



Uniwersytet WSB Merito we Wrocławiu
Wydział Finansów i Zarządzania

Program studiów
dla kierunku

Zarządzanie
studia II stopnia 3 semestralne

Studia: stacjonarne

Profil: praktyczny

Rok akademicki: 2025/2026

I. OGÓLNA CHARAKTERYSTYKA KIERUNKU STUDIÓW

nazwa kierunku studiów	Zarządzanie	
Poziom kształcenia (studia pierwszego stopnia / studia drugiego stopnia / jednolite studia magisterskie)	studia drugiego stopnia 3 semestralne	
Profil kształcenia	praktyczny	
Forma studiów stacjonarne/niestacjonarne	stacjonarne	
Czas trwania studiów (w semestrach)	3	
łączna liczba punktów ECTS dla danej formy studiów.	Studia stacjonarne 90	Studia niestacjonarne -
łączna liczba godzin określona w programie studiów	Studia stacjonarne 1274	Studia niestacjonarne -
Tytuł zawodowy nadawany absolwentom	magister	
Wymiar praktyk zawodowych	480 godzin	
Język prowadzenia studiów	polski	
Rok rozpoczęcia cyklu kształcenia	2025	

II. EFEKTY UCZENIA SIĘ

Symbol	Kierunkowe efekty uczenia się	Odniesienie do charakterystyk drugiego stopnia zgodnie z PRK
WIEDZA absolwent zna i rozumie		
K_W01	Interpretuje treści współczesnych doktryn ekonomicznych i teorii zarządzania posługując się terminologią nauk ekonomicznych	P7S_WG
K_W02	Wyjaśnia (na przykładach) współczesne koncepcje organizacji pracy, zna metodykę projektowania struktur organizacyjnych oraz implementacji ich wzorców	P7S_WG
K_W03	Identyfikuje i wyjaśnia (w świetle współczesnych ujęć teoretycznych) ekonomiczne i zarządcze skutki różnic kulturowych w skali organizacji	P7S_WG
K_W04	Zna i rozumie różnorodne społeczne, ekonomiczne, prawne, etyczne i inne uwarunkowania działalności zawodowej związanej z kierunkiem zarządzanie w tym zasady własności intelektualnej (własności przemysłowej oraz praw autorskich i praw pokrewnych), a także rozumie konieczność zarządzania nimi	P7S_WG, P7S_WK

K_W05	W stopniu pogłębionym zna współczesne koncepcje zarządzania systemami gospodarczymi i organizacjami oraz narzędzia kooperacji i konkurencji między nimi	P7S_WG
K_W06	Wyjaśnia istotę koncepcji zrównoważonego rozwoju gospodarczego	P7S_WG
K_W07	Uzasadnia znaczenie społecznej odpowiedzialności biznesu i wskazuje na jej przejawy w praktyce	P7S_WG
K_W08	Zna zasady rachunkowości, w tym rachunkowości zarządczej a analiz finansowych	P7S_WG
K_W09	Identyfikuje style przywództwa i ich uwarunkowania	P7S_WG
K_W10	Zna metody badań naukowych i zasady tworzenia instrumentów badawczych w zakresie nauk ekonomicznych	P7S_WG
K_W11	Rozróżnia i zna zastosowanie wybranych metod statystycznych i ekonometrycznych wspomagających procesy podejmowania decyzji	P7S_WG
K_W12	Rozróżnia metody badań w poszczególnych obszarach działalności przedsiębiorstwa(np. badania rynku, analiza finansowa, analiza poziomu jakości produktów itp.)	P7S_WG
K_W13	Zna zaawansowane metody badań w poszczególnych obszarach działalności organizacji	P7S_WG
K_W14	Zna przepisy prawa (w tym dyrektywy i rozporządzenia UE) regulujące funkcjonowanie podmiotów gospodarczych oraz przepływ towarów, usług i ludzi na rynku europejskim	P7S_WK
K_W15	Wyjaśnia istotę i znaczenie procesów restrukturyzacyjnych organizacji oraz ich znaczenie praktyczne	P7S_WG
K_W16	W stopniu pogłębionym zna metody analizy strategicznej organizacji i jej otoczenia	P7S_WK
K_W17	Identyfikuje strategie negocjacyjne	P7S_WG
UMIEJĘTNOŚCI absolwent potrafi		
K_U01	Posiada umiejętność podejmowania i prowadzenia działalności gospodarczej przedsiębiorstw, a także działalności organizacji nienastawionych na zysk	P7S_UW
K_U02	Dokonuje obserwacji, analizy i interpretacji zjawisk oraz procesów w organizacji	P7S_UW
K_U03	Identyfikuje i formułuje (strukturalizuje) problemy badawcze pozwalające na analizę złożonych procesów i zdarzeń w skali organizacji	P7S_UW
K_U04	Dobiera metody i narzędzia służące do opisu oraz analizy problemów i obszarów działalności organizacji i jej otoczenia	P7S_UW
K_U05	Ma umiejętność modelowania i przewidywania przebiegu wybranych procesów w organizacji	P7S_UW
K_U06	Ma umiejętność prognozowania, określania i stosowania kryteriów oraz poziomu mierników oceny funkcjonowania organizacji	P7S_UW
K_U07	Uczestniczy w procesach podejmowania decyzji strategicznych oraz ocenie proponowanych rozwiązań z wykorzystaniem zaawansowanych metod i narzędzi	P7S_UO
K_U08	Integruje wiedzę z różnych dziedzin w celu tworzenia innowacyjnych rozwiązań	P7S_UW
K_U09	Potrafi dokonać całościowej diagnozy sytuacji oraz analizy i krytycznej oceny możliwych wariantów strategii	P7S_UW

K_U10	Posługuje się normami i standardami w procesach zarządzania organizacją	P7S_UK, P7S_UW
K_U11	Posługuje się przepisami prawa krajowego oraz europejskiego w zakresie działalności gospodarczej w celu podejmowania oraz uzasadniania konkretnych działań i decyzji	P7S_UW
K_U12	Potrafi opracowywać i wdrażać koncepcję zarządzania zmianami w organizacji, w tym identyfikuje źródła oporów przeciwko zmianom i opracowuje strategię radzenia sobie z nimi	P7S_UW, P7S_UK
K_U13	Podejmuje decyzje biznesowe wykorzystując wiedzę z zakresu analizy finansowej	P7S_UW
K_U14	Projektuje i wdraża systemy zarządzania kapitałem ludzkim w organizacji, w tym systemy motywacyjne	P7S_UW
K_U15	Posiada umiejętność zarządzania projektami w organizacji krajowej lub międzynarodowej	P7S_UU
K_U16	Potrafi dobierać i zarządzać zasobami organizacji na poziomie strategicznym	P7S_UW
K_U17	Prezentuje zdobytą wiedzę i umiejętności w mowie i piśmie z wykorzystaniem m.in. narzędzi informacyjnych	P7S_UK
K_U18	Posiada umiejętność komunikowania się interpersonalnego - otoczenie mono- i wielokulturowe	P7S_UK
K_U19	Potrafi prowadzić negocjacje i mediacje z efektywnym wykorzystaniem komunikacji interpersonalnej w środowisku mono- i wielokulturowym, potrafi brać udział i prowadzić debatę w zakresie zagadnień zawodowych	P7S_UK
K_U20	Posługuje się językiem obcym również w zakresie nauk ekonomicznych na poziomie B2+ Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego	P7S_UK
K_U21	Potrafi kierować pracą zespołu; współdziałać z innymi osobami w ramach prac zespołowych oraz samodzielnie określać priorytety i cele	P7S_UO
K_U22	Potrafi samodzielnie zdobywać, uzupełniać i doskonalić wiedzę oraz umiejętności zawodowe przez całe życie, potrafi podejmować decyzje o dalszym uczeniu się, potrafi inspirować i ukierunkowywać innych w tym zakresie	P7S_UU
KOMPETENCJE SPOŁECZNE absolwent jest gotów do		
K_K01	Jest przygotowany do uczestniczenia w inicjatywach społecznych	P7S_KO
K_K02	Potrafi działać w sposób przedsiębiorczy	P7S_KO
K_K03	Cechuje się etyczną postawą i wrażliwością społeczną w ramach wyznaczonych ról organizacyjnych i społecznych	P7S_KR
K_K04	Potrafi brać odpowiedzialność za powierzone mu zadania	P7S_KR
K_K05	Potrafi samodzielnie podejmować decyzje w sytuacjach kryzysowych (np. konfliktu społecznego)	P7S_KK

III. ZAJĘCIA LUB GRUPY ZAJĘĆ NIEZALEŻNIE OD FORMY PROWADZENIA WRAZ Z PRZYPISANIEM DO NICH EFEKTÓW UCZENIA SIĘ I TREŚCI PROGRAMOWYCH ZAPEWNIAJĄCYCH UZYSKANIE EFEKTÓW

A) PRZYPISANIE EFEKTÓW UCZENIA SIĘ DO ZAJĘĆ LUB GRUPY ZAJĘĆ NIEZALEŻNIE OD FORMY ICH PROWADZENIA

Nazwa przedmiotu	K_W01	K_W02	K_W03	K_W04	K_W05	K_W06	K_W07	K_W08	K_W09	K_W10	K_W11	K_W12	K_W13	K_W14	K_W15	K_W16	K_W17	K_U01	K_U02	K_U03	K_U04	K_U05	K_U06	K_U07	K_U08	K_U09	K_U10	K_U11	K_U12	K_U13	K_U14	K_U15	K_U16	K_U17	K_U18	K_U19	K_U20	K_U21	K_U22	K_K01	K_K02	K_K03	K_K04	K_K05		
Big Data oraz Business Intelligence										x	x		x						x	x			x																				x			
Budowanie marki osobistej w Social Mediach			x		x																x					x				x				x					x	x		x				
Content Marketing z wykorzystaniem blogów i video blogów																								x	x														x				x			
Design Thinking, Product Design																		x			x													x					x							
E-commerce	x				x											x			x	x																								x		
E-marketing	x	x			x							x										x					x											x				x				
Google Analytics i Google Tag Manager										x	x	x								x	x	x	x				x			x										x		x				
Influencer Marketing i działania z zakresu Social Commerce							x		x					x				x		x						x									x	x	x			x		x			x	
Komunikacja firm w mediach społecznościowych				x		x													x		x																		x			x				
Modele biznesowe i skalowanie e-biznesu						x									x	x	x	x			x		x			x					x			x								x			x	
Optymalizacja konwersji, SEM oraz SEO											x										x				x	x									x											x
Praktyka zawodowa				x									x	x					x		x														x	x					x			x		
Rachunkowość i prognozowanie biznesowe w praktyce								x							x													x				x								x					x	

[illegible]

**B) ZAJĘCIA LUB GRUPY ZAJĘĆ ORAZ TREŚCI PROGRAMOWE ZAPEWNIAJĄCE
UZYSKANIE EFEKTÓW UCZENIA SIĘ**

Nazwa przedmiotu	Treści programowe
Antropologia kulturowa	Kultura i kultury
	Ewolucjonizm i funkcjonalizm
	Tematy centralne I - obrzędy i symbole
	Strukturalizm i poststrukturalizm
	Tematy centralne II - rodzina i pokrewieństwo
	Etniczność
Język obcy w zarządzaniu B2+	Rozumienie i analiza tekstów.
	Gramatyka i słownictwo.
	Komunikacja ustna w życiu codziennym i zawodowym.
	Komunikacja pisemna biznesowa.
Praktyczne aspekty ekonomii i prawa	Praktyczne aspekty prawa i ekonomii - wprowadzenie.
	Prawa ekonomiczne a relacje ekonomia-gospodarka
	1. Probabilistyczny charakter praw ekonomicznych
	2. Pozostałe cechy praw ekonomicznych
	2.3.Tendencje, trendy i prawidłowości a prawa ekonomiczne
	2.4.Paradygmat ekonomii głównego nurtu
	2.5. Prawa ekonomiczne a polityka ekonomiczna
	Przedsiębiorczość w ujęciu ekonomii głównego nurtu i w ujęciu nieortodoksyjnych nurtów ekonomii
	1.Klasyczne definiowanie przedsiębiorczości
	2.Mity przedsiębiorczości
	3.3.Przedsiębiorczość w ekonomii behawioralnej i w neuroekonomii
	3.4.Przedsiębiorczość w sharing economy i w access economy
	Edukacja ekonomiczna polskiego społeczeństwa
	1.Edukacja finansowa
	2.Edukacja przedsiębiorczości
	4.3.Edukacja konsumencka
	4.4.Edukacja makroekonomiczna
	4.5.Podsumowanie nt. jak wiedzę ekonomiczną można wykorzystać w praktyce gospodarczej
	Zarządcze przesłanki ryzyka w procesie podejmowania decyzji
	1. Niepewność a ryzyko w procesie podejmowania decyzji
	2. Teorie osobowości a podejmowanie decyzji
	5.3.Proces podejmowania decyzji przez biznes – metaanaliza
	Podejmowanie decyzji przez gospodarstwa domowe
	1.Ustrukturyzowany model decyzyjny gospodarstwa domowego
	2.Zewnętrzne i wewnętrzne źródła informacji dla podjęcia decyzji
	6.3.Podział ról w gospodarstwie domowym w podejmowaniu decyzji
	Proces legislacyjny w polskim porządku prawnym
	1. Konstruowanie i uchwalanie aktów prawnych najwyższej rangi, czyli Konstytucji i Ustaw
	2. Akty prawne stanowione przez Radę Ministrów i jej organy
	7.3. Akty prawne innych organów państwa
	7.4. Akty prawne JST [jednostek samorządu terytorialnego]
	7.5.Konstytucja dla biznesu
	Prowadzenie biznesu w warunkach polskiego systemu prawnego
	1. Brak stabilizacji prawodawstwa dotyczącego prowadzenia działalności gospodarczej

	2. Brak jednolitej, ogólnopolskiej wykładni poszczególnych przepisów prawa gospodarczego 8.3. Brak koordynacji w działalności takich instytucji państwa jak: 8.3.1. Krajowej Agencji Skarbowej 8.3.2. Izby Administracji Skarbowej 8.3.3. Urzędów Skarbowych 8.3.4. Urzędów Celno-Skarbowych
Copywriting i techniki kreatywne	Podstawy copywritingu
	Techniki wykorzystywane w copywritingu
	Techniki kreatywne w reklamie
	Najlepsze praktyki branżowe - kreatywność w reklamie
Grafika w E-commerce	Wprowadzenie do problematyki fotografii e-commerce – analiza przypadków, dobre praktyki.
	Kompozycja w fotografii reklamowej i produktowej
	Cyfrowa obróbka fotografii
	Fotografia e-commerce – projekt i realizacja w praktyce.
Jakościowe i ilościowe metody badawcze	Wprowadzenie do tematyki zarządzania projektami
	Przygotowanie do projektu
	Harmonogram oraz realizacja projektu
	Ryzyko w projekcie
Kierowanie zespołem	Efektywny zespół (efektywna współpraca, dynamika zespołu, psychopatologia w pracy grupowej, cechy efektywnych zespołów)
	Współczesny lider (kompetencje współczesnego lidera)
	Kierowanie zespołem przez efektywne komunikowanie
	Case study – dobre praktyki w kierowaniu zespołem
Prawo w marketingu	Komunikacja międzykulturowa - istota i charakterystyka
	Wpływ różnic kulturowych na zarządzanie przedsiębiorstwem
Seminarium magisterskie	Prezentacja studiów literaturowych do przyjętego tematu pracy
	Ochrona własności intelektualnej. Plagiat, autoplagiat i ich konsekwencje. Pojęcie i zadania pracy magisterskiej. Etapy opracowywania pracy dyplomowej. Rodzaje prac dyplomowych. Znaczenie i rodzaje źródeł pracy oraz kryteria ich doboru.
	Cechy tematu i tytułu pracy. Pojęcie, znaczenie i sposoby formułowania problemu badawczego pracy. Zakres podmiotowy, przedmiotowy, czasowy i przestrzenny pracy. Cele ogólne i szczegółowe pracy dyplomowej. Hipotezy badawcze.
	Omówienie napisanej części pracy mgr
	Omówienie napisanej części pracy mgr
	Struktura pracy. Elementy strony tytułowej, spisu treści. Układ rozdziałów, podpunktów i punktów oraz zasady formułowania ich tytułów. Przykłady budowy spisu treści.
	Zasady konstrukcji wstępu, rozdziałów merytorycznych i zakończenia. Znaczenie opracowywania szczegółowego „planu wewnętrznego” przed przystąpieniem do pisania poszczególnych rozdziałów pracy. Budowa akapitów. Cytaty w pracy.
	Materiały źródłowe. Gromadzenie i dobór pod kątem tematyki i celu pracy. Konstrukcja przypisów. Zasady prezentowania bibliografii.
	Sposoby graficznej prezentacji tekstu. Konstrukcja spisu tabel, wykresów, rysunków. Aneks w pracy. Poprawność językowa. Korekta tekstu.

Specjalność: e-COMMERCE I ANALITYKA INTERNETOWA (tylko stacjonarne)	Big Data oraz Business Intelligence
	Budowanie marki osobistej w Social Mediach
	Content Marketing z wykorzystaniem blogów i video blogów
	Design Thinking, Product Design
	E-commerce
	E-marketing
	Google Analytics i Google Tag Manager
	Influencer Marketing i działania z zakresu Social Commerce
	Komunikacja firm w mediach społecznościowych
	Modele biznesowe i skalowanie e-biznesu
	Optymalizacja konwersji. SEM oraz SEO
	Praktyka zawodowa
	Rachunkowość i prognozowanie biznesowe w praktyce
	Technologie przyszłości
	UX Design
	Wizualizacja danych analitycznych
	Współczesne aspekty zarządzania

**Treści programowe mogą ulegać modyfikacjom w procesie doskonalenia programów studiów, w celu zapewnienia ich aktualności oraz dostosowania do oczekiwań rynku pracy.*

IV. PROGRAM STUDIÓW

Specjalności proponowane na II stopniu kierunku Zarządzanie:
- e-COMMERCE I ANALITYKA INTERNETOWA

A) PRZYPORZĄDKOWANIE KIERUNKU STUDIÓW DO DYSYCYPLIN NAUKOWYCH

Dyscypliny naukowe	% PUNKTÓW ECTS
Nauki o zarządzaniu i jakości	100%

B) PODSTAWOWE WSKAŹNIKI ECTS OKREŚLONE DLA PROGRAMU STUDIÓW

Nazwa wskaźnika	Liczba punktów ECTS	
Łączna liczba punktów ECTS, jaką student musi uzyskać w ramach zajęć prowadzonych z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich lub innych osób prowadzących zajęcia	STUDIA STACJONARNE 45,8	STUDIA NIESTACJONARNE -
Łączna liczba punktów ECTS przyporządkowana zajęciom kształtującym umiejętności praktyczne	STUDIA STACJONARNE 79,6	STUDIA NIESTACJONARNE -
Łączna liczba punktów ECTS, jaką student musi uzyskać w ramach zajęć z dziedziny nauk humanistycznych lub nauk społecznych – w przypadku kierunków studiów przyporządkowanych do dyscyplin w ramach dziedzin innych niż odpowiednio nauki humanistyczne lub nauki społeczne	5	
Łączna liczba punktów ECTS przyporządkowana zajęciom do wyboru	96	
Łączna liczba punktów ECTS przyporządkowana praktykom zawodowym	20	

C) WYMIAR, ZASADY I FORMY ODBYWANIA PRAKTYK ZAWODOWYCH

Zgodnie z Regulaminem studiów Uniwersytetu WSB Merito we Wrocławiu, praktyki zawodowe są obowiązkowe a zasady ich realizacji, treści programowe, metody kształcenia, efekty uczenia się, czy metody weryfikacji osiągnięcia efektów uczenia się etc. określają, podobnie jak w przypadku innych zajęć przewidzianych w programie studiów, karty przedmiotów „Praktyka zawodowa”.

Wymiar praktyk zawodowych dla studiów II stopnia wynosi min. 480 godzin dydaktycznych/12 tygodni. Praktyki realizowane i zaliczane są w semestrach, w których w programie studiów przewidziany jest przedmiot „Praktyka zawodowa”.

Student organizuje praktyki indywidualnie i jest zobowiązany do złożenia deklaracji, na której pracodawca potwierdza możliwość realizacji programu praktyk w danej placówce/firmie/instytucji. Student ma możliwość skorzystania z pomocy uczelni w przygotowaniu do rekrutacji na praktyki.

Z programu praktyk oraz założeń przedmiotu praktyka zawodowa określonych w karcie przedmiotu a także z Regulaminu praktyk zawodowych wynikają bezpośrednio miejsca, w których realizowane są praktyki. Uczelnia monitoruje miejsca praktyk pod kątem ich przystosowania do osiągania efektów uczenia się przypisanych do praktyk na danym kierunku, możliwości realizacji programu praktyk oraz predyspozycji i preferencji studenta. Praktyki realizowane są w podmiotach, które zapewniają praktykantom opiekuna praktyk, odpowiednie stanowiska pracy odpowiadające zakresowi przyszłej działalności zawodowej (dostęp do komputera, Internetu, profesjonalne oprogramowania etc.).

Procesem organizowania i koordynowania praktyk zajmują się dedykowani poszczególnym kierunkom pracownicy Biura Karier (BK). Nadzór merytoryczny nad realizacją praktyk zawodowych sprawuje opiekun praktyk zawodowych z ramienia Uczelni.

D) SPOSOBY WERYFIKACJI I OCENY EFEKTÓW UCZENIA SIĘ OSIĄGANÝCH PRZEZ STUDENTA W TRAKCIE CAŁEGO CYKLU KSZTAŁCENIA

Weryfikacja efektów uczenia się stanowi uniwersalny system umożliwiający monitorowanie, sprawdzanie i ocenianie procesu uczenia się studenta w trakcie całego cyklu kształcenia w uczelni. W doborze metod weryfikacji uwzględnia się rodzaje efektów (wiedza, umiejętności, kompetencje społeczne), etapy kształcenia (I stopień, II stopień), kierunki/programy studiów (merytoryka), a także treści (teoretyczne, praktyczne) i formy zajęć (wykład, ćwiczenia, lektorat, konwersatorium, laboratorium, seminarium, praktyka zawodowa). W uczelni przyjmuje się określone sposoby weryfikacji efektów uczenia się: egzaminy (ustne lub pisemne), prace kontrolne, kolokwia, projekty, a także inne aktywności zlecone przez dydaktyka, takie jak np.: ćwiczenia/zadania indywidualne i grupowe, case study, dyskusje dydaktyczne/debaty, prezentacje, gry dydaktyczne. Zróżnicowanie metod weryfikacji pozwalana na całościowe kontrolowanie postępów w procesie uczenia się studenta. Szczegółowe informacje, co do zasad i sposobów weryfikacji i oceny osiągnięcia efektów uczenia się w odniesieniu do poszczególnych kursów/przedmiotów, zamieszczone są w kartach przedmiotów. Poziom osiągnięcia efektów uczenia się studenta dokumentuje się:

- w przypadku wykładu, ćwiczenia, lektoratu, konwersatorium, laboratorium, seminarium – w protokole egzaminu/zaliczenia,
- w przypadku praktyki zawodowej – w protokole zaliczenia praktyki,
- w przypadku egzaminu dyplomowego – w protokole egzaminu dyplomowego.

Sposoby weryfikacji i oceny efektów uczenia się podlegają stałej kontroli Metodyka oraz Wydziałowego Zespołu ds. Jakości Kształcenia.

E) WYKAZ ZAJĘĆ LUB GRUPY ZAJĘĆ Z PRZYPISANIEM PUNKTÓW ECTS**Studia stacjonarne**

L.p.	Przedmiot	Semestr	ECTS
1.	Antropologia kulturowa	II	2
2.	Filozofia	II	3
3.	Język obcy w zarządzaniu B2+	I	5
4.	Praktyczne aspekty ekonomii i prawa	I	2
5.	Współczesne problemy społeczno-gospodarcze	I	2
6.	Copywriting i techniki kreatywne	II	1
7.	Cyberbezpieczeństwo	I	2
8.	Grafika w E-commerce	I	1
9.	Jakościowe i ilościowe metody badawcze	III	2
10.	Kierowanie zespołem	III	2
11.	Prawo w marketingu	II	2
12.	Seminarium magisterskie	II	2
13.	Seminarium magisterskie	III	6
14.	Seminarium magisterskie	I	2
15.	Zarządzanie projektami	I	2
17.	Przedmioty specjalnościowe	I,II,III	54
łącznie:			90