

## Karta przedmiotu

Nazwa i kod przedmiotu	Badania marketingowe, PG_00178197						
Kierunek studiów	Zarządzanie (O)						
Data rozpoczęcia studiów	październik 2025 r.		Rok akademicki realizacji przedmiotu		2026/2027		
Poziom kształcenia	I stopnia - licencjackie		Grupa zajęć		Grupa zajęć obowiązkowych z zakresu kierunku studiów Grupa zajęć powiązanych z prowadzonymi badaniami naukowymi w dziedzinie nauki związanej z kierunkiem - profil ogólnoakademicki		
Forma studiów	stacjonarne		Sposób realizacji		na uczelni		
Rok studiów	2		Język wykładowy		polski		
Semestr studiów	4		Liczba punktów ECTS		5.0		
Profil kształcenia	ogólnoakademicki		Forma zaliczenia		zaliczenie		
Jednostka prowadząca	Rektor -> Wydział Zarządzania -> Katedra Marketingu						
Imię i nazwisko wykładowcy (wykładowców)	Odpowiedzialny za przedmiot		dr Adriana Frączek				
	Prowadzący zajęcia z przedmiotu						
Formy zajęć	Forma zajęć	Wykład	Ćwiczenia	Laboratorium	Projekt	Seminarium	RAZEM
	Liczba godzin zajęć	30.0	30.0	0.0	0.0	0.0	60
	W tym liczba godzin zajęć na odległość: 0.0						
Aktywność studenta i liczba godzin pracy	Aktywność studenta	Udział w zajęciach dydaktycznych, objętych planem studiów		Udział w konsultacjach		Praca własna studenta	RAZEM
	Liczba godzin pracy studenta	60		4.0		61.0	125
Cel przedmiotu	Celem przedmiotu jest ukazanie specyfiki badań marketingowych i dogłębne zaznajomienie studentów z podstawowymi metodami i technikami badań wykorzystywanymi w tym obszarze; zapoznanie studentów ze specyfiką badań marketingowych; wyrobienie u studenta umiejętności analizy związków i zależności pomiędzy zjawiskami rynkowymi; nabycie umiejętności krytycznej analizy zjawisk zachodzących na rynku; zachęcanie do pogłębionego postrzegania zjawisk i procesów zachodzących na rynku.						

Efekty uczenia się przedmiotu	Efekt kierunkowy	Efekt z przedmiotu	Sposób weryfikacji i oceny efektu
	[ZARZL3_U03] Student potrafi pozyskiwać dane z właściwie wybranych i zweryfikowanych źródeł oraz wykorzystywać te dane na potrzeby analizy i oceny procesów oraz zjawisk gospodarczych.	U1 Potrafi analizować przyczyny i przebieg zjawisk rynkowych, formułować własne opinie oparte na wynikach badań i marketingowych. Potrafi stawiać proste hipotezy badawcze	[SU1] oral statement/conversation/discussion
	[ZARZL3_W05] Student w zaawansowanym stopniu zna i rozumie metody oraz techniki pozyskiwania, opracowywania i wykorzystania danych w procesach decyzyjnych oraz zarządczych.	W2 Posiada podstawową wiedzę z zakresu pozyskiwania danych, metod badań marketingowych	[SW1] oral statement/conversation/discussion
	[ZARZL3_W04] Student w zaawansowanym stopniu zna i rozumie rolę, miejsce oraz zachowania człowieka w organizacji - w wymiarze indywidualnym, grupowym oraz organizacyjnym.	W1 Student zna i rozumie znaczenie i zasady funkcjonowania podmiotów gospodarczych oraz relacje i więzi łączące je z innymi podmiotami	[SW4] test/exam - oral or written
	[ZARZL3_U04] Student potrafi poprawnie wybrać oraz właściwie stosować metody i narzędzia z zakresu nauk o zarządzaniu i jakości oraz ekonomii i finansów - na potrzeby procesów decyzyjnych.	U2 Student umie zaplanować i samodzielnie przeprowadzić badania marketingowe.	[SU2] presentation/project/paper/report
	[ZARZL3_U10] Student potrafi w sposób jasny i komunikatywny przekazywać informacje oraz prezentować swoje opinie, posługując się terminologią z zakresu nauk o zarządzaniu i jakości, za pomocą różnych środków przekazu.	U4 Student potrafi komunikatywnie, a także w sposób wizualnie przejrzysty zaprezentować wyniki własnych badań marketingowych.	[SU2] presentation/project/paper/report
	[ZARZL3_U12] Student potrafi wykorzystywać technologie i narzędzia informatyczne, wspomagające realizację zadań zawodowych, związanych z zarządzaniem.	U3 Student potrafi przeprowadzić analizę zebranych danych oraz potrafi wyciągnąć wnioski ze zrealizowanych badań marketingowych.	[SU2] presentation/project/paper/report
Treści przedmiotu	<p>Wykład</p> <p>Wprowadzenie do przedmiotu. Podstawowe pojęcia. Rynek i marketing pojęcia i elementy. Istota, znaczenie i rozwój badań marketingowych. Etapy procesu badawczego. Metody zbierania informacji w badaniach marketingowych. System informacji marketingowej. Błędy losowe i nielosowe w badaniach. Rzetelność i wiarygodność badań. Badania zachowania konsumentów. Badania percepcji marek. Badania komunikacji marketingowe</p> <p>Ćwiczenia</p> <p>Wprowadzenie do ćwiczeń. Podstawowe pojęcia. Zagadnienia badawcze występujące najczęściej w badaniach marketingowych. Etapy budowy kwestionariusza. Metody doboru próby badawczej i ustalanie jej wielkości. Proces zbierania danych i budowa bazy danych. Metody analizy i interpretacji danych w badaniach marketingowych. Metody i sposoby prezentacji wyników w badaniach marketingowych. Opracowanie raportu końcowego z badań marketingowych.</p>		
Wymagania wstępne i dodatkowe	Marketing		
Sposoby i kryteria oceniania osiągniętych efektów uczenia się	Sposób oceniania (składowe)	Próg zaliczeniowy	Składowa oceny końcowej
	Przeprowadzenie badań, przygotowanie raportu, egzamin	51.0%	100.0%
Zalecana lista lektur	Podstawowa lista lektur	1. Badania marketingowe. Metody, techniki i obszary aplikacji na współczesnym rynku, red. nauk. Mazurek-Łopacińska K., Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2016. 2. Maison D., Jakościowe metody badań marketingowych, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2018	
	Uzupełniająca lista lektur	Badania marketingowe. Nowoczesne metody badań i zastosowania, red. nauk., R. Milic-Czerniak, Difin, 2019.	
	Adresy eZasobów		

Przykładowe zagadnienia/ przykładowe pytania/ realizowane zadania	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. W jaki sposób dobór próby wpływa na wiarygodność wyników badania marketingowego? Podaj przykłady, które ilustrują możliwe trendy i ich konsekwencje?</li> <li>2. Opisz proces konstruowania kwestionariusza do badań satysfakcji klientów. Jakie błędy są najczęściej popełniane na tym etapie i jak można ich uniknąć?</li> <li>3. Jakie wnioski marketingowe można wysnuć z analizy danych jakościowych, takich jak wywiady pogłębione lub grupy fokusowe? Przedstaw przykład badania, w którym takie dane odegrały kluczową rolę/</li> <li>4. Porównaj zalety i ograniczenia badań pierwotnych oraz wtórnych w kontekście planowania strategii marketingowej dla nowej marki?</li> </ol>
Praktyki zawodowe w ramach przedmiotu	Nie dotyczy

Dokument wygenerowany elektronicznie. Nie wymaga pieczęci ani podpisu.



## Karta przedmiotu

Nazwa i kod przedmiotu	Zarządzanie finansami i podatki w przedsiębiorstwie, PG_00178198						
Kierunek studiów	Zarządzanie (O)						
Data rozpoczęcia studiów	październik 2025 r.	Rok akademicki realizacji przedmiotu			2026/2027		
Poziom kształcenia	I stopnia - licencjackie	Grupa zajęć			Grupa zajęć obowiązkowych z zakresu kierunku studiów Grupa zajęć powiązanych z prowadzonymi badaniami naukowymi w dziedzinie nauki związanej z kierunkiem - profil ogólnoakademicki		
Forma studiów	stacjonarne	Sposób realizacji			na uczelni		
Rok studiów	2	Język wykładowy			polski polski		
Semestr studiów	4	Liczba punktów ECTS			7.0		
Profil kształcenia	ogólnoakademicki	Forma zaliczenia			zaliczenie		
Jednostka prowadząca	Rektor -> Wydział Zarządzania -> Katedra Bankowości i Finansów						
Imię i nazwisko wykładowcy (wykładowców)	Odpowiedzialny za przedmiot	dr hab. Angelika Kędzierska-Szczepaniak					
	Prowadzący zajęcia z przedmiotu						
Formy zajęć	Forma zajęć	Wykład	Ćwiczenia	Laboratorium	Projekt	Seminarium	RAZEM
	Liczba godzin zajęć	30.0	45.0	0.0	0.0	0.0	75
	W tym liczba godzin zajęć na odległość: 0.0						
Aktywność studenta i liczba godzin pracy	Aktywność studenta	Udział w zajęciach dydaktycznych, objętych planem studiów		Udział w konsultacjach		Praca własna studenta	RAZEM
	Liczba godzin pracy studenta	75		4.0		96.0	175
Cel przedmiotu	Celem zajęć jest zapoznanie studentów z podstawowymi teoretycznymi i praktycznymi zagadnieniami dotyczącymi finansów przedsiębiorstwa, aby rozumieli oni finansowe mechanizmy jego funkcjonowania, byli w stanie podejmować proste decyzje dotyczące finansów i oszacować ich potencjalne skutki.						

Efekty uczenia się przedmiotu	Efekt kierunkowy	Efekt z przedmiotu	Sposób weryfikacji i oceny efektu
	[ZARZL3_U01] Student potrafi analizować i interpretować procesy oraz zjawiska społeczno-gospodarcze w kontekście podejmowania decyzji biznesowych, wykorzystując wiedzę i narzędzia z zakresu nauk o zarządzaniu i jakości oraz ekonomii i finansów.	Student analizuje i interpretuje procesy oraz zjawiska gospodarcze zachodzące w przedsiębiorstwie z perspektywy finansów i podatków, wykorzystując do tego odpowiednie narzędzia analizy finansowej, planowania podatkowego oraz wiedzę z zakresu nauk o zarządzaniu, ekonomii i finansów.	[SU2] presentation/project/paper/report
	[ZARZL3_W08] Student w zaawansowanym stopniu zna i rozumie cele i specyfikę procesów zarządzania, ich powiązanie z innymi procesami w organizacji oraz towarzyszące im wyzwania i dylematy, w kontekście zmieniającego się otoczenia.	Student identyfikuje powiązania zarządzania finansami z prowadzeniem działalności gospodarczej, w szczególności w kontekście dylematów i wyzwań stojących przed przedsiębiorstwem związanych z optymalizacją i ryzykiem podatkowym i płynnością finansową a także zmieniających się warunków rynkowych, regulacji podatkowych.	[SW4] test/exam - oral or written
	[ZARZL3_W03] Student w zaawansowanym stopniu zna i rozumie charakter oraz dynamikę relacji między organizacją i interesariuszami, a także zjawiska, procesy i powiązania występujące w otoczeniu organizacji oraz ich wpływ na jej funkcjonowanie.	Student identyfikuje relacje finansowe przedsiębiorstwa z otoczeniem rynkowym i instytucjonalnym, w tym z organami podatkowymi oraz instytucjami nadzorującymi bezpieczeństwo finansowe, a także interpretuje ich wpływ na stabilność i efektywność zarządzania finansami i podatkami w przedsiębiorstwie.	[SW4] test/exam - oral or written
	[ZARZL3_W09] Student w zaawansowanym stopniu zna i rozumie ogólne zasady tworzenia oraz rozwoju tradycyjnych i nowoczesnych form przedsiębiorczości wykorzystującej wiedzę z obszaru nauk o zarządzaniu i jakości oraz ekonomii i finansów.	Student rozpoznaje zasady tworzenia i rozwoju różnych form przedsiębiorczości, z uwzględnieniem wykorzystania wiedzy z zakresu zarządzania finansami, podatków oraz planowania i optymalizacji podatkowej, wspierających efektywne podejmowanie decyzji gospodarczych.	[SW4] test/exam - oral or written
	[ZARZL3_U04] Student potrafi poprawnie wybrać oraz właściwie stosować metody i narzędzia z zakresu nauk o zarządzaniu i jakości oraz ekonomii i finansów - na potrzeby procesów decyzyjnych.	Student dobiera metody i praktyczne rozwiązania do oceny sytuacji finansowej przedsiębiorstwa, diagnozuje problemy finansowe oraz przewiduje skutki podejmowanych decyzji z wykorzystaniem narzędzi analitycznych i podatkowych.	[SU2] presentation/project/paper/report
	[ZARZL3_W02] Student w zaawansowanym stopniu zna i rozumie istotę oraz funkcjonowanie różnych rodzajów organizacji, ich atrybuty, obszary funkcjonalne oraz zachodzące w nich procesy, a także powiązania z otoczeniem.	Student rozpoznaje istotę funkcjonowania przedsiębiorstwa w kontekście zarządzania finansami oraz wskazuje znaczenie procesów i powiązań z otoczeniem a także regulacji podatkowych na decyzje finansowe podejmowane w przedsiębiorstwie.	[SW4] test/exam - oral or written

Treści przedmiotu	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Szacowanie przepływów pieniężnych w zarządzaniu finansami przedsiębiorstw.</li> <li>2. Metody budżetowania kapitałowego.</li> <li>3. Wykorzystanie dźwigni w zarządzaniu finansami przedsiębiorstwa</li> <li>4. Kształtowanie struktury kapitału i koszt kapitału w przedsiębiorstwie (WACC, średniomarginalny koszt kapitału ect.)</li> <li>5. Zarządzanie kapitałem obrotowym (cykl operacyjny, cykl konwersji gotówki, pokrycie luki finansowej).</li> <li>6. Polityka dywidendy uwarunkowania i konsekwencje</li> <li>7. Zarządzanie finansami w małym przedsiębiorstwie (dostępność danych finansowych, podstawowe narzędzia wykorzystywane w decyzjach finansowych)</li> <li>8. Charakterystyka elementów systemu podatkowego</li> <li>9. Definiowanie elementów techniki podatkowej (stawka, przedmiot opodatkowania, podmiot opodatkowania, podstawa opodatkowania, skala podatkowa, obniżenia, zwiększenia), tworzenie nowego podatku</li> <li>10. Identyfikacja i zakres zobowiązań podatkowych z tytułu podatków lokalnych. Optymalizacja podatkowa.</li> <li>11. Formy opodatkowania działalności gospodarczej zasady ogólne, podatek liniowy, zryczałtowane formy opodatkowania przychodu</li> <li>12. Identyfikacja przychodów podatkowych oraz kosztów uzyskania przychodu</li> <li>13. Opodatkowanie podmiotów prawnych stawki opodatkowania, ryczałt od dochodów spółek kapitałowych</li> <li>14. Podatek od towarów i usług - obowiązek podatkowy w PTU, elementy konstrukcyjne PTU (podmiot, przedmiot, podstawa opodatkowania, stawki podatku), odliczenie i zwrot</li> <li>15. Ulgi podatkowe dla przedsiębiorców - Polska Strefa Inwestycji, ulga na działalność badawczorozwojową, ulga IPBox, ulga na prototyp, ulga na innowacyjnych pracowników, ulga na robotyzację.</li> <li>16. Sprawozdawczość podatkowa sprawozdanie finansowe i JPK/JPK_VAT (analiza treści i struktury pliku sprawozdawczego XML (JPK))</li> </ol>		
Wymagania wstępne i dodatkowe	Znajomość podstawowych kategorii z rachunkowości i treści sprawozdania finansowego, podstaw matematyki w ekonomii		
Sposoby i kryteria oceniania osiągniętych efektów uczenia się	Sposób oceniania (składowe)	Próg zaliczeniowy	Składowa oceny końcowej
	test pisemny	51.0%	70.0%
	projekt	51.0%	30.0%
Zalecana lista lektur	Podstawowa lista lektur	<p>A. Damodaran, Finanse korporacyjne. Teoria i praktyka. Wyd. Onepress, Warszawa 2017.</p> <p>M. Gostkowska-Drzewicka, E. Majerowska, Czynniki struktury kapitału oraz rentowność spółek giełdowych, Wydawnictwo UG, Gdańsk 2021.</p> <p>J. Koralun-Bereźnicka, D. Szramowski, The economics of corporate trade credit in Europe, 2021, London; New York, Routledge.</p> <p>E. Sokołowska, <a href="#">Alternative investments in wealth management</a>, Springer, 2014.</p> <p>A. Kędzierska-Szczepaniak, Determinanty finansowania społecznościowego, Finanse, Rynki Finansowe, Ubezpieczenia, Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego 2016.</p> <p>R. Wolański, System podatkowy w Polsce. Zarys wykładu, Wolters Kluwer, 2020.</p> <p>M. Jamroży, P. Karwat, R. Krasnodębski, Opodatkowanie spółek, Wolters Kluwer, Warszawa 2022.</p>	

	Uzupełniająca lista lektur	<p>J. Nesterak, S. Kruk, Finanse przedsiębiorstwa, Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego, Kraków 2018.</p> <p>A. Bartosiewicz, VAT. Komentarz najnowsze wydanie. Wolters Kluwer.</p> <p>S. Owsiak, Finanse publiczne. Współczesne ujęcie, PWN, Warszawa 2019.</p> <p>J. Jaworski, Teoria i praktyka zarządzania finansami przedsiębiorstw, CeDeWu, Warszawa 2021.</p> <p>red. M. Gosek, Funkcjonowanie przedsiębiorstw w Specjalnej Strefie Ekonomicznej oraz Polskiej Strefie Inwestycji. Aspekty prawne, podatkowe i księgowe, C. H. Beck, 2021.</p> <p>J. Jankowski, Ulgi w CIT z tytułu działalności innowacyjnej i inwestycyjnej, C. H. Beck, 2020.</p> <p>W. Kotowski, M. Zborowski, J. Matarewicz, M. Majczyna, B. Sobocha, I. Ożóg, Przepisy karuzelowe i inne oszustwa w VAT, Wolters Kluwer, Warszawa 2017.</p>
	Adresy eZasobów	
Przykładowe zagadnienia/ przykładowe pytania/ realizowane zadania		
Praktyki zawodowe w ramach przedmiotu	Nie dotyczy	

Dokument wygenerowany elektronicznie. Nie wymaga pieczęci ani podpisu.

## Karta przedmiotu

Nazwa i kod przedmiotu	Proseminarium, PG_00180140						
Kierunek studiów	Zarządzanie (O)						
Data rozpoczęcia studiów	październik 2025 r.		Rok akademicki realizacji przedmiotu		2026/2027		
Poziom kształcenia	I stopnia - licencjackie		Grupa zajęć		Grupa zajęć obowiązkowych z zakresu kierunku studiów Grupa zajęć powiązanych z prowadzonymi badaniami naukowymi w dziedzinie nauki związanej z kierunkiem - profil ogólnoakademicki		
Forma studiów	stacjonarne		Sposób realizacji		na uczelni		
Rok studiów	2		Język wykładowy		polski		
Semestr studiów	4		Liczba punktów ECTS		1.0		
Profil kształcenia	ogólnoakademicki		Forma zaliczenia		zaliczenie		
Jednostka prowadząca							
Imię i nazwisko wykładowcy (wykładowców)	Odpowiedzialny za przedmiot		prof. dr hab. Małgorzata Wiśniewska				
	Prowadzący zajęcia z przedmiotu						
Formy zajęć	Forma zajęć	Wykład	Ćwiczenia	Laboratorium	Projekt	Seminarium	RAZEM
	Liczba godzin zajęć	15.0	0.0	0.0	0.0	0.0	15
	W tym liczba godzin zajęć na odległość: 0.0						
Aktywność studenta i liczba godzin pracy	Aktywność studenta	Udział w zajęciach dydaktycznych, objętych planem studiów		Udział w konsultacjach		Praca własna studenta	RAZEM
	Liczba godzin pracy studenta	15		1.0		9.0	25
Cel przedmiotu	Celem przedmiotu jest zapoznanie studentów z zasadami przygotowania pracy dyplomowej oraz z wymogami metodycznymi pozwalającymi na jej zaplanowanie i opracowanie.						

Efekty uczenia się przedmiotu	Efekt kierunkowy	Efekt z przedmiotu	Sposób weryfikacji i oceny efektu
	[ZARZL3_U01] Student potrafi analizować i interpretować procesy oraz zjawiska społeczno-gospodarcze w kontekście podejmowania decyzji biznesowych, wykorzystując wiedzę i narzędzia z zakresu nauk o zarządzaniu i jakości oraz ekonomii i finansów.	Student rozróżnia, weryfikuje i odnosi się do istniejących metod pracy naukowej, a także wykorzystuje je od strony praktycznej podczas rozwiązywania konkretnego problemu i zadania badawczego.	[SU5] implementation of a problem task
	[ZARZL3_W01] Student w zaawansowanym stopniu zna i rozumie charakter i ewolucję teorii z zakresu nauk o zarządzaniu i jakości oraz ekonomii i finansów wraz z ich miejscem w systemie nauk społecznych - w szczególności ich znaczenia z perspektywy podejmowania decyzji biznesowych.	Student wyjaśnia istotę pracy dyplomowej oraz znaczenie metodycznych zasad jej opracowania, w szczególności z perspektywy procesu jej zaplanowania, ułożenia struktury oraz zaprezentowania w formie pisemnej pod kątem merytorycznym i redakcyjnym.	[SW5] implementation of a problem task
	[ZARZL3_U10] Student potrafi w sposób jasny i komunikatywny przekazywać informacje oraz prezentować swoje opinie, posługując się terminologią z zakresu nauk o zarządzaniu i jakości, za pomocą różnych środków przekazu.	Student czytelnie opisuje i wypowiada się pisemnie na zadany temat z zakresu nauki o zarządzaniu i jakości, stosując przyjęte wymagania strukturalne, redakcyjne i bibliograficzne właściwe dla pracy dyplomowej.	[SU5] implementation of a problem task
	[ZARZL3_K01] Student jest gotów do zdobywania wiedzy potrzebnej do rozwiązywania problemów poznawczych i praktycznych, w szczególności z zakresu nauk o zarządzaniu i jakości, a także do krytycznej oceny posiadanej wiedzy i odbieranych treści oraz do zasięgnięcia opinii ekspertów w przypadku trudności z samodzielnym rozwiązaniem problemu.	Student poddaje krytycznej ocenie powierzony mu materiał w postaci artykułu naukowego z wykorzystaniem przyjętych kryteriów, celem jego ewentualnego zastosowania podczas pisania pracy dyplomowej.	[SK5] implementation of a problem task
Treści przedmiotu	1. Podstawowe zasady etyki pracy badawczej, plagiat, autoplgiat, prawa autorskie 2. Ogólna struktura pracy i zasady tworzenia spisu treści, wstępu, rozdziałów, podrozdziałów, podsumowania, spisu literatury 3. Formułowanie problemu badawczego, celu pracy, 4. Podstawowe metody badawcze w naukach o zarządzaniu 5. Etapy postępowania badawczego 6. Zasady prezentacji wyników i opracowania wniosków z pracy 7. Zasady posługiwania się i cytowania publikacji naukowych oraz innych źródeł 8. Zasady edycji tekstu, opracowania i opisywania rysunków, tabel, wykorzystania zdjęć, itp. 9. Zapoznanie studentów z przykładami publikacji naukowych i ich ocena pod kątem przyjętych kryteriów  Praca z promotorem, zasady przygotowania i zachowania się podczas obrony pracy dyplomowej		
Wymagania wstępne i dodatkowe			
Sposoby i kryteria oceniania osiągniętych efektów uczenia się	Sposób oceniania (składowe)	Próg zaliczeniowy	Składowa oceny końcowej
	zadanie - analiza tekstu naukowego pod kątem przyjętych kryteriów	51.0%	50.0%
	zadanie - opracowanie eseju na zadany problem z uwzględnieniem przyjętych wymogów	51.0%	50.0%
Zalecana lista lektur	Podstawowa lista lektur	Szkutnik Z., Metodyka pisania pracy dyplomowej, Wydawnictwo Poznańskie, Poznań 2005	
	Uzupełniająca lista lektur	Materiały pomocnicze dostępne na Portalu Edukacyjnym	
	Adresy eZasobów	Podstawowe <a href="https://www.sbc.org.pl/dlibra/publication/edition/10515">https://www.sbc.org.pl/dlibra/publication/edition/10515</a> - Szkutnik Z., Metodyka pisania pracy dyplomowej, Wydawnictwo Poznańskie, Poznań 2005	
Przykładowe zagadnienia/ przykładowe pytania/ realizowane zadania			
Praktyki zawodowe w ramach przedmiotu	Nie dotyczy		

Dokument wygenerowany elektronicznie. Nie wymaga pieczęci ani podpisu.



## Karta przedmiotu

Nazwa i kod przedmiotu	Język angielski 4, PG_00180197						
Kierunek studiów	Finanse i rachunkowość (O), Informatyka i ekonometria (O), Zarządzanie (O)						
Data rozpoczęcia studiów	październik 2025 r.		Rok akademicki realizacji przedmiotu		2026/2027		
Poziom kształcenia	I stopnia - licencjackie		Grupa zajęć		Grupa zajęć fakultatywnych		
Forma studiów	stacjonarne		Sposób realizacji		na uczelni		
Rok studiów	2		Język wykładowy		angielski		
Semestr studiów	4		Liczba punktów ECTS		2.0		
Profil kształcenia	ogólnoakademicki		Forma zaliczenia		zaliczenie		
Jednostka prowadząca	Rektor -> Prorektor ds. Kształcenia -> Centrum Języków Obcych -> Zespół lektorów języka angielskiego						
Imię i nazwisko wykładowcy (wykładowców)	Odpowiedzialny za przedmiot		mgr Agnieszka Błaszowska				
	Prowadzący zajęcia z przedmiotu						
Formy zajęć	Forma zajęć	Wykład	Ćwiczenia	Laboratorium	Projekt	Seminarium	RAZEM
	Liczba godzin zajęć	0.0	30.0	0.0	0.0	0.0	30
	W tym liczba godzin zajęć na odległość: 0.0						
Aktywność studenta i liczba godzin pracy	Aktywność studenta	Udział w zajęciach dydaktycznych, objętych planem studiów		Udział w konsultacjach		Praca własna studenta	RAZEM
	Liczba godzin pracy studenta	30		2.0		18.0	50
Cel przedmiotu	Rozwijanie kompetencji językowych studenta w ramach poszczególnych sprawności: mówienie, czytanie, pisanie, słuchanie, tak aby odpowiadały one potrzebom akademickim, zawodowym i osobistym studentów, a także wymaganiom rynku pracy.						

Efekty uczenia się przedmiotu	Efekt kierunkowy	Efekt z przedmiotu	Sposób weryfikacji i oceny efektu
	[FiRL3_U08] Student potrafi posługiwać się językiem obcym na poziomie B2 Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego w zakresie finansów i rachunkowości	- posiada umiejętność przygotowania typowych prac pisemnych w języku obcym, dotyczących zagadnień związanych z kierunkiem studiów - posiada umiejętność przygotowania wystąpień ustnych w języku obcym dotyczących problematyki związanej z kierunkiem studiów - ma umiejętności językowe zgodne z wymaganiami określonymi dla poziomu B2 Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego	[SU1] oral statement/conversation/discussion [SU2] presentation/project/paper/report [SU3] text preparation/written work [SU4] test/exam - oral or written [SU5] implementation of a problem task [SU6] demonstration of practical skills [SU8] observation of student's independent or team work
	[ZARZL3_U08] Student potrafi posługiwać się językiem obcym na poziomie B2 Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego w zakresie związanym z naukami o zarządzaniu i jakością.	- posiada umiejętność przygotowania typowych prac pisemnych w języku obcym, dotyczących zagadnień związanych z kierunkiem studiów - posiada umiejętność przygotowania wystąpień ustnych w języku obcym dotyczących problematyki związanej z kierunkiem studiów - ma umiejętności językowe zgodne z wymaganiami określonymi dla poziomu B2 Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego	[SU1] oral statement/conversation/discussion [SU2] presentation/project/paper/report [SU3] text preparation/written work [SU4] test/exam - oral or written [SU5] implementation of a problem task [SU6] demonstration of practical skills [SU8] observation of student's independent or team work
	[IiEL3_U08] Student potrafi posługiwać się językiem obcym na poziomie B2 Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego w zakresie ekonometrii, informatyki oraz statystyki.	- posiada umiejętność przygotowania typowych prac pisemnych w języku obcym, dotyczących zagadnień związanych z kierunkiem studiów - posiada umiejętność przygotowania wystąpień ustnych w języku obcym dotyczących problematyki związanej z kierunkiem studiów - ma umiejętności językowe zgodne z wymaganiami określonymi dla poziomu B2 Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego	[SU1] oral statement/conversation/discussion [SU2] presentation/project/paper/report [SU3] text preparation/written work [SU4] test/exam - oral or written [SU5] implementation of a problem task [SU6] demonstration of practical skills [SU8] observation of student's independent or team work
Treści przedmiotu	1. Język i umiejętności/kompetencje środowiska pracy w kontekście kierunku studiów, m.in.: <ul style="list-style-type: none"> <li>• rozmowy telefoniczne</li> <li>• spotkania</li> <li>• budowanie zespołu i praca zespołowa</li> <li>• korespondencja służbowa</li> <li>• prezentacje</li> <li>• negocjacje</li> <li>• przygotowanie do procesu rekrutacyjnego</li> <li>• komunikacja międzykulturowa</li> </ul> 1. Elementy języka akademickiego i języka specjalistycznego danego kierunku studiów - razem nie więcej niż 30% 2. Powtórzenie i rozszerzenie materiału gramatycznego		
Wymagania wstępne i dodatkowe	Rekomendowana znajomość języka obcego minimum poziom B1 (według CEFR)		
Sposoby i kryteria oceniania osiągniętych efektów uczenia się	Sposób oceniania (składowe)	Próg zaliczeniowy	Składowa oceny końcowej
	Częstkowe zaliczenia pisemne i ustne, w tym praca własna studenta	51.0%	100.0%
Zalecana lista lektur	Podstawowa lista lektur	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dubicka, Iwonna, et al. <i>Business Partner</i>. Pearson, 2018. (poziomy od B1+ do C1)</li> <li>• materiały wskazane przez lektora, w tym opracowania dostępne na stronie CJO</li> </ul>	
	Uzupełniająca lista lektur	Materiały wskazane przez lektora, np.: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Podręczniki do Academic English</li> <li>• Duckworth Michael, et al., <i>Business Result</i> (2nd edition), Oxford University Press, 2018</li> <li>• Allison John, et al., <i>The Business 2.0</i>, Macmillan, 2014</li> <li>• MacKenzie Ian, <i>Financial English</i> (2nd edition), Cengage Learning, 2012</li> </ul>	
	Adresy eZasobów		

Przykładowe zagadnienia/ przykładowe pytania/ realizowane zadania	
Praktyki zawodowe w ramach przedmiotu	Nie dotyczy

Dokument wygenerowany elektronicznie. Nie wymaga pieczęci ani podpisu.



## Karta przedmiotu

Nazwa i kod przedmiotu	Język niemiecki 4, PG_00180198						
Kierunek studiów	Finanse i rachunkowość (O), Informatyka i ekonometria (O), Zarządzanie (O)						
Data rozpoczęcia studiów	październik 2025 r.		Rok akademicki realizacji przedmiotu		2026/2027		
Poziom kształcenia	I stopnia - licencjackie		Grupa zajęć		Grupa zajęć fakultatywnych		
Forma studiów	stacjonarne		Sposób realizacji		na uczelni		
Rok studiów	2		Język wykładowy		niemiecki Język niemiecki 90% Język polski 10%		
Semestr studiów	4		Liczba punktów ECTS		2.0		
Profil kształcenia	ogólnoakademicki		Forma zaliczenia		zaliczenie		
Jednostka prowadząca	Rektor -> Prorektor ds. Kształcenia -> Centrum Języków Obcych -> Zespół lektorów języków germańskich, romańskich i słowiańskich						
Imię i nazwisko wykładowcy (wykładowców)	Odpowiedzialny za przedmiot		dr Anna Trynkler-Zalaszevska				
	Prowadzący zajęcia z przedmiotu						
Formy zajęć	Forma zajęć	Wykład	Ćwiczenia	Laboratorium	Projekt	Seminarium	RAZEM
	Liczba godzin zajęć	0.0	30.0	0.0	0.0	0.0	30
	W tym liczba godzin zajęć na odległość: 0.0						
Aktywność studenta i liczba godzin pracy	Aktywność studenta	Udział w zajęciach dydaktycznych, objętych planem studiów		Udział w konsultacjach		Praca własna studenta	RAZEM
	Liczba godzin pracy studenta	30		2.0		18.0	50
Cel przedmiotu	Rozwijanie kompetencji językowych studenta w ramach poszczególnych sprawności: mówienie, czytanie, pisanie, słuchanie, tak aby odpowiadały one potrzebom akademickim, zawodowym i osobistym studentów, a także wymaganiom rynku pracy						

Efekty uczenia się przedmiotu	Efekt kierunkowy	Efekt z przedmiotu	Sposób weryfikacji i oceny efektu
	[IiEL3_U08] Student potrafi posługiwać się językiem obcym na poziomie B2 Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego w zakresie ekonometrii, informatyki oraz statystyki.	-ma umiejętności językowe zgodne z wymaganiami określonymi dla poziomu B2 Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego - posiada umiejętność przygotowania typowych prac pisemnych w języku obcym, dotyczących zagadnień związanych z kierunkiem studiów - posiada umiejętność przygotowania wystąpień ustnych w języku obcym dotyczących problematyki związanej z kierunkiem studiów	[SU1] oral statement/conversation/discussion [SU2] presentation/project/paper/report [SU4] test/exam - oral or written
	[FiRL3_U08] Student potrafi posługiwać się językiem obcym na poziomie B2 Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego w zakresie finansów i rachunkowości	-ma umiejętności językowe zgodne z wymaganiami określonymi dla poziomu B2 Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego - posiada umiejętność przygotowania typowych prac pisemnych w języku obcym, dotyczących zagadnień związanych z kierunkiem studiów - posiada umiejętność przygotowania wystąpień ustnych w języku obcym dotyczących problematyki związanej z kierunkiem studiów	[SU1] oral statement/conversation/discussion [SU2] presentation/project/paper/report [SU4] test/exam - oral or written
	[ZARZL3_U08] Student potrafi posługiwać się językiem obcym na poziomie B2 Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego w zakresie związanym z naukami o zarządzaniu i jakością.	-ma umiejętności językowe zgodne z wymaganiami określonymi dla poziomu B2 Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego - posiada umiejętność przygotowania typowych prac pisemnych w języku obcym, dotyczących zagadnień związanych z kierunkiem studiów - posiada umiejętność przygotowania wystąpień ustnych w języku obcym dotyczących problematyki związanej z kierunkiem studiów	[SU1] oral statement/conversation/discussion [SU2] presentation/project/paper/report [SU4] test/exam - oral or written
Treści przedmiotu	1. Język i umiejętności/kompetencje środowiska pracy w kontekście kierunku studiów, m.in.: <ul style="list-style-type: none"><li>• rozmowy telefoniczne</li><li>• spotkania</li><li>• budowanie zespołu i praca zespołowa</li><li>• korespondencja służbowa</li><li>• prezentacje</li><li>• negocjacje</li><li>• przygotowanie do procesu rekrutacyjnego</li><li>• komunikacja międzykulturowa</li></ul> 1. Elementy języka akademickiego i języka specjalistycznego danego kierunku studiów - razem nie więcej niż 30%		
	2. Powtórzenie i rozszerzenie materiału gramatycznego		
	3. Wątpliwości dotyczące materiału realizowanego na zajęciach z języka obcego będą rozwiązywane również podczas konsultacji.		
Wymagania wstępne i dodatkowe			
Sposoby i kryteria oceniania osiągniętych efektów uczenia się	Sposób oceniania (składowe)	Próg zaliczeniowy	Składowa oceny końcowej
	Częstkowe zaliczenia pisemne i ustne, w tym praca własna	51.0%	100.0%
Zalecana lista lektur	Podstawowa lista lektur	Grigull, Ingrid, Geschäftliche Begegnungen, Schubert, 2024	
	Uzupełniająca lista lektur	materiały wskazane przez lektora	
	Adresy eZasobów		

Przykładowe zagadnienia/ przykładowe pytania/ realizowane zadania	
Praktyki zawodowe w ramach przedmiotu	Nie dotyczy

Dokument wygenerowany elektronicznie. Nie wymaga pieczęci ani podpisu.



## Karta przedmiotu

Nazwa i kod przedmiotu	Język hiszpański 4, PG_00180199						
Kierunek studiów	Finanse i rachunkowość (O), Informatyka i ekonometria (O), Zarządzanie (O)						
Data rozpoczęcia studiów	październik 2025 r.		Rok akademicki realizacji przedmiotu		2026/2027		
Poziom kształcenia	I stopnia - licencjackie		Grupa zajęć		Grupa zajęć fakultatywnych		
Forma studiów	stacjonarne		Sposób realizacji		na uczelni		
Rok studiów	2		Język wykładowy		hiszpański Język hiszpański 90% Język polski 10%		
Semestr studiów	4		Liczba punktów ECTS		2.0		
Profil kształcenia	ogólnoakademicki		Forma zaliczenia		zaliczenie		
Jednostka prowadząca	Rektor -> Prorektor ds. Kształcenia -> Centrum Języków Obcych -> Zespół lektorów języków germańskich, romańskich i słowiańskich						
Imię i nazwisko wykładowcy (wykładowców)	Odpowiedzialny za przedmiot		mgr Oliwia Grzegorzczuk				
	Prowadzący zajęcia z przedmiotu						
Formy zajęć	Forma zajęć	Wykład	Ćwiczenia	Laboratorium	Projekt	Seminarium	RAZEM
	Liczba godzin zajęć	0.0	30.0	0.0	0.0	0.0	30
	W tym liczba godzin zajęć na odległość: 0.0						
Aktywność studenta i liczba godzin pracy	Aktywność studenta	Udział w zajęciach dydaktycznych, objętych planem studiów		Udział w konsultacjach		Praca własna studenta	RAZEM
	Liczba godzin pracy studenta	30		2.0		18.0	50
Cel przedmiotu	Rozwijanie kompetencji językowych studenta w ramach poszczególnych sprawności: mówienie, czytanie, pisanie, słuchanie, tak aby odpowiadały one potrzebom akademickim, zawodowym i osobistym studentów, a także wymaganiom rynku pracy.						
Efekty uczenia się przedmiotu	Efekt kierunkowy		Efekt z przedmiotu		Sposób weryfikacji i oceny efektu		
	[FiRL3_U08] Student potrafi posługiwać się językiem obcym na poziomie B2 Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego w zakresie finansów i rachunkowości		Student potrafi posługiwać się językiem obcym na poziomie B2 Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego w zakresie finansów i rachunkowości		[SU1] oral statement/conversation/discussion [SU2] presentation/project/paper/report [SU3] text preparation/written work [SU4] test/exam - oral or written [SU5] implementation of a problem task		
	[IiEL3_U08] Student potrafi posługiwać się językiem obcym na poziomie B2 Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego w zakresie ekonometrii, informatyki oraz statystyki.		Student ma umiejętności językowe zgodne z wymaganiami określonymi dla poziomu B2 Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego w zakresie ekonometrii, informatyki oraz statystyki.		[SU1] oral statement/conversation/discussion [SU2] presentation/project/paper/report [SU3] text preparation/written work [SU4] test/exam - oral or written [SU5] implementation of a problem task		
	[ZARZL3_U08] Student potrafi posługiwać się językiem obcym na poziomie B2 Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego w zakresie związanym z naukami o zarządzaniu i jakością.		Student ma umiejętności językowe zgodne z wymaganiami określonymi dla poziomu B2 Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego w zakresie związanym z naukami o zarządzaniu i jakością.		[SU1] oral statement/conversation/discussion [SU2] presentation/project/paper/report [SU3] text preparation/written work [SU4] test/exam - oral or written [SU5] implementation of a problem task		

Treści przedmiotu	1. Język i umiejętności/kompetencje środowiska pracy w kontekście kierunku studiów, m.in.: <ul style="list-style-type: none"><li>• rozmowy telefoniczne</li><li>• spotkania</li><li>• budowanie zespołu i praca zespołowa</li><li>• korespondencja służbowa</li><li>• prezentacje</li><li>• negocjacje</li><li>• przygotowanie do procesu rekrutacyjnego</li><li>• komunikacja międzykulturowa</li></ul> 2. Elementy języka akademickiego i języka specjalistycznego danego kierunku studiów - razem nie więcej niż 30%3. Powtórzenie i rozszerzenie materiału gramatycznego4. Wątpliwości dotyczące materiału realizowanego na zajęciach z języka obcego będą rozwiązywane podczas konsultacji.		
Wymagania wstępne i dodatkowe	Rekomendowana znajomość języka obcego: minimum poziom B1 (według CEFR)		
Sposoby i kryteria oceniania osiągniętych efektów uczenia się	Sposób oceniania (składowe)	Próg zaliczeniowy	Składowa oceny końcowej
	obecność na zajęciach	51.0%	15.0%
	aktywny udział w zajęciach	51.0%	10.0%
	praca własna studenta	51.0%	10.0%
	testy/kolokwia/prezentacje/wypracowania	51.0%	65.0%
Zalecana lista lektur	Podstawowa lista lektur	Tano, Marcelo Rubén, "Expertos Libro y Cuaderno digitales B2", Difusión, 2016.	
	Uzupełniająca lista lektur	"EMPRESA SIGLO XXI - LIBRO DEL ALUMNO" B2-C1, Edinumen, 2009.  "Nuevo Espanol en marcha" wyd. SGEL, 2019.  Arriba, wyd. Editnos, 018.  Aula Internacional, wyd. Difusión, 2017.  C. Romero Dueñas Competencia gramatical en uso", Edelsa, 2015.  Materiały wskazane przez lektora.	
	Adresy eZasobów		
Przykładowe zagadnienia/ przykładowe pytania/ realizowane zadania			
Praktyki zawodowe w ramach przedmiotu	Nie dotyczy		

Dokument wygenerowany elektronicznie. Nie wymaga pieczęci ani podpisu.

## Karta przedmiotu

Nazwa i kod przedmiotu	Kształtowanie potencjału efektywnego pracownika (dobór, adaptacja, ocena, rozwój), PG_00178210						
Kierunek studiów	Zarządzanie (O)						
Data rozpoczęcia studiów	październik 2025 r.	Rok akademicki realizacji przedmiotu			2026/2027		
Poziom kształcenia	I stopnia - licencjackie	Grupa zajęć			Grupa zajęć fakultatywnych Grupa zajęć powiązanych z prowadzonymi badaniami naukowymi w dziedzinie nauki związanej z kierunkiem - profil ogólnoakademicki		
Forma studiów	stacjonarne	Sposób realizacji			na uczelni		
Rok studiów	2	Język wykładowy			polski		
Semestr studiów	4	Liczba punktów ECTS			7.0		
Profil kształcenia	ogólnoakademicki	Forma zaliczenia			egzamin		
Jednostka prowadząca	Rektor -> Wydział Zarządzania -> Katedra Zachowań Organizacyjnych						
Imię i nazwisko wykładowcy (wykładowców)	Odpowiedzialny za przedmiot		dr Marek Kalinowski				
	Prowadzący zajęcia z przedmiotu						
Formy zajęć	Forma zajęć	Wykład	Ćwiczenia	Laboratorium	Projekt	Seminarium	RAZEM
	Liczba godzin zajęć	30.0	30.0	15.0	0.0	0.0	75
	W tym liczba godzin zajęć na odległość: 0.0						
Aktywność studenta i liczba godzin pracy	Aktywność studenta	Udział w zajęciach dydaktycznych, objętych planem studiów		Udział w konsultacjach		Praca własna studenta	RAZEM
	Liczba godzin pracy studenta	75		4.0		96.0	175
Cel przedmiotu	Studenci posiadają aktualną wiedzę w zakresie pozyskiwania, utrzymania i rozwoju pracowników w organizacji, znają rozwiązania stosowane w organizacjach z zakresu: doboru pracowników, adaptacji zawodowej, oceniania, szkoleń i karier pracowniczych.						

Efekty uczenia się przedmiotu	Efekt kierunkowy	Efekt z przedmiotu	Sposób weryfikacji i oceny efektu
	[ZARZL3_W04] Student w zaawansowanym stopniu zna i rozumie rolę, miejsce oraz zachowania człowieka w organizacji - w wymiarze indywidualnym, grupowym oraz organizacyjnym.	Student opisuje relacje zachodzące pomiędzy organizacją a pracownikiem w kontekście pozyskiwania i rozwoju kapitału ludzkiego organizacji.	[SW4] test/exam - oral or written
	[ZARZL3_W06] Student w zaawansowanym stopniu zna i rozumie zasady racjonalnego podejmowania decyzji w odniesieniu do poszczególnych zasobów, obszarów funkcjonalnych w organizacji, procesów oraz poziomów zarządzania.	Student opisuje zasady i metody wykorzystywane przez organizację do naboru, doboru, oceny i rozwoju pracowników.	[SW4] test/exam - oral or written
	[ZARZL3_U02] Student potrafi identyfikować problemy związane z funkcjonowaniem organizacji, realizowanymi w niej procesami oraz jej relacjami z otoczeniem oraz proponować adekwatne rozwiązania.	Student tworzy i stosuje narzędzia służące identyfikacji i rozwoju kompetencji pracownika.	[SU2] presentation/project/paper/report
Treści przedmiotu	<p>1. Pozyskiwanie pracowników - istota i funkcje naboru, alternatywy naboru, źródła, i rodzaje naboru, rynek wewnętrzny i zewnętrzny, wymagania stawiane kandydatom do pracy - określanie wymagań wobec kandydatów do pracy, kryteria doboru, problem dyskryminacji przy zatrudnianiu, istota doboru, procedury selekcyjne, kryteria wyboru metod doboru</p> <p>2. Adaptacja pracownicza - istota i cele adaptacji, rodzaje, podmioty uczestniczące oraz etapy adaptacji zorganizowanej, zasady adaptacji pracowniczej, formy integrowania nowych pracowników.</p> <p>3. Ocenianie pracowników - istota i cechy oceniania - oceny bieżące a oceny okresowe, cele i kryteria oceniania zalety i ograniczenia stosowania, ocenianie - relatywne i absolutne, rozmowa ocenijająca: etapy, zasady przygotowania i prowadzenia, podmioty ocenijające i oceniane, procedura oceniania, zasady i błędy popełniane w trakcie oceniania.</p> <p>4. Istota rozwoju pracowników, planowanie rozwoju pracowników, identyfikacja potrzeb szkoleniowych pracowników, tworzenie programu i planu szkolenia pracowników, realizacja szkolenia pracowników, ocena przebiegu i wyników szkolenia pracowników.</p> <p>5. Zarządzanie karierami istota i cele, zasady, podmioty uczestniczące, ścieżka kariery zawodowej.</p>		
Wymagania wstępne i dodatkowe			
Sposoby i kryteria oceniania osiągniętych efektów uczenia się	Sposób oceniania (składowe)	Próg zaliczeniowy	Składowa oceny końcowej
	projekt	51.0%	40.0%
	test	51.0%	60.0%

Zalecana lista lektur	Podstawowa lista lektur	<p>1. Armstrong M., Zarządzanie zasobami ludzkimi, Wolters Kluwert, 2018</p> <p>2. Pocztowski A., Zarządzanie zasobami ludzkimi. Koncepcje, metody, wyzwania, PWE, Warszawa 2018.</p> <p>3. Juchnowicz M. (red.), Zarządzanie kapitałem ludzkim, , PWE, Warszawa 2014.</p> <p>4. Listwan T. (red.), Zarządzanie kadrami, C.H Beck, Warszawa 2011</p> <p>5. Sidor-Rządkowska M., Kompetencyjne systemy ocen pracowników, Wolters Kluwer, Kraków 2006.</p> <p>Mikołajczak W. M., Nowe trendy w rekrutacji pracowników, Kwartalnik Naukowy Uczelni Vistula, 2019; 4(62): 70-88</p> <p>Igielski M., Metody selekcji stosowane przez współczesne przedsiębiorstwa w procesie rekrutacji, Studia i Prace WNEIZ US nr 51/2 2018, s. 153-164</p>
	Uzupełniająca lista lektur	<p>1. Król H., Ludwicyński A. (red.), Zarządzanie zasobami ludzkimi, PWN, Warszawa 2011.</p> <p>2. Dale M., Skuteczna rekrutacja i selekcja pracowników, Oficyna Wolters Kluwer, Warszawa 2006.</p> <p>3. Czubasiewicz H., Okresowe ocenianie pracowników. Konfiguracja i projektowanie systemu, Wyd. UG, Gdańsk 2005.</p>
	Adresy eZasobów	
Przykładowe zagadnienia/ przykładowe pytania/ realizowane zadania		
Praktyki zawodowe w ramach przedmiotu	Nie dotyczy	

Dokument wygenerowany elektronicznie. Nie wymaga pieczęci ani podpisu.



## Karta przedmiotu

Nazwa i kod przedmiotu	Inwestycje na rynku nieruchomości, PG_00178213						
Kierunek studiów	Zarządzanie (O)						
Data rozpoczęcia studiów	październik 2025 r.		Rok akademicki realizacji przedmiotu		2026/2027		
Poziom kształcenia	I stopnia - licencjackie		Grupa zajęć		Grupa zajęć fakultatywnych Grupa zajęć powiązanych z prowadzonymi badaniami naukowymi w dziedzinie nauki związanej z kierunkiem - profil ogólnoakademicki		
Forma studiów	stacjonarne		Sposób realizacji		na uczelni		
Rok studiów	2		Język wykładowy		polski		
Semestr studiów	4		Liczba punktów ECTS		7.0		
Profil kształcenia	ogólnoakademicki		Forma zaliczenia		egzamin		
Jednostka prowadząca	Rektor -> Wydział Zarządzania -> Katedra Inwestycji i Nieruchomości						
Imię i nazwisko wykładowcy (wykładowców)	Odpowiedzialny za przedmiot		dr hab. Dariusz Trojanowski				
	Prowadzący zajęcia z przedmiotu						
Formy zajęć	Forma zajęć	Wykład	Ćwiczenia	Laboratorium	Projekt	Seminarium	RAZEM
	Liczba godzin zajęć	30.0	30.0	15.0	0.0	0.0	75
	W tym liczba godzin zajęć na odległość: 0.0						
Aktywność studenta i liczba godzin pracy	Aktywność studenta	Udział w zajęciach dydaktycznych, objętych planem studiów		Udział w konsultacjach		Praca własna studenta	RAZEM
	Liczba godzin pracy studenta	75		4.0		96.0	175
Cel przedmiotu	Celem zajęć jest syntetyczne przedstawienie zagadnień związanych z inwestowaniem w nieruchomościach, również w zakresie doradztwa na rynku nieruchomości. W szczególności, celem przedmiotu jest przygotowanie studentów do wykonywania zawodów związanych z gospodarką nieruchomościami.						
Efekty uczenia się przedmiotu	Efekt kierunkowy		Efekt z przedmiotu		Sposób weryfikacji i oceny efektu		
	[ZARZL3_U03] Student potrafi pozyskiwać dane z właściwie wybranych i zweryfikowanych źródeł oraz wykorzystywać te dane na potrzeby analizy i oceny procesów oraz zjawisk gospodarczych.		Student pozyskuje właściwe dane z raportów rynkowych i wykorzystuje je na potrzeby sporządzenia modelu oceny opłacalności inwestycji w nieruchomości.		[SU2] presentation/project/paper/report		
	[ZARZL3_U04] Student potrafi poprawnie wybrać oraz właściwie stosować metody i narzędzia z zakresu nauk o zarządzaniu i jakości oraz ekonomii i finansów - na potrzeby procesów decyzyjnych.		Student wybiera i wykorzystuje odpowiednie metody i narzędzia w procesie oceny inwestycji w nieruchomości.		[SU2] presentation/project/paper/report [SU4] test/exam - oral or written		
	[ZARZL3_W06] Student w zaawansowanym stopniu zna i rozumie zasady racjonalnego podejmowania decyzji w odniesieniu do poszczególnych zasobów, obszarów funkcjonalnych w organizacji, procesów oraz poziomów zarządzania.		Student identyfikuje zasady racjonalnego podejmowania decyzji związanych z inwestowaniem w nieruchomości.		[SW4] test/exam - oral or written		

Treści przedmiotu	<div>1.1 Wybrane zagadnienia prawa rzeczowego</div> <div>1.2 Wybrane zagadnienia prawa zobowiązań</div> <div>1.3 Wybrane zagadnienia gospodarki nieruchomościami</div> <div>2.1 Wprowadzenie zyska a cash flow, termin opłacalności</div> <div>2.2 Metody oceny opłacalności inwestycji w nieruchomości</div> <div>2.3.Pojęcie i klasyfikacja działalności deweloperskiej</div> <div>2.4 Proces deweloperski faza przedinwestycyjna etap wstępny</div> <div>2.5 Proces deweloperski faza przedinwestycyjna etap organizacyjny</div> <div>2.6 Proces deweloperski faza realizacji i eksploatacji</div> <div>2.7 Ryzyko w inwestowaniu w nieruchomości</div> <div>3.1 Założenia projektowe i budżet w procesie deweloperskim</div> <div>3.2 Kalkulacja dochodu operacyjnego w projekcie deweloperskim</div> <div>3.3 Kalkulacja kosztów finansowych w projekcie deweloperskim</div> <div>3.4 Rachunek przepływów pieniężnych w projekcie deweloperskim</div> <div>3.5 Ocena opłacalności w projektach deweloperskich</div> <div>3.6 Analiza wrażliwości w projektach deweloperskich</div>											
Wymagania wstępne i dodatkowe	-											
Sposoby i kryteria oceniania osiągniętych efektów uczenia się	<table><tr><td>Sposób oceniania (składowe)</td><td>Próg zaliczeniowy</td><td>Składowa oceny końcowej</td></tr><tr><td>test</td><td>51.0%</td><td>50.0%</td></tr><tr><td>projekt</td><td>51.0%</td><td>50.0%</td></tr></table>	Sposób oceniania (składowe)	Próg zaliczeniowy	Składowa oceny końcowej	test	51.0%	50.0%	projekt	51.0%	50.0%		
Sposób oceniania (składowe)	Próg zaliczeniowy	Składowa oceny końcowej										
test	51.0%	50.0%										
projekt	51.0%	50.0%										

Zalecana lista lektur	Podstawowa lista lektur	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Czerwińska T., Kowalke K., Nawrocka E., Rymarzak M., Szczepaniak K., Trojanowski D., Wojewnik-Filipkowska A., Zarządzanie Inwestycjami i nieruchomościami, wybrane problemy, Fundacja Rozwoju Uniwersytetu Gdańskiego, Gdańsk 2011, s. 13-16, 89-100.</li> <li>2. Dziworska K., Trojanowski D., Projekt deweloperski-fazy, etapy i działania - Prace i Materiały Wydziału Zarządzania Uniwersytetu Gdańskiego, nr 3/2007, s.2 5-38.</li> <li>3. Nawrocka E. Metody badania dynamiki cen nieruchomości w Polsce dla potrzeb wyceny, Wydawnictwo Uniwersytetu Gdańskiego, Gdańsk 2020 r., s. 31-49.</li> <li>4. Trojanowski D. Dylematy wyceny nieruchomości komercyjnych, Wydawnictwo Uniwersytetu Gdańskiego, Gdańsk 2020, rozdziały 1 i 2.</li> <li>5. Dydenko J (red.) 2020 Szacowanie nieruchomości, Warszawa : Wolters Kluwer, Rozdziały : III Nieruchomości. Definicje i pojęcia, VII Prawo rzeczowe i inne prawa do nieruchomości, VII Podstawy prawa zobowiązań</li> </ol>
	Uzupełniająca lista lektur	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Bryx M. Rynek nieruchomości: system i funkcjonowanie, Poltext, Warszawa 2008.</li> <li>2. Henzel H., Strategie inwestowania na rynku nieruchomości, Akademia Ekonomiczna w Katowicach, Katowice 2009.</li> <li>3. Trojanowski D., Kim jest deweloper-cz. I i II", Nieruchomości CH Beck, 2004.</li> <li>4. Nawrocka E., Szczepaniak K., Welzant K., Wojewnik-Filipkowska A., Inwestycje przedsiębiorstw w niepewnych warunkach rynkowych, CeDeWu, 2022.</li> <li>5. Czerkas K., Finansowanie nieruchomości komercyjnych w Polsce, czynniki ryzyka i modele transakcji, IHR, 2010.</li> <li>6. Koszarek-Cyra A. 2022. SPATIAL MANAGEMENT IN RURAL COMMUNES AROUND LARGE CONTEXT CITIES IN THE OF THE REGION'S DEVELOPMENT. Zeszyty Naukowe Politechniki Śląskiej. Organizacja i Zarządzanie, ISSN 1641-3466 t.163, s. 265-281</li> </ol>
	Adresy eZasobów	
Przykładowe zagadnienia/ przykładowe pytania/ realizowane zadania		
Praktyki zawodowe w ramach przedmiotu	Nie dotyczy	

Dokument wygenerowany elektronicznie. Nie wymaga pieczęci ani podpisu.



## Karta przedmiotu

Nazwa i kod przedmiotu	Zarządzanie marketingowe, PG_00178214						
Kierunek studiów	Zarządzanie (O)						
Data rozpoczęcia studiów	październik 2025 r.		Rok akademicki realizacji przedmiotu		2026/2027		
Poziom kształcenia	I stopnia - licencjackie		Grupa zajęć		Grupa zajęć fakultatywnych Grupa zajęć powiązanych z prowadzonymi badaniami naukowymi w dziedzinie nauki związanej z kierunkiem - profil ogólnoakademicki		
Forma studiów	stacjonarne		Sposób realizacji		na uczelni		
Rok studiów	2		Język wykładowy		polski		
Semestr studiów	4		Liczba punktów ECTS		7.0		
Profil kształcenia	ogólnoakademicki		Forma zaliczenia		egzamin		
Jednostka prowadząca							
Imię i nazwisko wykładowcy (wykładowców)	Odpowiedzialny za przedmiot		dr Wioleta Dryl				
	Prowadzący zajęcia z przedmiotu						
Formy zajęć	Forma zajęć	Wykład	Ćwiczenia	Laboratorium	Projekt	Seminarium	RAZEM
	Liczba godzin zajęć	30.0	30.0	15.0	0.0	0.0	75
	W tym liczba godzin zajęć na odległość: 0.0						
Aktywność studenta i liczba godzin pracy	Aktywność studenta	Udział w zajęciach dydaktycznych, objętych planem studiów		Udział w konsultacjach		Praca własna studenta	RAZEM
	Liczba godzin pracy studenta	75		4.0		96.0	175
Cel przedmiotu	Celem przedmiotu Zarządzanie marketingowe jest wyposażenie studentów w zaawansowaną wiedzę oraz praktyczne umiejętności niezbędne do planowania, realizacji, analizy i kontroli działań marketingowych w organizacjach funkcjonujących w dynamicznym otoczeniu rynkowym.						

Efekty uczenia się przedmiotu	Efekt kierunkowy	Efekt z przedmiotu	Sposób weryfikacji i oceny efektu
	[ZARZL3_U02] Student potrafi identyfikować problemy związane z funkcjonowaniem organizacji, realizowanymi w niej procesami oraz jej relacjami z otoczeniem oraz proponować adekwatne rozwiązania.	Student identyfikuje problemy marketingowe związane z relacjami organizacji z otoczeniem rynkowym, analizuje uwarunkowania i przyczyny tych problemów oraz proponuje adekwatne i spójne z celami organizacji działania marketingowe ukierunkowane na ich rozwiązanie.	[SU2] presentation/project/paper/report
	[ZARZL3_U07] Student potrafi przygotować prace pisemne oraz prezentacje i wystąpienia ustne, w zakresie problematyki zarządzania.	Student opracowuje pracę pisemną oraz przygotowuje i przedstawia prezentację ustną na temat wybranego zagadnienia z zakresu zarządzania marketingowego, wykorzystując właściwą terminologię, dane oraz przykłady praktyczne.	[SU2] presentation/project/paper/report
	[ZARZL3_W03] Student w zaawansowanym stopniu zna i rozumie charakter oraz dynamikę relacji między organizacją i interesariuszami, a także zjawiska, procesy i powiązania występujące w otoczeniu organizacji oraz ich wpływ na jej funkcjonowanie.	Student zna i rozumie charakter oraz dynamikę relacji marketingowych między organizacją a kluczowymi interesariuszami, wskazuje i opisuje zjawiska oraz procesy zachodzące w otoczeniu rynkowym organizacji oraz wyjaśnia ich wpływ na decyzje marketingowe i funkcjonowanie organizacji.	[SW4] test/exam - oral or written
	[ZARZL3_W08] Student w zaawansowanym stopniu zna i rozumie cele i specyfikę procesów zarządzania, ich powiązanie z innymi procesami w organizacji oraz towarzyszące im wyzwania i dylematy, w kontekście zmieniającego się otoczenia.	Student zna i rozumie cele i specyfikę procesów zarządzania marketingowego, wskazuje ich powiązania z innymi procesami organizacyjnymi (takimi jak: produkcja, logistyka, finanse), a także opisuje typowe wyzwania i dylematy towarzyszące tym procesom w warunkach zmiennego otoczenia rynkowego.	[SW4] test/exam - oral or written

Wykład:

1. Istota i miejsce marketingu w zarządzaniu strategicznym (marketing jako funkcja zarządzania, marketing strategiczny vs operacyjny, koncepcja rynkowa w zarządzaniu organizacją)
2. Analiza strategiczna w marketingu (analiza otoczenia (PESTEL), analiza konkurencji, scenariusze, analiza SWOT/TOWS z perspektywy marketingowej)
3. Segmentacja rynku i zarządzanie wartością dla klienta (strategia STP, kryteria i metody segmentacji, wybór segmentów docelowych i zarządzanie portfelem klientów, pojęcie wartości i propozycji wartości)
4. Marketingowe planowanie strategiczne (etapy i struktura planu marketingowego, cele marketingowe i mierniki efektywności)
5. Analizy marketingowe (Ansoff, Porter, BCG, GE/McKinsey)
6. Zarządzanie relacjami z klientami (strategie CRM i lojalności klienta, marketing relacyjny i automatyzacja procesów relacji)
7. Kontrola i audyt marketingowy (systemy kontroli działań marketingowych, audyt marketingowy i benchmarki branżowe, rola controlling'u marketingowego w zarządzaniu)

Ćwiczenia

1. Analizy otoczenia rynkowego (PESTEL, 5 sił Portera)
2. Segmentacja rynku i wybór grup docelowych analiza i uzasadnienie strategiczne
3. Analiza SWOT/TOWS na przykładzie wybranej firmy
4. Opracowanie propozycji wartości i pozycjonowania marki
5. Analiza portfela produktów/usług metodami BCG/ GE/McKinsey
6. Identyfikacja strategii marketingowej w oparciu o macierz Ansoffa
7. Opracowanie struktury planu marketingowego dla wybranego rynku

Laboratoria

1. Poznanie struktury i funkcji działu marketingu w firmie usługowej i produkcyjnej, obserwacja praktycznych zastosowań analiz rynkowych i narzędzi CRM
2. Przegląd procesu tworzenia kampanii marketingowych (wyzwania, budżetowanie, zarządzanie projektami)
3. Działania marketingowe organizacji NGO (studium przypadku realizowanej kampanii edukacyjnej lub informacyjnej)

	rynek, segmentacji, pozycjonowania, identyfikacja lokalnych przewag konkurencyjnych) 4. Analiza strategii marketingowej lokalnej firmy rodzinnej lub startupu (rozpoznanie strategii wejścia na  5. Prezentacje studentów na temat wyników obserwacji i analiz, dyskusja i ewaluacja wniosków pod kątem zastosowania narzędzi zarządzania marketingowego		
Wymagania wstępne i dodatkowe			
Sposoby i kryteria oceniania osiągniętych efektów uczenia się	Sposób oceniania (składowe)	Próg zaliczeniowy	Składowa oceny końcowej
	Test pisemny	51.0%	50.0%
	Wykonanie pracy zaliczeniowej - prezentacja/projekt/referat/raport	51.0%	50.0%
Zalecana lista lektur	Podstawowa lista lektur	Armstrong G. P. Kotler, Marketing. Wprowadzenie, wyd. Nieoczywiste, 2022.  Otto J., Sułkowski Ł., Metody zarządzania marketingowego, Difin 2014.  Red. G. Rosa, Zarządzanie marketingowe, CH Beck 2012.  Pomykański A., Zarządzanie i planowanie marketingowe, WN PWN 2005.	
	Uzupełniająca lista lektur	Koziński R. i in., Wskaźniki marketingowe, Wolters Kluwer Business, 2016.  Dryl W. Audyt marketingowy, CeDeWu 2020.  Dryl W., Dryl T., Kęprowska U., Nowe 4P marketingu, CeDeWu Warszawa 2023.	
	Adresy eZasobów	Podstawowe <a href="https://www.researchgate.net/publication/302929464_Macierz_BCG">https://www.researchgate.net/publication/302929464_Macierz_BCG</a> - Macierz BCG	
Przykładowe zagadnienia/ przykładowe pytania/ realizowane zadania	Przeprowadź analizę otoczenia wybranej organizacji metodą PESTEL i wskaż najważniejsze szanse i zagrożenia.  Porównaj dwa różne podejścia do segmentacji rynku: demograficzne i behawioralne. Które jest bardziej przydatne w strategii premium?  Jakie są ryzyka związane z błędnym pozycjonowaniem marki? Wskaż skutki i możliwe działania naprawcze.		
Praktyki zawodowe w ramach przedmiotu	Nie dotyczy		

Dokument wygenerowany elektronicznie. Nie wymaga pieczęci ani podpisu.

## Karta przedmiotu

Nazwa i kod przedmiotu	Skuteczny przedsiębiorca, PG_00178215						
Kierunek studiów	Zarządzanie (O)						
Data rozpoczęcia studiów	październik 2025 r.		Rok akademicki realizacji przedmiotu		2026/2027		
Poziom kształcenia	I stopnia - licencjackie		Grupa zajęć		Grupa zajęć fakultatywnych Grupa zajęć powiązanych z prowadzonymi badaniami naukowymi w dziedzinie nauki związanej z kierunkiem - profil ogólnoakademicki		
Forma studiów	stacjonarne		Sposób realizacji		na uczelni		
Rok studiów	2		Język wykładowy		polski		
Semestr studiów	4		Liczba punktów ECTS		7.0		
Profil kształcenia	ogólnoakademicki		Forma zaliczenia		egzamin		
Jednostka prowadząca	Rektor -> Wydział Zarządzania -> Katedra Strategicznego Rozwoju i Nauk o Jakości						
Imię i nazwisko wykładowcy (wykładowców)	Odpowiedzialny za przedmiot		dr hab. Joanna Sadkowska				
	Prowadzący zajęcia z przedmiotu						
Formy zajęć	Forma zajęć	Wykład	Ćwiczenia	Laboratorium	Projekt	Seminarium	RAZEM
	Liczba godzin zajęć	30.0	30.0	15.0	0.0	0.0	75
	W tym liczba godzin zajęć na odległość: 0.0						
Aktywność studenta i liczba godzin pracy	Aktywność studenta	Udział w zajęciach dydaktycznych, objętych planem studiów		Udział w konsultacjach		Praca własna studenta	RAZEM
	Liczba godzin pracy studenta	75		4.0		96.0	175
Cel przedmiotu	Celem zajęć jest przekazanie wiedzy w obszarze cech, działań oraz umiejętności skutecznego przedsiębiorcy.						
	W trakcie zajęć studenci rozwijają praktyczne umiejętności związane z budowaniem ww. umiejętności, w tym negocjowania, komunikowania, zarządzania czasem.						

Efekty uczenia się przedmiotu	Efekt kierunkowy	Efekt z przedmiotu	Sposób weryfikacji i oceny efektu
	[ZARZL3_W09] Student w zaawansowanym stopniu zna i rozumie ogólne zasady tworzenia oraz rozwoju tradycyjnych i nowoczesnych form przedsiębiorczości wykorzystującej wiedzę z obszaru nauk o zarządzaniu i jakości oraz ekonomii i finansów.	Student wyjaśnia techniki rozwiązywania problemów w pracy przedsiębiorcy oraz definiuje skuteczne działania przedsiębiorcy.	[SW4] test/exam - oral or written
	[ZARZL3_W06] Student w zaawansowanym stopniu zna i rozumie zasady racjonalnego podejmowania decyzji w odniesieniu do poszczególnych zasobów, obszarów funkcjonalnych w organizacji, procesów oraz poziomów zarządzania.	Student wyjaśnia istotę oraz wymienia i opisuje cechy i kompetencje skutecznego przedsiębiorcy.	[SW4] test/exam - oral or written
	[ZARZL3_U06] Student potrafi wykorzystywać i integrować wiedzę z zakresu nauk o zarządzaniu i jakości, a także ekonomii i finansów na potrzeby rozstrzygania dylematów oraz rozwiązywania złożonych problemów zarządczych, pojawiających się w pracy zawodowej.	Student analizuje i ocenia działania jakie może podejmować przedsiębiorca by być bardziej skutecznym oraz stosuje techniki komunikowania, negocjowania w celu osiągnięcia założonych celów.	[SU2] presentation/project/paper/report
Treści przedmiotu	1. Cechy i kompetencje skutecznego przedsiębiorcy 2. Kreatywne techniki rozwiązywania problemów w pracy przedsiębiorcy 3. Planowanie własnej ścieżki kariery i wspieranie automotywacji 4. Kompetencje przedsiębiorcy - negocjacje, komunikacja, negocjacje, zarządzanie czasem 5. Kompetencje przedsiębiorcy - budowanie relacji, budowanie zespołu  Porażka i jej znaczenie w przedsiębiorczości		
Wymagania wstępne i dodatkowe			
Sposoby i kryteria oceniania osiągniętych efektów uczenia się	Sposób oceniania (składowe)	Próg zaliczeniowy	Składowa oceny końcowej
	prezentacja	51.0%	50.0%
	egzamin pisemny	51.0%	50.0%
Zalecana lista lektur	Podstawowa lista lektur	1. Gerber, M. E., Mit przedsiębiorczości. Dlaczego większość małych firm upada i jak temu zaradzić, Wydawnictwo Onepress, Warszawa 2020. 2. Barczak P., Kompetencje przedsiębiorcy integralna struktura systemu, Kwartalnik Nauk o Przedsiębiorstwie, 2021, 2, 40-58.  3. Garbarski L., Talent przedsiębiorcy a sukces w biznesie. Zarządzanie Zasobami Ludzkimi, 2024, 157(2), 10-29.	
	Uzupełniająca lista lektur	1. Płoska R., Etyka biznesu w: red. P. Antonowicz, Zarządzanie rozwojem przedsiębiorstwa. Interaktywny podręcznik z zakresu zarządzania. Repozytorium case study dla studentów, Gdańsk UG 2020. 2. Siciński J., Early warning systems against bankruptcy risk and NLP: Can ChatGPT predict corporate distress?, Zeszyty Naukowe Politechniki Śląskiej. Organizacja i Zarządzanie, nr 170 (2023), 439-455. 3. Nowak B., Kompetencje menedżerskie spójne z procesem organizacyjnego uczenia się we współczesnych przedsiębiorstwach, Journal of Modern Science 2/37/2018, 319-326. 4. Sinek S., Zaczynaj od dlaczego. Jak wielcy liderzy inspirują innych do działania, Studio Emka, Warszawa 2021.  5. Covey S. R., 7 nawyków skutecznego działania, Wydawnictwo Rebis, Warszawa 2021.	
	Adresy eZasobów		

Przykładowe zagadnienia/ przykładowe pytania/ realizowane zadania	Cechy operacyjne przedsiębiorcy  Cechy osobowe przedsiębiorcy  Charakterystyka 2 technik rozwiązywania problemów w pracy przedsiębiorcy
Praktyki zawodowe w ramach przedmiotu	Nie dotyczy

Dokument wygenerowany elektronicznie. Nie wymaga pieczęci ani podpisu.



## Karta przedmiotu

Nazwa i kod przedmiotu	Zarządzanie procesami i projektami , PG_00178217						
Kierunek studiów	Zarządzanie (O)						
Data rozpoczęcia studiów	październik 2025 r.	Rok akademicki realizacji przedmiotu			2026/2027		
Poziom kształcenia	I stopnia - licencjackie	Grupa zajęć			Grupa zajęć fakultatywnych Grupa zajęć powiązanych z prowadzonymi badaniami naukowymi w dziedzinie nauki związanej z kierunkiem - profil ogólnoakademicki		
Forma studiów	stacjonarne	Sposób realizacji			na uczelni		
Rok studiów	2	Język wykładowy			polski		
Semestr studiów	4	Liczba punktów ECTS			7.0		
Profil kształcenia	ogólnoakademicki	Forma zaliczenia			egzamin		
Jednostka prowadząca	Rektor -> Wydział Zarządzania -> Katedra Organizacji i Zarządzania						
Imię i nazwisko wykładowcy (wykładowców)	Odpowiedzialny za przedmiot	prof. dr hab. Agnieszka Szpitter					
	Prowadzący zajęcia z przedmiotu						
Formy zajęć	Forma zajęć	Wykład	Ćwiczenia	Laboratorium	Projekt	Seminarium	RAZEM
	Liczba godzin zajęć	30.0	30.0	15.0	0.0	0.0	75
	W tym liczba godzin zajęć na odległość: 0.0						
Aktywność studenta i liczba godzin pracy	Aktywność studenta	Udział w zajęciach dydaktycznych, objętych planem studiów		Udział w konsultacjach		Praca własna studenta	RAZEM
	Liczba godzin pracy studenta	75		4.0		96.0	175
Cel przedmiotu	<p>Celem modułu zarządzanie projektami jest przekazanie współczesnej i istotnej wiedzy na temat zarządzania projektami w biznesie. Zapoznać studentów z pojęciami, terminami, metodami, praktykami związanymi z zarządzaniem projektami wg międzynarodowego powszechnego standardu PMBoK PMI wg najnowsze edycji.</p> <p>Celem modułu zarządzania procesami jest zapoznanie studentów z rodzajami i przeznaczeniem rozwiązań w sferze procesowości wspierających zarządzania organizacją we współczesnych realiach rynkowych. Ponadto przygotowanie studentów do praktycznego projektowania procesów biznesowych, konfiguracji struktury i systemu zarządzania z zastosowaniem orientacji procesowej, a także oceny poziomu dojrzałości procesowej organizacji.</p>						

Efekty uczenia się przedmiotu	Efekt kierunkowy	Efekt z przedmiotu	Sposób weryfikacji i oceny efektu
	[ZARZL3_W04] Student w zaawansowanym stopniu zna i rozumie rolę, miejsce oraz zachowania człowieka w organizacji - w wymiarze indywidualnym, grupowym oraz organizacyjnym.	Po ukończeniu przedmiotu student będzie potrafił: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Skutecznie komunikować się w ramach zespołu, zarówno werbalnie, jak i niewerbalnie, w celu efektywnej wymiany informacji i budowania wspólnego zrozumienia.</li> <li>• Aktywnie uczestniczyć w pracy zespołowej, przyjmując różne role (np. lidera, członka zespołu, moderatora), w zależności od potrzeb zadania i dynamiki grupy.</li> <li>• Współpracować w celu osiągnięcia wspólnych celów, dzieląc się wiedzą, doświadczeniem i odpowiedzialnością.</li> <li>• Konstruktywnie rozwiązywać konflikty i napięcia w zespole, dążąc do wypracowania satysfakcjonujących rozwiązań.</li> <li>• Udzielać i przyjmować informację zwrotną, wykorzystując ją do doskonalenia własnych umiejętności pracy zespołowej.</li> <li>• Rozpoznawać i szanować różnorodność perspektyw i stylów pracy członków zespołu, wykorzystując je jako atut w realizacji zadań.</li> </ul>	[SW4] test/exam - oral or written [SW5] implementation of a problem task
	[ZARZL3_U02] Student potrafi identyfikować problemy związane z funkcjonowaniem organizacji, realizowanymi w niej procesami oraz jej relacjami z otoczeniem oraz proponować adekwatne rozwiązania.	Po ukończeniu przedmiotu student będzie potrafił: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Samodzielnie identyfikować kluczowe problemy i wyzwania wpływające na funkcjonowanie organizacji, zarówno w jej wnętrzu (np. procesy wewnętrzne) jak i w relacjach z otoczeniem.</li> <li>• Formułować precyzyjne cele dla proponowanych rozwiązań, uwzględniając kontekst organizacyjny i strategiczny.</li> <li>• Generować różnorodne i innowacyjne rozwiązania dla zidentyfikowanych problemów, wykorzystując wiedzę z zakresu zarządzania.</li> <li>• Oceniać adekwatność i wykonalność proponowanych rozwiązań, biorąc pod uwagę dostępne zasoby, ograniczenia oraz potencjalne ryzyka.</li> <li>• Prezentować i argumentować swoje propozycje rozwiązań w sposób zrozumiały i przekonujący, uzasadniając ich potencjalny wpływ na efektywność organizacji.</li> </ul>	[SU2] presentation/project/paper/report [SU5] implementation of a problem task

	Efekt kierunkowy	Efekt z przedmiotu	Sposób weryfikacji i oceny efektu
	[ZARZL3_U11] Student potrafi współdziałać i pracować w zespołach, przyjmując w nich różne role.	Po ukończeniu przedmiotu student będzie potrafił: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Skutecznie komunikować się w ramach zespołu, zarówno werbalnie, jak i niewerbalnie, w celu efektywnej wymiany informacji i budowania wspólnego zrozumienia.</li> <li>• Aktywnie uczestniczyć w pracy zespołowej, przyjmując różne role (np. lidera, członka zespołu, moderatora), w zależności od potrzeb zadania i dynamiki grupy.</li> <li>• Współpracować w celu osiągnięcia wspólnych celów, dzieląc się wiedzą, doświadczeniem i odpowiedzialnością.</li> <li>• Konstruktywnie rozwiązywać konflikty i napięcia w zespole, dążąc do wypracowania satysfakcjonujących rozwiązań.</li> <li>• Udzielać i przyjmować informację zwrotną, wykorzystując ją do doskonalenia własnych umiejętności pracy zespołowej.</li> <li>• Rozpoznawać i szanować różnorodność perspektyw i stylów pracy członków zespołu, wykorzystując je jako atut w realizacji zadań.</li> </ul>	[SU2] presentation/project/paper/report [SU5] implementation of a problem task [SU6] demonstration of practical skills
	[ZARZL3_U04] Student potrafi poprawnie wybrać oraz właściwie stosować metody i narzędzia z zakresu nauk o zarządzaniu i jakości oraz ekonomii i finansów - na potrzeby procesów decyzyjnych.	Po ukończeniu przedmiotu student będzie potrafił: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Wybierać i uzasadniać zastosowanie odpowiednich metod i narzędzi z zakresu zarządzania, jakości, ekonomii i finansów do analizy złożonych problemów decyzyjnych w organizacji.</li> <li>• Formułować i prezentować klarowne argumenty za wyborem konkretnych rozwiązań, wspierając je analizą finansową.</li> <li>• Dostosowywać wybór metod i narzędzi do specyfiki branży, wielkości organizacji oraz dostępnych zasobów.</li> </ul>	[SU2] presentation/project/paper/report [SU5] implementation of a problem task
	[ZARZL3_W05] Student w zaawansowanym stopniu zna i rozumie metody oraz techniki pozyskiwania, opracowywania i wykorzystania danych w procesach decyzyjnych oraz zarządczych.	Po ukończeniu przedmiotu student będzie potrafił: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Identyfikować i dobierać odpowiednie metody oraz techniki pozyskiwania danych, uwzględniając ich specyfikę i kontekst procesów decyzyjnych oraz zarządczych.</li> <li>• Krytycznie oceniać wiarygodność i przydatność pozyskanych danych oraz ich opracowań na potrzeby konkretnych decyzji zarządczych.</li> <li>• Wskazywać i implementować sposoby wykorzystania danych i wyników analiz w procesach planowania, organizowania, motywowania i kontroli w organizacji.</li> <li>• Posługiwać się narzędziami informatycznymi wspierającymi procesy pozyskiwania, opracowywania i wizualizacji danych.</li> </ul>	[SW4] test/exam - oral or written [SW5] implementation of a problem task

Treści przedmiotu	<p>ZARZĄDZANIE PROJEKTAMI: prezentowane wg międzynarodowego standardu zarządzania projektami wykorzystywane w praktyce biznesowej, podstawowe pojęcia, standardy, praktyki i domeny efektywności projektów. Wykłady, ćwiczenia i laboratorium tworzą immanentną całość.</p> <p>I. Wprowadzenie kluczowe pojęcia w zarządzaniu projektami. II. Domeny efektywności projektowej:</p> <p>1. Rozwój podejść do zarządzania projektami tradycyjne i nowoczesne zwinne. 2. Planowanie projektu zasady i metody WBS, CPM. 3. Zarządzanie wymaganiami, opis wymagań w projekcie. 4. Koszty i budżet projektu metody pomiaru w projektach. 5. Harmonogramy w projektach. 6. Zespół projektowy zasady współpracy. 7. Zadania w projektach. Metody, w zarządzaniu projektami. Wykorzystanie specjalistycznego oprogramowania do zarządzania projektami Project.</p> <p>ZARZĄDZANIE PROCESAMI. 1. Problematyka wykładu: Wprowadzenie: BPM, Cechy współczesnych organizacji. Proces jako obiekt budowy systemu funkcjonowania i struktury organizacyjnej: Proces biznesowy, Typologia procesów, Koncepty i metody zarządzania procesami, Etapy ewolucji zarządzania procesowego i zarządzania procesami. Identyfikacja, formalizacja i eksploracja procesów: Identyfikacja i formalizacja procesów biznesowych, Eksploracja procesów biznesowych (<i>proces mining</i>), Opomiarowanie procesami, Standaryzacja procesów, Organizacja procesowa: Kulturowe uwarunkowania organizacji procesowej, Ewolucja struktur organizacyjnych w kierunku procesów, Strategie zmiany w kierunku procesów. Dojrzałość procesowa organizacji: Modele dojrzałości.</p> <p>2. Problematyka ćwiczeń: Podejście klasyczne i procesowe do budowy organizacji istota, różnice i znaczenie dla osiąganych efektów. Transformacja organizacji z funkcjonalnej w procesową. Projektowanie struktury organizacyjnej według konwencji procesowej. 3. Problematyka laboratorium: Modelowanie mapy przebiegu działań w procesie biznesowym z wykorzystaniem wskazanego oprogramowania komputerowego.</p>		
Wymagania wstępne i dodatkowe	<p>Student ma obowiązek uczestniczenia zarówno na ćwiczeniach jak i w wykładach. Obecność na ćwiczeniach jest obowiązkowa. Znajomość podstaw dotyczących teorii organizacji i zarządzania. Ukończone przedmioty wprowadzające: Zarządzanie.</p>		
Sposoby i kryteria oceniania osiąganych efektów uczenia się	Sposób oceniania (składowe)	Próg zaliczeniowy	Składowa oceny końcowej
	Oceny z pisemnych kolokwium	51.0%	30.0%
	Oceny z prac zaliczeniowych	51.0%	20.0%
	Ocena z kolokwium końcowego	51.0%	50.0%
Zalecana lista lektur	<p>Podstawowa lista lektur</p>		
		<p><b>ZARZĄDZANIE PROJEKTAMI. Literatura wymagana do zaliczenia przedmiotu (zdania egzaminu):</b></p> <p>1. PMBoK 7th ed. 2021, PMI. Międzynarodowy Standard Zarządzania Projektami.</p> <p>2. R.K. Wysocki, R. McGary, Efektywne zarządzanie projektami. Wydanie VII, One Press, Warszawa, Wydanie III 2005, Wydanie VII 2018.</p> <p><b>ZARZĄDZANIE PROCESAMI. Literatura wymagana do zaliczenia przedmiotu (zdania egzaminu):</b></p> <p>Bitkowska, A. A. (2019). <i>Od klasycznego do zintegrowanego zarządzania procesowego w organizacjach</i>. Wyd. CH Beck.</p> <p>Grajewski, P. (2016). <i>Organizacja procesowa</i>. Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne.</p> <p>Sliż, P. (2021). <i>Organizacja procesowo-projektowa: istota, modelowanie, pomiar dojrzałości</i>, Difin, Warszawa.</p>	

	Uzupełniająca lista lektur	<p><b>ZARZĄDZANIE PROJEKTAMI. Literatura uzupełniająca:</b></p> <p>1. A.A. Szpitter, Metodyki zarządzania projektami stosowane przez project managerów u operatorów systemu dystrybucyjnego w Polsce, Wyd. UG, Sopot 2018.</p> <p>2. N. Mingus, Zarządzanie projektami, One Press Helios, Gliwice 2009.</p> <p>3. A.A. Szpitter, Zarządzanie wiedzą w tworzeniu innowacji: model dojrzałości projektowej organizacji, Wyd. UG, Sopot 2013.</p> <p><b>ZARZĄDZANIE PROCESAMI. Literatura uzupełniająca:</b></p> <p>1. Nowosielski, S. (2018). Procesy i projekty w organizacji. O potrzebie i sposobach współdziałania. <i>Studia i Prace Kolegium Zarządzania i Finansów</i>, (169), 109-129.</p> <p>2. Nowosielski, S. (2017). Procesy i projekty w zarządzaniu zmianą organizacyjną. <i>Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu</i>, (463).</p> <p>3. Nowosielski, S. (2017). Procesy a projekty w organizacji. <i>Ekonomika i Organizacja Przedsiębiorstwa</i>, (12), 140-150.</p>
	Adresy eZasobów	
Przykładowe zagadnienia/ przykładowe pytania/ realizowane zadania		
Praktyki zawodowe w ramach przedmiotu	Nie dotyczy	

Dokument wygenerowany elektronicznie. Nie wymaga pieczęci ani podpisu.



## Karta przedmiotu

Nazwa i kod przedmiotu	Inwestycje na rynku kapitałowym, PG_00178218						
Kierunek studiów	Zarządzanie (O)						
Data rozpoczęcia studiów	październik 2025 r.		Rok akademicki realizacji przedmiotu		2026/2027		
Poziom kształcenia	I stopnia - licencjackie		Grupa zajęć		Grupa zajęć fakultatywnych Grupa zajęć powiązanych z prowadzonymi badaniami naukowymi w dziedzinie nauki związanej z kierunkiem - profil ogólnoakademicki		
Forma studiów	stacjonarne		Sposób realizacji		na uczelni		
Rok studiów	2		Język wykładowy		polski		
Semestr studiów	4		Liczba punktów ECTS		7.0		
Profil kształcenia	ogólnoakademicki		Forma zaliczenia		egzamin		
Jednostka prowadząca	Rektor -> Wydział Zarządzania -> Katedra Inwestycji i Nieruchomości						
Imię i nazwisko wykładowcy (wykładowców)	Odpowiedzialny za przedmiot		dr Krzysztof Kowalke				
	Prowadzący zajęcia z przedmiotu						
Formy zajęć	Forma zajęć	Wykład	Ćwiczenia	Laboratorium	Projekt	Seminarium	RAZEM
	Liczba godzin zajęć	30.0	30.0	15.0	0.0	0.0	75
	W tym liczba godzin zajęć na odległość: 0.0						
Aktywność studenta i liczba godzin pracy	Aktywność studenta	Udział w zajęciach dydaktycznych, objętych planem studiów		Udział w konsultacjach		Praca własna studenta	RAZEM
	Liczba godzin pracy studenta	75		4.0		96.0	175
Cel przedmiotu	Zrozumienie procesu podejmowania decyzji inwestycyjnych na rynku kapitałowym, zarządzania ryzykiem, podstaw oceny efektywności inwestycji na rynku kapitałowym oraz podstaw zastosowania metod symulacyjnych						

Efekty uczenia się przedmiotu	Efekt kierunkowy	Efekt z przedmiotu	Sposób weryfikacji i oceny efektu
	[ZARZL3_W06] Student w zaawansowanym stopniu zna i rozumie zasady racjonalnego podejmowania decyzji w odniesieniu do poszczególnych zasobów, obszarów funkcjonalnych w organizacji, procesów oraz poziomów zarządzania.	Student identyfikuje zasady racjonalnego działania przy inwestowaniu oraz wykorzystuje je w procesie podejmowania decyzji inwestycyjnych na rynku kapitałowym.	[SW4] test/exam - oral or written [SW2] presentation/project/paper/report [SW5] implementation of a problem task
	[ZARZL3_W02] Student w zaawansowanym stopniu zna i rozumie istotę oraz funkcjonowanie różnych rodzajów organizacji, ich atrybuty, obszary funkcjonalne oraz zachodzące w nich procesy, a także powiązania z otoczeniem.	Student ma zdolność rozpoznać specyfikę funkcjonowania przedsiębiorstw, ocenić ich wewnątrz i otoczenie (sektorowe i makroekonomiczne) pod kątem ich wpływu na wartość akcji na rynku kapitałowym	[SW4] test/exam - oral or written [SW1] oral statement/conversation/discussion [SW2] presentation/project/paper/report [SW5] implementation of a problem task
	[ZARZL3_U04] Student potrafi poprawnie wybrać oraz właściwie stosować metody i narzędzia z zakresu nauk o zarządzaniu i jakości oraz ekonomii i finansów - na potrzeby procesów decyzyjnych.	Student wybiera i wykorzystuje odpowiednie metody i narzędzia analizy technicznej i fundamentalnej w procesie zarządzania portfelem inwestycyjnym na rynku kapitałowym.	[SU2] presentation/project/paper/report [SU4] test/exam - oral or written [SU5] implementation of a problem task
	[ZARZL3_U03] Student potrafi pozyskiwać dane z właściwie wybranych i zweryfikowanych źródeł oraz wykorzystywać te dane na potrzeby analizy i oceny procesów oraz zjawisk gospodarczych.	Student pozyskuje dane finansowe i niefinansowe na temat przedsiębiorstwa na potrzebę ich analizy w celu zidentyfikowania ich wpływu na wartość akcji.	[SU2] presentation/project/paper/report [SU5] implementation of a problem task
Treści przedmiotu	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Podejmowanie decyzji inwestycyjnych na rynku kapitałowym</li> <li>2. Charakterystyka rynków kapitałowych</li> <li>3. Czynniki wpływające na wartość akcji</li> <li>4. Zasady zawierania transakcji na GPW w Warszawie</li> <li>5. Metody oceny efektywności na rynku kapitałowym</li> <li>6. Analiza fundamentalna jako narzędzie wsparcia decyzji inwestycyjnych</li> <li>7. Analiza techniczna w procesie podejmowania decyzji inwestycyjnych na rynku kapitałowym</li> <li>8. Instytucje i struktura polskiego rynku kapitałowego</li> <li>9. Inwestorzy na polskim rynku kapitałowym</li> <li>10. Efektywność informacyjna rynku kapitałowego</li> <li>11. Specyfika zarządzania ryzykiem inwestycyjnym</li> <li>12. Miary ryzyka inwestycji</li> <li>13. Symulacje w rachunku opłacalności inwestycji</li> </ol>		
Wymagania wstępne i dodatkowe	Znajomość podstaw statystyki i matematyki finansowej		
Sposoby i kryteria oceniania osiągniętych efektów uczenia się	Sposób oceniania (składowe)	Próg zaliczeniowy	Składowa oceny końcowej
	Wykonanie projektu	51.0%	20.0%
	Kolokwium pisemne z ćwiczeń	51.0%	30.0%
	Egzamin pisemny	51.0%	50.0%
Zalecana lista lektur	Podstawowa lista lektur	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Czerwińska T., Kowalke K., Nawrocka E., Rymarzak M., Szczepniak K., Wojewnik-Filipkowska A.: Zarządzanie inwestycjami i nieruchomościami. Wybrane problemy. Praca zbiorowa pod redakcją M. Rymarzak, Fundacja Rozwoju Uniwersytetu Gdańskiego, Gdańsk 2011, rozdział 4 i 5.</li> <li>2. Kowalke K.: Analiza fundamentalna - wykorzystanie na rynku akcji w Polsce. CeDeWu.pl, Warszawa 2016, rozdział 1 i 2</li> <li>3. Kowalke K., Rymarzak M., Kramer R., Latek M.: Alternatywne formy lokowania kapitału dla depozytów bankowych. CeDeWy, Warszawa 2021.</li> <li>4. Murphy J.J.: Analiza techniczna rynków finansowych. WIG Press, Warszawa 1999, Rozdział 1; 2; 5; 6; 9 i 10</li> </ol>	

	Uzupełniająca lista lektur	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kowalke K., Funk B.: Lessons from the US and German Reit Markets for Drafting a Polish Reit Act. Real Estate Management and Valuation 30 (1), 1-12, 2022.</li> <li>2. Zarządzanie ryzykiem. Praca zbiorowa pod redakcją K. Jajuga. Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2007.</li> <li>3. Behrens W., Hawranek P.M.: Poradnik przygotowania przemysłowych studiów feasibility, UNIDO, Warszawa 1993.</li> <li>4. Damodaran A.: Finanse korporacyjne, Teoria i praktyka. Helion, Gliwice 2007.</li> <li>5. Jajuga K., Jajuga T.: Inwestycje: instrumenty finansowe, ryzyko finansowe, inżynieria finansowa. PWN, Warszawa 2006.</li> <li>6. Pring M.J.: Podstawy analizy technicznej. WIG PRESS, Warszawa 1998.</li> <li>7. J.C. Hull: Zarządzanie ryzykiem instytucji finansowych. Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2011.</li> <li>8. Fishman G.S.: Monte Carlo. Concepts, Algorithms and Applications. Springer, New York 1996.</li> <li>9. Gentle J.E.: Random Number Generation and Monte Carlo Methods 2ed. Springer, New York 2003.</li> <li>10. Johnson M.E.: Multivariate Statistical Simulation. Wiley &amp; Sons, New York 1987.</li> <li>11. Naylor T.H.: Modelowanie cyfrowe systemów ekonomicznych. Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 1975.</li> <li>12. Dittmann P., Prognozowanie w przedsiębiorstwie. Oficyna Ekonomiczna, Kraków 2003.</li> <li>13. Zieliński R.: Metody Monte Carlo. WNT, Warszawa 1970.</li> </ol>
	Adresy eZasobów	
Przykładowe zagadnienia/ przykładowe pytania/ realizowane zadania		
Praktyki zawodowe w ramach przedmiotu	Nie dotyczy	

Dokument wygenerowany elektronicznie. Nie wymaga pieczęci ani podpisu.



## Karta przedmiotu

Nazwa i kod przedmiotu	Marketingowe narzędzia cyfrowe, PG_00178219						
Kierunek studiów	Zarządzanie (O)						
Data rozpoczęcia studiów	październik 2025 r.		Rok akademicki realizacji przedmiotu		2026/2027		
Poziom kształcenia	I stopnia - licencjackie		Grupa zajęć		Grupa zajęć fakultatywnych Grupa zajęć powiązanych z prowadzonymi badaniami naukowymi w dziedzinie nauki związanej z kierunkiem - profil ogólnoakademicki		
Forma studiów	stacjonarne		Sposób realizacji		na uczelni		
Rok studiów	2		Język wykładowy		polski		
Semestr studiów	4		Liczba punktów ECTS		7.0		
Profil kształcenia	ogólnoakademicki		Forma zaliczenia		egzamin		
Jednostka prowadząca							
Imię i nazwisko wykładowcy (wykładowców)	Odpowiedzialny za przedmiot		dr Liwia Delińska				
	Prowadzący zajęcia z przedmiotu						
Formy zajęć	Forma zajęć	Wykład	Ćwiczenia	Laboratorium	Projekt	Seminarium	RAZEM
	Liczba godzin zajęć	30.0	30.0	15.0	0.0	0.0	75
	W tym liczba godzin zajęć na odległość: 0.0						
Aktywność studenta i liczba godzin pracy	Aktywność studenta	Udział w zajęciach dydaktycznych, objętych planem studiów		Udział w konsultacjach		Praca własna studenta	RAZEM
	Liczba godzin pracy studenta	75		4.0		96.0	175
Cel przedmiotu	Celem przedmiotu jest nabycie wiedzy i umiejętności oraz zapoznanie studentów z działaniami współczesnych narzędzi cyfrowych w marketingu, szczególnie w zakresie marketingu internetowego w wyszukiwarkach, tworzenia funkcjonalnych stron internetowych oraz pracy z mediami społecznościowymi. Studenci powinni opanować umiejętność wykorzystania odpowiednich narzędzi cyfrowych dostosowanych do zrealizowania celów strategii marketingowych.						

Efekty uczenia się przedmiotu	Efekt kierunkowy	Efekt z przedmiotu	Sposób weryfikacji i oceny efektu
	[ZARZL3_W03] Student w zaawansowanym stopniu zna i rozumie charakter oraz dynamikę relacji między organizacją i interesariuszami, a także zjawiska, procesy i powiązania występujące w otoczeniu organizacji oraz ich wpływ na jej funkcjonowanie.	Student opisuje, w jaki sposób narzędzia marketingu cyfrowego wpływają na relacje organizacji z interesariuszami oraz identyfikuje zależności między otoczeniem cyfrowym a funkcjonowaniem przedsiębiorstwa.	[SW4] test/exam - oral or written
	[ZARZL3_U12] Student potrafi wykorzystywać technologie i narzędzia informatyczne, wspomagające realizację zadań zawodowych, związanych z zarządzaniem.	Student potrafi wykorzystywać nowoczesne technologie i narzędzia informatyczne w marketingu cyfrowym, wspomagając realizację strategii marketingowych oraz zarządzanie komunikacją i relacjami z rynkiem.	[SU2] presentation/project/paper/report [SU8] observation of student's independent or team work
	[ZARZL3_U07] Student potrafi przygotować prace pisemne oraz prezentacje i wystąpienia ustne, w zakresie problematyki zarządzania.	Student przygotowuje prace pisemne, prezentacje i wystąpienia ustne dotyczące zastosowania narzędzi marketingowych w kontekście zarządzania przedsiębiorstwem.	[SU2] presentation/project/paper/report [SU8] observation of student's independent or team work
	[ZARZL3_U02] Student potrafi identyfikować problemy związane z funkcjonowaniem organizacji, realizowanymi w niej procesami oraz jej relacjami z otoczeniem oraz proponować adekwatne rozwiązania.	Student identyfikuje problemy i wyzwania związane ze stosowaniem cyfrowych narzędzi marketingowych w przedsiębiorstwie oraz proponuje adekwatne rozwiązania z wykorzystaniem tych narzędzi.	[SU2] presentation/project/paper/report [SU8] observation of student's independent or team work
Treści przedmiotu	1. Konsument w przestrzeni cyfrowej i istota rozwiązań technologicznych w marketingu 2. Marketing internetowy w wyszukiwarkach 3. Reklamy w przestrzeni cyfrowej 4. Podstawy tworzenia stron internetowych i sklepów internetowych 5. Marketing mobilny oraz email marketing 6. Podział mediów społecznościowych, ich funkcjonowanie i użytkownicy 7. Przygotowanie strategii marketingowej w mediach społecznościowych 8. Tworzenie treści w serwisach społecznościowych z wykorzystaniem aktualnych narzędzi 9. Monitoring mediów, analiza sentymentu i social listening 10. Wprowadzenie do wizualizacji danych w marketingu		
Wymagania wstępne i dodatkowe			
Sposoby i kryteria oceniania osiągniętych efektów uczenia się	Sposób oceniania (składowe)	Próg zaliczeniowy	Składowa oceny końcowej
	prace cząstkowe	51.0%	40.0%
	praca projektowa zakończona prezentacją	51.0%	60.0%
Zalecana lista lektur	Podstawowa lista lektur	1. G. Mazurek (red.), E-Marketing. Planowanie, narzędzia, praktyka, Poltext, Warszawa 2022. 2. K. Marzec, T. Trzósło, Marketing internetowy w Google. Pozycjonowanie, Ads & Analytics dla biznesu, e-commerce, marketerów, OnePress, Gliwice 2022. 3. G. Mazurek, Transformacja cyfrowa perspektywa marketingu, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2021	
	Uzupełniająca lista lektur	1. Ph. Kotler, H. Kartajaya, I. Setiawan, Marketing 5.0. Technologie Next Tech, MT Biznes, Warszawa 2021. 2. C.N. Knaflig, Storytelling danych. Poradnik wizualizacji danych dla profesjonalistów. OnePress, Gliwice 2021 3. M.A. Russell, M. Klassen, Data Mining. Eksploracja danych w sieciach społecznościowych, Helion, Gliwice 2019. 4. G. Błażewicz, Marketing Automation. W kierunku sztucznej inteligencji i hiperpersonalizacji, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2021. 5. Materiały przygotowane przez wykładowców.	
	Adresy eZasobów		
Przykładowe zagadnienia/ przykładowe pytania/ realizowane zadania	1. Przygotuj stronę internetową. 2. Przygotuj newsletter.		

Dokument wygenerowany elektronicznie. Nie wymaga pieczęci ani podpisu.



## Karta przedmiotu

Nazwa i kod przedmiotu	Strategie odpowiedzialnego biznesu, PG_00178220						
Kierunek studiów	Zarządzanie (O)						
Data rozpoczęcia studiów	październik 2025 r.		Rok akademicki realizacji przedmiotu		2026/2027		
Poziom kształcenia	I stopnia - licencjackie		Grupa zajęć		Grupa zajęć fakultatywnych Grupa zajęć powiązanych z prowadzonymi badaniami naukowymi w dziedzinie nauki związanej z kierunkiem - profil ogólnoakademicki		
Forma studiów	stacjonarne		Sposób realizacji		na uczelni		
Rok studiów	2		Język wykładowy		polski		
Semestr studiów	4		Liczba punktów ECTS		7.0		
Profil kształcenia	ogólnoakademicki		Forma zaliczenia		egzamin		
Jednostka prowadząca	Rektor -> Wydział Zarządzania -> Katedra Strategicznego Rozwoju i Nauk o Jakości						
Imię i nazwisko wykładowcy (wykładowców)	Odpowiedzialny za przedmiot		dr Renata Płoska				
	Prowadzący zajęcia z przedmiotu						
Formy zajęć	Forma zajęć	Wykład	Ćwiczenia	Laboratorium	Projekt	Seminarium	RAZEM
	Liczba godzin zajęć	30.0	30.0	15.0	0.0	0.0	75
	W tym liczba godzin zajęć na odległość: 0.0						
Aktywność studenta i liczba godzin pracy	Aktywność studenta	Udział w zajęciach dydaktycznych, objętych planem studiów		Udział w konsultacjach		Praca własna studenta	RAZEM
	Liczba godzin pracy studenta	75		4.0		96.0	175
Cel przedmiotu	Zapoznanie studentów z koncepcją odpowiedzialnego i zrównoważonego biznesu oraz procesem, obszarami i narzędziami wdrażania tej koncepcji w przedsiębiorstwie. Rozwinięcie praktycznych umiejętności analizowania, oceniania, a także planowania działań wpisujących się w strategię odpowiedzialnego biznesu.						
Efekty uczenia się przedmiotu	Efekt kierunkowy		Efekt z przedmiotu		Sposób weryfikacji i oceny efektu		
	[ZARZL3_U06] Student potrafi wykorzystywać i integrować wiedzę z zakresu nauk o zarządzaniu i jakości, a także ekonomii i finansów na potrzeby rozstrzygania dylematów oraz rozwiązywania złożonych problemów zarządczych, pojawiających się w pracy zawodowej.		Student analizuje, ocenia oraz proponuje działania z zakresu odpowiedzialnego i zrównoważonego biznesu.		[SU2] presentation/project/paper/report		
	[ZARZL3_W07] Student w zaawansowanym stopniu zna i rozumie regulacje oraz normy prawne, organizacyjne i etyczne, w tym dotyczące ochrony własności intelektualnej - istotne z punktu widzenia podejmowania decyzji biznesowych.		Student wyjaśnia istotę, a także wymienia i opisuje zasady oraz działania z zakresu odpowiedzialnego i zrównoważonego biznesu.		[SW4] test/exam - oral or written		

Treści przedmiotu	<p>Koncepcja odpowiedzialnego i zrównoważonego biznesu geneza, istota, koncepcje pokrewne oraz uwarunkowania.</p> <p>Strategie odpowiedzialnego biznesu rodzaje, podejścia, proces tworzenia, wytyczne.</p> <p>Kluczowe obszary odpowiedzialności biznesu: ochrona praw człowieka; działania na rzecz praw pracowniczych; ochrona środowiska; odpowiedzialne praktyki biznesowe; zagadnienia konsumenckie; inicjatywy na rzecz społeczeństwa.</p> <p>Wdrażanie i monitorowanie strategii odpowiedzialnego i zrównoważonego biznesu.</p> <p>Komunikowanie z zakresu odpowiedzialnego i zrównoważonego biznesu.</p>		
Wymagania wstępne i dodatkowe	Podstawowa wiedza z zakresu funkcjonowania przedsiębiorstw.		
Sposoby i kryteria oceniania osiągniętych efektów uczenia się	Sposób oceniania (składowe)	Próg zaliczeniowy	Składowa oceny końcowej
	projekty (zadania) realizowane w ramach ćwiczeń i laboratoriów	51.0%	40.0%
	egzamin pisemny	51.0%	60.0%
Zalecana lista lektur	Podstawowa lista lektur	<p>Dąbrowski T. J., Majchrzak K., Społeczna odpowiedzialność i nieodpowiedzialność biznesu, SGH, Warszawa 2022.</p> <p>Mazurowska M., Płoska R., Sprawozdawcza i pozasprawozdawcza komunikacja w zakresie społecznej odpowiedzialności biznesu, CMS, Sopot 2022, r. 1-3.</p>	
	Uzupełniająca lista lektur	<p>Gołaszewska-Kaczan U., Społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstwa działania w obszarze wewnętrznym, Wydawnictwo Uniwersytetu w Białymstoku, Białystok 2020.</p> <p>Jedynak M., Współpraca z dostawcami w przedsiębiorstwach społecznie odpowiedzialnych, Wydawnictwo UJ, Kraków 2023, r. 2 i 3.</p> <p>Malinowska E., Szymańska-Brałkowska M., Zawojek M., Wpływ stanu bezpieczeństwa i higieny pracy na poziom satysfakcji klienta [w] Skrzypek E. (red.), Zarządzanie organizacją w warunkach różnorodności, Uniwersytet Marii Curie-Skłodowskiej w Lublinie, Lublin 2018, 145-160.</p> <p>Malinowska E., Szymańska-Brałkowska M., Ochrona środowiska elementem koncepcji CSR na przykładzie branży gastronomicznej [w] Antonowicz P., Galiński P., Pisarewicz P. (red.), Społeczny, środowiskowy i jakościowy wymiar kreacji wartości organizacji, Wydawnictwo UG, 2020, 145-166.</p> <p>Płoska R., Obszary społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstwa, [w] Antonowicz P. (red.), Zarządzanie rozwojem przedsiębiorstwa. Interaktywny podręcznik z zakresu zarządzania. Repozytorium case study dla studentów, UG 2020, 79-88.</p> <p>Płoska R., Standardy i wytyczne z zakresu społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstwa [w] Antonowicz P. (red.), Zarządzanie rozwojem przedsiębiorstwa. Interaktywny podręcznik z zakresu zarządzania. Repozytorium case study dla studentów, UG 2020, 89-102.</p>	

	Adresy eZasobów	<p>Podstawowe</p> <p><a href="https://fundacjacms.pl/wp-content/uploads/2022/03/Sprawozdawcza-i-pozasprawozdawcza-komunikacja-zewn%C4%99trzna-wersja-elektroniczna.pdf">https://fundacjacms.pl/wp-content/uploads/2022/03/Sprawozdawcza-i-pozasprawozdawcza-komunikacja-zewn%C4%99trzna-wersja-elektroniczna.pdf</a> - Mazurowska M., Płoska R., Sprawozdawcza i pozasprawozdawcza komunikacja w zakresie społecznej odpowiedzialności biznesu, CMS, Sopot 2022, r. 1-3.</p> <p><a href="https://www.gov.pl/web/polskapomoc/wytyczne-onz-dotyczace-biznesu-i-praw-czlowieka">https://www.gov.pl/web/polskapomoc/wytyczne-onz-dotyczace-biznesu-i-praw-czlowieka</a> - Wytyczne ONZ dotyczące biznesu i praw człowieka</p> <p><a href="https://unglobalcompact.org/">https://unglobalcompact.org/</a> - UN Global Compact</p> <p><a href="https://www.iso.org/iso-26000-social-responsibility.html">https://www.iso.org/iso-26000-social-responsibility.html</a> - ISO</p> <p>Uzupełniające</p> <p><a href="https://old.wzr.ug.edu.pl/nauka/index.php?str=1900">https://old.wzr.ug.edu.pl/nauka/index.php?str=1900</a> - Antonowicz P. (red.), Zarządzanie rozwojem przedsiębiorstwa. Interaktywny podręcznik z zakresu zarządzania. Repozytorium case study dla studentów, Wydawnictwo UG, Gdańsk 2020.</p>
Przykładowe zagadnienia/ przykładowe pytania/ realizowane zadania	Identyfikowanie oczekiwań interesariuszy wobec przedsiębiorstwa. Planowanie inicjatyw na rzecz społeczności lokalnej. Planowanie działań komunikacyjnych w zakresie odpowiedzialnego i zrównoważonego biznesu.	
Praktyki zawodowe w ramach przedmiotu	Nie dotyczy	

Dokument wygenerowany elektronicznie. Nie wymaga pieczęci ani podpisu.

