



Wyższa Szkoła Bankowa we Wrocławiu
Wydział Finansów i Zarządzania

Program studiów
dla kierunku

Zarządzanie
studia II stopnia

Studia: niestacjonarne

Profil: praktyczny

Rok akademicki 2023/2024

I. OGÓLNA CHARAKTERYSTYKA KIERUNKU STUDIÓW

nazwa kierunku studiów	Zarządzanie	
Poziom kształcenia (studia pierwszego stopnia / studia drugiego stopnia / jednolite studia magisterskie)	studia drugiego stopnia	
Profil kształcenia	praktyczny	
Forma studiów stacjonarne/niestacjonarne	niestacjonarne	
Czas trwania studiów (w semestrach)	4	
Łączna liczba punktów ECTS dla danej formy studiów.	100	
Łączna liczba godzin określona w programie studiów	Studia stacjonarne -	Studia niestacjonarne 1134
Tytuł zawodowy nadawany absolwentom	magister	
Wymiar praktyk zawodowych	480 godzin	
Język prowadzenia studiów	polski	
Rok rozpoczęcia cyklu kształcenia	2023	

II. EFEKTY UCZENIA SIĘ

symbol efektu	opis efektów uczenia się	kod uniwersalnej charakterystyki
WIEDZA		
K_W01	Interpretuje treści współczesnych doktryn ekonomicznych i teorii zarządzania posługując się terminologią nauk ekonomicznych	P7S_WG
K_W02	Wyjaśnia (na przykładach) współczesne koncepcje organizacji pracy, zna metodykę projektowania struktur organizacyjnych oraz implementacji ich wzorców	P7S_WG
K_W03	Identyfikuje i wyjaśnia (w świetle współczesnych ujęć teoretycznych) ekonomiczne i zarządcze skutki różnic kulturowych w skali organizacji	P7S_WG
K_W04	Zna pojęcia oraz rozumie znaczenia etyki oraz własności intelektualnej (własności przemysłowej oraz praw autorskich i praw pokrewnych), a także rozumie konieczność zarządzania nimi	P7S_WG
K_W05	Zna współczesne koncepcje zarządzania systemami gospodarczymi i organizacjami oraz narzędzia kooperacji i konkurencji między nimi	P7S_WG

K_W06	Wyjaśnia istotę koncepcji zrównoważonego rozwoju gospodarczego	P7S_WG
K_W07	Uzasadnia znaczenie społecznej odpowiedzialności biznesu i wskazuje na jej przejawy w praktyce	P7S_WG
K_W08	Zna zasady rachunkowości, w tym rachunkowości zarządczej a analiz finansowych	P7S_WG
K_W09	Identyfikuje style przywództwa i ich uwarunkowania	P7S_WG
K_W10	Zna metody badań naukowych i zasady tworzenia instrumentów badawczych w zakresie nauk ekonomicznych	P7S_WG
K_W11	Rozróżnia i zna zastosowanie wybranych metod statystycznych i ekonometrycznych wspomagających procesy podejmowania decyzji	P7S_WG
K_W12	Rozróżnia metody badań w poszczególnych obszarach działalności przedsiębiorstwa(np. badania rynku, analiza finansowa, analiza poziomu jakości produktów itp.)	P7S_WG
K_W13	Zna zaawansowane metody badań w poszczególnych obszarach działalności organizacji	P7S_WG
K_W14	Zna przepisy prawa (w tym dyrektywy i rozporządzenia UE) regulujące funkcjonowanie podmiotów gospodarczych oraz przepływ towarów, usług i ludzi na rynku europejskim	P7S_WK
K_W15	Wyjaśnia istotę i znaczenie procesów restrukturyzacyjnych organizacji oraz ich znaczenie praktyczne	P7S_WG
K_W16	Opisuje metody analizy strategicznej organizacji i jej otoczenia	P7S_WK
K_W17	Identyfikuje strategie negocjacyjne	P7S_WG
UMIEJĘTNOŚCI		
K_U01	Posiada umiejętność podejmowania i prowadzenia działalności gospodarczej przedsiębiorstw, a także działalności organizacji nienastawionych na zysk	P7S_UW
K_U02	Dokonyuje obserwacji, analizy i interpretacji zjawisk oraz procesów w organizacji	P7S_UW
K_U03	Identyfikuje i formułuje (strukturalizuje) problemy badawcze pozwalające na analizę złożonych procesów i zdarzeń w skali organizacji	P7S_UW
K_U04	Dobiera metody i narzędzia służące do opisu oraz analizy problemów i obszarów działalności organizacji i jej otoczenia	P7S_UW
K_U05	Ma umiejętność modelowania i przewidywania przebiegu wybranych procesów w organizacji	P7S_UW
K_U06	Ma umiejętność prognozowania, określania i stosowania kryteriów oraz poziomu mierników oceny funkcjonowania organizacji	P7S_UW
K_U07	Uczestniczy w procesach podejmowania decyzji strategicznych oraz ocenie proponowanych rozwiązań z wykorzystaniem zaawansowanych metod i narzędzi	P7S_UO
K_U08	Integruje wiedzę z różnych dziedzin w celu tworzenia innowacyjnych rozwiązań	P7S_UW
K_U09	Potrafi dokonać całościowej diagnozy sytuacji oraz analizy i krytycznej oceny możliwych wariantów strategii	P7S_UW
K_U10	Postępuje się normami i standardami w procesach zarządzania organizacją	P7S_UK

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

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

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

Nazwa Przedmiotu	K_W01	K_W02	K_W03	K_W04	K_W05	K_W06	K_W07	K_W08	K_W09	K_W10	K_W11	K_W12	K_W13	K_W14	K_W15	K_W16	K_W17	K_U01	K_U02	K_U03	K_U04	K_U05	K_U06	K_U07	K_U08	K_U09	K_U10	K_U11	K_U12	K_U13	K_U14	K_U15	K_U16	K_U17	K_U18	K_U19	K_U20	K_U21	K_U22	K_K01	K_K02	K_K03	K_K04	K_K05		
Agile PM	0	0	0	0	1	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	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
Analityka internetowa	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0
Analiza danych biznesowych	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	
Analiza krytyczności i ryzyka - zarządzanie ryzykiem	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	1	0		
Analiza opłacalności projektu	1	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	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0		
Audyt wewnętrzny	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	
Branding	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	
Branding	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	
Budowanie relacji z podwładnymi	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	1	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	
Budowanie zespołu projektowego	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0		
Coaching i mentoring	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	
Content marketing&social media	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	
CSR w miejscu pracy	0	1	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	
Design&design thinking	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	
Dobór i adaptacja pracowników	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	
E-commerce	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	
E-marketing & automation marketing	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	
Employer Branding	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0		
Grafika i fotografia w marketingu - warsztaty	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0		
HR Business partner	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0		
Identyfikacja wizualna – pracownia graficzna	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0			

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

Przedmiot	Treści programowe
Język obcy w zarządzaniu B2+	Rozumienie i analiza tekstów.
	Gramatyka i słownictwo.
	Komunikacja ustna w życiu codziennym i zawodowym.
	Komunikacja pisemna biznesowa.
Praktyczne aspekty prawa	Wstęp do prawa cywilnego. Podmioty i przedmioty prawa. Pełnomocnictwo. Własność a posiadanie. Przedawnienia.
	Umowy w obrocie gospodarczym z elementami windykacji.
	Przedsiębiorca i działalność gospodarcza. Spółki osobowe i kapitałowe z elementami prawa upadłościowego i naprawczego.
	Pracownik w firmie, wybrane zagadnienia z prawa pracy.
	Wybrane zagadnienia z prawa rodzinnego i opiekuńczego z elementami prawa spadkowego.
	Wybrane zagadnienia z postępowania administracyjnego.
Współczesne problemy społeczno-gospodarcze	Globalizacja i jej wpływ na Polskę
	Zachowania konsumenckie Polaków
	Rozwój gospodarczy polski a poziom życia społeczeństwa w świetle podstawowych mierników ekonomicznych
	Rynek pracy – uwarunkowania, problemy, tendencje
	Polityka fiskalna państwa, jej charakterystyka oraz ocena
	Polityka monetarna państwa, jej charakterystyka i ocena
	Kierunki i problemy rozwoju oraz dynamika handlu zagranicznego Polski
Praktyka zawodowa	I. Moduł obowiązkowy dla każdej specjalności: 1. Podstawy prawne i przedmiot działalności przedsiębiorstwa 2. Organizacja podmiotu gospodarczego 3. Dokumentacja organizacyjna przedsiębiorstwa 4. Infrastruktura przedsiębiorstwa 5. Obsługa prawna w przedsiębiorstwie 6. Strategia przedsiębiorstwa, misja, wizja 7. Innowacje wprowadzane w przedsiębiorstwie 8. Wykorzystanie środków UE w przedsiębiorstwie 9. Analityka stosowana w przedsiębiorstwie – otoczenia oraz ekonomiczno-finansowa.
	II. Moduły do wyboru: Moduł 1: System zarządzania strategicznego przedsiębiorstwem Moduł 2: Zarządzanie kapitałem ludzkim w przedsiębiorstwie Moduł 3: Polityka HR Moduł 4: Coaching i mentoring w przedsiębiorstwie Moduł 5: Strategie innowacji marketingowych w przedsiębiorstwie Moduł 6: Działania przedsiębiorstwa na rynku międzynarodowym Moduł 7: Funkcjonowanie działu sprzedaży oraz strategię sprzedażowe/polityka cen Moduł 8: System informatyczny przedsiębiorstwa z włączeniem zarządzania wiedzą oraz ochrona danych osobowych

	<p>Moduł 9: Zarządzanie finansami w przedsiębiorstwie</p> <p>Moduł 10: Zarządzanie produktami/produkcją</p> <p>Moduł 11: Zarządzanie MiSP/dużą firmą międzynarodową</p> <p>Moduł 12: System logistyczny w przedsiębiorstwie</p> <p>Moduł 13: Internet w działalności przedsiębiorstwa</p> <p>Moduł 14: Psychologiczne aspekty zarządzania firmą</p> <p>Moduł 15: System motywacyjny i szkolenia pracowników</p> <p>Moduł 16: System zarządzania jakością</p> <p>Moduł 17: Organizacja działalności marketingowej w przedsiębiorstwie</p> <p>Moduł 18: Strategie sprzedaży w firmie</p> <p>Moduł 19: Zarządzanie informacją w przedsiębiorstwie</p> <p>Moduł 20: Obsługa klienta</p>
Seminarium magisterskie 1	Ochrona własności intelektualnej. Plagiat, autoplgiat i ich konsekwencje.
	Pojęcie i zadania pracy magisterskiej. Etapy opracowywania pracy dyplomowej. Rodzaje prac dyplomowych. Znaczenie i rodzaje źródeł pracy oraz kryteria ich doboru.
	Cechy tematu i tytułu pracy. Pojęcie, znaczenie i sposoby formułowania problemu badawczego pracy. Zakres podmiotowy, przedmiotowy, czasowy i przestrzenny pracy. Cele ogólne i szczegółowe pracy dyplomowej. Hipotezy badawcze.
	Struktura pracy. Elementy strony tytułowej, spisu treści. Układ rozdziałów, podpunktów i punktów oraz zasady formułowania ich tytułów. Przykłady budowy spisu treści.
	Zasady konstrukcji wstępu, rozdziałów merytorycznych i zakończenia. Znaczenie opracowywania szczegółowego „planu wewnętrznego” przed przystąpieniem do pisania poszczególnych rozdziałów pracy. Budowa akapitów. Cytaty w pracy.
	Materiały źródłowe. Gromadzenie i dobór pod kątem tematyki i celu pracy. Konstrukcja przypisów. Zasady prezentowania bibliografii.
	Sposoby graficznej prezentacji tekstu. Konstrukcja spisu tabel, wykresów, rysunków. Aneks w pracy. Poprawność językowa. Korekta tekstu.
Seminarium magisterskie 2,3	Prezentacja studiów literaturowych do przyjętego tematu pracy
	Omówienie napisanej części pracy mgr
	Omówienie napisanej części pracy mgr
Wykład do wyboru w języku obcym	The basics: from a designer studio to business and beyond. The theory and history of Design Thinking. Bird’s-eye view. A look at the process of creating innovation based on the stages of design thinking methodology. The idea of teamwork and individual work.
	Empathy: How to understand user needs? Visualisations in the process: the empathy map. Your need or my need? Identifying and defining user needs.
	Methods of generating ideas or everyone is creative (you just need to wake them up).
	Prototyping and testing. Types of prototypes of products and services. Practical tips and proven tools.
Analiza danych biznesowych	Klasyfikacje badań i analiz danych biznesowych
	Narzędzia analityczne - wybrane obszary zastosowań.

	Modele biznesowe - model Canvas.
	Raporty biznesowe.
	Badania ilościowe
	Badania jakościowe
	Analizy biznesowe - podstawowe obszary i zastosowania. Wskaźniki biznesowe.
	Analityka internetowa
	Analizy biznesowe - przygotowanie prezentacji
	Narzędzia do prezentacji danych - np. Data Studio, Prezi.
Kompetencje nowoczesnego menedżera	Umiejętność pokonywania podświadomych nastawień. Aktywne zrozumienie współpracowników.
	Inspirowanie kreatywnych, niestandardowych rozwiązań. Doskonalenie umiejętności myślenia dywergencyjnego.
	Wywieranie wpływu na inne osoby. Jak radzić sobie z oporem?
	Psychologiczne algorytmy współpracy z wybranymi typami trudnych pracowników.
	Doświadczenie stresu w miejscu pracy. Jak ustalać granice biznesowe i chronić siebie?
	Problem wypalenia zawodowego i jak sobie z nim radzić.
	Rozwijanie umiejętności pracy w zespole.
	Inteligencja emocjonalna - panowanie nad emocjami.
	Jak radzić sobie z porażką? Budowanie stabilnego poczucia własnej wartości.
	Jak unikać prokrastynacji? Techniki zarządzania czasem.
Makroekonomia	Mierniki makroekonomiczne
	Pieniądz i system bankowy
	Polityka stabilizacji gospodarczej
	Walka szkół w makroekonomii (klasyczny i keynesowski model wyznaczania produktu)
	Teorie konsumpcji (efekt rygla, teoria stałego dochodu, teoria konsumpcji i oszczędności w cyklu życia)
	Model wzrostu dochodu wg. J. M. Keynesa
	Model mnożnikowy - teoria i praktyka makroekonomii
	Cykl koniunkturalny
	Procesy dynamiczne w gospodarce rynkowej
	Rynek pracy i bezrobocie
	Inflacja
Pomiar i modelowanie w zarządzaniu	Podstawowe pojęcia z rachunku prawdopodobieństwa. Zmienna losowa, rozkład prawdopodobieństwa, wartość oczekiwana i wariancja.
	Rozkład Bernoulliego. Rozkład normalny, standaryzacja.
	Twierdzenia graniczne: Moivre'a-Laplace'a i Lindeberga-Levy'ego.
	Estymacja przedziałowa. Rozkład t-Studenta oraz rozkład Chi-kwadrat.
	Przedział ufności dla wartości oczekiwanej, mała i duża próba.

	Przedział ufności dla wariancji, mała i duża próba. Przedział ufności dla wskaźnika struktury. Minimalna liczebność próby dla oszacowania wskaźnika struktury
	Testy parametryczne, podstawowe pojęcia. Testy istotności dla wartości oczekiwanej.
	Testy istotności dla wariancji. Testy istotności dla wskaźnika struktury
Przedsiębiorczość	Wprowadzenie do Przedsiębiorczości. Jak założyć przedsiębiorstwo, przygotować biznes plan oraz jak przedsiębiorczość wygląda w Polsce od strony statystycznej.
	Zakładanie działalności gospodarczej.
	Formy zatrudnienia pracowników.
	Ograniczanie ryzyka w prowadzeniu działalności gospodarczej.
	Finansowanie prowadzenia działalności gospodarczej.
	Biznes plan prowadzonej działalności.
	Koszty stałe i zmienne w działalności gospodarczej.
	Marketing i budowanie marki.
	Przedsiębiorczość w ujęciu definicyjnym.
	Typy i motywy zachowań przedsiębiorczych.
	Uwarunkowania ekonomiczne przedsiębiorczości.
	Uwarunkowania psychologiczne przedsiębiorczości
	Uwarunkowania społeczno- kulturowe przedsiębiorczości. Wpływ kultury na przedsiębiorczość.
	Uwarunkowania społeczno- kulturowe przedsiębiorczości. Odziaływanie struktury społecznej i stratyfikacji na przedsiębiorczość.
	Społeczna odpowiedzialność biznesu
	Wybór korzystnej formy działalności dla poszczególnych praktycznych dziedzin działalności.
Rachunkowość zarządcza	Istota i znaczenie rachunkowości zarządczej. Pojęcia i systematyka kosztów. Pojęcie i zakres rachunku kosztów.
	Rozliczenia i kalkulacje kosztów jako podstawa prawidłowości sprawozdań finansowych oraz decyzji gospodarczych
	Modele rachunku kosztów – rachunki kosztów standardowych, ABC, zmiennych.
	Metody zarządzania kosztami – budżetowa kontrola i analiza kosztów
	Wybrane krótkookresowe i długookresowe rachunki decyzyjne przychodów, kosztów i wyników
Strategie negocjacji na rynkach międzynarodowych	Pojęcie negocjacji, rodzaje negocjacji
	Strategie i style negocjacyjne
	Znaczenie odmiennych systemów wartości w negocjacjach międzynarodowych
	Wpływ różnic kulturowych w środowisku międzynarodowym
	Komunikacja pozawerbalna w środowisku międzynarodowym
	Fazy negocjacji a style i strategie negocjowania
Zarządzanie jakością	Definicje i istota jakości i systemu zarządzania jakością
	Rozwój podejścia do zarządzania jakością w organizacjach
	Przesłanki, uwarunkowania SZJ we współczesnych organizacjach

	Etapy wprowadzania SZJ opartego na normach ISO serii 9000
	Koszty wprowadzania SZJ
	Charakterystyka i zastosowanie narzędzi doskonalenia jakości
	Zintegrowany system zarządzania jakością w organizacjach
Zarządzanie marketingowe	Procesy i funkcje zarządzania marketingowego. Strategiczne planowanie marketingowe.
	Analiza otoczenia - identyfikacja szans rynkowych.
	Zarządzanie produktem.
	Zarządzanie ceną.
	Zarządzanie promocją - promotion-mix
	Zarządzanie dystrybucją.
	Segmentacja rynku.
	Pozycjonowanie marki/produktu.
Zarządzanie procesami	Orientacja funkcjonalna i procesowa w zarządzaniu organizacją.
	Podejście procesowe w wybranych koncepcjach zarządzania.
	Pojęcie procesu, jego istota, klasyfikacje procesów.
	Cele zarządzania procesami.
	Identyfikacja i odwzorowywanie procesów. Projektowanie procesów.
	Wdrożenie podejścia procesowego w organizacji.
	Kierowanie procesami. Metody i techniki usprawniania procesów i zarządzania nimi.
Zarządzanie strategiczne	Istota zarządzania strategicznego
	Podejścia i szkoły zarządzania strategicznego
	Procedura zarządzania strategicznego
	Uczestnicy i organizacja procesu zarządzania strategicznego
	Analiza strategiczna organizacji
	Misja, wizja i cele
	Wybory strategiczne
Specjalność: LEAN MANAGEMENT I ZARZĄDZANIE JAKOŚCIĄ	Analiza krytyczności i ryzyka - zarządzanie ryzykiem
	Audytor wewnętrzny
	Kaizen Management System
	Lean Manufacturing
	Podstawowe procedury systemów zapewnienia jakości
	Projektowanie i wdrażanie systemów zarządzania jakością
	Six Sigma
	Systemy zarządzania środowiskiem i bezpieczeństwem pracy
	Total Quality Management
	Transformacje LEAN w firmie
Specjalność: PROJECT MANAGEMENT	Agile PM
	Analiza opłacalności projektu
	Budowanie zespołu projektowego

	Metodyka zarządzania projektami
	MS Project
	Strategie wprowadzania innowacji w firmie
	Wstęp do zarządzania projektami
	Zarządzanie i koordynacja realizacji projektu
	Zarządzanie projektem - projekt
	Zarządzanie sytuacjami kryzysowymi w projekcie
Specjalność: PSYCHOLOGIA I ZARZĄDZANIE KAPITAŁEM LUDZKIM	Coaching i mentoring
	CSR w miejscu pracy
	Dobór i adaptacja pracowników
	Employer Branding
	HR Business partner
	Prawne i organizacyjne aspekty zarządzania pracownikami
	Psychologiczne podstawy organizacji czasu i pracy
	Psychopatologie w miejscu pracy
	Trendy i narzędzia zarządzania kapitałem ludzkim
	Warsztat - trener biznesu
Specjalność: TRENDY&DESIGN W MARKETINGU	Analityka internetowa
	Branding
	Content marketing&social media
	Design&design thinking
	E-commerce
	E-marketing & automation marketing
	Grafika i fotografia w marketingu - warsztaty
	Identyfikacja wizualna – pracownia graficzna
	Psychologia marketingu i reklamy
Specjalność: ZARZĄDZANIE I MARKETING	Branding
	Budowanie relacji z podwładnymi
	Mikroekonomia
	Nowoczesny marketing
	Trendy i narzędzia zarządzania
	Wprowadzenie do rachunkowości
	Wskaźniki zarządcze i interpretacja danych marketingowych
	Współczesne koncepcje zarządzania
	Zarządzanie projektami
	Zastosowanie Internetu i social mediów w zarządzaniu

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

IV. PROGRAM STUDIÓW

Specjalności proponowane na II stopniu kierunku Zarządzanie:

- PROJECT MANAGEMENT
- PSYCHOLOGIA I ZARZĄDZANIE KAPITAŁEM LUDZKIM

A) PRZYPORZĄDKOWANIE KIERUNKU STUDIÓW DO DYSYCYPLIN NAUKOWYCH

L.p.	Dyscypliny naukowe	% PUNKTÓW ECTS
1	Nauki o zarządzaniu i jakości	100

B) PODSTAWOWE WSKAŹNIKI ECTS OKREŚLONE DLA 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 44
Łączna liczba punktów ECTS przyporządkowana zajęciom kształtującym umiejętności praktyczne	STUDIA STACJONARNE -
	STUDIA NIESTACJONARNE 82
Łączna liczba punktów ECTS, jaką student musi uzyskać w ramach zajęć z dziedziny nauk humanistycznych lub nauk społecznych - w przypadku kierunków studiów przyporządkowanych do dyscyplin w ramach dziedzin innych niż odpowiednio nauki humanistyczne lub nauki społeczne	5
Łączna liczba punktów ECTS przyporządkowana zajęciom do wyboru	68
Łączna liczba punktów ECTS przyporządkowana praktykom zawodowym	20

C) WYMIAR, ZASADY I FORMY ODBYWANIA PRAKTYK ZAWODOWYCH

Zgodnie z obowiązującym Regulaminem studiów Wyższej Szkoły Bankowej we Wrocławiu, praktyki zawodowe są obowiązkowe a zasady ich realizacji, treści programowe, metody kształcenia, efekty uczenia się, czy metody weryfikacji osiągnięcia efektów uczenia się etc. określone są, podobnie jak w przypadku innych zajęć przewidzianych w programie studiów, w kartach przedmiotów „Praktyka zawodowa”.

Wymiar praktyk zawodowych dla studiów II stopnia wynosi min. 480 godziny/12 tygodni (zaliczane w jednym semestrze). Na studiach II stopnia praktykom przypisanych jest 20 punktów ECTS. Praktyki

realizowane i zaliczane są w semestrze, w którym w programie studiów przewidziany jest przedmiot „praktyka zawodowa”. Program praktyk obejmuje moduły: obowiązkowy i do wyboru.

Istnieją dwa rozwiązania dotyczące organizacji praktyk: student ma możliwość skorzystania z pomocy uczelni przy wyborze miejsca praktyki lub może ją zorganizować we własnym zakresie. W przypadku organizacji praktyk za pośrednictwem uczelni student korzysta ze wsparcia doradców zawodowych Biura Karier, odbywa praktykę pod opieką jednego z pracodawców współpracujących z uczelnią. Biuro Karier stale pozyskuje nowe firmy, które deklarują chęć współpracy przy organizacji praktyk poprzez konsultacje z Menedżerem Kierunku, członkami Rady Biznesu dla kierunku, Związkami Pracodawców na Dolny Śląsku, instytucjami publicznymi, pracodawcami zgłaszającymi oferty pracy, staży, praktyk. W przypadku indywidualnej organizacji praktyk student jest zobowiązany do złożenia deklaracji, na której pracodawca potwierdza możliwość realizacji konkretnych modułów przewidzianych dla praktyk w danej placówce/firmie/instytucji. Deklaracje zawiera ponadto informacje niezbędne do wystawienia dokumentacji praktyk, weryfikacji oraz monitorowania prawidłowej realizacji praktyk. Niezależnie jednak od formy organizacji praktyk (czy poprzez uczelnię, czy indywidualnie) zasady odbywania praktyki są jednakowe. Do każdej praktyki podpisywane jest trójstronne porozumienie między uczelnią, pracodawcą i studentem, co zapewnia transparentność procesu organizacji praktyk. Porozumienie określa jasno zasady i warunki realizacji praktyk u pracodawcy, obowiązki każdej ze stron. Studenci przed praktyką zobligowani są do odebrania dokumentów na praktykę (skierowanie wraz z spersonalizowanymi dokumentami – wystandaryzowanym zaświadczeniem, które na koniec praktyki wypełnia tzw. opiekun praktyki ze strony firmy). Po zakończonej praktyce student wypełnia elektroniczną ankietę w ekstranecie.

Przy wyborze przez studenta miejsca praktyki brane są pod uwagę:

- kierunek studiowania,
- możliwość realizacji programu praktyk,
- predyspozycje studenta oraz jego preferencje.

Procesem organizowania i koordynowania praktyk zajmuje się Biuro Karier (BK). Do opieki nad studentami z poszczególnych kierunków dedykowani są pracownicy Biura Karier.

Praktyka jest zaliczana na podstawie składanej przez studenta w BK po zakończeniu praktyk dokumentacji: zaświadczenia o odbyciu praktyk, raportu z odbytych praktyk przygotowanych wspólnie przez opiekuna i studenta-praktykanta (weryfikacja efektów uczenia się), karty pracy, wypełnionej elektronicznej ankiety. Następnie dokumentacja jest przekazywana do opiekuna praktyk zawodowych z ramienia Uczelni. Zgodnie z Zarządzeniem Dziekana opiekunem może być Menedżer kierunku lub osoba wskazana przez niego. Opiekun ściśle współpracuje z dedykowanym temu kierunkowi pracownikiem Biura Karier, który jest pośrednikiem pomiędzy nim a opiekunem z firmy. Zadaniem opiekuna praktyk z ramienia Uczelni jest ocena osiągniętych efektów uczenia się na praktyce zgodnie z kierunkiem studiów.

Regulamin studiów przewiduje możliwość zaliczenia praktyki bądź jej części na podstawie doświadczenia zawodowego w branży i firmie, której działalność wiąże się tematycznie i merytorycznie z kierunkiem studiów i programem praktyk na danym kierunku. Szczególny tryb zaliczenia doświadczenia zawodowego na poczet praktyk określa Regulamin studiów.

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

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

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

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

E) WYKAZ ZAJĘĆ LUB GRUPY ZAJĘĆ Z PRZYPISANIEM PUNKTÓW ECTS

Studia niestacjonarne:

Przedmiot	Semestr	ECTS
Język obcy w zarządzaniu B2+	I	5
Praktyczne aspekty prawa	I	3
Współczesne problemy społeczno-gospodarcze	II	3
Praktyka zawodowa	IV	20
Seminarium magisterskie 1	II	2
Seminarium magisterskie 2	III	2
Seminarium magisterskie 3	IV	6
Wykład do wyboru w języku obcym	I	1
Analiza danych biznesowych	IV	3
Kompetencje nowoczesnego menedżera	I	2
Makroekonomia	II	2
Pomiar i modelowanie w zarządzaniu	I	2
Przedsiębiorczość	IV	2
Rachunkowość zarządcza	IV	3
Strategie negocjacji na rynkach międzynarodowych	I	2

Zarządzanie jakością	III	2
Zarządzanie marketingowe	I	4
Zarządzanie procesami	IV	2
Zarządzanie strategiczne	I	2
Przedmioty specjalnościowe	II,III	32
	Łącznie:	100