



# 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>	2024/25

## 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

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

## Semestr 2

Przedmiot	Liczba godzin	Punkty ECTS	Forma weryfikacji	
Makroekonomia II	30	4	egzamin	O
Etyka w zarządzaniu przedsiębiorstwem	20	4	egzamin	O
Zarządzanie procesami	20	4	egzamin	O
Badania operacyjne	20	4	egzamin	O
Marketing elektroniczny	10	2	egzamin	O
Seminarium magisterskie	30	5	zaliczenie	O
Business English	20	5	egzamin	O
Grupa zajęć fakultatywnych				O
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

Przedmiot	Liczba godzin	Punkty ECTS	Forma weryfikacji	
Przedsiębiorczość II	20	4	egzamin	O

<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> Marketing i logistyka</p> <p><b>Ścieżka</b> -</p> <p><b>Jednostka organizacyjna</b> Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej</p> <p><b>Poziom kształcenia</b> drugiego stopnia</p> <p><b>Forma studiów</b> studia niestacjonarne</p> <p><b>Profil studiów</b> ogólnoakademicki</p> <p><b>Obligatoryjność</b> obowiązkowy</p>	<p><b>Cykl kształcenia</b> 2024/25</p> <p><b>Kod przedmiotu</b> UJ.WZMILN.210.5cc0345c017f1.24</p> <p><b>Języki wykładowe</b> polski</p> <p><b>Dyscypliny</b> Nauki o zarządzaniu i jakości</p> <p><b>Klasyfikacja ISCED</b> 0413 Zarządzanie i administracja</p>
---	---

<p><b>Okres</b> Semestr 1</p>	<p><b>Forma weryfikacji uzyskanych efektów uczenia się</b> egzamin</p> <p><b>Sposób realizacji i godziny zajęć</b> wykład: 30</p>	<p><b>Liczba punktów ECTS</b> 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> 112	<b>ECTS</b> 4.0

\* 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.	AI W PROCESACH ZARZĄDZANIA	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> Marketing i logistyka</p> <p><b>Ścieżka</b> -</p> <p><b>Jednostka organizacyjna</b> Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej</p> <p><b>Poziom kształcenia</b> drugiego stopnia</p> <p><b>Forma studiów</b> studia niestacjonarne</p> <p><b>Profil studiów</b> ogólnoakademicki</p> <p><b>Obligatoryjność</b> obowiązkowy</p>	<p><b>Cykl kształcenia</b> 2024/25</p> <p><b>Kod przedmiotu</b> UJ.WZMILN.210.5cc0345308485.24</p> <p><b>Języki wykładowe</b> polski</p> <p><b>Dyscypliny</b> Matematyka</p> <p><b>Klasyfikacja ISCED</b> 0542 Statystyka</p>
---	---

<p><b>Okres</b> Semestr 1</p>	<p><b>Forma weryfikacji uzyskanych efektów uczenia się</b> egzamin</p> <p><b>Sposób realizacji i godziny zajęć</b> wykład: 10 ćwiczenia: 10</p>	<p><b>Liczba punktów ECTS</b> 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, MIL_K2_W09, MIL_K2_W10	zaliczenie pisemne, 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, 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> 109	<b>ECTS</b> 4.0

\* 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

Rodzaj zajęć	Formy zaliczenia	Warunki zaliczenia przedmiotu
--------------	------------------	-------------------------------

<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> Marketing i logistyka</p> <p><b>Ścieżka</b> -</p> <p><b>Jednostka organizacyjna</b> Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej</p> <p><b>Poziom kształcenia</b> drugiego stopnia</p> <p><b>Forma studiów</b> studia niestacjonarne</p> <p><b>Profil studiów</b> ogólnoakademicki</p> <p><b>Obligatoryjność</b> obowiązkowy</p>	<p><b>Cykl kształcenia</b> 2024/25</p> <p><b>Kod przedmiotu</b> UJ.WZMILN.210.5cc0345c1e679.24</p> <p><b>Języki wykładowe</b> polski</p> <p><b>Dyscypliny</b> Nauki o zarządzaniu i jakości</p> <p><b>Klasyfikacja ISCED</b> 0413 Zarządzanie i administracja</p>
---	---

<p><b>Okres</b> Semestr 1</p>	<p><b>Forma weryfikacji uzyskanych efektów uczenia się</b> egzamin</p> <p><b>Sposób realizacji i godziny zajęć</b> wykład: 10 ćwiczenia: 10</p>	<p><b>Liczba punktów ECTS</b> 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, zaliczenie na ocenę, 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, zaliczenie na ocenę, 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, zaliczenie na ocenę, 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, zaliczenie na ocenę, 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> 120	<b>ECTS</b> 4.0

\* 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:

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

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

## 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> Marketing i logistyka</p> <p><b>Ścieżka</b> -</p> <p><b>Jednostka organizacyjna</b> Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej</p> <p><b>Poziom kształcenia</b> drugiego stopnia</p> <p><b>Forma studiów</b> studia niestacjonarne</p> <p><b>Profil studiów</b> ogólnoakademicki</p> <p><b>Obligatoryjność</b> obowiązkowy</p>	<p><b>Cykl kształcenia</b> 2024/25</p> <p><b>Kod przedmiotu</b> UJ.WZMILN.210.5cab068426e84.24</p> <p><b>Języki wykładowe</b> polski</p> <p><b>Dyscypliny</b> Nauki o zarządzaniu i jakości</p> <p><b>Klasyfikacja ISCED</b> 0414 Marketing i reklama</p>
---	---

<p><b>Okres</b> Semestr 1</p>	<p><b>Forma weryfikacji uzyskanych efektów uczenia się</b> egzamin</p> <p><b>Sposób realizacji i godziny zajęć</b> konwersatorium: 30</p>	<p><b>Liczba punktów ECTS</b> 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> 107	<b>ECTS</b> 4.0

\* 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> Marketing i logistyka</p> <p><b>Ścieżka</b> -</p> <p><b>Jednostka organizacyjna</b> Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej</p> <p><b>Poziom kształcenia</b> drugiego stopnia</p> <p><b>Forma studiów</b> studia niestacjonarne</p> <p><b>Profil studiów</b> ogólnoakademicki</p> <p><b>Obligatoryjność</b> obowiązkowy</p>	<p><b>Cykl kształcenia</b> 2024/25</p> <p><b>Kod przedmiotu</b> UJ.WZMILN.210.5cc03457ef0a9.24</p> <p><b>Języki wykładowe</b> polski</p> <p><b>Dyscypliny</b> Ekonomia i finanse</p> <p><b>Klasyfikacja ISCED</b> 0411 Rachunkowość i podatki</p>
---	---

<p><b>Okres</b> Semestr 1</p>	<p><b>Forma weryfikacji uzyskanych efektów uczenia się</b> egzamin</p> <p><b>Sposób realizacji i godziny zajęć</b> wykład: 15 ćwiczenia: 15</p>	<p><b>Liczba punktów ECTS</b> 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>Kompetencji 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> 112	<b>ECTS</b> 4.0

\* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

## Treści programowe

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

Rodzaj zajęć	Formy zaliczenia	Warunki zaliczenia przedmiotu
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



UNIWERSYTET  
JAGIELLOŃSKI  
W KRAKOWIE

## Logistyka

### Karta opisu przedmiotu

#### Informacje podstawowe

<b>Kierunek studiów</b> Marketing i logistyka	<b>Cykl kształcenia</b> 2024/25
<b>Ścieżka</b> -	<b>Kod przedmiotu</b> UJ.WZMILN.210.5cc0345d1f14c.24
<b>Jednostka organizacyjna</b> Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej	<b>Języki wykładowe</b> polski
<b>Poziom kształcenia</b> drugiego stopnia	<b>Dyscypliny</b> Nauki o zarządzaniu i jakości
<b>Forma studiów</b> studia niestacjonarne	<b>Klasyfikacja ISCED</b> 0413 Zarządzanie i administracja
<b>Profil studiów</b> ogólnoakademicki	
<b>Obligatoryjność</b> obowiązkowy	

<b>Okres</b> Semestr 1	<b>Forma weryfikacji uzyskanych efektów uczenia się</b> egzamin	<b>Liczba punktów ECTS</b> 4.0
	<b>Sposób realizacji i godziny zajęć</b> 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 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 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, 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> 105	<b>ECTS</b> 4.0

\* 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> Marketing i logistyka	<b>Cykl kształcenia</b> 2024/25
<b>Ścieżka</b> -	<b>Kod przedmiotu</b> UJ.WZMILN.210.5cc2edf82f7f8.24
<b>Jednostka organizacyjna</b> Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej	<b>Języki wykładowe</b> polski
<b>Poziom kształcenia</b> drugiego stopnia	<b>Dyscypliny</b> Nauki o zarządzaniu i jakości
<b>Forma studiów</b> studia niestacjonarne	<b>Klasyfikacja ISCED</b> 0414 Marketing i reklama
<b>Profil studiów</b> ogólnoakademicki	
<b>Obligatoryjność</b> obowiązkowy	

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

#### Cele kształcenia dla przedmiotu

C1	Celem kursu jest zapoznanie studentów z tematyką z zakresu marketingu i nowych trendów w różnych jego obszarach oraz przygotowanie ich do jej wykorzystania w praktyce rynkowej.
----	--

#### 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 instrumentarium marketingowego.	MIL_K2_W02	zaliczenie pisemne, projekt

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

### 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> 100	<b>ECTS</b> 4.0

\* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

### Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	Wprowadzenie do marketingu - Podstawowe założenia klasycznej koncepcji marketingu - Uwarunkowania działania przedsiębiorstwa na rynku - Tendencje i kierunki rozwoju marketingu - Strategia segmentacji rynku (segmentacja psychograficzna i behawioralna)	W1, W2
2.	Nowe metody i narzędzia promocji - Etapy budowy kampanii promocyjnej - Tradycyjne i nowoczesne instrumenty promocji - Zintegrowana komunikacja marketingowa - Przyszłość komunikacji marketingowej	W1, W2, U1, U2
3.	Marketing społeczny i marketing zrównoważony - Rozwój orientacji marketingowych przedsiębiorstw - Gospodarka o obiegu zamkniętym a marketing zrównoważony - Planowane postarzenie produktu. - Zielony marketing a greenwashing	W1, W2, U1, U2, K1, K2

## Informacje rozszerzone

### Metody nauczania:

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

Rodzaj zajęć	Formy zaliczenia	Warunki zaliczenia przedmiotu
wykład	zaliczenie pisemne, projekt, prezentacja	-- Obecność na wykładach, -- Praca semestralna (indywidualna lub grupowa) - pisemne opracowanie i zaprezentowanie projektu na zadany temat, -- Zaliczenie pisemnego kolokwium.

### Wymagania wstępne i dodatkowe

Brak wymagań wstępnych.



Metodyka badań naukowych  
Karta opisu przedmiotu

**Informacje podstawowe**

<b>Kierunek studiów</b> Marketing i logistyka	<b>Cykl kształcenia</b> 2024/25
<b>Ścieżka</b> -	<b>Kod przedmiotu</b> UJ.WZMILN.210.5cc034554abc1.24
<b>Jednostka organizacyjna</b> Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej	<b>Języki wykładowe</b> polski
<b>Poziom kształcenia</b> drugiego stopnia	<b>Dyscypliny</b> Nauki o zarządzaniu i jakości
<b>Forma studiów</b> studia niestacjonarne	<b>Klasyfikacja ISCED</b> 0413 Zarządzanie i administracja
<b>Profil studiów</b> ogólnoakademicki	
<b>Obligatoryjność</b> obowiązkowy	

<b>Okres</b> Semestr 1	<b>Forma weryfikacji uzyskanych efektów uczenia się</b> egzamin	<b>Liczba punktów ECTS</b> 3.0
	<b>Sposób realizacji i godziny zajęć</b> 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>Kompetencje 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> 84	<b>ECTS</b> 3.0

\* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

### Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	Wprowadzenie do metodyki badań naukowych - Rodzaje badań naukowych - Specyfika badań naukowych – rygor metodologiczny - Etapy procesu badawczego - Struktura tekstów naukowych	W2, U2, K1, K2

2.	<p>Formułowanie problemu badawczego</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Problem badawczy w badaniach naukowych i społecznych</li> <li>- Konceptualizacja i operacjonalizacja problematyki badawczej</li> <li>- Pojęcia, zmienne i wskaźniki</li> <li>- Hipotezy badawcze</li> </ul>	W1, U1, K1, K2
3.	<p>Metody i techniki wykorzystywane w badaniach naukowych i ich charakterystyka</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Klasyfikacje metod badawczych</li> <li>- Ankieta i wywiad jako metody badań społecznych</li> <li>- Eksperyment jako podejście badawcze</li> <li>- Metody jakościowe (focus group, etnografia)</li> <li>- Inne metody badawcze wykorzystywane w naukach o zarządzaniu</li> </ul>	W3, U1, U2, K1, K2
4.	<p>Kwestionariusz jako instrument pomiarowy</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Kwestionariusz i zasady jego konstrukcji</li> <li>- Rodzaje pytań kwestionariuszowych</li> </ul> <p>Pomiar w badaniach społecznych</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Rodzaje pomiaru</li> <li>- Skale wykorzystywane w badaniach</li> <li>- Problem trafności i rzetelności</li> </ul>	W3, U2, K1, K2
5.	<p>Dobór próby badawczej</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Zasady doboru próby</li> <li>- Metody doboru próby</li> </ul>	W2, U1, K1, K2
6.	<p>Opracowanie i analiza danych</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Weryfikacja materiału surowego</li> <li>- Instrukcja kodowa i kategoryzacja pytań otwartych</li> <li>- Analiza statystyczna danych (w tym z wykorzystaniem SPSS i Statistica)</li> <li>- Prezentacja danych - analiza tabelaryczna</li> </ul> <p>Zasady pisania raportu z badań</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Najczęstsze błędy popełniane w raportach z badań naukowych</li> <li>- Zasady przedstawiania wyników badań naukowych</li> </ul>	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



UNIWERSYTET  
JAGIELLOŃSKI  
W KRAKOWIE

## Business English

### Karta opisu przedmiotu

#### Informacje podstawowe

<b>Kierunek studiów</b> Marketing i logistyka	<b>Cykl kształcenia</b> 2024/25
<b>Ścieżka</b> -	<b>Kod przedmiotu</b> UJ.WZMILN.230.5cab06841cb0e.24
<b>Jednostka organizacyjna</b> Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej	<b>Języki wykładowe</b> angielski
<b>Poziom kształcenia</b> drugiego stopnia	<b>Dyscypliny</b> Nauki o zarządzaniu i jakości
<b>Forma studiów</b> studia niestacjonarne	<b>Klasyfikacja ISCED</b> 0413 Zarządzanie i administracja
<b>Profil studiów</b> ogólnoakademicki	
<b>Obligatoryjność</b> obowiązkowy	

<b>Okres</b> Semestr 1	<b>Forma weryfikacji uzyskanych efektów uczenia się</b> zaliczenie	<b>Liczba punktów ECTS</b> 0.0
	<b>Sposób realizacji i godziny zajęć</b> lektorat: 20	

<b>Okres</b> Semestr 2	<b>Forma weryfikacji uzyskanych efektów uczenia się</b> egzamin	<b>Liczba punktów ECTS</b> 5.0
	<b>Sposób realizacji i godziny zajęć</b> lektorat: 20	

## Cele kształcenia dla przedmiotu

C1	rozwijanie słownictwa związanego z szeroko pojętą komunikacją biznesową i komunikacją w miejscu pracy
C2	rozwijanie rozumienia tekstów pisemnych i ustnych właściwych dla komunikacji biznesowej
C3	rozwijanie umiejętności prowadzenia interakcji ustnej i pisemnej w szeroko pojętym środowisku biznesowym
C4	rozwijanie umiejętności wypowiadania się w formie pisemnej i ustnej na tematy powiązane z szeroko pojętym biznesem
C5	rozwijanie kompetencji pozajęzykowych użytecznych w miejscu pracy
C6	doskonalenie umiejętności samokształcenia językowego

## Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się	Metody weryfikacji
<b>Wiedzy - Student zna i rozumie:</b>			
W1	słownictwo charakterystyczne dla języka biznesu na poziomie B2+	MIL_K2_W01	egzamin pisemny, zaliczenie na ocenę
W2	teksty pisemne i ustne charakterystyczne dla języka biznesu	MIL_K2_W01, MIL_K2_W02	egzamin pisemny, zaliczenie na ocenę
W3	konieczność samokształcenia językowego i doskonalenia umiejętności językowych w celu osiągnięcia sukcesu	MIL_K2_W08	zaliczenie na ocenę
<b>Umiejętności - Student potrafi:</b>			
U1	zrozumieć główne wątki i treści wypowiedzi dotyczących szeroko pojętego biznesu i życia zawodowego	MIL_K2_U10	egzamin pisemny, zaliczenie na ocenę
U2	zrozumieć główne wątki i treści artykułów popularnonaukowych dotyczących szeroko pojętego biznesu	MIL_K2_U10	egzamin pisemny, zaliczenie na ocenę
U3	wyrazić w formie pisemnej i ustnej swoje opinie dotyczące szeroko pojętych tematów biznesowych	MIL_K2_U09, MIL_K2_U10	zaliczenie na ocenę
U4	przedstawić opis danych przedstawionych w formie graficznej	MIL_K2_U09, MIL_K2_U10	zaliczenie na ocenę
U5	przewodzić interakcję ustną i pisemną w typowych sytuacjach związanych ze swoim życiem zawodowym	MIL_K2_U09, MIL_K2_U10	zaliczenie na ocenę
U6	doskonalić swoje umiejętności językowe	MIL_K2_U09, MIL_K2_U10	zaliczenie na ocenę
<b>Kompetencji społecznych - Student jest gotów do:</b>			
K1	pracy w grupie, z poszanowaniem różnorodności postaw i aspektów wielokulturowości	MIL_K2_K01, MIL_K2_K02, MIL_K2_K03, MIL_K2_K04, MIL_K2_K07	zaliczenie na ocenę
K2	popularyzacji wiedzy i dzielenia się wiedzą	MIL_K2_K01, MIL_K2_K02, MIL_K2_K03, MIL_K2_K04, MIL_K2_K05, MIL_K2_K07	zaliczenie na ocenę
K3	aktywnego udziału w życiu społecznym i zawodowym	MIL_K2_K01, MIL_K2_K02, MIL_K2_K03, MIL_K2_K04, MIL_K2_K07	zaliczenie na ocenę



## Bilans punktów ECTS

### Semestr 1

Forma aktywności studenta	Średnia liczba godzin* przeznaczonych na zrealizowane rodzaje zajęć	
lektorat	20	
poznanie terminologii obcojęzycznej	10	
przygotowanie do zajęć	10	
samodzielna nauka dotycząca treści poruszanych na zajęciach	10	
przygotowanie prezentacji multimedialnej	5	
przygotowanie do testu zaliczeniowego	5	
<b>Łączny nakład pracy studenta</b>	<b>Liczba godzin</b> 60	<b>ECTS</b> 0.0

\* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

### Semestr 2

Forma aktywności studenta	Średnia liczba godzin* przeznaczonych na zrealizowane rodzaje zajęć	
lektorat	20	
poznanie terminologii obcojęzycznej	10	
przygotowanie do zajęć	10	
samodzielna nauka dotycząca treści poruszanych na zajęciach	10	
przygotowanie do egzaminu	10	
przygotowanie do testu zaliczeniowego	5	
<b>Łączny nakład pracy studenta</b>	<b>Liczba godzin</b> 65	<b>ECTS</b> 5.0

\* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

## Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Efekty uczenia się dla przedmiotu

1.	<p>Student poznaje w języku angielskim słownictwo i aspekty związane z:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Management &amp; leadership</li> <li>-Human resources &amp; people</li> <li>-Marketing &amp; sales</li> <li>-Finance &amp; accounting</li> <li>-Economics &amp; economy</li> </ul>	W1, W2, W3, U1, U2, U3, U4, U5, U6, K1, K2, K3
----	--	--

## Informacje rozszerzone

### Semestr 1

#### Metody nauczania:

metody e-learningowe, rozwiązywanie zadań, analiza przypadków, dyskusja, metoda projektów, analiza tekstów

Rodzaj zajęć	Formy zaliczenia	Warunki zaliczenia przedmiotu
lektorat	zaliczenie na ocenę	Warunkiem uzyskania zaliczenia jest: 1. Obowiązkowa obecność na zajęciach, 2. Zaliczenie testu pisemnego na co najmniej 60% punktów 3. zaliczenie części ustnej [do wyboru przez lektorów]. Skala ocen: 0-59% - niedostateczny 60-67% - dostateczny 68-75% - dostateczny plus 76-83% - dobry 84-91% - dobry plus 92-100% - bardzo dobry

### Semestr 2

#### Metody nauczania:

metody e-learningowe, rozwiązywanie zadań, analiza przypadków, dyskusja, metoda projektów, analiza tekstów

Rodzaj zajęć	Formy zaliczenia	Warunki zaliczenia przedmiotu
lektorat	egzamin pisemny	Warunkiem uzyskania zaliczenia jest: 1. Obowiązkowa obecność na zajęciach, 2. Zaliczenie testu pisemnego na co najmniej 60% punktów 3. zaliczenie części ustnej [do wyboru przez lektorów]. Skala ocen: 0-59% - niedostateczny 60-67% - dostateczny 68-75% - dostateczny plus 76-83% - dobry 84-91% - dobry plus 92-100% - bardzo dobry Kurs kończy się egzaminem pisemnym, zawierającym komponent leksykalny, komponent czytania ze zrozumieniem oraz inne komponenty językowe [do decyzji prowadzącego]

## Wymagania wstępne i dodatkowe

Znajomość języka angielskiego na poziomie B2 według Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego- znajomość słownictwa ogólnego na tym poziomie, zasad gramatycznych, komunikacja ustna i pisemna w sytuacjach życia codziennego oraz w sytuacjach uniwersyteckich.



## Makroekonomia II

Karta opisu przedmiotu

### Informacje podstawowe

<b>Kierunek studiów</b> Marketing i logistyka	<b>Cykl kształcenia</b> 2024/25
<b>Ścieżka</b> -	<b>Kod przedmiotu</b> UJ.WZMILN.220.5cc0345cabe72.24
<b>Jednostka organizacyjna</b> Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej	<b>Języki wykładowe</b> polski
<b>Poziom kształcenia</b> drugiego stopnia	<b>Dyscypliny</b> Ekonomia i finanse
<b>Forma studiów</b> studia niestacjonarne	<b>Klasyfikacja ISCED</b> 0311 Ekonomia
<b>Profil studiów</b> ogólnoakademicki	
<b>Obligatoryjność</b> obowiązkowy	

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

### 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, MIL_K2_W05	egzamin pisemny, zaliczenie na ocenę

W2	student ma średnio-ogólną wiedzę na temat głównych kategorii makroekonomicznych i zachodzących między nimi relacji	MIL_K2_W06, MIL_K2_W10	egzamin pisemny, zaliczenie na ocenę
W3	powiązanie między teorią ekonomii i jej wykorzystaniem w projektowaniu celów i zadań polityk gospodarczych	MIL_K2_W04, MIL_K2_W05	egzamin pisemny, zaliczenie na ocenę
<b>Umiejętności - Student potrafi:</b>			
U1	identyfikować, opisywać i interpretować przyczyny wybranych zjawisk i procesów gospodarczych	MIL_K2_U04	egzamin pisemny, 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, 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, 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> 120	<b>ECTS</b> 4.0

\* 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 uzyskaniem zaliczenia 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> Marketing i logistyka</p> <p><b>Ścieżka</b> -</p> <p><b>Jednostka organizacyjna</b> Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej</p> <p><b>Poziom kształcenia</b> drugiego stopnia</p> <p><b>Forma studiów</b> studia niestacjonarne</p> <p><b>Profil studiów</b> ogólnoakademicki</p> <p><b>Obligatoryjność</b> obowiązkowy</p>	<p><b>Cykl kształcenia</b> 2024/25</p> <p><b>Kod przedmiotu</b> UJ.WZMILN.220.620b6e841efcd.24</p> <p><b>Języki wykładowe</b> polski</p> <p><b>Dyscypliny</b> Filozofia</p> <p><b>Klasyfikacja ISCED</b> 0223 Filozofia i etyka</p>
---	---

<p><b>Okres</b> Semestr 2</p>	<p><b>Forma weryfikacji uzyskanych efektów uczenia się</b> egzamin</p> <p><b>Sposób realizacji i godziny zajęć</b> wykład: 20</p>	<p><b>Liczba punktów ECTS</b> 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, MIL_K2_W04, MIL_K2_W06	egzamin pisemny, zaliczenie na ocenę

W2	różnorodność kodów moralnych	MIL_K2_W03, MIL_K2_W04	egzamin pisemny, zaliczenie na ocenę
W3	problemy etyki biznesu i zarządzania	MIL_K2_W01, MIL_K2_W02, MIL_K2_W04, MIL_K2_W05, MIL_K2_W06	egzamin pisemny, zaliczenie na ocenę
<b>Umiejętności - Student potrafi:</b>			
U1	posługiwać się pojęciami etyki w dyskusji i analizie dylematów	MIL_K2_U02, MIL_K2_U03, MIL_K2_U06	egzamin pisemny, zaliczenie na ocenę
U2	stosować kryteria moralne w ocenie i przy podejmowaniu decyzji	MIL_K2_U05, MIL_K2_U06, MIL_K2_U07	egzamin pisemny, zaliczenie na ocenę
U3	uzasadniać oceny moralne	MIL_K2_U03, MIL_K2_U04, MIL_K2_U05	egzamin pisemny, 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, MIL_K2_K07	zaliczenie na ocenę
K3	zrozumienia poglądów z którymi się nie zgadza	MIL_K2_K01, MIL_K2_K02, MIL_K2_K03, MIL_K2_K07	egzamin pisemny, 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> 120	<b>ECTS</b> 4.0

\* 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> Marketing i logistyka</p> <p><b>Ścieżka</b> -</p> <p><b>Jednostka organizacyjna</b> Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej</p> <p><b>Poziom kształcenia</b> drugiego stopnia</p> <p><b>Forma studiów</b> studia niestacjonarne</p> <p><b>Profil studiów</b> ogólnoakademicki</p> <p><b>Obligatoryjność</b> obowiązkowy</p>	<p><b>Cykl kształcenia</b> 2024/25</p> <p><b>Kod przedmiotu</b> UJ.WZMILN.220.5cc0345ce2157.24</p> <p><b>Języki wykładowe</b> polski</p> <p><b>Dyscypliny</b> Nauki o zarządzaniu i jakości</p> <p><b>Klasyfikacja ISCED</b> 0413 Zarządzanie i administracja</p>
---	---

<b>Okres</b> Semestr 2	<p><b>Forma weryfikacji uzyskanych efektów uczenia się</b> egzamin</p> <p><b>Sposób realizacji i godziny zajęć</b> wykład: 20</p>	<b>Liczba punktów ECTS</b> 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> 100	<b>ECTS</b> 4.0

\* 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> Marketing i logistyka</p> <p><b>Ścieżka</b> -</p> <p><b>Jednostka organizacyjna</b> Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej</p> <p><b>Poziom kształcenia</b> drugiego stopnia</p> <p><b>Forma studiów</b> studia niestacjonarne</p> <p><b>Profil studiów</b> ogólnoakademicki</p> <p><b>Obligatoryjność</b> obowiązkowy</p>	<p><b>Cykl kształcenia</b> 2024/25</p> <p><b>Kod przedmiotu</b> UJ.WZMILN.220.5cc0345d065ae.24</p> <p><b>Języki wykładowe</b> polski</p> <p><b>Dyscypliny</b> Nauki o zarządzaniu i jakości</p> <p><b>Klasyfikacja ISCED</b> 0413 Zarządzanie i administracja</p>
---	---

<p><b>Okres</b> Semestr 2</p>	<p><b>Forma weryfikacji uzyskanych efektów uczenia się</b> egzamin</p> <p><b>Sposób realizacji i godziny zajęć</b> wykład: 10 ćwiczenia: 10</p>	<p><b>Liczba punktów ECTS</b> 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, zaliczenie na ocenę, 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, zaliczenie na ocenę, 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, zaliczenie na ocenę, 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, zaliczenie na ocenę, 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> 120	<b>ECTS</b> 4.0

\* 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:

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

Rodzaj zajęć	Formy zaliczenia	Warunki zaliczenia przedmiotu
wykład	egzamin pisemny	Zaliczenie modułu obejmuje: zaliczenie ćwiczeń oraz końcowy egzamin pisemny. Warunkiem przystąpienia do końcowego egzaminu pisemnego modułu jest zaliczenie ćwiczeń na ocenę pozytywną. Szczegółowe warunki zaliczenia modułu są omówione na pierwszych zajęciach.
ćwiczenia	zaliczenie na ocenę, projekt, prezentacja	Warunkiem zaliczenia ćwiczeń jest obowiązkowa obecność na zajęciach. Ocenie podlega wykonanie i przedstawienie na wyznaczonych zajęciach wyników grupowych prac projektowych i/lub „zaliczenie na ocenę” przeprowadzone w formie kolokwium. 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> Marketing i logistyka</p> <p><b>Ścieżka</b> -</p> <p><b>Jednostka organizacyjna</b> Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej</p> <p><b>Poziom kształcenia</b> drugiego stopnia</p> <p><b>Forma studiów</b> studia niestacjonarne</p> <p><b>Profil studiów</b> ogólnoakademicki</p> <p><b>Obligatoryjność</b> obowiązkowy</p>	<p><b>Cykl kształcenia</b> 2024/25</p> <p><b>Kod przedmiotu</b> UJ.WZMILN.220.5cc2edf8ad79b.24</p> <p><b>Języki wykładowe</b> polski</p> <p><b>Dyscypliny</b> Nauki o zarządzaniu i jakości</p> <p><b>Klasyfikacja ISCED</b> 0414 Marketing i reklama</p>
---	---

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

#### 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> 60	<b>ECTS</b> 2.0

\* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

### Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	E-marketing - wprowadzenie - Obszary wykorzystania Internetu w działaniach marketingowych - Rynek reklamy internetowej oraz trendy w e-marketingu - Kanały digital i ich potencjał - Specyfika zachowań internautów/konsumentów	W1, W2
2.	Planowanie i monitoring kampanii e-marketingowej - Brief jako podstawa współpracy z agencją - Podstawowe metody i narzędzia e-marketingu - Podstawowe narzędzia wykorzystywane do badania marki w sieci - 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 agencyjnej 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> Marketing i logistyka</p> <p><b>Ścieżka</b> -</p> <p><b>Jednostka organizacyjna</b> Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej</p> <p><b>Poziom kształcenia</b> drugiego stopnia</p> <p><b>Forma studiów</b> studia niestacjonarne</p> <p><b>Profil studiów</b> ogólnoakademicki</p> <p><b>Obligatoryjność</b> obowiązkowy</p>	<p><b>Cykl kształcenia</b> 2024/25</p> <p><b>Kod przedmiotu</b> UJ.WZMILN.2E0.5ca756a7bc568.24</p> <p><b>Języki wykładowe</b> polski</p> <p><b>Dyscypliny</b> Nauki o zarządzaniu i jakości</p> <p><b>Klasyfikacja ISCED</b> 0413 Zarządzanie i administracja</p>
---	---

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

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

<p><b>Okres</b> Semestr 4</p>	<p><b>Forma weryfikacji uzyskanych efektów uczenia się</b> zaliczenie</p> <p><b>Sposób realizacji i godziny zajęć</b> seminarium: 30</p>	<p><b>Liczba punktów ECTS</b> 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> 110
	<b>ECTS</b> 5.0

\* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

### Semestr 3

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

\* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

#### **Semestr 4**

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

\* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

### **Treści programowe**

<b>Lp.</b>	<b>Treści programowe</b>	<b>Efekty uczenia się dla przedmiotu</b>
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

<b>Kierunek studiów</b> Marketing i logistyka	<b>Cykl kształcenia</b> 2024/25
<b>Ścieżka</b> -	<b>Kod przedmiotu</b> UJ.WZMILN.220.5cc0345812b42.24
<b>Jednostka organizacyjna</b> Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej	<b>Języki wykładowe</b> polski
<b>Poziom kształcenia</b> drugiego stopnia	<b>Dyscypliny</b> Ekonomia i finanse
<b>Forma studiów</b> studia niestacjonarne	<b>Klasyfikacja ISCED</b> 0412 Finanse, bankowość i ubezpieczenia
<b>Profil studiów</b> ogólnoakademicki	
<b>Obligatoryjność</b> fakultatywny	

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

#### 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, 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> 100	<b>ECTS</b> 4.0

\* 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> Marketing i logistyka</p> <p><b>Ścieżka</b> -</p> <p><b>Jednostka organizacyjna</b> Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej</p> <p><b>Poziom kształcenia</b> drugiego stopnia</p> <p><b>Forma studiów</b> studia niestacjonarne</p> <p><b>Profil studiów</b> ogólnoakademicki</p> <p><b>Obligatoryjność</b> fakultatywny</p>	<p><b>Cykl kształcenia</b> 2024/25</p> <p><b>Kod przedmiotu</b> UJ.WZMILN.220.5cc03459a5ae6.24</p> <p><b>Języki wykładowe</b> polski</p> <p><b>Dyscypliny</b> Nauki o zarządzaniu i jakości</p> <p><b>Klasyfikacja ISCED</b> 0413 Zarządzanie i administracja</p>
--	---

<p><b>Okres</b> Semestr 2</p>	<p><b>Forma weryfikacji uzyskanych efektów uczenia się</b> egzamin</p> <p><b>Sposób realizacji i godziny zajęć</b> wykład: 20</p>	<p><b>Liczba punktów ECTS</b> 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, MIL_K2_W02	egzamin pisemny
W2	metody i techniki oceny, transferu i kontroli ryzyka	MIL_K2_W01, 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> 90	<b>ECTS</b> 3.0

\* 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> Marketing i logistyka</p> <p><b>Ścieżka</b> -</p> <p><b>Jednostka organizacyjna</b> Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej</p> <p><b>Poziom kształcenia</b> drugiego stopnia</p> <p><b>Forma studiów</b> studia niestacjonarne</p> <p><b>Profil studiów</b> ogólnoakademicki</p> <p><b>Obligatoryjność</b> fakultatywny</p>	<p><b>Cykl kształcenia</b> 2024/25</p> <p><b>Kod przedmiotu</b> UJ.WZMILN.220.5cc0345d3b579.24</p> <p><b>Języki wykładowe</b> polski</p> <p><b>Dyscypliny</b> Ekonomia i finanse</p> <p><b>Klasyfikacja ISCED</b> 0311 Ekonomia</p>
--	---

<p><b>Okres</b> Semestr 2</p>	<p><b>Forma weryfikacji uzyskanych efektów uczenia się</b> zaliczenie</p> <p><b>Sposób realizacji i godziny zajęć</b> wykład: 15</p>	<p><b>Liczba punktów ECTS</b> 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>Kompetencji 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> 52	<b>ECTS</b> 2.0

\* 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

<b>Rodzaj zajęć</b>	<b>Formy zaliczenia</b>	<b>Warunki zaliczenia przedmiotu</b>
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> Marketing i logistyka</p> <p><b>Ścieżka</b> -</p> <p><b>Jednostka organizacyjna</b> Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej</p> <p><b>Poziom kształcenia</b> drugiego stopnia</p> <p><b>Forma studiów</b> studia niestacjonarne</p> <p><b>Profil studiów</b> ogólnoakademicki</p> <p><b>Obligatoryjność</b> fakultatywny</p>	<p><b>Cykl kształcenia</b> 2024/25</p> <p><b>Kod przedmiotu</b> UJ.WZMILN.220.5cc0345d55166.24</p> <p><b>Języki wykładowe</b> polski</p> <p><b>Dyscypliny</b> Ekonomia i finanse</p> <p><b>Klasyfikacja ISCED</b> 0311 Ekonomia</p>
--	---

<p><b>Okres</b> Semestr 2</p>	<p><b>Forma weryfikacji uzyskanych efektów uczenia się</b> egzamin</p> <p><b>Sposób realizacji i godziny zajęć</b> wykład: 20</p>	<p><b>Liczba punktów ECTS</b> 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> 85	<b>ECTS</b> 3.0

\* 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> Marketing i logistyka</p> <p><b>Ścieżka</b> -</p> <p><b>Jednostka organizacyjna</b> Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej</p> <p><b>Poziom kształcenia</b> drugiego stopnia</p> <p><b>Forma studiów</b> studia niestacjonarne</p> <p><b>Profil studiów</b> ogólnoakademicki</p> <p><b>Obligatoryjność</b> obowiązkowy</p>	<p><b>Cykl kształcenia</b> 2024/25</p> <p><b>Kod przedmiotu</b> UJ.WZMILN.240.5cc0345dd70a4.24</p> <p><b>Języki wykładowe</b> polski</p> <p><b>Dyscypliny</b> Nauki o zarządzaniu i jakości</p> <p><b>Klasyfikacja ISCED</b> 0413 Zarządzanie i administracja</p>
---	---

<p><b>Okres</b> Semestr 3</p>	<p><b>Forma weryfikacji uzyskanych efektów uczenia się</b> egzamin</p> <p><b>Sposób realizacji i godziny zajęć</b> wykład: 20</p>	<p><b>Liczba punktów ECTS</b> 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> 120
	<b>ECTS</b> 4.0

\* 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.	Spółeczny wymiar przedsiębiorczości - od pomysłu do uruchomienia biznesu.	K1, K2

## Informacje rozszerzone

### Metody nauczania:

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

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> Marketing i logistyka</p> <p><b>Ścieżka</b> -</p> <p><b>Jednostka organizacyjna</b> Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej</p> <p><b>Poziom kształcenia</b> drugiego stopnia</p> <p><b>Forma studiów</b> studia niestacjonarne</p> <p><b>Profil studiów</b> ogólnoakademicki</p> <p><b>Obligatoryjność</b> obowiązkowy</p>	<p><b>Cykl kształcenia</b> 2024/25</p> <p><b>Kod przedmiotu</b> UJ.WZMILN.240.5cc0345df30f8.24</p> <p><b>Języki wykładowe</b> polski</p> <p><b>Dyscypliny</b> Psychologia</p> <p><b>Klasyfikacja ISCED</b> 0313 Psychologia</p>
---	---

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

Forma aktywności studenta	Średnia liczba godzin* przeznaczonych na zrealizowane rodzaje zajęć
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> 107	<b>ECTS</b> 4.0

\* 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> Marketing i logistyka	<b>Cykl kształcenia</b> 2024/25
<b>Ścieżka</b> -	<b>Kod przedmiotu</b> UJ.WZMILN.240.5cc2edf94b683.24
<b>Jednostka organizacyjna</b> Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej	<b>Języki wykładowe</b> polski
<b>Poziom kształcenia</b> drugiego stopnia	<b>Dyscypliny</b> Nauki o zarządzaniu i jakości
<b>Forma studiów</b> studia niestacjonarne	<b>Klasyfikacja ISCED</b> 0414 Marketing i reklama
<b>Profil studiów</b> ogólnoakademicki	
<b>Obligatoryjność</b> obowiązkowy	

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

**Cele kształcenia dla przedmiotu**

C1	Celem kursu jest zapoznanie studentów z tematyką z zakresu zarządzania relacjami z klientem i przygotowanie ich do jej wykorzystania w praktyce 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 pojęcia z zakresu systemu zarządzania relacjami z klientami.	MIL_K2_W02	projekt



W2	zasady budowy systemu zarządzania relacjami z klientami.	MIL_K2_W02	projekt
<b>Umiejętności - Student potrafi:</b>			
U1	przygotować założenia wdrożenia systemu zarządzania klientami.	MIL_K2_U01	projekt, prezentacja
U2	posługiwać się pojęciami z zakresu systemu zarządzania klientami.	MIL_K2_U01	projekt, prezentacja
<b>Kompetencji społecznych - Student jest gotów do:</b>			
K1	opracowywania założeń systemu zarządzania klientami.	MIL_K2_K01	projekt, prezentacja
K2	pracy w zespole.	MIL_K2_K01	projekt, prezentacja

### Bilans punktów ECTS

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

\* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

### Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	Podstawy zarządzania relacjami z klientem - Podstawowe pojęcia z zakresu zarządzania relacjami z klientem - Źródła i cele zarządzania relacjami z klientem - Marketing relacji	W1, W2, U1, U2
2.	Etapy i działania w ramach zarządzania relacjami z klientami -Wartość relacji z klientem -Rodzaje relacji i etapy kształtowania się relacji -Wybrane determinanty relacji (satysfakcja, zaufanie i zaangażowanie) -Metody analizy danych z zakresu relacji -Prawne aspekty zarządzania relacjami z klientami	W1, W2, U1, U2, K1, K2

### Informacje rozszerzone

#### Metody nauczania:

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

<b>Rodzaj zajęć</b>	<b>Formy zaliczenia</b>	<b>Warunki zaliczenia przedmiotu</b>
wykład	projekt, prezentacja	-- Obecność na wykładach, -- Praca semestralna (indywidualna lub grupowa) - pisemne opracowanie i zaprezentowanie projektu z zakresu zarządzania relacjami z klientami.

### **Wymagania wstępne i dodatkowe**

Brak wymagań wstępnych.

## Zachowania konsumenckie

### Karta opisu przedmiotu

#### Informacje podstawowe

<p><b>Kierunek studiów</b> Marketing i logistyka</p> <p><b>Ścieżka</b> -</p> <p><b>Jednostka organizacyjna</b> Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej</p> <p><b>Poziom kształcenia</b> drugiego stopnia</p> <p><b>Forma studiów</b> studia niestacjonarne</p> <p><b>Profil studiów</b> ogólnoakademicki</p> <p><b>Obligatoryjność</b> obowiązkowy</p>	<p><b>Cykl kształcenia</b> 2024/25</p> <p><b>Kod przedmiotu</b> UJ.WZMILN.240.5cc2edf9684fb.24</p> <p><b>Języki wykładowe</b> polski</p> <p><b>Dyscypliny</b> Nauki o zarządzaniu i jakości</p> <p><b>Klasyfikacja ISCED</b> 0414 Marketing i reklama</p>
---	---

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

#### Cele kształcenia dla przedmiotu

C1	Celem kursu jest zapoznanie studentów z tematyką z zakresu zachowań konsumentów i ich uwarunkowań oraz przygotowanie ich do jej wykorzystania w praktyce 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 mechanizmy zachowań konsumenckich.	MIL_K2_W02, MIL_K2_W07	projekt

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

### 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> 60	<b>ECTS</b> 2.0

\* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

### Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	Istota i zakres zachowań konsumenckich Podejmowanie decyzji o zakupie przez nabywców indywidualnych - Charakterystyka etapów procesu decyzyjnego - Rodzaje decyzji nabywczych - Ścieżka zakupowa klienta	W1, W2
2.	Uwarunkowania zachowań konsumenckich - Wewnętrzne uwarunkowania zachowań konsumenckich - Zewnętrzne uwarunkowania zachowań konsumenckich	W1, W2, U1, U2, K1, K2
3.	Segmentacja psychograficzna. Insight konsumencki. Customer Experience Management	W1, W2, U1, U2, K1, K2

### Informacje rozszerzone

#### Metody nauczania:

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

<b>Rodzaj zajęć</b>	<b>Formy zaliczenia</b>	<b>Warunki zaliczenia przedmiotu</b>
wykład	projekt, prezentacja	-- Obecność na wykładach, -- Praca semestralna (indywidualna lub grupowa) - pisemne opracowanie i zaprezentowanie prezentacji na wskazany przez wykładowcę temat

### **Wymagania wstępne i dodatkowe**

Brak wymagań wstępnych.

Marketing bezpośredni  
Karta opisu przedmiotu

**Informacje podstawowe**

<p><b>Kierunek studiów</b> Marketing i logistyka</p> <p><b>Ścieżka</b> -</p> <p><b>Jednostka organizacyjna</b> Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej</p> <p><b>Poziom kształcenia</b> drugiego stopnia</p> <p><b>Forma studiów</b> studia niestacjonarne</p> <p><b>Profil studiów</b> ogólnoakademicki</p> <p><b>Obligatoryjność</b> obowiązkowy</p>	<p><b>Cykl kształcenia</b> 2024/25</p> <p><b>Kod przedmiotu</b> UJ.WZMILN.240.5cc2edf9843cb.24</p> <p><b>Języki wykładowe</b> polski</p> <p><b>Dyscypliny</b> Nauki o zarządzaniu i jakości</p> <p><b>Klasyfikacja ISCED</b> 0414 Marketing i reklama</p>
---	---

<p><b>Okres</b> Semestr 3</p>	<p><b>Forma weryfikacji uzyskanych efektów uczenia się</b> egzamin</p> <p><b>Sposób realizacji i godziny zajęć</b> wykład: 10</p>	<p><b>Liczba punktów ECTS</b> 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> 50	<b>ECTS</b> 2.0

\* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

### Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	Charakterystyka i formy marketingu bezpośredniego - Istota sprzedaży bezpośredniej - Korzyści z marketingu bezpośredniego oraz jego rozwój - Problemy etyczne w marketingu bezpośrednim	W1, W2
2.	Podstawowe formy marketingu bezpośredniego - Sprzedaż wysyłkowa - Telemarketing - Direct mail	W1, W2, U1, U2, K1, K2
3.	Przebieg procesu sprzedaży osobistej - Poszukiwanie potencjalnych klientów ich selekcja - Kontakt wstępny z potencjalnym klientem i pierwsza wizyta - Prezentacja oferty i pokonywanie wątpliwości klienta - 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





UNIWERSYTET  
JAGIELLOŃSKI  
W KRAKOWIE

## Logistyka międzynarodowa Karta opisu przedmiotu

### Informacje podstawowe

<b>Kierunek studiów</b> Marketing i logistyka	<b>Cykl kształcenia</b> 2024/25
<b>Ścieżka</b> -	<b>Kod przedmiotu</b> UJ.WZMILN.240.5cc2edf9a0332.24
<b>Jednostka organizacyjna</b> Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej	<b>Języki wykładowe</b> polski
<b>Poziom kształcenia</b> drugiego stopnia	<b>Dyscypliny</b> Nauki o zarządzaniu i jakości
<b>Forma studiów</b> studia niestacjonarne	<b>Klasyfikacja ISCED</b> 0413 Zarządzanie i administracja
<b>Profil studiów</b> ogólnoakademicki	
<b>Obligatoryjność</b> obowiązkowy	

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

### 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> 60	<b>ECTS</b> 2.0

\* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

### Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	- Istota logistyki międzynarodowej - pojęcie, przyczyny rozwoju, specyfika - Charakterystyka podmiotów uczestniczących w międzynarodowych procesach logistycznych	W1, W2
2.	- Uwarunkowania zaopatrzenia w logistyce międzynarodowej - Światowe mega trendy i przejawy rozwoju usług logistycznych	W1, W2, U1, U2
3.	- Strategie korporacji transnarodowych w zakresie logistyki międzynarodowej - Roli obsługi klienta w logistyce międzynarodowej	W1, W2, U1, U2, K1, K2
4.	- Ryzyko w międzynarodowych sieciach dostaw - 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> Marketing i logistyka	<b>Cykl kształcenia</b> 2024/25
<b>Ścieżka</b> -	<b>Kod przedmiotu</b> UJ.WZMILN.240.5cc0345e7d26b.24
<b>Jednostka organizacyjna</b> Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej	<b>Języki wykładowe</b> polski
<b>Poziom kształcenia</b> drugiego stopnia	<b>Dyscypliny</b> Nauki o zarządzaniu i jakości
<b>Forma studiów</b> studia niestacjonarne	<b>Klasyfikacja ISCED</b> 0413 Zarządzanie i administracja
<b>Profil studiów</b> ogólnoakademicki	
<b>Obligatoryjność</b> fakultatywny	

<b>Okres</b> Semestr 3	<b>Forma weryfikacji uzyskanych efektów uczenia się</b> zaliczenie	<b>Liczba punktów ECTS</b> 2.0
	<b>Sposób realizacji i godziny zajęć</b> 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> 60	<b>ECTS</b> 2.0

\* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

### Treści programowe

<b>Lp.</b>	<b>Treści programowe</b>	<b>Efekty uczenia się dla przedmiotu</b>
------------	--------------------------	--

1.	Rola systemów informatycznych w zarządzaniu przedsiębiorstwem. Generacje systemów Informatycznych. Modułowość systemów informatycznych.	W1, W2, K1, K2
2.	Integracja systemów informatycznych. Proces wdrażania, użytkowania i utrzymania systemów zintegrowanych. Korzyści i ograniczenia wykorzystania zintegrowanych systemów zarządzania przedsiębiorstwem.	W1, U1, U2, K1
3.	Przegląd systemów informatycznych wspomagających zarządzanie firmą: 1. Zintegrowane systemy informatyczne klasy MRP/ERP II. 2. Zarządzanie relacjami z kontrahentami (CRM - Customer Relationship Management) 3. Zintegrowane systemy zarządzania zasobami informacyjnymi w przedsiębiorstwie (ECM - Enterprise Content Management) 4. System zarządzania dokumentami (DMS - Document Management System) 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> Marketing i logistyka</p> <p><b>Ścieżka</b> -</p> <p><b>Jednostka organizacyjna</b> Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej</p> <p><b>Poziom kształcenia</b> drugiego stopnia</p> <p><b>Forma studiów</b> studia niestacjonarne</p> <p><b>Profil studiów</b> ogólnoakademicki</p> <p><b>Obligatoryjność</b> fakultatywny</p>	<p><b>Cykl kształcenia</b> 2024/25</p> <p><b>Kod przedmiotu</b> UJ.WZMILN.240.620b6eb8f0e0d.24</p> <p><b>Języki wykładowe</b> polski</p> <p><b>Dyscypliny</b> Psychologia</p> <p><b>Klasyfikacja ISCED</b> 0313 Psychologia</p>
--	---

<p><b>Okres</b> Semestr 3</p>	<p><b>Forma weryfikacji uzyskanych efektów uczenia się</b> egzamin</p> <p><b>Sposób realizacji i godziny zajęć</b> wykład: 10</p>	<p><b>Liczba punktów ECTS</b> 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 współczesnym 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> 57	<b>ECTS</b> 2.0

\* 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 integratywnych 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. Reaktancja. 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**

<b>Kierunek studiów</b> Marketing i logistyka	<b>Cykl kształcenia</b> 2024/25
<b>Ścieżka</b> -	<b>Kod przedmiotu</b> UJ.WZMILN.240.5cc2edf9e8a5d.24
<b>Jednostka organizacyjna</b> Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej	<b>Języki wykładowe</b> polski
<b>Poziom kształcenia</b> drugiego stopnia	<b>Dyscypliny</b> Psychologia
<b>Forma studiów</b> studia niestacjonarne	<b>Klasyfikacja ISCED</b> 0313 Psychologia
<b>Profil studiów</b> ogólnoakademicki	
<b>Obligatoryjność</b> fakultatywny	

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

**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, MIL_K2_W08	zaliczenie na ocenę, projekt, esej, prezentacja

W2	różnice kulturowe w sposobie wyrażania się i interpretowania zachowań pozawerbalnych	MIL_K2_W07, MIL_K2_W08	zaliczenie na ocenę, projekt, esej, prezentacja
<b>Umiejętności - Student potrafi:</b>			
U1	interpretować zachowania pozawerbalne	MIL_K2_U02, MIL_K2_U05	zaliczenie na ocenę, projekt, prezentacja
U2	wykorzystywać pozawerbalne znaki w negocjacjach i wystąpieniach publicznych	MIL_K2_U03, MIL_K2_U06	zaliczenie na ocenę, projekt, prezentacja
<b>Kompetencji społecznych - Student jest gotów do:</b>			
K1	pozawerbalnego okazywania szacunku innym osobom	MIL_K2_K01, MIL_K2_K02, MIL_K2_K03, MIL_K2_K07, MIL_K2_K08	zaliczenie na ocenę, projekt, prezentacja
K2	rozwijania umiejętności pozawerbalnej ekspresji	MIL_K2_K02, MIL_K2_K03, MIL_K2_K07	zaliczenie na ocenę, 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> 60	<b>ECTS</b> 2.0

\* 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

<b>Rodzaj zajęć</b>	<b>Formy zaliczenia</b>	<b>Warunki zaliczenia przedmiotu</b>
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> Marketing i logistyka</p> <p><b>Ścieżka</b> -</p> <p><b>Jednostka organizacyjna</b> Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej</p> <p><b>Poziom kształcenia</b> drugiego stopnia</p> <p><b>Forma studiów</b> studia niestacjonarne</p> <p><b>Profil studiów</b> ogólnoakademicki</p> <p><b>Obligatoryjność</b> fakultatywny</p>	<p><b>Cykl kształcenia</b> 2024/25</p> <p><b>Kod przedmiotu</b> UJ.WZMILN.240.5cc0345e9a3e7.24</p> <p><b>Języki wykładowe</b> polski</p> <p><b>Dyscypliny</b> Nauki o zarządzaniu i jakości</p> <p><b>Klasyfikacja ISCED</b> 0413 Zarządzanie i administracja</p>
--	---

<p><b>Okres</b> Semestr 3</p>	<p><b>Forma weryfikacji uzyskanych efektów uczenia się</b> egzamin</p> <p><b>Sposób realizacji i godziny zajęć</b> konwersatorium: 20</p>	<p><b>Liczba punktów ECTS</b> 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> 75	<b>ECTS</b> 3.0

\* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

### Treści programowe

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



UNIwersytet  
JAGIELLOŃSKI  
W KRAKOWIE

## Stres i wypalenie zawodowe Karta opisu przedmiotu

### Informacje podstawowe

<b>Kierunek studiów</b> Marketing i logistyka	<b>Cykl kształcenia</b> 2024/25
<b>Ścieżka</b> -	<b>Kod przedmiotu</b> UJ.WZMILN.240.5cc2edfa143c5.24
<b>Jednostka organizacyjna</b> Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej	<b>Języki wykładowe</b> polski
<b>Poziom kształcenia</b> drugiego stopnia	<b>Dyscypliny</b> Psychologia
<b>Forma studiów</b> studia niestacjonarne	<b>Klasyfikacja ISCED</b> 0313 Psychologia
<b>Profil studiów</b> ogólnoakademicki	
<b>Obligatoryjność</b> fakultatywny	

<b>Okres</b> Semestr 3	<b>Forma weryfikacji uzyskanych efektów uczenia się</b> egzamin	<b>Liczba punktów ECTS</b> 2.0
	<b>Sposób realizacji i godziny zajęć</b> 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, MIL_K2_W05, 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, MIL_K2_W02, MIL_K2_W05, 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, MIL_K2_U05, 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, 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, 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> 50	<b>ECTS</b> 2.0

\* 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> Marketing i logistyka	<b>Cykl kształcenia</b> 2024/25
<b>Ścieżka</b> -	<b>Kod przedmiotu</b> UJ.WZMILN.240.5cc0345eb30f3.24
<b>Jednostka organizacyjna</b> Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej	<b>Języki wykładowe</b> polski
<b>Poziom kształcenia</b> drugiego stopnia	<b>Dyscypliny</b> Ekonomia i finanse
<b>Forma studiów</b> studia niestacjonarne	<b>Klasyfikacja ISCED</b> 0311 Ekonomia
<b>Profil studiów</b> ogólnoakademicki	
<b>Obligatoryjność</b> fakultatywny	

<b>Okres</b> Semestr 3	<b>Forma weryfikacji uzyskanych efektów uczenia się</b> egzamin	<b>Liczba punktów ECTS</b> 3.0
	<b>Sposób realizacji i godziny zajęć</b> 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, MIL_K2_W09	egzamin pisemny, projekt, wyniki badań, esej, prezentacja
W2	ma wiedzę na temat innowacyjności, sposobów jej mierzenia, jej roli we wzroście konkurencyjności kraju, regionu, przedsiębiorstwa	MIL_K2_W03, MIL_K2_W04	egzamin pisemny, projekt, wyniki badań, esej, prezentacja
W3	rozumie istotę działalności innowacyjnej, edukacji dla innowacji	MIL_K2_W07, MIL_K2_W10	egzamin pisemny, projekt, wyniki badań, esej, prezentacja
W4	wskazać priorytety rozwoju badań i innowacji w gospodarce, regionie stosując adekwatne metody wyznaczania priorytetów	MIL_K2_W03, MIL_K2_W05	egzamin pisemny, projekt, wyniki badań, esej, prezentacja
W5	obliczyć korzyści z wdrożenia innowacji	MIL_K2_W06, MIL_K2_W08	egzamin pisemny, projekt, wyniki badań, esej, prezentacja
W6	potrafi ocenić przydatność określonej formy finansowania danej aktywności badawczej lub innowacyjnej	MIL_K2_W01, MIL_K2_W07	egzamin pisemny, projekt, wyniki badań, esej, prezentacja
W7	student wie jak założyć przedsiębiorstwo innowacyjne, tworzyć komórkę zarządzania innowacjami i prowadzić ten proces	MIL_K2_W06, MIL_K2_W09	egzamin pisemny, projekt, wyniki badań, 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, projekt, wyniki badań, esej, prezentacja
U2	potrafi stworzyć biznes plan przedsięwzięcia innowacyjnego,	MIL_K2_U01, MIL_K2_U04	egzamin pisemny, projekt, wyniki badań, esej, prezentacja
U3	zbudować strategię działania przedsiębiorstwa innowacyjnego	MIL_K2_U05, MIL_K2_U07	egzamin pisemny, projekt, wyniki badań, esej, prezentacja
U4	znaleźć partnerów (sieci) dla danego przedsięwzięcia innowacyjnego w układach krajowych, regionalnych i międzynarodowych	MIL_K2_U06, MIL_K2_U09	egzamin pisemny, projekt, wyniki badań, esej, prezentacja
U5	student posiada umiejętność określania warunków dostępu do źródeł innowacji w gospodarce i społeczeństwie	MIL_K2_U05, MIL_K2_U10	egzamin pisemny, projekt, wyniki badań, esej, prezentacja
U6	korzystać z narzędzi polityki ekonomicznej stanowiących wsparcie aktywności innowacyjnej	MIL_K2_U06, MIL_K2_U08	egzamin pisemny, projekt, wyniki badań, esej, prezentacja
<b>Kompetencji społecznych - Student jest gotów do:</b>			
K1	student kreuje kulturę innowacji	MIL_K2_K07, MIL_K2_K08	egzamin pisemny, projekt, wyniki badań, 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> 90	<b>ECTS</b> 3.0

\* 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 osiąganiu 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> Marketing i logistyka	<b>Cykl kształcenia</b> 2024/25
<b>Ścieżka</b> -	<b>Kod przedmiotu</b> UJ.WZMILN.280.5cb425845498f.24
<b>Jednostka organizacyjna</b> Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej	<b>Języki wykładowe</b> polski
<b>Poziom kształcenia</b> drugiego stopnia	<b>Dyscypliny</b> Nauki socjologiczne
<b>Forma studiów</b> studia niestacjonarne	<b>Klasyfikacja ISCED</b> 0314 Socjologia i kulturoznawstwo
<b>Profil studiów</b> ogólnoakademicki	
<b>Obligatoryjność</b> obowiązkowy	

<b>Okres</b> Semestr 4	<b>Forma weryfikacji uzyskanych efektów uczenia się</b> egzamin	<b>Liczba punktów ECTS</b> 2.0
	<b>Sposób realizacji i godziny zajęć</b> 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, prezentacja
U2	tworzyć projekt działań PR (w tym zarządzania komunikacją kryzysową).	MIL_K2_U02	projekt, prezentacja
<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, prezentacja
K2	pracy w zespole.	MIL_K2_K01	projekt, prezentacja

### 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> 60	<b>ECTS</b> 2.0

\* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

### Treści programowe

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

### Informacje rozszerzone

#### Metody nauczania:

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



<b>Rodzaj zajęć</b>	<b>Formy zaliczenia</b>	<b>Warunki zaliczenia przedmiotu</b>
wykład	projekt, prezentacja	-- Obecność na wykładach, -- Praca semestralna (indywidualna lub grupowa) - pisemne opracowanie i zaprezentowanie planu rozwiązania sytuacji kryzysowej.

### **Wymagania wstępne i dodatkowe**

Brak wymagań wstępnych.

Rynek usług logistycznych  
Karta opisu przedmiotu

**Informacje podstawowe**

<p><b>Kierunek studiów</b> Marketing i logistyka</p> <p><b>Ścieżka</b> -</p> <p><b>Jednostka organizacyjna</b> Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej</p> <p><b>Poziom kształcenia</b> drugiego stopnia</p> <p><b>Forma studiów</b> studia niestacjonarne</p> <p><b>Profil studiów</b> ogólnoakademicki</p> <p><b>Obligatoryjność</b> obowiązkowy</p>	<p><b>Cykl kształcenia</b> 2024/25</p> <p><b>Kod przedmiotu</b> UJ.WZMILN.280.5cc2edfa983dd.24</p> <p><b>Języki wykładowe</b> polski</p> <p><b>Dyscypliny</b> Nauki o zarządzaniu i jakości</p> <p><b>Klasyfikacja ISCED</b> 0413 Zarządzanie i administracja</p>
---	---

<p><b>Okres</b> Semestr 4</p>	<p><b>Forma weryfikacji uzyskanych efektów uczenia się</b> egzamin</p> <p><b>Sposób realizacji i godziny zajęć</b> konwersatorium: 10</p>	<p><b>Liczba punktów ECTS</b> 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, MIL_K2_W03, 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, MIL_K2_U03, MIL_K2_U09	egzamin pisemny, esej
<b>Kompetencje społecznych - Student jest gotów do:</b>			
K1	pracy w zespołach pracowniczych, w przedsiębiorstwach z branży TSL.	MIL_K2_K01, MIL_K2_K02, 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> 60	<b>ECTS</b> 2.0

\* 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> Marketing i logistyka	<b>Cykl kształcenia</b> 2024/25
<b>Ścieżka</b> -	<b>Kod przedmiotu</b> UJ.WZMILN.280.5cab068421bec.24
<b>Jednostka organizacyjna</b> Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej	<b>Języki wykładowe</b> polski
<b>Poziom kształcenia</b> drugiego stopnia	<b>Dyscypliny</b> Nauki prawne
<b>Forma studiów</b> studia niestacjonarne	<b>Klasyfikacja ISCED</b> 0421 Prawo
<b>Profil studiów</b> ogólnoakademicki	
<b>Obligatoryjność</b> obowiązkowy	

<b>Okres</b> Semestr 4	<b>Forma weryfikacji uzyskanych efektów uczenia się</b> egzamin	<b>Liczba punktów ECTS</b> 4.0
	<b>Sposób realizacji i godziny zajęć</b> 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>Kompetencji 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> 110	<b>ECTS</b> 4.0

\* 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**

<b>Kierunek studiów</b> Marketing i logistyka	<b>Cykl kształcenia</b> 2024/25
<b>Ścieżka</b> -	<b>Kod przedmiotu</b> UJ.WZMILN.280.5cc2edfaba491.24
<b>Jednostka organizacyjna</b> Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej	<b>Języki wykładowe</b> polski
<b>Poziom kształcenia</b> drugiego stopnia	<b>Dyscypliny</b> Nauki socjologiczne
<b>Forma studiów</b> studia niestacjonarne	<b>Klasyfikacja ISCED</b> 0314 Socjologia i kulturoznawstwo
<b>Profil studiów</b> ogólnoakademicki	
<b>Obligatoryjność</b> obowiązkowy	

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

**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> 75	<b>ECTS</b> 3.0

\* 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 teorie kultury w badaniach nad organizacjami definicje kultury organizacyjnej elementy kultury organizacyjnej	W1



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

### Wymagania wstępne i dodatkowe

zaliczone zajęcia ze wstępu do socjologii

## Zachowania organizacyjne

### Karta opisu przedmiotu

#### Informacje podstawowe

<p><b>Kierunek studiów</b> Marketing i logistyka</p> <p><b>Ścieżka</b> -</p> <p><b>Jednostka organizacyjna</b> Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej</p> <p><b>Poziom kształcenia</b> drugiego stopnia</p> <p><b>Forma studiów</b> studia niestacjonarne</p> <p><b>Profil studiów</b> ogólnoakademicki</p> <p><b>Obligatoryjność</b> fakultatywny</p>	<p><b>Cykl kształcenia</b> 2024/25</p> <p><b>Kod przedmiotu</b> UJ.WZMILN.280.5cc0345f81988.24</p> <p><b>Języki wykładowe</b> polski</p> <p><b>Dyscypliny</b> Nauki o zarządzaniu i jakości</p> <p><b>Klasyfikacja ISCED</b> 0413 Zarządzanie i administracja</p>
--	---

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

#### 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

Forma aktywności studenta	Średnia liczba godzin* przeznaczonych na zrealizowane rodzaje zajęć	
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> 77	<b>ECTS</b> 3.0

\* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

### Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Efekty uczenia się dla przedmiotu
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

Rodzaj zajęć	Formy zaliczenia	Warunki zaliczenia przedmiotu
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> Marketing i logistyka	<b>Cykl kształcenia</b> 2024/25
<b>Ścieżka</b> -	<b>Kod przedmiotu</b> UJ.WZMILN.280.5cc03453f24db.24
<b>Jednostka organizacyjna</b> Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej	<b>Języki wykładowe</b> polski
<b>Poziom kształcenia</b> drugiego stopnia	<b>Dyscypliny</b> Nauki o zarządzaniu i jakości
<b>Forma studiów</b> studia niestacjonarne	<b>Klasyfikacja ISCED</b> 0413 Zarządzanie i administracja
<b>Profil studiów</b> ogólnoakademicki	
<b>Obligatoryjność</b> fakultatywny	

<b>Okres</b> Semestr 4	<b>Forma weryfikacji uzyskanych efektów uczenia się</b> egzamin	<b>Liczba punktów ECTS</b> 3.0
	<b>Sposób realizacji i godziny zajęć</b> 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, MIL_K2_W05, MIL_K2_W06	egzamin

W2	student umie wyjaśnić podstawowe strategie i mechanizmy umiędzynarodowienia działalności przedsiębiorstw z uwzględnieniem przesłanek teoretycznych umiędzynarodowienia	MIL_K2_W02, 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	11	
<b>Łączny nakład pracy studenta</b>	<b>Liczba godzin</b> 76	<b>ECTS</b> 3.0

\* 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 strategie: 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

<b>Rodzaj zajęć</b>	<b>Formy zaliczenia</b>	<b>Warunki zaliczenia przedmiotu</b>
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> Marketing i logistyka</p> <p><b>Ścieżka</b> -</p> <p><b>Jednostka organizacyjna</b> Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej</p> <p><b>Poziom kształcenia</b> drugiego stopnia</p> <p><b>Forma studiów</b> studia niestacjonarne</p> <p><b>Profil studiów</b> ogólnoakademicki</p> <p><b>Obligatoryjność</b> fakultatywny</p>	<p><b>Cykl kształcenia</b> 2024/25</p> <p><b>Kod przedmiotu</b> UJ.WZMILN.280.5cc2edfae9b32.24</p> <p><b>Języki wykładowe</b> polski</p> <p><b>Dyscypliny</b> Psychologia</p> <p><b>Klasyfikacja ISCED</b> 0313 Psychologia</p>
--	---

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

#### 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, 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, MIL_K2_W02, 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, 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, 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> 55	<b>ECTS</b> 2.0

\* 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> Marketing i logistyka	<b>Cykl kształcenia</b> 2024/25
<b>Ścieżka</b> -	<b>Kod przedmiotu</b> UJ.WZMILN.280.5cc0345f9ed4c.24
<b>Jednostka organizacyjna</b> Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej	<b>Języki wykładowe</b> polski
<b>Poziom kształcenia</b> drugiego stopnia	<b>Dyscypliny</b> Nauki prawne
<b>Forma studiów</b> studia niestacjonarne	<b>Klasyfikacja ISCED</b> 0421 Prawo
<b>Profil studiów</b> ogólnoakademicki	
<b>Obligatoryjność</b> fakultatywny	

<b>Okres</b> Semestr 4	<b>Forma weryfikacji uzyskanych efektów uczenia się</b> zaliczenie na ocenę	<b>Liczba punktów ECTS</b> 2.0
	<b>Sposób realizacji i godziny zajęć</b> 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> 60	<b>ECTS</b> 2.0

\* 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> Marketing i logistyka</p> <p><b>Ścieżka</b> -</p> <p><b>Jednostka organizacyjna</b> Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej</p> <p><b>Poziom kształcenia</b> drugiego stopnia</p> <p><b>Forma studiów</b> studia niestacjonarne</p> <p><b>Profil studiów</b> ogólnoakademicki</p> <p><b>Obligatoryjność</b> fakultatywny</p>	<p><b>Cykl kształcenia</b> 2024/25</p> <p><b>Kod przedmiotu</b> UJ.WZMILN.280.5cc0345fb85cd.24</p> <p><b>Języki wykładowe</b> polski</p> <p><b>Dyscypliny</b> Nauki o komunikacji społecznej i mediach</p> <p><b>Klasyfikacja ISCED</b> 0314 Socjologia i kulturoznawstwo</p>
--	---

<p><b>Okres</b> Semestr 4</p>	<p><b>Forma weryfikacji uzyskanych efektów uczenia się</b> egzamin</p> <p><b>Sposób realizacji i godziny zajęć</b> wykład: 15</p>	<p><b>Liczba punktów ECTS</b> 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, MIL_K2_W02, MIL_K2_W03, MIL_K2_W08	egzamin pisemny
W2	Student rozumie uniwersalizm komunikacji społecznej, ujęcia teoretyczne tego procesu oraz praktyczne zastosowania komunikacji w zarządzaniu	MIL_K2_W02, MIL_K2_W03, 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, 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, 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, MIL_K2_K03, MIL_K2_K04, 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, 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> 50	<b>ECTS</b> 2.0

\* 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

<b>Rodzaj zajęć</b>	<b>Formy zaliczenia</b>	<b>Warunki zaliczenia przedmiotu</b>
wykład	egzamin pisemny	Prezentacja zespołowa