

Załącznik do Uchwały nr 33/2026 Senatu Uniwersytetu WSB Merito we Wrocławiu z dnia 24 marca 2026 roku w sprawie ustalenia programów studiów dla kierunku Zarządzanie studia II 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 II stopnia**

**Obowiązujący od roku akademickiego: 2026/2027**

**Uniwersytet WSB Merito we Wrocławiu**

**Wydział: Ekonomiczny w Opolu**

Studia niestacjonarne

Profil praktyczny



Program studiów Uniwersytet WSB Merito we Wrocławiu filia w Opolu

## Część A.

### OGÓLNA CHARAKTERYSTYKA STUDIÓW

Nazwa kierunku studiów	Zarządzanie	
<b>Poziom studiów</b> (studia pierwszego stopnia / studia drugiego stopnia / jednolite studia magisterskie)	<b>Studia drugiego stopnia</b>	
<b>Profil studiów</b> (praktyczny/ogólnoakademicki)	praktyczny	
<b>Forma studiów</b> (stacjonarne/niestacjonarne)	niestacjonarne	
<b>Czas trwania studiów</b> (w semestrach)	<b>4</b>	
<b>Łączna liczba punktów ECTS dla danej formy studiów</b>	<b>120</b>	
<b>Łączna liczba godzin określona w programie studiów organizowana przez uczelnię</b>	<b>Studia stacjonarne</b> -	<b>Studia niestacjonarne</b> 1274h
<b>Tytuł zawodowy nadawany absolwentom</b>	magister	
<b>Wymiar praktyk zawodowych</b> (liczba godzin/ECTS)	<b>480/20</b>	
<b>Język prowadzenia studiów</b>	polski	
<b>Rok rozpoczęcia kształcenia</b>	<b>2026/2027</b>	
<b>Wychowanie fizyczne</b> (w przypadku studiów w formie stacjonarnej – min. 60h)	Liczba godzin -	

## 1. Proponowane specjalności

*Specjalności proponowane na II stopniu kierunku Zarządzanie:*

- Digital Marketing
- Psychologia i zarządzanie kapitałem ludzkim
- Biznes i nowe technologie
- INTERNATIONAL MANAGEMENT

## 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	120 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 480 godz., tj. 3 miesięcy (20 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 IV 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 -
	STUDIA NIESTACJONARNE 43-44 ECTS/ 36-37%
Łączna liczba punktów ECTS przyporządkowana zajęciom kształtującym umiejętności praktyczne	STUDIA STACJONARNE -
	STUDIA NIESTACJONARNE 65-93 ECTS/ 54-77% *
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 ECTS/ 4%*
Łączna liczba punktów ECTS przyporządkowana zajęciom do wyboru	57 ECTS/ 48%
Łączna liczba punktów ECTS przyporządkowana praktykom zawodowym	20ECTS/ 480 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
<b>WIEDZA</b>		
absolwent zna i rozumie:		
K_W01	w pogłębionym stopniu treści współczesnych teorii zarządzania oraz specjalistyczną terminologię z zakresu nauk o zarządzaniu i jakości.	P7S_WG
K_W02	w stopniu pogłębionym współczesne koncepcje organizacji pracy, metodykę projektowania struktur organizacyjnych oraz implementacji ich wzorców w praktyce.	P7S_WG
K_W03	ekonomiczne i pozaekonomiczne skutki decyzji menedżerskich w świetle współczesnych ujęć teoretycznych.	P7S_WG
K_W04	znaczenie etyki i ochrony własności intelektualnej (w tym własności przemysłowej oraz praw autorskich i praw pokrewnych) oraz konieczność zarządzania nimi. w działalności organizacji.	P7S_WK
K_W05	w pogłębionym stopniu współczesne koncepcje tworzenia organizacji i zarządzania nimi, a także narzędzia kooperacji i konkurencji pomiędzy nimi.	P7S_WG
K_W06	istotę i znaczenie koncepcji zrównoważonego rozwoju gospodarczego oraz społecznej odpowiedzialności biznesu, a także ich przejawy w praktyce organizacyjnej.	P7S_WG, P7S_WK
K_W07	w stopniu pogłębionym metody i narzędzia służące analizie oraz ocenie zjawisk i procesów w organizacji oraz w jej otoczeniu.	P7S_WG
K_W08	style przywództwa i ich uwarunkowania oraz konsekwencje dla funkcjonowania organizacji.	P7S_WG, P7S_WK
K_W09	metodologię badań naukowych oraz zasady konstruowania narzędzi badawczych w obszarze zarządzania.	P7S_WG
K_W10	zasady, możliwości i ograniczenia stosowania wybranych metod statystycznych i ekonometrycznych wspomagających podejmowanie decyzji.	P7S_WG



<b>K_W11</b>	metody badań w poszczególnych obszarach działalności organizacji.	<b>P7S_WG</b>
<b>K_W12</b>	przepisy prawa regulujące funkcjonowanie podmiotów gospodarczych oraz zasady przepływu towarów, usług i osób na rynku europejskim.	<b>P7S_WK</b>
<b>K_W13</b>	istotę i znaczenie procesów restrukturyzacyjnych organizacji.	<b>P7S_WG</b>

### **UMIEJĘTNOŚCI**

absolwent potrafi:

<b>K_U01</b>	planować, organizować i prowadzić działalność gospodarczą a także działalność organizacji nienastawionych na zysk.	<b>P7S_UW</b>
<b>K_U02</b>	dokonywać zaawansowanej analizy i szczegółowej interpretacji zjawisk oraz procesów zachodzących w organizacji.	<b>P7S_UW</b>
<b>K_U03</b>	identyfikować, formułować i strukturalizować problemy badawcze pozwalające na analizę złożonych procesów i zdarzeń na poziomie organizacji.	<b>P7S_UW</b>
<b>K_U04</b>	dobierać i stosować adekwatne metody i narzędzia służące opisowi oraz analizie problemów i obszarów działalności organizacji i jej otoczenia.	<b>P7S_UW</b>
<b>K_U05</b>	modelować i przewidywać przebieg wybranych procesów w organizacji.	<b>P7S_UW</b>
<b>K_U06</b>	określać, dobierać i stosować kryteria oraz mierniki oceny funkcjonowania organizacji na różnych poziomach zarządzania.	<b>P7S_UW</b>
<b>K_U07</b>	uczestniczyć w procesach podejmowania decyzji strategicznych oraz oceniać proponowane rozwiązania (w tym warianty strategiczne) z wykorzystaniem zaawansowanych metod i narzędzi.	<b>P7S_UW, P7S_UO</b>
<b>K_U08</b>	integrować wiedzę z różnych dziedzin w celu tworzenia innowacyjnych rozwiązań organizacyjnych i menedżerskich.	<b>P7S_UW</b>
<b>K_U09</b>	formułować i weryfikować hipotezy badawcze związane z problemami wdrożeniowymi z zakresu zarządzania.	<b>P7S_UW</b>
<b>K_U10</b>	posługiwać się normami i standardami w procesach zarządzania organizacją.	<b>P7S_UW</b>
<b>K_U11</b>	posługiwać się przepisami prawa krajowego oraz europejskiego dotyczącymi działalności gospodarczej w celu podejmowania oraz uzasadniania konkretnych działań i decyzji menedżerskich.	<b>P7S_UW</b>
<b>K_U12</b>	analizować, interpretować i wpływać na zachowania ludzkie w organizacji a także przeciwdziałać zjawiskom i zachowaniom negatywnym.	<b>P7S_UW, P7S_UO</b>



<b>K_U13</b>	projektować i wdrażać systemy zarządzania kapitałem ludzkim w organizacji, w tym systemy motywacyjne.	<b>P7S_UW, P7S_UO</b>
<b>K_U14</b>	zarządzać zasobami organizacji na poziomie strategicznym.	<b>P7S_UW</b>
<b>K_U15</b>	prezentować zdobytą wiedzę oraz umiejętności w mowie i piśmie z wykorzystaniem nowoczesnych narzędzi informacyjno-komunikacyjnych.	<b>P7S_UW, P7S_UK</b>
<b>K_U16</b>	komunikować się z otoczeniem mono- i wielokulturowym (w tym prowadzić debatę) oraz przekazywać wiedzę przy użyciu różnych środków przekazu informacji.	<b>P7S_UK, P7S_UO</b>
<b>K_U17</b>	posługiwać się językiem obcym, w tym specjalistyczną terminologią z zakresu zarządzania, na poziomie B2+ Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego.	<b>P7S_UK</b>
<b>K_U18</b>	samodzielnie planować własne uczenie się przez całe życie i ukierunkowywać rozwój kompetencji podległych pracowników.	<b>P7S_UU</b>
<b>K_U19</b>	współdziałać i pracować w zespole, przyjmując w nim różne role, w tym rolę lidera.	<b>P7S_UO</b>

### **KOMPETENCJE SPOŁECZNE**

absolwent jest gotów do:

<b>K_K01</b>	krytycznej oceny posiadanej wiedzy i odbieranych treści oraz ich wykorzystania w procesie podejmowania decyzji zarządczych.	<b>P7S_KK</b>
<b>K_K02</b>	inspirowania i organizowania działalności na rzecz środowiska społecznego i interesu publicznego.	<b>P7S_KO</b>
<b>K_K03</b>	myślenia i działania w sposób przedsiębiorczy.	<b>P7S_KO</b>
<b>K_K04</b>	uznawania znaczenia wiedzy eksperckiej w rozwiązywaniu złożonych problemów poznawczych i praktycznych oraz korzystania z opinii specjalistów w procesie decyzyjnym.	<b>P7S_KK</b>
<b>K_K05</b>	przestrzegania, promowania i rozwijania zasad etyki zawodowej w kontekście zarządzania organizacją.	<b>P7S_KR</b>
<b>K_K06</b>	ponoszenia odpowiedzialności za realizację powierzonych zadań, związanych z pełnioną rolą zawodową, z uwzględnieniem zmieniających się potrzeb społecznych.	<b>P7S_KO, P7S_KR</b>

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

Treści programowe	
GRUPA ZAJĘĆ KSZTAŁCENIA OGÓLNEGO	
<b>Organisatorisches Verhalten</b>	Organizationalverhalten - das Wesen, die Typen
	Menschliche Einstellungen. Einfluss des Temperaments, der Intelligenz und der Wahrnehmung sowie des Verständnisses auf menschliches Verhalten in der Organisation
	Werte, Motivation, Macht
	Individuelle und Gruppenentscheidungen
	Kommunikation und Konflikte in der Organisation
	Ethik im Organisationsverhalten
<b>Antropologia kulturowa</b>	Kultura i kultury.
	Ewolucjonizm i funkcjonalizm.
	Tematy centralne I - Obrzędy i symbole.
	Strukturalizm i poststrukturalizm.
	Tematy centralne II - Rodzina i pokrewieństwo.
	Etniczność.
<b>BHP</b>	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.
<b>Filozofia</b>	Filozofia i jej działy. Różnice pomiędzy filozofią a nauką, mitem, sztuką, religią i ideologią.
	Pojęcie bytu i sposobu istnienia (monizm, dualizm, pluralizm, idealizm, realizm, materializm, spirytualizm). Spór o istnienie świata.
	Podstawowe zagadnienia i orientacje filozofii Zachodu w ujęciu historycznym.
	Zagadnienie prawdy (przeгляд stanowisk i definicji).
	Filozofia Boga.
	Epistemologia: empiryzm (genetyczny i metodologiczny); racjonalizm (natywizm i aprioryzm); zagadnienie granic poznania.
	Wolność a determinizm.
	Etyka jako subdyscyplina aksjologii (intelektualizm etyczny Sokratesa, etyka złotego środka Arystotelesa, chrześcijańska teoria moralności, absolutyzm, utilitaryzm, relatywizm).
	Estetyka jako subdyscyplina aksjologii, teoria sztuki.
	Filozofia polityczna.



	<p>Myślenie jako narzędzie nauki i istota człowieczeństwa. Świadomość: samoświadomość a nieświadomość (perspektywa psychoanalityczna).</p> <p>Wola: wolna wola, wola mocy.</p> <p>Szczęście: autarkia, epikureizm, stoicyzm, źródła szczęścia.</p> <p>Kultura (kultura duchowa, kultura materialna, stan natury, kultura jako źródło cierpienia – ujęcie psychoanalityczne, ujęcie strukturalistyczne).</p> <p>Koncepcja „dobrego dzikusa” J. J. Rousseau.</p> <p>Humanizm i tolerancja.</p> <p>Język: język a człowieczeństwo, język ciała, fizjonomika.</p> <p>Historia: człowiek jako istota historyczna, wizja „końca historii”.</p>
	<p>Świat wartości - stanowiska aksjologiczne: absolutyzm, relatywizm, subiektywizm, obiektywizm.</p>
<b>Język obcy biznesowy - angielski</b>	<p>People and Brands: Advertising</p> <p>People and Company: Job satisfaction, Social events at work, Motivation at work, Roles and responsibilities</p> <p>Organisation: Structure of the company, Departments</p> <p>Transport.Travel and Logistics: Communication E-commerce.</p> <p>Leadership and Management: Building relationships, Managing meetings, Management styles and strategies</p> <p>Stress Management Planning: Time Management</p> <p>Cultures-Working across cultures</p> <p>Employment and Human Resources: Looking for a job, Job interview</p> <p>Trade and International markets</p> <p>Managing companies/business: Quality and Ethics, Business strategies</p>
<b>Język obcy biznesowy - niemiecki</b>	<p>Finanzwelt - Wortschatz</p> <p>Berufe und Gehälter</p> <p>Unternehmensstruktur und Arbeitsplatz</p> <p>Geld und Banken</p> <p>Ausgaben und Kostenrechnung</p> <p>Zahlungsschwierigkeiten</p> <p>Buchhaltung und Steuern</p> <p>Geldanlagen</p> <p>Zahlungsverkehr</p> <p>Korrespondenz und Dokumente im Finanzsektor</p>
<b>Organisational Behaviour</b>	<p>Organizational behavior - the essence, types</p> <p>Human attitudes. Influence of temperament, intelligence and perception and understanding on human behaviour in the organization</p> <p>Values, motivation, power</p> <p>Individual and group decisions</p> <p>Communication and conflicts in the organization</p> <p>Ethics in organizational behavior</p>

<b>Proseminarium II</b>	Wymogi formalne dla prac magisterskich.
	Sformułowanie problemu badawczego, celów pracy i hipotez badawczych.
	Znaczenie i wykorzystanie literatury oraz innych źródeł w procesie tworzenia pracy magisterskiej.
	Struktura pracy magisterskiej.
<b>Prawne aspekty zarządzania</b>	Wstęp do prawa cywilnego. Podmioty i przedmioty prawa. Pełnomocnictwo. Własność a posiadanie. Przedawnienia.
	Umowy w obrocie gospodarczym z elementami windykacji.
	Ustawa o swobodzie działalności gospodarczej. Spółki osobowe i kapitałowe z elementami prawa upadłościowego i naprawczego.
	Pracownik w firmie, wybrane zagadnienia z prawa pracy.
	Wybrane zagadnienia z prawa rodzinnego i opiekuńczego z elementami prawa spadkowego.
	Wybrane zagadnienia z postępowania administracyjnego.
<b>Współczesne problemy gospodarcze</b>	Test wielokrotnego wyboru.
	Globalizacja i jej wpływ na Polskę.
	Problemy współczesnego świata – problemy globalne (gospodarcze i społeczne np. kryzys finansowy, problemy żywnościowe, terroryzm etc).
	Wskaźniki dobrobytu ekonomiczno-społecznego – wskaźnik Giniego, HDI, HPI, GNH, inne.
	Zmiany gospodarcze na świecie w XXI w.
	Sytuacja gospodarcza USA, Japonii i Europy oraz krajów Brazylii, Rosja, Indie, Chiny, RPA (BRICS).
	Wyzwania światowej polityki gospodarczej: zmiany demograficzne, starzejące się społeczeństwa, problem zasobów nieodnawialnych, zmiany klimatyczne.
	Ogniska zapalne we współczesnym świecie i ich skutki dla Polski.
Kierunki i problemy rozwoju oraz dynamika handlu zagranicznego Polski.	
<b>GRUPA ZAJĘĆ KSZTAŁCENIA KIERUNKOWEGO</b>	
<b>Elementy statystyki matematycznej</b>	Zmienna losowa oraz jej podstawowe parametry.
	Elementy teorii estymacji – próba losowa, statystyki i ich podstawowe rozkłady.
	Własności estymatorów, Metody Estymacji punktowej, Estymacja przedziałowa.
	Zagadnienie minimalnej liczebności próby.
	Wnioskowanie z danych statystycznych o zależnościach i współwystępowaniu zjawisk.
	Elementy teorii weryfikacji hipotez statystycznych – parametryczne testy istotności dla wartości oczekiwanej, wariancji i wskaźnika struktury.
	Elementy teorii weryfikacji hipotez statystycznych testami nieparametrycznymi.
Wnioskowanie statystyczne w analizie korelacji i regresji.	
<b>Koncepcje zarządzania</b>	Podejście taylorowskie, H. Forda, idee małżeństwa Gilbreth, koncepcje H. Fayola, Human Relations, podejście systemowe i wnioski dla organizacji (w tym 7S Petersa i Watermana), podejście sytuacyjne (Sherman, Burns, Stalker, Lawrence i Lorsch), podejście socjologiczne i struktury organizacyjne, koncepcje polityczne organizacji oraz teoria gry organizacyjnej.
	Paradygmat sieciowy, zasoby niematerialne, RBV, VRIO.

	<p>Podejście procesowe, koncentracja na wynikach, podejście akcentujące jakość.</p>
	<p>Zaangażowanie pracowników, elastyczność, zmiana, nowe modele biznesu, modele oparte na zaangażowaniu interesariuszy, np. co-creative enterprise.</p>
	<p>Współczesne koncepcje postmodernistyczne jak POS (pozytywna nauka organizacji), gra na wartościach, diversity management, duchowość w zarządzaniu.</p>
	<p>Podstawy ekonomicznej teorii firmy - teoria instytucjonalna, teoria praw własności, teoria kosztów transakcyjnych, teoria nexus of contracts.</p>
	<p>Wyzwania zarządzania, wybrane podejścia w zakresie metodyki badań w naukach o zarządzaniu, nurt krytyczny w zarządzaniu.</p>
	<p>Zarządzanie wiedzą, zarządzanie talentami, zarządzanie międzykulturowe, zarządzanie reputacją.</p>
<b>Marketing międzynarodowy</b>	<p>Wprowadzenie do marketingu międzynarodowego - wykład</p>
	<p>Orientacja etnocentryczna i marketing lokalny - wykład</p>
	<p>Orientacja policentryczna. Marketing multilokalny - wykład</p>
	<p>Orientacja geocentryczna i marketing globalny - wykład</p>
	<p>Produkt w marketingu międzynarodowym- wykład</p>
	<p>Cena w marketingu międzynarodowym - wykład</p>
	<p>Dystrybucja w marketingu międzynarodowym - wykład</p>
	<p>Promocja w marketingu międzynarodowym - ćwiczenia</p>
	<p>Orientacje międzynarodowe przedsiębiorstw. Potencjał globalizacyjny sektorów - ćwiczenia</p>
	<p>Orientacja etnocentryczna i marketing lokalny- ćwiczenia</p>
	<p>Orientacja policentryczna. Marketing multilokalny - ćwiczenia</p>
	<p>Orientacja geocentryczna i marketing globalny - ćwiczenia</p>
	<p>Produkt w marketingu międzynarodowym-ćwiczenia</p>
	<p>Cena w marketingu międzynarodowym- ćwiczenia</p>
<b>Prognozowanie ekonomiczne</b>	<p>Dystrybucja i promocja w marketingu międzynarodowym- ćwiczenia</p>
	<p>Organizacja zajęć. Wprowadzenie do tematyki prognozowania ekonomicznego. Definicja, funkcje i klasyfikacje prognoz. Znaczenie prognozowania. Wspomaganie komputerowe.</p>
	<p>Dane statystyczne. Metody, techniki i narzędzia wykorzystywane w prognozowaniu ekonomicznym. Etapy prognozowania.</p>
	<p>Dekompozycja szeregu czasowego. Metody prognozowania dla szeregów czasowych ze stałym poziomem zmiennej.</p>
	<p>Prognozowanie na podstawie modeli trendu. Metody prognozowania dla szeregów czasowych z tendencją rozwojową oraz wahaniami sezonowymi.</p>
	<p>Prognozowanie na podstawie liniowych modeli ekonometrycznych.</p>
	<p>Wybrane modele nieliniowe.</p>
	<p>Prognozowanie zjawisk jakościowych.</p>
<p>Modelowanie i symulacja procesów decyzyjnych z zastosowaniem wybranych modeli prognostycznych.</p>	
<b>Strategie personalne</b>	<p>Ewolucja funkcji personalnej; modele strategii personalnej (2h)</p>
	<p>Pozyskiwanie personelu na stanowiska pracy.</p>
	<p>Ocenianie i rozwój pracowników.</p>

	Motywowanie i wynagradzanie pracowników.
	Zwalnianie pracowników.
	Prezentacja projektów zaliczeniowych.
<b>Techniki radzenia sobie ze stresem</b>	Stres, rodzaje stresu i jego wpływ na efektywność zawodową.
	Typy osobowości a sytuacje stresogenne.
	Inteligencja emocjonalna a radzenie sobie ze stresem w praktyce.
	Techniki asertywne jako trening przeciwdziałania stresowi ; Techniki konstruktywnego radzenia sobie ze stresem.
	Odporność psychiczna – strategie i narzędzia.
<b>Trening umiejętności menedżerskich</b>	Kierownik – styl kierowania.
	Adaptacja pracownika.
	Motywowanie pracowników.
	Budowanie zespołów i zarządzanie zespołami.
<b>Zarządzanie marketingowe</b>	Proces zarządzania marketingowego.
	Strategia marketingowa.
	Rodzaje strategii marketingowych.
	Zarządzanie produktem.
	Zarządzanie ceną, dystrybucją i promocją.
<b>Zarządzanie procesami</b>	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.
<b>Zarządzanie strategiczne</b>	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 i związane z tym zmiany w organizacji.
<b>Strategie odpowiedzialnego biznesu</b>	Społeczna odpowiedzialność biznesu – aspekty genezy, teorii oraz kontrowersji wokół tej koncepcji.
	Istota i cele społecznej odpowiedzialności biznesu
	Zarządzanie interesariuszami w systemie zarządzania strategicznego
	Strategie społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstwa
	Instrumentarium CSR
	Systemy normalizacji i oceny efektywności CSR
	Biznes wobec globalnych problemów społecznych

	Zrównoważony rozwój a społeczna odpowiedzialność biznesu.
<b>ZAJĘCIA WYBIERALNE</b>	
<b>Practical aspects of law</b>	Practical Aspects of Constitutional Law.
	Practical Aspects of Civil Law.
	Practical aspects of labour law.
	Practical aspects of family law.
	Practical aspects of company law.
	Practical aspects of criminal law.
<b>Praktische Aspekte des Rechts</b>	Praktische Aspekte des Verfassungsrechts.
	Praktische Aspekte des Zivilrechts.
	Praktische Aspekte des Arbeitsrechts.
	Praktische Aspekte des Familienrechts.
	Praktische Aspekte des Gesellschaftsrechts.
	Praktische Aspekte des Strafrechts.
<b>E-marketing</b>	The electronic market. Basic concepts, definitions.
	E-commerce and e-marketing.
	E mail marketing.
	Social media.
	Internet analytics.
<b>Praktyka zawodowa</b>	<p>I. Moduły obowiązkowe dla każdej specjalności I. Moduły obowiązkowe dla każdej specjalności</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Podstawy prawne i przedmiot działalności przedsiębiorstwa</li> <li>2. Organizacja podmiotu gospodarczego</li> <li>3. Dokumentacja organizacyjna przedsiębiorstwa</li> <li>4. Infrastruktura przedsiębiorstwa</li> <li>5. Organizacja działu prawnego w przedsiębiorstwie</li> <li>6. Strategia przedsiębiorstwa, misja, wizja</li> <li>7. Innowacje wprowadzane w przedsiębiorstwie</li> <li>8. Wykorzystanie środków UE w przedsiębiorstwie</li> <li>9. Analityka stosowana w przedsiębiorstwie – otoczenia oraz ekonomiczno-finansowa.</li> </ol> <p>II. Moduły do wyboru - student obowiązkowo powinien zrealizować co najmniej 1 moduł</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. System zarządzania strategicznego przedsiębiorstwem</li> <li>2. Zarządzanie kapitałem ludzkim w przedsiębiorstwie</li> <li>3. Polityka HR</li> <li>4. Coaching i mentoring w przedsiębiorstwie</li> <li>5. Strategie innowacji marketingowych w przedsiębiorstwie</li> <li>6. Działania przedsiębiorstwa na rynku międzynarodowym</li> <li>7. Funkcjonowanie działu sprzedaży oraz strategie sprzedażowe/polityka cen</li> <li>8. System informatyczny przedsiębiorstwa z włączeniem zarządzania wiedzą oraz ochrona danych osobowych</li> <li>9. Zarządzanie finansami w przedsiębiorstwie</li> <li>10. Zarządzanie produktami/produkcją</li> <li>11. Zarządzanie MiSP/dużą firmą międzynarodową</li> <li>12. System logistyczny w przedsiębiorstwie</li> <li>13. Internet w działalności przedsiębiorstwa</li> <li>14. Psychologiczne aspekty zarządzania firmą</li> <li>15. System zarządzania jakością</li> </ol>

	<p>16. Organizacja działalności marketingowej w przedsiębiorstwie</p> <p>17. Zarządzanie informacją w przedsiębiorstwie</p> <p>18. Obsługa klienta</p>
<b>Seminarium magisterskie</b>	<p>"Ochrona własności intelektualnej. Plagiat, autoplagiat i ich konsekwencje.</p> <p>Pojęcie i zadania pracy magisterskiej. Etapy opracowywania pracy dyplomowej. Rodzaje prac dyplomowych. Znaczenie i rodzaje źródeł pracy oraz kryteria ich doboru."</p> <p>Cechy tematu i tytułu pracy. Pojęcie, znaczenie i sposoby formułowania problemu badawczego pracy. Zakres podmiotowy, przedmiotowy, czasowy i przestrzenny pracy. Cele ogólne i szczegółowe pracy dyplomowej. Hipotezy badawcze.</p> <p>Struktura pracy. Elementy strony tytułowej, spisu treści. Układ rozdziałów, podpunktów i punktów oraz zasady formułowania ich tytułów. Przykłady budowy spisu treści.</p> <p>Zasady konstrukcji wstępu, rozdziałów merytorycznych i zakończenia. Znaczenie opracowywania szczegółowego „planu wewnętrznego” przed przystąpieniem do pisania poszczególnych rozdziałów pracy. Budowa akapitów. Cytaty w pracy.</p> <p>Materiały źródłowe. Gromadzenie i dobór pod kątem tematyki i celu pracy. Konstrukcja przypisów. Zasady prezentowania bibliografii.</p> <p>Sposoby graficznej prezentacji tekstu. Konstrukcja spisu tabel, wykresów, rysunków. Aneks w pracy. Poprawność językowa. Korekta tekstu.</p>
<b>SPECJALNOŚĆ BIZNES I NOWE TECHNOLOGIE</b>	
<b>Analiza i optymalizacja procesów biznesowych</b>	<p>Mapowanie procesu; mapa funkcjonalna i mapa strumienia wartości.</p> <p>Techniki usprawniania i optymalizacji procesu.</p> <p>Identyfikacja marnotrawstw.</p> <p>Identyfikacja wymogów dla procesu.</p> <p>Obliczanie wydolności procesu.</p>
<b>Biznes w mediach społecznościowych: monetyzacja platform cyfrowych</b>	<p>Wprowadzenie do biznesu w mediach społecznościowych. Przegląd platform: Facebook, Instagram, TikTok, YouTube.</p> <p>Rola mediów społecznościowych w modelach biznesowych.</p> <p>Modele monetyzacji platform społecznościowych (reklama, subskrypcje, sprzedaż bezpośrednia, partnerstwa i afiliacje).</p> <p>Warsztaty: projektowanie kampanii i analityka w mediach społecznościowych.</p> <p>Case study: sukcesy i porażki w monetyzacji platform.</p>
<b>Cyberbezpieczeństwo i ochrona danych w zarządzaniu</b>	<p>Definicja i zakres cyberbezpieczeństwa. Typowe zagrożenia: phishing, malware, ransomware.</p> <p>"Ochrona danych w organizacji. Regulacje prawne: RODO, ustawa o ochronie danych osobowych.</p> <p>Zarządzanie dostępem i polityki bezpieczeństwa."</p> <p>Warsztaty: analiza zagrożeń i zarządzanie ryzykiem. Studium przypadku: atak ransomware na firmę. Projektowanie strategii zabezpieczeń.</p> <p>Narzędzia i technologie cyberbezpieczeństwa.</p>
<b>Modelowanie biznesowe z wykorzystaniem nowych technologii</b>	<p>Podstawy teoretyczne modelowania biznesowego. Przegląd klasycznych i innowacyjnych modeli biznesowych.</p> <p>Business Model Canvas: struktura i zastosowanie. Value Proposition Canvas i inne narzędzia wspierające.</p>

	<p>Nowe technologie w modelowaniu biznesowym: Wpływ AI, blockchain, IoT, Big Data na modele biznesowe. Przykłady zastosowań w praktyce.</p>
	<p>Tworzenie modeli biznesowych dla wybranych sektorów (np. e-commerce, fintech, smart cities).</p>
	<p>Studium przypadków: sukcesy i porażki transformacji cyfrowej w biznesie.</p>
<b>Symulacja biznesowa II</b>	<p>Organizacja wirtualnej firmy – wybór nazwy i misji, określenie zasad zespołu, przydział ról, tworzenie oferty, pierwsze inwestycje, wybór banku i biura rachunkowego.</p> <p>Zarządzanie wirtualną firmą – analiza danych finansowych, podejmowanie decyzji inwestycyjnych, zarządzanie personelem, zarządzanie zaopatrzeniem, wykorzystanie instrumentów marketingu tradycyjnego o internetowego.</p> <p>Podsumowanie gry, analiza wyników.</p>
<b>Technologie finansowe (FinTech)</b>	<p>Geneza i definicje FinTech. Kluczowe sektory FinTech: płatności, pożyczki, zarządzanie majątkiem, insurtech.</p> <p>Technologie stosowane w FinTech. Blockchain, kryptowaluty, smart contracts. Big Data i analiza predykcyjna w finansach.</p> <p>Systemy płatności i mobilność finansowa. Mobile payments, e-wallets, BNPL. Platformy crowdfundingowe i ich zastosowanie.</p> <p>Projektowanie systemu płatności mobilnych. Tworzenie strategii dla startupu FinTech.</p> <p>Analiza przypadków: Sukcesy i porażki w branży FinTech. Przyszłość FinTech.</p>
<b>Wirtualne środowiska pracy: Digital Workplace i coworking</b>	<p>Wprowadzenie do Digital Workplace i coworkingu.</p> <p>Narzędzia cyfrowe wspierające współpracę.</p> <p>Efektywność i organizacja pracy w środowiskach wirtualnych.</p> <p>Bezpieczeństwo i ochrona danych.</p> <p>Kultura i relacje w środowiskach coworkingowych i wirtualnych.</p> <p>Praktyczne zastosowanie narzędzi i projektowanie środowisk coworkingowych.</p>
<b>Zarządzanie cyfrowymi produktami i usługami</b>	<p>Definicje, znaczenie i przykłady cyfrowych produktów i usług. Cykl życia produktu cyfrowego</p> <p>Projektowanie cyfrowych produktów i usług. User-centered design i customer journey mapping. Metodyki Agile i Scrum w zarządzaniu produktami cyfrowymi.</p> <p>Dane jako fundament produktów cyfrowych</p> <p>Identyfikacja potrzeb klienta i projektowanie wartości.</p> <p>Studium przypadku: innowacyjne produkty cyfrowe i ich wpływ na rynek.</p>
<b>SPECJALNOŚĆ DIGITAL MARKETING</b>	
<b>AI i nowe technologie w marketingu</b>	<p>Wprowadzenie do sztucznej inteligencji i jej zastosowań w marketingu.</p> <p>Algorytmy uczenia maszynowego i ich zastosowanie w marketingu.</p> <p>Personalizacja treści marketingowych przy użyciu sztucznej inteligencji.</p> <p>Automatyzacja procesów marketingowych za pomocą narzędzi opartych na AI.</p> <p>AI w zarządzaniu relacjami z klientem (CRM).</p> <p>AI w prognozowaniu sprzedaży i analizie cen. Systemy rekomendacyjne: tworzenie spersonalizowanych doświadczeń klienta.</p>

	Etyka i regulacje dotyczące wykorzystania sztucznej inteligencji w marketingu.
<b>Automatyzacja marketingu i analiza danych</b>	Wprowadzenie do automatyzacji marketingu.
	Podstawy analizy danych w marketingu.
	Warsztaty: projektowanie kampanii zautomatyzowanej.
	Analiza przypadków biznesowych.
<b>Content marketing</b>	Zapoznanie się z koncepcją content marketingu oraz zasadami nim rządzącymi.
	Planowanie strategii content marketingu (dobór stylu i zakresu treści do kanałów komunikacji), w tym mapy content marketingu dla projektu.
	Narzędzia wykorzystywane w ocenie skuteczności działań content marketingu.
<b>E-komunikacja i Social Media</b>	Spółczesność sieci. Czym są nowe media od web 1.0 do web 5.0. Rozwój internetu.
	Pokolenie cyfrowe. Jak zmienia się nasze funkcjonowanie w społeczeństwie sieci?
	Książka i prasa w dobie nowych mediów. Przekazy audialne współcześnie. Kino i film w dobie nowych mediów. Telewizja i video dziś. Komunikacja internetowa, gry komputerowe i rzeczywistość wirtualna.
	Prawa autorskie i ochrona własności intelektualnej.
<b>Kreowanie marki online</b>	Wprowadzenie do budowania marki online.
	Aplikacje mobilne wspierające branding.
	Adresaci działań w procesie zarządzania marką w Internecie.
	Analiza i ocena efektywności działań online.
<b>Narzędzia nowoczesnej reklamy</b>	Wprowadzenie do narzędzi nowoczesnej reklamy.
	Nosniki i środki reklamy - współczesne trendy w reklamie.
	Wizualne aspekty nowoczesnej reklamy.
	Reklama online, reklama displayowa i remarketing.
	Upselling, cross-selling i downselling w praktyce.
	Lokowanie produktu i reklama podprogowa.
	Reklama ambientowa.
Zasady współpracy z agencją reklamową.	
<b>Symulacja biznesowa II</b>	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.
<b>Warsztaty Social Media</b>	Analiza efektywności działań – narzędzia Facebooka.
	Zewnętrzne narzędzia analizy działań w mediach społecznościowych.
	Testowanie i optymalizacja działań w mediach społecznościowych.



<b>Employer Branding - planowanie i alokacja zasobów ludzkich</b>	Narzędzia wizerunkowe organizacji w świetle przemian gospodarczo-ekonomicznych, nowe generacje nowymi wyzwaniami dla pracodawców - wykład
	Koncepcja employer branding . Strategia organizacji a strategia employer brandingowa. EVP marki pracodawcy- wykład
	Planowanie, pozyskiwanie pracowników-rekrutacja, selekcja, adaptacja społeczno- zawodowa, odejścia pracowników - w kontekście budowy marki pracodawcy - wykład
	Budowa i komunikacja marki pracodawcy - wybrane narzędzia - wykład
	Employer Branding a społeczna odpowiedzialność biznesu (CSR) - wykład
	Wykorzystanie opisu stanowiska pracy w procesie rekrutacji i selekcji - ćwiczenia
	Narzędzia employer branding (ogłoszenie rekrutacyjne)- ćwiczenia
	Dobór metod selekcyjnych w organizacji (CV, list motywacyjny, Rozmowa kwalifikacyjna) - candidate experience- ćwiczenia
	Oczekiwania firm w stosunku do pracowników a wizerunek idealnego pracodawcy w kontekście psychospołecznych zmian pokoleniowych (Evp marki, raporty) - ćwiczenia
	Social media, nowe technologie w procesie budowania i komunikacji marki pracodawcy - przykłady - ćwiczenia
	Kształtowanie wewnętrznego wizerunku poprzez motywację, zaangażowanie, onboarding i kulturę organizacyjną- ćwiczenia
	Implementacja employer branding w małych i średnich firmach – przykłady praktyk employer branding - ćwiczenia
<b>Prawne aspekty zarządzania zasobami ludzkimi</b>	Organizacja funkcji personalnej w przedsiębiorstwie.
	Procedury personalne, dokumentacja i obieg dokumentów personalnych.
	Istota audytu personalnego.
	Podstawy nawiązania stosunku pracy.
	Tryb i forma zawierania umów o pracę oraz ich treść, rodzaje umów.
	Pojęcie mobbingu – przyczyny, skutki, przeciwdziałanie.
	Prawnokarne aspekty stosowania mobbingu.
	Struktura systemu ubezpieczeń zdrowotnych i emerytalnych w Polsce.
	Obowiązki pracodawcy w zakresie ubezpieczeń zdrowotnych i emerytalnych.
<b>Psychologia pracy i psychopatologie w miejscu pracy</b>	Interdyscyplinarne ujęcie zjawisk psychopatologicznych - wprowadzenie do dziedziny - wykład
	Osobowość pracownika a jego funkcjonowanie w zakładzie pracy - wykład
	Psychopatologie w środowisku pracy i ich klasyfikacja - wykład
	Rola inteligencji ogólnej i emocjonalnej w funkcjonowaniu pracownika w firmie i życiu rodzinnym. Samoocena, wspólnotowość i sprawczość a praca - wykład
	Spektrum oddziaływań w miejscu pracy nakierowanych na maksymalizowanie czynników ochrony i minimalizowanie wpływu czynników ryzyka - wykład
	Rola profilaktyki, modele skutecznych oddziaływań w genezie zaburzeń - wykład
	Ja w pracy - zasoby i zagrożenia dla rozwoju człowieka dorosłego. Rola wsparcia społecznego i wspierającego środowiska pracy w przeciwdziałaniu patologiom pracy. Wykreślanie swojego profilu zawodowego "Moje relacje z pracą" (Ch.Maslach) - ćwiczenia

	<p>Rodzaje motywacji regulujące zaangażowanie w realizację zadań zawodowych pracownika oraz związane z nią potencjalne zagrożenia dla jego prawidłowego funkcjonowania psychospołecznego. Higiena pracy. Case study - ćwiczenia</p> <p>Analiza zasad projektowania szkoleń dedykowanych przeciwdziałaniu zjawiskom psychopatologii w związku z podejmowaną pracą. Uwzględnienie umiejętności dobierania treści szkoleniowych i zadań do potrzeb grupy docelowej i celów szkolenia - ćwiczenia</p> <p>Wypalenie zawodowe jako skutek długotrwałego stresu zawodowego. Charakterystyka i prewencja - projektowanie fragmentu szkolenia z zakresu zapobiegania, rozpoznawania, minimalizowania skutków wypalenia zawodowego w wybranych grupach zawodowych - ćwiczenia</p>
	<p>Mobbing - pracownik w obliczu działań mobbera. Czy jestem typem potencjalnej ofiary mobbingu? Projektowanie fragmentu szkolenia z zakresu zapobiegania, rozpoznawania i minimalizowania skutków zjawiska - ćwiczenia</p> <p>Dlaczego agresja, uległość i manipulowanie są zachowaniami patologicznymi w pracy? Charakterystyka postawy asertywnej na bazie przykładów z kilku szczebli kariery - ćwiczenia</p>
	<p>Pracownik wobec dyskryminacji i nietolerancji - psychospołeczne uwarunkowania. Jak nie stać się ofiarą. Projektowanie fragmentu szkolenia dot. ageizmu, seksizmu, rasizmu i nierówności społecznych - ćwiczenia</p> <p>Pracoholizm, czy zaangażowanie w pracę. Analiza zjawiska. Projektowanie fragmentu szkolenia z zakresu zapobiegania, rozpoznawania i minimalizowania skutków pracoholizmu - ćwiczenia</p> <p>Stres i ryzyko wpisane w zawód (służby emergencyjne, praca w warunkach ekstremalnych). Samobójstwa i próby samobójcze. Zaburzenia snu. Zaburzenia odżywiania. Wzory zachowania A i B. Na czym polega dopasowanie jednostki i środowiska - analiza przypadków ASD i PTSD - ćwiczenia</p> <p>Uzależnienia w pracy.</p> <p>Czynniki organizacyjne, indywidualne i społeczne, które zwiększają prawdopodobieństwo pojawienia się lęku uogólnionego i napadów paniki u pracownika. Jak pracować z taką osobą? - ćwiczenia</p>
<b>Rozwój kapitału ludzkiego organizacji</b>	<p>Strategiczny kontekst rozwoju kapitału ludzkiego: zależności między strategią organizacji a systemem szkoleń, czynniki rozwoju kapitału ludzkiego, RASP).</p> <p>Zarządzanie kompetencjami w organizacji (projektowanie i wykorzystanie modeli kompetencyjnych w procesach rozwojowych – pomiar i ocena poziomu kompetencji z wykorzystaniem wybranych narzędzi diagnostycznych, planowanie i ocena efektywności szkoleń).</p> <p>Metody, narzędzia, instrumenty rozwoju kapitału ludzkiego (tradycyjne i współczesne instrumenty rozwojowe, metoda AC/DC).</p> <p>Zarządzanie procesem zakupu usług rozwojowych (kryteria wyboru firm szkoleniowych – ewaluacja jakości, efektywności i dopasowania do strategii organizacji, zarządzanie relacją z partnerem szkoleniowym).</p> <p>Zarządzanie karierą i ścieżkami rozwoju pracowników ( coaching, mentoring).</p>
<b>Symulacja biznesowa II</b>	<p>Organizacja wirtualnej firmy – wybór nazwy i misji, określenie zasad zespołu, przydział ról, tworzenie oferty, pierwsze inwestycje, wybór banku i biura rachunkowego.</p> <p>Zarządzanie wirtualną firmą – analiza danych finansowych, podejmowanie decyzji inwestycyjnych, zarządzanie personelem, zarządzanie zaopatrzeniem, wykorzystanie instrumentów marketingu tradycyjnego o internetowego.</p>

	Podsumowanie gry, analiza wyników.	
<b>Systemy motywowania i wynagradzania</b>	System motywowania, jego struktura i podstawy kształtowania.	
	Systemy motywowania a struktura wynagrodzeń.	
	Formy wynagradzania i premiowania.	
	Tabele płac zasadniczych i taryfikatory kwalifikacyjne.	
	Systemy motywowania - poza płacowe materialne.	
	Systemy motywowania poza płacowe niematerialne.	
<b>Wartościowanie i ocena pracy</b>	Istota wartościowania pracy.	
	Metody analizy i oceny pracy.	
	Etapy prac związanych z wartościowaniem pracy.	
	Tabele płac zasadniczych i taryfikatory kwalifikacyjne.	
	Istota i projektowanie systemów ocen pracowników.	
	Metody oceny pracowników.	
	Kryteria i skale ocen.	
Błędy w ocenianiu pracowników.		
<b>Warsztat trenerski</b>	Wprowadzenie do pracy trenerskiej: Rola współczesnego trenera w edukacji dorosłych. Podstawowe pojęcia: szkolenie, warsztat, facylitacja, moderacja, coaching grupowy. Kompetencje trenera: wiedza, umiejętności, postawy. Etyka i odpowiedzialność trenerska. Psychologiczne podstawy uczenia się dorosłych: Andragogika i założenia uczenia się dorosłych. Cykl uczenia się Kolba – konsekwencje dla projektowania warsztatu. Teorie motywacji i zaangażowania uczestników. Style uczenia się i preferencje poznawcze uczestników. Bariery uczenia się i sposoby ich przełamywania.	
	Projektowanie procesu szkoleniowego: Diagnoza potrzeb szkoleniowych – cele, metody, narzędzia. Formułowanie celów i efektów uczenia się (zgodnie z Bloomem). Konstrukcja programu szkoleniowego i scenariusza zajęć. Dobór metod i technik adekwatnych do celu i grupy. Struktura warsztatu: otwarcie, realizacja, podsumowanie. Tworzenie materiałów szkoleniowych (prezentacje, karty pracy, instrukcje).	
	Metody i techniki pracy trenerskiej: Metody aktywizujące w warsztacie – dyskusja moderowana, burza mózgów, case study, gry i symulacje, drama, odgrywanie ról. Techniki facylitacyjne. Praca z grupą w małych podzespołach. Prowadzenie omówienia (debriefingu) ćwiczeń. Zarządzanie energią grupy.	
	Komunikacja trenerska: Podstawy komunikacji interpersonalnej w prowadzeniu warsztatu. Zadawanie pytań (pytania otwarte, pogłębiające, kierujące). Komunikacja niewerbalna trenera. Udzielanie i przyjmowanie informacji zwrotnej (model FUKO/ SBI/ Kanapka – w ujęciu profesjonalnym). Budowanie atmosfery bezpieczeństwa i zaufania.	
	Dynamika grupy w procesie szkoleniowym: Fazy rozwoju grupy (Tuckman i modele alternatywne). Role grupowe uczestników – zachowania wspierające i zakłócające. Trudne sytuacje w grupie: opór, bierność, dominacja, konflikty. Strategie reagowania i zarządzania dynamiką grupy. Prowadzenie grupy w różnorodnym środowisku (wiek, doświadczenie, styl uczenia).	
	Ewaluacja szkolenia i autorefleksja trenera: Poziomy ewaluacji Kirkpatricka (lub inne modele ewaluacyjne). Narzędzia oceniania efektywności szkolenia (ankiety, wywiady, obserwacja). Tworzenie pytań ewaluacyjnych i narzędzi pomiarowych. Analiza danych z	

	ewaluacji i formułowanie rekomendacji. Autorefleksja trenerska – superwizja, peer feedback, rozwój zawodowy trenera.
<b>SPECJALNOŚĆ INTERNATIONAL MANAGEMENT</b>	
<b>BRANDING</b>	Branding fundamentals – strategic perspective
	Brand identity, positioning, and architecture
	Brand equity and value creation
	Strategic brand management and lifecycle
	Brand communication and storytelling
	Digital branding and omnichannel strategies
	Brand performance measurement and analytics
	Ethical and social aspects of branding
<b>BUILDING AND MAINTAINING BUSINESS RELATIONSHIPS</b>	Relationship management – concepts and approaches
	Stakeholder theory and relationship networks
	Trust, commitment, and value in relationships
	Communication and negotiation in business relationships
	Conflict management and resolution
	Relationship lifecycle and long-term partnership development
	Strategic relationship management (B2B, alliances, networks)
	Ethics and responsibility in business relationships
<b>CHANGE MANAGEMENT</b>	Nature and types of organizational change
	Change management models (e.g., Lewin, Kotter)
	Drivers and barriers of change
	Leadership and communication in change processes
	Managing resistance to change
	Planning and implementing change initiatives
	Monitoring and evaluating change outcomes
	Organizational culture and change
Ethical aspects of organizational change	
<b>DECISION PROBLEMS IN BUSINESS</b>	Decision-making in organizations – concepts and types
	Decision models and techniques (e.g., decision trees, multi-criteria analysis)
	Risk and uncertainty in decision-making
	Data-driven decision-making and analytics
	Optimization and problem-solving methods
	Behavioral aspects of decision-making
	Evaluation of alternatives and decision criteria
	Ethical and responsibility aspects of decision-making
<b>DESIGN THINKING</b>	Introduction to design thinking – concepts and philosophy
	Stages of design thinking (empathize, define, ideate, prototype, test)
	User research and problem definition
	Creative techniques and idea generation



	Prototyping and testing solutions
	Interdisciplinary teamwork and collaboration
	Innovation and implementation in organizations
	Ethics and responsibility in innovation processes
<b>INTERNATIONAL BUSINESS PROJECT</b>	Introduction to international business projects
	Project planning and management in an international context
	Market analysis and international business environment
	Strategy development and business model design
	Risk assessment and decision-making in global projects
	Teamwork in multicultural environments
	Project implementation and monitoring
	Presentation and evaluation of project results
<b>LEAN MANAGEMENT</b>	Introduction to lean management – philosophy and principles
	Value and waste (muda) in processes
	Process mapping (e.g., VSM) and analysis
	Lean tools (5S, Kaizen, Just-in-Time, Kanban)
	Continuous improvement and organizational culture
	Process optimization and performance measurement
	Lean in services and different industries
	Implementation challenges and change management in lean

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

	SYMBOL EFEKTU KIERUNKOWEGO																								
Zajęcia /grupa zajęć	K_U01	K_U02	K_U03	K_U04	K_U05	K_U06	K_U07	K_U08	K_U09	K_U10	K_U11	K_U12	K_U13	K_U14	K_U15	K_U16	K_U17	K_U18	K_U19	K_K01	K_K02	K_K03	K_K04	K_K05	K_K06
Organisatorisches Verhalten	X				X												X	X							
Antropologia kulturowa					X					X															
BHP		X						X														X			
Filozofia									X																
Język obcy biznesowy - angielski																X	X				X				X
Język obcy biznesowy - niemiecki																X	X				X				X
Organisational Behaviour	X				X													X							
Prawne aspekty zarządzania					X		X				X					X									X
Proseminarium II	X			X				X																	
Współczesne problemy gospodarcze	X				X	X									X								X		X
Elementy statystyki i matematycznej									X	X	X												X		X
Koncepcje zarządzania	X				X					X	X														
Marketing międzynarodowy					X					X								X				X			X
Prognozowanie ekonomiczne									X	X															
Strategie personalne		X																							
Techniki radzenia sobie ze stresem							X																X		X
Trening umiejętności menedżerskich							X																		
Zarządzanie marketingowe					X		X										X			X			X		
Zarządzanie procesami					X					X	X												X		
Zarządzanie strategiczne			X		X					X													X		
Strategie odpowiedzialnego biznesu			X		X										X										
E-Marketing					X																				
Practical aspects of law										X								X					X		
Praktische Aspekte des Rechts										X								X					X		
Praktyka zawodowa	X				X												X			X				X	X
Seminarium magisterskie	X			X				X													X		X		
Analiza i optymalizacja procesów biznesowych		X			X					X	X												X		
Biznes w mediach społecznościowych: monetyzacja platform społecznościowych	X				X		X			X	X												X		
Cyberbezpieczeństwo i ochrona danych w zarządzaniu		X							X		X														X
Modelowanie biznesowe z wykorzystaniem nowych technologii	X	X			X					X	X														
Symulacja biznesowa II									X	X													X		
Technologie finansowe (FinTech)	X				X		X			X															
Wirtualne środowiska pracy: Digital Workplaces i coworking		X			X					X				X						X					X
Zarządzanie cyfrowymi produktami i usługami	X				X		X			X	X														
AI i nowe technologie w marketingu					X		X			X						X									
Automatyzacja marketingu i analiza danych	X				X				X	X												X	X		
Content marketing					X																				
E-komunikacja i Social Media				X						X															X
Kreowanie marki online					X					X															
Narzędzia nowoczesnej reklamy					X				X	X										X					X
Symulacja biznesowa II									X	X													X		
Warsztaty Social Media									X	X															
Employer Branding - planowanie i alokacja zasobów ludzkich		X							X								X				X				X
Prawne aspekty zarządzania zasobami ludzkimi		X			X					X	X													X	X
Psychologia pracy i psychopatologie w miejscu pracy					X				X	X	X								X		X			X	X
Rozwój kapitału ludzkiego organizacji	X	X								X									X				X		X
Symulacja biznesowa II									X	X													X		X
Systemy motywowania i wynagradzania		X				X														X					X
Wartościowanie i ocena pracy		X																							X
Warsztat trenerski	X			X			X												X						X
BRANDING		X	X		X	X				X											X	X			X
BUILDING AND MAINTAINING BUSINESS RELATIONSHIPS		X	X		X	X	X			X	X	X					X			X	X	X		X	X
CHANGE MANAGEMENT		X			X	X		X					X								X	X			X
DECISION PROBLEMS IN BUSINESS			X			X			X		X	X									X	X			X
DESIGN THINKING		X			X	X															X	X			X
INTERNATIONAL BUSINESS PROJECT				X		X				X	X									X	X	X			X
LEAN MANAGEMENT			X		X					X	X	X									X	X			X



#### 4. Harmonogram realizacji.

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 fachowy</i>	2,3	9	80
3.	<i>Współczesne problemy gospodarcze</i>	1	3	22
4.	<i>Prawne aspekty zarządzania</i>	2	3	20
5.	<i>Antropologia kulturowa</i>	3	2	18
6.	<i>Filozofia</i>	1	3	20
7.	<i>Proseminarium II</i>	1	1	4
8.	<i>Organisational behaviour/ Organisatorisches Verhalten</i>	3	2	8
9.	<i>Kurs uzupełniający</i>	1	0	30
10.	<i>Koncepcje zarządzania</i>	1	4	18
11.	<i>Trening umiejętności menedżerskich</i>	2	2	14
12.	<i>Techniki radzenia sobie ze stresem II</i>	3	2	6



Program studiów Uniwersytet WSB Merito we Wrocławiu filia w Opolu

13.	<i>Zarządzanie marketingowe</i>	1	4	30
14.	<i>Strategie personalne</i>	1	2	14
15.	<i>Strategie odpowiedzialnego biznesu</i>	1	3	16
16.	<i>Elementy statystyki matematycznej</i>	1	4	32
17.	<i>Prognozowanie ekonomiczne</i>	2	4	30
18.	<i>Zarządzanie procesami</i>	2	4	30
19.	<i>Zarządzanie strategiczne</i>	2	4	30
20.	<i>Marketing międzynarodowy</i>	2	4	28
21.	<i>E-Marketing/ Practical aspects of law/ Praktische Aspekte des Rechts</i>	3	2	30
22.	<i>Praktyka zawodowa</i>	4	20	480
23.	<i>Seminarium magisterskie</i>	2,3,4	10	130
<i>Specjalność Digital Marketing</i>				
24.	<i>E-komunikacja i Social Media</i>	3	3	26
25.	<i>Kreowanie marki online</i>	3	3	14
26.	<i>Narzędzia nowoczesnej reklamy</i>	3	5	30
27.	<i>Content marketing</i>	3	3	14
28.	<i>AI i nowe technologie w marketingu</i>	4	4	26
29.	<i>Warsztaty Social Media</i>	4	3	12



Program studiów Uniwersytet WSB Merito we Wrocławiu filia w Opolu

30.	<i>Symulacja biznesowa II</i>	4	3	20
31.	<i>Automatyzacja marketingu i analiza danych</i>	4	4	26
<b>SUMA</b>			<b>120</b>	<b>1274</b>
<i>Specjalność Psychologia i zarządzanie kapitałem ludzkim</i>				
32.	<i>Psychologia pracy i psychopatologie w miejscu pracy</i>	3	4	28
33.	<i>Employer Branding - planowanie i alokacja zasobów ludzkich</i>	3	4	28
34.	<i>Prawne aspekty zarządzania zasobami ludzkimi</i>	3	4	28
35.	<i>Systemy motywowania i wynagradzania</i>	3	3	10
36.	<i>Warsztat trenerski</i>	4	3	14
37.	<i>Rozwój kapitału ludzkiego organizacji</i>	4	4	30
38.	<i>Symulacja biznesowa II</i>	4	3	20
39.	<i>Wartościowanie i ocena pracy</i>	4	3	10
<b>SUMA</b>			<b>120</b>	<b>1274</b>
<i>Specjalność Biznes i nowe technologie</i>				
40.	<i>Zarządzanie cyfrowymi produktami i usługami</i>	3	4	28
41.	<i>Modelowanie biznesowe z wykorzystaniem nowych technologii</i>	3	3	12
42.	<i>Biznes w mediach społecznościowych: monetyzacja platform cyfrowych</i>	3	4	28
43.	<i>Analiza i optymalizacja procesów biznesowych</i>	3	3	12



Program studiów Uniwersytet WSB Merito we Wrocławiu filia w Opolu

44.	<i>Technologie finansowe (FinTech)</i>	4	4	28
45.	<i>Wirtualne środowiska pracy: Digital Workplace i coworking</i>	4	3	12
46.	<i>Symulacja biznesowa II</i>	4	3	20
47.	<i>Cyberbezpieczeństwo i ochrona danych w zarządzaniu</i>	4	4	28
<b>SUMA</b>			<b>120</b>	<b>1274</b>
<i>Specjalność INTERNATIONAL MANAGEMENT</i>				
48.	<i>LEAN MANAGEMENT</i>	3	3	20
49.	<i>CHANGE MANAGEMENT</i>	3	5	28
50.	<i>BUILDING AND MAINTAINING BUSINESS RELATIONSHIPS</i>	3	3	20
51.	<i>INTERNATIONAL BUSINESS PROJECT</i>	3	5	28
52.	<i>DECISION PROBLEMS IN BUSINESS</i>	3	3	20
53.	<i>BRANDING</i>	4	5	28
54.	<i>DESIGN THINKING</i>	4	4	24
<b>SUMA</b>			<b>120</b>	<b>1274</b>

Semestr	ECTS
1	24
2	27
3	29-34*
4	35-40*

\*w zależności od specjalności



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

ZAJĘCIA	SUMA	suma godzin					PRZYDZIAŁ		prze- d wybi- eraln- y	ECTS huma- nisty- czne	ECTS	ROK 1										ROK 2																									
		w	k/ów	lab	T	e	PROFOKOL	SEMESTR				1					2					3					4																				
												W	K	lab	T	e	punkty ECTS	norma zaliczen- ia	W	K	lab	T	e	punkty ECTS	norma zaliczen- ia	W	K	lab	T	e	punkty ECTS	norma zaliczen- ia	W	K	lab	T	e	punkty ECTS	norma zaliczen- ia								
<b>RAZEM WSPÓLNE I KIERUNKOWE</b>	<b>466</b>	<b>120</b>	<b>182</b>	<b>16</b>	<b>0</b>	<b>148</b>			<b>5,0</b>	<b>60,0</b>	<b>50</b>	<b>74</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>78</b>	<b>24</b>		<b>54</b>	<b>86</b>	<b>16</b>	<b>0</b>	<b>35</b>	<b>25</b>		<b>16</b>	<b>22</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>35</b>	<b>11</b>		<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>									
<b>ZAJĘCIA WYBIERALNE</b>																																															
E-Marketing/ Practical aspects of law/ Praktische Aspekte des Rechts	30	0	0	0	0	30	e	3	T		2																																				
Praktyka zawodowa	480	0	0	0	480	0	T	4	T		20																									480	20	zal									
Seminarium magisterskie 1	35	0	10	0	25	0	K	2	T		2							10				25		2	zal																						
Seminarium magisterskie 2	35	0	10	0	25	0	K	3	T		2															10		25		2	zal																
Seminarium magisterskie 3	60	0	10	0	50	0	K	4	T		6																					10		50		6	zal										
<b>RAZEM WYBIERALNE</b>	<b>640</b>	<b>0</b>	<b>30</b>	<b>0</b>	<b>580</b>	<b>30</b>				<b>0,0</b>	<b>32,0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>10</b>	<b>0</b>	<b>25</b>	<b>0</b>	<b>2</b>		<b>0</b>	<b>10</b>	<b>0</b>	<b>25</b>	<b>30</b>	<b>4</b>		<b>0</b>	<b>10</b>	<b>0</b>	<b>530</b>	<b>0</b>	<b>26</b>										
<b>ZAJĘCIA SPECJALNOŚCIOWE</b>																																															
E-komunikacja i Social Media	26	10	8	0	0	8	K	3	T		3															10	8			8	3	Eg															
Kreowanie marki online	14	0	14	0	0	0	K	3	T		3																14				3	Eg															
Narzędzia nowoczesnej reklamy	30	10	12	0	0	8	K	3	T		5															10	12			8	5	Eg															
Content marketing	14	0	14	0	0	0	K	3	T		3																14				3	Eg															
AI i nowe technologie w marketingu	26	10	0	8	0	8	lab	4	T		4																				10		8		8	4	Eg										
Warsztaty Social Media	12	0	0	12	0	0	lab	4	T		3																					12				3	Eg										
Symulacja biznesowa II	20	0	20	0	0	0	K	4	T		3																				20					3	Za										
Automatyzacja marketingu i analiza danych	26	8	0	10	0	8	lab	4	T		4																				8		10		8	4	Eg										
<b>RAZEM SPECJALIZACYJNE</b>	<b>168</b>	<b>38</b>	<b>68</b>	<b>30</b>	<b>0</b>	<b>32</b>				<b>0,0</b>	<b>28,0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>20</b>	<b>48</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>16</b>	<b>14</b>		<b>18</b>	<b>20</b>	<b>30</b>	<b>0</b>	<b>16</b>	<b>14</b>										
<b>RAZEM WSZYSTKO</b>	<b>1274</b>	<b>158</b>	<b>280</b>	<b>46</b>	<b>580</b>	<b>210</b>				<b>5,0</b>	<b>120,0</b>	<b>50</b>	<b>74</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>78</b>	<b>24</b>		<b>54</b>	<b>96</b>	<b>16</b>	<b>25</b>	<b>35</b>	<b>27</b>		<b>36</b>	<b>80</b>	<b>0</b>	<b>25</b>	<b>81</b>	<b>29</b>		<b>18</b>	<b>30</b>	<b>30</b>	<b>530</b>	<b>16</b>	<b>40</b>									
<b>LICZBA GODZIN BEZ E-LEARNINGU I PRAKTYK</b>	<b>484</b>	<b>484</b>		<b>484</b>					<b>0</b>			<b>124</b>						<b>166</b>							<b>116</b>						<b>78</b>																
<b>LICZBA ZJAZDÓW</b>												<b>7</b>						<b>9</b>							<b>8</b>						<b>5</b>																
<b>LICZBA GODZIN NA ZJAZD</b>												<b>17,7</b>						<b>18,4</b>							<b>14,5</b>						<b>15,6</b>																
<b>Rok akademicki realizacji zajęć</b>												<b>2026/2027</b>								<b>2026/2027</b>								<b>2027/2028</b>					<b>SUMA WSZYSTKICH ECTSów</b>					<b>2027/2028</b>					<b>120</b>				





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

ZAJĘCIA	SUMA	suma godzin					PRZYDZIAŁ		prze d wybi eraln y	ECTS huma nisty czne	ECTS	ROK 1								ROK 2																		
		w	k/ćw	lab	T	e	PROTOKÓŁ	SEMESTR				1				2				3				4														
												W	K	lab	T	e	punkty ECTS	forma zaliczen ia	W	K	lab	T	e	punkty ECTS	forma zaliczen ia	W	K	lab	T	e	punkty ECTS	forma zaliczen ia						
<b>RAZEM WSPÓLNE I KIERUNKOWE</b>	<b>466</b>	<b>20</b>	<b>268</b>	<b>30</b>	<b>0</b>	<b>148</b>			<b>0,0</b>	<b>60,0</b>	<b>4</b>	<b>120</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>78</b>	<b>24</b>	<b>0</b>	<b>126</b>	<b>30</b>	<b>0</b>	<b>35</b>	<b>25</b>	<b>0</b>	<b>16</b>	<b>22</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>35</b>	<b>11</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>		
<b>ZAJĘCIA WYBIERALNE</b>																																						
E-Marketing/ Practical aspects of law/ Praktische Aspekte des Rechts	30	0	0	0	0	30	K	3	T	2																												
PRAKTYKA ZAWODOWA	480	0	0	0	480	0	T	4	T	20																								480	20	zal		
SEMINARIUM MAGISTERSKIE 1	35	0	10	0	25	0	K	2	T	2							10		25		2	zal																
SEMINARIUM MAGISTERSKIE 2	35	0	10	0	25	0	K	3	T	2														10		25		2	zal									
SEMINARIUM MAGISTERSKIE 3	60	0	10	0	50	0	K	4	T	6																				10		50		6	zal			
<b>RAZEM WYBIERALNE</b>	<b>640</b>	<b>0</b>	<b>30</b>	<b>0</b>	<b>580</b>	<b>30</b>				<b>0,0</b>	<b>32,0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>10</b>	<b>0</b>	<b>25</b>	<b>0</b>	<b>2</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>10</b>	<b>0</b>	<b>25</b>	<b>30</b>	<b>4</b>	<b>0</b>	<b>10</b>	<b>0</b>	<b>530</b>	<b>0</b>	<b>26</b>			
<b>ZAJĘCIA SPECJALNOŚCIOWE</b>																																						
LEAN MANAGEMENT	20	0	20	0	0	0	K	3	T	3																												
CHANGE MANAGEMENT	28	0	28	0	0	0	K	3	T	5																												
BUILDING AND MAINTAINING BUSINESS RELATIONSHIPS	20	0	20	0	0	0	K	3	T	3																												
INTERNATIONAL BUSINESS PROJECT	28	0	0	28	0	0	lab	3	T	5																28		5	Eg									
DECISION PROBLEMS IN BUSINESS	20	0	20	0	0	0	K	3	T	3																												
BRANDING	28	0	28	0	0	0	K	4	T	5																									28	5	Eg	
DESIGN THINKING	24	0	24	0	0	0	K	4	T	4																										24	4	Eg
<b>RAZEM SPECJALIZACYJNE</b>	<b>168</b>	<b>0</b>	<b>140</b>	<b>28</b>	<b>0</b>	<b>0</b>				<b>0,0</b>	<b>28,0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>88</b>	<b>28</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>9</b>		
<b>RAZEM WSZYSTKO</b>	<b>1274</b>	<b>20</b>	<b>438</b>	<b>58</b>	<b>580</b>	<b>178</b>				<b>0,0</b>	<b>120,0</b>	<b>4</b>	<b>120</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>78</b>	<b>24</b>	<b>0</b>	<b>136</b>	<b>30</b>	<b>25</b>	<b>35</b>	<b>27</b>	<b>0</b>	<b>16</b>	<b>120</b>	<b>28</b>	<b>25</b>	<b>65</b>	<b>34</b>	<b>0</b>	<b>62</b>	<b>0</b>	<b>530</b>	<b>0</b>	<b>35</b>		
<b>LICZBA GODZIN BEZ E-LEARNINGU I PRAKTYK</b>	<b>516</b>	<b>516</b>			<b>566</b>				<b>0</b>		<b>124</b>							<b>166</b>							<b>164</b>						<b>62</b>							
<b>LICZBA ZJAZDÓW</b>											<b>7</b>							<b>9</b>							<b>9</b>						<b>6</b>							
<b>LICZBA GODZIN NA ZJAZD</b>											<b>17,7</b>							<b>18,4</b>							<b>18,2</b>						<b>10,3</b>							
<b>Rok akademicki realizacji zajęć</b>											<b>2026/2027</b>							<b>2026/2027</b>							<b>2027/2028</b>				<b>SUMA WSZYSTKICH ECTSów</b>				<b>120</b>					
																																				<b>2027/2028</b>		