



Uniwersytet WSB Merito we Wrocławiu
Wydział Finansów i Zarządzania

Program studiów
dla kierunku

Zarządzanie
studia II stopnia

Studia: niestacjonarne
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	
Profil kształcenia	praktyczny	
Forma studiów stacjonarne/niestacjonarne	niestacjonarne	
Czas trwania studiów (w semestrach)	4	
Łączna liczba punktów ECTS dla danej formy studiów.	Studia stacjonarne -	Studia niestacjonarne 100
Łączna liczba godzin określona w programie studiów	Studia stacjonarne -	Studia niestacjonarne 1142
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 strategie radzenia sobie z nimi	P7S_UK, P7S_UW
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

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

Nazwa przedmiotu	Treści programowe
Antropologia kulturowa	Przedmiot i kierunki antropologii.
	Instrumentarium antropologii kulturowej. Analiza struktury społecznej.
	Kultura Romska.
	Wielokulturowość.
Filozofia	Szczęście
	Piękno i sztuka
	Moralność
	Wolność
	Prawda
	Polityka
	Sprawiedliwość
	Umysł i ciało
	Filozofia Boga
	Nauka i wiedza
Język obcy w zarządzaniu B2+	Rozumienie i analiza tekstów w języku obcym.
	Gramatyka i słownictwo.
	Komunikacja ustna w życiu codziennym i zawodowym.
Praktyczne aspekty prawa	Wstęp do prawa cywilnego. Podmioty i przedmioty prawa.
	Pełnomocnictwo. Własność a posiadanie. Przedawnienia.
	Umowy w obrocie gospodarczym z elementami windykacji.
	Przedsiębiorca i działalność gospodarcza.
	Spółki osobowe i kapitałowe z elementami prawa upadłościowego i naprawczego.
	Pracownik w firmie, wybrane zagadnienia z prawa pracy.
	Analiza wybranych zagadnień z prawa rodzinnego i opiekuńczego z elementami prawa spadkowego.
	Analiza wybranych zagadnień z postępowania administracyjnego.
Współczesne problemy społeczno-gospodarcze	Globalizacja i jej wpływ na Polskę.

	Zachowania konsumenckie Polaków.
	Rozwój gospodarczy polski a poziom życia społeczeństwa w świetle podstawowych mierników ekonomicznych.
	Rynek pracy – uwarunkowania, problemy, tendencje.
	Polityka fiskalna państwa, jej charakterystyka oraz ocena.
	Polityka monetarna państwa, jej charakterystyka i ocena.
	Kierunki i problemy rozwoju oraz dynamika handlu zagranicznego Polski.
Analiza danych biznesowych	Klasyfikacje badań i analiz danych biznesowych.
	Narzędzia analityczne - wybrane obszary zastosowań praktycznych.
	Modele biznesowe - model Canvas.
	Raporty biznesowe.
	Badania ilościowe.
	Badania jakościowe.
	Analizy biznesowe - wybrane obszary i zastosowania. Wskaźniki biznesowe.
	Analityka internetowa.
	Analizy biznesowe - wybrane analityki biznesowe.
	Narzędzia do prezentacji danych - np. Canva, Prezi.
Kompetencje menedżera	Zarządzanie sobą i pracownikami w stresie.
	Umiejętność radzenia sobie z wypaleniem zawodowym w miejscu pracy.
	Umiejętność wpływania na grupę i jednostki. Przywództwo.
	Efektywna komunikacja z pracownikami.
	Skuteczne motywowanie pracowników.
	Techniki zarządzania czasem i zadaniami.
	Rozwój i ocena pracowników. Zarządzanie talentami.
	Zarządzanie zmianą w organizacji. Sposoby radzenia sobie z oporem wśród pracowników.
	Inteligencja emocjonalna jako kluczowa kompetencja menedżera.
Makroekonomia	Teoria i praktyka makroekonomii. Podstawowe problemy makroekonomii.
	Gospodarka narodowa jako obszar praktyki makroekonomicznej.
	Rynek pracy, zatrudnienie i bezrobocie jako problem makroekonomiczny.
	Inflacja – istota, przyczyny, rodzaje i skutki.
	Polityka monetarna i fiskalna państwa -cele i instrumenty.

	Globalny popyt i podaż.
	Międzynarodowe stosunki ekonomiczne.
	Cykle koniunkturalne. Kryzysy gospodarcze.
	Model IS_LM -zasady działania. Budowa krzywej IS, budowa krzywej LM.
Pomiar i modelowanie w zarządzaniu	Wybrane pojęcia z rachunku prawdopodobieństwa. Zmienna losowa, rozkład prawdopodobieństwa, wartość oczekiwana i wariancja.
	Rozkład Bernoulliego. Rozkład normalny, standaryzacja.
	Twierdzenia graniczne: Moivre'a-Laplace'a i Lindeberga-Levy'ego.
	Estymacja przedziałowa. Rozkład t-Studenta oraz rozkład Chi-kwadrat. Przedział ufności dla wartości oczekiwanej, mała i duża próba.
	Przedział ufności dla wariancji, mała i duża próba. Przedział ufności dla wskaźnika struktury. Minimalna liczebność próby dla oszacowania wskaźnika struktury.
	Testy parametryczne, wybrane pojęcia. Testy istotności dla wartości oczekiwanej.
	Testy istotności dla wariancji. Testy istotności dla wskaźnika struktury.
	Testowanie hipotezy o dwóch wartościach przeciętnych. Testowanie hipotezy o dwóch wskaźnikach struktury.
Przedsiębiorczość	Wprowadzenie do Przedsiębiorczości. Jak założyć przedsiębiorstwo, przygotować biznes plan oraz jak przedsiębiorczość wygląda w Polsce od strony statystycznej.
	Przedsiębiorczość w ujęciu definicyjnym oraz interdyscyplinarne uwarunkowania przedsiębiorczości.
	Spółeczna odpowiedzialność biznesu.
	Wybór korzystnej formy działalności dla poszczególnych praktycznych dziedzin działalności.
	Formy zatrudnienia pracowników.
	Finansowanie. Prowadzenia działalności gospodarczej.
	Koszty stałe i zmienne w działalności gospodarczej.
	Marketing i budowanie marki.
	Biznes plan w praktyce - prezentacje koncepcji.
Rachunkowość zarządcza	Istota i znaczenie rachunkowości zarządczej. Pojęcia i systematyka kosztów. Pojęcie i zakres rachunku kosztów.
	Obliczanie progu rentowności, analiza wpływu zmian kosztów stałych i zmiennych na rentowność produkcji.
	Grupowanie i systematyka kosztów dla potrzeb zarządzania.
	Rozliczenia i kalkulacje kosztów jako podstawa prawidłowości sprawozdań finansowych oraz decyzji gospodarczych.
	Przeprowadzenie rozliczania kosztów i kalkulacji kosztów dla potrzeb podejmowania decyzji.
	Modele rachunku kosztów – rachunki kosztów standardowych, ABC, zmiennych.
	Obliczanie kosztów w różnych modelach rachunku kosztów oraz ich wykorzystanie do prawidłowego sporządzania sprawozdań finansowych i podejmowania decyzji.

	Metody zarządzania kosztami – budżetowa kontrola i analiza kosztów.
	Tworzenie budżetu kosztów i dokonanie analizy odchyleń.
	Wybrane krótkookresowe i długookresowe rachunki decyzyjne przychodów, kosztów i wyników.
Seminarium magisterskie	Struktura pracy magisterskiej. Język naukowy wykorzystywany w pracach magisterskich.
	Czym jest praca dyplomowa? Wybrane zagadnienia dotyczące techniki pisanie pracy magisterskiej.
	Badania naukowe do pracy magisterskiej.
	Omówienie wyników przeprowadzonych badań naukowych.
	Metodologia pisanie pracy magisterskiej. Wybór tematu pracy, konstrukcja problemu badawczego i hipotez badawczych.
	Prezentacja studiów literaturowych do przyjętego tematu pracy.
	Analiza napisanej części pracy magisterskiej.
	Dobór źródeł. Plagiatowanie i prawa autorskie w pisaniu pracy magisterskiej. Odniesienia do źródeł, parafrazowanie i pozostałe techniki zapobiegania plagiatowi.
	Omówienie i analiza całości pracy magisterskiej.
	Omówienie i analiza pracy magisterskiej po wprowadzonych korektach.
	Wymogi formalne i edytorskie stawiane pracom magisterskim.
	Realizacja badań naukowych.
	Przygotowanie do obrony pracy magisterskiej.
Strategie negocjacji na rynkach międzynarodowych	Pojęcie negocjacji, rodzaje negocjacji
	Strategie i style negocjacyjne.
	Znaczenie odmiennych systemów wartości w negocjacjach międzynarodowych.
	Wpływ różnic kulturowych w środowisku międzynarodowym.
	Komunikacja pozawerbalna w środowisku międzynarodowym.
	Fazy negocjacji a style i strategie negocjowania.
Zarządzanie jakością	Definicje i istota jakości i systemu zarządzania jakością.
	Rozwój podejścia do zarządzania jakością w organizacjach.
	Przesłanki, uwarunkowania SZJ we współczesnych organizacjach.
	Etapy wprowadzania SZJ opartego na normach ISO serii 9000.
	Koszty wprowadzania SZJ.
	Charakterystyka narzędzi doskonalenia jakości.
	Zastosowanie narzędzi doskonalenia jakości.

	Zintegrowany system zarządzania jakością w organizacjach.
Zarządzanie marketingowe	Procesy i funkcje zarządzania marketingowego. Strategiczne planowanie marketingowe.
	Tworzenie kompleksowej strategii promotion-mix dla wybranego produktu lub usługi, uwzględniając różne elementy promocji (reklama, sprzedaż osobista, promocje sprzedaży, public relations, marketing bezpośredni).
	Zarządzanie dystrybucją.
	Opracowanie strategii dystrybucji dla wybranego produktu, uwzględniając różne kanały dystrybucji (bezpośrednie, pośrednie) oraz logistykę sprzedaży.
	Pozycjonowanie marki/produktu.
	Opracowanie strategii pozycjonowania dla wybranego produktu lub marki, uwzględniając analizę konkurencji, identyfikację unikalnych cech i wartości oraz tworzenie komunikatów marketingowych.
	Analiza przypadków zarządzania marketingowego w różnych firmach, identyfikacja kluczowych procesów i funkcji.
	Segmentacja rynku.
	Przeprowadzenie segmentacji rynku dla wybranego produktu lub usługi, uwzględniając różne kryteria segmentacji (demograficzne, psychograficzne, behawioralne).
	Zarządzanie produktem.
	Opracowanie strategii zarządzania cyklem życia produktu dla wybranego produktu, uwzględniając fazy wprowadzenia, wzrostu, dojrzałości i schyłku.
	Zarządzanie ceną.
	Przeprowadzenie analizy cenowej dla wybranego produktu lub usługi, uwzględniając różne strategie cenowe (np. skimming, penetration pricing) oraz elastyczność cenową.
	Zarządzanie promocją - promotion-mix.
Zarządzanie procesami	Orientacja funkcjonalna i procesowa w zarządzaniu organizacją.
	Podejście procesowe w wybranych koncepcjach zarządzania.
	Pojęcie procesu, jego istota, klasyfikacje procesów.
	Cele zarządzania procesami.
	Identyfikacja i odwzorowywanie procesów. Projektowanie procesów.
	Wdrożenie podejścia procesowego w organizacji.
	Kierowanie procesami. Metody i techniki usprawniania procesów i zarządzania nimi.
Zarządzanie strategiczne	Istota zarządzania strategicznego.
	Podejścia i szkoły zarządzania strategicznego.
	Procedura zarządzania strategicznego.
	Uczestnicy i organizacja procesu zarządzania strategicznego.

	Analiza strategiczna organizacji.
	Misja, wizja i cele.
	Wybory strategiczne.
Specjalność: LEAN MANAGEMENT I ZARZĄDZANIE JAKOŚCIĄ (tylko forma niestacjonarna)	Analiza krytyczności i ryzyka - zarządzanie ryzykiem
	Audyt wewnętrzny
	Kaizen Management System
	Lean Manufacturing
	Narzędzia i metody rozwiązywania problemów
	Podstawowe procedury systemów zapewnienia jakości
	Praktyka zawodowa
	Projektowanie i wdrażanie systemów zarządzania jakością
	Six Sigma
	Systemy zarządzania środowiskiem i bezpieczeństwem pracy
	Transformacje LEAN w firmie
Specjalność: PROJECT MANAGEMENT (tylko forma niestacjonarna)	Agile PM
	Analiza opłacalności projektu
	Budowanie zespołu projektowego
	Metodyka zarządzania projektami
	Narzędzia komputerowe w zarządzaniu projektami
	Praktyka zawodowa
	Strategie wprowadzania innowacji w firmie
	Wstęp do zarządzania projektami
	Zarządzanie i koordynacja realizacji projektu
	Zarządzanie projektem
	Zarządzanie sytuacjami kryzysowymi w projekcie
Specjalność: PSYCHOLOGIA I ZARZĄDZANIE KAPITAŁEM LUDZKIM (tylko forma niestacjonarna)	Coaching i mentoring
	CSR w miejscu pracy
	Dobór i adaptacja pracowników
	Employer Branding
	HR Business Partner
	Praktyka zawodowa
	Prawne i organizacyjne aspekty zarządzania pracownikami
	Psychologiczne podstawy organizacji czasu i pracy
	Psychopatologie w miejscu pracy
	Trendy i narzędzia zarządzania kapitałem ludzkim
	Warsztat - trener biznesu
Specjalność: TRENDY&DESIGN W MARKETINGU (tylko forma niestacjonarna)	Analityka internetowa
	Branding
	Content marketing & social media
	Design & Design Thinking

	E-commerce
	E-marketing & automation marketing
	Grafika i fotografia w marketingu - warsztaty
	Identyfikacja wizualna - pracownia graficzna
	Praktyka zawodowa
	Psychologia marketingu i reklamy
Specjalność: ZARZĄDZANIE I MARKETING (tylko forma niestacjonarna)	Branding
	Budowanie relacji z podwładnymi
	Mikroekonomia
	Praktyka zawodowa
	Trendy i narzędzia marketingu
	Trendy i narzędzia zarządzania
	Wprowadzenie do rachunkowości
	Wskaźniki zarządcze i interpretacja danych marketingowych
	Współczesne koncepcje zarządzania
	Zarządzanie projektami
	Zastosowanie Internetu i Social Mediów w zarządzaniu
Specjalność: ZARZĄDZANIE STRATEGICZNE (tylko forma niestacjonarna)	Audyt strategiczny
	Finanse korporacyjne
	Innowacje i modele biznesowe
	Planowanie strategiczne i zarządzanie projektem
	Praktyka zawodowa
	Przywództwo
	Trendy i narzędzia zarządzania zespołem
	Zarządzanie łańcuchem dostaw
	Zarządzanie ryzykiem
	Zarządzanie zmianą

**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

- LEAN MANAGEMENT I ZARZĄDZANIE JAKOŚCIĄ (tylko forma niestacjonarna)
- PROJECT MANAGEMENT (tylko forma niestacjonarna)
- PSYCHOLOGIA I ZARZĄDZANIE KAPITAŁEM LUDZKIM (tylko forma niestacjonarna)
- TRENDY&DESIGN W MARKETINGU (tylko forma niestacjonarna)
- ZARZĄDZANIE I MARKETING (tylko forma niestacjonarna)
- ZARZĄDZANIE STRATEGICZNE (tylko forma niestacjonarna)

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 -	STUDIA NIESTACJONARNE 41,3
Łączna liczba punktów ECTS przyporządkowana zajęciom kształtującym umiejętności praktyczne	STUDIA STACJONARNE -	STUDIA NIESTACJONARNE 79,1
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	65	
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/institucji. 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 OSIĄGANYCH 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 niestacjonarne**

L.p.	Przedmiot	Semestr	ECTS
1.	Antropologia kulturowa	II	2
2.	Filozofia	II	3
3.	Język obcy w zarządzaniu B2+	II	5
4.	Praktyczne aspekty prawa	II	2
5.	Współczesne problemy społeczno-gospodarcze	III	2
6.	Analiza danych biznesowych	I	3
7.	Kompetencje menedżera	II	2
8.	Makroekonomia	IV	2
9.	Pomiar i modelowanie w zarządzaniu	I	2
10.	Przedsiębiorczość	I	2
11.	Rachunkowość zarządcza	I	3
12.	Seminarium magisterskie	II	2
13.	Seminarium magisterskie	III	2
14.	Seminarium magisterskie	IV	6
15.	Strategie negocjacji na rynkach międzynarodowych	IV	2
16.	Zarządzanie jakością	IV	3
17.	Zarządzanie marketingowe	I	3
18.	Zarządzanie procesami	III	2
19.	Zarządzanie strategiczne	I	2
21.	Przedmioty specjalnościowe	II, III, IV	50
łącznie:			100