

Załącznik do Uchwały nr 25/2026 Senatu Uniwersytetu WSB Merito we Wrocławiu z dnia 24 marca 2026 roku w sprawie ustalenia programów studiów dla kierunku Zarządzanie studia I stopnia realizowanego na Wydziale Ekonomicznym w Opolu Filii Uniwersytetu WSB Merito we Wrocławiu dla cyklu kształcenia rozpoczynającego się w roku akademickim 2026/2027 – nabór letni



**UNIWERSYTET
WSB MERITO
OPOLE**

wcześniej
Wyższa Szkoła Bankowa

PROGRAM STUDIÓW

Kierunek: Zarządzanie, studia I stopnia

Obowiązujący od roku akademickiego: 2026/2027

Uniwersytet WSB Merito we Wrocławiu

Wydział: Ekonomiczny w Opolu

Studia stacjonarne/niestacjonarne

Profil praktyczny



Program studiów Uniwersytet WSB Merito we Wrocławiu filia w Opolu

Część A.

OGÓLNA CHARAKTERYSTYKA STUDIÓW

Nazwa kierunku studiów	Zarządzanie	
Poziom studiów (studia pierwszego stopnia / studia drugiego stopnia / jednolite studia magisterskie)	Studia pierwszego stopnia	
Profil studiów (praktyczny/ogólnoakademicki)	praktyczny	
Forma studiów (stacjonarne/niestacjonarne)	stacjonarne/niestacjonarne	
Czas trwania studiów (w semestrach)	6	
Łączna liczba punktów ECTS dla danej formy studiów	180	
Łączna liczba godzin określona w programie studiów organizowana przez uczelnię	Studia stacjonarne 2525 h	Studia niestacjonarne 2174-2184h
Tytuł zawodowy nadawany absolwentom	licencjat	
Wymiar praktyk zawodowych (liczba godzin/ECTS)	960/40	
Język prowadzenia studiów	polski	
Rok rozpoczęcia kształcenia	2026/2027	
Wychowanie fizyczne (w przypadku studiów w formie stacjonarnej – min. 60h)	Liczba godzin 60 h	

1. Proponowane specjalności

Specjalności proponowane na I stopniu kierunku Zarządzanie:

- Psychologia i komunikacja w biznesie
- Zarządzanie zasobami ludzkimi
- Zarządzanie małym i średnim przedsiębiorstwem
- Marketing cyfrowy i grafika reklamowa
- INTERNATIONAL BUSINESS

2. Przyporządkowanie kierunku studiów do dyscypliny lub dyscyplin (do których odnoszą się efekty uczenia się, ze wskazaniem dyscypliny wiodącej).

Lp.	Dyscypliny naukowe	Liczba punktów ECTS	% punktów ECTS
1.	Nauki o zarządzaniu i jakości	180 ECTS	100%

3. Praktyki zawodowe (zasady i forma odbywania praktyk zawodowych, jeśli program je przewiduje).

Praktyki zawodowe są integralną częścią procesu dydaktycznego. Program studiów przewiduje praktyki zawodowe w wymiarze 960 godz., tj. 6 miesięcy (40 pkt ECTS). Celem praktyk zawodowych jest umożliwienie studentom zastosowania w praktyce wiedzy, umiejętności i kompetencji pozyskanych w toku zajęć oraz ich uzupełnienie o pogłębione i rozszerzone doświadczenia praktyczne, niezbędne do spełnienia oczekiwań rynku pracy. Praktyki są realizowane w trakcie V i VI semestru studiów. Miejsca praktyk dobierane są przez uczelnię, możliwe jest także – na wniosek studenta – odbywanie praktyki indywidualnej w miejscu wybranym przez studenta, po uprzednim uzyskaniu zgody uczelni. Efekty uczenia się dla praktyk są weryfikowane przed potwierdzeniem ich zaliczenia. Nadzór merytoryczny nad realizacją praktyk zawodowych jest etapowy, realizują go: opiekun praktyk w przedsiębiorstwie/instytucji, uczelniany merytoryczny opiekun praktyk oraz Biuro Karier.

4. Sposoby weryfikacji i oceny efektów uczenia się osiągniętych 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 pozwala 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 zajęć/grup zajęć, zamieszczone są w kartach zajęć. Poziom osiągnięcia efektów uczenia się studenta dokumentuje się:

- w przypadku wykładu, ćwiczeń, 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.

5. Wskaźniki programu studiów

Nazwa wskaźnika	Liczba punktów ECTS/Liczba godzin
Łączna liczba punktów ECTS, jaką student musi uzyskać w ramach zajęć prowadzonych z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich lub innych osób prowadzących zajęcia	STUDIA STACJONARNE 94 ECTS/ 52%
	STUDIA NIESTACJONARNE 71-72 ECTS/ 39-40%
Łączna liczba punktów ECTS przyporządkowana zajęciom kształtującym umiejętności praktyczne	STUDIA STACJONARNE 102-134 ECTS/ 57-74% *
	STUDIA NIESTACJONARNE 97-128 ECTS/ 54-71% *
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	5 ECTS/ 3%*



dziedzin innych niż odpowiednio nauki humanistyczne lub nauki społeczne	
Łączna liczba punktów ECTS przyporządkowana zajęciom do wyboru	76 ECTS/ 42%
Łączna liczba punktów ECTS przyporządkowana praktykom zawodowym	40ECTS/ 960 godzin

*w zależności od specjalności

Część B.

SZCZEGÓŁOWE INFORMACJE O KIERUNKU

1. Efekty uczenia się (jednakowe dla obu form studiów).

Symbol efektu uczenia się	Treść kierunkowego efektu uczenia się	Odniesienie do charakterystyk PRK
WIEDZA absolwent zna i rozumie:		
K_W01	powiązania wiedzy z zakresu funkcjonowania organizacji z innymi naukami.	P6S_WG
K_W02	narzędzia komunikacji organizacji z rynkiem.	P6S_WG
K_W03	kluczowe koncepcje zarządzania dotyczące powstawania, funkcjonowania, przekształcania i rozwoju organizacji.	P6S_WG
K_W04	relacje zachodzące między podmiotami gospodarczymi a innymi instytucjami społecznymi tworzącymi ich otoczenie w skali krajowej i międzynarodowej.	P6S_WG
K_W05	w stopniu zaawansowanym obszary funkcjonalne przedsiębiorstwa i relacje między nimi.	P6S_WG
K_W06	w zaawansowanym stopniu role i zachowania organizacyjne pracowników oraz ich znaczenie dla funkcjonowania organizacji.	P6S_WG
K_W07	w stopniu zaawansowanym funkcje zarządzania oraz ich rolę w kształtowaniu efektywności działań organizacyjnych.	P6S_WG
K_W08	zagadnienia z zakresu finansów w odniesieniu do funkcjonowania organizacji.	P6S_WG



K_W09	uwarunkowania tworzenia, funkcjonowania i rozwoju różnych form przedsiębiorczości.	P6S_WG, P6S_WK
K_W10	funkcje i metody kierowania ludźmi w kontekście typu organizacji i zasięgu jej działania.	P6S_WG, P6S_WK
K_W11	pojęcie kultury organizacyjnej i wpływ jej komponentów na funkcjonowanie zespołów i zachowania indywidualne pracowników.	P6S_WG, P6S_WK
K_W12	standardowe metody ilościowe wspomagające procesy podejmowania decyzji w organizacji.	P6S_WG
K_W13	metody projektowania i przeprowadzania badań w poszczególnych obszarach działalności organizacji.	P6S_WG
K_W14	przepisy prawa regulujące funkcjonowanie podmiotów gospodarczych.	P6S_WK
K_W15	znaczenie norm i standardów w poszczególnych obszarach działalności organizacji (np. standardów rachunkowości, norm pracy, systemów i norm jakości itp.).	P6S_WG, P6S_WK
K_W16	w zaawansowanym stopniu rolę i znaczenie struktur organizacyjnych oraz determinanty ich powstawania i kształtowania.	P6S_WG, P6S_WK
K_W17	dorobek psychologii oraz socjologii w odniesieniu do procesów zarządzania organizacją oraz zachowań ludzi w organizacji.	P6S_WG
K_W18	rolę przywództwa w organizacji.	P6S_WG
K_W19	znaczenie ochrony własności intelektualnej, w tym własności przemysłowej oraz praw autorskich i praw pokrewnych, w działalności organizacji.	P6S_WK

UMIEJĘTNOŚCI

absolwent potrafi:

K_U01	inicjować, planować i prowadzić działalność gospodarczą.	P6S_UW
K_U02	dokonywać obserwacji, analizy i oceny zjawisk oraz procesów zachodzących w organizacji i w jej otoczeniu.	P6S_UW
K_U03	dobierać i wykorzystywać właściwe metody, techniki i narzędzia wspomagające zarządzanie organizacją.	P6S_UW
K_U04	dokonywać oceny ekonomicznej funkcjonowania organizacji poprzez dobór kryteriów i mierników.	P6S_UW
K_U05	uczestniczyć w procesach podejmowania decyzji operacyjnych i taktycznych oraz oceniać proponowane rozwiązania.	P6S_UW, P6S_UO



K_U06	stosować odpowiednie metody i narzędzia analityczne, w tym systemy informatyczne, wspomagające procesy podejmowania decyzji.	P6S_UW
K_U07	posługiwać się normami i standardami w procesie zarządzania organizacją.	P6S_UW
K_U08	wykorzystywać przepisy prawa oraz znormalizowane systemy funkcjonujące w przedsiębiorstwie (rachunkowości, bhp itp.) w celu uzasadniania podejmowanych działań organizacyjnych.	P6S_UW
K_U09	stosować narzędzia informatyczne wspomagające pracę menedżera.	P6S_UW
K_U10	wykorzystywać technologie informacyjne do gromadzenia, przetwarzania i analizowania danych.	P6S_UW
K_U11	planować i organizować pracę własną oraz współdziałać i pracować w zespole.	P6S_UO
K_U12	interpretować zachowania organizacyjne oraz podejmować działania wpływające na ich kształtowanie.	P6S_UW, P6S_UO
K_U13	efektywnie zarządzać zasobami organizacji na poziomie operacyjnym i taktycznym.	P6S_UW, P6S_UO
K_U14	prezentować zdobytą wiedzę oraz umiejętności w mowie i piśmie z wykorzystaniem m.in. narzędzi informacyjnych.	P6S_UW, P6S_UK
K_U15	komunikować się z otoczeniem oraz przekazywać wiedzę z użyciem właściwej terminologii z zakresu nauk o zarządzaniu i jakości.	P6S_UK
K_U16	przedstawiać i oceniać różne opinie i stanowiska oraz dyskutować na ich temat.	P6S_UK
K_U17	posługiwać się językiem obcym na poziomie B2 Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego.	P6S_UK
K_U18	interpretować wyniki badań i formułować wnioski na ich podstawie.	P6S_UW
K_U19	planować i realizować własne uczenie się przez całe życie w celu doskonalenia kompetencji zawodowych.	P6S_UU

KOMPETENCJE SPOŁECZNE

absolwent jest gotów do:

K_K01	krytycznej oceny posiadanej wiedzy oraz uznawania znaczenia wiedzy w rozwiązywaniu problemów poznawczych i praktycznych.	P6S_KK
K_K02	myślenia i działania w sposób przedsiębiorczy w środowisku zawodowym i organizacyjnym.	P6S_KO



K_K03	inicjowania, współorganizowania i uczestniczenia w działaniach na rzecz środowiska społecznego oraz interesu publicznego.	P6S_KO
K_K04	etycznego postępowania w ramach pełnionych ról społecznych i zawodowych oraz promowania kultury pro jakościowej, kultury współpracy i zasad etyki zawodowej.	P6S_KR
K_K05	ponoszenia odpowiedzialności za powierzone zadania oraz skutki podejmowanych działań.	P6S_KR

2. Wykaz zajęć lub grup zajęć oraz treści programowych zapewniające uzyskanie efektów uczenia się.

Treści programowe	
GRUPA ZAJĘĆ KSZTAŁCENIA OGÓLNEGO	
BHP	Organizacja ochrony pracy w zakładzie.
	Obowiązki i uprawnienia pracodawcy w zakresie bhp.
	Uprawnienia i obowiązki pracownika.
	Wypadek przy pracy.
	Pierwsza pomoc przedlekarska w nagłych wypadkach.
Język obcy - angielski	Career choices and advice: career and competition
	Global recruitment agency: Job description, Job application, CV & cover letter
	Meetings: Updates and action work duties, The importance of a workplace, Working life, Job Satisfaction
	Design and innovation
	"Management Styles and Coaching
	"Crisis management: Time management, Planning, Managing projects
	Human Resources
	"Business Workshop: Investing your money
	"Projects: Project management, Managing projects
Describing companies: Business sectors, Merging companies	
Język obcy - niemiecki	Berufsleben: Im Büro; Typische Korrespondenz im Büro, Präsentationen halten
	Bewerbungsgespräch: Bewerbungsunterlagen, Selbstpräsentation
	Rechte und Pflichten am Arbeitsplatz
	Kommunikation am Arbeitsplatz: Interne Kommunikation, Digitalisierung im Beruf
	Mobilität im Job: Unterwegs im Job, Pendeln zum Arbeitsplatz

	"Konfliktmanagement: Teamarbeit, Mitarbeitergespräche Von Termin zu Termin: Treffen mit Mitarbeitern, Geschäftspartnern und Kunden Made in Germany: Produktqualität, Produktentwicklung Finanzen: Gehälter, In der Bank Gesundheit am Arbeitsplatz: Gesundheitscoaching, Berufs- und Familienleben vereinen
Metody efektywnej nauki	Efektywna komunikacja ze środowiskiem akademickim w kontekście podstaw komunikacji społecznej. Wprowadzenie do fizjologicznych i psychologicznych podstaw uczenia się i zapamiętywania. Style uczenia się i zapamiętywania - podział i charakterystyka. Kwestionariusze testów. Metody i techniki pamięciowe – w aspekcie teoretycznym i praktycznym. Zastosowanie technik pracy umysłowej (indywidualnej i grupowej) w rozwiązywaniu problemów społecznych i edukacyjnych (asertywność/stres/komunikacja/kultura/agresja).
Selbstpraesentation und oeffentlicher Auftritt	Selbstdarstellung - Definition, Funktionen, Ziele Erster Eindruck bei der Selbstdarstellung und deren Wirkung Verbale Kommunikation beim Sprechen, Lesen, Schreiben und Hören Nonverbale Kommunikation und ihre verschiedenen Wege Kleiderordnung und ihre Bedeutung Merkmale einer guten öffentlichen Rede und ihrer Vorbereitung Öffentliches Reden in Medien
Etyka	Etyka jako nauka filozoficzna. Etyka a moralność. Rodzaje teorii etycznych. Kamienie milowe historii etyki. Normy i ich rodzaje. Konflikt wartości a dylemat etyczny. Anomia.
Metody ilościowe w zarządzaniu	Układy równań liniowych. Rozwiązywanie metodą redukcji macierzy i – ćwiczenia Rachunek macierzowy – ćwiczenia Wyznaczniki – ćwiczenia Macierz odwrotna – ćwiczenia Ciągi liczbowe. Granica ciągu i funkcji – ćwiczenia Pochodna funkcji – definicja i obliczanie – ćwiczenia Pochodna funkcji – wybrane zastosowania – ćwiczenia Pochodne wyższych rzędów – zastosowania – ćwiczenia Całka nieoznaczona – ćwiczenia Całka oznaczona – ćwiczenia
Podstawy ekonomii	Wprowadzenie do ekonomii w tym: geneza i historia ekonomii, podstawowe definicje wprowadzające, pojęcie mikro- i makroekonomii, prawa ekonomiczne, funkcje ekonomii, potrzeby ludzkie i ich rodzaje, dobra i usługi, czynniki produkcji.

	<p>Proces gospodarczy i jego elementy w tym: gospodarstwo domowe, zasoby, strumienie, krzywa możliwości produkcyjnych i jej przesunięcie.</p> <p>Rynek, popyt, podaż w tym: pojęcie i funkcje rynku, jego klasyfikacja, pojęcie popytu i podaży, rola ceny, niedoskonałości rynku.</p> <p>Równowaga rynkowa w tym: zmiany równowagi rynkowej.</p>
	<p>Teoria przedsiębiorstwa. Koszty przedsiębiorstwa (koszty stałe, koszty zmienne, koszty całkowite, przeciętne koszty stałe, przeciętne koszty zmienne, przeciętne koszty całkowite, koszty krańcowe).</p> <p>Jak działa gospodarka? Rola państwa w gospodarce- mierniki makroekonomiczne.</p> <p>Polityka fiskalna i monetarna państwa.</p>
	<p>Rynek pracy i bezrobocie w tym: pojęcie i typy bezrobocia, sposoby pomiaru, prawo Okuna, sposoby przeciwdziałania bezrobociu.</p>
Podstawy komunikacji społecznej	<p>Istota efektywnej komunikacji.</p> <p>Informowanie a przekonywanie. Dwa podstawowe typy komunikowania.</p> <p>Skuteczne komunikowanie niewerbalne i werbalne.</p> <p>Zasady efektywnej dyskusji w grupie.</p> <p>Techniki erystyczne w publicznych dyskusjach.</p> <p>Zasady i organizacja debaty.</p> <p>Jak skonstruować wystąpienie publiczne?</p>
Podstawy prawa cywilnego i gospodarczego	<p>Pojęcie systemu prawa, gałęzi prawa, norma prawna i przepis prawny – wykład</p> <p>System źródeł prawa w Polsce – wykład</p> <p>Podmioty prawa cywilnego – wykład</p> <p>Przedstawicielstwo i pełnomocnictwo – wykład</p> <p>Czynności prawne (rodzaje, forma dokonywania czynności prawnych, przyczyny nieważności czynności prawnych) – wykład</p> <p>Terminy i przedawnienie roszczeń – wykład</p> <p>Własność jako prawo rzeczowe (treść, sposoby nabycia, współwłasność) – wykład</p> <p>Użytkowanie wieczyste i ograniczone prawa rzeczowe – wykład</p> <p>Stosunek zobowiązaniowe (treść, źródła), sposoby zawierania umów – wykład</p> <p>Zabezpieczenia umów (odsetki, kary umowne, poręczenie) odpowiedzialność za nieprawidłowe wykonanie umów – wykład</p> <p>Odpowiedzialność za czyny niedozwolone – wykład</p> <p>Umowa sprzedaży (definicja, forma zawarcia, prawa i obowiązki stron) – ćwiczenia</p> <p>Umowa zlecenia, umowa o dzieło, umowa agencyjna (definicja, forma zawarcia, prawa i obowiązki stron) – ćwiczenia</p> <p>Najem, dzierżawa, leasing (definicja, forma zawarcia, prawa i obowiązki stron) – ćwiczenia</p> <p>Zasady wykonywania działalności gospodarczej w Polsce; swobody i ograniczenia, reglamentacja, postępowanie w sprawie uzyskania pozwoleń, koncesji i wpisu na listy działalności regulowanej – wykład</p> <p>Pojęcie przedsiębiorcy, przedsiębiorstwa, firma – ćwiczenia</p>

	Osoba fizyczna jako przedsiębiorca – Ewidencja Działalności Gospodarczej, NIP, REGON, ZUS, odpowiedzialność majątkowa – ćwiczenia
	Spółka cywilna - treść i forma umowy, prawa i obowiązki wspólników, sposób reprezentacji Spółka jawna - treść i forma umowy, prawa i obowiązki wspólników, sposób reprezentacji Spółka partnerska - treść i forma umowy, prawa i obowiązki wspólników, sposób reprezentacji – ćwiczenia
	Spółka komandytowa - treść i forma umowy, prawa i obowiązki wspólników, sposób reprezentacji Spółka komandytowo - akcyjna - treść i forma umowy, prawa i obowiązki wspólników, sposób reprezentacji – ćwiczenia
Praca zespołowa z wykorzystaniem narzędzi IT	Platforma Moodle – platforma informatyczna wspierająca organizację pracy zespołowej, komunikację oraz udostępnianie materiałów dydaktycznych.
	Narzędzia Office 365 oraz sposób ich wykorzystania w trakcie organizowania i współpracy w ramach zespołów rozproszonych – dokumenty Office365 (arkusz kalkulacyjny, dokument tekstowy, prezentacja multimedialna), aplikacja OneNote, formularze aplikacji MS Forms, aplikacja Planner.
	Aplikacja MS Teams jako środowisko pracy zespołowej – komunikacja synchroniczna i asynchroniczna, współdzielenie zasobów, zarządzanie zadaniami oraz integracja aplikacji wspierających pracę projektową.
	Etyczne i odpowiedzialne wykorzystanie narzędzi AI w pracy zespołowej – zasady transparentności korzystania z AI, krytyczna ocena generowanych treści, ochrona danych i własności intelektualnej oraz odpowiedzialność za rezultaty pracy zespołu.
Podstawy zrównoważonego rozwoju	Wprowadzenie do zrównoważonego rozwoju.
	Wymiar ekologiczny/ środowiskowy zrównoważonego rozwoju.
	Wymiar społeczny zrównoważonego rozwoju.
	Wymiar ekonomiczny/ biznesowy zrównoważonego rozwoju i ESG.
Różnice kulturowe	Czym jest kultura? Wprowadzenie.
	Stereotypy i uprzedzenia.
	Wybrane modele analizowania różnic kulturowych - G. Hofstede - R. Gesteland - E. Meyer.
	Komunikacja międzykulturowa - komunikacja bezpośrednia i pośrednia - bariery w komunikacji werbalnej - komunikacja niewerbalna.
	Religia, wartości, postawy, zwyczaje – wpływ na biznes.
	Proces negocjacji międzykulturowych.
	Szok kulturowy.
Self-presentation and public speaking	Self-presentation – definition, functions, goals
	First impression while self-presentation and its effects
	Verbal communication in speaking, reading, writing and listening
	Non-verbal communication and its different ways
	Dress code and its importance
	Features of good public speaking and its preparation
	Public speaking in media
Socjologia	Charakterystyka podstawowych mechanizmów społecznych w kontekście rozwoju nauki socjologii.

	Kultura i różnicowanie kulturowe oraz ich oddziaływanie na społeczeństwo.
	Struktury społeczne i stratyfikacja społeczna.
	Globalizacja.
	Společne uwarunkowania rynku pracy.
	Ubóstwo, jako przykład problemu społecznego o charakterze interdyscyplinarnym.
	Společna Odpowiedzialność Biznesu.
Standardy prac projektowych	Wytyczne pisania prac dyplomowych i projektów. Zastosowanie literatury przedmiotu i innych źródeł informacji w pracach studentów.
Technologia informacyjna	Podstawowe idee technologii informacyjnej. Wykorzystanie komputera, internetu - zasady i bezpieczeństwo. Przetwarzanie tekstu. Arkusze kalkulacyjne. Prezentacje multimedialne.
WF (studia stacjonarne)	Bhp na zajęciach, zasady treningu siłowego z obciążeniem. Obsługa sprzętu na siłowni; Asekuracja podczas ćwiczeń; Rozgrzewka ogólna; Rozgrzewka specjalna na poszczególne partie mięśniowe. Metody treningu siłowego. Trening obwodowy wykorzystaniem obciążenia własnego ciała; Trening obwodowy na atlasie; Trening obwodowy na przyrządach z obciążeniem; Trening obwodowy z hantlami; Trening stacjonarny kształtujący podstawowe partie mięśniowe tj. mięśnie ramion, nóg, grzbietu, brzucha; Trening na rozwój masy mięśniowej; Trening siły maksymalnej; Trening mocy tzw. siły dynamicznej; Zasady treningu izometrycznego Ćwiczenia aerobowe (tlenowe). Ćwiczenia anaerobowe (beztlenowe). Zasady wysiłku tlenowego; Ćwiczenia na bieżni, elipsie, rowerze stacjonarnym; Zasady ćwiczeń siłowych (bztlenowych). Ćwiczenia na poszczególne grupy mięśniowe. Trening kształtujący mięśnie brzucha; Trening kształtujący mięśnie klatki piersiowej; Trening kształtujący mięśnie nóg; Trening kształtujący mięśnie ramion; Trening kształtujący mięśnie obręczy barkowej; Trening kształtujący mięśnie grzbietu; Trening kształtujący mięśnie łydek Trójbój siłowy. Przysiad ze sztangą; Wyciskanie sztangi leżąc; „martwy ciąg” Pierwsza pomoc w nagłych przypadkach. Pierwsza pomoc przedlekarska: Urazy i rozstroje organizmu, Złamanie, Zwichnięcie, Utrata przytomności, omdlenie.
GRUPA ZAJĘĆ KSZTAŁCENIA KIERUNKOWEGO	
Analiza ekonomiczno-finansowa	Źródła informacji wykorzystywane w ramach analizy ekonomiczno-finansowej. Analiza zależności pomiędzy kosztami, przychodami a zyskiem przedsiębiorstwa- próg rentowności, dźwignia operacyjna. Wstępna ocena bilansu i rachunku zysków i strat przedsiębiorstwa z wykorzystaniem analizy poziomej i pionowej. Analiza danych z rachunku przepływów.

	Wskaźnikowa analiza płynności finansowej przedsiębiorstwa.
	Analiza zadłużenia przedsiębiorstwa.
	Ocena efektywności funkcjonowania przedsiębiorstwa z wykorzystaniem wskaźników oraz analizy piramidalnej.
	Całościowa ocena sytuacji finansowej wybranego przedsiębiorstwa.
Analiza i interpretacja danych statystycznych	Metody i organizacja badań statystycznych. Opracowanie i prezentacja materiału statystycznego. Systemy informacji publicznej jako źródło danych wtórnych.
	Podstawowe parametry opisowe zbiorowości statystycznych. Opis statystyczny, interpretacja miar pozycji centralnej i rozproszenia. Kiedy liczyć średnią, a kiedy medianę? Co nam dają kwartale i odchylenie standardowe? Jak porównywać zmienne z różnych skal pomiarowych? Metody graficzne pomocne w analizie. Prezentacja możliwości analizy danych z wykorzystaniem Excela i pakietu statystycznego GRETL.
	Analiza współzależności cech. Miary współzależności cech. Prezentacja możliwości analizy danych z wykorzystaniem Excela i pakietu statystycznego GRETL.
Badania i analizy rynku	Klasyfikacje badań.
	Wybrane metody badań rynku.
	Procedura badań rynkowych.
	Badania jakościowe – obserwacje.
	Badania ankietowe.
	Wywiady indywidualne i grupowe.
Gra biznesowa	Podejmowanie decyzji biznesowych i ich skutki finansowe (CashFlow).
	Strategia rozwoju przedsiębiorstwa - zarządzania zasobami o charakterze strategicznym w celu uzyskania przewagi rynkowej (Wysokie napięcie).
	Realizacja celów biznesowych w warunkach rynkowych - negocjacje, współpraca (Chłopska szkoła biznesu).
Instrumentarium marketingu	Istota i pojęcie marketingu. Marketing-mix. 4P, 4C, 7P. Orientacja rynkowa w gospodarce.
	Uwarunkowania działań rynkowych przedsiębiorstw – otoczenie rynkowe: zasada PEST, 5 sił Portera, krzyżowa analiza SWOT.
	Marketing jako zbiór działań. Oferta rynkowa i jej znaczenie. Produkt w marketingu – poziomy i rozwój. System promocji, dystrybucji i strategii cen.
	Relacje rynkowe przedsiębiorstwa i jego aktywa. Konkurencja w marketingu. Strategie i modele konkurencyjne. System organizacji – usytuowanie działu marketingu w przedsiębiorstwie.
	Algorytm strategii zarządzania marketingowego. Czynniki sukcesu rynkowego.
	Nabywca na rynku. Segmentacja i jej znaczenie. Zachowania nabywców.
	Proces decyzyjny. Skłonność do innowacji.
	Zarządzanie relacjami z klientem.
Instrumentarium zarządzania	Funkcje dyscyplin związanych z zarządzaniem i podstawowe kategorie zarządzania (zarządzanie, struktury organizacyjne, kierowanie ludźmi i organizacja).
	Funkcje zarządzania - planowanie, organizowanie, motywowanie, kontrolowanie.
	Koncepcje zarządzania: benchmarking, outsourcing, reengineering, zarządzanie różnorodnością, kultura organizacyjna.

	Rangowanie w zarządzaniu – przegląd sposobów, doskonalenie umiejętności ich stosowania.
	Cele w zarządzaniu (istota celów i ich funkcje, klasyfikacja celów, zalecenia poprawnego formułowania celów, błędy i niedostatki związane z celami). Doskonalenie umiejętności rozróżniania i formułowania celów, kształtowanie umiejętności modelowania i analizy celów przedmiotowych i efektywnościowych. Podstawy zarządzania projektem oraz zarządzanie przebiegiem projektu.
Podstawy zarządzania jakością	Geneza i pojęcie zarządzania jakością.
	TQM i zasady zarządzania jakością.
	System zarządzania jakością.
	Wprowadzenie do znormalizowanych systemów zapewniania jakości.
	Zarządzanie jakością według normy ISO 9001.
	Wdrażanie znormalizowanego systemu zarządzania jakością.
	Kierunki doskonalenia znormalizowanych systemów zarządzania jakością.
	Koszty jakości.
	Podejście procesowe w zarządzaniu jakością.
	Ocena jakości procesu.
	Kontekst organizacji.
	Wymagania klienta.
	Dokumentacja systemu zarządzania jakością – polityka i cele jakości.
	Zarządzanie ryzykiem.
	Wybrane metody kontroli jakości.
	Wybrane metody i narzędzia projektowania i doskonalenia jakości.
Metody i techniki wspierające rozwiązywanie problemów jakości.	
Audyty jakości.	
Rachunkowość i dokumentacja finansowa	Rachunkowość jako system informacyjny.
	Bilans jako rachunek majątku i kapitałów.
	Księgi rachunkowe – zasady funkcjonowania kont bilansowych.
	Funkcjonowanie kont wynikowych.
	Klasyfikacja kosztów i przychodów wg poszczególnych segmentów działalności. Wynik finansowy i rachunek zysków i strat jako element sprawozdania finansowego.
Symulacja biznesowa	Organizacja wirtualnej firmy – wybór nazwy i misji, określenie zasad zespołu, przydział ról, tworzenie oferty, pierwsze inwestycje, wybór banku i biura rachunkowego.
	Zarządzanie wirtualną firmą – analiza danych finansowych, podejmowanie decyzji inwestycyjnych, zarządzanie personelem, zarządzanie zaopatrzeniem, wykorzystanie instrumentów marketingu tradycyjnego o internetowego.
	Podsumowanie gry, analiza wyników.
Techniki radzenia sobie ze stresem I	Pojęcie stresu – objawy.
	Źródła stresu- identyfikacja i zapobieganie.

	Stres- wpływ na zachowania ludzi.
	Efekty stresu - konsekwencje.
	Sposoby redukcji stresu.
Wyzwania i oczekiwania rynku pracy	Pojęcie pracy w prawie pracy. Funkcje, zasady i źródła prawa pracy - wykład
	Podmioty stosunku pracy. Podstawy nawiązania stosunku pracy. Cechy stosunku pracy - wykład
	Umowa o pracę – treść, forma i sposób nawiązania. Rodzaje umów o pracę - wykład
	Ustanie stosunku pracy - wykład
	Wynagrodzenia i urlopy wypoczynkowe - wykład
	Czas i miejsce pracy - wykład
	Samopoznanie - ćwiczenia
	Pokolenia na rynku pracy - ćwiczenia
	Sposoby poszukiwania pracy - ćwiczenia
	Networking zawodowy - ćwiczenia
	Elastyczność zatrudnienia - ćwiczenia
	Przygotowanie pełnych aplikacji na wybrane stanowiska - ćwiczenia
	Proces rekrutacji i selekcji - ćwiczenia
	Przeprowadzenie rozmowy kwalifikacyjnej - ćwiczenia
	Zachowania organizacyjne
Jednostka w organizacji: cechy osobowości, postawy, wartości, emocje, postrzeganie, uczenie się.	
Grupa i zespół w organizacji: cechy grup i zespołów, fazy i dynamika rozwoju zespołów, role zespołowe, cechy efektywnych zespołów.	
Kultura organizacyjna: identyfikacja i kształtowanie kultury organizacyjnej.	
Zachowania na tle komunikacji: funkcje komunikacji i proces komunikacji interpersonalnej.	
Zachowania na tle władzy: istota władzy, źródła władzy, teorie przywództwa, rodzaje zwolenników.	
Motywowanie.	
Podejmowanie decyzji: indywidualne i grupowe.	
Zarządzanie małą firmą	Zachowania nieetyczne w organizacji.
	Istota i rola małego biznesu w gospodarce regionalnej i narodowej.
	Proces zakładania małego przedsiębiorstwa-etapy i uwarunkowania.
	Przedsiębiorca – rola i funkcje w procesie zakładania i prowadzenia przedsiębiorstwa.
	Biznes plan jako narzędzie planowania przedsięwzięć biznesowych.
	Formalna strona procesu założycielskiego.
	Formy organizacyjno-prawne działalności gospodarczej i kryteria wyboru.
	Źródła finansowania działalności gospodarczej.
Formy opodatkowania działalności gospodarczej – wybór formy i konsekwencje.	

Specyfika zarządzania MSP.	
ZAJĘCIA WYBIERALNE	
Consumer Behaviour	The psychology of how consumers think, feel, reason, and select between different alternatives
	The psychology of how the consumer is influenced by his or her environment
	The behavior of consumers while shopping or making other marketing decisions
	Limitations in consumer knowledge or information processing abilities influence decisions and marketing outcome
	How consumer motivation and decision strategies differ between products that differ in their level of importance or interest that they entail for the consumer
	How marketers can adapt and improve their marketing campaigns
	Marketing strategies to more effectively reach the consumer.
Kreatywność	Kreatywność – Etymologia, Definicje, Idee,
	Forschungsbereiche und Evaluation vom Wesen der Kreatywność
	Kreatywność als Element der Kultur
	Die kreativen Bausteine
	Der kreative Prozess
	Das Kreative Umfeld und das kreative Produkt
	Perspektiven der Entwicklung von Kreatywność
Negocjacje i protokół dyplomatyczny	Wybrane definicje i pojęcia związane z negocjacjami, etapy i rodzaje negocjacji.
	Style i strategie w rozmowach negocjacyjnych, manipulacja w rozmowach negocjacyjnych.
	Komunikacja w negocjacjach.
	Różnice kulturowe w negocjacjach.
	Protokół dyplomatyczny.
Personal branding	Składniki osobistej marki.
	Techniki i strategie zarządzania reputacją.
	Rola i projekt własnej identyfikacji wizualnej – od logo, przez kolory, typografię oraz ich zastosowanie na wizytówkach, stronach internetowych, dokumentach itp.
	Wygoogluj samego siebie: podstawy budowania własnej widoczności w Internecie.
	Rola narzędzi internetowych (Facebook, LinkedIn itp.) w budowaniu sieci kontaktów i upowszechnianiu własnego osobistego brandu.
	Monitorowanie osobistej marki.
Praktyka zawodowa	I. Zakres obowiązkowy dla każdej specjalności
	1. Podstawy prawne i przedmiot działalności przedsiębiorstwa
	2. Organizacja podmiotu gospodarczego
	3. Dokumentacja organizacyjna przedsiębiorstwa
	4. Infrastruktura przedsiębiorstwa
	5. Organizacja działu prawnego w przedsiębiorstwie
	II. Zakres do wyboru - student obowiązkowo powinien zrealizować co najmniej 2 moduły
	MODUŁ 1: System zarządzania przedsiębiorstwem
	MODUŁ 2: System zarządzania zasobami ludzkimi
	MODUŁ 3: Dobór i selekcja pracowników
MODUŁ 4: System motywacyjny i szkolenia pracowników	

	<p>MODUŁ 5: System zarządzania jakością</p> <p>MODUŁ 6: Organizacja działalności marketingowej w przedsiębiorstwie</p> <p>MODUŁ 7: Działania z zakresu aktywizacji sprzedaży</p> <p>MODUŁ 8: Funkcjonowanie działu sprzedaży</p> <p>MODUŁ 9: Polityka cen w przedsiębiorstwie</p> <p>MODUŁ 10: Organizacja działalności w zakresie handlu zagranicznego</p> <p>MODUŁ 11: Podstawowe formy handlu zagranicznego i formy zapłaty</p> <p>MODUŁ 12: System logistyczny w przedsiębiorstwie</p> <p>MODUŁ 13: System informatyczny przedsiębiorstwa</p> <p>MODUŁ 14: Zarządzanie zasobami informatycznymi</p> <p>MODUŁ 15: Zarządzanie finansami w przedsiębiorstwie</p> <p>MODUŁ 16: Zarządzanie produkcją</p> <p>MODUŁ 17: Zarządzanie bezpieczeństwem i higieną pracy</p> <p>MODUŁ 18 Zarządzanie nieruchomościami</p>
Projekt kierunkowy	<p>Semestr V: ustalenie tytułu projektu, jego celu, stosowanych metod badawczych, zdefiniowanie celów badawczych i/lub hipotez badawczych oraz opracowanie planu projektu i wstępnej listy literatury oraz materiałów źródłowych.</p> <p>Semestr VI: przygotowanie projektu w formie elektronicznej.</p>
SPECJALNOŚĆ MARKETING CYFROWY I GRAFIKA REKLAMOWA	
E-marketing & UX	<p>Rynek elektroniczny.</p> <p>E-commerce i e-marketing.</p> <p>Sklep internetowy i wytyczne jego projektowania.</p> <p>Działania e-biznesowe w Internecie.</p> <p>Usability.</p> <p>Analityka e-marketingowa.</p>
Fotografia w reklamie	<p>Wprowadzenie do problematyki fotografii reklamowej – analiza przypadków, dobre praktyki.</p> <p>Kadrowanie.</p> <p>Operowanie światłem.</p> <p>Wywoływanie RAW.</p> <p>Obróbka zdjęć.</p>
Kreatywność i design w biznesie	<p>Wprowadzenie do problematyki designu. Historia designu.</p> <p>Zarządzanie designem. Design jako cecha produktu. Design jako projekt. Design jako dziedzina sztuki użytkowej.</p> <p>Kreatywność – sposoby pobudzania i kształtowania. Brief / brief kreatywny – znaczenie grupy docelowej.</p> <p>Kampania reklamowa – przykłady najlepszych i najgorszych działań krajowych i międzynarodowych. Media / mediaplan.</p> <p>Tekst. Obraz i dźwięk.</p> <p>Reklama porównawcza i podobna.</p> <p>Reklama alternatywna: eventy, sponsoring, gadzety reklamowe.</p> <p>Product placement. Celebrity endorsement.</p> <p>Marketing partyzancki / szeptany.</p>
Laboratorium fotografii cyfrowej	<p>Fotografia w przestrzeni otwartej i we wnętrzu. Wykorzystanie światła dziennego o różnych wartościach.</p> <p>Fotografia studyjna i zarządzanie oświetleniem.</p>

	Kontekst wizualny i budowanie narracji w obrazie.
	Perswazyjne oddziaływanie barw. Barwa jako środek wyrazu. Równoważenie koloru. Równoważenie kontrastu.
Metody badania potrzeb	Poznanie konsumentów i ich potrzeb. Metody.
	Czynniki wpływające na zachowanie konsumenta na rynku.
	Typy konsumentów. Segmentacja rynku. Persona.
	Proces podejmowania decyzji zakupu.
	Rynek przedsiębiorstw i instytucji.
Multimedia i video w reklamie	Wprowadzenie do problematyki pracowni multimedialnej i Video.
	Nagłośnienie.
	Oświetlenie.
	Green BOX.
	Obsługa sprzętu Video.
Projektowanie graficzne 1	Wprowadzenie do problematyki grafiki.
	Grafika wektorowa – oprogramowanie.
	Grafika wektorowa – krzywe.
	Grafika wektorowa – narzędzia.
	Modele kolorów oraz tryby graficzne.
	Projekty w grafice wektorowej – przykłady.
	Projektowanie grafiki wektorowej.
Projektowanie graficzne 2	Wstęp do grafiki rastrowej.
	Grafika bitmapowa.
	Grafika bitmapowa - proste projekty.
	Edycja grafiki rastrowej – wykorzystanie w reklamie.
	Grafika bitmapowa w Internecie.
Projektowanie stron www	UX. Zasady UI.
	Heurystyki Nielsena.
	Analiza i ocena stron www.
	Projektowanie stron www - metodyka AGILE oraz UX.
Psychologia projektowania reklamy	Koncepcje człowieka w psychologii a podejście ekonomiczne. Mity i fakty na temat odporności na działanie reklamy.
	Ogólne determinanty skuteczności reklamy.
	Rola procesów poznawczych człowieka (percepcja, uwaga, przetwarzanie informacji, wyobraźnia) w procesie oddziaływania reklamy.
	Prawidłowości funkcjonowania pamięci a reklama. Język reklamy.
	Emocje i nastrój konsumenta a skuteczność przekazów reklamowych. Psychologiczne teorie motywacji a konstrukcja kampanii reklamowych.
	Psychograficzna segmentacja rynku.
	Wpływ społeczny na zachowania konsumentów.
Etyka reklamy.	
System identyfikacji wizualnej	Wprowadzenie do problematyki systemu identyfikacji wizualnej.

	Księga Znaku.
	Księga Systemu Identyfikacji Wizualnej.
	Badania rynku na potrzeby Identyfikacji wizualnej.
	Branding.
Zintegrowana komunikacja marketingowa	Definicje, kluczowe pojęcia, cele i znaczenie strategii zintegrowanej komunikacji marketingowej (IMC).
	Kanały komunikacji – analiza i wybór.
	Storytelling i copywriting jako elementy strategii komunikacyjnej.
	Projektowanie kampanii marketingowej.
	Analiza skuteczności działań komunikacyjnych.
SPECJALNOŚĆ PSYCHOLOGIA I KOMUNIKACJA W BIZNESIE	
Coaching i mentoring	Coaching i mentoring jako procesy rozwoju kompetencji.
	Proces coachingu i proces mentoringu, standardy i etyka.
	Zastosowanie coachingu i mentoringu w biznesie.
	Model GROW.
	Model Diltsa i proces zmiany.
	Praca w obszarze przekonań, wartości, tożsamości i misji.
	Wybrane kompetencje coacha i mentora.
	Komunikacja w coachingu i mentoringu, pytania coachingowe.
	Celowość procesu, praca z celem.
	Praca oparta na zasobach.
	Model GROW – praktyka.
	Wybrane narzędzia coachingowe.
	Wykorzystanie narzędzi coachingu i mentoringu w pracy managera.
Etykieta w biznesie	Etykieta codzienna oraz biznesowa – rola savoir-vivre'u w życiu towarzyskim i zawodowym.
	Pierwszy kontakt i jego rola – siła pierwszego wrażenia w kontaktach zawodowych.
	Wygląd zewnętrzny – kształtowanie poczucia estetyki i dobrego smaku.
	Kultura słowa i gestu (mowa werbalna i mowa ciała) – sztuka prowadzenia konwersacji.
	Spotkanie biznesowe, seminarium, konferencja.
	Kontakty towarzyskie wspierające biznes – przyjęcia i uroczystości.
	Posiłek – zachowanie przy stole.
	Kwiaty, upominki i prezenty w kontaktach zawodowych.
	Korespondencja – kultura słowa w piśmie. Rozmowa telefoniczna.
	Savoir-vivre w sieci – netykieta.
	Podróże i wyjazdy służbowe, w tym wizyty/delegacje zagraniczne oraz elementy międzynarodowego savoir-vivre'u.
	Zachowanie na świecie - wybrane kraje.
	Kształtowanie relacji interpersonalnych
Analiza transakcyjna.	



	Zasady komunikacji.
	Kody językowe i preferencje komunikacyjne.
	Wystąpienia publiczne – zasady.
Mediacje i zarządzanie konfliktem w organizacji	Komunikacja w organizacji- zróżnicowanie typów komunikacji.
	Metody diagnozowania problemów komunikacyjnych w organizacjach.
	Komunikacja międzykulturowa i zarządzanie różnorodnością w organizacji.
	Komunikowanie w konfliktach organizacyjnych i sytuacjach kryzysowych.
	Zarządzanie informacją – budowanie komunikatów, udzielanie informacji, przetwarzanie informacji, ochrona danych oraz informacji w przedsiębiorstwie.
	Mediacje – rola mediatora, wykorzystanie mediacji w rozwiązywaniu konfliktów w organizacji.
Motywowanie i rozwój pracowników	Istota motywacji i motywowania oraz przegląd teorii motywowania.
	System motywowania i przesłanki jego kształtowania.
	Metody i techniki motywowania płacowego i pozapłacowego.
	Definicja kompetencji oraz sposób jej wykorzystania w procesie rozwoju.
	Badanie poziomu kompetencji.
	Style kierowania jako instrumenty motywowania; teoria zarządzania rozwojem pracowników wg P. Hersey'a i K. Blanchard'a.
Negocjacje i zarządzanie kontraktami	Istota i rola negocjacji.
	Prowadzenie negocjacji.
	Techniki i style negocjacyjne.
	Zespół oraz komunikacja w negocjacjach.
Psychologia marketingu i sprzedaży	Wprowadzenie.
	Typologia klientów.
	Techniki raportów: niewerbalne i werbalne.
	Motywacja podstawowa i rozpoznawanie potrzeb.
	Neuromarketing produktu i ceny – budowanie pozytywnego postrzegania cen.
	Reklama i jej oddziaływanie – fazy procesu decyzyjnego.
	Neuromarketing sensoryczny.
	Psychologia kolorów.
	Psychografia.
	Emocje w sprzedaży.
	Kreatywna sprzedaż i zamykanie sprzedaży.
	Copywriting w marketingu – strategia tworzenia treści.
	Język korzyści vs. język strat.
	Techniki perswazyjne.
Wideo, podcasty, filmy, internet.	
Real time marketing.	

	Influencer marketing.
	Sztuczna inteligencja w marketingu.
Psychologia zarządzania	Istota kierowania ludźmi.
	Kompetencje lidera.
	Style kierowania.
	Przywództwo ewolucyjne.
	Efektywna komunikacja.
	Rozmowa oceniająca.
	Kierowanie zespołem.
Public relations	Wizerunek i tożsamość.
	Zarządzanie procesem kreowania wizerunku firmy i organizacji i jego uwarunkowania.
	System identyfikacji wizualnej i pozawizualnej.
	Istota oraz miejsce public relations w systemie komunikacji z otoczeniem.
	Rozwój działań w obrębie public relations .
	Warsztat public relations.
	Wewnętrzne public relations.
	Relacje z mediami i innymi grupami opinii.
	Kształtowanie komunikatów dla mediów.
	Sponsoring.
	Istota i narzędzia lobbingu.
	Zarządzanie sytuacjami kryzysowymi.
Zarządzanie kulturą organizacyjną	Pojęcie kultury.
	Klasyfikacja kategorii kultury i mechanizmy wpływu kultury na życie społeczne.
	Poziomy i wymiary kultury.
	Wpływ kultury na działalność gospodarczą. Kultury narodowe a kultura przedsiębiorstwa.
	Klimat organizacyjny.
	Specyfika kultury organizacyjnej – istota, warstwy, funkcje i atrybuty kultury przedsiębiorstwa.
	Typologie kultur organizacyjnych.
	Diagnoza i zmiana kultury organizacyjnej.
	Zarządzanie kulturą organizacyjną.
	Kultura organizacyjna w zarządzaniu.
Zarządzanie relacjami z klientami	Strategia CRM.(Pojęcie, przesłanki powstania, warunki stosowania, marketing relacji a CRM.
	Lojalność klienta (Istota, rodzaje i poziomy lojalności, miernik lojalności, korzyści wynikające z posiadania lojalnych klientów, programy lojalnościowe).
	Satysfakcja Klienta i jej pomiar (Poziomy satysfakcji, metody pomiaru satysfakcji (tajemniczy klient, indeks satysfakcji klienta, metoda).
	Relacje w interpretacji koncepcji CRM (Definicja związku, cykl życia relacji z klientem, wartość związku, pomiar rentowności relacji z klientem).

	Zarządzanie kluczowymi klientami (Kryteria segmentacji klientów, identyfikacja kluczowych klientów, czynniki warunkujące atrakcyjność klientów, cele i korzyści wynikające z zarządzania kluczowymi klientami).
	Zastosowanie technologii informacyjnej w zarządzaniu relacjami z klientem (Systemy informatyczne w sferze obsługi klienta, funkcje i składowe systemu, korzyści wynikające z wdrożenia CRM).
Zarządzanie stresem i dobrostanem w miejscu pracy	Wykład: Wprowadzenie do psychologii stresu zawodowego.
	Wykład: Modele stresu w miejscu pracy.
	Wykład: Wpływ stresu na jednostkę i organizację – skutki krótkoterminowe i długoterminowe.
	Wykład: Dobrostan w pracy – definicje, wyzwania i strategie wspierania.
	Ćwiczenia: Analiza przypadków stresu w organizacjach – identyfikacja źródeł i skutków.
	Ćwiczenia: Projektowanie interwencji – jak budować środowisko sprzyjające dobrostanowi.
Zintegrowana komunikacja marketingowa	Definicje, kluczowe pojęcia, cele i znaczenie strategii zintegrowanej komunikacji marketingowej (IMC).
	Kanały komunikacji – analiza i wybór.
	Storytelling i copywriting jako elementy strategii komunikacyjnej.
	Projektowanie kampanii marketingowej.
	Analiza skuteczności działań komunikacyjnych.
SPECJALNOŚĆ ZARZĄDZANIE MAŁYM I ŚREDNIM PRZEDSIĘBIORSTWEM	
Decyzje w zarządzaniu	Kontekst i zakres merytoryczny Podejmowania decyzji menedżerskich.
	Współczesne pojmowanie decyzji i procesu decyzyjnego w zarządzaniu.
	Fazy i etapy procesu decyzyjnego w zarządzaniu.
	Etapy fazy przygotowania (preparacji) decyzji: rozpoznanie problemu, analiza problemu, rozpoznanie wariantów decyzyjnych, rozpoznanie kryteriów oceny wariantów decyzyjnych.
	Etapy fazy podjęcia decyzji: ocena wariantów decyzyjnych, oceny jedno- I wielokryterialne, podjęcie decyzji, modele pełnej i ograniczonej racjonalności decydenta.
	Etapy fazy wdrożenia decyzji: wskazanie wykonawcy, przekazanie decyzji do realizacji, nadzór nad realizacją oraz ocena rezultatów, sprzężenia zwrotne w procesie decyzyjnym.
	Decydowanie indywidualne i zespołowe.
	Decydowanie w warunkach pewności.
	Decydowanie w warunkach ryzyka.
	Decydowanie w warunkach niepewności.
	Miejsce podejmowania decyzji.
	Decyzje menedżerskie a funkcje zarządzania.
	Decyzje menedżerskie a role kierownicze.
	Centralizacja/decentralizacja uprawnień decyzyjnych.
Zarządzanie jako proces informacyjno-decyzyjny.	
E-biznes	Gospodarka oparta na wiedzy a rozwój e-biznesu.

	E-biznes w przedsiębiorstwie.
	Handel elektroniczny.
	Rynek elektroniczny.
	Sklep elektroniczny.
	Internetowa infrastruktura e-biznesu.
	Płatność, kredyt i fakturowanie.
	Zaufanie i bezpieczeństwo.
	Łańcuch dostaw.
	Wybrane aspekty prawne e-biznesu.
	E-biznes w praktyce.
Finanse i podatki MŚP	Zakres zarządzania finansami w przedsiębiorstwie.
	Rola i znaczenie kapitału własnego w finansowaniu działalności inwestycyjnej polskiego sektora MSP.
	Zewnętrzne źródła finansowania działalności operacyjnej i inwestycyjnej.
	Kredyt i leasing jako źródła finansowania polskiego MSP.
	Znaczenie podatków w decyzjach finansowych. Problemy ustalania wyniku przedsiębiorstwa i jego opodatkowania.
	Zakres opodatkowania działalności gospodarczej i przedsiębiorcy. Powstawanie i realizacja zobowiązań podatkowych.
Kształtowanie relacji interpersonalnych	Typologia osobowości.
	Analiza transakcyjna.
	Zasady komunikacji.
	Kody językowe i preferencje komunikacyjne.
	Wystąpienia publiczne – zasady.
Negocjacje i zarządzanie kontraktami	Istota i rola negocjacji.
	Prowadzenie negocjacji.
	Techniki i style negocjacyjne.
	Zespół oraz komunikacja w negocjacjach.
Otoczenie prawne biznesu	Zasady podejmowania i prowadzenia działalności gospodarczej w Polsce - wykład.
	Reglamentacja działalności gospodarczej w Polsce - wykład.
	Postępowanie w sprawie uzyskania pozwoleń, koncesji i wpisu na listy działalności regulowanej - ćwiczenia.
	Osoba fizyczna jako przedsiębiorca - wykład. Ewidencjonowanie przedsiębiorców w Centralnej Ewidencji Działalności Gospodarczej i w innych rejestrach (REGON, NIP) - ćwiczenia.
	Spółka cywilna i osobowe spółki handlowe - wykład. Zawieranie umów: spółki cywilnej oraz spółek osobowych handlowych - ćwiczenia.
	Spółki kapitałowe - wykład, Zawieranie umów spółek kapitałowych - ćwiczenia.
	Stosunek zobowiązaniowy - wykład.
	Sposoby zawierania umów w obrocie gospodarczym - wykład.
	Zabezpieczanie umów w obrocie gospodarczym (umowa przedwstępna, poręczenie, kaucja gwarancyjna - ćwiczenia.
	Odpowiedzialność solidarna - ćwiczenia.



	Skutki nieprawidłowego wykonania i niewykonania umów; sposoby rozwiązywania umów - ćwiczenia.
	Umowy w obrocie konsumenckim - ćwiczenia.
	Umowa sprzedaży (treść, prawa i obowiązki stron, wykonanie) - ćwiczenia.
	Najem (treść, prawa i obowiązki stron, wykonanie) - ćwiczenia.
	Dzierżawa (treść, prawa i obowiązki stron, wykonanie) - ćwiczenia.
	Leasing (treść, prawa i obowiązki stron, wykonanie) - ćwiczenia.
	Umowa agencji (treść, prawa i obowiązki stron, wykonanie) - ćwiczenia.
	Umowa zlecenie (treść, prawa i obowiązki stron, wykonanie) - ćwiczenia.
	Umowa o dzieło (treść, prawa i obowiązki stron, wykonanie) - ćwiczenia.
Warsztaty kwalifikacji menedżerskich	Kwalifikacje a kompetencje menedżera.
	Istota i znaczenie miękkich kompetencji w pracy zawodowej menedżera.
	Zasady rozwoju kompetencji menedżerskich.
	Istota, rodzaje i rola metod edukacyjnych w rozwoju kwalifikacji menedżerskich.
	Trening umiejętności społecznych.
	Coaching umiejętności interpersonalnych.
	Identyfikacja wybranych kwalifikacji osobowościowych w pracy menedżera.
	Asertywna konfrontacja z pracownikami. Pokonywanie lęku i formułowanie skarg.
	Zrozumienie innych osób. Podświadome nastawienia.
	Rozwijanie umiejętności pracy w zespole.
	Wywieranie wpływu na inne osoby. Sposoby pokonywania oporu.
	Wpływanie na decyzje innych poprzez generowanie pozytywnych stanów nastrojowych.
	Jak pomóc pracownikom przejść przez zmianę na poziomie psychologicznym, czyli proces transformacji.
	Wykorzystanie metod edukacyjnych w celu doskonalenia wybranej kompetencji.
	Techniki kreatywne: burza mózgów i mapy myśli. Podejmowanie decyzji po burzy mózgów.
	Doskonalenie umiejętności myślenia dywergencyjnego. Jak pobudzać siebie i innych do kreatywnych, nieschematycznych zachowań?
	Umiejętność koncentracji na priorytetach w zarządzaniu czasem.
	Jak uniknąć prokrastynacji w gospodarowaniu czasem?
	Opracowanie prostego testu diagnozującego poziom kwalifikacji menedżerskich.
	Zarządzanie biznesem
Wybór formy organizacyjno-prawnej przedsięwzięcia i konsekwencje podatkowe.	
Faza rozwoju przedsiębiorstwa a źródła finansowania.	
Modele i relacje biznesowe. Klient jako determinanta zmian strategicznych.	

	Produkt i cena jako elementy marketingu. Kształtowanie cen z uwzględnieniem reguł międzynarodowych.
	Narzędzia promocji firmy i produktu.
	Wiedza jako kluczowy zasób współczesnego przedsiębiorstwa.
Zarządzanie projektami	Charakterystyka przedsięwzięcia projektowego.
	Obligatoryjne zasady zarządzania projektem.
	Rozpoczęcie projektu.
	Cele w projekcie.
	Zasady projektu.
	Czas trwania projektu.
	Szacowanie kosztów projektu.
	Analiza ryzyka projektu.
	Zamykanie projektu.
Zarządzanie relacjami z klientami	Strategia CRM.(Pojęcie, przesłanki powstania, warunki stosowania, marketing relacji a CRM.
	Lojalność klienta (Istota, rodzaje i poziomy lojalności, miernik lojalności, korzyści wynikające z posiadania lojalnych klientów, programy lojalnościowe).
	Satysfakcja Klienta i jej pomiar (Poziomy satysfakcji, metody pomiaru satysfakcji (tajemniczy klient, indeks satysfakcji klienta, metoda).
	Relacje w interpretacji koncepcji CRM (Definicja związku, cykl życia relacji z klientem, wartość związku, pomiar rentowności relacji z klientem).
	Zarządzanie kluczowymi klientami (Kryteria segmentacji klientów, identyfikacja kluczowych klientów, czynniki warunkujące atrakcyjność klientów, cele i korzyści wynikające z zarządzania kluczowymi klientami).
Zastosowanie technologii informacyjnej w zarządzaniu relacjami z klientem (Systemy informatyczne w sferze obsługi klienta, funkcje i składowe systemu, korzyści wynikające z wdrożenia CRM).	
Zarządzanie zmianą w organizacji	Pojęcie i motywy zmian w organizacji.
	Modele wdrażania zmian w organizacjach.
	Przywództwo w procesie zmian.
	Zespoły kierujące zmianami.
	Wytyczanie kierunków zmian.
	Pozyskiwanie ludzi do zmian.
	Opór wobec zmian.
Kanwa zmian – kolokwium praktyczne.	
SPECJALNOŚĆ ZARZĄDZANIE ZASOBAMI LUDZKIMI	
Coaching i mentoring	Coaching i mentoring jako procesy rozwoju kompetencji.
	Proces coachingu i proces mentoringu, standardy i etyka.
	Zastosowanie coachingu i mentoringu w biznesie.
	Model GROW.
	Model Diltsa i proces zmiany.
	Praca w obszarze przekonań, wartości, tożsamości i misji.
	Podstawowe kompetencje coacha i mentora.



	<p>Komunikacja w coachingu i mentoringu, pytania coachingowe .</p> <p>Celowość procesu, praca z celem.</p> <p>Praca oparta na zasobach.</p> <p>Model GROW – praktyka.</p> <p>Wybrane narzędzia coachingowe.</p> <p>Wykorzystanie narzędzi coachingu i mentoringu w pracy managera.</p>
Kształtowanie relacji interpersonalnych	<p>Typologia osobowości.</p> <p>Analiza transakcyjna.</p> <p>Zasady komunikacji.</p> <p>Kody językowe i preferencje komunikacyjne.</p> <p>Wystąpienia publiczne – zasady.</p>
Mediacje i zarządzanie konfliktem w organizacji	<p>Komunikacja w organizacji- różnicowanie typów komunikacji.</p> <p>Metody diagnozowania problemów komunikacyjnych w organizacjach.</p> <p>Komunikacja międzykulturowa i zarządzanie różnorodnością w organizacji.</p> <p>Komunikowanie w konfliktach organizacyjnych i sytuacjach kryzysowych.</p> <p>Zarządzanie informacją – budowanie komunikatów, udzielanie informacji, przetwarzanie informacji, ochrona danych oraz informacji w przedsiębiorstwie.</p> <p>Mediacje – rola mediatora, wykorzystanie mediacji w rozwiązywaniu konfliktów w organizacji.</p>
Motywowanie i rozwój pracowników	<p>Istota motywacji i motywowania oraz przegląd teorii motywowania.</p> <p>System motywowania i przesłanki jego kształtowania.</p> <p>Metody i techniki motywowania płacowego i pozapłacowego.</p> <p>Definicja kompetencji oraz sposób jej wykorzystania w procesie rozwoju.</p> <p>Badanie poziomu kompetencji.</p> <p>Style kierowania jako instrumenty motywowania; teoria zarządzania rozwojem pracowników wg P. Hersey'a i K. Blanchard'a.</p> <p>Szkolenia – diagnoza potrzeb i wybór firmy szkoleniowej.</p>
Negocjacje i zarządzanie kontraktami	<p>Istota i rola negocjacji.</p> <p>Prowadzenie negocjacji.</p> <p>Techniki i style negocjacyjne.</p> <p>Zespół oraz komunikacja w negocjacjach.</p>
Ocena pracownicza	<p>Poziomy oceny w przedsiębiorstwie. Ocena pracy i jej elementy.</p> <p>Ocena pracowników- pojęcie, istota, geneza, prawo pracy a oceny pracownicze. Ocenianie pracowników jako element systemu zarządzania zasobami ludzkimi.</p> <p>Formy oceny pracowników w przedsiębiorstwie.</p> <p>System ocen pracowniczych i jego struktura. Cele oceny pracowników. Kryteria oceny pracowników. Metody i techniki oceny. Podmioty procesu oceniania. Ocena 360 stopni. Obszary i zasady wykorzystywania wyników oceniania pracowników.</p> <p>Procedura opracowywania oraz przeprowadzania ocen pracowniczych. Projektowanie, wdrażanie, wykorzystywanie, monitoring na poziomie operacyjnym i strategicznym.</p>



	<p>Rozmowa oceniająca jako podstawowy etap procesu oceny. Formuły rozmowy oceniającej. Zasady przekazywania pracownikowi informacji zwrotnej z oceny, udzielania konstruktywnej krytyki oraz chwaleń pracowników.</p> <p>Błędy w procesie oceny. Charakterystyka oraz sposoby ograniczania.</p> <p>Problem oporu pracowników wobec oceniania- przyczyny, przejawy, sposoby zwiększania akceptacji ocen przez pracowników.</p> <p>Ocena pracowników w praktyce polskich i zagranicznych przedsiębiorstw- analiza doświadczeń.</p>
Prawo pracy i regulacje związane z pracą zdalną	<p>Prawo pracy. Praca.</p> <p>Funkcje prawa pracy.</p> <p>Zasady prawa pracy.</p> <p>Pracodawca i pracownik.</p> <p>Stosunek pracy i jego cechy.</p> <p>Dane osobowe.</p> <p>Sposób i forma zawarcia umowy o pracę.</p> <p>Treść umowy o pracę.</p> <p>Nawiązanie stosunku pracy.</p> <p>Rodzaje umów o pracę.</p> <p>Ustanie stosunku pracy.</p> <p>Wynagrodzenie za pracę.</p> <p>Urlopy wypoczynkowe.</p> <p>Czas pracy.</p> <p>Uprawnienia związane z rodzicielstwem.</p> <p>Praca zdalna i hybrydowa – aspekty prawne.</p>
Psychologia zarządzania	<p>Istota kierowania ludźmi.</p> <p>Kompetencje lidera.</p> <p>Style kierowania.</p> <p>Przywództwo ewolucyjne.</p> <p>Efektywna komunikacja.</p> <p>Rozmowa oceniająca.</p> <p>Kierowanie zespołem.</p>
Systemy informatyczne w ZZL	<p>Znaczenie rozwoju technologii w zarządzaniu zasobami ludzkimi. Rola informacji w zarządzaniu kadrami. Zasady dostępu do informacji kadrowej.</p> <p>Trendy w ZZL (media społecznościowe, zarządzanie w chmurze).</p> <p>Wykorzystanie IT w ZZL.</p> <p>Narzędzie informatyczne wspomagające proces rekrutacji i selekcji.</p> <p>Systemy informatyczne kadrowo-płacowe: ich specyfika i najważniejsze funkcje.</p> <p>Narzędzia informatyczne wspomagające proces rozwoju i szkolenia pracowników.</p> <p>Narzędzia wspomagające proces motywowania pracowników.</p> <p>Systemy informatyczne wspomagające proces oceny pracowników.</p>

	Narzędzia IT wspomagające zarządzanie talentami.
	Narzędzia IT wspomagające obsługę spraw pracowniczych.
	Znaczenie integrowania systemów informatycznych w ZZL.
Warsztaty kwalifikacji menedżerskich	Kwalifikacje a kompetencje menedżera.
	Istota i znaczenie miękkich kompetencji w pracy zawodowej menedżera.
	Zasady rozwoju kompetencji menedżerskich.
	Istota, rodzaje i rola metod edukacyjnych w rozwoju kwalifikacji menedżerskich.
	Trening umiejętności społecznych.
	Coaching umiejętności interpersonalnych.
	Identyfikacja wybranych kwalifikacji osobowościowych w pracy menedżera.
	Asertywna konfrontacja z pracownikami. Pokonywanie lęku i formułowanie skarg.
	Zrozumienie innych osób. Podświadome nastawienia.
	Rozwijanie umiejętności pracy w zespole.
	Wywieranie wpływu na inne osoby. Sposoby pokonywania oporu.
	Wpływanie na decyzje innych poprzez generowanie pozytywnych stanów nastrojowych.
	Jak pomóc pracownikom przejść przez zmianę na poziomie psychologicznym, czyli proces transformacji.
	Wykorzystanie metod edukacyjnych w celu doskonalenia wybranej kompetencji.
	Techniki kreatywne: burza mózgów i mapy myśli. Podejmowanie decyzji po burzy mózgów.
	Doskonalenie umiejętności myślenia dywergencyjnego. Jak pobudzać siebie i innych do kreatywnych, nieschematycznych zachowań?
	Umiejętność koncentracji na priorytetach w zarządzaniu czasem.
	Jak uniknąć prokrastynacji w gospodarowaniu czasem?
	Opracowanie prostego testu diagnozującego poziom kwalifikacji menedżerskich.
	Zarządzanie kulturą organizacyjną
Klasyfikacja kategorii kultury i mechanizmy wpływu kultury na życie społeczne.	
Poziomy i wymiary kultury.	
Wpływ kultury na działalność gospodarczą. Kultury narodowe a kultura przedsiębiorstwa.	
Klimat organizacyjny.	
Specyfika kultury organizacyjnej – istota, warstwy, funkcje i atrybuty kultury przedsiębiorstwa.	
Typologie kultur organizacyjnych.	
Diagnoza i zmiana kultury organizacyjnej.	
Zarządzanie kulturą organizacyjną.	
Kultura organizacyjna w zarządzaniu.	
Zarządzanie międzygeneracyjne	Istota różnic międzypokoleniowych: BB, X, Y, Z.
	Czynniki organizacyjne w tym warunki pracy oraz czynniki psychospołeczne.

	Przywództwo i kultura organizacyjna a zarządzanie międzypokoleniowe.
	Motywacja do pracy i efektywność.
	Millenialsi na rynku pracy.
	Efektywne sposoby zarządzania zespołami zróżnicowanymi – konflikty w zespołach.
	Rekrutacja a pokolenia.
Zarządzanie zmianą w organizacji	Pojęcie i motywy zmian w organizacji.
	Modele wdrażania zmian w organizacjach.
	Przywództwo w procesie zmian.
	Zespoły kierujące zmianami.
	Wytyczanie kierunków zmian.
	Pozyskiwanie ludzi do zmian.
	Opór wobec zmian.
	Kanwa zmian – kolokwium praktyczne.
SPECJALNOŚĆ INTERNATIONAL BUSINESS	
BUSINESS ETHICS	Introduction to ethics and business ethics – concepts, theories, value systems
	Corporate social responsibility (CSR) and sustainable development
	Stakeholders and conflicts of interest
	Ethical dilemmas in management – case studies
	Organizational culture and leadership in shaping ethical behavior
	Codes of ethics, standards, and compliance systems
	Ethics in functional areas (HR, marketing, finance)
	Communication and resolution of ethical conflicts
	Individual and organizational responsibility
COACHING	Introduction to coaching – definitions, types, and applications
	Coaching vs mentoring, training, and consulting
	Coaching models (e.g., GROW) and process stages
	Role of the coach and coachee
	Communication skills in coaching (active listening, questioning)
	Feedback and goal-setting techniques
	Coaching in organizations – employee development and leadership
	Ethical aspects of coaching
CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT	Introduction to CRM – concepts and evolution
	Customer value and customer lifecycle
	Customer segmentation and profiling
	Customer data and analytics in CRM
	CRM systems and digital tools
	Customer communication and experience management
	Building long-term customer relationships
	Ethical and legal aspects of customer data management



E-MARKETING	Introduction to e-marketing – concepts and environment
	Digital marketing channels (SEO, SEM, social media, email marketing)
	Customer journey and online consumer behavior
	Content marketing and digital communication
	Web analytics and performance measurement (KPIs, conversion)
	Marketing automation and digital tools
	Building brand and relationships online
	Ethical and legal aspects of e-marketing (data protection, privacy)
GLOBAL ECONOMY	Introduction to the global economy – concepts and evolution
	Global economic actors (states, corporations, institutions)
	International trade and financial flows
	Globalization processes and their consequences
	Regional integration (e.g., EU, trade agreements)
	Global economic crises and risks
	Sustainable development and global challenges
	Impact of the global economy on organizations
INTERCULTURAL COMPETENCES IN BUSINESS	Introduction to culture and intercultural communication
	Cultural dimensions
	Cultural differences in business communication
	Intercultural competence in organizations
	Managing multicultural teams
	Intercultural conflicts and negotiation
	Stereotypes, biases, and cultural awareness
	Ethics and responsibility in intercultural business
INTERNATIONAL FINANCE	Introduction to international finance – scope and key concepts
	International financial markets and institutions
	Exchange rate systems and determinants
	Foreign exchange risk and hedging methods
	International capital flows and investments
	Balance of payments and global imbalances
	Financial crises in the global economy
	Financial decision-making in international business
MANAGING DIGITAL BUSINESS	The knowledge-based economy and the development of e-business
	E-business in the enterprise
	Electronic commerce
	Electronic market
	Electronic store
	Internet infrastructure of e-business
	Payment, credit, and invoicing



	Trust and security
	Supply chain
	Selected legal aspects of e-business
	E-business in practice
MODERN INFORMATION MANAGEMENT	Introduction to information management – concepts and evolution
	Information systems in organizations (ERP, CRM, BI)
	Data collection, storage, and processing
	Data analysis and decision support systems
	Big Data and digital transformation
	Information quality and security
	Ethical and legal aspects of information management
	Role of information in strategic and operational decisions
NEGOTIATION STRATEGIES	The essence and role of negotiations.
	Conducting negotiations.
	Negotiation techniques and styles.
	Teamwork and communication in negotiations.
PROJECT MANAGEMENT	Characteristics of a project undertaking.
	Mandatory principles of project management.
	Project initiation.
	Project objectives.
	Project principles.
	Project duration.
	Project cost estimation.
	Project risk analysis.
Project closure.	
PUBLIC RELATIONS	Image and identity.
	Management of the company and organization image-building process and its determinants.
	Visual and non-visual identity system.
	The essence and role of public relations in the system of communication with the environment.
	Development of public relations activities.
	Public relations workshop.
	Internal public relations.
	Relations with the media and other opinion groups.
	Shaping messages for the media.
	Sponsorship.
	The essence and tools of lobbying.
	Crisis management.
	Introduction to supply chain management – concepts and evolution



SUPPLY CHAIN MANAGEMENT	Structure and participants of supply chains
	Supply chain processes (procurement, production, distribution)
	Coordination and integration in supply chains
	Demand forecasting and inventory management
	Performance measurement in supply chains
	Risk and disruptions in supply chains
	Digitalization and sustainability in supply chains

3. Przepisanie kierunkowych efektów uczenia się do zajęć lub grupy zajęć niezależnie od formy ich prowadzenia



4. Harmonogram realizacji.

Studia stacjonarne

Lp.	Zajęcia/grupa zajęć (kategorie ogólne, kierunkowe, inżynierskie, specjalnościowe)	Semestr	ECTS	Godz. łącznie
1.	<i>BHP</i>	1	0	16
2.	<i>Język obcy</i>	2,3,4	12	240
3.	<i>Praca zespołowa z wykorzystaniem narzędzi IT</i>	1	1	8
4.	<i>Technologia informacyjna</i>	1	2	24
5.	<i>Metody efektywnej nauki</i>	1	2	18
6.	<i>Podstawy komunikacji społecznej</i>	1	3	32
7.	<i>Podstawy ekonomii</i>	1	4	34
8.	<i>Podstawy prawa cywilnego i gospodarczego</i>	1	3	24
9.	<i>Socjologia</i>	2	2	26
10.	<i>Metody ilościowe w zarządzaniu</i>	2	4	34
11.	<i>Standardy prac projektowych</i>	4	1	4
12.	<i>Etyka</i>	3	2	18



Program studiów Uniwersytet WSB Merito we Wrocławiu filia w Opolu

13.	<i>Różnice kulturowe</i>	3	3	20
14.	<i>WF</i>	3	0	60
15.	<i>Self-presentation and public speaking/ Selbstpraesentation und oeffentlicher Auftritt</i>	6	2	8
16.	<i>Podstawy zrównoważonego rozwoju</i>	2	1	8
17.	<i>Instrumentarium zarządzania</i>	1	4	40
18.	<i>Rachunkowość i dokumentacja finansowa</i>	2	4	40
19.	<i>Techniki radzenia sobie ze stresem I</i>	1	1	15
20.	<i>Instrumentarium marketingu</i>	2	3	36
21.	<i>Zachowania organizacyjne</i>	2	5	46
22.	<i>Podstawy zarządzania jakością</i>	2	5	46
23.	<i>Wyzwania i oczekiwania rynku pracy</i>	2	4	36
24.	<i>Analiza ekonomiczno-finansowa</i>	3	4	42
25.	<i>Badania i analizy rynku</i>	3	5	44
26.	<i>Zarządzanie małą firmą</i>	3	5	46
27.	<i>Analiza i interpretacja danych statystycznych</i>	3	5	46
28.	<i>Gra biznesowa</i>	3	2	15
29.	<i>Symulacja biznesowa</i>	5	2	20
30.	<i>Savoir vivre/ Negocjacje i protokół dyplomatyczny</i>	3	2	30



Program studiów Uniwersytet WSB Merito we Wrocławiu filia w Opolu

31.	<i>Kreatywność/ Consumer Behaviour</i>	4	2	30
32.	<i>Personal branding/ Psychologia pozytywna</i>	6	1	15
33.	<i>Praktyka zawodowa</i>	5,6	40	960
34.	<i>Projekt kierunkowy</i>	5,6	6	74
<i>Specjalność Psychologia i komunikacja w biznesie</i>				
35.	<i>Motywowanie i rozwój pracowników</i>	4	3	30
36.	<i>Mediacje i zarządzanie konfliktem w organizacji</i>	4	3	30
37.	<i>Zarządzanie stresem i dobrostanem w miejscu pracy</i>	4	2	22
38.	<i>Kształtowanie relacji interpersonalnych</i>	4	3	30
39.	<i>Negocjacje i zarządzanie kontraktami</i>	4	3	30
40.	<i>Psychologia zarządzania</i>	4	4	34
41.	<i>Zarządzanie kulturą organizacyjną</i>	4	2	18
42.	<i>Coaching i mentoring</i>	5	2	22
43.	<i>Psychologia marketingu i sprzedaży</i>	5	4	40
44.	<i>Zintegrowana komunikacja marketingowa</i>	5	2	20
45.	<i>Public relations</i>	5	3	34
46.	<i>Zarządzanie relacjami z klientami</i>	6	4	36
47.	<i>Etykieta w biznesie</i>	6	3	24



SUMA			180	2525
<i>Specjalność Zarządzanie zasobami ludzkimi</i>				
48.	<i>Motywowanie i rozwój pracowników</i>	4	3	30
49.	<i>Mediacje i zarządzanie konfliktem w organizacji</i>	4	3	30
50.	<i>Prawo pracy i regulacje związane z pracą zdalną</i>	4	4	34
51.	<i>Kształtowanie relacji interpersonalnych</i>	4	3	30
52.	<i>Negocjacje i zarządzanie kontraktami</i>	4	3	30
53.	<i>Psychologia zarządzania</i>	4	4	34
54.	<i>Zarządzanie kulturą organizacyjną</i>	4	2	18
55.	<i>Coaching i mentoring</i>	5	2	22
56.	<i>Ocena pracownicza</i>	5	3	30
57.	<i>Zarządzanie międzygeneracyjne</i>	5	3	28
58.	<i>Warsztaty kwalifikacji menedżerskich</i>	5	3	34
59.	<i>Systemy informatyczne w ZZL</i>	6	3	26
60.	<i>Zarządzanie zmianą w organizacji</i>	6	2	24
SUMA			180	2525
<i>Specjalność Zarządzanie małym i średnim przedsiębiorstwem</i>				
61.	<i>E-biznes</i>	4	4	32



62.	<i>Otoczenie prawne biznesu</i>	4	3	28
63.	<i>Finanse i podatki MŚP</i>	4	3	30
64.	<i>Decyzje w zarządzaniu</i>	4	2	22
65.	<i>Kształtowanie relacji interpersonalnych</i>	4	3	30
66.	<i>Negocjacje i zarządzanie kontraktami</i>	4	3	30
67.	<i>Strategie marketingowe i sprzedażowe</i>	4	3	26
68.	<i>Zarządzanie projektami</i>	5	3	36
69.	<i>Zarządzanie biznesem</i>	5	5	42
70.	<i>Warsztaty kwalifikacji menedżerskich</i>	5	3	34
71.	<i>Zarządzanie zmianą w organizacji</i>	6	2	24
72.	<i>Zarządzanie relacjami z klientami</i>	6	4	36
SUMA			180	2525
<i>Specjalność Marketing cyfrowy i grafika reklamowa</i>				
73.	<i>Psychologia projektowania reklamy</i>	4	4	40
74.	<i>Zintegrowana komunikacja marketingowa</i>	4	2	20
75.	<i>Kreatywność i design w biznesie</i>	4	3	34
76.	<i>Projektowanie graficzne 1</i>	4	5	46
77.	<i>Metody badania potrzeb</i>	4	4	36



78.	<i>Fotografia w reklamie</i>	4	1	22
79.	<i>Projektowanie graficzne 2</i>	5	3	28
80.	<i>System identyfikacji wizualnej</i>	5	3	26
81.	<i>Multimedia i video w reklamie</i>	5	3	34
82.	<i>Projektowanie stron www</i>	5	3	24
83.	<i>E-marketing & UX</i>	6	4	36
84.	<i>Laboratorium fotografii cyfrowej</i>	6	3	24
SUMA			180	2525
<i>Specjalność INTERNATIONAL BUSINESS</i>				
85.	<i>SUPPLY CHAIN MANAGEMENT</i>	5	3	32
86.	<i>PUBLIC RELATIONS</i>	5	4	34
87.	<i>GLOBAL ECONOMY</i>	5	4	34
88.	<i>MODERN INFORMATION MANAGEMENT</i>	4	4	36
89.	<i>COACHING</i>	4	2	26
90.	<i>BUSINESS ETHICS</i>	4	4	36
91.	<i>INTERCULTURAL COMPETENCES IN BUSINESS</i>	4	3	32



92.	<i>CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT</i>	4	3	30
93.	<i>E-MARKETING</i>	4	3	30
94.	<i>NEGOTIATION STRATEGIES</i>	5	2	20
95.	<i>PROJECT MANAGEMENT</i>	6	2	20
96.	<i>INTERNATIONAL FINANCE</i>	6	2	20
97.	<i>MANAGING DIGITAL BUSINESS</i>	6	2	20
SUMA			180	2525

Semestr	ECTS
1	20
2	31
3	32
4	27-30*
5	36-38*
6	31-33*

*w zależności od specjalności



Studia niestacjonarne

Lp.	Zajęcia/grupa zajęć (kategorie ogólne, kierunkowe, inżynierskie, specjalnościowe)	Semestr	ECTS	Godz. łącznie
1.	<i>BHP</i>	1	0	16
2.	<i>Język obcy</i>	3,4	12	180
3.	<i>Praca zespołowa z wykorzystaniem narzędzi IT</i>	1	1	8
4.	<i>Technologia informacyjna</i>	1	2	24
5.	<i>Metody efektywnej nauki</i>	1	2	18
6.	<i>Podstawy komunikacji społecznej</i>	1	3	32
7.	<i>Podstawy ekonomii</i>	1	4	34
8.	<i>Podstawy prawa cywilnego i gospodarczego</i>	1	3	24
9.	<i>Socjologia</i>	2	2	16
10.	<i>Metody ilościowe w zarządzaniu</i>	2	4	24
11.	<i>Standardy prac projektowych</i>	4	1	4
12.	<i>Etyka</i>	3	2	18
13.	<i>Różnice kulturowe</i>	3	3	20
14.	<i>Self-presentation and public speaking/ Selbstpraesentation und oeffentlicher Auftritt</i>	5	2	8
15.	<i>Podstawy zrównoważonego rozwoju</i>	2	1	8



Program studiów Uniwersytet WSB Merito we Wrocławiu filia w Opolu

16.	<i>Instrumentarium zarządzania</i>	1	4	32
17.	<i>Rachunkowość i dokumentacja finansowa</i>	2	4	32
18.	<i>Techniki radzenia sobie ze stresem I</i>	1	1	8
19.	<i>Instrumentarium marketingu</i>	2	3	36
20.	<i>Zachowania organizacyjne</i>	2	5	26
21.	<i>Podstawy zarządzania jakością</i>	2	5	26
22.	<i>Wyzwania i oczekiwania rynku pracy</i>	3	4	20
23.	<i>Analiza ekonomiczno-finansowa</i>	3	4	34
24.	<i>Badania i analizy rynku</i>	3	5	34
25.	<i>Zarządzanie małą firmą</i>	3	5	34
26.	<i>Analiza i interpretacja danych statystycznych</i>	3	5	28
27.	<i>Gra biznesowa</i>	3	2	15
28.	<i>Symulacja biznesowa</i>	5	2	20
29.	<i>Savoir vivre/ Negocjacje i protokół dyplomatyczny</i>	3	2	30
30.	<i>Kreatywność/ Consumer Behaviour</i>	4	2	30
31.	<i>Personal branding/ Psychologia pozytywna</i>	6	1	15
32.	<i>Praktyka zawodowa</i>	5,6	40	960
33.	<i>Projekt kierunkowy</i>	5,6	6	74



<i>Specjalność Psychologia i komunikacja w biznesie</i>				
34.	<i>Motywowanie i rozwój pracowników</i>	4	3	22
35.	<i>Mediacje i zarządzanie konfliktem w organizacji</i>	4	3	22
36.	<i>Zarządzanie stresem i dobrostanem w miejscu pracy</i>	4	2	22
37.	<i>Kształtowanie relacji interpersonalnych</i>	4	3	24
38.	<i>Negocjacje i zarządzanie kontraktami</i>	4	3	20
39.	<i>Psychologia zarządzania</i>	4	4	26
40.	<i>Zarządzanie kulturą organizacyjną</i>	4	2	12
41.	<i>Coaching i mentoring</i>	5	2	22
42.	<i>Psychologia marketingu i sprzedaży</i>	5	4	30
43.	<i>Zintegrowana komunikacja marketingowa</i>	5	2	20
44.	<i>Public relations</i>	5	3	22
45.	<i>Zarządzanie relacjami z klientami</i>	6	4	36
46.	<i>Etykieta w biznesie</i>	6	3	18
SUMA			180	2184
<i>Specjalność Zarządzanie zasobami ludzkimi</i>				
47.	<i>Motywowanie i rozwój pracowników</i>	4	3	22
48.	<i>Mediacje i zarządzanie konfliktem w organizacji</i>	4	3	22



Program studiów Uniwersytet WSB Merito we Wrocławiu filia w Opolu

49.	<i>Prawo pracy i regulacje związane z pracą zdalną</i>	4	4	30
50.	<i>Kształtowanie relacji interpersonalnych</i>	4	3	24
51.	<i>Negocjacje i zarządzanie kontraktami</i>	4	3	20
52.	<i>Psychologia zarządzania</i>	4	4	26
53.	<i>Zarządzanie kulturą organizacyjną</i>	5	2	12
54.	<i>Coaching i mentoring</i>	5	2	22
55.	<i>Ocena pracownicza</i>	5	3	30
56.	<i>Zarządzanie międzygeneracyjne</i>	5	3	22
57.	<i>Warsztaty kwalifikacji menedżerskich</i>	5	3	30
58.	<i>Systemy informatyczne w ZZL</i>	6	3	18
59.	<i>Zarządzanie zmianą w organizacji</i>	6	2	18
SUMA			180	2184
<i>Specjalność Zarządzanie małym i średnim przedsiębiorstwem</i>				
60.	<i>E-biznes</i>	4	4	30
61.	<i>Otoczenie prawne biznesu</i>	4	3	22
62.	<i>Finanse i podatki MŚP</i>	4	3	22
63.	<i>Decyzje w zarządzaniu</i>	4	2	20
64.	<i>Kształtowanie relacji interpersonalnych</i>	4	3	24



Program studiów Uniwersytet WSB Merito we Wrocławiu filia w Opolu

65.	<i>Negocjacje i zarządzanie kontraktami</i>	4	3	20
66.	<i>Strategie marketingowe i sprzedażowe</i>	4	3	18
67.	<i>Zarządzanie projektami</i>	5	3	24
68.	<i>Zarządzanie biznesem</i>	5	5	32
69.	<i>Warsztaty kwalifikacji menedżerskich</i>	5	3	30
70.	<i>Zarządzanie zmianą w organizacji</i>	6	2	18
71.	<i>Zarządzanie relacjami z klientami</i>	6	4	36
SUMA			180	2184
<i>Specjalność Marketing cyfrowy i grafika reklamowa</i>				
72.	<i>Psychologia projektowania reklamy</i>	4	4	32
73.	<i>Zintegrowana komunikacja marketingowa</i>	4	2	20
74.	<i>Kreatywność i design w biznesie</i>	4	3	14
75.	<i>Projektowanie graficzne 1</i>	4	5	36
76.	<i>Metody badania potrzeb</i>	4	4	22
77.	<i>Fotografia w reklamie</i>	4	1	12
78.	<i>Projektowanie graficzne 2</i>	5	3	24
79.	<i>System identyfikacji wizualnej</i>	5	3	22
80.	<i>Multimedia i video w reklamie</i>	5	3	24



81.	<i>Projektowanie stron www</i>	5	3	24
82.	<i>E-marketing & UX</i>	6	4	36
83.	<i>Laboratorium fotografii cyfrowej</i>	6	3	20
SUMA			180	2174
<i>Specjalność INTERNATIONAL BUSINESS</i>				
84.	<i>SUPPLY CHAIN MANAGEMENT</i>	5	3	20
85.	<i>PUBLIC RELATIONS</i>	5	4	24
86.	<i>GLOBAL ECONOMY</i>	5	4	24
87.	<i>MODERN INFORMATION MANAGEMENT</i>	4	4	26
88.	<i>COACHING</i>	4	2	20
89.	<i>BUSINESS ETHICS</i>	4	4	30
90.	<i>INTERCULTURAL COMPETENCES IN BUSINESS</i>	4	3	26
91.	<i>CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT</i>	4	3	24
92.	<i>E-MARKETING</i>	4	3	24
93.	<i>NEGOTIATION STRATEGIES</i>	5	2	18



94.	<i>PROJECT MANAGEMENT</i>	6	2	20
95.	<i>INTERNATIONAL FINANCE</i>	6	2	20
96.	<i>MANAGING DIGITAL BUSINESS</i>	6	2	20
SUMA			180	2184

Semestr	ECTS
1	20
2	24
3	37
4	29-31*
5	38-40*
6	29-31*

*w zależności od specjalności

Program studiów pierwszego stopnia - 2026/27
Uniwersytet WSB Merito we Wrocławiu, Wydział Ekonomiczny w Opolu
 kierunek: ZARZĄDZANIE
 specjalność: ZARZĄDZANIE MAŁYM I ŚREDNIM PRZEDSIĘBIORSTWEM
 tryb: stacjonarny
 NABÓR: letni

ZAJĘCIA	SUMA	suma godzin					PRZYDZIAŁ SEMESTR	przebieg wykładu	ECTS Humanistyczne	ECTS	ROK 1						ROK 2						ROK 3																										
		w	k/cw	lab	T	e					2						3						4						5						6														
											W	K	lab	T	e	punkty ECTS	forma zaliczenia	W	K	lab	T	e	punkty ECTS	forma zaliczenia	W	K	lab	T	e	punkty ECTS	forma zaliczenia	W	K	lab	T	e	punkty ECTS	forma zaliczenia											
RAZEM WSPÓLNE I KIERUNKOWE	1046	270	640	20	60	56			5,0	91,0	114	230	0	0	8	31	82	199	0	60	30	30	4	80	0	0	0	0	6	0	20	0	0	0	2	8	0	0	0	0	2								
ZAJĘCIA WYBIERALNE																																																	
Savoir vivre/ Negocjacje i protokół dyplomatyczny	30	0	0	0	0	30	e	3	T	2																																							
Kreatywność/ Consumer Behaviour	30	0	0	0	0	30	e	4	T	2																	30	2	Eg																				
Personal branding/ Psychologia pozytywna	15	15	0	0	0	0	W	6	T	1																											15		1	Eg									
Praktyka zawodowa 1	480	0	0	0	480	0	T	5	N	20																																							
Praktyka zawodowa 2	480	0	0	0	480	0	T	6	T	20																																							
Projekt kierunkowy 1	37	0	12	0	25	0	K	5	T	3																																							
Projekt kierunkowy 2	37	0	12	0	25	0	K	6	T	3																																							
RAZEM WYBIERALNE	1109	15	24	0	1010	60				0,0	51,0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	30	2		0	0	0	0	0	30	2	0	12	0	505	0	23	15	12	0	505	0	24	
ZAJĘCIA SPECJALNOŚCIOWE																																																	
E-biznes	32	20	0	12	0	0	lab	4	T	4																																							
Otoczenie prawne biznesu	28	12	16	0	0	0	K	4	T	3																																							
Finanse i podatki MŚP	30	8	22	0	0	0	K	4	T	3																																							
Decyzje w zarządzaniu	22	10	12	0	0	0	K	4	T	2																																							
Kształtowanie relacji interpersonalnych	30	14	16	0	0	0	K	4	T	3																																							
Negocjacje i zarządzanie kontraktami	30	0	30	0	0	0	K	4	T	3																																							
Strategie marketingowe i sprzedażowe	26	12	14	0	0	0	K	4	T	3																																							
Zarządzanie projektami	36	14	0	22	0	0	lab	5	T	3																																							
Zarządzanie biznesem	42	14	28	0	0	0	K	5	T	5																																							
Warsztaty kwalifikacji menedżerskich	34	0	34	0	0	0	K	5	T	3																																							
Zarządzanie zmianą w organizacji	24	0	24	0	0	0	K	6	T	2																																							
Zarządzanie relacjami z klientami	36	14	22	0	0	0	K	6	T	4																																							
RAZEM SPECJALIZACYJNE	370	118	218	34	0	0				0,0	38,0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	6	
RAZEM WSZYSTKO	2525	403	882	54	1070	116				5,0	180,0	114	230	0	0	8	31	82	199	0	60	60	32	80	190	12	0	30	29	28	94	22	505	0	36	37	58	0	505	0	32								
LICZBA GODZIN BEZ E-LEARNINGU I PRAKTYK	1339	1339		1339						0	344						281						282						144						95														
LICZBA ZJAZDÓW								16						16						16						10																							
LICZBA GODZIN NA ZJAZD								21,5						17,6						17,6						9,0						9,5																	
Rok akademicki realizacji zajęć								2026/27						2027/28						2027/28						2028/29						SUMA WSZYSTKICH ECTSów						180											
																																2028/29																	

Program studiów pierwszego stopnia - 2026/27
Uniwersytet WSB Merito we Wrocławiu, Wydział Ekonomiczny w Opolu
 kierunek: ZARZĄDZANIE
 specjalność: **MARKETING CYFROWY I GRAFIKA REKLAMOWA**
 tryb: stacjonarny
 NABÓR: zimowy

ZAJĘCIA	SUMA	suma godzin					PRZYDZIAŁ SEMESTR	przebieg wykładu	ECTS Harmogram przebieg	ECTS	ROK 1										ROK 2										ROK 3										
		w	k/cw	lab	T	e					2					3					4					5					6										
											W	K	lab	T	e	punkty ECTS	forma zaliczenia	W	K	lab	T	e	punkty ECTS	forma zaliczenia	W	K	lab	T	e	punkty ECTS	forma zaliczenia	W	K	lab	T	e	punkty ECTS	forma zaliczenia			
RAZEM WSPÓLNE I KIERUNKOWE	1046	270	640	20	60	56			5,0	91,0	114	230	0	0	8	31	82	199	0	60	30	30	4	80	0	0	0	6	0	20	0	0	0	2	8	0	0	0	0	2	
ZAJĘCIA WYBIERALNE																																									
Savoir vivre/ Negocjacje i protokół dyplomatyczny	30	0	0	0	0	30	e	3	T	2										30	2	Eg																			
Kreatywność/ Consumer Behaviour	30	0	0	0	0	30	e	4	T	2															30	2	Eg														
Personal branding/ Psychologia pozytywna	15	15	0	0	0	0	W	6	T	1																				15							1	Eg			
Praktyka zawodowa 1	480	0	0	0	480	0	T	5	T	20																			480	20	zal										
Praktyka zawodowa 2	480	0	0	0	480	0	T	6	T	20																						480					20	zal			
Projekt kierunkowy 1	37	0	12	0	25	0	K	5	T	3																		12	25	3	zal										
Projekt kierunkowy 2	37	0	12	0	25	0	K	6	T	3																				12	25				3	Eg					
RAZEM WYBIERALNE	1109	15	24	0	1010	60				0,0	51,0	0	0	0	0	0	0	0	0	30	2		0	0	0	0	30	2	0	12	0	505	0	23	15	12	0	505	0	24	
ZAJĘCIA SPECJALNOŚCIOWE																																									
Psychologia projektowania reklamy	40	14	26	0	0	0	K	4	T	4													14	26			4	Eg													
Zintegrowana komunikacja marketingowa	20	0	20	0	0	0	K	4	T	2													20				2	Eg													
Kreatywność i design w biznesie	34	0	34	0	0	0	K	4	T	3													34				3	Eg													
Projektowanie graficzne 1	46	0	0	46	0	0	lab	4	T	5														46			5	Eg													
Metody badania potrzeb	36	16	20	0	0	0	K	4	T	4													16	20			4	Eg													
Fotografia w reklamie	22	0	22	0	0	0	K	4	T	1													22				1	Eg													
Projektowanie graficzne 2	28	0	0	28	0	0	lab	5	T	3																			28	3	Eg										
System identyfikacji wizualnej	26	0	0	26	0	0	lab	5	T	3																			26	3	Eg										
Multimedia i video w reklamie	34	0	0	34	0	0	lab	5	T	3																			34	3	Eg										
Projektowanie stron www	24	0	0	24	0	0	lab	5	T	3																			24	3	Eg										
E-marketing & UX	36	14	0	22	0	0	lab	6	T	4																					14	22				4	Eg				
Laboratorium fotografii cyfrowej	24	0	0	24	0	0	lab	6	T	3																					24					3	Eg				
RAZEM SPECJALIZACYJNE	370	44	122	204	0	0				0,0	38,0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	30	122	46	0	0	19	0	0	112	0	0	12	14	0	46	0	0	7	
RAZEM WSZYSTKO	2525	329	786	224	1070	116				5,0	180,0	114	230	0	0	8	31	82	199	0	60	60	32	34	202	46	0	30	27	0	32	112	505	0	37	37	12	46	505	0	33
LICZBA GODZIN BEZ E-LEARNINGU I PRAKTYK	1339	1339		1339					0	344					281					282					144					95											
LICZBA ZJAZDÓW											16					16					16					10															
LICZBA GODZIN NA ZJAZD											21,5					17,6					17,6					9,0					9,5										
Rok akademicki realizacji zajęć											2026/27					2027/28					2027/28					2028/29					SUMA WSZYSTKICH ECTSów					180					
																															2028/29										

Program studiów pierwszego stopnia - 2026/27
Uniwersytet WSB Merito we Wrocławiu, Wydział Ekonomiczny w Opolu
 kierunek: ZARZĄDZANIE
 tryb: niestacjonarny
 NABÓR: letni

ZAJĘCIA	SUMA	suma godzin					PRZEDZIAŁ		ECTS Humanistyczne	ECTS	ROK 1															ROK 2															ROK 3														
		w	k/cw	lab	T	e	PROTOKOŁ	SEMESTR			1					2					3					4					5					6																			
											w	k/cw	lab	T	e	punkty ECTS	forma zaliczenia	w	k/cw	lab	T	e	punkty ECTS	forma zaliczenia	w	k/cw	lab	T	e	punkty ECTS	forma zaliczenia	w	k/cw	lab	T	e	punkty ECTS	forma zaliczenia	w	k/cw	lab	T	e	punkty ECTS	forma zaliczenia										
ZAJĘCIA Z ZAKRESU KSZTAŁCENIA OGÓLNEGO																																																							
BHP	16	0	0	0	0	16	e	1	N	0						16	0	zal																																					
Język obcy 1	90	0	10	0	0	80	K	3	T	5																																													
Język obcy 2	90	0	10	0	0	80	K	4	T	7																																													
Praca zespołowa z wykorzystaniem narzędzi IT	8	2	4	0	0	2	K	1	N	1	2	4				2	1	zal																																					
Technologia informacyjna	24	4	0	2	0	18	lab	1	N	2	4		2			18	2	Eg																																					
Metody efektywnej nauki	18	0	12	0	0	6	K	1	N	2		12				6	2	Eg																																					
Podstawy komunikacji społecznej	32	10	12	0	0	10	K	1	N	3	10	12				10	3	Eg																																					
Podstawy ekonomii	34	12	12	0	0	10	K	1	N	4	12	12				10	4	Eg																																					
Podstawy prawa cywilnego i gospodarczego	24	8	10	0	0	6	K	1	N	3	8	10				6	3	Eg																																					
Socjologia	16	16	0	0	0	0	W	2	N	2																																													
Metody ilościowe w zarządzaniu	24	0	24	0	0	0	K	2	N	4					24			Eg																																					
Standardy prac projektowych	4	4	0	0	0	0	W	4	N	1																																													
Etyka	18	8	0	0	0	10	W	3	N	2	2																																												
Różnice kulturowe	20	0	0	0	0	20	e	3	N	3	3																																												
Self-presentation and public speaking/ Selbstpraesentation und oeffentlicher Auftritt	8	8	0	0	0	0	W	5	T	2																																													
Podstawy zrównoważonego rozwoju	8	0	0	0	0	8	e	2	N	1																																													
RAZEM	434	72	94	2	0	266				5,0	42,0	36	50	2	0	68	15		16	24	0	0	8	7		8	10	0	0	110	10		4	10	0	0	80	8		8	0	0	0	0	2		0	0	0	0	0	0	0		
ZAJĘCIA Z ZAKRESU KSZTAŁCENIA PODSTAWOWEGO I KIERUNKOWEGO																																																							
Instrumentarium zarządzania	32	10	14	0	0	8	K	1	N	4	10	14				8	4	Eg																																					
Rachunkowość i dokumentacja finansowa	32	10	14	0	0	8	K	2	N	4																																													
Techniki radzenia sobie ze stresem I	8	0	8	0	0	0	K	1	N	1		8																																											
Instrumentarium marketingu	36	12	16	0	0	8	K	2	N	3																																													
Zachowania organizacyjne	26	10	16	0	0	0	K	2	N	5																																													
Podstawy zarządzania jakością	26	10	16	0	0	0	K	2	N	5																																													
Wyzwania i oczekiwania rynku pracy	20	8	12	0	0	0	K	3	N	4																																													
Analiza ekonomiczno-finansowa	34	10	16	0	0	8	K	3	N	4																																													
Badania i analizy rynku	34	10	16	0	0	8	K	3	N	5																																													
Zarządzanie małą firmą	34	12	12	0	0	10	K	3	N	5																																													
Analiza i interpretacja danych statystycznych	28	10	18	0	0	0	K	3	N	5																																													
Gra biznesowa	15	0	15	0	0	0	K	3	N	2																																													
Symulacja biznesowa	20	0	20	0	0	0	K	5	N	2																																													
RAZEM	345	102	193	0	0	50				0,0	49,0	10	22	0	0	8	5		42	62	0	0	16	17		50	89	0	0	26	25		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2		0	0	0	0	0	0	0				
RAZEM CAŁOŚĆ	779	174	287	2	0	316				5,0	91,0	46	72	2	0	76	20		58	86	0	0	24	24		58	99	0	0	136	35		4	10	0	0	80	8		8	20	0	0	0	0	4		0	0	0	0	0	0		
LICZBA GODZIN BEZ E-LEARNINGU			463																																																				
LICZBA ZJAZDÓW																																																							
LICZBA GODZIN NA ZJAZD																																																							
Rok akademicki realizacji zajęć																																																							

Program studiów pierwszego stopnia - 2026/27
Uniwersytet WSB Merito we Wrocławiu, Wydział Ekonomiczny w Opolu
 kierunek: ZARZĄDZANIE
 specjalność: PSYCHOLOGIA I KOMUNIKACJA W BIZNESIE
 tryb: niestacjonarny
 NABÓR: letni

ZAJĘCIA	SUMA	suma godzin					PRZEDZIAŁ		ECTS Hum anist yczn e	ROK 1															ROK 2															ROK 3														
		w	k/tw	lab	T	e	PRZEDZIAŁ	SEMESTR		2					3					4					5					6																								
										W	K	lab	T	e	punkty ECTS	horas zaliczen ia	W	K	lab	T	e	punkty ECTS	horas zaliczen ia	W	K	lab	T	e	punkty ECTS	horas zaliczen ia	W	K	lab	T	e	punkty ECTS	horas zaliczen ia																	
RAZEM WSPÓLNE I KIERUNKOWE	779	174	287	2	0	316			5,0	91,0	58	86	0	0	24	24	58	99	0	0	136	35	4	10	0	0	80	8	8	20	0	0	0	4	0	0	0	0	0															
ZAJĘCIA WYBIERALNE																																																						
Savoir-vivre/ Negocjacje i protokół dyplomatyczny	30	0	0	0	0	30	e	3	T	2																																												
Kreatyvitteat/ Consumer Behaviour	30	0	0	0	0	30	e	4	T	2																																												
Personal branding/ Psychologia pozytywna	15	15	0	0	0	0	W	6	T	1																												15		1	Eg													
Praktyka zawodowa 1	480	0	0	0	480	0	T	5	T	20																																												
Praktyka zawodowa 2	480	0	0	0	480	0	T	6	T	20																																												
Projekt kierunkowy 1	37	0	12	0	25	0	K	5	T	3																																												
Projekt kierunkowy 2	37	0	12	0	25	0	K	6	T	3																																												
RAZEM WYBIERALNE	1109	15	24	0	1010	60				0,0	51,0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	30	2	0	0	0	0	0	0	30	2	0	12	0	505	0	23	15	12	0	505	0	24						
ZAJĘCIA SPECJALNOŚCIOWE																																																						
Motywowanie i rozwój pracowników	22	0	22	0	0	0	K	4	T	3																																												
Mediacje i zarządzanie konfliktem w organizacji	22	0	22	0	0	0	K	4	T	3																																												
Zarządzanie stresem i dobrostanem w miejscu pracy	22	8	14	0	0	0	K	4	T	2																																												
Kształtowanie relacji interpersonalnych	24	10	14	0	0	0	K	4	T	3																																												
Negocjacje i zarządzanie kontraktami	20	0	20	0	0	0	K	4	T	3																																												
Psychologia zarządzania	26	0	16	0	0	10	K	4	T	4																																												
Zarządzanie kulturą organizacyjną	12	0	12	0	0	0	K	4	T	2																																												
Coaching i mentoring	22	0	22	0	0	0	K	5	T	2																																												
Psychologia marketingu i sprzedaży	30	14	16	0	0	0	K	5	T	4																																												
Zintegrowana komunikacja marketingowa	20	0	14	0	0	6	K	5	T	2																																												
Public relations	22	10	12	0	0	0	K	5	T	3																																												
Zarządzanie relacjami z klientami	36	12	14	0	0	10	K	6	T	4																																												
Etykieta w biznesie	18	0	10	0	0	8	K	6	T	3																																												
RAZEM SPECJALIZACYJNE	296	54	208	0	0	34				0,0	38,0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	18	120	0	0	10	20	24	64	0	0	6	11	12	24	0	0	18	7										
RAZEM WSZYSTKO	2184	243	519	2	1010	410			5,0	180,0	58	86	0	0	24	24	58	99	0	0	166	37	22	130	0	0	120	30	32	96	0	505	6	38	27	36	0	505	18	31														
LICZBA GODZIN BEZ E-LEARNINGU I PRAKTYK	764	764								0	144					157					152					128					63																							
LICZBA ZJAZDÓW											9					9					9					9					6																							
LICZBA GODZIN NA ZJAZD											16,0					17,4					16,9					14,2					10,5																							
Rok akademicki realizacji zajęć											2026/27					2027/28					2027/28					2028/29					SUMA WSZYSTKICH ECTSów					180																		

