzamin pisemny |
| <b>Kompetencji społecznych - Student jest gotów do:</b> |  |  |                 |
| K1  | wyrażania postawy akceptacji i przestrzegania praw człowieka oraz wrażliwości na problemy i zjawiska społeczne; rozwijania możliwości wpływu społecznego z poszanowaniem integralności i autonomii jednostek   | MIL_K2_K03, MIL_K2_K07                         | egzamin pisemny |
| K2  | jest wrażliwy na problemy psychologiczne, gotowy do komunikowania się i współpracy z otoczeniem – w tym z osobami nie będącymi specjalistami w danej dziedzinie oraz do aktywnego uczestnictwa w grupach i organizacjach realizujących działania na rzecz poprawy psychologicznego dobrostanu funkcjonowania środowiska pracy. | MIL_K2_K01, MIL_K2_K02, MIL_K2_K03, MIL_K2_K07 | egzamin pisemny |

### Bilans punktów ECTS

| <b>Forma aktywności studenta</b>                            | <b>Średnia liczba godzin* przeznaczonych na zrealizowane rodzaje zajęć</b> |
|---|--|
| wykład  | 20   |
| uczestnictwo w egzaminie                                    | 2  |
| przygotowanie do egzaminu                                   | 15   |
| studiowanie literatury wskazanej przez prowadzącego zajęcia | 10   |
| przygotowanie do zajęć                                      | 10   |
| konsultacje   | 15   |
| rozwiązywanie zadań   | 10   |
| samodzielna nauka dotycząca treści poruszanych na zajęciach | 15   |

|                                     |                             |                    |
|-------------------------------------|-----------------------------|--------------------|
| pozyskanie danych                   | 10                          |                    |
| <b>Łączny nakład pracy studenta</b> | <b>Liczba godzin</b><br>107 | <b>ECTS</b><br>4.0 |
| <b>Liczba godzin kontaktowych</b>   | <b>Liczba godzin</b><br>20  | <b>ECTS</b><br>0.8 |

\* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

## Treści programowe

| Lp. | Treści programowe  | Efekty uczenia się dla przedmiotu |
|-----|--|-----------------------------------|
| 1.  | Organizacja a zachowanie człowieka - ewolucja poglądów.  | W1, K1                            |
| 2.  | Postawy i role przyjmowane przez członków organizacji.   | W2, K2                            |
| 3.  | Zarządzanie, kierowanie i przywództwo w organizacji.   | W1, W2                            |
| 4.  | Teorie cech, zachowań i sytuacyjne a praktyka przywództwa organizacyjnego.   | W2                                |
| 5.  | Teoria podstaw władzy B.H. Ravena i jej znaczenie dla praktyki zarządzania   | K1, K2                            |
| 6.  | Teoria przywództwa sytuacyjnego K. Blancharda i znaczenie dla praktyki kierowania jednostką i zespołem.  | K1, K2                            |
| 7.  | Style kierowania wymagające zdecydowanych postaw od osoby zarządzającej: Instruktaż - specyfika stylu, zastosowanie. Delegowanie - specyfika stylu, zastosowanie.  | W2, U1, U2, K1, K2                |
| 8.  | Style kierowania współdzielące odpowiedzialność i kontrolę nad zadaniem - specyfika i zastosowanie   | W2, U1, U2, K1, K2                |
| 9.  | Etapy rozwoju zespołu a kierowanie. Specyfika kierowania zespołami w poszczególnych rodzajach organizacji. Specyfika zespołów wirtualnych i projektowych z punktu widzenia psychologii zarządzania.  | W2, U2, K1, K2                    |
| 10. | Kierowanie zmianą organizacyjną na poziomie: całej organizacji, zespołu pracowniczego, pojedynczego pracownika. Psychologiczne aspekty zarządzania zmianą organizacyjną uwzględniające specyfikę różnic indywidualnych oraz dynamikę funkcjonowania zespołu. | W2, U1, U2, K1, K2                |

## Informacje rozszerzone

### Metody nauczania:

metody e-learningowe, rozwiązywanie zadań, analiza przypadków, gra dydaktyczna, dyskusja, wykład konwersatoryjny, burza mózgów, inscenizacja, metoda sytuacyjna, analiza tekstów

| Rodzaj zajęć | Formy zaliczenia | Warunki zaliczenia przedmiotu |
|--------------|------------------|-------------------------------|
| wykład       | egzamin pisemny  | Zaliczenie egzaminu pisemnego |

## Wymagania wstępne i dodatkowe

Wiedza i umiejętności z zakresu pierwszego roku studiów (SUM); obecność wymagana zgodnie z aktualnym regulaminem studiów



Zarządzanie relacjami z klientem  
Karta opisu przedmiotu

**Informacje podstawowe**

|  |   |
|--|---|
| <b>Kierunek studiów</b><br>marketing i logistyka                               | <b>Cykl kształcenia</b><br>2023/24                      |
| <b>Ścieżka</b><br>-  | <b>Kod przedmiotu</b><br>UJ.WZMILN.240.5cc2edf94b683.23 |
| <b>Jednostka organizacyjna</b><br>Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej | <b>Języki wykładowe</b><br>Polski                       |
| <b>Poziom kształcenia</b><br>drugiego stopnia                                  | <b>Dyscypliny</b><br>Nauki o zarządzaniu i jakości      |
| <b>Forma studiów</b><br>studia niestacjonarne                                  | <b>Klasyfikacja ISCED</b><br>0414 Marketing i reklama   |
| <b>Profil studiów</b><br>ogólnoakademicki                                      |   |
| <b>Obligatoryjność</b><br>obowiązkowy  |   |

|                           |  |                                   |
|---------------------------|--|-----------------------------------|
| <b>Okres</b><br>Semestr 3 | <b>Forma weryfikacji uzyskanych efektów uczenia się</b><br>egzamin | <b>Liczba punktów ECTS</b><br>2.0 |
|                           | <b>Sposób realizacji i godziny zajęć</b><br>wykład: 10             |                                   |

**Cele kształcenia dla przedmiotu**

|    |   |
|----|---|
| C1 | Celem kursu jest przedstawienie specjalistycznej wiedzy z zakresu zarządzania relacjami z klientem. |
|----|---|

**Efekty uczenia się dla przedmiotu**

| Kod                                    | Efekty w zakresie   | Kierunkowe efekty uczenia się | Metody weryfikacji |
|--|---|-------------------------------|--------------------|
| <b>Wiedzy - Student zna i rozumie:</b> |   |                               |                    |
| W1                                     | podstawowe pojęcia z zakresu systemu zarządzania klientami. | MIL_K2_W02                    | projekt            |
| W2                                     | zasady budowy systemu zarządzania klientami.                | MIL_K2_W02                    | projekt            |

| <b>Umiejętności - Student potrafi:</b>                  |   |            |         |
|---|---|------------|---------|
| U1  | przygotować założenia wdrożenia systemu zarządzania klientami.    | MIL_K2_U01 | projekt |
| U2  | posługiwać się pojęciami z zakresu systemu zarządzania klientami. | MIL_K2_U01 | projekt |
| <b>Kompetencji społecznych - Student jest gotów do:</b> |   |            |         |
| K1  | opracowywania założeń systemu zarządzania klientami.              | MIL_K2_K01 | projekt |
| K2  | pracy w zespole.  | MIL_K2_K01 | projekt |

### Bilans punktów ECTS

| <b>Forma aktywności studenta</b>         | <b>Średnia liczba godzin* przeznaczonych na zrealizowane rodzaje zajęć</b> |                    |
|--|--|--------------------|
| wykład                                   | 10   |                    |
| przygotowanie projektu                   | 30   |                    |
| przygotowanie prezentacji multimedialnej | 15   |                    |
| <b>Łączny nakład pracy studenta</b>      | <b>Liczba godzin</b><br>55   | <b>ECTS</b><br>2.0 |
| <b>Liczba godzin kontaktowych</b>        | <b>Liczba godzin</b><br>10   | <b>ECTS</b><br>0.4 |

\* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

### Treści programowe

| <b>Lp.</b> | <b>Treści programowe</b>   | <b>Efekty uczenia się dla przedmiotu</b> |
|------------|--|--|
| 1.         | Zarządzanie relacjami z klientem (CRM) - wprowadzenie<br>- Podstawowe pojęcia z zakresu CRM<br>- Sposoby definiowania CRM<br>- Miejsce CRM w obszarze działań marketingowych<br>- Warunki i korzyści stosowania CRM                  | W1, W2, U1, U2                           |
| 2.         | System CRM w przedsiębiorstwie<br>- Etapy opracowania i wdrożenia CRM<br>- Główne korzyści dla firmy wynikające z wdrożenia CRM<br>- Warunki konieczne do wdrożenia CRM<br>- Zastosowanie CRM w polskich firmach - wybrane przykłady | W1, W2, U1, U2, K1, K2                   |

### Informacje rozszerzone

#### Metody nauczania:

analiza przypadków, wykład konwersatoryjny, wykład konwencjonalny

| <b>Rodzaj zajęć</b> | <b>Formy zaliczenia</b> | <b>Warunki zaliczenia przedmiotu</b>                    |
|---------------------|-------------------------|---|
| wykład              | projekt                 | Projekt zaliczeniowy - opracowanie planu wdrożenia CRM. |

## Zachowania konsumenckie

### Karta opisu przedmiotu

#### Informacje podstawowe

|   |   |
|---|---|
| <p><b>Kierunek studiów</b><br/>marketing i logistyka</p> <p><b>Ścieżka</b><br/>-</p> <p><b>Jednostka organizacyjna</b><br/>Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej</p> <p><b>Poziom kształcenia</b><br/>drugiego stopnia</p> <p><b>Forma studiów</b><br/>studia niestacjonarne</p> <p><b>Profil studiów</b><br/>ogólnoakademicki</p> <p><b>Obligatoryjność</b><br/>obowiązkowy</p> | <p><b>Cykl kształcenia</b><br/>2023/24</p> <p><b>Kod przedmiotu</b><br/>UJ.WZMILN.240.5cc2edf9684fb.23</p> <p><b>Języki wykładowe</b><br/>Polski</p> <p><b>Dyscypliny</b><br/>Nauki o zarządzaniu i jakości</p> <p><b>Klasyfikacja ISCED</b><br/>0414 Marketing i reklama</p> |
|---|---|

|                                   |   |   |
|-----------------------------------|---|---|
| <p><b>Okres</b><br/>Semestr 3</p> | <p><b>Forma weryfikacji uzyskanych efektów uczenia się</b><br/>egzamin</p> <p><b>Sposób realizacji i godziny zajęć</b><br/>wykład: 10</p> | <p><b>Liczba punktów ECTS</b><br/>2.0</p> |
|-----------------------------------|---|---|

#### Cele kształcenia dla przedmiotu

|    |   |
|----|---|
| C1 | Celem kursu jest przedstawienie specjalistycznej wiedzy z zakresu zachowań konsumentów i ich uwarunkowań. |
|----|---|

#### Efekty uczenia się dla przedmiotu

| Kod                                    | Efekty w zakresie                             | Kierunkowe efekty uczenia się | Metody weryfikacji |
|--|---|-------------------------------|--------------------|
| <b>Wiedzy - Student zna i rozumie:</b> |   |                               |                    |
| W1                                     | podstawowe mechanizmy zachowań konsumenckich. | MIL_K2_W02,<br>MIL_K2_W07     | projekt            |



|   |  |                           |         |
|---|--|---------------------------|---------|
| W2  | podstawowe uwarunkowania zachowań konsumenckich.                               | MIL_K2_W02,<br>MIL_K2_W07 | projekt |
| <b>Umiejętności - Student potrafi:</b>                  |  |                           |         |
| U1  | opisać i wskazać różnice w zachowaniu konsumentów w różnych grupach wiekowych. | MIL_K2_U02                | projekt |
| U2  | opisać i wskazać różnice w zachowaniu konsumentów na różnych rynkach.          | MIL_K2_U02                | projekt |
| <b>Kompetencji społecznych - Student jest gotów do:</b> |  |                           |         |
| K1  | analizy zachowań konsumentów.  | MIL_K2_K04                | projekt |
| K2  | pracy w zespole.   | MIL_K2_K04                | projekt |

### Bilans punktów ECTS

| Forma aktywności studenta             | Średnia liczba godzin* przeznaczonych na zrealizowane rodzaje zajęć |                    |
|---------------------------------------|---|--------------------|
| wykład                                | 10  |                    |
| przygotowanie projektu                | 30  |                    |
| zbieranie informacji do zadanej pracy | 20  |                    |
| <b>Łączny nakład pracy studenta</b>   | <b>Liczba godzin</b><br>60  | <b>ECTS</b><br>2.0 |
| <b>Liczba godzin kontaktowych</b>     | <b>Liczba godzin</b><br>10  | <b>ECTS</b><br>0.4 |

\* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

### Treści programowe

| Lp. | Treści programowe   | Efekty uczenia się dla przedmiotu |
|-----|---|-----------------------------------|
| 1.  | Istota i zakres zachowań konsumenckich<br>Podejmowanie decyzji o zakupie przez nabywców indywidualnych<br>- Charakterystyka etapów procesu decyzyjnego<br>- Rodzaje decyzji nabywczych<br>Metody badania zachowań nabywców i ich zastosowanie<br>- Jakościowe i ilościowe metody badań postaw konsumentów<br>- Segmentacja rynku - wybrane metodyki | W1, W2                            |
| 2.  | Uwarunkowania zachowań konsumenckich<br>- Wewnętrzne uwarunkowania zachowań konsumenckich<br>- Zewnętrzne uwarunkowania zachowań konsumenckich  | W1, W2, U1, U2, K1, K2            |
| 3.  | Zachowania konsumentów na wybranych rynkach.<br>- Zachowania konsumentów w wybranych grupach wiekowych<br>- Zachowania konsumentów w wybranych branżach   | W1, W2, U1, U2, K1, K2            |

## Informacje rozszerzone

### Metody nauczania:

analiza przypadków, wykład konwersatoryjny, wykład konwencjonalny

| Rodzaj zajęć | Formy zaliczenia | Warunki zaliczenia przedmiotu   |
|--------------|------------------|---|
| wykład       | projekt          | Projekt zaliczeniowy - prezentacje na wskazany przez wykładowcę temat |

Marketing bezpośredni  
Karta opisu przedmiotu

**Informacje podstawowe**

|   |   |
|---|---|
| <p><b>Kierunek studiów</b><br/>marketing i logistyka</p> <p><b>Ścieżka</b><br/>-</p> <p><b>Jednostka organizacyjna</b><br/>Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej</p> <p><b>Poziom kształcenia</b><br/>drugiego stopnia</p> <p><b>Forma studiów</b><br/>studia niestacjonarne</p> <p><b>Profil studiów</b><br/>ogólnoakademicki</p> <p><b>Obligatoryjność</b><br/>obowiązkowy</p> | <p><b>Cykl kształcenia</b><br/>2023/24</p> <p><b>Kod przedmiotu</b><br/>UJ.WZMILN.240.5cc2edf9843cb.23</p> <p><b>Języki wykładowe</b><br/>Polski</p> <p><b>Dyscypliny</b><br/>Nauki o zarządzaniu i jakości</p> <p><b>Klasyfikacja ISCED</b><br/>0414 Marketing i reklama</p> |
|---|---|

|                                   |   |   |
|-----------------------------------|---|---|
| <p><b>Okres</b><br/>Semestr 3</p> | <p><b>Forma weryfikacji uzyskanych efektów uczenia się</b><br/>egzamin</p> <p><b>Sposób realizacji i godziny zajęć</b><br/>wykład: 10</p> | <p><b>Liczba punktów ECTS</b><br/>2.0</p> |
|-----------------------------------|---|---|

**Cele kształcenia dla przedmiotu**

|    |   |
|----|---|
| C1 | Celem kursu jest zdobycie specjalistycznej wiedzy z zakresu form marketingu bezpośredniego i organizacji procesu. |
|----|---|

**Efekty uczenia się dla przedmiotu**

| Kod                             | Efekty w zakresie | Kierunkowe efekty uczenia się | Metody weryfikacji |
|---------------------------------|-------------------|-------------------------------|--------------------|
| Wiedzy - Student zna i rozumie: |                   |                               |                    |

|   |   |            |         |
|---|---|------------|---------|
| W1  | podstawowe elementy planowania procesu sprzedaży z uwzględnieniem miejsca sprzedaży, szkolenia personelu sprzedażowego oraz przygotowania oferty posprzedażowej.    | MIL_K2_W02 | projekt |
| W2  | podstawowe elementy organizowania procesu sprzedaży z uwzględnieniem miejsca sprzedaży, szkolenia personelu sprzedażowego oraz przygotowania oferty posprzedażowej. | MIL_K2_W02 | projekt |
| <b>Umiejętności - Student potrafi:</b>                  |   |            |         |
| U1  | zaplanować proces marketingu bezpośredniego.  | MIL_K2_U02 | projekt |
| U2  | przygotować plan wdrożenia działań marketingu bezpośredniego.   | MIL_K2_U02 | projekt |
| <b>Kompetencji społecznych - Student jest gotów do:</b> |   |            |         |
| K1  | opracowania skryptu rozmowy sprzedażowej  | MIL_K2_K01 | projekt |
| K2  | pracy w zespole.  | MIL_K2_K01 | projekt |

### Bilans punktów ECTS

| Forma aktywności studenta             | Średnia liczba godzin* przeznaczonych na zrealizowane rodzaje zajęć |                    |
|---------------------------------------|---|--------------------|
| wykład                                | 10  |                    |
| przygotowanie projektu                | 20  |                    |
| zbieranie informacji do zadanej pracy | 20  |                    |
| <b>Łączny nakład pracy studenta</b>   | <b>Liczba godzin</b><br>50  | <b>ECTS</b><br>2.0 |
| <b>Liczba godzin kontaktowych</b>     | <b>Liczba godzin</b><br>10  | <b>ECTS</b><br>0.4 |

\* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

### Treści programowe

| Lp. | Treści programowe  | Efekty uczenia się dla przedmiotu |
|-----|--|-----------------------------------|
| 1.  | Charakterystyka i formy marketingu bezpośredniego<br>- Istota sprzedaży bezpośredniej<br>- Korzyści z marketingu bezpośredniego oraz jego rozwój<br>- Problemy etyczne w marketingu bezpośrednim | W1, W2                            |
| 2.  | Podstawowe formy marketingu bezpośredniego<br>- Sprzedaż wysyłkowa<br>- Telemarketing<br>- Direct mail   | W1, W2, U1, U2, K1, K2            |

|    |  |                        |
|----|--|------------------------|
| 3. | Przebieg procesu sprzedaży osobistej<br>- Poszukiwanie potencjalnych klientów ich selekcja<br>- Kontakt wstępny z potencjalnym klientem i pierwsza wizyta<br>- Prezentacja oferty i pokonywanie wątpliwości klienta<br>- Finalizowanie procesu sprzedaży | W1, W2, U1, U2, K1, K2 |
|----|--|------------------------|

### Informacje rozszerzone

#### Metody nauczania:

analiza przypadków, wykład konwersatoryjny, wykład konwencjonalny

| Rodzaj zajęć | Formy zaliczenia | Warunki zaliczenia przedmiotu   |
|--------------|------------------|---|
| wykład       | projekt          | Projekt zaliczeniowy - opracowanie skryptu rozmowy sprzedażowej na konkretnym przykładzie |

Logistyka międzynarodowa  
Karta opisu przedmiotu

**Informacje podstawowe**

|   |   |
|---|---|
| <p><b>Kierunek studiów</b><br/>marketing i logistyka</p> <p><b>Ścieżka</b><br/>-</p> <p><b>Jednostka organizacyjna</b><br/>Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej</p> <p><b>Poziom kształcenia</b><br/>drugiego stopnia</p> <p><b>Forma studiów</b><br/>studia niestacjonarne</p> <p><b>Profil studiów</b><br/>ogólnoakademicki</p> <p><b>Obligatoryjność</b><br/>obowiązkowy</p> | <p><b>Cykl kształcenia</b><br/>2023/24</p> <p><b>Kod przedmiotu</b><br/>UJ.WZMILN.240.5cc2edf9a0332.23</p> <p><b>Języki wykładowe</b><br/>Polski</p> <p><b>Dyscypliny</b><br/>Nauki o zarządzaniu i jakości</p> <p><b>Klasyfikacja ISCED</b><br/>0413 Zarządzanie i administracja</p> |
|---|---|

|                                   |   |   |
|-----------------------------------|---|---|
| <p><b>Okres</b><br/>Semestr 3</p> | <p><b>Forma weryfikacji uzyskanych efektów uczenia się</b><br/>egzamin</p> <p><b>Sposób realizacji i godziny zajęć</b><br/>wykład: 10</p> | <p><b>Liczba punktów ECTS</b><br/>2.0</p> |
|-----------------------------------|---|---|

**Cele kształcenia dla przedmiotu**

|    |  |
|----|--|
| C1 | Celem kursu jest zdobycie specjalistycznej wiedzy z zakresu problemów logistyki międzynarodowej, pokazanie złożoności i wieloaspektowości międzynarodowych systemów logistycznych oraz uwarunkowań kształtowania logistyki w ujęciu międzynarodowym. |
|----|--|

**Efekty uczenia się dla przedmiotu**

| Kod                                    | Efekty w zakresie                          | Kierunkowe efekty uczenia się | Metody weryfikacji |
|--|--|-------------------------------|--------------------|
| <b>Wiedzy - Student zna i rozumie:</b> |  |                               |                    |
| W1                                     | pojęcia rozwoju logistyki międzynarodowej. | MIL_K2_W02                    | projekt            |

|   |   |                        |         |
|---|---|------------------------|---------|
| W2  | uwarunkowania rozwoju logistyki międzynarodowej.  | MIL_K2_W02             | projekt |
| <b>Umiejętności - Student potrafi:</b>                  |   |                        |         |
| U1  | zdefiniować logistykę międzynarodową i rozumie jej specyfikę.                                   | MIL_K2_U02             | projekt |
| U2  | zidentyfikować podmioty uczestniczące w międzynarodowych procesach logistycznych.               | MIL_K2_U02             | projekt |
| <b>Kompetencji społecznych - Student jest gotów do:</b> |   |                        |         |
| K1  | student jest gotów wykorzystać wiedzę z zakresu logistyki międzynarodowej do analizy przypadków | MIL_K2_K01, MIL_K2_K04 | projekt |
| K2  | pracy w zespole.  | MIL_K2_K01, MIL_K2_K04 | projekt |

### Bilans punktów ECTS

| Forma aktywności studenta             | Średnia liczba godzin* przeznaczonych na zrealizowane rodzaje zajęć |                    |
|---------------------------------------|---|--------------------|
| wykład                                | 10  |                    |
| przygotowanie projektu                | 30  |                    |
| zbieranie informacji do zadanej pracy | 20  |                    |
| <b>Łączny nakład pracy studenta</b>   | <b>Liczba godzin</b><br>60  | <b>ECTS</b><br>2.0 |
| <b>Liczba godzin kontaktowych</b>     | <b>Liczba godzin</b><br>10  | <b>ECTS</b><br>0.4 |

\* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

### Treści programowe

| Lp. | Treści programowe  | Efekty uczenia się dla przedmiotu |
|-----|--|-----------------------------------|
| 1.  | - Istota logistyki międzynarodowej - pojęcie, przyczyny rozwoju, specyfika<br>- Charakterystyka podmiotów uczestniczących w międzynarodowych procesach logistycznych | W1, W2                            |
| 2.  | - Uwarunkowania zaopatrzenia w logistyce międzynarodowej<br>- Światowe mega trendy i przejawy rozwoju usług logistycznych  | W1, W2, U1, U2                    |
| 3.  | - Strategie korporacji transnarodowych w zakresie logistyki międzynarodowej<br>- Roli obsługi klienta w logistyce międzynarodowej                                    | W1, W2, U1, U2, K1, K2            |
| 4.  | - Ryzyko w międzynarodowych sieciach dostaw<br>- Tendencje rozwoju logistyki międzynarodowej   | W1, W2, U1, U2, K1, K2            |

### Informacje rozszerzone

#### Metody nauczania:

analiza przypadków, wykład konwersatoryjny, wykład konwencjonalny

| <b>Rodzaj zajęć</b> | <b>Formy zaliczenia</b> | <b>Warunki zaliczenia przedmiotu</b>   |
|---------------------|-------------------------|--|
| wykład              | projekt                 | Projekt zaliczeniowy - grupowy, prezentacja na wskazany przez wykładowcę temat |





Informatyczne systemy zarządzania  
Karta opisu przedmiotu

**Informacje podstawowe**

|  |   |
|--|---|
| <b>Kierunek studiów</b><br>marketing i logistyka                               | <b>Cykl kształcenia</b><br>2023/24                            |
| <b>Ścieżka</b><br>-  | <b>Kod przedmiotu</b><br>UJ.WZMILN.240.5cc0345e7d26b.23       |
| <b>Jednostka organizacyjna</b><br>Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej | <b>Języki wykładowe</b><br>Polski                             |
| <b>Poziom kształcenia</b><br>drugiego stopnia                                  | <b>Dyscypliny</b><br>Nauki o zarządzaniu i jakości            |
| <b>Forma studiów</b><br>studia niestacjonarne                                  | <b>Klasyfikacja ISCED</b><br>0413 Zarządzanie i administracja |
| <b>Profil studiów</b><br>ogólnoakademicki                                      |   |
| <b>Obligatoryjność</b><br>fakultatywny   |   |

|                           |   |                                   |
|---------------------------|---|-----------------------------------|
| <b>Okres</b><br>Semestr 3 | <b>Forma weryfikacji uzyskanych efektów uczenia się</b><br>zaliczenie | <b>Liczba punktów ECTS</b><br>2.0 |
|                           | <b>Sposób realizacji i godziny zajęć</b><br>ćwiczenia: 10             |                                   |

**Cele kształcenia dla przedmiotu**

|    |   |
|----|---|
| C1 | Głównym celem zajęć jest przekazanie studentom wiedzy na temat systemów informatycznych zarządzania przedsiębiorstwem.  |
| C2 | Celem jest również zapoznanie studentów z możliwościami i ograniczeniami procesu informatyzacji przedsiębiorstwa.   |
| C3 | Przedmiot ten ma pomóc studentom w zrozumieniu istotnych problemów występujących podczas wdrażania, administracji oraz obsługi współczesnych systemów informatycznych wspomagających zarządzanie firmą. |

**Efekty uczenia się dla przedmiotu**

| Kod | Efekty w zakresie | Kierunkowe efekty uczenia się | Metody weryfikacji |
|-----|-------------------|-------------------------------|--------------------|
|-----|-------------------|-------------------------------|--------------------|

| <b>Wiedzy - Student zna i rozumie:</b>                  |  |  |            |
|---|--|--|------------|
| W1  | podstawowe zasady działania i zarządzania systemami informatycznymi w przedsiębiorstwie.   | MIL_K2_W10   | zaliczenie |
| W2  | student zna definicje oraz typologie systemów informatycznych stosowanych we współczesnych przedsiębiorstwach.   | MIL_K2_W10   | zaliczenie |
| <b>Umiejętności - Student potrafi:</b>                  |  |  |            |
| U1  | zidentyfikować istotne problemy występujące podczas wdrażania, administracji oraz obsługi współczesnych systemów informatycznych wspomagających zarządzanie firmą. | MIL_K2_U04, MIL_K2_U05, MIL_K2_U06, MIL_K2_U07             | zaliczenie |
| U2  | zidentyfikować i wykorzystać efekty zastosowania informatycznych systemów zarządzania w przedsiębiorstwie.   | MIL_K2_U03, MIL_K2_U04, MIL_K2_U05, MIL_K2_U06, MIL_K2_U07 | zaliczenie |
| <b>Kompetencji społecznych - Student jest gotów do:</b> |  |  |            |
| K1  | rozwiązywania problemów związanych z zastosowaniem wybranych systemów informatycznych wspomagających proces zarządzania przedsiębiorstwem.                         | MIL_K2_K01, MIL_K2_K02                                     | zaliczenie |
| K2  | podejmowania samodzielnych decyzji uwzględniając efekty zastosowania informatycznych systemów zarządzania przedsiębiorstwem.                                       | MIL_K2_K05, MIL_K2_K08                                     | zaliczenie |

### **Bilans punktów ECTS**

| <b>Forma aktywności studenta</b>                            | <b>Średnia liczba godzin* przeznaczonych na zrealizowane rodzaje zajęć</b> |                    |
|---|--|--------------------|
| ćwiczenia   | 10   |                    |
| przygotowanie do ćwiczeń                                    | 10   |                    |
| samodzielna nauka dotycząca treści poruszanych na zajęciach | 10   |                    |
| Samodzielne rozwiązywanie zadań komputerowych               | 10   |                    |
| studiowanie literatury wskazanej przez prowadzącego zajęcia | 5  |                    |
| przygotowanie się do sprawdzianu zaliczeniowego             | 15   |                    |
| <b>Łączny nakład pracy studenta</b>                         | <b>Liczba godzin</b><br>60   | <b>ECTS</b><br>2.0 |
| <b>Liczba godzin kontaktowych</b>                           | <b>Liczba godzin</b><br>10   | <b>ECTS</b><br>0.4 |

\* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

## Treści programowe

| Lp. | Treści programowe   | Efekty uczenia się dla przedmiotu |
|-----|---|-----------------------------------|
| 1.  | Rola systemów informatycznych w zarządzaniu przedsiębiorstwem.<br>Generacje systemów Informatycznych.<br>Modułowość systemów informatycznych.   | W1, W2, K1, K2                    |
| 2.  | Integracja systemów informatycznych.<br>Proces wdrażania, użytkowania i utrzymania systemów zintegrowanych.<br>Korzyści i ograniczenia wykorzystania zintegrowanych systemów zarządzania przedsiębiorstwem.   | W1, U1, U2, K1                    |
| 3.  | Przegląd systemów informatycznych wspomagających zarządzanie firmą:<br>1. Zintegrowane systemy informatyczne klasy MRP/ERP II.<br>2. Zarządzanie relacjami z kontrahentami (CRM - Customer Relationship Management)<br>3. Zintegrowane systemy zarządzania zasobami informacyjnymi w przedsiębiorstwie (ECM - Enterprise Content Management)<br>4. System zarządzania dokumentami (DMS - Document Management System)<br>5. Zaawansowane narzędzia do analizy danych (Excel, Statistica, SPSS) | W1, W2, U1, U2, K1, K2            |

## Informacje rozszerzone

### Metody nauczania:

konsultacje, ćwiczenia przedmiotowe, analiza przypadków, wykład z prezentacją multimedialną

| Rodzaj zajęć | Formy zaliczenia | Warunki zaliczenia przedmiotu               |
|--------------|------------------|---|
| ćwiczenia    | zaliczenie       | Pozytywna ocena z kolokwium zaliczeniowego. |

## Wymagania wstępne i dodatkowe

Znajomość pakietu Office

## Negocjacje w biznesie

### Karta opisu przedmiotu

#### Informacje podstawowe

|  |   |
|--|---|
| <p><b>Kierunek studiów</b><br/>marketing i logistyka</p> <p><b>Ścieżka</b><br/>-</p> <p><b>Jednostka organizacyjna</b><br/>Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej</p> <p><b>Poziom kształcenia</b><br/>drugiego stopnia</p> <p><b>Forma studiów</b><br/>studia niestacjonarne</p> <p><b>Profil studiów</b><br/>ogólnoakademicki</p> <p><b>Obligatoryjność</b><br/>fakultatywny</p> | <p><b>Cykl kształcenia</b><br/>2023/24</p> <p><b>Kod przedmiotu</b><br/>UJ.WZMILN.240.620b6eb8f0e0d.23</p> <p><b>Języki wykładowe</b><br/>Polski</p> <p><b>Dyscypliny</b><br/>Psychologia</p> <p><b>Klasyfikacja ISCED</b><br/>0313 Psychologia</p> |
|--|---|

|                                   |   |   |
|-----------------------------------|---|---|
| <p><b>Okres</b><br/>Semestr 3</p> | <p><b>Forma weryfikacji uzyskanych efektów uczenia się</b><br/>egzamin</p> <p><b>Sposób realizacji i godziny zajęć</b><br/>wykład: 10</p> | <p><b>Liczba punktów ECTS</b><br/>2.0</p> |
|-----------------------------------|---|---|

#### Cele kształcenia dla przedmiotu

|    |   |
|----|---|
| C1 | Celem zajęć jest zapoznanie uczestników ze współczesnym stanem wiedzy na temat negocjacji oraz ukształtowanie zachowań przydatnych dla praktyki prowadzenia negocjacji. |
|----|---|

#### Efekty uczenia się dla przedmiotu

| Kod                             | Efekty w zakresie | Kierunkowe efekty uczenia się | Metody weryfikacji |
|---------------------------------|-------------------|-------------------------------|--------------------|
| Wiedzy - Student zna i rozumie: |                   |                               |                    |

|   |  |            |                 |
|---|--|------------|-----------------|
| W1  | zna koncepcje negocjacji obecne we wspolczesnym dorobku teoretycznym (terminologię, style i wybrane techniki negocjacji oraz sposoby rozwiązywania konfliktów) i odnosi je do rzeczywistych problemów zarządzania. | MIL_K2_W07 | egzamin pisemny |
| W2  | potrafi wskazać elementy wspólne dla poszczególnych modeli negocjacji oraz elementy je różnicujące. Odnosi informacje teoretyczne do zastosowania w sytuacjach biznesowych.  | MIL_K2_W07 | egzamin pisemny |
| <b>Umiejętności - Student potrafi:</b>                  |  |            |                 |
| U1  | potrafi wykorzystać w praktyce wiedzę z zakresu negocjacji: w sytuacjach negocjacji handlowych.  | MIL_K2_U02 | egzamin pisemny |
| <b>Kompetencji społecznych - Student jest gotów do:</b> |  |            |                 |
| K1  | potrafi zastosować działania z zakresu negocjacji dla rozwoju swojej działalności jako przedsiębiorcy lub menedżera  | MIL_K2_K02 | egzamin pisemny |
| K2  | używa narzędzi i technik negocjacyjnych rozumiejąc kontekst społecznej odpowiedzialności biznesu i budowania długoterminowej współpracy z drugą stroną rozmów negocjacyjnych.                                      | MIL_K2_K07 | egzamin pisemny |

### Bilans punktów ECTS

| Forma aktywności studenta           | Średnia liczba godzin* przeznaczonych na zrealizowane rodzaje zajęć |                    |
|-------------------------------------|---|--------------------|
| wykład                              | 10  |                    |
| uczestnictwo w egzaminie            | 2   |                    |
| przygotowanie do egzaminu           | 15  |                    |
| rozwiązywanie zadań problemowych    | 10  |                    |
| przygotowanie do ćwiczeń            | 10  |                    |
| konsultacje                         | 10  |                    |
| <b>Łączny nakład pracy studenta</b> | <b>Liczba godzin</b><br>57  | <b>ECTS</b><br>2.0 |
| <b>Liczba godzin kontaktowych</b>   | <b>Liczba godzin</b><br>10  | <b>ECTS</b><br>0.4 |

\* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

### Treści programowe

| Lp. | Treści programowe | Efekty uczenia się dla przedmiotu |
|-----|-------------------|-----------------------------------|
|-----|-------------------|-----------------------------------|

|     |   |                    |
|-----|---|--------------------|
| 1.  | Pojęcie negocjacji i sposoby rozumienia negocjacji (proces z dającymi się wyróżnić etapami, rozwiązywanie dylematów w postawie negocjatora, zestaw narzędzi i technik, strategia komunikacji interpersonalnej). Znaczenie negocjacji w życiu społecznym oraz w sytuacjach zawodowych. | W1, W2             |
| 2.  | Konflikt: współczesny i tradycyjny pogląd na konflikt, struktura konfliktu, kierowanie konfliktem. Negocjacje metodą rozwiązywania konfliktów. Alternatywne wobec negocjacji metody rozwiązywania konfliktów w biznesie: facylitacje, mediacje, arbitraż, sąd.                        | W1, W2             |
| 3.  | Uwarunkowania pomyślnych negocjacji. Ekonomiczne źródła korzystnego porozumienia. Kiedy podejmować, a kiedy nie podejmować negocjacji. Powody dla, których ludzie unikają negocjacji. Ćwiczenie praktyczne.   | W1, W2, U1, K1, K2 |
| 4.  | Style negocjacji - dystrybutywne i integracyjne. Negocjacje: miękkie, twarde, przyjacielskie, partnerskie, unikanie. Zalety i wady różnych stylów. Zasady integracyjnych negocjacji. Ćwiczenie praktyczne.  | W1, W2, U1, K1, K2 |
| 5.  | Negocjacje jako proces z dającymi się wyróżnić etapami. Fazy procesu negocjacji. Przygotowanie do negocjacji. Ćwiczenia modelu podczas symulacji realnych sytuacji.   | W1, W2, U1, K1, K2 |
| 6.  | Negocjacje jako zestaw narzędzi i technik. Stosowanie technik i ich neutralizowanie w negocjacjach. Negocjacje nastawione na podpisanie umowy a negocjacje nastawione na wdrożenie umowy. Wybrane zasady budowania długoterminowej współpracy w trakcie negocjacji.                   | W1, W2, U1, K1     |
| 7.  | Bariery współpracy i osiągnięcia porozumienia w negocjacjach. Reakcja. Osiągnięcie przełomu w negocjacjach. Kompensacja - wyrównanie strat lub kosztów. Teoria gier w negocjacjach.   | W1, W2, K1, K2     |
| 8.  | Negocjacje jako rozwiązywanie dylematów w postawie negocjatora. Cechy dobrego negocjatora. Role i zadania w zespole negocjacyjnym.  | W1, W2, K1         |
| 9.  | Błędy negocjacyjne i wskazówki dotyczące prowadzenia skutecznych negocjacji.  | W1, W2, U1, K1, K2 |
| 10. | Negocjacje jako strategia komunikacji interpersonalnej. Ćwiczenie integrujące wiedzę z zakresu komunikacji interpersonalnej z wiedzą i umiejętnościami prowadzenia negocjacji.  | W1, W2, U1, K1, K2 |

## Informacje rozszerzone

### Metody nauczania:

konsultacje, rozwiązywanie zadań, analiza przypadków, gra dydaktyczna, dyskusja, wykład konwersatoryjny, burza mózgów, inscenizacja, analiza tekstów

| Rodzaj zajęć | Formy zaliczenia | Warunki zaliczenia przedmiotu |
|--------------|------------------|-------------------------------|
| wykład       | egzamin pisemny  | Zaliczenie egzaminu pisemnego |

## Wymagania wstępne i dodatkowe

Zdobycie wiedzy i umiejętności określonych na wcześniejszych semestrach studiów dla danego kierunku.

Mowa ciała  
Karta opisu przedmiotu

**Informacje podstawowe**

|  |   |
|--|---|
| <p><b>Kierunek studiów</b><br/>marketing i logistyka</p> <p><b>Ścieżka</b><br/>-</p> <p><b>Jednostka organizacyjna</b><br/>Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej</p> <p><b>Poziom kształcenia</b><br/>drugiego stopnia</p> <p><b>Forma studiów</b><br/>studia niestacjonarne</p> <p><b>Profil studiów</b><br/>ogólnoakademicki</p> <p><b>Obligatoryjność</b><br/>fakultatywny</p> | <p><b>Cykl kształcenia</b><br/>2023/24</p> <p><b>Kod przedmiotu</b><br/>UJ.WZMILN.240.5cc2edf9e8a5d.23</p> <p><b>Języki wykładowe</b><br/>Polski</p> <p><b>Dyscypliny</b><br/>Psychologia</p> <p><b>Klasyfikacja ISCED</b><br/>0313 Psychologia</p> |
|--|---|

|                                   |  |   |
|-----------------------------------|--|---|
| <p><b>Okres</b><br/>Semestr 3</p> | <p><b>Forma weryfikacji uzyskanych efektów uczenia się</b><br/>zaliczenie na ocenę</p> <p><b>Sposób realizacji i godziny zajęć</b><br/>ćwiczenia: 10</p> | <p><b>Liczba punktów ECTS</b><br/>2.0</p> |
|-----------------------------------|--|---|

**Cele kształcenia dla przedmiotu**

|    |   |
|----|---|
| C1 | zapoznać z podstawowymi zasadami funkcjonowania i interpretowania zachowań pozawerbalnych |
| C2 | kształtować umiejętności oraz kompetencje związane z ekspresją ciała                      |

**Efekty uczenia się dla przedmiotu**

| Kod                                    | Efekty w zakresie                        | Kierunkowe efekty uczenia się | Metody weryfikacji                                 |
|--|--|-------------------------------|--|
| <b>Wiedzy - Student zna i rozumie:</b> |  |                               |  |
| W1                                     | zasady percepcji zachowań pozawerbalnych | MIL_K2_W07,<br>MIL_K2_W08     | zaliczenie na ocenę,<br>projekt, esej, prezentacja |

|   |  |  |  |
|---|--|--|--|
| W2  | różnice kulturowe w sposobie wyrażania się i interpretowania zachowań pozawerbalnych | MIL_K2_W07,<br>MIL_K2_W08  | zaliczenie na ocenę,<br>projekt, esej, prezentacja |
| <b>Umiejętności - Student potrafi:</b>                  |  |  |  |
| U1  | interpretować zachowania pozawerbalne  | MIL_K2_U02, MIL_K2_U05   | zaliczenie na ocenę,<br>projekt, prezentacja       |
| U2  | wykorzystywać pozawerbalne znaki w negocjacjach i wystąpieniach publicznych          | MIL_K2_U03, MIL_K2_U06   | zaliczenie na ocenę,<br>projekt, prezentacja       |
| <b>Kompetencje społecznych - Student jest gotów do:</b> |  |  |  |
| K1  | pozawerbalnego okazywania szacunku innym osobom                                      | MIL_K2_K01, MIL_K2_K02,<br>MIL_K2_K03, MIL_K2_K07,<br>MIL_K2_K08 | zaliczenie na ocenę,<br>projekt, prezentacja       |
| K2  | rozwijania umiejętności pozawerbalnej ekspresji                                      | MIL_K2_K02, MIL_K2_K03,<br>MIL_K2_K07                            | zaliczenie na ocenę,<br>projekt, prezentacja       |

### Bilans punktów ECTS

| Forma aktywności studenta                                   | Średnia liczba godzin* przeznaczonych na zrealizowane rodzaje zajęć |                    |
|---|---|--------------------|
| ćwiczenia   | 10  |                    |
| przygotowanie projektu                                      | 25  |                    |
| zbieranie informacji do zadanej pracy                       | 10  |                    |
| studiowanie literatury wskazanej przez prowadzącego zajęcia | 15  |                    |
| <b>Łączny nakład pracy studenta</b>                         | <b>Liczba godzin</b><br>60  | <b>ECTS</b><br>2.0 |
| <b>Liczba godzin kontaktowych</b>                           | <b>Liczba godzin</b><br>10  | <b>ECTS</b><br>0.4 |

\* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

### Treści programowe

| Lp. | Treści programowe  | Efekty uczenia się dla przedmiotu |
|-----|--|-----------------------------------|
| 1.  | Pozawerbalne kody ciała - proksemika, kinetyka, chronemika, postawy, gesty, mimika | W1, W2, U1, U2                    |
| 2.  | Pozawerbalne taktyki perswazji i negocjacji  | W2, U2, K1                        |
| 3.  | Pozawerbalne aspekty wystąpień publicznych   | U2, K2                            |
| 4.  | Różnice kulturowe w ekspresji ciała i sposobie jej postrzegania                    | W1, W2                            |
| 5.  | Pozawerbalne aspekty tworzenia wizerunku i autoprezentacji                         | W2, K2                            |



## Informacje rozszerzone

### Metody nauczania:

analiza przypadków, dyskusja, wykład z prezentacją multimedialną, wykład konwencjonalny, inscenizacja, metoda projektów

| Rodzaj zajęć | Formy zaliczenia                                | Warunki zaliczenia przedmiotu  |
|--------------|---|--|
| ćwiczenia    | zaliczenie na ocenę, projekt, esej, prezentacja | Zaliczenie przez napisanie pracy pisemnej lub przygotowanie projektu rozwiązań i zaprezentowanie go przed grupą zajęciową. |

### Wymagania wstępne i dodatkowe

Wymagany jest udział w zajęciach (nieobecność można usprawiedliwić dodatkową pracą uzgodnioną z prowadzącym)

Analiza rynku  
Karta opisu przedmiotu

**Informacje podstawowe**

|  |   |
|--|---|
| <p><b>Kierunek studiów</b><br/>marketing i logistyka</p> <p><b>Ścieżka</b><br/>-</p> <p><b>Jednostka organizacyjna</b><br/>Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej</p> <p><b>Poziom kształcenia</b><br/>drugiego stopnia</p> <p><b>Forma studiów</b><br/>studia niestacjonarne</p> <p><b>Profil studiów</b><br/>ogólnoakademicki</p> <p><b>Obligatoryjność</b><br/>fakultatywny</p> | <p><b>Cykl kształcenia</b><br/>2023/24</p> <p><b>Kod przedmiotu</b><br/>UJ.WZMILN.240.5cc0345e9a3e7.23</p> <p><b>Języki wykładowe</b><br/>Polski</p> <p><b>Dyscypliny</b><br/>Nauki o zarządzaniu i jakości</p> <p><b>Klasyfikacja ISCED</b><br/>0413 Zarządzanie i administracja</p> |
|--|---|

|                                   |   |   |
|-----------------------------------|---|---|
| <p><b>Okres</b><br/>Semestr 3</p> | <p><b>Forma weryfikacji uzyskanych efektów uczenia się</b><br/>egzamin</p> <p><b>Sposób realizacji i godziny zajęć</b><br/>konwersatorium: 20</p> | <p><b>Liczba punktów ECTS</b><br/>3.0</p> |
|-----------------------------------|---|---|

**Cele kształcenia dla przedmiotu**

|    |   |
|----|---|
| C1 | Celem kursu jest przekazane wiedzy na temat podstawowych metod stosowanych do analizy wybranych obszarów rynku. |
|----|---|

**Efekty uczenia się dla przedmiotu**

| Kod                                    | Efekty w zakresie               | Kierunkowe efekty uczenia się | Metody weryfikacji |
|--|---------------------------------|-------------------------------|--------------------|
| <b>Wiedzy - Student zna i rozumie:</b> |                                 |                               |                    |
| W1                                     | mechanizm funkcjonowania rynku. | MIL_K2_W02                    | projekt            |

|   |  |            |         |
|---|--|------------|---------|
| W2  | podstawowe metody stosowane do analizy wybranych obszarów rynku. | MIL_K2_W02 | projekt |
| <b>Umiejętności - Student potrafi:</b>                  |  |            |         |
| U1  | dobrać właściwe metody do analizy konkretnego przypadku.         | MIL_K2_U03 | projekt |
| U2  | przeanalizować wybrane zjawiska rynkowe.                         | MIL_K2_U03 | projekt |
| <b>Kompetencji społecznych - Student jest gotów do:</b> |  |            |         |
| K1  | analizy konkretnego przypadku.                                   | MIL_K2_K01 | projekt |
| K2  | pracy w zespole.   | MIL_K2_K01 | projekt |

### Bilans punktów ECTS

| Forma aktywności studenta                | Średnia liczba godzin* przeznaczonych na zrealizowane rodzaje zajęć |                    |
|--|---|--------------------|
| konwersatorium                           | 20  |                    |
| przygotowanie projektu                   | 30  |                    |
| zbieranie informacji do zadanej pracy    | 15  |                    |
| przygotowanie prezentacji multimedialnej | 10  |                    |
| <b>Łączny nakład pracy studenta</b>      | <b>Liczba godzin</b><br>75  | <b>ECTS</b><br>3.0 |
| <b>Liczba godzin kontaktowych</b>        | <b>Liczba godzin</b><br>20  | <b>ECTS</b><br>0.8 |

\* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

### Treści programowe

| Lp. | Treści programowe  | Efekty uczenia się dla przedmiotu |
|-----|--|-----------------------------------|
| 1.  | Istota analizy rynku<br>- Analiza jako metoda naukowa<br>- Źródła danych<br>- Zasady, etapy i cele analizy rynku<br>- Zastosowania wyników analizy i ich interpretacja<br>- Analiza rynku a badania marketingowe | W1, W2                            |
| 2.  | Rynek jako przedmiot analizy<br>- Pojęcie rynku<br>- Rynek jako układ<br>- Rynek jako system<br>- Relacje pomiędzy elementami rynku<br>- Analiza mechanizmu rynkowego  | W1, W2                            |

|    |   |                        |
|----|---|------------------------|
| 3. | <p>Cenowa i dochodowa analiza pojemności rynku</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Potrzeby jako wyznacznik pojemności rynku; zależności pomiędzy potrzebami, spożyciem, podażą i popytem,</li> <li>- Istniejące hierarchie potrzeb a współczesne trendy kreowania, wzmacniania potrzeb, skłonności i przyzwyczajęń; substytucja i komplementarność na współczesnych rynkach</li> <li>- Wpływ dochodów na pojemność rynku: wskaźniki elastyczności dochodowej wartościowy, ilościowy i cenowy</li> <li>- Wpływ cen na pojemność rynku: wskaźniki elastyczności cenowej wartościowy i ilościowy</li> <li>- Elastyczność krzyżowa</li> <li>- Aktualne przejawy paradoksów rynkowych</li> </ul> | W1, W2, U1, U2, K1, K2 |
| 4. | <p>Analiza chłonności rynku</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Pojemność a chłonność rynku</li> <li>- Analiza przewidywanej chłonności rynku</li> <li>- Model substytucji</li> </ul>  | W1, W2, U1, U2, K1, K2 |
| 5. | <p>Analiza aktywizacji potrzeb i popytu</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Analiza popytu kształtującego się</li> <li>- Analiza trendów i wahań sezonowych</li> <li>- Budowa i interpretacja modeli trendu oraz ich parametrów</li> <li>- Metody wyznaczania wskaźników wahań okresowych</li> <li>- Analiza i interpretacja wahań sezonowych</li> </ul>   | W1, W2, U1, U2, K1, K2 |

### Informacje rozszerzone

#### Metody nauczania:

analiza przypadków, wykład konwersatoryjny, wykład konwencjonalny

| Rodzaj zajęć   | Formy zaliczenia | Warunki zaliczenia przedmiotu   |
|----------------|------------------|---|
| konwersatorium | projekt          | Projekt zaliczeniowy - analiza wybranego rynku branżowego z zastosowaniem wybranych metod analizy |



## Stres i wypalenie zawodowe Karta opisu przedmiotu

### Informacje podstawowe

|  |   |
|--|---|
| <b>Kierunek studiów</b><br>marketing i logistyka                               | <b>Cykl kształcenia</b><br>2023/24                      |
| <b>Ścieżka</b><br>-  | <b>Kod przedmiotu</b><br>UJ.WZMILN.240.5cc2edfa143c5.23 |
| <b>Jednostka organizacyjna</b><br>Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej | <b>Języki wykładowe</b><br>Polski                       |
| <b>Poziom kształcenia</b><br>drugiego stopnia                                  | <b>Dyscypliny</b><br>Psychologia                        |
| <b>Forma studiów</b><br>studia niestacjonarne                                  | <b>Klasyfikacja ISCED</b><br>0313 Psychologia           |
| <b>Profil studiów</b><br>ogólnoakademicki                                      |   |
| <b>Obligatoryjność</b><br>fakultatywny   |   |

|                           |  |                                   |
|---------------------------|--|-----------------------------------|
| <b>Okres</b><br>Semestr 3 | <b>Forma weryfikacji uzyskanych efektów uczenia się</b><br>egzamin | <b>Liczba punktów ECTS</b><br>2.0 |
|                           | <b>Sposób realizacji i godziny zajęć</b><br>wykład: 10             |                                   |

### Cele kształcenia dla przedmiotu

|    |   |
|----|---|
| C1 | Zapoznanie z teoretycznymi i praktycznymi aspektami radzenia sobie ze stresem oraz przeciwdziałaniem wypaleniu zawodowemu |
|----|---|

### Efekty uczenia się dla przedmiotu

| Kod                             | Efekty w zakresie | Kierunkowe efekty uczenia się | Metody weryfikacji |
|---------------------------------|-------------------|-------------------------------|--------------------|
| Wiedzy - Student zna i rozumie: |                   |                               |                    |

|   |  |   |                 |
|---|--|---|-----------------|
| W1  | Student zna podstawowe pojęcia, definicje, koncepcje i mechanizmy stresu oraz wypalenia zawodowego, student rozumie znaczenie radzenia sobie ze stresem jako jednej z kluczowych kompetencji w zarządzaniu   | MIL_K2_W03,<br>MIL_K2_W05,<br>MIL_K2_W08                | egzamin pisemny |
| W2  | Student zna i rozumie praktyczne aspekty szeroko rozumianego zmagania się ze stresem, radzenia sobie i zarządzania stresem na poziomie indywidualnym i organizacyjnym, student posiada podstawową wiedzę na temat strategii prewencji i interwencji w stresie  | MIL_K2_W01,<br>MIL_K2_W02,<br>MIL_K2_W05,<br>MIL_K2_W09 | egzamin pisemny |
| <b>Umiejętności - Student potrafi:</b>                  |  |   |                 |
| U1  | Student potrafi dokonać diagnozy stresu na poziomie indywidualnym, zespołu i organizacji, jak również wskazać kierunki prewencji i interwencji   | MIL_K2_U03, MIL_K2_U05                                  | egzamin pisemny |
| U2  | Student potrafi odnajdywać użyteczne informacje i zalecenia w zakresie radzenia sobie ze stresem, a także poszukiwać profesjonalnego wsparcia oraz współpracować z ekspertami z dziedziny medycyny pracy, szczególnie w trakcie pełnienia ról kierowniczych i odpowiedzialności za dobrostan pracowników i organizacji | MIL_K2_U02,<br>MIL_K2_U05,<br>MIL_K2_U06, MIL_K2_U08    | egzamin pisemny |
| <b>Kompetencji społecznych - Student jest gotów do:</b> |  |   |                 |
| K1  | Student jest gotów do skutecznego poszukiwania teoretycznej wiedzy oraz wskazań praktycznych w krajowych, unijnych i światowych organizacjach podejmujących problematykę stresu pracy  | MIL_K2_K03, MIL_K2_K04,<br>MIL_K2_K05, MIL_K2_K06       | egzamin pisemny |
| K2  | Student jest gotów do samodzielnego wstępnego diagnozowania zjawisk stresu i wypalenia, jak również gotowy jest do dzielenia się wiedzą i współpracy z ekspertami w tym zakresie   | MIL_K2_K04, MIL_K2_K05,<br>MIL_K2_K06, MIL_K2_K07       | egzamin pisemny |

### Bilans punktów ECTS

| Forma aktywności studenta             | Średnia liczba godzin* przeznaczonych na zrealizowane rodzaje zajęć |                    |
|---------------------------------------|---|--------------------|
| wykład                                | 10  |                    |
| przygotowanie ekspertyzy              | 20  |                    |
| zbieranie informacji do zadanej pracy | 20  |                    |
| <b>Łączny nakład pracy studenta</b>   | <b>Liczba godzin</b><br>50  | <b>ECTS</b><br>2.0 |
| <b>Liczba godzin kontaktowych</b>     | <b>Liczba godzin</b><br>10  | <b>ECTS</b><br>0.4 |

\* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

### Treści programowe

| Lp. | Treści programowe | Efekty uczenia się dla przedmiotu |
|-----|-------------------|-----------------------------------|
|-----|-------------------|-----------------------------------|

|    |   |            |
|----|---|------------|
| 1. | 1. Wprowadzenie w problematykę stresu i wypalenia zawodowego, słowniczek pojęć, kluczowe terminy, najnowsze badania   | W1, U1, K1 |
| 2. | 2. Klasyczne koncepcje stresu – ujęcia w paradygmacie inżynierskim, biologicznym i ewolucyjnym, podejście psychologiczne  | W1, U1, K1 |
| 3. | 3. Współczesne teorie stresu (R. Lazarusa podejście interakcyjne, S. Hobfolla teoria zachowania zasobów - COR, współczesne rozwinięcia koncepcji R. Karaska).   | W1, U1, K1 |
| 4. | 4. Stres a zdrowie, osobowościowe uwarunkowania zdrowia i choroby w kontekście stresu, stres niszczący i mobilizujący, najnowsze badania  | W2, U2, K2 |
| 5. | 5. Praca i kariera jako źródło stresu, satysfakcja z pracy, stresory organizacyjne i poza-organizacyjne, stres na stanowiskach kierowniczych  | W2, U2, K2 |
| 6. | 6. Wypalenie zawodowe – historia badań, koncepcje, narzędzia pomiaru, diagnoza i przeciwdziałanie, wyniki badań w różnych grupach zawodowych  | W2, U2, K2 |
| 7. | 7. Radzenie sobie ze stresem oraz zarządzanie stresem w organizacjach – teoria i praktyka, programy prewencji i interwencji stresu, skuteczne zmaganie się ze stresem, nauka praktycznych technik od relaksacji i rozluźnienia, poprzez metody poznawcze, naukę planowania, podstaw asertywności i zarządzania czasem | W2, U2, K2 |

### Informacje rozszerzone

#### Metody nauczania:

udział w badaniach, analiza przypadków, dyskusja, wykład z prezentacją multimedialną, burza mózgów, metoda sytuacyjna, analiza tekstów

| Rodzaj zajęć | Formy zaliczenia | Warunki zaliczenia przedmiotu                              |
|--------------|------------------|--|
| wykład       | egzamin pisemny  | Diagnoza przypadków, analiza stresu i wypalenia zawodowego |



Innowacje i polityka innowacji  
Karta opisu przedmiotu

**Informacje podstawowe**

|  |   |
|--|---|
| <b>Kierunek studiów</b><br>marketing i logistyka                               | <b>Cykl kształcenia</b><br>2023/24                      |
| <b>Ścieżka</b><br>-  | <b>Kod przedmiotu</b><br>UJ.WZMILN.240.5cc0345eb30f3.23 |
| <b>Jednostka organizacyjna</b><br>Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej | <b>Języki wykładowe</b><br>Polski                       |
| <b>Poziom kształcenia</b><br>drugiego stopnia                                  | <b>Dyscypliny</b><br>Ekonomia i finanse                 |
| <b>Forma studiów</b><br>studia niestacjonarne                                  | <b>Klasyfikacja ISCED</b><br>0311 Ekonomia              |
| <b>Profil studiów</b><br>ogólnoakademicki                                      |   |
| <b>Obligatoryjność</b><br>fakultatywny   |   |

|                           |  |                                   |
|---------------------------|--|-----------------------------------|
| <b>Okres</b><br>Semestr 3 | <b>Forma weryfikacji uzyskanych efektów uczenia się</b><br>egzamin | <b>Liczba punktów ECTS</b><br>3.0 |
|                           | <b>Sposób realizacji i godziny zajęć</b><br>konwersatorium: 20     |                                   |

**Cele kształcenia dla przedmiotu**

|    |  |
|----|--|
| C1 | prezentacja wiedzy z zakresu teorii i praktyki innowacji, (ekonomii innowacji) , istoty, procesu, modelu innowacji, klasyfikowania innowacji, mierzenia i oceny innowacyjności;  |
| C2 | wyjaśnienie istoty narodowych i regionalnych systemów innowacji w różnych krajach i dokonywanie analizy porównawczej wg sporządzonej mapy kryteriów;                             |
| C3 | dostarczenie informacji i wiedzy o najlepszych praktykach realizacji polityki innowacyjnej i jej roli we wzroście konkurencyjności gospodarki;                                   |
| C4 | objaśnienie wg różnych nurtów badawczych roli umiejętnego budowania strategii rozwoju opierając ją na czynnikach -nośnikach innowacji w przedsiębiorstwie, regionie i gospodarce |
| C5 | zapoznanie studentów z praktycznymi ścieżkami poszukiwania i wdrażania innowacji (od idei do komercjalizacji)  |
| C6 | wyjaśnienie znaczenia tworzenia i ochrony własności intelektualnej, wskazanie organizacji i warunków ochrony własności intelektualnej  |



## Efekty uczenia się dla przedmiotu

| Kod   | Efekty w zakresie   | Kierunkowe efekty uczenia się | Metody weryfikacji  |
|---|---|-------------------------------|---|
| <b>Wiedzy - Student zna i rozumie:</b>                  |   |                               |   |
| W1  | pojęcia innowacji, ich klasyfikacji, systemów innowacji i uwarunkowań ich ewolucji, ich miejsca w gospodarce i społeczeństwie     | MIL_K2_W02,<br>MIL_K2_W09     | egzamin pisemny,<br>projekt, wyniki badań,<br>esej, prezentacja |
| W2  | ma wiedzę na temat innowacyjności, sposobów jej mierzenia, jej roli we wzroście konkurencyjności kraju, regionu, przedsiębiorstwa | MIL_K2_W03,<br>MIL_K2_W04     | egzamin pisemny,<br>projekt, wyniki badań,<br>esej, prezentacja |
| W3  | rozumie istotę działalności innowacyjnej, edukacji dla innowacji  | MIL_K2_W07,<br>MIL_K2_W10     | egzamin pisemny,<br>projekt, wyniki badań,<br>esej, prezentacja |
| W4  | wskazać priorytety rozwoju badań i innowacji w gospodarce, regionie stosując adekwatne metody wyznaczania priorytetów             | MIL_K2_W03,<br>MIL_K2_W05     | egzamin pisemny,<br>projekt, wyniki badań,<br>esej, prezentacja |
| W5  | obliczyć korzyści z wdrożenia innowacji   | MIL_K2_W06,<br>MIL_K2_W08     | egzamin pisemny,<br>projekt, wyniki badań,<br>esej, prezentacja |
| W6  | potrafi ocenić przydatność określonej formy finansowania danej aktywności badawczej lub innowacyjnej                              | MIL_K2_W01,<br>MIL_K2_W07     | egzamin pisemny,<br>projekt, wyniki badań,<br>esej, prezentacja |
| W7  | student wie jak założyć przedsiębiorstwo innowacyjne, tworzyć komórkę zarządzania innowacjami i prowadzić ten proces              | MIL_K2_W06,<br>MIL_K2_W09     | egzamin pisemny,<br>projekt, wyniki badań,<br>esej, prezentacja |
| <b>Umiejętności - Student potrafi:</b>                  |   |                               |   |
| U1  | ocenić warunki i przydatność źródeł finansowania innowacji w kraju i za granicą do określonego procesu innowacji                  | MIL_K2_U01, MIL_K2_U03        | egzamin pisemny,<br>projekt, wyniki badań,<br>esej, prezentacja |
| U2  | potrafi stworzyć biznes plan przedsięwzięcia innowacyjnego,   | MIL_K2_U01, MIL_K2_U04        | egzamin pisemny,<br>projekt, wyniki badań,<br>esej, prezentacja |
| U3  | zbudować strategię działania przedsiębiorstwa innowacyjnego   | MIL_K2_U05, MIL_K2_U07        | egzamin pisemny,<br>projekt, wyniki badań,<br>esej, prezentacja |
| U4  | znaleźć partnerów (sieci) dla danego przedsięwzięcia innowacyjnego w układach krajowych, regionalnych i międzynarodowych          | MIL_K2_U06, MIL_K2_U09        | egzamin pisemny,<br>projekt, wyniki badań,<br>esej, prezentacja |
| U5  | student posiada umiejętność określania warunków dostępu do źródeł innowacji w gospodarce i społeczeństwie                         | MIL_K2_U05, MIL_K2_U10        | egzamin pisemny,<br>projekt, wyniki badań,<br>esej, prezentacja |
| U6  | korzystać z narzędzi polityki ekonomicznej stanowiących wsparcie aktywności innowacyjnej  | MIL_K2_U06, MIL_K2_U08        | egzamin pisemny,<br>projekt, wyniki badań,<br>esej, prezentacja |
| <b>Kompetencji społecznych - Student jest gotów do:</b> |   |                               |   |
| K1  | student kreuje kulturę innowacji  | MIL_K2_K07, MIL_K2_K08        | egzamin pisemny,<br>projekt, wyniki badań,<br>esej, prezentacja |

## Bilans punktów ECTS

| Forma aktywności studenta                                   | Średnia liczba godzin* przeznaczonych na zrealizowane rodzaje zajęć |                    |
|---|---|--------------------|
| konwersatorium  | 20  |                    |
| przygotowanie projektu                                      | 10  |                    |
| przeprowadzenie badań literaturowych                        | 8   |                    |
| przygotowanie prezentacji multimedialnej                    | 8   |                    |
| uczestnictwo w egzaminie                                    | 1   |                    |
| przygotowanie referatu                                      | 10  |                    |
| przygotowanie do egzaminu                                   | 10  |                    |
| Przygotowywanie projektów                                   | 5   |                    |
| samodzielna nauka dotycząca treści poruszanych na zajęciach | 10  |                    |
| przeprowadzenie badań empirycznych                          | 8   |                    |
| <b>Łączny nakład pracy studenta</b>                         | <b>Liczba godzin</b><br>90  | <b>ECTS</b><br>3.0 |
| <b>Liczba godzin kontaktowych</b>                           | <b>Liczba godzin</b><br>20  | <b>ECTS</b><br>0.8 |

\* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

## Treści programowe

| Lp. | Treści programowe   | Efekty uczenia się dla przedmiotu |
|-----|---|-----------------------------------|
| 1.  | podstawy teorii innowacji i zmian techniczno-technologicznych, (powstanie ekonomii innowacji) | W1, W2, U2, U3, K1                |
| 2.  | procesy innowacji, ewolucja, modele, ocena  | W1, W3, U5, U6, K1                |
| 3.  | gospodarka a innowacje technologiczne - powstawanie narodowych systemów innowacji             | W1, W4, U2, U5, K1                |
| 4.  | modele specyficznych struktur dla rozwoju innowacji w świecie i w Polsce                      | W3, W4, U3, U5, K1                |
| 5.  | finansowanie innowacji  | W1, W6, U1, U2, K1                |
| 6.  | zarządzanie innowacjami   | W5, W7, U3, U6, K1                |
| 7.  | innowacje i innowacyjność : ocena i mierzenie innowacyjności                                  | W2, W5, U1, U4, K1                |
| 8.  | polityka innowacyjna państwa  | W2, W4, U3, U6, K1                |
| 9.  | Foresight i jego znaczenie w badaniach nad innowacjami  | W1, W4, U3, U5, K1                |
| 10. | akademicka przedsiębiorczość - analiza przypadków   | W3, W5, W7, U2, U4, K1            |

|     |  |                        |
|-----|--|------------------------|
| 11. | własność intelektualna w osiągnięciu sukcesu z innowacji | W1, W6, W7, U5, U6, K1 |
|-----|--|------------------------|

## Informacje rozszerzone

### Metody nauczania:

konsultacje, grywalizacja, udział w badaniach, metody e-learningowe, analiza przypadków, gra dydaktyczna, dyskusja, wykład z prezentacją multimedialną, burza mózgów, metoda projektów

| Rodzaj zajęć   | Formy zaliczenia  | Warunki zaliczenia przedmiotu  |
|----------------|---|--|
| konwersatorium | egzamin pisemny, projekt, wyniki badań, esej, prezentacja | obecność na zajęciach obowiązkowa, (2 nieobecności dozwolone) warunki są ustalane każdorazowo przed rozpoczęciem kursu (przygotowanie referatu lub eseju, prezentacji z wyszukanej innowacji, projekt innowacji, udział w badaniach z wykładowcą - jeśli są prowadzone |

### Wymagania wstępne i dodatkowe

mikro, makroekonomia, polityka makroekonomiczna państwa, finanse



Public relations  
Karta opisu przedmiotu

**Informacje podstawowe**

|  |  |
|--|--|
| <b>Kierunek studiów</b><br>marketing i logistyka                               | <b>Cykl kształcenia</b><br>2023/24                             |
| <b>Ścieżka</b><br>-  | <b>Kod przedmiotu</b><br>UJ.WZMILN.280.5cb425845498f.23        |
| <b>Jednostka organizacyjna</b><br>Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej | <b>Języki wykładowe</b><br>Polski                              |
| <b>Poziom kształcenia</b><br>drugiego stopnia                                  | <b>Dyscypliny</b><br>Nauki socjologiczne                       |
| <b>Forma studiów</b><br>studia niestacjonarne                                  | <b>Klasyfikacja ISCED</b><br>0314 Socjologia i kulturoznawstwo |
| <b>Profil studiów</b><br>ogólnoakademicki                                      |  |
| <b>Obligatoryjność</b><br>obowiązkowy  |  |

|                           |  |                                   |
|---------------------------|--|-----------------------------------|
| <b>Okres</b><br>Semestr 4 | <b>Forma weryfikacji uzyskanych efektów uczenia się</b><br>egzamin | <b>Liczba punktów ECTS</b><br>2.0 |
|                           | <b>Sposób realizacji i godziny zajęć</b><br>wykład: 10             |                                   |

**Cele kształcenia dla przedmiotu**

|    |   |
|----|---|
| C1 | Celem kursu jest zapoznanie studentów z metodami i technikami działań PR oraz planowaniem strategii PR. |
|----|---|

**Efekty uczenia się dla przedmiotu**

| Kod                                    | Efekty w zakresie                               | Kierunkowe efekty uczenia się | Metody weryfikacji |
|--|---|-------------------------------|--------------------|
| <b>Wiedzy - Student zna i rozumie:</b> |   |                               |                    |
| W1                                     | podstawowe metody i techniki PR.                | MIL_K2_W02                    | projekt            |
| W2                                     | zasady przygotowywania i realizacji działań PR. | MIL_K2_W02                    | projekt            |
| <b>Umiejętności - Student potrafi:</b> |   |                               |                    |

|   |   |            |         |
|---|---|------------|---------|
| U1  | tworzyć brief PR.   | MIL_K2_U02 | projekt |
| U2  | tworzyć projekt działań PR.   | MIL_K2_U02 | projekt |
| <b>Kompetencji społecznych - Student jest gotów do:</b> |   |            |         |
| K1  | współpracy z przedstawicielami instytucji branżowych oraz innymi interesariuszami w prowadzeniu działań PR. | MIL_K2_K01 | projekt |
| K2  | pracy w zespole.  | MIL_K2_K01 | projekt |

### Bilans punktów ECTS

| Forma aktywności studenta             | Średnia liczba godzin* przeznaczonych na zrealizowane rodzaje zajęć |                    |
|---------------------------------------|---|--------------------|
| wykład                                | 10  |                    |
| przygotowanie projektu                | 30  |                    |
| zbieranie informacji do zadanej pracy | 20  |                    |
| <b>Łączny nakład pracy studenta</b>   | <b>Liczba godzin</b><br>60  | <b>ECTS</b><br>2.0 |
| <b>Liczba godzin kontaktowych</b>     | <b>Liczba godzin</b><br>10  | <b>ECTS</b><br>0.4 |

\* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

### Treści programowe

| Lp. | Treści programowe  | Efekty uczenia się dla przedmiotu |
|-----|--|-----------------------------------|
| 1.  | PR jako funkcja marketingu i zarządzania<br>- Specyfika PR w stosunku do działań marketingowych<br>- Miejsce i rola PR w przedsiębiorstwie | W1, W2                            |
| 2.  | Planowanie działań PR<br>- Elementy kampanii PR<br>- Specyfika odbiorców działań PR<br>- Badania w zakresie PR                             | W1, W2, U1, U2, K1, K2            |
| 3.  | Znaczenie budowania wizerunku w PR<br>- Wizerunek a tożsamość<br>- Corporate identity i księga tożsamości przedsiębiorstwa                 | W1, W2                            |
| 4.  | Metody i techniki działań PR<br>- Zewnętrzne działania PR<br>- Media relations<br>- Sponsoring<br>- Wewnętrzne działania PR                | W1, W2, U1, U2                    |
| 5.  | Organizowanie działań w sytuacjach kryzysowych   | W1, W2, U1, U2, K1, K2            |

## Informacje rozszerzone

### Metody nauczania:

analiza przypadków, wykład konwersatoryjny, wykład konwencjonalny

| Rodzaj zajęć | Formy zaliczenia | Warunki zaliczenia przedmiotu  |
|--------------|------------------|--|
| wykład       | projekt          | Praca semestralna (grupowa) - pisemne opracowanie projektu kampanii PR |

Rynek usług logistycznych  
Karta opisu przedmiotu

**Informacje podstawowe**

|   |   |
|---|---|
| <p><b>Kierunek studiów</b><br/>marketing i logistyka</p> <p><b>Ścieżka</b><br/>-</p> <p><b>Jednostka organizacyjna</b><br/>Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej</p> <p><b>Poziom kształcenia</b><br/>drugiego stopnia</p> <p><b>Forma studiów</b><br/>studia niestacjonarne</p> <p><b>Profil studiów</b><br/>ogólnoakademicki</p> <p><b>Obligatoryjność</b><br/>obowiązkowy</p> | <p><b>Cykl kształcenia</b><br/>2023/24</p> <p><b>Kod przedmiotu</b><br/>UJ.WZMILN.280.5cc2edfa983dd.23</p> <p><b>Języki wykładowe</b><br/>Polski</p> <p><b>Dyscypliny</b><br/>Nauki o zarządzaniu i jakości</p> <p><b>Klasyfikacja ISCED</b><br/>0413 Zarządzanie i administracja</p> |
|---|---|

|                                   |   |   |
|-----------------------------------|---|---|
| <p><b>Okres</b><br/>Semestr 4</p> | <p><b>Forma weryfikacji uzyskanych efektów uczenia się</b><br/>egzamin</p> <p><b>Sposób realizacji i godziny zajęć</b><br/>konwersatorium: 10</p> | <p><b>Liczba punktów ECTS</b><br/>2.0</p> |
|-----------------------------------|---|---|

**Cele kształcenia dla przedmiotu**

|    |  |
|----|--|
| C1 | Celem zajęć jest zaznajomienie studentów z tematyką rynku usług logistycznych. Jego rozwoju na terenie Polski od czasów transformacji, oraz poznanie globalnych mechanizmów wpływających na ten rynek. |
|----|--|

**Efekty uczenia się dla przedmiotu**

| Kod                                    | Efekty w zakresie   | Kierunkowe efekty uczenia się            | Metody weryfikacji    |
|--|---|--|-----------------------|
| <b>Wiedzy - Student zna i rozumie:</b> |   |  |                       |
| W1                                     | podstawowe pojęcia z zakresu logistyki. Posiada wiedzę na temat rozwoju rynku usług logistycznych oraz bieżących trendów. | MIL_K2_W02,<br>MIL_K2_W03,<br>MIL_K2_W04 | egzamin pisemny, esej |

| <b>Umiejętności - Student potrafi:</b>                  |   |                                       |                       |
|---|---|---------------------------------------|-----------------------|
| U1  | dokonać analizy oraz interpretacji artykułów z zakresu rynku usług logistycznych. | MIL_K2_U01,<br>MIL_K2_U03, MIL_K2_U09 | egzamin pisemny, esej |
| <b>Kompetencji społecznych - Student jest gotów do:</b> |   |                                       |                       |
| K1  | pracy w zespołach pracowniczych, w przedsiębiorstwach z branży TSL.               | MIL_K2_K01, MIL_K2_K02,<br>MIL_K2_K05 | egzamin pisemny, esej |

### Bilans punktów ECTS

| <b>Forma aktywności studenta</b>                            | <b>Średnia liczba godzin* przeznaczonych na zrealizowane rodzaje zajęć</b> |                    |
|---|--|--------------------|
| konwersatorium  | 10   |                    |
| przygotowanie do egzaminu                                   | 10   |                    |
| rozwiązywanie zadań   | 10   |                    |
| studiowanie literatury wskazanej przez prowadzącego zajęcia | 30   |                    |
| <b>Łączny nakład pracy studenta</b>                         | <b>Liczba godzin</b><br>60   | <b>ECTS</b><br>2.0 |
| <b>Liczba godzin kontaktowych</b>                           | <b>Liczba godzin</b><br>10   | <b>ECTS</b><br>0.4 |

\* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

### Treści programowe

| <b>Lp.</b> | <b>Treści programowe</b>  | <b>Efekty uczenia się dla przedmiotu</b> |
|------------|---|--|
| 1.         | 1. Rozwój rynku usług logistycznych w Polsce od lat 90tych          | W1, U1, K1                               |
| 2.         | Współczesne uwarunkowania rynku usług logistycznych                 | W1, U1, K1                               |
| 3.         | Wyzwania stojące przed firmami działającymi w sektorze logistycznym | W1, U1, K1                               |
| 4.         | Predykcja rozwoju rynku usług logistycznych                         | W1, U1, K1                               |

### Informacje rozszerzone

#### Metody nauczania:

analiza przypadków, wykład z prezentacją multimedialną, wykład konwersatoryjny, analiza tekstów

| <b>Rodzaj zajęć</b> | <b>Formy zaliczenia</b> | <b>Warunki zaliczenia przedmiotu</b>   |
|---------------------|-------------------------|--|
| konwersatorium      | egzamin pisemny, esej   | Osoby, które zaliczyły pozytywnie prace pisemne podczas zajęć oraz uczęszczały na zajęcia są zwolnione z egzaminu pisemnego, pozostałe osoby piszą egzamin bez żadnych warunków wstępnych. |





Prawo cywilne  
Karta opisu przedmiotu

**Informacje podstawowe**

|  |   |
|--|---|
| <b>Kierunek studiów</b><br>marketing i logistyka                               | <b>Cykl kształcenia</b><br>2023/24                      |
| <b>Ścieżka</b><br>-  | <b>Kod przedmiotu</b><br>UJ.WZMILN.280.5cab068421bec.23 |
| <b>Jednostka organizacyjna</b><br>Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej | <b>Języki wykładowe</b><br>Polski                       |
| <b>Poziom kształcenia</b><br>drugiego stopnia                                  | <b>Dyscypliny</b><br>Nauki prawne                       |
| <b>Forma studiów</b><br>studia niestacjonarne                                  | <b>Klasyfikacja ISCED</b><br>0421 Prawo                 |
| <b>Profil studiów</b><br>ogólnoakademicki                                      |   |
| <b>Obligatoryjność</b><br>obowiązkowy  |   |

|                           |  |                                   |
|---------------------------|--|-----------------------------------|
| <b>Okres</b><br>Semestr 4 | <b>Forma weryfikacji uzyskanych efektów uczenia się</b><br>egzamin | <b>Liczba punktów ECTS</b><br>4.0 |
|                           | <b>Sposób realizacji i godziny zajęć</b><br>wykład: 20             |                                   |

**Efekty uczenia się dla przedmiotu**

| Kod                                    | Efekty w zakresie   | Kierunkowe efekty uczenia się | Metody weryfikacji |
|--|---|-------------------------------|--------------------|
| <b>Wiedzy - Student zna i rozumie:</b> |   |                               |                    |
| W1                                     | k_W14 - Student zna kluczowe przepisy, dyrektywy i zalecenia Unii Europejskiej regulujące funkcjonowanie organizacji wybranych sektorów oraz funkcjonowanie jednolitego rynku europejskiego | MIL_K2_W02                    | egzamin pisemny    |
| <b>Umiejętności - Student potrafi:</b> |   |                               |                    |

|   |  |            |                 |
|---|--|------------|-----------------|
| U1  | k_U13- Student posługuje się wybranymi normami i standardami w procesach planowania, organizowania, motywowania i kontroli (pracy, jakości itp.), w tym na poziomie zintegrowanym K_U14 - Student posiada umiejętność posługiwania się przepisami prawa krajowego oraz europejskiego w zakresie działalności gospodarczej i społecznej w celu uzasadniania konkretnych działań i decyzji | MIL_K2_U03 | egzamin pisemny |
| <b>Kompetencje społecznych - Student jest gotów do:</b> |  |            |                 |
| K1  | k_K01 - Student jest przygotowany do tworzenia i uczestniczenia w pracy zespołów interdyscyplinarnych w środowisku organizacji i poza nim oraz rozumie znaczenie aspektów ekonomicznych, społecznych, politycznych, środowiskowych i zarządczych podejmowanych działań   | MIL_K2_K01 | egzamin pisemny |

### Bilans punktów ECTS

| Forma aktywności studenta           | Średnia liczba godzin* przeznaczonych na zrealizowane rodzaje zajęć |                    |
|-------------------------------------|---|--------------------|
| wykład                              | 20  |                    |
| przygotowanie do egzaminu           | 30  |                    |
| przygotowanie projektu              | 30  |                    |
| przygotowanie do zajęć              | 30  |                    |
| <b>Łączny nakład pracy studenta</b> | <b>Liczba godzin</b><br>110   | <b>ECTS</b><br>4.0 |
| <b>Liczba godzin kontaktowych</b>   | <b>Liczba godzin</b><br>20  | <b>ECTS</b><br>0.8 |

\* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

### Treści programowe

| Lp. | Treści programowe  | Efekty uczenia się dla przedmiotu |
|-----|--|-----------------------------------|
| 1.  | <p>I. Część ogólna prawa cywilnego</p> <p>1. Przedmioty prawa cywilnego: rzeczy, część składowa, przynależności, pożytki, dobra osobiste, majątek i mienie, itp.;</p> <p>2. Podmioty prawa cywilnego: osoby fizyczne i prawne, zdolność prawna, zdolność do czynności prawnych, miejsce zamieszkania, konsument i przedsiębiorca;</p> <p>3. Czynności prawne: pojęcie i rodzaj, oświadczenie woli, wykładnia oświadczeń woli, forma czynności prawnych, wady oświadczenia woli;</p> <p>4. Zawarcie umowy: zasada swobody umów, oferta i jej przyjęcie, negocjacje, aukcja, przetarg, zawieranie umów w obrocie elektronicznym</p> <p>5. Przedstawicielstwo: przedstawicielstwo ustawowe, pełnomocnictwo, prokura;</p> <p>6. Sankcje wadliwości czynności prawnych</p> <p>7. Przedawnienie i terminy zawite</p> <p>II. Prawo rzeczowe - aspekty wybrane</p> <p>III. Zobowiązania - aspekty wybrane</p> <p>IV. Prawo rodzinne i spadkowe - aspekty wybrane</p> | W1, U1, K1                        |

## Informacje rozszerzone

### Metody nauczania:

analiza przypadków, wykład z prezentacją multimedialną, analiza tekstów

| Rodzaj zajęć | Formy zaliczenia | Warunki zaliczenia przedmiotu |
|--------------|------------------|-------------------------------|
| wykład       | egzamin pisemny  | egzamin testowy               |

Kultura organizacji  
Karta opisu przedmiotu

**Informacje podstawowe**

|   |  |
|---|--|
| <p><b>Kierunek studiów</b><br/>marketing i logistyka</p> <p><b>Ścieżka</b><br/>-</p> <p><b>Jednostka organizacyjna</b><br/>Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej</p> <p><b>Poziom kształcenia</b><br/>drugiego stopnia</p> <p><b>Forma studiów</b><br/>studia niestacjonarne</p> <p><b>Profil studiów</b><br/>ogólnoakademicki</p> <p><b>Obligatoryjność</b><br/>obowiązkowy</p> | <p><b>Cykl kształcenia</b><br/>2023/24</p> <p><b>Kod przedmiotu</b><br/>UJ.WZMILN.280.5cc2edfaba491.23</p> <p><b>Języki wykładowe</b><br/>Polski</p> <p><b>Dyscypliny</b><br/>Nauki socjologiczne</p> <p><b>Klasyfikacja ISCED</b><br/>0314 Socjologia i kulturoznawstwo</p> |
|---|--|

|                                   |   |   |
|-----------------------------------|---|---|
| <p><b>Okres</b><br/>Semestr 4</p> | <p><b>Forma weryfikacji uzyskanych efektów uczenia się</b><br/>egzamin</p> <p><b>Sposób realizacji i godziny zajęć</b><br/>wykład: 15</p> | <p><b>Liczba punktów ECTS</b><br/>3.0</p> |
|-----------------------------------|---|---|

**Cele kształcenia dla przedmiotu**

|    |  |
|----|--|
| C1 | Zapoznanie z definicjami kultury organizacyjnej, orientacjami teoretycznymi w badaniach nad kulturą organizacyjną. Poznanie metodyki diagnozowania i narzędzi diagnozowania kultury organizacyjnej |
|----|--|

**Efekty uczenia się dla przedmiotu**

| Kod                             | Efekty w zakresie | Kierunkowe efekty uczenia się | Metody weryfikacji |
|---------------------------------|-------------------|-------------------------------|--------------------|
| Wiedzy - Student zna i rozumie: |                   |                               |                    |

|   |  |                        |                 |
|---|--|------------------------|-----------------|
| W1  | wie, jakie jest znaczenie kultury organizacyjnej w globalizującej się gospodarce i zarządzania. Zna bariery komunikowania się w wielokulturowym środowisku pracy. Zna podstawowe narzędzia diagnozy kulturowej | MIL_K2_W01, MIL_K2_W03 | egzamin pisemny |
| <b>Umiejętności - Student potrafi:</b>                  |  |                        |                 |
| U1  | słuchacz umie posłużyć się kategorią kultury organizacyjnej w konceptualizacji środowiska pracy. Umie wskazać kulturowe uwarunkowania zarządzania zasobami ludzkimi.   | MIL_K2_U02, MIL_K2_U03 | egzamin pisemny |
| <b>Kompetencji społecznych - Student jest gotów do:</b> |  |                        |                 |
| K1  | umie komunikować się w wielokulturowym środowisku pracy. Umie współpracować ze specjalistami reprezentującymi socjologię, antropologię, psychologię i nauki o zarządzaniu                                      | MIL_K2_K02, MIL_K2_K04 | egzamin pisemny |

### Bilans punktów ECTS

| Forma aktywności studenta                | Średnia liczba godzin* przeznaczonych na zrealizowane rodzaje zajęć |                    |
|--|---|--------------------|
| wykład                                   | 15  |                    |
| przygotowanie prezentacji multimedialnej | 10  |                    |
| zbieranie informacji do zadanej pracy    | 15  |                    |
| przygotowanie do egzaminu                | 15  |                    |
| konsultacje                              | 10  |                    |
| przeprowadzenie badań literaturowych     | 10  |                    |
| <b>Łączny nakład pracy studenta</b>      | <b>Liczba godzin</b><br>75  | <b>ECTS</b><br>3.0 |
| <b>Liczba godzin kontaktowych</b>        | <b>Liczba godzin</b><br>15  | <b>ECTS</b><br>0.6 |

\* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

### Treści programowe

| Lp. | Treści programowe  | Efekty uczenia się dla przedmiotu |
|-----|--|-----------------------------------|
| 1.  | Kultura organizacyjna: narodziny perspektywy i treść pojęcia socjologia i antropologia w refleksji nad zarządzaniem<br>teorie kultury w badaniach nad organizacjami<br>definicje kultury organizacyjnej<br>elementy kultury organizacyjnej | W1                                |

|    |  |    |
|----|--|----|
| 2. | Funkcje kultury organizacyjnej<br>funkcja regulująca - przykłady<br>funkcja poznawcza - przykłady<br>funkcja motywująca - przykłady<br>funkcja integrująca - przykłady<br>funkcja reprodukcji i stabilizacji stosunków społecznych   | U1 |
| 3. | Typologie kultur organizacyjnych<br>kryteria i zasady tworzenia typologii<br>typologie kultur organizacyjnych : przykłady<br>zastosowania typologii - zalety i ograniczenia typologii  | W1 |
| 4. | Organizacja i kontekst kulturowy<br>Organizacja wielokulturowa. Dysonans kulturowy w organizacjach<br>Pluralizm kulturowy w organizacji<br>pojęcie dysonansu<br>źródła dysonansu<br>symptomy dysonansu<br>konsekwencje dysonansu<br>strategie radzenia sobie z dysonansem              | W1 |
| 5. | Diagnozowanie i audyt kultury organizacyjnej<br>pojęcie diagnozy i audytu<br>przydatność diagnozy kultury w zarządzaniu<br>procedura diagnozowania kultury organizacyjnej<br>źródła danych w diagnozie kultury organizacyjnej<br>zasady opracowania danych w badaniach diagnostycznych | U1 |
| 6. | Możliwości i ograniczenia zarządzania kulturą organizacyjną<br>poglądy na możliwość zarządzania kulturą organizacyjną<br>czynniki sprzyjające formowaniu kultury organizacyjnej<br>czynniki ograniczające możliwość manipulacji kulturą organizacyjną                                  | K1 |

### Informacje rozszerzone

#### Metody nauczania:

konsultacje, dyskusja, wykład z prezentacją multimedialną

| Rodzaj zajęć | Formy zaliczenia | Warunki zaliczenia przedmiotu |
|--------------|------------------|-------------------------------|
| wykład       | egzamin pisemny  | pozytywna ocena z egzaminu    |

### Wymagania wstępne i dodatkowe

zaliczone zajęcia ze wstępu do socjologii

## Zachowania organizacyjne

### Karta opisu przedmiotu

#### Informacje podstawowe

|  |   |
|--|---|
| <p><b>Kierunek studiów</b><br/>marketing i logistyka</p> <p><b>Ścieżka</b><br/>-</p> <p><b>Jednostka organizacyjna</b><br/>Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej</p> <p><b>Poziom kształcenia</b><br/>drugiego stopnia</p> <p><b>Forma studiów</b><br/>studia niestacjonarne</p> <p><b>Profil studiów</b><br/>ogólnoakademicki</p> <p><b>Obligatoryjność</b><br/>fakultatywny</p> | <p><b>Cykl kształcenia</b><br/>2023/24</p> <p><b>Kod przedmiotu</b><br/>UJ.WZMILN.280.5cc0345f81988.23</p> <p><b>Języki wykładowe</b><br/>Polski</p> <p><b>Dyscypliny</b><br/>Nauki o zarządzaniu i jakości</p> <p><b>Klasyfikacja ISCED</b><br/>0413 Zarządzanie i administracja</p> |
|--|---|

|                                   |   |   |
|-----------------------------------|---|---|
| <p><b>Okres</b><br/>Semestr 4</p> | <p><b>Forma weryfikacji uzyskanych efektów uczenia się</b><br/>egzamin</p> <p><b>Sposób realizacji i godziny zajęć</b><br/>wykład: 20</p> | <p><b>Liczba punktów ECTS</b><br/>3.0</p> |
|-----------------------------------|---|---|

#### Cele kształcenia dla przedmiotu

|    |   |
|----|---|
| C1 | Przekazanie wiedzy z zakresu zachowań organizacyjnych |
|----|---|

#### Efekty uczenia się dla przedmiotu

| Kod                                    | Efekty w zakresie   | Kierunkowe efekty uczenia się | Metody weryfikacji |
|--|---|-------------------------------|--------------------|
| <b>Wiedzy - Student zna i rozumie:</b> |   |                               |                    |
| W1                                     | pojęcie, istotę zachowań organizacyjnych                          | MIL_K2_W07                    | egzamin pisemny    |
| W2                                     | wpływ zachowań organizacyjnych na wszystkich członków organizacji | MIL_K2_W08                    | egzamin pisemny    |

| <b>Umiejętności - Student potrafi:</b>                  |  |                        |                 |
|---|--|------------------------|-----------------|
| U1  | zinterpretować zjawiska zachodzące w organizacji                 | MIL_K2_U03             | egzamin pisemny |
| U2  | przewidywać zachowania członków organizacji oraz reagować na nie | MIL_K2_U04, MIL_K2_U05 | egzamin pisemny |
| <b>Kompetencje społecznych - Student jest gotów do:</b> |  |                        |                 |
| K1  | rzetelnej pracy w grupie   | MIL_K2_K01             | egzamin pisemny |
| K2  | samodzielnego rozwiązywania problemów                            | MIL_K2_K07             | egzamin pisemny |

### **Bilans punktów ECTS**

| <b>Forma aktywności studenta</b>                            | <b>Średnia liczba godzin* przeznaczonych na zrealizowane rodzaje zajęć</b> |                    |
|---|--|--------------------|
| wykład  | 20   |                    |
| uczestnictwo w egzaminie                                    | 2  |                    |
| przygotowanie do egzaminu                                   | 30   |                    |
| studiowanie literatury wskazanej przez prowadzącego zajęcia | 25   |                    |
| <b>Łączny nakład pracy studenta</b>                         | <b>Liczba godzin</b><br>77   | <b>ECTS</b><br>3.0 |
| <b>Liczba godzin kontaktowych</b>                           | <b>Liczba godzin</b><br>20   | <b>ECTS</b><br>0.8 |

\* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

### **Treści programowe**

| <b>Lp.</b> | <b>Treści programowe</b>                        | <b>Efekty uczenia się dla przedmiotu</b> |
|------------|---|--|
| 1.         | Zachowania organizacyjne - definicje, typologie | W1                                       |
| 2.         | Gry w organizacji                               | W2, U1, U2                               |
| 3.         | Rola wartości organizacyjnych                   | W1                                       |
| 4.         | Motywacja                                       | U1, U2                                   |
| 5.         | Zespoły pracownicze                             | U2, K1                                   |
| 6.         | Zachowania kryminalne i nieetyczne              | K2                                       |

### **Informacje rozszerzone**

#### **Metody nauczania:**

dyskusja, wykład z prezentacją multimedialną, wykład konwersatoryjny, metoda projektów



| <b>Rodzaj zajęć</b> | <b>Formy zaliczenia</b> | <b>Warunki zaliczenia przedmiotu</b>                |
|---------------------|-------------------------|---|
| wykład              | egzamin pisemny         | Uzyskanie minimum 50% punktów na egzaminie pisemnym |

### **Wymagania wstępne i dodatkowe**

Wiedza z zakresu studiów I stopnia



Zarządzanie międzynarodowe  
Karta opisu przedmiotu

**Informacje podstawowe**

|  |   |
|--|---|
| <b>Kierunek studiów</b><br>marketing i logistyka                               | <b>Cykl kształcenia</b><br>2023/24                            |
| <b>Ścieżka</b><br>-  | <b>Kod przedmiotu</b><br>UJ.WZMILN.280.5cc03453f24db.23       |
| <b>Jednostka organizacyjna</b><br>Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej | <b>Języki wykładowe</b><br>Polski                             |
| <b>Poziom kształcenia</b><br>drugiego stopnia                                  | <b>Dyscypliny</b><br>Nauki o zarządzaniu i jakości            |
| <b>Forma studiów</b><br>studia niestacjonarne                                  | <b>Klasyfikacja ISCED</b><br>0413 Zarządzanie i administracja |
| <b>Profil studiów</b><br>ogólnoakademicki                                      |   |
| <b>Obligatoryjność</b><br>fakultatywny   |   |

|                           |  |                                   |
|---------------------------|--|-----------------------------------|
| <b>Okres</b><br>Semestr 4 | <b>Forma weryfikacji uzyskanych efektów uczenia się</b><br>egzamin | <b>Liczba punktów ECTS</b><br>3.0 |
|                           | <b>Sposób realizacji i godziny zajęć</b><br>wykład: 20             |                                   |

**Cele kształcenia dla przedmiotu**

|    |  |
|----|--|
| C1 | Zapoznanie studentów z kluczowymi wyzwaniami działalności organizacji na rynku globalnym w kontekście ekonomicznym, kulturowym i społecznym z perspektywy interdyscyplinarnej. |
|----|--|

**Efekty uczenia się dla przedmiotu**

| Kod                                    | Efekty w zakresie  | Kierunkowe efekty uczenia się            | Metody weryfikacji |
|--|--|--|--------------------|
| <b>Wiedzy - Student zna i rozumie:</b> |  |  |                    |
| W1                                     | opisać dynamikę zjawisk prowadzących do powstawania globalnego rynku | MIL_K2_W02,<br>MIL_K2_W05,<br>MIL_K2_W06 | egzamin            |

|   |   |                           |         |
|---|---|---------------------------|---------|
| W2  | student umie wyjaśnić podstawowe strategie i mechanizmy umiędzynarodowienia działalności przedsiębiorstw z uwzględnieniem przesłanek teoretycznych umiędzynarodowienia                    | MIL_K2_W02,<br>MIL_K2_W03 | egzamin |
| W3  | student zna i potrafi opisać globalne uwarunkowania konkurencyjności przedsiębiorstw i zjawiska związane z konfiguracją łańcucha wartości   | MIL_K2_W04                | egzamin |
| <b>Umiejętności - Student potrafi:</b>                  |   |                           |         |
| U1  | student posługuje się odpowiednimi źródłami wtórnymi oraz danymi faktograficznymi w celu opisu/dyskusji zjawisk związanych z umiędzynarodowieniem   | MIL_K2_U03, MIL_K2_U07    | projekt |
| U2  | student umie wskazać na współzależności mechanizmów gospodarczych i społecznych i ich związek z międzynarodowym biznesem oraz znaczenie dla zarządzania międzynarodowym przedsiębiorstwem | MIL_K2_U02, MIL_K2_U03    | projekt |
| <b>Kompetencje społecznych - Student jest gotów do:</b> |   |                           |         |
| K1  | wykorzystywać odpowiednie dane wtórne dla oceny zjawisk globalnego otoczenia przedsiębiorstw  | MIL_K2_K01                | projekt |

### Bilans punktów ECTS

| Forma aktywności studenta                | Średnia liczba godzin* przeznaczonych na zrealizowane rodzaje zajęć |                    |
|--|---|--------------------|
| wykład                                   | 20  |                    |
| przygotowanie projektu                   | 25  |                    |
| przygotowanie prezentacji multimedialnej | 5   |                    |
| zbieranie informacji do zadanej pracy    | 15  |                    |
| przygotowanie do egzaminu                | 10  |                    |
| uczestnictwo w egzaminie                 | 1   |                    |
| <b>Łączny nakład pracy studenta</b>      | <b>Liczba godzin</b><br>76  | <b>ECTS</b><br>3.0 |
| <b>Liczba godzin kontaktowych</b>        | <b>Liczba godzin</b><br>20  | <b>ECTS</b><br>0.8 |

\* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

### Treści programowe

| Lp. | Treści programowe  | Efekty uczenia się dla przedmiotu |
|-----|--|-----------------------------------|
| 1.  | Globalizacja jako zjawisko kształtujące otoczenie biznesu międzynarodowego | W1, U1                            |

|    |  |        |
|----|--|--------|
| 2. | Kluczowe zjawiska globalnego rynku: koncentracja kapitału i rola korporacji transnarodowych              | W1, U2 |
| 3. | Ekspansja międzynarodowa i strategię: od specyfiki lokalnej do ujednoczenia                              | W2     |
| 4. | Łańcuch wartości jako narzędzie przewagi konkurencyjnej oraz wybrane aspekty atrakcyjności inwestycyjnej | W3, K1 |
| 5. | Globalny marketing: marka i zachowania konsumenckie  | W2     |
| 6. | Kulturowe i społeczne aspekty międzynarodowego biznesu   | U2     |

## Informacje rozszerzone

### Metody nauczania:

analiza przypadków, wykład z prezentacją multimedialną, metoda projektów

| Rodzaj zajęć | Formy zaliczenia | Warunki zaliczenia przedmiotu |
|--------------|------------------|-------------------------------|
| wykład       | projekt, egzamin | projekt + egzamin             |

## Wymagania wstępne i dodatkowe

Od studentów oczekuje się podstawowej wiedzy z zakresu zarządzania, w tym strategicznego oraz ekonomii. Obecność na zajęciach rekomendowana, do zaliczenia projektów zespołowych obowiązkowa.

## Etykieta i autoprezentacja

### Karta opisu przedmiotu

#### Informacje podstawowe

|  |   |
|--|---|
| <p><b>Kierunek studiów</b><br/>marketing i logistyka</p> <p><b>Ścieżka</b><br/>-</p> <p><b>Jednostka organizacyjna</b><br/>Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej</p> <p><b>Poziom kształcenia</b><br/>drugiego stopnia</p> <p><b>Forma studiów</b><br/>studia niestacjonarne</p> <p><b>Profil studiów</b><br/>ogólnoakademicki</p> <p><b>Obligatoryjność</b><br/>fakultatywny</p> | <p><b>Cykl kształcenia</b><br/>2023/24</p> <p><b>Kod przedmiotu</b><br/>UJ.WZMILN.280.5cc2edfae9b32.23</p> <p><b>Języki wykładowe</b><br/>Polski</p> <p><b>Dyscypliny</b><br/>Psychologia</p> <p><b>Klasyfikacja ISCED</b><br/>0313 Psychologia</p> |
|--|---|

|                                   |   |   |
|-----------------------------------|---|---|
| <p><b>Okres</b><br/>Semestr 4</p> | <p><b>Forma weryfikacji uzyskanych efektów uczenia się</b><br/>zaliczenie</p> <p><b>Sposób realizacji i godziny zajęć</b><br/>ćwiczenia: 10</p> | <p><b>Liczba punktów ECTS</b><br/>2.0</p> |
|-----------------------------------|---|---|

#### Cele kształcenia dla przedmiotu

|    |  |
|----|--|
| C1 | Zapoznanie słuchaczy z zasadami skutecznej autoprezentacji oraz dokonywania prezentacji publicznych, jak też zasad etykiety w biznesie (dress code, podróże służbowe, spotkania i przyjęcia, komunikacja formalna i netykieta, zasady pierwszeństwa, powitania i podarunki w biznesie, różnice kulturowe, i in.) |
|----|--|

#### Efekty uczenia się dla przedmiotu

| Kod                                    | Efekty w zakresie | Kierunkowe efekty uczenia się | Metody weryfikacji |
|--|-------------------|-------------------------------|--------------------|
| <b>Wiedzy - Student zna i rozumie:</b> |                   |                               |                    |

|   |   |  |                         |
|---|---|--|-------------------------|
| W1  | Student posiada wiedzę w zakresie psychologii biznesu na temat skutecznej autoprezentacji i obowiązującej etykiety w sytuacjach zawodowych, wspierających skuteczność zarządzania   | MIL_K2_W06,<br>MIL_K2_W07                | prezentacja, zaliczenie |
| W2  | Student rozumie znaczenie etykiety w kontekście prowadzenia biznesu w wymiarze lokalnym i międzynarodowym, zna kluczowe reguły etykiety   | MIL_K2_W01,<br>MIL_K2_W02,<br>MIL_K2_W05 | prezentacja, zaliczenie |
| <b>Umiejętności - Student potrafi:</b>                  |   |  |                         |
| U1  | Student posiada umiejętność prezentacji własnych pomysłów, poglądów i decyzji w celu skutecznego wykonywania zadań zawodowych w różnych kontekstach sytuacyjnych oraz prezentowania zachowań zgodnych z etykietą międzynarodową | MIL_K2_U03,<br>MIL_K2_U05, MIL_K2_U06    | prezentacja, zaliczenie |
| U2  | Student wykazuje umiejętność krytycznej oceny zachowań niezgodnych z etykietą biznesu, potrafi wyciągać wnioski i radzić sobie w sytuacjach trudnych  | MIL_K2_U06                               | prezentacja, zaliczenie |
| <b>Kompetencje społecznych - Student jest gotów do:</b> |   |  |                         |
| K1  | Student jest świadomy potrzeby adaptacji w środowiskach międzynarodowych, w szczególności europejskich przedsiębiorstwach i instytucji, co bezpośrednio związane jest z autoprezentacją i znajomością reguł etykiety            | MIL_K2_K04, MIL_K2_K05,<br>MIL_K2_K07    | prezentacja, zaliczenie |
| K2  | Student jest świadomy potrzeby przestrzegania etykiety i jest gotów do propagowania wrażliwości społecznej oraz szczególnego taktu w ramach pełnionych ról organizacyjnych i społecznych  | MIL_K2_K07                               | prezentacja, zaliczenie |

### Bilans punktów ECTS

| Forma aktywności studenta                | Średnia liczba godzin* przeznaczonych na zrealizowane rodzaje zajęć |                    |
|--|---|--------------------|
| ćwiczenia                                | 10  |                    |
| przygotowanie prezentacji multimedialnej | 15  |                    |
| zbieranie informacji do zadanej pracy    | 15  |                    |
| wykonanie ćwiczeń                        | 15  |                    |
| <b>Łączny nakład pracy studenta</b>      | <b>Liczba godzin</b><br>55  | <b>ECTS</b><br>2.0 |
| <b>Liczba godzin kontaktowych</b>        | <b>Liczba godzin</b><br>10  | <b>ECTS</b><br>0.4 |

\* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

### Treści programowe

| Lp. | Treści programowe | Efekty uczenia się dla przedmiotu |
|-----|-------------------|-----------------------------------|
|-----|-------------------|-----------------------------------|

|    |  |                        |
|----|--|------------------------|
| 1. | 1. Etykieta w biznesie, zakres zastosowań i znaczenie, powiązanie z inteligencją emocjonalną i etyką   | W1, W2, U1, K1, K2     |
| 2. | 2. Cele, zasady i techniki autoprezentacji w oparciu o teorie i badania psychologii społecznej   | W1, U1, K1, K2         |
| 3. | 3. Jak przemawiać w biznesie: zasady przygotowania autoprezentacji, reguły skutecznego przekazu, najczęściej popełniane błędy                    | W1, W2, U1, U2, K1     |
| 4. | 4. Ubiór w biznesie ("dress code")   | W1, W2, U2, K1, K2     |
| 5. | 5. Przyjęcia, uroczystości, zachowanie przy stole  | W1, W2, U2, K1, K2     |
| 6. | 6. Prowadzenie korespondencji w biznesie, pisma, wizytówki, netykieta  | W1, W2, U1, U2, K1, K2 |
| 7. | 7. Podróże zagraniczne w celach biznesowych, różnice kulturowe (np. znaczenie emblematów, humor i anegdoty, powitania, obdarowywanie prezentami) | W1, W2, U1, U2, K1, K2 |
| 8. | 8. Postrzeganie Polaków przez cudzoziemców, jako partnerów biznesowych   | W1, W2, U2, K1, K2     |
| 9. | 9. Case study – analiza „wpadek” w obszarze etykiety na przykładzie znanych ludzi biznesu i polityków  | W1, W2, U2, K1, K2     |

### Informacje rozszerzone

#### Metody nauczania:

ćwiczenia przedmiotowe, analiza przypadków, dyskusja, wykład z prezentacją multimedialną, inscenizacja, analiza tekstów

| Rodzaj zajęć | Formy zaliczenia        | Warunki zaliczenia przedmiotu                        |
|--------------|-------------------------|--|
| ćwiczenia    | prezentacja, zaliczenie | Aktywny udział w zajęciach, prezentacje indywidualne |



## Ochrona konkurencji i konsumentów

### Karta opisu przedmiotu

#### Informacje podstawowe

|  |   |
|--|---|
| <b>Kierunek studiów</b><br>marketing i logistyka                               | <b>Cykl kształcenia</b><br>2023/24                      |
| <b>Ścieżka</b><br>-  | <b>Kod przedmiotu</b><br>UJ.WZMILN.280.5cc0345f9ed4c.23 |
| <b>Jednostka organizacyjna</b><br>Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej | <b>Języki wykładowe</b><br>Polski                       |
| <b>Poziom kształcenia</b><br>drugiego stopnia                                  | <b>Dyscypliny</b><br>Nauki prawne                       |
| <b>Forma studiów</b><br>studia niestacjonarne                                  | <b>Klasyfikacja ISCED</b><br>0421 Prawo                 |
| <b>Profil studiów</b><br>ogólnoakademicki                                      |   |
| <b>Obligatoryjność</b><br>fakultatywny   |   |

|                           |  |                                   |
|---------------------------|--|-----------------------------------|
| <b>Okres</b><br>Semestr 4 | <b>Forma weryfikacji uzyskanych efektów uczenia się</b><br>zaliczenie na ocenę | <b>Liczba punktów ECTS</b><br>2.0 |
|                           | <b>Sposób realizacji i godziny zajęć</b><br>wykład: 10                         |                                   |

#### Cele kształcenia dla przedmiotu

|    |   |
|----|---|
| C1 | Celem przedmiotu jest pogłębienie wiedzy, umiejętności i kompetencji studentów w zakresie prawa konkurencji oraz publicznoprawnych środków ochrony konsumentów. |
|----|---|

#### Efekty uczenia się dla przedmiotu

| Kod                                    | Efekty w zakresie  | Kierunkowe efekty uczenia się | Metody weryfikacji  |
|--|--|-------------------------------|---------------------|
| <b>Wiedzy - Student zna i rozumie:</b> |  |                               |                     |
| W1                                     | podstawową terminologię, systematykę i instytucje publicznego prawa konsumentów. | MIL_K2_W05                    | zaliczenie na ocenę |



|   |   |                        |                     |
|---|---|------------------------|---------------------|
| W2  | podstawową terminologię, systematykę i instytucje publicznego prawa konkurencji.  | MIL_K2_W05             | zaliczenie na ocenę |
| <b>Umiejętności - Student potrafi:</b>                  |   |                        |                     |
| U1  | wskazać podstawowe problemy prawne dotyczące prawa ochrony konkurencji oraz publicznego prawa konsumentów.  | MIL_K2_U05, MIL_K2_U07 | zaliczenie na ocenę |
| U2  | wskazać środki ochrony konkurencji oraz konsumentów.  | MIL_K2_U05, MIL_K2_U07 | zaliczenie na ocenę |
| <b>Kompetencje społecznych - Student jest gotów do:</b> |   |                        |                     |
| K1  | podejmowania działań na rzecz dalszego kształcenia oraz podwyższania poziomu świadomości prawnej społeczeństwa w obszarze publicznego prawa konkurencji oraz publicznego prawa konsumentów. | MIL_K2_K01, MIL_K2_K06 | zaliczenie na ocenę |
| K2  | prowadzenia działalności gospodarczej w sposób zgodny z uregulowaniami ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów.   | MIL_K2_K01, MIL_K2_K06 | zaliczenie na ocenę |

### Bilans punktów ECTS

| Forma aktywności studenta                                   | Średnia liczba godzin* przeznaczonych na zrealizowane rodzaje zajęć |                    |
|---|---|--------------------|
| wykład  | 10  |                    |
| analiza aktów normatywnych                                  | 1   |                    |
| przygotowanie do egzaminu                                   | 20  |                    |
| przygotowanie do zajęć                                      | 10  |                    |
| samodzielna nauka dotycząca treści poruszanych na zajęciach | 15  |                    |
| rozwiązywanie zadań problemowych                            | 4   |                    |
| <b>Łączny nakład pracy studenta</b>                         | <b>Liczba godzin</b><br>60  | <b>ECTS</b><br>2.0 |
| <b>Liczba godzin kontaktowych</b>                           | <b>Liczba godzin</b><br>10  | <b>ECTS</b><br>0.4 |

\* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

### Treści programowe

| Lp. | Treści programowe  | Efekty uczenia się dla przedmiotu |
|-----|--|-----------------------------------|
| 1.  | Konstrukcja ustaw chroniących interesy przedsiębiorców i konsumentów na rynku. | W1, W2, U1, U2, K1, K2            |
| 2.  | Źródła prawa konkurencji.  | W2, U1, U2, K1, K2                |
| 3.  | Postępowanie przed Prezesem Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów.          | W1, W2, U1, U2, K1, K2            |

|    |   |                        |
|----|---|------------------------|
| 4. | Pojęcia przedsiębiorcy, konsumenta, rynku właściwego, wpływu na handel, stosunku konkurencji, dobrych obyczajów, przeciętnego konsumenta. | W1, W2, U1, U2, K1, K2 |
| 5. | Praktyki ograniczające konkurencję (porozumienia ograniczające konkurencję, nadużywanie pozycji dominującej).                             | W2, U1, U2, K1, K2     |
| 6. | Praktyki naruszające zbiorowe interesy konsumentów.   | W1, U1, U2, K1, K2     |
| 7. | Kontrola koncentracji.  | W2, U1, U2, K1, K2     |
| 8. | Sankcje administracyjne i karne w prawie antymonopolowym.   | W1, W2, U1, U2, K1, K2 |
| 9. | Istota kontroli klauzul niedozwolonych w prawie konsumenckim.   | W1, U1, U2, K1, K2     |

## Informacje rozszerzone

### Metody nauczania:

analiza przypadków, dyskusja, wykład z prezentacją multimedialną

| Rodzaj zajęć | Formy zaliczenia    | Warunki zaliczenia przedmiotu  |
|--------------|---------------------|--|
| wykład       | zaliczenie na ocenę | brak warunków wstępnych; test wyboru (pytania zawierające do czterech możliwych odpowiedzi, z których jedna jest prawidłowa) |

## Wymagania wstępne i dodatkowe

Brak wymagań wstępnych.

Komunikacja społeczna  
Karta opisu przedmiotu

**Informacje podstawowe**

|  |   |
|--|---|
| <p><b>Kierunek studiów</b><br/>marketing i logistyka</p> <p><b>Ścieżka</b><br/>-</p> <p><b>Jednostka organizacyjna</b><br/>Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej</p> <p><b>Poziom kształcenia</b><br/>drugiego stopnia</p> <p><b>Forma studiów</b><br/>studia niestacjonarne</p> <p><b>Profil studiów</b><br/>ogólnoakademicki</p> <p><b>Obligatoryjność</b><br/>fakultatywny</p> | <p><b>Cykl kształcenia</b><br/>2023/24</p> <p><b>Kod przedmiotu</b><br/>UJ.WZMILN.280.5cc0345fb85cd.23</p> <p><b>Języki wykładowe</b><br/>Polski</p> <p><b>Dyscypliny</b><br/>Nauki o komunikacji społecznej i mediach</p> <p><b>Klasyfikacja ISCED</b><br/>0314 Socjologia i kulturoznawstwo</p> |
|--|---|

|                                   |   |   |
|-----------------------------------|---|---|
| <p><b>Okres</b><br/>Semestr 4</p> | <p><b>Forma weryfikacji uzyskanych efektów uczenia się</b><br/>egzamin</p> <p><b>Sposób realizacji i godziny zajęć</b><br/>wykład: 15</p> | <p><b>Liczba punktów ECTS</b><br/>2.0</p> |
|-----------------------------------|---|---|

**Cele kształcenia dla przedmiotu**

|    |  |
|----|--|
| C1 | Pogłębienie wiedzy i rozwój umiejętności z zakresu komunikowania międzyludzkiego, z uwzględnieniem warunków globalizacji |
|----|--|

**Efekty uczenia się dla przedmiotu**

| Kod                             | Efekty w zakresie | Kierunkowe efekty uczenia się | Metody weryfikacji |
|---------------------------------|-------------------|-------------------------------|--------------------|
| Wiedzy - Student zna i rozumie: |                   |                               |                    |

|   |   |  |                 |
|---|---|--|-----------------|
| W1  | Student zna pojęcie komunikacji społecznej i rozumie znaczenie tego procesu   | MIL_K2_W01,<br>MIL_K2_W02,<br>MIL_K2_W03,<br>MIL_K2_W08          | egzamin pisemny |
| W2  | Student rozumie uniwersalizm komunikacji społecznej, ujęcia teoretyczne tego procesu oraz praktyczne zastosowania komunikacji w zarządzaniu | MIL_K2_W02,<br>MIL_K2_W03,<br>MIL_K2_W07                         | egzamin pisemny |
| <b>Umiejętności - Student potrafi:</b>                  |   |  |                 |
| U1  | Student potrafi skutecznie komunikować się w różnych kontekstach sytuacyjnych, organizacyjnych i kulturowych                                | MIL_K2_U03,<br>MIL_K2_U04, MIL_K2_U09                            | egzamin pisemny |
| U2  | Student potrafi dzielić się wiedzą na temat komunikowania oraz kierować zespołami w oparciu o zasady efektywnej komunikacji                 | MIL_K2_U04,<br>MIL_K2_U05, MIL_K2_U06                            | egzamin pisemny |
| <b>Kompetencje społecznych - Student jest gotów do:</b> |   |  |                 |
| K1  | Student jest gotów do świadomego stosowania efektywnych werbalnych i niewerbalnych zachowań komunikacyjnych                                 | MIL_K2_K01, MIL_K2_K02,<br>MIL_K2_K03, MIL_K2_K04,<br>MIL_K2_K05 | egzamin pisemny |
| K2  | Student jest gotów do dzielenia się wiedzą w obszarze komunikacji i wykorzystania skutecznej komunikacji w funkcjach kierowniczych          | MIL_K2_K01, MIL_K2_K02,<br>MIL_K2_K03, MIL_K2_K04                | egzamin pisemny |

### Bilans punktów ECTS

| Forma aktywności studenta                | Średnia liczba godzin* przeznaczonych na zrealizowane rodzaje zajęć |                    |
|--|---|--------------------|
| wykład                                   | 15  |                    |
| przygotowanie prezentacji multimedialnej | 20  |                    |
| przygotowanie do ćwiczeń                 | 15  |                    |
| <b>Łączny nakład pracy studenta</b>      | <b>Liczba godzin</b><br>50  | <b>ECTS</b><br>2.0 |
| <b>Liczba godzin kontaktowych</b>        | <b>Liczba godzin</b><br>15  | <b>ECTS</b><br>0.6 |

\* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

### Treści programowe

| Lp. | Treści programowe   | Efekty uczenia się dla przedmiotu |
|-----|---|-----------------------------------|
| 1.  | 1. Proces komunikowania się - znaczenie, złożoność, powszechność; przegląd teorii i koncepcji komunikowania społecznego   | W1, U1, K1                        |
| 2.  | 2. Formalne i nieformalne struktury komunikacyjne w organizacjach; komunikowanie w zarządzaniu wg funkcji zarządzania, cykl komunikacyjny, komunikacja w zarządzaniu zmianą | W1, U2, K1                        |

|    |   |                        |
|----|---|------------------------|
| 3. | 3. Sztuka prowadzenia prezentacji, wystąpień publicznych, burzy mózgów, dyskusji, negocjacji i zebrań                     | W1, W2, U1, U2, K1, K2 |
| 4. | 4. Zespół i praca zespołowa a komunikacja, wybrane techniki komunikacji w grupie  | W1, W2, U1, U2, K1, K2 |
| 5. | 5. Komunikowanie nieefektywne, błędy w komunikowaniu; komunikacja w konflikcie, nurt Komunikacji Bez Przemocy (NVC / PBP) | W2, U1, U2, K2         |
| 6. | 6. Komunikacja efektywna, rozwój kompetencji w zakresie komunikowania się, komunikacja w coachingu i mentoringu           | W1, W2, U1, U2, K1, K2 |
| 7. | 7. Różnice kulturowe w komunikacji - efektywna współpraca w środowisku międzynarodowym                                    | W2, U1, U2, K1, K2     |

### Informacje rozszerzone

#### Metody nauczania:

ćwiczenia przedmiotowe, analiza przypadków, dyskusja, wykład z prezentacją multimedialną, burza mózgów, analiza tekstów

| Rodzaj zajęć | Formy zaliczenia | Warunki zaliczenia przedmiotu |
|--------------|------------------|-------------------------------|
| wykład       | egzamin pisemny  | Prezentacja zespołowa         |