

Nazwa wydziału	Kolegium Nauk Ekonomicznych i Społecznych
Nazwa kierunku	Zarządzanie i Marketing w Gospodarce Cyfrowej
Poziom studiów	pierwszego stopnia
Profil studiów	Praktyczny
Forma studiów	niestacjonarne
Język prowadzenia studiów	polski
Dyscypliny naukowe, do których przypisany jest kierunek (udział procentowy) (w przypadku przyporządkowania kierunku studiów do więcej niż 1 dyscypliny, wskazuje się dyscyplinę wiodącą, w ramach której będzie uzyskiwana ponad połowa efektów uczenia się)	Dziedzina nauk społecznych - dyscypliny: nauki o zarządzaniu i jakości - 66,00% ekonomia i finanse - 34,00%
W przypadku zawodu, o którym mowa w art. 68 Ustawy, standardy kształcenia, na podstawie których będą prowadzone studia (opis standardów kształcenia (w przypadku zawodów uwzględniających standardy kształcenia, na podstawie których będą prowadzone studia ePW)	nie dotyczy
Liczba semestrów studiów	6
Tytuł zawodowy nadawany absolwentom	licencjat
Kierunkowe efekty uczenia się	patrz tabela z efektami uczenia się

<p>Sposoby weryfikacji i oceny efektów uczenia się osiągniętych przez studenta w trakcie całego cyklu kształcenia (należy uwzględnić również praktyki zawodowe, jeśli praktyka jest przewidziana)</p>	<p>W sylabusach przedmiotów są szczegółowo określone metody kształcenia i sposoby weryfikacji uczenia się. W procesie weryfikacji i oceny efektów uczenia się podczas wykładów, ćwiczeń, seminariów dyplomowych oraz zajęć komputerowych są wykorzystywane następujące sposoby:</p> <ul style="list-style-type: none"> • egzaminy pisemne w formie testu wiedzy, • egzaminy pisemne w formie pytań ukierunkowanych, • pisemne prace kontrolne, • kolokwia, • ocena zadań samodzielnie rozwiązanych przez studentów w trakcie zajęć, • ocena aktywności studentów podczas dyskusji prowadzonych w trakcie zajęć, • ocena zadań domowych realizowanych przez studentów, • ocena prezentacji przygotowywanych przez studentów, • ocena zadań ćwiczeniowych realizowanych w trakcie zajęć, • ocena raportów z ćwiczeń realizowanych indywidualnie i zespołowo, • ocena procesu realizacji projektów, • ocena pracy zespołowej realizowanej w trakcie zajęć, • ocena opracowywanych studiów przypadków, • ocena bieżącej pracy studenta na zajęciach,, • ocena prezentacji samodzielnych analiz w oparciu o teksty źródłowe, • ocena analiz studiów przypadków prowadzonych w trakcie zajęć, • ocena zaangażowania w projektową pracę zespołową, • ocena zawartości konspektu pracy dyplomowej, • ocena stopnia zaawansowania pracy, • ocena prezentacji koncepcji pracy, • referat, • wzajemna ocena przez uczestników zajęć, • ocena na podstawie wypełnionego dzienniczka praktyk studenckich oraz zaświadczenia o odbyciu praktyki. <p>Podczas weryfikacji i oceny efektów uczenia się związanych z pracą dyplomową są wykorzystywane sposoby polegające na ocenie pracy dyplomowej oraz egzaminie dyplomowym. Ocenia się również aspekt metod i narzędzi analizy pierwotnych i wtórnych źródeł informacji oraz dbałość o ochronę własności intelektualnej.,</p>
<p>Łączna liczba godzin zajęć</p>	<p>Digital Marketing i Zarządzanie Sprzedażą: 2072 Rachunkowość i Zarządzanie Finansami Cyfrowymi: 2072</p>
<p>Liczba punktów ECTS konieczna do ukończenia studiów (wraz z obowiązkowymi praktykami)</p>	<p>Digital Marketing i Zarządzanie Sprzedażą: 185 Rachunkowość i Zarządzanie Finansami Cyfrowymi: 185</p>
<p>Liczba punktów ECTS, którą student musi uzyskać na zajęciach wymagających bezpośredniego udziału nauczycieli akademickich lub innych osób prowadzących zajęcia</p>	<p>Digital Marketing i Zarządzanie Sprzedażą: 92 Rachunkowość i Zarządzanie Finansami Cyfrowymi: 92</p>
<p>Liczba punktów ECTS jaką student musi uzyskać w ramach zajęć z dziedziny nauk humanistycznych lub nauk społecznych, w przypadku kierunków studiów przyporządkowanych do dyscyplin w ramach dziedzin innych niż dziedziny nauk humanistycznych lub nauk społecznych</p>	<p>Digital Marketing i Zarządzanie Sprzedażą: 6 Rachunkowość i Zarządzanie Finansami Cyfrowymi: 6</p>

Liczba godzin zajęć z wychowania fizycznego na studiach prowadzonych w formie stacjonarnej	Digital Marketing i Zarządzanie Sprzedażą: 0 Rachunkowość i Zarządzanie Finansami Cyfrowymi: 0
Łączna liczba punktów ECTS, którą student musi uzyskać w ramach zajęć podlegających wyborowi przez studenta (w wymiarze nie mniejszym niż 30% liczby punktów ECTS koniecznych do ukończenia studiów na danym poziomie)	Digital Marketing i Zarządzanie Sprzedażą: 100, tj.54% Rachunkowość i Zarządzanie Finansami Cyfrowymi: 100, tj. 54%
Dla studiów o profilu praktycznym: Łączna liczba punktów ECTS, którą student musi uzyskać w ramach przedmiotów/zajęć kształtujących umiejętności praktyczne (w wymiarze większym niż 50% liczby punktów ECTS koniecznych do ukończenia studiów na danym poziomie)	Digital Marketing i Zarządzanie Sprzedażą: 115 ECTS, tj.62% Rachunkowość i Zarządzanie Finansami Cyfrowymi: 115 ECTS, tj.62%
Dla studiów o profilu ogólnoakademickim: Łączna liczba punktów ECTS, którą student musi uzyskać w ramach zajęć związanych z prowadzoną w Uczelni działalnością naukową w dyscyplinie lub dyscyplinach, do których przyporządkowany jest kierunek studiów (w wymiarze większym niż 50% liczby punktów ECTS wymaganej do ukończenia studiów na danym poziomie), z uwzględnieniem udziału studentów w zajęciach przygotowujących do prowadzenia działalności naukowej lub udziału w tej działalności	Digital Marketing i Zarządzanie Sprzedażą: nie dotyczy Rachunkowość i Zarządzanie Finansami Cyfrowymi: nie dotyczy
Liczba punktów ECTS, jaka może być uzyskana w ramach kształcenia z wykorzystaniem metod i technik kształcenia na odległość: (liczba punktów ECTS nie może być większa niż 50% liczby punktów ECTS koniecznej do ukończenia studiów - w przypadku studiów o profilu praktycznym albo 75% liczby punktów ECTS koniecznej do ukończenia studiów - w przypadku studiów o profilu ogólnoakademickim).	Digital Marketing i Zarządzanie Sprzedażą: 60 ECTS, tj.32% Rachunkowość i Zarządzanie Finansami Cyfrowymi: 60 ECTS, tj.32%
Łączna liczba godzin z matematyki	Digital Marketing i Zarządzanie Sprzedażą: 64 Rachunkowość i Zarządzanie Finansami Cyfrowymi: 64
Łączna liczba punktów ECTS z matematyki	Digital Marketing i Zarządzanie Sprzedażą: 10 Rachunkowość i Zarządzanie Finansami Cyfrowymi: 10
Łączna liczba godzin z fizyki	Digital Marketing i Zarządzanie Sprzedażą: 0 Rachunkowość i Zarządzanie Finansami Cyfrowymi: 0

Łączna liczba punktów ECTS z fizyki	Digital Marketing i Zarządzanie Sprzedażą: 0 Rachunkowość i Zarządzanie Finansami Cyfrowymi: 0
Łączna liczba godzin z języków obcych	Digital Marketing i Zarządzanie Sprzedażą: 96 Rachunkowość i Zarządzanie Finansami Cyfrowymi: 96
Łączna liczba punktów ECTS z języków obcych	Digital Marketing i Zarządzanie Sprzedażą: 12 Rachunkowość i Zarządzanie Finansami Cyfrowymi: 12
Liczba punktów ECTS za pracę dyplomową	Digital Marketing i Zarządzanie Sprzedażą: 15 Rachunkowość i Zarządzanie Finansami Cyfrowymi: 15
WYMIAR, ZASADY, FORMA PRAKTYK ZAWODOWYCH	Wymiar praktyk: 960 godz. (6 miesięcy) Liczba punktów ECTS: 32 punkty ECTS Zasady i forma odbywania praktyk: ujęte zostały w dokumencie zaopiniowanym przez Radę Kolegium- Zarządzenie nr 1/2024 Prorektora Politechniki Warszawskiej ds. Filii w Płocku z dnia 24 maja 2024 r. w sprawie zaopiniowania zasad i organizacji, przebiegu, zaliczania i finansowania praktyk studenckich, objętych programem studiów stacjonarnych i niestacjonarnych zaocznych w Politechnice Warszawskiej Filii w Płocku
Opis przedmiotów obieralnych	Na studiach I stopnia na I i II semestrze wybór dokonywany jest z dwóch koszyków po jednym przedmiocie, każdy oszacowany na 2 punkty ECTS. Na semestrze III, wybór dotyczy jednego koszyka przedmiotów obieralnych z których każdy oceniony jest na 2 punkty ECTS. W programie studiów zostały umieszczone przykładowe przedmioty obieralne, przedmiotem obieralnym może być przedmiot spoza przedstawionej listy Począwszy od semestru IV studenci dokonują wyboru przedmiotów związanych ze specjalnościami.

EFEKTY UCZENIA SIĘ

(opis zakładanych efektów uczenia się dla kierunków w odniesieniu do charakterystyk drugiego stopnia efektów uczenia się dla kwalifikacji na poziomach 6-8 Polskiej Ramy Kwalifikacji)

Jednostka: Kolegium Nauk Ekonomicznych i Społecznych
Nazwa kierunku studiów: Zarządzanie i Marketing w Gospodarce Cyfrowej
Poziom kształcenia: pierwszego stopnia
Profil kształcenia: Praktyczny

Kod efektu	Opis efektu	Odniesienie do uniwersalnych charakterystyk PRK	Odniesienie do charakterystyk II stopnia PRK
Wiedza			
K_W01	Zna i rozumie w zaawansowanym stopniu kluczowe zagadnienia używane w zarządzaniu, marketingu, ekonomii, finansach i rachunkowości oraz zastosowanie tych terminów w obrębie pokrewnych dyscyplin, a także zna miejsce dyscyplin nauki o zarządzaniu i jakości oraz ekonomia i finanse w systemie nauk społecznych.	P6U_W	I_P6S_WG_P
K_W02	Zna i rozumie w zaawansowanym stopniu procesy związane z gospodarką cyfrową z perspektywy człowieka, organizacji, branży, świata w zjawiskach zarządczych i ekonomicznych ze szczególnym odniesieniem do rachunkowości, finansów, marketingu i sprzedaży.	P6U_W	I_P6S_WG_P I_P6S_WK
K_W03	Zna i rozumie w zaawansowanym stopniu przepisy prawa regulujące działalność organizacji ze szczególnym uwzględnieniem działalności finansowo-rachunkowej lub marketingu i sprzedaży.	P6U_W	I_P6S_WG_P I_P6S_WK

K_W04	Zna i rozumie w zaawansowanym stopniu metody w tym matematyczne, statystyczne i narzędzia informatyczne gromadzenia, analizy i prezentacji danych oraz informacji finansowych i jakościowych.	P6U_W	I_P6S_WG_P
K_W05	Zna i rozumie w zaawansowanym stopniu zasady i narzędzia zarządzania i marketingu w odniesieniu do sprzedaży oraz transakcji finansowo-księgowych w środowisku wirtualnym.	P6U_W	I_P6S_WG_P
K_W06	Zna i rozumie fundamentalne dylematy współczesnej cywilizacji dotyczące między innymi sztucznej inteligencji, ekonomii zrównoważonego rozwoju, gospodarki cyfrowej i bezpieczeństwa.	P6U_W	I_P6S_WK
K_W07	Zna i rozumie etyczne, ekonomiczne, behawioralne i środowiskowe uwarunkowania różnych rodzajów działalności zawodowej związanej ze sprzedażą, marketingiem, finansami, rachunkowością prowadzonych w środowisku informatycznym, w tym podstawowe pojęcia i zasady z zakresu ochrony własności przemysłowej i prawa autorskiego.	P6U_W	I_P6S_WK
K_W08	Zna i rozumie podstawowe zasady tworzenia i rozwoju różnych form przedsiębiorczości ze szczególnym uwzględnieniem e-biznesu.	P6U_W	I_P6S_WK
Umiejętności			
K_U01	Potrafi wykorzystać posiadaną wiedzę teoretyczną z zakresu zarządzania i marketingu, w tym zarządzania finansami, zarządzania sprzedażą do zaawansowanych analiz procesów i zjawisk gospodarczych związanych z praktyką gospodarczą oraz formułować na ich podstawie wnioski i rekomendacje.	P6U_U	I_P6S_UW_P
K_U02	Potrafi łączyć zagadnienia zarządcze i marketingowe z innymi aspektami prowadzenia działalności gospodarczej, m.in. z zakresu prawa, gospodarki cyfrowej, rachunkowości, finansów, wyzwań współczesnej cywilizacji.	P6U_U	I_P6S_UW_P
K_U03	Potrafi dobierać i stosować odpowiednie metody i narzędzia do zaawansowanej analizy ekonomicznej i oceny zjawisk zarządczych w różnych organizacjach.	P6U_U	I_P6S_UW_P
K_U04	Potrafi właściwie dobrać źródła i pochodzące z nich informacje finansowe i jakościowe, dokonać ich oceny, krytycznej analizy i syntezy oraz twórczej interpretacji i prezentacji.	P6U_U	I_P6S_UW_P
K_U05	Potrafi dobierać i stosować zaawansowane techniki informacyjno-komunikacyjne do wykonywania zadań w różnych warunkach.	P6U_U	I_P6S_UW_P
K_U06	Potrafi wykorzystać posiadaną wiedzę do formułowania i rozwiązywania problemów oraz realizowania zadań typowych dla działalności zawodowej w obszarze zarządzania wykonywanej w środowisku informatycznym.	P6U_U	I_P6S_UW_P
K_U07	Potrafi komunikować się z otoczeniem z użyciem specjalistycznej terminologii z zakresu zarządzania i marketingu.	P6U_U	I_P6S_UK
K_U08	Potrafi wykorzystać zdobytą wiedzę do dyskusji, formułowania problemów (wyzwań) i w sposób kompetentny oraz komunikatywny uzasadniać zaproponowane rozwiązania i podjęte decyzje, jak również poddać je krytyce między innymi biorąc udział w debacie.	P6U_U	I_P6S_UK
K_U09	Potrafi posługiwać się językiem obcym na poziomie B2 Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego w przygotowywaniu prac pisemnych oraz wystąpień ustnych.	P6U_U	I_P6S_UK

K_U10	Potrafi planować i organizować pracę indywidualną oraz w zespole realizując zadania projektowe, pisząc pracę dyplomową, wykonując czynności w trakcie praktyk zawodowych i w ramach innych aktywności w uczelni.	P6U_U	I_P6S_UO
K_U11	Potrafi współdziałać z innymi osobami w ramach prac zespołowych, w tym także w ramach prac o charakterze interdyscyplinarnym, np. w trakcie praktyk zawodowych.	P6U_U	I_P6S_UO
K_U12	Potrafi samodzielnie planować i realizować własne uczenie się przez całe życie.	P6U_U	I_P6S_UU
Kompetencje społeczne			
K_K01	Jest gotów do krytycznego uznawania nabytej wiedzy i odbieranych treści w rozwiązywaniu problemów poznawczych i praktycznych bezpośrednio odnoszących się do zarządzania i marketingu oraz ekonomii i finansów.	P6U_K	I_P6S_KK
K_K02	Jest gotów do zasięgania opinii ekspertów w przypadku trudności z samodzielnym rozwiązywaniem problemu zaistniałego w trakcie praktyk zawodowych, pisaniu pracy dyplomowej lub wykonywaniu innych zadań.	P6U_K	I_P6S_KK
K_K03	Jest gotów do wypełniania zobowiązań społecznych, współorganizowania działalności na rzecz środowiska społecznego oraz inicjowania działań na rzecz interesu publicznego między innymi w obszarze ograniczania wykluczenia cyfrowego i pułapek marketingowych.	P6U_K	I_P6S_KO
K_K04	Jest gotów do myślenia i działania w sposób przedsiębiorczy.	P6U_K	I_P6S_KO
K_K05	Jest gotów do odpowiedzialnego pełnienia ról zawodowych oraz przestrzegania i rozwijania zasad etyki zawodowej specjalistów z działów finansowo-księgowych i marketingu.	P6U_K	I_P6S_KR
K_K06	Jest gotów do odpowiedzialnego pełnienia ról zawodowych i rozwijania dorobku zawodów wykonywanych w środowisku informatycznym, w tym podtrzymywania etosu zawodu specjalistów z branży finansowo-księgowej i marketingowej z uwzględnieniem zmieniających się potrzeb społecznych.	P6U_K	I_P6S_KR

SYLABUS PRZEDMIOTU

Kod przedmiotu	7200-ZG000-LZP-0152
Nazwa przedmiotu	Technologia informacyjna
Wersja przedmiotu	2025Z
Poziom kształcenia	pierwszego stopnia
Forma i tryb prowadzenia studiów	niestacjonarne
Profil studiów	Praktyczny
Kierunek studiów	Zarządzanie i Marketing w Gospodarce Cyfrowej
Specjalność	-
Jednostka prowadząca	Kolegium Nauk Ekonomicznych i Społecznych
Jednostka realizująca	Kolegium Nauk Ekonomicznych i Społecznych
Blok przedmiotów	nd
Grupy przedmiotów	Przedmioty z sem. 1, studia I stopnia niestacjonarne, KNEiS
Status przedmiotu	Obowiązkowy
Język prowadzenia zajęć	polski
Kod etapu studiów	ZG000-S1-LZP-7200
Liczba punktów ECTS	3

Część I**01. Efekty uczenia się i sposób prowadzenia zajęć**

Cel przedmiotu	Celem przedmiotu Technologia informacyjna jest zapoznanie studentów z praktycznym wykorzystaniem narzędzi informatycznych w pracy i życiu codziennym, ze szczególnym uwzględnieniem arkusza kalkulacyjnego Excel. Uczestnicy nauczą się tworzyć i edytować dokumenty, analizować dane, wykonywać obliczenia, generować raporty i wizualizować informacje za pomocą wykresów. Program obejmuje również podstawy MS Word oraz narzędzia automatyzacji i współpracy, co przygotowuje do efektywnego działania w środowisku cyfrowym.
Efekty uczenia się oraz sposób ich weryfikacji i oceny	patrz tabela "Efekty uczenia się"
Formy zajęć i ich wymiar w semestrze	
Ćwiczenia	32.00 h

02. Bilans ECTS

Liczba punktów ECTS	3	
Rozliczenie godzinowo - punktowe przedmiotu	Godziny	ECTS
Liczba godzin i ECTS pracy studenta:		
Godziny i ECTS za zajęcia związane z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich	34	1.36
Godziny i ECTS związane z pracą własną studenta	41	1.64
Razem	75	3.00
Liczba godzin związanych z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich:		
Godziny związane z udziałem w zajęciach	32	
Inne godziny kontaktowe	2	
Razem	34	
Liczba godzin związanych z pracą własną studenta:		
Godziny przeznaczone na pracę własną studenta	41	

03. Treści kształcenia

Część I

Ćwiczenia	<ol style="list-style-type: none">1. Wprowadzenie do technologii informacyjnej: podstawowe pojęcia, organizacja zajęć i znaczenie TI.2. Podstawy MS Word: interfejs, formatowanie tekstu, tabele i akapity.3. Zaawansowane funkcje MS Word: spis treści, wstawianie grafik, przygotowanie dokumentów do wydruku.4. Wprowadzenie do MS Excel: interfejs, tworzenie arkuszy i podstawowe operacje matematyczne.5. Podstawowe funkcje w Excelu: formuły matematyczne, logiczne i organizacja danych w tabelach.6. Złożone funkcje w Excelu: funkcje tekstowe, wyszukiwania oraz praca z odwołaniami.7. Wizualizacja danych: tworzenie wykresów i analiza wizualna w arkuszach Excel.8. Zarządzanie dużymi zbiorami danych: filtrowanie, sortowanie i wstęp do tabel przestawnych.9. Tabele przestawne i analiza danych: zaawansowane opcje, grupowanie oraz dynamiczne raporty.10. Funkcje finansowe i statystyczne: obliczenia finansowe, statystyki i analiza wyników.11. Makra w Excelu: nagrywanie, edytowanie i automatyzacja zadań.12. Współpraca w Excelu: ochrona arkuszy, komentarze, integracja z innymi aplikacjami i chmurą.13. Przygotowanie raportów: tworzenie spójnych i czytelnych dokumentów przy użyciu wykresów i tabel.14. Możliwości wykorzystania AI w pracy z danymi
-----------	--

Tabela: Efekty uczenia się

Wiedza	
Kod efektu	K_W04
Opis	Student zna i rozumie zaawansowane metody matematyczne i statystyczne oraz rozumie istotę wykorzystania narzędzi informatycznych do gromadzenia, analizy i prezentacji danych, a także informacji finansowych i jakościowych w sposób zrozumiały i efektywny.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_W04
Metody weryfikacji	Ćwiczenia: kolokwium pisemne:Dwa kolokwia sprawdzające znajomość obsługi MS Excel oraz 1 kolokwium sprawdzające znajomość obsługi edytora tekstu MS Word

Umiejętności

Kod efektu	K_U03
Opis	Student potrafi wybierać i wykorzystywać właściwe metody oraz narzędzia do przeprowadzania zaawansowanej analizy ekonomicznej i oceny procesów zarządczych.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_U03
Metody weryfikacji	Ćwiczenia: kolokwium pisemne:Dwa kolokwia sprawdzające znajomość obsługi MS Excel oraz 1 kolokwium sprawdzające znajomość obsługi edytora tekstu MS Word
Kod efektu	K_U05
Opis	Student potrafi wykorzystywać i adaptować zaawansowane technologie informacyjno-komunikacyjne do realizacji zadań w zróżnicowanych okolicznościach.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_U05
Metody weryfikacji	Ćwiczenia: kolokwium pisemne:Dwa kolokwia sprawdzające znajomość obsługi MS Excel oraz 1 kolokwium sprawdzające znajomość obsługi edytora tekstu MS Word

Kompetencje społeczne

Część I

Kod efektu	K_K04
Opis	Student wykazuje kreatywne podejście podczas korzystania z oprogramowania komputerowego
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_K04
Metody weryfikacji	Ćwiczenia: kolokwium pisemne:Dwa kolokwia sprawdzające znajomość obsługi MS Excel oraz 1 kolokwium sprawdzające znajomość obsługi edytora tekstu MS Word
Kod efektu	K_K05
Opis	Student rozumie, jak istotne jest odpowiedzialne wykonywanie obowiązków zawodowych przy użyciu oprogramowania komputerowego.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_K05
Metody weryfikacji	Ćwiczenia: kolokwium pisemne:Dwa kolokwia sprawdzające znajomość obsługi MS Excel oraz 1 kolokwium sprawdzające znajomość obsługi edytora tekstu MS Word

SYLABUS PRZEDMIOTU

Kod przedmiotu	7200-00000-LZP-0153
Nazwa przedmiotu	Podstawy filozofii i metodologia nauk
Wersja przedmiotu	2025Z
Poziom kształcenia	pierwszego stopnia
Forma i tryb prowadzenia studiów	niestacjonarne
Profil studiów	Praktyczny
Kierunek studiów	Zarządzanie i Marketing w Gospodarce Cyfrowej
Specjalność	-
Jednostka prowadząca	Kolegium Nauk Ekonomicznych i Społecznych
Jednostka realizująca	Kolegium Nauk Ekonomicznych i Społecznych
Blok przedmiotów	nd
Grupy przedmiotów	Przedmioty z sem. 1, studia I stopnia niestacjonarne, KNEiS
Status przedmiotu	Obowiązkowy
Język prowadzenia zajęć	polski
Kod etapu studiów	ZG000-S1-LZP-7200
Liczba punktów ECTS	2

Część I**01. Efekty uczenia się i sposób prowadzenia zajęć**

Cel przedmiotu	Cel przedmiotu: Zapoznanie z podstawowymi pojęciami i problemami filozofii, głównie z teorią poznania. Przygotowanie do krytycznego spojrzenia na naukę, jej metody i rezultaty.
Efekty uczenia się oraz sposób ich weryfikacji i oceny	patrz tabela "Efekty uczenia się"
Formy zajęć i ich wymiar w semestrze	
Wykład	16.00 h

02. Bilans ECTS

Liczba punktów ECTS	2	
Rozliczenie godzinowo - punktowe przedmiotu	Godziny	ECTS
Liczba godzin i ECTS pracy studenta:		
Godziny i ECTS za zajęcia związane z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich	24	0.96
Godziny i ECTS związane z pracą własną studenta	26	1.04
Razem	50	2.00

Liczba godzin związanych z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich:

Godziny związane z udziałem w zajęciach	16
Inne godziny kontaktowe	8
Razem	24

Liczba godzin związanych z pracą własną studenta:

Godziny przeznaczone na pracę własną studenta	26
---	----

03. Treści kształcenia

Część I

Treści kształcenia	<ol style="list-style-type: none">1. Przedmiot filozofii. Naturalny, naukowy i filozoficzny obraz świata.2. Główne działy filozofii i ich charakterystyka. Teoria poznania.3. Zagadnienie prawdy a sceptycyzm.4. Filozofia a nauka. Pojęcie i znaczenie światopoglądu.5. Pojęcie nauki i struktura teorii naukowych.6. Klasyfikacja nauk. Główne kategorie i pojęcia w metodologii nauk.7. Wybrane zagadnienia z antropologii filozoficznej.
--------------------	--

Tabela: Efekty uczenia się

Wiedza	
Kod efektu	K_W01
Opis	Student ma wiedzę o działach filozofii i zna podstawowe pojęcia w nich występujące. Ma wiedzę o różnorodności nauk pod względem metodologicznym. Ma wiedzę o strukturze nauki i strukturze teorii naukowych.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_W01
Metody weryfikacji	zaliczenie:ocena wypowiedzi studenta oraz dyskusji na dany temat
Umiejętności	
Kod efektu	K_U04
Opis	Potrafi prawidłowo posługiwać się terminologią filozoficzną, rozumie wpływ światopoglądu na sposób myślenia o nauce.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_U04
Metody weryfikacji	zaliczenie:ocena wypowiedzi studenta oraz dyskusji na dany temat
Kod efektu	K_U08
Opis	Potrafi dostrzec potrzebę humanistycznej refleksji nad nauką.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_U08
Metody weryfikacji	zaliczenie:ocena wypowiedzi studenta oraz dyskusji na dany temat
Kompetencje społeczne	
Kod efektu	K_K01
Opis	Potrafi dążyć do systematycznego rozwoju poprzez poszerzanie i krytyczną ocenę nabytej wiedzy i umiejętności.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_K01
Metody weryfikacji	zaliczenie:ocena wypowiedzi studenta oraz dyskusji na dany temat

SYLABUS PRZEDMIOTU

Kod przedmiotu	7200-00000-LZP-0156
Nazwa przedmiotu	Encyklopedia prawa
Wersja przedmiotu	2025Z
Poziom kształcenia	pierwszego stopnia
Forma i tryb prowadzenia studiów	niestacjonarne
Profil studiów	Praktyczny
Kierunek studiów	Zarządzanie i Marketing w Gospodarce Cyfrowej
Specjalność	-
Jednostka prowadząca	Kolegium Nauk Ekonomicznych i Społecznych
Jednostka realizująca	Kolegium Nauk Ekonomicznych i Społecznych
Blok przedmiotów	nd
Grupy przedmiotów	Przedmioty z sem. 1, studia I stopnia niestacjonarne, KNEiS
Status przedmiotu	Obowiązkowy
Język prowadzenia zajęć	polski
Kod etapu studiów	ZG000-S1-LZP-7200
Liczba punktów ECTS	3

Część I**01. Efekty uczenia się i sposób prowadzenia zajęć**

Cel przedmiotu	Celem przedmiotu jest przybliżenie studentom najważniejszych zagadnień dotyczących istoty prawa oraz reguł jego tworzenia i stosowania. Przedmiot swym zakresem obejmuje przede wszystkim podstawowe pojęcia z zakresu prawa oraz ogólną charakterystykę gałęzi prawa, takich jak prawo konstytucyjne, administracyjne, cywilne, rodzinne, karne, finansowe oraz prawo pracy.
Efekty uczenia się oraz sposób ich weryfikacji i oceny	patrz tabela "Efekty uczenia się"
Formy zajęć i ich wymiar w semestrze	
Wykład	16.00 h

02. Bilans ECTS

Liczba punktów ECTS	3	
Rozliczenie godzinowo - punktowe przedmiotu	Godziny	ECTS
Liczba godzin i ECTS pracy studenta:		
Godziny i ECTS za zajęcia związane z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich	22	0.88
Godziny i ECTS związane z pracą własną studenta	53	2.12
Razem	75	3.00
Liczba godzin związanych z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich:		
Godziny związane z udziałem w zajęciach	16	
Inne godziny kontaktowe	6	
Razem	22	
Liczba godzin związanych z pracą własną studenta:		
Godziny przeznaczone na pracę własną studenta	53	

03. Treści kształcenia

Część I

Wykład	1. Pojęcie prawa i jego funkcje. 2. Praworządność. 3. Pojęcie, budowa i charakter normy prawnej. 4. Stosunek prawny. 5. Zdarzenie prawne. 6. Stosowanie prawa. 7. Wykładnia prawa i jej rodzaje. 8. Kolizje i luki w prawie. Źródła prawa: 9. Prawo konstytucyjne, 10. Prawo administracyjne. 11. Prawo finansowe. 12. Prawo karne. 13. Prawo cywilne. 14. Prawo rodzinne. 15. Prawo pracy
--------	--

Tabela: Efekty uczenia się

Wiedza	
Kod efektu	K_W03
Opis	Ma wiedzę co do istot oraz rozumienia prawa, reguł jego tworzenia i stosowania.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_W03
Metody weryfikacji	egzamin pisemny:egzamin pisemny w formie testu wiedzy
Umiejętności	
Kod efektu	K_U06
Opis	Potrafi wykorzystać wiedzę z zakresu prawoznawstwa.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_U06
Metody weryfikacji	egzamin pisemny:egzamin pisemny w formie testu wiedzy
Kompetencje społeczne	
Kod efektu	K_K01
Opis	Dostrzega złożoność istoty i rozumienia prawa oraz reguł jego tworzenia i stosowania.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_K01
Metody weryfikacji	egzamin pisemny:egzamin pisemny w formie testu wiedzy

SYLABUS PRZEDMIOTU

Kod przedmiotu	7200-00000-LZP-0157
Nazwa przedmiotu	Matematyka
Wersja przedmiotu	2025Z
Poziom kształcenia	pierwszego stopnia
Forma i tryb prowadzenia studiów	niestacjonarne
Profil studiów	Praktyczny
Kierunek studiów	Zarządzanie i Marketing w Gospodarce Cyfrowej
Specjalność	-
Jednostka prowadząca	Kolegium Nauk Ekonomicznych i Społecznych
Jednostka realizująca	Kolegium Nauk Ekonomicznych i Społecznych
Blok przedmiotów	nd
Grupy przedmiotów	Przedmioty z sem. 1, studia I stopnia niestacjonarne, KNEiS
Status przedmiotu	Obowiązkowy
Język prowadzenia zajęć	polski
Kod etapu studiów	ZG000-S1-LZP-7200
Liczba punktów ECTS	6

Część I**01. Efekty uczenia się i sposób prowadzenia zajęć**

Cel przedmiotu	Celem zajęć z matematyki jest zapoznanie studentów z podstawowymi zagadnieniami analizy matematycznej - teorią ciągów i szeregów, granicą funkcji i ciągłością funkcji, różniczkowaniem i całkowaniem funkcji. Celem jest również opanowanie aparatu matematycznego umożliwiającego dalsze kształcenie w dziedzinach takich, jak: matematyka finansowa, badanie zagadnień optymalizacyjnych dla funkcji wielu zmiennych, rachunku prawdopodobieństwa i statystyki matematycznej oraz nabycie umiejętności wykorzystania języka matematycznego do opisu zjawisk ekonomicznych oraz precyzyjnego formułowania i rozwiązywania problemów.
Efekty uczenia się oraz sposób ich weryfikacji i oceny	patrz tabela "Efekty uczenia się"
Formy zajęć i ich wymiar w semestrze	
Wykład	16.00 h
Ćwiczenia	16.00 h

02. Bilans ECTS

Liczba punktów ECTS	6	
Rozliczenie godzinowo - punktowe przedmiotu	Godziny	ECTS
Liczba godzin i ECTS pracy studenta:		
Godziny i ECTS za zajęcia związane z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich	50	2.00
Godziny i ECTS związane z pracą własną studenta	100	4.00
Razem	150	6.00
Liczba godzin związanych z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich:		
Godziny związane z udziałem w zajęciach	32	
Inne godziny kontaktowe	18	
Razem	50	
Liczba godzin związanych z pracą własną studenta:		
Godziny przeznaczone na pracę własną studenta	100	

Część I**03. Treści kształcenia**

Ćwiczenia	C1-Ciągi i ich zastosowanie w ekonomii (oprocentowanie kapitału), obliczanie granic ciągu. C2 -Badanie zbieżności szeregów liczbowych. C3- Obliczanie granic funkcji i badanie ciągłości funkcji. Wykresy funkcji hiperbolicznych i funkcji cyklometrycznych. C1-C6. Kolokwium C4- Obliczanie pochodnej z definicji. Różniczkowanie funkcji elementarnych. C5- Różniczkowanie funkcji złożonych, C6- Wyznaczanie elastyczności funkcji. Równanie stycznej. C7- Powtórzenie ćwiczeń C1-C6. Kolokwium C8 - Znajdowanie ekstremów funkcji. C9- Badanie przebiegu zmienności funkcji. C4-C9. Kolokwium C10-Metody całkowania funkcji elementarnych. C11 Całkowanie funkcji złożonych i funkcji wymiernych. C12- Obliczanie całek oznaczonych - wzór Newtona-Leibniza. C13- - Zastosowanie całki oznaczonej. C14 -Wyznaczanie całek niewłaściwych. C15 -Powtórzenie ćwiczeń C10-C14. Kolokwium.
Wykład	W1- Ciągi, granica ciągu, własności granicy, granice ciągów specjalnych. W2- Szeregi liczbowe, kryteria zbieżności szeregów. W3- Granica funkcji i ciągłość funkcji, funkcje hiperboliczne i funkcje cyklometryczne. W4- Pochodna funkcji, interpretacja geometryczna pochodnej. W5- Różniczkowanie funkcji elementarnych, twierdzenia o różniczkowaniu funkcji złożonej i funkcji odwrotnej. W6 - Tw. Lagrange'a, ekstrema funkcji. Interpretacja ekonomiczna pochodnej. W7 - Pochodna rzędu drugiego, rodzaje wypukłości funkcji, punkty przegięcia. W8- Badanie przebiegu zmienności funkcji. W9- Całka nieoznaczona, tw. „o całkowaniu przez części” i „o całkowaniu przez podstawienie”. W10- Metody całkowania funkcji elementarnych i złożonych, całkowanie funkcji wymiernych. W11- Całka oznaczona - wzór Newtona-Leibniza, własności całki oznaczonej. W12 Tw. „o całkowaniu przez części” i „o całkowaniu przez podstawienie” dla całki oznaczonej. W13 Metody obliczania całki oznaczonej. W14- Interpretacja geometryczna i ekonomiczna całki oznaczonej. Przykłady zastosowań. W15- Całka niewłaściwa. Przykłady zastosowań.

Tabela: Efekty uczenia się

Wiedza	
Kod efektu	K_W04
Opis	Ma wiedzę w zakresie matematyki obejmującą podstawy analizy - wybranych zagadnień z teorii ciągów i szeregów, rachunku różniczkowego funkcji jednej zmiennej.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_W04
Metody weryfikacji	egzamin pisemny:Pytania teoretyczne i praktyczne (zadania obliczeniowe) kolokwium pisemne:Zadania obliczeniowe
Umiejętności	
Kod efektu	K_U03
Opis	Potrafi obliczać granice ciągów liczbowych, badać zbieżność szeregów liczbowych, obliczać pochodne funkcji elementarnych i ich złożenia oraz stosować je do badania i szkicowania prostych wykresów funkcji jednej zmiennej.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_U03
Metody weryfikacji	egzamin pisemny:Pytania teoretyczne i praktyczne (zadania obliczeniowe) kolokwium pisemne:Zadania obliczeniowe
Kod efektu	K_U12

Część I

Opis	Zna ograniczenia własnej wiedzy i rozumie potrzebę dalszego kształcenia. Potrafi formułować opinie na temat podstawowych zagadnień matematycznych.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_U12
Metody weryfikacji	egzamin pisemny:Pytania teoretyczne i praktyczne (zadania obliczeniowe) kolokwium pisemne:Zadania obliczeniowe

Kompetencje społeczne

Kod efektu	K_K02
Opis	Wykazuje się zaangażowaniem i kreatywnością w trakcie dyskusji, potrafi myśleć, stawiać zarówno pytania jak i udzielać odpowiedzi.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_K02
Metody weryfikacji	ocena aktywności podczas zajęć

SYLABUS PRZEDMIOTU

Kod przedmiotu	7200-00000-LZP-0257
Nazwa przedmiotu	Ochrona własności intelektualnej
Wersja przedmiotu	2025Z
Poziom kształcenia	pierwszego stopnia
Forma i tryb prowadzenia studiów	niestacjonarne
Profil studiów	Praktyczny
Kierunek studiów	Zarządzanie i Marketing w Gospodarce Cyfrowej
Specjalność	-
Jednostka prowadząca	Kolegium Nauk Ekonomicznych i Społecznych
Jednostka realizująca	Kolegium Nauk Ekonomicznych i Społecznych
Blok przedmiotów	nd
Grupy przedmiotów	Przedmioty z sem. 1, studia I stopnia niestacjonarne, KNEiS
Status przedmiotu	Obowiązkowy
Język prowadzenia zajęć	polski
Kod etapu studiów	ZG000-S1-LZP-7200
Liczba punktów ECTS	1

Część I**01. Efekty uczenia się i sposób prowadzenia zajęć**

Cel przedmiotu	Celem przedmiotu jest nabycie wiedzy, umiejętności i kompetencji społecznych dotyczących własności intelektualnej, w tym własności wynalazków, znaków towarowych i zdobniczych, topografii układów scalonych, patentów oraz procedury rejestracji prawa własności intelektualnej. Podczas zajęć przedstawiana jest rola Urzędu Patentowego i rzeczników patentowych, prawa autorskie i pokrewne odnoszące się do własności intelektualnej, w tym przemysłowej, prawne procedury ochrony własności intelektualnej (dochodzenie roszczeń cywilnych, zgłaszanie odpowiedzialności karnej, przeciwdziałanie czynom nieuczciwej konkurencji). Celem nauczania przedmiotu jest uzyskanie przez studentów wiedzy w zakresie rozpoznawania i klasyfikowania własności intelektualnej, nabycie umiejętności korzystania z praw własności na różnych polach eksploatacji oraz podejmowania kroków prawnych w celu ochrony tych praw."
Efekty uczenia się oraz sposób ich weryfikacji i oceny	patrz tabela "Efekty uczenia się"
Formy zajęć i ich wymiar w semestrze	
Wykład	16.00 h

02. Bilans ECTS

Liczba punktów ECTS	1	
Rozliczenie godzinowo - punktowe przedmiotu	Godziny	ECTS
Liczba godzin i ECTS pracy studenta:		
Godziny i ECTS za zajęcia związane z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich	21	0.84
Godziny i ECTS związane z pracą własną studenta	4	0.16
Razem	25	1.00
Liczba godzin związanych z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich:		
Godziny związane z udziałem w zajęciach	16	
Inne godziny kontaktowe	5	
Razem	21	

Część I

Liczba godzin związanych z pracą własną studenta:

Godziny przeznaczone na pracę własną studenta	4
---	---

03. Treści kształcenia

Wykład	1. Dobra intelektualne we współczesnej rzeczywistości społeczno-ekonomicznej. Źródła praw na dobrach niematerialnych. 2. Zakres przedmiotowy praw autorskich. Ustawa o prawie autorskim i prawach pokrewnych. 3. Utwory pierwotne i zależne, prawa osobiste i majątkowe. Plagiat, cytaty, dozwolony użytek prywatny i publiczny. Utwory w sieci. 4. Transfer własności intelektualnej. Licencje, creative commons, organizacje zbiorowego zarządzania. 5. Prawo własności przemysłowej. 6. Wynalazki i patenty, wzory użytkowe i przemysłowe, znaki towarowe, oznaczenia geograficzne, topografie układów scalonych. 7. Naruszenia praw chroniących własność intelektualną i wynikające z nich konsekwencje finansowe. Nieuczciwa konkurencja. 8. Dziedzictwo kulturowe i komercjalizacja przedsięwzięć innowacyjnych
--------	---

Tabela: Efekty uczenia się

Wiedza	
Kod efektu	K_W07
Opis	Ma wiedzę z zakresu prawa autorskiego, prawa własności przemysłowej, a także prawa ochrony przed nieuczciwą konkurencją. Zna podstawowe pojęcia, zasady i instytucje prawa własności intelektualnej
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_W07
Metody weryfikacji	kolokwium pisemne
Umiejętności	
Kod efektu	K_U02
Opis	Potrafi prawidłowo interpretować podstawowe przepisy prawne z zakresu prawa ochrony własności intelektualnej.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_U02
Metody weryfikacji	kolokwium pisemne
Kompetencje społeczne	
Kod efektu	K_K01
Opis	Rozumie potrzebę ciągłego doksztalcania się z uwagi na ciągle zmieniające się przepisy prawne dotyczące własności intelektualnej.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_K01
Metody weryfikacji	kolokwium pisemne
Kod efektu	K_K05
Opis	Postępuje zgodnie z zasadami etyki i poszanowaniu praw autorskich i własności przemysłowej.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_K05
Metody weryfikacji	kolokwium pisemne

SYLABUS PRZEDMIOTU

Kod przedmiotu	7200-ZG000-LZP-0161
Nazwa przedmiotu	Mikroekonomia
Wersja przedmiotu	2025Z
Poziom kształcenia	pierwszego stopnia
Forma i tryb prowadzenia studiów	niestacjonarne
Profil studiów	Praktyczny
Kierunek studiów	Zarządzanie i Marketing w Gospodarce Cyfrowej
Specjalność	-
Jednostka prowadząca	Kolegium Nauk Ekonomicznych i Społecznych
Jednostka realizująca	Kolegium Nauk Ekonomicznych i Społecznych
Blok przedmiotów	nd
Grupy przedmiotów	Przedmioty z sem. 1, studia I stopnia niestacjonarne, KNEiS
Status przedmiotu	Obowiązkowy
Język prowadzenia zajęć	polski
Kod etapu studiów	ZG000-S1-LZP-7200
Liczba punktów ECTS	6

Część I**01. Efekty uczenia się i sposób prowadzenia zajęć**

Cel przedmiotu	Celem przedmiotu jest dostarczenie studium wiedzy o zaawansowanych kategoriach i zjawiskach ekonomicznych związanych z funkcjonowaniem podmiotów gospodarczych w warunkach rynkowych. Ukształtowanie umiejętności wykorzystania metod analizy ekonomicznej pojedynczych podmiotów gospodarczych.
Efekty uczenia się oraz sposób ich weryfikacji i oceny	patrz tabela "Efekty uczenia się"
Formy zajęć i ich wymiar w semestrze	
Wykład	16.00 h
Ćwiczenia	16.00 h

02. Bilans ECTS

Liczba punktów ECTS	6	
Rozliczenie godzinowo - punktowe przedmiotu	Godziny	ECTS
Liczba godzin i ECTS pracy studenta:		
Godziny i ECTS za zajęcia związane z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich	38	1.52
Godziny i ECTS związane z pracą własną studenta	112	4.48
Razem	150	6.00

Liczba godzin związanych z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich:

Godziny związane z udziałem w zajęciach	32
Inne godziny kontaktowe	6
Razem	38

Liczba godzin związanych z pracą własną studenta:

Godziny przeznaczone na pracę własną studenta	112
---	-----

03. Treści kształcenia

Część I	
Wykład	Przedmiot ekonomii i pojęcia wstępne.Podmioty gospodarki rynkowej.Rynek, popyt , podaż.Elastyczność popytu i podaży.Teoria wyboru konsumenta -charakterystyka narzędzi.Teoria wyboru konsumenta- optymalizacja decyzji.Teoria produkcji krótkookresowa.Teoria produkcji długookresowa. Teoria kosztów przedsiębiorstwa.Równowaga przedsiębiorstwa w konkurencji doskonałej.Równowaga przedsiębiorstwa monopolistycznego.Konkurencja monopolistyczna.Oligopol.Rynek pracy. Rynek kapitału
Ćwiczenia	Mikroekonomia jako nauka.Narzędzia analizy ekonomicznej.Popyt ,podaż i czynniki je określające.Równowaga rynkowa.Elastyczność cenowa i mieszana popytu.Podstawy i założenia wyboru konsumenta.Wybór konsumenta.Efekty skali oraz wybór technik produkcji.Analiza kosztów w krótkimi i długim okresie.Decyzja przedsiębiorstwa – koszty a utargi.Decyzje przedsiębiorstwa w konkurencji doskonałej.Produkcja i cena w warunkach monopolu.Oligopol i współzależności.Rynek pracy, płaca.

Tabela: Efekty uczenia się

Wiedza	
Kod efektu	K_W01
Opis	Zna w zaawansowanym stopniu kluczowe kategorie i zjawiska zachodzące na poziomie mikroekonomicznym. Tłumaczy i rozumie procesy ekonomiczne z uwzględnieniem najnowszych osiągnięć w dziedzinie mikroekonomii Charakteryzuje ze zrozumieniem podmioty i struktury rynkowe oraz łączące ich współzależności.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_W01
Metody weryfikacji	egzamin pisemny:Test, zadania obliczeniowe. kolokwium pisemne:Test, pytania otwarte, zadania obliczeniowe.
Umiejętności	
Kod efektu	K_U03
Opis	Potrafi dokonać analizy danych ekonomicznych charakterystycznych dla skali mikroekonomicznej.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_U03
Metody weryfikacji	egzamin pisemny:Test, zadania obliczeniowe. kolokwium pisemne:Test, pytania otwarte, zadania obliczeniowe. ocena aktywności podczas zajęć:Aktywność na zajęciach
Kod efektu	K_U04
Opis	Dobiera zmienne i decyduje o wyborach pojedynczych podmiotów gospodarczych. Interpretuje, dokonuje krytycznej analizy zjawisk zachodzących na pojedynczych rynkach oraz w gałęziach.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_U04
Metody weryfikacji	egzamin pisemny:Test, zadania obliczeniowe. kolokwium pisemne:Test, pytania otwarte, zadania obliczeniowe. ocena aktywności podczas zajęć:Aktywność na zajęciach
Kompetencje społeczne	
Kod efektu	K_K04
Opis	Jest gotów do kreatywnego myślenia , podejmowania niestaandardowych działań .

Część I

Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_K04
Metody weryfikacji	ocena aktywności podczas zajęć: Aktywność na zajęciach

SYLABUS PRZEDMIOTU

Kod przedmiotu	7200-00000-LZP-0164
Nazwa przedmiotu	Podstawy organizacji i zarządzanie
Wersja przedmiotu	2025Z
Poziom kształcenia	pierwszego stopnia
Forma i tryb prowadzenia studiów	niestacjonarne
Profil studiów	Praktyczny
Kierunek studiów	Zarządzanie i Marketing w Gospodarce Cyfrowej
Specjalność	-
Jednostka prowadząca	Kolegium Nauk Ekonomicznych i Społecznych
Jednostka realizująca	Kolegium Nauk Ekonomicznych i Społecznych
Blok przedmiotów	nd
Grupy przedmiotów	Przedmioty z sem. 1, studia I stopnia niestacjonarne, KNEiS
Status przedmiotu	Obowiązkowy
Język prowadzenia zajęć	polski
Kod etapu studiów	ZG000-S1-LZP-7200
Liczba punktów ECTS	2

Część I**01. Efekty uczenia się i sposób prowadzenia zajęć**

Cel przedmiotu	Celem przedmiotu jest zapoznanie z podstawami zarządzania, a w szczególności: decyzjami, procesem założenia przedsiębiorstwa, organizacji działalności produkcyjnej i usługowej w przedsiębiorstwie. Student poznaje istotę i rolę zarządzania w sprawnym funkcjonowaniu organizacji. Nabywa umiejętność dostrzeżenia wpływu poszczególnych elementów zarządzania na proces kierowania organizacjami. Celem nauczania przedmiotu jest umiejętność stosowania terminologii nauk o zarządzaniu, rozumienie podstawowych koncepcji i metod organizacji i zarządzania; rozumienie powiązań między obszarami i funkcjami zarządzania w przedsiębiorstwach i organizacjach.
Efekty uczenia się oraz sposób ich weryfikacji i oceny	patrz tabela "Efekty uczenia się"
Formy zajęć i ich wymiar w semestrze	
Wykład	16.00 h

02. Bilans ECTS

Liczba punktów ECTS	2	
Rozliczenie godzinowo - punktowe przedmiotu	Godziny	ECTS
Liczba godzin i ECTS pracy studenta:		
Godziny i ECTS za zajęcia związane z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich	24	0.96
Godziny i ECTS związane z pracą własną studenta	26	1.04
Razem	50	2.00
Liczba godzin związanych z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich:		
Godziny związane z udziałem w zajęciach	16	
Inne godziny kontaktowe	8	
Razem	24	
Liczba godzin związanych z pracą własną studenta:		
Godziny przeznaczone na pracę własną studenta	26	

Część I

03. Treści kształcenia

Wykład	<ol style="list-style-type: none">1. Rys historyczny organizacji i zarządzania2. Pojęcia z zakresu podstaw zarządzania. Podstawowe koncepcje i metody zarządzania3. Proces zarządzania i jego elementy. Funkcje zarządzania4. Organizacja i jej otoczenie5. Planowanie w organizacji - planowanie strategiczne i operacyjne6. Podejmowanie decyzji w przedsiębiorstwie7. Struktury organizacyjne8. Kierowanie, organizacja pracy własnej, style kierowania, motywacja, przywództwo9. Zarządzanie pracownikami10. Koncepcje i zasady kontrolowania11. Komunikowanie się w przedsiębiorstwie12. Kulturowe uwarunkowania organizacji i zarządzania.
--------	---

Tabela: Efekty uczenia się

Wiedza	
Kod efektu	K_W01
Opis	Zna terminologię w zakresie nauk o zarządzaniu, rozumie znaczenie organizacji i zarządzania, funkcjonowaniu podmiotów gospodarczych.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_W01
Metody weryfikacji	Wykład: zaliczenie:Kolokwium lub pisemna praca zaliczeniowa
Kod efektu	K_W05
Opis	Zna tradycyjne i współczesne metody zarządzania.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_W05
Metody weryfikacji	Wykład: zaliczenie:Kolokwium lub pisemna praca zaliczeniowa
Kod efektu	K_W07
Opis	Charakteryzuje istotę zarządzania i menedżera oraz potrafi scharakteryzować ich znaczenie dla organizacji.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_W07
Metody weryfikacji	Wykład: zaliczenie:Kolokwium lub pisemna praca zaliczeniowa
Umiejętności	
Kod efektu	K_U01
Opis	Potrafi zdefiniować charakter otoczenia i jego wpływ na organizację.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_U01
Metody weryfikacji	Wykład: zaliczenie:Kolokwium lub pisemna praca zaliczeniowa
Kod efektu	K_U04
Opis	Potrafi ocenić przydatność narzędzi i metod wykorzystywanych w obszarze zarządzania dla potrzeb rozwiązywania konkretnych problemów. Jest zdolny do rzetelnej, obiektywnej i krytycznej oceny różnych obszarów zarządzania organizacją.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_U04
Metody weryfikacji	Wykład: zaliczenie:Kolokwium lub pisemna praca zaliczeniowa
Kod efektu	K_U06

Część I

Opis	Umie diagnozować przejawy niesprawności w działaniu organizacji, określić ich przyczyny i skutki oraz zaproponować właściwe rozwiązanie.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_U06
Metody weryfikacji	Wykład: zaliczenie:Kolokwium lub pisemna praca zaliczeniowa

Kompetencje społeczne

Kod efektu	K_K01
Opis	Potrafi dążyć do systematycznego rozwoju poprzez poszerzanie i krytyczną ocenę nabytej wiedzy i umiejętności.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_K01
Metody weryfikacji	Wykład: zaliczenie:Kolokwium lub pisemna praca zaliczeniowa

SYLABUS PRZEDMIOTU

Kod przedmiotu	7200-00000-LZP-0454
Nazwa przedmiotu	Podstawy nauki o przedsiębiorstwie
Wersja przedmiotu	2025Z
Poziom kształcenia	pierwszego stopnia
Forma i tryb prowadzenia studiów	niestacjonarne
Profil studiów	Praktyczny
Kierunek studiów	Zarządzanie i Marketing w Gospodarce Cyfrowej
Specjalność	-
Jednostka prowadząca	Kolegium Nauk Ekonomicznych i Społecznych
Jednostka realizująca	Kolegium Nauk Ekonomicznych i Społecznych
Blok przedmiotów	nd
Grupy przedmiotów	Przedmioty z sem. 1, studia I stopnia niestacjonarne, KNEiS
Status przedmiotu	Obowiązkowy
Język prowadzenia zajęć	polski
Kod etapu studiów	ZG000-S1-LZP-7200
Liczba punktów ECTS	3

Część I**01. Efekty uczenia się i sposób prowadzenia zajęć**

Cel przedmiotu	Celem przedmiotu jest przedstawienie podstaw funkcjonowania przedsiębiorstwa, jego systemu ekonomiczno-finansowego oraz najważniejszych zagadnień związanych z zarządzaniem przedsiębiorstwem. Celem jest zapoznanie studentów z: genezą przedsiębiorstwa, rolą przedsiębiorcy i przedsiębiorczości, elementami otoczenia przedsiębiorstwa, formami i rodzajami przedsiębiorstw, cyklem życia przedsiębiorstwa oraz sposobami analizy ekonomicznej wyników prowadzonej działalności.
Efekty uczenia się oraz sposób ich weryfikacji i oceny	patrz tabela "Efekty uczenia się"
Formy zajęć i ich wymiar w semestrze	
Wykład	16.00 h
Ćwiczenia	8.00 h

02. Bilans ECTS

Liczba punktów ECTS	3	
Rozliczenie godzinowo - punktowe przedmiotu	Godziny	ECTS
Liczba godzin i ECTS pracy studenta:		
Godziny i ECTS za zajęcia związane z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich	36	1.44
Godziny i ECTS związane z pracą własną studenta	39	1.56
Razem	75	3.00
Liczba godzin związanych z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich:		
Godziny związane z udziałem w zajęciach	24	
Inne godziny kontaktowe	12	
Razem	36	
Liczba godzin związanych z pracą własną studenta:		
Godziny przeznaczone na pracę własną studenta	39	

03. Treści kształcenia

Część I

Wykład	<p>1. Przedmiot i ewolucja nauki o przedsiębiorstwie. 2. Otoczenie przedsiębiorstwa. Cele i misja przedsiębiorstwa. 3. Cykl życia przedsiębiorstwa. 4. Potencjał i działalność gospodarcza przedsiębiorstwa. 5. Kapitał przedsiębiorstwa i jego zmiany. 6. Kapitał intelektualny przedsiębiorstwa. 7. Zarządzanie, planowanie i motywowanie w przedsiębiorstwie. 8. Ocena działalności gospodarczej przedsiębiorstwa. 9. Struktura organizacyjna przedsiębiorstwa i jej kształtowanie. 10. Upadłość i uzdrawianie przedsiębiorstwa. Przyczyny upadłości i przeciwdziałanie stanom krytycznym. Postępowanie naprawcze. 11. Przedsiębiorstwo a rynek. Struktury i rodzaje rynków. Marketing w działalności przedsiębiorstwa. 12. Polityka cenowa przedsiębiorstwa. Polityka antymonopolowa. 13. Współpraca przedsiębiorstwa z innymi podmiotami gospodarczymi. 14. Przedsiębiorstwo a państwo. Zakres i formy regulacji działalności przedsiębiorstwa przez państwo. 15. Stosunki przedsiębiorstwa z samorządem terytorialnym.</p>
Ćwiczenia	<p>1. Geneza i istota przedsiębiorstwa. 2. Rodzaje przedsiębiorstw wyróżnione ze względu na kryterium własności, pozycji rynkowej, wielkości przedsiębiorstwa, rodzaju działalności. 3. Porównanie ważniejszych cech spółek prawa polskiego. 4. Problemy wyboru formy prawno-organizacyjnej przedsiębiorstwa. 5. Przekształcenia własnościowe przedsiębiorstw – cele i formy. Prywatyzacja pośrednia i bezpośrednia. 6. Przekrojowe koncepcje zarządzania przedsiębiorstwem. Logistyka w przedsiębiorstwie. Kompleksowe zarządzanie jakością. Controlling. 7. Uruchamianie działalności gospodarczej. Warunki formalne związane z tworzeniem przedsiębiorstwa. 8. Gospodarowanie majątkiem trwałym przedsiębiorstwa. Skład majątku trwałego. 9. Podział środków trwałych. Miary wykorzystania środków trwałych. 10. Gospodarowanie majątkiem obrotowym przedsiębiorstwa. Skład majątku obrotowego. Miary efektywności wykorzystania majątku obrotowego. 11. Główne czynniki obniżające materiałochłonność. Czynniki kształtujące zapasy produkcyjne. 12. Potencjał ludzki. Funkcja personalna i jej uwarunkowania. Zatrudnienie i jego racjonalizacja. 13. Organizacja i sterowanie produkcją. System i proces produkcyjny. Zasady racjonalnej organizacji procesu produkcyjnego. 14. Typy i formy produkcji.</p>

Tabela: Efekty uczenia się

Wiedza	
Kod efektu	K_W01
Opis	Posiada wiedzę o roli i miejscu przedsiębiorcy w strukturach ekonomicznych.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_W01
Metody weryfikacji	egzamin pisemny: Test wiedzy i pytania ukierunkowane kolokwium pisemne
Kod efektu	K_W03
Opis	Ma wiedzę o normach i regulacjach prawnych kształtujących funkcjonowanie jednostek gospodarczych.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_W03
Metody weryfikacji	egzamin pisemny: Test wiedzy i pytania ukierunkowane kolokwium pisemne
Kod efektu	K_W08

Część I	
Opis	Ma wiedzę w zakresie funkcjonowania przedsiębiorstwa we wszystkich jego sferach.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_W08
Metody weryfikacji	egzamin pisemny: Test wiedzy i pytania ukierunkowane kolokwium pisemne

Umiejętności

Kod efektu	K_U02
Opis	Potrafi, w przypadku tworzenia działalności na własny rachunek, dokonać wyboru formy prawno-organizacyjnej przedsiębiorstwa.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_U02
Metody weryfikacji	egzamin pisemny: Test wiedzy i pytania ukierunkowane kolokwium pisemne projekt: Studia przypadków - praca indywidualna
Kod efektu	K_U03
Opis	Potrafi wykorzystać zdobytą wiedzę do wskazania przyczyn upadłości i sposobów przeciwdziałania sytuacjom kryzysowym w przedsiębiorstwie.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_U03
Metody weryfikacji	egzamin pisemny: Test wiedzy i pytania ukierunkowane kolokwium pisemne projekt: Studia przypadków - praca indywidualna
Kod efektu	K_U08
Opis	Wykorzystuje zdobytą wiedzę do opracowania pracy pisemnej, dotyczącej zagadnień związanych z funkcjonowaniem przedsiębiorstwa, i przedstawienia jej na forum grupy.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_U08
Metody weryfikacji	egzamin pisemny: Test wiedzy i pytania ukierunkowane kolokwium pisemne projekt: Studia przypadków - praca indywidualna

Kompetencje społeczne

Kod efektu	K_K02
Opis	Jest gotów do zasięgnięcia opinii ekspertów w przypadku trudności z samodzielnym rozwiązywaniem problemu zaistniałego w trakcie prowadzenia działalności gospodarczej.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_K02
Metody weryfikacji	projekt: indywidualna ustna wypowiedź na temat wybranego zagadnienia z publikacji prezentowanych na stronach PARP lub GUS
Kod efektu	K_K03
Opis	Jest gotów do wypełniania zobowiązań społecznych w obszarze działań przedsiębiorczych.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_K03
Metody weryfikacji	projekt: indywidualna ustna wypowiedź na temat wybranego zagadnienia z publikacji prezentowanych na stronach PARP lub GUS

SYLABUS PRZEDMIOTU

Kod przedmiotu	7200-ZG000-LZP-0165
Nazwa przedmiotu	Zarządzanie organizacją pozarządową
Wersja przedmiotu	2025Z
Poziom kształcenia	pierwszego stopnia
Forma i tryb prowadzenia studiów	niestacjonarne
Profil studiów	Praktyczny
Kierunek studiów	Zarządzanie i Marketing w Gospodarce Cyfrowej
Specjalność	-
Jednostka prowadząca	Kolegium Nauk Ekonomicznych i Społecznych
Jednostka realizująca	Kolegium Nauk Ekonomicznych i Społecznych
Blok przedmiotów	nd
Grupy przedmiotów	Przedmioty z sem. 1, studia I stopnia niestacjonarne, KNEiS
Status przedmiotu	Wybieralny
Język prowadzenia zajęć	polski
Kod etapu studiów	ZG000-S1-LZP-7200
Liczba punktów ECTS	2

Część I**01. Efekty uczenia się i sposób prowadzenia zajęć**

Cel przedmiotu	Celem przedmiotu jest zapoznanie Studentów z istotą strategii, jej elementami oraz etapami i procedurami budowy. Istotne jest także zaprezentowanie szkół strategii oraz opcji wyboru najkorzystniejszej strategii dla danego przedsiębiorstwa. Możliwe to będzie dzięki zaprezentowaniu cech poszczególnych strategii działania przedsiębiorstw, uwarunkowań ich wdrożenia oraz skutecznej kontroli realizacji strategii.
Efekty uczenia się oraz sposób ich weryfikacji i oceny	patrz tabela "Efekty uczenia się"
Formy zajęć i ich wymiar w semestrze	
Wykład	16.00 h

02. Bilans ECTS

Liczba punktów ECTS	2	
Rozliczenie godzinowo - punktowe przedmiotu	Godziny	ECTS
Liczba godzin i ECTS pracy studenta:		
Godziny i ECTS za zajęcia związane z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich	20	0.80
Godziny i ECTS związane z pracą własną studenta	30	1.20
Razem	50	2.00
Liczba godzin związanych z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich:		
Godziny związane z udziałem w zajęciach	16	
Inne godziny kontaktowe	4	
Razem	20	
Liczba godzin związanych z pracą własną studenta:		
Godziny przeznaczone na pracę własną studenta	30	

03. Treści kształcenia

Część I	
Wykład	1. Ewolucja sektora pozarządowego. 2. Kultura organizacyjna NGO. 3. Finansowe uwarunkowania działalności organizacji pozarządowych. 4. Zarządzanie zasobami ludzkimi w organizacjach pozarządowych. Przywództwo. 5. Wolontariat w NGO. 6. Relacje organizacji pozarządowych z otoczeniem.

Tabela: Efekty uczenia się

Wiedza	
Kod efektu	K_W01
Opis	Student zna i rozumie w zaawansowanym stopniu kluczowe zagadnienia używane w zarządzaniu, szczególnie w zarządzaniu organizacjami pozarządowymi
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_W01
Metody weryfikacji	Wykład: ocena aktywności podczas zajęć:aktywność na zajęciach Wykład: projekt:Projekt koncepcji zarządzania wybraną organizacją pozarządową w wybranym obszarze funkcjonalnym
Kod efektu	K_W02
Opis	Student zna i rozumie w zaawansowanym stopniu procesy związane z gospodarką cyfrową z perspektywy organizacji pozarządowych w zjawiska zarządczych
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_W02
Metody weryfikacji	Wykład: ocena aktywności podczas zajęć:aktywność na zajęciach Wykład: projekt:Projekt koncepcji zarządzania wybraną organizacją pozarządową w wybranym obszarze funkcjonalnym
Umiejętności	
Kod efektu	K_U01
Opis	Student potrafi wykorzystać posiadaną wiedzę teoretyczną z zakresu zarządzania organizacjami pozarządowymi do zaawansowanych analiz procesów i zjawisk gospodarczych związanych z praktyką gospodarczą oraz formułować na ich podstawie wnioski i rekomendacje
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_U01
Metody weryfikacji	Wykład: ocena aktywności podczas zajęć:aktywność na zajęciach Wykład: projekt:Projekt koncepcji zarządzania wybraną organizacją pozarządową w wybranym obszarze funkcjonalnym
Kod efektu	K_U07
Opis	Student potrafi wykorzystać zdobytą wiedzę do dyskusji, formułowania problemów (wyzwań) i w sposób kompetentny oraz komunikatywny uzasadniać zaproponowane rozwiązania i podjęte decyzje dla organizacji pozarządowych, jak również poddać je krytyce między innymi biorąc udział w debacie.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_U07
Metody weryfikacji	Wykład: ocena aktywności podczas zajęć:aktywność na zajęciach
Kompetencje społeczne	
Kod efektu	K_K01

Część I

Opis	Student jest gotów do krytycznego uznawania nabytej wiedzy i odbieranych treści w rozwiązywaniu problemów poznawczych i praktycznych bezpośrednio odnoszących się do zarządzania, ze szczególnym uwzględnieniem organizacji pozarządowych
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_K01
Metody weryfikacji	Wykład: ocena aktywności podczas zajęć:aktywność na zajęciach Wykład: projekt:Projekt koncepcji zarządzania wybraną organizacją pozarządową w wybranym obszarze funkcjonalnym
Kod efektu	K_K03
Opis	Student jest gotów do wypełniania zobowiązań społecznych, współorganizowania działalności na rzecz środowiska społecznego oraz inicjowania działań na rzecz interesu publicznego między innymi w obszarze ograniczania wykluczenia cyfrowego i pułapek marketingowych.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_K03
Metody weryfikacji	Wykład: ocena aktywności podczas zajęć:aktywność na zajęciach Wykład: projekt:Projekt koncepcji zarządzania wybraną organizacją pozarządową w wybranym obszarze funkcjonalnym

SYLABUS PRZEDMIOTU

Kod przedmiotu	7200-00000-LZP-0166
Nazwa przedmiotu	Komunikacja w działalności gospodarczej
Wersja przedmiotu	2025Z
Poziom kształcenia	pierwszego stopnia
Forma i tryb prowadzenia studiów	niestacjonarne
Profil studiów	Praktyczny
Kierunek studiów	Zarządzanie i Marketing w Gospodarce Cyfrowej
Specjalność	-
Jednostka prowadząca	Kolegium Nauk Ekonomicznych i Społecznych
Jednostka realizująca	Kolegium Nauk Ekonomicznych i Społecznych
Blok przedmiotów	nd
Grupy przedmiotów	Przedmioty z sem. 1, studia I stopnia niestacjonarne, KNEiS
Status przedmiotu	Wybieralny
Język prowadzenia zajęć	polski
Kod etapu studiów	ZG000-S1-LZP-7200
Liczba punktów ECTS	2

Część I**01. Efekty uczenia się i sposób prowadzenia zajęć**

Cel przedmiotu	Celem przedmiotu jest uzyskanie przez studenta wiedzy i umiejętności oraz rozwijanie kompetencji społecznych w zakresie prowadzenia negocjacji w dochodzeniu do porozumienia w sytuacjach związanych z pełnieniem przyszłych ról zawodowych
Efekty uczenia się oraz sposób ich weryfikacji i oceny	patrz tabela "Efekty uczenia się"
Formy zajęć i ich wymiar w semestrze	
Wykład	16.00 h

02. Bilans ECTS

Liczba punktów ECTS	2	
Rozliczenie godzinowo - punktowe przedmiotu	Godziny	ECTS
Liczba godzin i ECTS pracy studenta:		
Godziny i ECTS za zajęcia związane z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich	26	1.04
Godziny i ECTS związane z pracą własną studenta	24	0.96
Razem	50	2.00

Liczba godzin związanych z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich:

Godziny związane z udziałem w zajęciach	16
Inne godziny kontaktowe	10
Razem	26

Liczba godzin związanych z pracą własną studenta:

Godziny przeznaczone na pracę własną studenta	24
---	----

03. Treści kształcenia

Część I

Treści kształcenia	W1 - Istota i proces komunikowania się. Potrzeby komunikacyjne współczesnych przedsiębiorstw. W2 - Elementy i cechy procesu komunikowania się. W3 - Wymiary komunikowania się i sieci komunikacji. Formy komunikowania się: symetryczne, niesymetryczne, jednokierunkowe, dwukierunkowe, formalne, nieformalne, obronne, podtrzymujące. W4 - Komunikowanie się pisemne i werbalne. W5 - Komunikowanie się niewerbalne. W6 – W8 - Komunikowanie się marketingowe przedsiębiorstwa z otoczeniem: reklama, promocja osobista, promocja sprzedaży, public relations. W9 - Badania marketingowe jako element komunikowania się przedsiębiorstwa z rynkiem. W10 - Komunikowanie się międzykulturowe. W11 - Techniki grupowego komunikowania się w organizacji. W12 - Metody porozumiewania się w organizacji ukierunkowane na zwiększenie partycypacji pracowników. W13 - Techniczne narzędzia wspomagania procesu komunikowania się. Systemy informatyczne służące polepszaniu przepływu informacji w organizacji.
--------------------	---

Tabela: Efekty uczenia się

Wiedza	
Kod efektu	K_W01
Opis	Ma wiedzę na temat metod i technik komunikowania się jednostki gospodarczej z rynkiem.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_W01
Metody weryfikacji	kolokwium pisemne
Kod efektu	K_W02
Opis	Ma wiedzę z zakresu komunikowania się przedsiębiorstwa w międzynarodowym otoczeniu gospodarczym.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_W02
Metody weryfikacji	kolokwium pisemne
Kod efektu	K_W07
Opis	Ma wiedzę na temat roli i miejsca przedsiębiorcy jako podmiotu tworzącego właściwe struktury komunikacyjne w przedsiębiorstwie.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_W07
Metody weryfikacji	kolokwium pisemne
Umiejętności	
Kod efektu	K_U05
Opis	Potrafi praktycznie wykorzystać wiedzę teoretyczną do rozwiązania problemów związanych z komunikowaniem się w przedsiębiorstwie.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_U05
Metody weryfikacji	kolokwium pisemne ocena aktywności podczas zajęć: Ocena opracowywanych studiów przypadków
Kod efektu	K_U07
Opis	Potrafi wykorzystać wybrane metody i narzędzia do kształtowania właściwej relacji przedsiębiorstwa z otoczeniem. Posiada umiejętność analizowania procesów komunikowania się w przedsiębiorstwie i ich oceny.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_U07
Metody weryfikacji	kolokwium pisemne ocena aktywności podczas zajęć: Ocena opracowywanych studiów przypadków

Część I

Kod efektu	K_U12
Opis	Ma świadomość poziomu swojej wiedzy i umiejętności oraz rozumie potrzebę ciągłego doskonalenia w zakresie komunikowania się z otoczeniem.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_U12
Metody weryfikacji	kolokwium pisemne ocena aktywności podczas zajęć: Ocena opracowywanych studiów przypadków

Kompetencje społeczne

Kod efektu	K_K04
Opis	Potrafi myśleć i działać w sposób zaangażowany oraz przedsiębiorczy przy rozwiązywaniu problemów z komunikowaniem się w przedsiębiorstwie.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_K04
Metody weryfikacji	kolokwium pisemne ocena aktywności podczas zajęć: Ocena opracowywanych studiów przypadków

SYLABUS PRZEDMIOTU

Kod przedmiotu	7200-ZG000-LZP-0171
Nazwa przedmiotu	Kultura organizacji
Wersja przedmiotu	2025Z
Poziom kształcenia	pierwszego stopnia
Forma i tryb prowadzenia studiów	niestacjonarne
Profil studiów	Praktyczny
Kierunek studiów	Zarządzanie i Marketing w Gospodarce Cyfrowej
Specjalność	-
Jednostka prowadząca	Kolegium Nauk Ekonomicznych i Społecznych
Jednostka realizująca	Kolegium Nauk Ekonomicznych i Społecznych
Blok przedmiotów	nd
Grupy przedmiotów	Przedmioty z sem. 1, studia I stopnia niestacjonarne, KNEiS
Status przedmiotu	Wybieralny
Język prowadzenia zajęć	polski
Kod etapu studiów	ZG000-S1-LZP-7200
Liczba punktów ECTS	2

Część I**01. Efekty uczenia się i sposób prowadzenia zajęć**

Cel przedmiotu	Celem przedmiotu jest zapoznanie się studentów z istotą i koncepcjami kultury organizacyjnej, przedstawienie modeli kultur, ukazanie związków zachodzących między kulturą organizacyjną a przywództwem, transformacją cyfrową, jakością, doskonałością, bezpieczeństwem, zrównoważonym rozwojem, zarządzaniem wiedzą, przedstawienie zasad zarządzania międzykulturowego.
Efekty uczenia się oraz sposób ich weryfikacji i oceny	patrz tabela "Efekty uczenia się"
Formy zajęć i ich wymiar w semestrze	
Wykład	16.00 h

02. Bilans ECTS

Liczba punktów ECTS	2	
Rozliczenie godzinowo - punktowe przedmiotu	Godziny	ECTS
Liczba godzin i ECTS pracy studenta:		
Godziny i ECTS za zajęcia związane z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich	18	0.72
Godziny i ECTS związane z pracą własną studenta	32	1.28
Razem	50	2.00
Liczba godzin związanych z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich:		
Godziny związane z udziałem w zajęciach	16	
Inne godziny kontaktowe	2	
Razem	18	
Liczba godzin związanych z pracą własną studenta:		
Godziny przeznaczone na pracę własną studenta	32	

03. Treści kształcenia

Część I

Wykład	W1. Istota i źródła kultury organizacyjnej (2h) W2. Uwarunkowania i funkcje kultury organizacyjnej (2h) W3-5. Modele i typologie kultur organizacyjnych (6h) W6-8. Zarządzanie międzykulturowe (6h) W9. Kultura organizacyjna a przywództwo (2h) W10. Kultura organizacyjna a transformacja cyfrowa (2h) W11. Kultura organizacyjna a jakość (2h) W12. Kultura organizacyjna a doskonałość (2h) W13. Kultura organizacyjna a bezpieczeństwo (2h) W14. Kultura organizacyjna a zrównoważony rozwój (2h) W15. Kultura organizacyjna a zarządzanie wiedzą (2h)
--------	---

Tabela: Efekty uczenia się

Wiedza	
Kod efektu	K_W01
Opis	Student zna i rozumie w zaawansowanym stopniu kluczowe zagadnienia używane w zarządzaniu, w szczególności związane z kulturą organizacyjną oraz zastosowanie tych terminów w obrębie pokrewnych dyscyplin, a także zna miejsce dyscyplin nauki o zarządzaniu i jakości w systemie nauk społecznych
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_W01
Metody weryfikacji	Wykład: kolokwium pisemne: Kolokwium pisemne na koniec każdego wykładu (pytania zamknięte, pytania problemowe) Wykład: ocena aktywności podczas zajęć: Aktywność na zajęciach (dyskusja)
Kod efektu	K_W06
Opis	Student zna i rozumie fundamentalne dylematy współczesnej cywilizacji dotyczące między innymi sztucznej inteligencji, ekonomii zrównoważonego rozwoju, gospodarki cyfrowej i bezpieczeństwa w kontekście ich relacji z kulturą organizacyjną
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_W06
Metody weryfikacji	Wykład: kolokwium pisemne: Kolokwium pisemne na koniec każdego wykładu (pytania zamknięte, pytania problemowe) Wykład: ocena aktywności podczas zajęć: Aktywność na zajęciach (dyskusja)
Umiejętności	
Kod efektu	K_U07
Opis	Student potrafi komunikować się z otoczeniem z użyciem specjalistycznej terminologii z zakresu zarządzania, w szczególności związanych z kulturą organizacyjną
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_U07
Metody weryfikacji	Wykład: ocena aktywności podczas zajęć: Aktywność na zajęciach (dyskusja)
Kod efektu	K_W08
Opis	Student potrafi wykorzystać zdobytą wiedzę związaną z kulturą organizacyjną do dyskusji, formułowania problemów (wyzwań) i w sposób kompetentny oraz komunikatywny uzasadniać zaproponowane rozwiązania i podjęte decyzje, jak również poddać je krytyce między innymi biorąc udział w debacie
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_U08
Metody weryfikacji	Wykład: kolokwium pisemne: Kolokwium pisemne na koniec każdego wykładu (pytania zamknięte, pytania problemowe) Wykład: ocena aktywności podczas zajęć: Aktywność na zajęciach (dyskusja)

Część I

Kompetencje społeczne

Kod efektu	K_K01
Opis	Student jest gotów do krytycznego uznawania nabytej wiedzy i odbieranych treści w rozwiązywaniu problemów poznawczych i praktycznych bezpośrednio odnoszących się do zarządzania, ze szczególnym uwzględnieniem kultury organizacyjnej
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_K01
Metody weryfikacji	Wykład: kolokwium pisemne:Kolokwium pisemne na koniec każdego wykładu (pytania zamknięte, pytania problemowe) Wykład: ocena aktywności podczas zajęć:Aktywność na zajęciach (dyskusja)

SYLABUS PRZEDMIOTU

Kod przedmiotu	7200-00000-LZP-0154
Nazwa przedmiotu	Podstawy socjologii
Wersja przedmiotu	2025Z
Poziom kształcenia	pierwszego stopnia
Forma i tryb prowadzenia studiów	niestacjonarne
Profil studiów	Praktyczny
Kierunek studiów	Zarządzanie i Marketing w Gospodarce Cyfrowej
Specjalność	-
Jednostka prowadząca	Kolegium Nauk Ekonomicznych i Społecznych
Jednostka realizująca	Kolegium Nauk Ekonomicznych i Społecznych
Blok przedmiotów	nd
Grupy przedmiotów	Przedmioty z sem. 1, studia I stopnia niestacjonarne, KNEiS
Status przedmiotu	Wybieralny
Język prowadzenia zajęć	polski
Kod etapu studiów	ZG000-S1-LZP-7200
Liczba punktów ECTS	2

Część I**01. Efekty uczenia się i sposób prowadzenia zajęć**

Cel przedmiotu	Celem przedmiotu jest zdobycie przez studentów podstawowej wiedzy o charakterze nauk społecznych, przyswojenie podstawowych pojęć z zakresu socjologii; poznanie rodzajów zjawisk i procesów społecznych oraz relacji, które między nimi zachodzą, nabycie umiejętności interpretacji zjawisk społecznych i kulturowych.
Efekty uczenia się oraz sposób ich weryfikacji i oceny	patrz tabela "Efekty uczenia się"
Formy zajęć i ich wymiar w semestrze	
Wykład	16.00 h

02. Bilans ECTS

Liczba punktów ECTS	2	
Rozliczenie godzinowo - punktowe przedmiotu	Godziny	ECTS
Liczba godzin i ECTS pracy studenta:		
Godziny i ECTS za zajęcia związane z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich	24	0.96
Godziny i ECTS związane z pracą własną studenta	26	1.04
Razem	50	2.00

Liczba godzin związanych z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich:

Godziny związane z udziałem w zajęciach	16
Inne godziny kontaktowe	8
Razem	24

Liczba godzin związanych z pracą własną studenta:

Godziny przeznaczone na pracę własną studenta	26
---	----

03. Treści kształcenia

Część I

Wykład	W1-2 - Wykład wprowadzający, czym jest socjologia ; W3 - Badania socjologiczne i opinia publiczna ; W4 - Kultura i jej rola w życiu społecznym ; W5 - Kontrola społeczna i dewiacja, życie w społeczeństwie ; W6 - Socjalizacja i więzi społeczne, struktura społeczna i nierówności społeczne ; W7 – Przywództwo, organizacje formalne i instytucje; W8 - Kapitał społeczny, globalizacja, kultura masowa, konsumpcjonizm, Zaliczenie końcowe
--------	--

Tabela: Efekty uczenia się

Wiedza	
Kod efektu	K_W01
Opis	Ma zaawansowaną wiedzę o rodzajach relacji społeczno-ekonomicznych i rządzących nimi prawidłowościach.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_W01
Metody weryfikacji	projekt:Ocena pracy zaliczeniowej realizowanej samodzielnie lub w grupach ustalanych przez studentów w porozumieniu i według wytycznych wskazanych przez prowadzącego przedmiot.
Kod efektu	K_W07
Opis	Ma zaawansowaną wiedzę o roli i miejscu człowieka jako podmiotu tworzącego i działającego w strukturach ekonomicznych oraz rozumie problemy wyborów gospodarczych.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_W07
Metody weryfikacji	projekt:Ocena pracy zaliczeniowej realizowanej samodzielnie lub w grupach ustalanych przez studentów w porozumieniu i według wytycznych wskazanych przez prowadzącego przedmiot.
Umiejętności	
Kod efektu	K_U01
Opis	Posiada umiejętność rozumienia i analizowania podstawowych zjawisk gospodarczo–społecznych oraz zdolność ich oceny.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_U01
Metody weryfikacji	projekt:Ocena pracy zaliczeniowej realizowanej samodzielnie lub w grupach ustalanych przez studentów w porozumieniu i według wytycznych wskazanych przez prowadzącego przedmiot.
Kod efektu	K_U11
Opis	Potrafi pracować w grupie przyjmując w niej różne role, w tym kierownicze i wykonawcze.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_U11
Metody weryfikacji	projekt:Ocena pracy zaliczeniowej realizowanej samodzielnie lub w grupach ustalanych przez studentów w porozumieniu i według wytycznych wskazanych przez prowadzącego przedmiot.
Kod efektu	K_U12
Opis	Ma świadomość poziomu swojej wiedzy i umiejętności, rozumie potrzebę ciągłego doskonalenia się, wyznacza kierunki i ścieżki własnego rozwoju zawodowego i osobistego.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_U12

Część I

Metody weryfikacji	projekt:Ocena pracy zaliczeniowej realizowanej samodzielnie lub w grupach ustalanych przez studentów w porozumieniu i według wytycznych wskazanych przez prowadzącego przedmiot.
--------------------	--

Kompetencje społeczne

Kod efektu	K_K01
Opis	Potrafi dążyć do systematycznego rozwoju poprzez poszerzanie nabytej wiedzy i umiejętności.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_K01
Metody weryfikacji	projekt:Ocena pracy zaliczeniowej realizowanej samodzielnie lub w grupach ustalanych przez studentów w porozumieniu i według wytycznych wskazanych przez prowadzącego przedmiot.

SYLABUS PRZEDMIOTU

Kod przedmiotu	7200-00000-LZP-0452
Nazwa przedmiotu	Twórcze rozwiązywanie konfliktów
Wersja przedmiotu	2025Z
Poziom kształcenia	pierwszego stopnia
Forma i tryb prowadzenia studiów	niestacjonarne
Profil studiów	Praktyczny
Kierunek studiów	Zarządzanie i Marketing w Gospodarce Cyfrowej
Specjalność	-
Jednostka prowadząca	Kolegium Nauk Ekonomicznych i Społecznych
Jednostka realizująca	Kolegium Nauk Ekonomicznych i Społecznych
Blok przedmiotów	nd
Grupy przedmiotów	Przedmioty z sem. 1, studia I stopnia niestacjonarne, KNEiS
Status przedmiotu	Wybieralny
Język prowadzenia zajęć	polski
Kod etapu studiów	ZG000-S1-LZP-7200
Liczba punktów ECTS	2

Część I**01. Efekty uczenia się i sposób prowadzenia zajęć**

Cel przedmiotu	Celem przedmiotu jest uzyskanie przez studenta wiedzy, umiejętności i kompetencji w zakresie twórczego rozwiązywania konfliktów z uwzględnieniem uwarunkowań, zmiennych i technik w dochodzeniu do akceptowanego porozumienia przez zapoznanie się z problemami podejmowania decyzji w kwestiach spornych w sytuacjach społecznych.
Efekty uczenia się oraz sposób ich weryfikacji i oceny	patrz tabela "Efekty uczenia się"
Formy zajęć i ich wymiar w semestrze	
Wykład	16.00 h

02. Bilans ECTS

Liczba punktów ECTS	2	
Rozliczenie godzinowo - punktowe przedmiotu	Godziny	ECTS
Liczba godzin i ECTS pracy studenta:		
Godziny i ECTS za zajęcia związane z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich	20	0.80
Godziny i ECTS związane z pracą własną studenta	30	1.20
Razem	50	2.00
Liczba godzin związanych z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich:		
Godziny związane z udziałem w zajęciach	16	
Inne godziny kontaktowe	4	
Razem	20	
Liczba godzin związanych z pracą własną studenta:		
Godziny przeznaczone na pracę własną studenta	30	

03. Treści kształcenia

Część I

Treści kształcenia	W1 – wykład wprowadzający; definicje i geneza konfliktu; Rodzaje konfliktów i ich przebieg; W2 – Tradycyjne i nowoczesne metody rozwiązywania konfliktów; Konflikt w organizacji; Zarządzanie przez konflikt; W3 – Rola komunikacji w rozwiązywaniu konfliktów; Negocjacje; W4 – Negocjacje w biznesie; Mediacja jako strategia rozwiązywania konfliktów. Zaliczenie końcowe Przedmiotu.
--------------------	--

Tabela: Efekty uczenia się

Wiedza	
Kod efektu	K_W01
Opis	Ma zaawansowaną wiedzę o rodzajach relacji społeczno-ekonomicznych i rządzących nimi prawidłowościach.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_W01
Metody weryfikacji	kolokwium pisemne:Kolokwium pisemne w formie testu wiedzy
Kod efektu	K_W07
Opis	Ma zaawansowaną wiedzę o roli i miejscu człowieka jako podmiotu tworzącego i działającego w strukturach ekonomicznych oraz rozumie problemy wyborów gospodarczych.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_W07
Metody weryfikacji	kolokwium pisemne:Kolokwium pisemne w formie testu wiedzy
Umiejętności	
Kod efektu	K_U08
Opis	Student potrafi wykorzystać zdobytą wiedzę do dyskusji, formułowania problemów (wyzwań) i w sposób kompetentny oraz komunikatywny uzasadniać zaproponowane rozwiązania i podjęte decyzje, jak również poddać je krytyce między innymi biorąc udział w debacie.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_U08
Metody weryfikacji	kolokwium pisemne:Kolokwium pisemne w formie testu wiedzy
Kompetencje społeczne	
Kod efektu	K_K01
Opis	Potrafi dążyć do systematycznego rozwoju poprzez poszerzanie nabytej wiedzy i umiejętności.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_K01
Metody weryfikacji	kolokwium pisemne:Kolokwium pisemne w formie testu wiedzy

SYLABUS PRZEDMIOTU

Kod przedmiotu	7200-00000-LZP-0256
Nazwa przedmiotu	Prawo cywilne
Wersja przedmiotu	2025Z
Poziom kształcenia	pierwszego stopnia
Forma i tryb prowadzenia studiów	niestacjonarne
Profil studiów	Praktyczny
Kierunek studiów	Zarządzanie i Marketing w Gospodarce Cyfrowej
Specjalność	-
Jednostka prowadząca	Kolegium Nauk Ekonomicznych i Społecznych
Jednostka realizująca	Kolegium Nauk Ekonomicznych i Społecznych
Blok przedmiotów	nd
Grupy przedmiotów	-
Status przedmiotu	Obowiązkowy
Język prowadzenia zajęć	polski
Kod etapu studiów	ZG000-S2-LZP-7200
Liczba punktów ECTS	2

Część I**01. Efekty uczenia się i sposób prowadzenia zajęć**

Cel przedmiotu	Celem przedmiotu jest zapoznanie studentów z podstawowymi pojęciami, zasadami i instytucjami prawa cywilnego oraz w miarę możliwości pokazanie ich praktycznego zastosowania.
Efekty uczenia się oraz sposób ich weryfikacji i oceny	patrz tabela "Efekty uczenia się"
Formy zajęć i ich wymiar w semestrze	
Wykład	16.00 h

02. Bilans ECTS

Liczba punktów ECTS	2	
Rozliczenie godzinowo - punktowe przedmiotu	Godziny	ECTS
Liczba godzin i ECTS pracy studenta:		
Godziny i ECTS za zajęcia związane z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich	22	0.88
Godziny i ECTS związane z pracą własną studenta	28	1.12
Razem	50	2.00

Liczba godzin związanych z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich:

Godziny związane z udziałem w zajęciach	16
Inne godziny kontaktowe	6
Razem	22

Liczba godzin związanych z pracą własną studenta:

Godziny przeznaczone na pracę własną studenta	28
---	----

03. Treści kształcenia

Część I

Wykład	<p>I. Prawo cywilne – część ogólna: 1. Źródła prawa cywilnego. 2. Pojęcie i elementy stosunku cywilnoprawnego (przedmiot, podmiot, treść). Zdolność prawna. 4. Zdolność do czynności prawnych. 5. Ochrona dóbr osobistych. 6. Przedstawicielstwo i jego rodzaje. 7. Pełnomocnictwo i jego rodzaje 8. Sposoby zawierania umów. 9. Wady oświadczenia woli. 10. Przedawnienie i terminy zawite II. Prawo cywilne - własność i inne prawa rzeczowe 11. Pojęcie i rodzaje praw rzeczowych. 12. Prawo własności. 13. Użytkowanie wieczyste. 14. Ograniczone prawa rzeczowe III. Prawo cywilne – zobowiązania: 15. Wielość dłużników i wierzycieli. 16. Czyny niedozwolone. 17. Wykonanie zobowiązań i skutki ich niewykonania. 18. Bezpodstawne wzbogacenie. 19. Zmiana wierzyciela lub dłużnika. 20. Umowy zobowiązaniowe ich zastosowanie w działalności organizacji ze szczególnym uwzględnieniem działalności finansowo-rachunkowej lub marketingu i sprzedaży. IV. Prawo cywilne – spadki: 21. Dziedziczenie ustawowe. 22. Rozrządzenia na wypadek śmierci. 23. Zachówek. 24. Stwierdzenie nabycia spadku, poświadczenie dziedziczenia. 25. Przedsiębiorcy i ich oznaczenia w aspekcie prawnym i marketingowy.</p>
--------	---

Tabela: Efekty uczenia się

Wiedza	
Kod efektu	K_W03
Opis	Ma wiedzę dotyczącą zagadnień z zakresu prawa cywilnego, rodzajów umów, ich treści i znaczenia
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_W03
Metody weryfikacji	egzamin pisemny: egzamin pisemny w formie testu wiedzy
Umiejętności	
Kod efektu	K_U02
Opis	Potrafi prawidłowo interpretować podstawowe przepisy prawne z zakresu prawa cywilnego, zarówno tworząc wzorce umowne niezbędne w działalności na własny rachunek, jak i dokonując analizy umów przedstawionych do podpisania
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_U02
Metody weryfikacji	egzamin pisemny: egzamin pisemny w formie testu wiedzy
Kompetencje społeczne	
Kod efektu	K_K03
Opis	Jest gotów do uwzględniania aspektów prawnych w działalności gospodarczej.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_K03
Metody weryfikacji	egzamin pisemny: egzamin pisemny w formie testu wiedzy

SYLABUS PRZEDMIOTU

Kod przedmiotu	7200-ZG000-LZP-0264
Nazwa przedmiotu	Społeczna odpowiedzialność biznesu
Wersja przedmiotu	2025Z
Poziom kształcenia	pierwszego stopnia
Forma i tryb prowadzenia studiów	niestacjonarne
Profil studiów	Praktyczny
Kierunek studiów	Zarządzanie i Marketing w Gospodarce Cyfrowej
Specjalność	-
Jednostka prowadząca	Kolegium Nauk Ekonomicznych i Społecznych
Jednostka realizująca	Kolegium Nauk Ekonomicznych i Społecznych
Blok przedmiotów	nd
Grupy przedmiotów	Przedmioty z sem. 2, studia I stopnia niestacjonarne, KNEiS
Status przedmiotu	Obowiązkowy
Język prowadzenia zajęć	polski
Kod etapu studiów	ZG000-S2-LZP-7200
Liczba punktów ECTS	2

Część I**01. Efekty uczenia się i sposób prowadzenia zajęć**

Cel przedmiotu	Celem zajęć ze społecznej odpowiedzialności biznesu jest zapoznanie studentów z koncepcją społecznej odpowiedzialności biznesu (ang. Corporate Social Responsibility – CSR), przedstawienie zbioru norm (także etycznych), które określają relację między przedsiębiorcą a otoczeniem jego działalności gospodarczej (zarówno tym najbliższym np. pracownikami, jak i dalszym np. kontrahentami czy lokalną społecznością).
Efekty uczenia się oraz sposób ich weryfikacji i oceny	patrz tabela "Efekty uczenia się"
Formy zajęć i ich wymiar w semestrze	
Wykład	16.00 h

02. Bilans ECTS

Liczba punktów ECTS	2	
Rozliczenie godzinowo - punktowe przedmiotu	Godziny	ECTS
Liczba godzin i ECTS pracy studenta:		
Godziny i ECTS za zajęcia związane z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich	20	0.80
Godziny i ECTS związane z pracą własną studenta	30	1.20
Razem	50	2.00
Liczba godzin związanych z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich:		
Godziny związane z udziałem w zajęciach	16	
Inne godziny kontaktowe	4	
Razem	20	
Liczba godzin związanych z pracą własną studenta:		
Godziny przeznaczone na pracę własną studenta	30	

03. Treści kształcenia

Część I

Wykład	Geneza, definicja i zakres społecznej odpowiedzialności biznesu. Instrumenty i prawodawstwo międzynarodowe. Zachowania nieetyczne w kontekście zarządzania. Patologie życia gospodarczego m.in.: nepotyzm, mobbing, korupcja, niegospodarność i inne. Promowanie społecznej odpowiedzialności biznesu. Firmy CSR w Polsce i na świecie - firmy społecznie odpowiedzialne i obszar ich społecznej aktywności (krajowe i zagraniczne). Wpływ społecznej odpowiedzialności firmy na jej konkurencyjną pozycję na rynku Dobre praktyki CSR – analiza przypadków.
--------	--

Tabela: Efekty uczenia się

Wiedza	
Kod efektu	K_W01
Opis	Ma zaawansowaną wiedzę o strukturach i instytucjach społeczno-ekonomicznych, funkcjonujących na poziomie lokalnym, regionalnym, krajowym i międzynarodowym. Ma zaawansowaną wiedzę o relacjach między poszczególnymi elementami struktury społeczno- ekonomicznej, o celach funkcjonowania tych struktur i prawidłowościach kształtujących te relacje i cele. Ma wiedzę o normach i regulacjach prawnych, organizacyjnych, moralnych i etycznych kształtujących struktury i instytucje społeczno – ekonomiczne.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_W01
Metody weryfikacji	Wykład: zaliczenie:ocena pracy pisemnej przygotowywanej przez studentów na wybrany temat
Kod efektu	K_W07
Opis	Ma zaawansowaną wiedzę o rodzajach relacji społeczno – ekonomicznych i rządzących nimi prawidłowościach.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_W07
Metody weryfikacji	Wykład: zaliczenie:ocena pracy pisemnej przygotowywanej przez studentów na wybrany temat
Umiejętności	
Kod efektu	K_U06
Opis	Analizuje zachowanie różnych podmiotów funkcjonujących na rynku oraz ich wpływ na decyzje menedżerskie.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_U06
Metody weryfikacji	Wykład: zaliczenie:ocena pracy pisemnej przygotowywanej przez studentów na wybrany temat
Kod efektu	K_U11
Opis	Umie współdziałać w przygotowaniu projektów gospodarczych, uwzględniając wpływ czynników ekonomicznych, prawnych i politycznych.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_U11
Metody weryfikacji	Wykład: zaliczenie:ocena pracy pisemnej przygotowywanej przez studentów na wybrany temat
Kompetencje społeczne	
Kod efektu	K_K06
Opis	Identyfikuje i rozstrzyga dylematy związane z wykonywaniem zawodu ekonomisty oraz z przestrzeganiem zasad etyki zawodowej. Potrafi prawidłowo posługiwać się podstawowymi normami i regułami prawnymi, zawodowymi i etycznymi w celu rozwiązania konkretnych problemów społeczno - gospodarczych.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_K06

Część I

Metody weryfikacji

Wykład: zaliczenie: ocena pracy pisemnej przygotowywanej przez studentów na wybrany temat

SYLABUS PRZEDMIOTU

Kod przedmiotu	7200-00000-LZP-0263
Nazwa przedmiotu	Zarządzanie środowiskiem i ekologia
Wersja przedmiotu	2025Z
Poziom kształcenia	pierwszego stopnia
Forma i tryb prowadzenia studiów	niestacjonarne
Profil studiów	Praktyczny
Kierunek studiów	Zarządzanie i Marketing w Gospodarce Cyfrowej
Specjalność	-
Jednostka prowadząca	Kolegium Nauk Ekonomicznych i Społecznych
Jednostka realizująca	Wydział Budownictwa, Mechaniki i Petrochemii
Blok przedmiotów	nd
Grupy przedmiotów	Przedmioty z sem. 2, studia I stopnia niestacjonarne, KNEiS
Status przedmiotu	Obowiązkowy
Język prowadzenia zajęć	polski
Kod etapu studiów	ZG000-S2-LZP-7200
Liczba punktów ECTS	1

Część I**01. Efekty uczenia się i sposób prowadzenia zajęć**

Cel przedmiotu	Celem jest przekazanie wiedzy dotyczącej procesów dokonujących się w środowisku przyrodniczym oraz nabycie umiejętności ich rozumienia i analizowania. Słuchacz zapoznaje się z podstawowymi zagadnieniami z zakresu ekologii oraz z oddziaływaniem człowieka na środowisko i zagrożeniami z tego wynikającymi. Potrafi dostrzec ekologiczne uwarunkowania zrównoważonego rozwoju gospodarczego i uwzględnić je w zarządzaniu organizacją.
Efekty uczenia się oraz sposób ich weryfikacji i oceny	patrz tabela "Efekty uczenia się"
Formy zajęć i ich wymiar w semestrze	
Wykład	16.00 h

02. Bilans ECTS

Liczba punktów ECTS	1	
Rozliczenie godzinowo - punktowe przedmiotu	Godziny	ECTS
Liczba godzin i ECTS pracy studenta:		
Godziny i ECTS za zajęcia związane z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich	20	0.80
Godziny i ECTS związane z pracą własną studenta	5	0.20
Razem	25	1.00
Liczba godzin związanych z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich:		
Godziny związane z udziałem w zajęciach	16	
Inne godziny kontaktowe	4	
Razem	20	
Liczba godzin związanych z pracą własną studenta:		
Godziny przeznaczone na pracę własną studenta	5	

03. Treści kształcenia

Część I

Wykład	(1)Wprowadzenie - podstawowe pojęcia z zakresu ekologii, geneza i istota koncepcji rozwoju zrównoważonego. (2) Problemy ochrony atmosfery. (3) Zanieczyszczenie wód (4) Problemy dotyczące ścieków (5) Problemy dotyczące odpadów, (6) Zagrożenia i ochrona biosfery, zachowanie różnorodności biologicznej, ochrona gleb, problemy dotyczące żywności (7) Drgania, promieniowanie, hałas (8) Krajowe i międzynarodowe przepisy dotyczące ochrony środowiska, monitoring środowiskowy
--------	---

Tabela: Efekty uczenia się

Wiedza	
Kod efektu	K_W01
Opis	Posiada zaawansowaną wiedzę z zakresu procesów racjonalnego gospodarowania środowiskiem i ich relacji z innymi naukami społecznymi.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_W01
Metody weryfikacji	kolokwium pisemne:Kolokwium lub pisemna praca zaliczeniowa
Kod efektu	K_W06
Opis	Rozumie problemy wyborów gospodarczych ze względu na uwarunkowania środowiskowe.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_W06
Metody weryfikacji	kolokwium pisemne:Kolokwium lub pisemna praca zaliczeniowa

Umiejętności

Kod efektu	K_U01
Opis	Potrafi wykorzystywać wiedzę teoretyczną do opisu procesów kształtowania środowiska łącząc je z ogólnym procesem zarządzania firmą.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_U01
Metody weryfikacji	kolokwium pisemne:Kolokwium lub pisemna praca zaliczeniowa
Kod efektu	K_U02
Opis	Posiada umiejętność rozumienia i analizowania podstawowych zjawisk gospodarczo – społecznych związanych z rozwojem zrównoważonym. Potrafi prawidłowo posługiwać się podstawowymi normami i regułami prawnymi do zaplanowania wstępnego przeglądu środowiskowego.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_U02
Metody weryfikacji	kolokwium pisemne:Kolokwium lub pisemna praca zaliczeniowa
Kod efektu	K_U12
Opis	Ma świadomość poziomu swojej wiedzy i umiejętności, rozumie potrzebę ciągłego doskonalenia się ze względu na zmieniające się przepisy środowiskowe.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_U12
Metody weryfikacji	kolokwium pisemne:Kolokwium lub pisemna praca zaliczeniowa

Kompetencje społeczne

Kod efektu	K_K03
Opis	Umie współdziałać w przygotowaniu projektów gospodarczych uwzględniając uwarunkowania ekologiczne.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_K03

Część I

Metody weryfikacji

kolokwium pisemne: Kolokwium lub pisemna praca zaliczeniowa

SYLABUS PRZEDMIOTU

Kod przedmiotu	7200-ZG000-LZP-0250
Nazwa przedmiotu	Praktyka zawodowa I
Wersja przedmiotu	2025Z
Poziom kształcenia	pierwszego stopnia
Forma i tryb prowadzenia studiów	niestacjonarne
Profil studiów	Praktyczny
Kierunek studiów	Zarządzanie i Marketing w Gospodarce Cyfrowej
Specjalność	-
Jednostka prowadząca	Kolegium Nauk Ekonomicznych i Społecznych
Jednostka realizująca	Kolegium Nauk Ekonomicznych i Społecznych
Blok przedmiotów	nd
Grupy przedmiotów	Przedmioty z sem. 2, studia I stopnia niestacjonarne, KNEiS
Status przedmiotu	Obowiązkowy
Język prowadzenia zajęć	polski
Kod etapu studiów	ZG000-S2-LZP-7200
Liczba punktów ECTS	8

Część I**01. Efekty uczenia się i sposób prowadzenia zajęć**

Cel przedmiotu	Celem praktyk zawodowych jest rozwijanie wiedzy teoretycznej i umiejętności zdobytych podczas studiów oraz wykształcenie umiejętności zastosowania ich w praktyce funkcjonowania firmy. Student odbywający praktykę zawodową ma możliwość praktycznego poznania zagadnień związanych z wybraną specjalnością, jak również zebrania materiałów źródłowych do pisania pracy dyplomowej. Praktyki pozwalają również na nawiązanie kontaktów zawodowych, umożliwiających wykorzystanie ich w momencie poszukiwania pracy
Efekty uczenia się oraz sposób ich weryfikacji i oceny	patrz tabela "Efekty uczenia się"
Formy zajęć i ich wymiar w semestrze	
Praktyka	240.00 h

02. Bilans ECTS

Liczba punktów ECTS	8	
Rozliczenie godzinowo - punktowe przedmiotu	Godziny	ECTS
Liczba godzin i ECTS pracy studenta:		
Godziny i ECTS za zajęcia związane z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich	240	9.60
Godziny i ECTS związane z pracą własną studenta	0	0.00
Razem	240	9.60 (8.00)
Liczba godzin związanych z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich:		
Godziny związane z udziałem w zajęciach	240	
Inne godziny kontaktowe	0	
Razem	240	
Liczba godzin związanych z pracą własną studenta:		
Godziny przeznaczone na pracę własną studenta	0	

03. Treści kształcenia

Część I

Praktyka	<p>Program praktyk obejmuje zapoznanie się z:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Podstawowymi zasadami bezpieczeństwa i higieny pracy. 2. Strukturą organizacyjną, formą własnościową podmiotu gospodarczego i charakterem prowadzonej działalności 3. Pracą wybranych działów lub zagadnień, np.: <ul style="list-style-type: none"> • Planowanie i analiza ekonomiczna • Ocena efektywności przedsięwzięć inwestycyjnych • Zarządzanie zasobami ludzkimi • Zarządzanie marketingowe • Zarządzanie informacją w przedsiębiorstwie • Zarządzanie wiedzą • Współpraca z otoczeniem • Formy rozliczeń z kontrahentami • Monitoring kosztów • Ewidencja księgową • Współpraca z instytucjami finansowymi • Zasady i źródła finansowania działalności • Rozliczenia podatkowe • Ocena ryzyka • Badania rynkowe i prognozowanie • Systemy informatyczne wspomagające zarządzanie • Zarządzanie relacjami z klientem
----------	--

Tabela: Efekty uczenia się

Wiedza	
Kod efektu	K_W02
Opis	Zdobywa wiedzę praktyczną poprzez obserwację funkcjonowania organizacji w miejscu praktyki.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_W02
Metody weryfikacji	Praktyka: zgodnie z Regulaminem przedmiotu: Wypełniony dzienniczek praktyk studenckich oraz zaświadczenie o odbyciu praktyki
Kod efektu	K_W03
Opis	Pozyskuje podstawowe informacje, dotyczące zasad bezpieczeństwa pracy, norm i reguł prawnych, zasad funkcjonowania organizacji, a także poznaje podstawowe cele jej działalności
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_W03
Metody weryfikacji	Praktyka: zgodnie z Regulaminem przedmiotu: Wypełniony dzienniczek praktyk studenckich oraz zaświadczenie o odbyciu praktyki
Umiejętności	
Kod efektu	K_U02
Opis	Posiada umiejętność wykorzystywania przepisów i norm prawnych odnoszących się bezpośrednio do powierzonych stanowiska pracy
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_U02
Metody weryfikacji	Praktyka: zgodnie z Regulaminem przedmiotu: Wypełniony dzienniczek praktyk studenckich oraz zaświadczenie o odbyciu praktyki
Kod efektu	K_U03
Opis	Potrafi wyszukać, dobrać i wykorzystać materiały i informacje niezbędne do rozwiązywania zleconych prostych zadań.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_U03
Metody weryfikacji	Praktyka: zgodnie z Regulaminem przedmiotu: Wypełniony dzienniczek praktyk studenckich oraz zaświadczenie o odbyciu praktyki

Część I

Kod efektu	K_U11
Opis	Wykazuje chęci uczestnictwa w pracy zespołu.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_U11
Metody weryfikacji	Praktyka: zgodnie z Regulaminem przedmiotu:Wypełniony dzienniczek praktyk studenckich oraz zaświadczenie o odbyciu praktyki

Kompetencje społeczne

Kod efektu	K_K02
Opis	Jest gotów do zasięgania opinii innych doświadczonych osób w przypadku napotkania trudności z samodzielnym rozwiązaniem problemu
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_K02
Metody weryfikacji	Praktyka: zgodnie z Regulaminem przedmiotu:Wypełniony dzienniczek praktyk studenckich oraz zaświadczenie o odbyciu praktyki

Kod efektu	K_K06
Opis	Potrafi racjonalnie gospodarować swoim czasem pracy, rzetelnie wykonuje zlecone proste zadania.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_K06
Metody weryfikacji	Praktyka: zgodnie z Regulaminem przedmiotu:Wypełniony dzienniczek praktyk studenckich oraz zaświadczenie o odbyciu praktyki

SYLABUS PRZEDMIOTU

Kod przedmiotu	7200-00000-LZP-0354
Nazwa przedmiotu	Rachunkowość
Wersja przedmiotu	2025Z
Poziom kształcenia	pierwszego stopnia
Forma i tryb prowadzenia studiów	niestacjonarne
Profil studiów	Praktyczny
Kierunek studiów	Zarządzanie i Marketing w Gospodarce Cyfrowej
Specjalność	-
Jednostka prowadząca	Kolegium Nauk Ekonomicznych i Społecznych
Jednostka realizująca	Kolegium Nauk Ekonomicznych i Społecznych
Blok przedmiotów	nd
Grupy przedmiotów	Przedmioty z sem. 2, studia I stopnia niestacjonarne, KNEiS
Status przedmiotu	Obowiązkowy
Język prowadzenia zajęć	polski
Kod etapu studiów	ZG000-S2-LZP-7200
Liczba punktów ECTS	4

Część I**01. Efekty uczenia się i sposób prowadzenia zajęć**

Cel przedmiotu	Cel ogólny przedmiotu: Zapoznanie studentów z podstawowymi pojęciami i zasadami rachunkowości finansowej. Przekazanie podstawowych wiadomości o technice księgowania operacji gospodarczych, zasadach wyceny i ewidencji poszczególnych składników majątku i wyniku finansowym przedsiębiorstwa. Cele dydaktyczne przedmiotu: 1. Umiejętność grupowania składników majątkowych i źródeł ich finansowania w bilansie przedsiębiorstwa. 2. Znajomość podstawowych metod wyceny składników majątku. 3. Umiejętność ewidencji operacji gospodarczych na kontach księgowych. 4. Umiejętność ustalenia wyniku finansowego i sporządzenia rachunku zysków i strat.	
Efekty uczenia się oraz sposób ich weryfikacji i oceny	patrz tabela "Efekty uczenia się"	
Formy zajęć i ich wymiar w semestrze		
Wykład	16.00 h	
Ćwiczenia	16.00 h	

02. Bilans ECTS

Liczba punktów ECTS	4	
Rozliczenie godzinowo - punktowe przedmiotu	Godziny	ECTS
Liczba godzin i ECTS pracy studenta:		
Godziny i ECTS za zajęcia związane z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich	44	1.76
Godziny i ECTS związane z pracą własną studenta	56	2.24
Razem	100	4.00
Liczba godzin związanych z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich:		
Godziny związane z udziałem w zajęciach	32	
Inne godziny kontaktowe	12	
Razem	44	
Liczba godzin związanych z pracą własną studenta:		
Godziny przeznaczone na pracę własną studenta	56	

Część I

03. Treści kształcenia

Ćwiczenia	1. Ujęcie bilansowe majątku przedsiębiorstwa. Bilans i zasady jego sporządzania (2) 2. Typy operacji gospodarczych i zasady ich ewidencji na kontach księgowych (2) 3. Konta analityczne i syntetyczne. Zestawienie obrotów i sald. Poprawianie błędów księgowych. (1) 4. Ewidencja aktywów trwałych. Metody liczenia amortyzacji. (2) 5 Kolokwium (1) 6. Ewidencja środków pieniężnych oraz długo- i krótkoterminowych aktywów finansowych (2) 7. Klasyfikacja i ewidencja rozrachunków. Sporządzanie listy płac pracowników (2) 8. Metody wyceny materiałów i towarów. Ewidencja materiałów i towarów. (2) 9. Zasady ewidencji kosztów działalności operacyjnej (produkcyjnej); klasyfikacja kosztów, warianty ewidencji i rozliczania kosztów. Ustalanie wyniku finansowego i sporządzanie rachunku zysków i strat (1) 10. Kolokwium (1)
Wykład	1. Wprowadzenie do rachunkowości. Przedmiot, zadania, funkcje i podstawy prawne rachunkowości. (2) 2. Charakterystyka majątku i źródeł jego finansowania. Bilans i zasady jego sporządzania: (2) 3. Typy operacji gospodarczych i zasady ich ewidencji na kontach księgowych. (1) 4. Konta analityczne i syntetyczne. Zestawienie obrotów i sald. Poprawianie błędów księgowych. (1) 5. Ewidencja aktywów trwałych. Metody liczenia amortyzacji. (2) 6. Ewidencja środków pieniężnych oraz długo- i krótkoterminowych aktywów finansowych. (2) 7. Klasyfikacja i ewidencja rozrachunków. Sporządzanie listy płac pracowników (2) 8. Metody wyceny materiałów i towarów. Ewidencja materiałów i towarów. (2) 9. Zasady ewidencji kosztów podstawowej działalności operacyjnej (produkcyjnej); klasyfikacja kosztów, warianty ewidencji i rozliczania kosztów.. Zasady wyceny i ewidencji wyrobów gotowych (1) 10. Warianty ustalania wyniku finansowego i sporządzania rachunku zysków i strat (1)

Tabela: Efekty uczenia się

Wiedza	
Kod efektu	K_W01
Opis	Ma zaawansowaną wiedzę o środkach gospodarczych, źródłach ich finansowania i operacjach kształtujących wynik finansowy przedsiębiorstwa.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_W01
Metody weryfikacji	egzamin pisemny:Test
Kod efektu	K_W03
Opis	Ma wiedzę dotyczącą przepisów ustawy o rachunkowości, w szczególności w zakresie wyceny poszczególnych składników majątku i sporządzania sprawozdań finansowych. Zna metody wyceny poszczególnych składników majątku i zasady ich ewidencji na kontach księgowych.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_W03
Metody weryfikacji	egzamin pisemny:Test
Umiejętności	
Kod efektu	K_U04
Opis	Potrafi klasyfikować składniki majątkowe i źródła ich finansowania w bilansie przedsiębiorstwa. Potrafi sporządzić bilans, ustalić wynik finansowy i sporządzić rachunek zysków i strat w wariantach porównawczym i kalkulacyjnym.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_U04

Część I

Metody weryfikacji	kolokwium pisemne:zadania do rozwiązania ocena aktywności podczas zajęć praca domowa:Zadania do samodzielnego rozwiązania
Kod efektu	K_U06
Opis	Posiada umiejętność ewidencjonowania operacji gospodarczych na kontach księgowych, zarówno syntetycznych, jak i analitycznych, bilansowych i wynikowych.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_U06
Metody weryfikacji	kolokwium pisemne:zadania do rozwiązania ocena aktywności podczas zajęć praca domowa:Zadania do samodzielnego rozwiązania
Kod efektu	K_U12
Opis	Ma świadomość ciągłego uzupełniania wiedzy z powodu zmian przepisów prawnych (ustawa o rachunkowości). Potrafi określić, czy jego zainteresowania i cechy osobiste pretendują go do pracy w księgowości.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_U12
Metody weryfikacji	ocena aktywności podczas zajęć samoocena:Zadania do samodzielnego rozwiązania

Kompetencje społeczne

Kod efektu	K_K01
Opis	Potrafi prawidłowo interpretować przepisy ustawy o rachunkowości w celu dokonania rzetelnej i wiarygodnej wyceny składników majątku i źródeł ich finansowania oraz ustalenia wyniku finansowego.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_K01
Metody weryfikacji	kolokwium pisemne:zadania do rozwiązania ocena aktywności podczas zajęć praca domowa:Zadania do samodzielnego rozwiązania

SYLABUS PRZEDMIOTU

Kod przedmiotu	7200-ZG000-LZP-0268
Nazwa przedmiotu	Zarządzanie zasobami ludzkimi
Wersja przedmiotu	2025Z
Poziom kształcenia	pierwszego stopnia
Forma i tryb prowadzenia studiów	niestacjonarne
Profil studiów	Praktyczny
Kierunek studiów	Zarządzanie i Marketing w Gospodarce Cyfrowej
Specjalność	-
Jednostka prowadząca	Kolegium Nauk Ekonomicznych i Społecznych
Jednostka realizująca	Kolegium Nauk Ekonomicznych i Społecznych
Blok przedmiotów	nd
Grupy przedmiotów	Przedmioty z sem. 2, studia I stopnia niestacjonarne, KNEiS
Status przedmiotu	Obowiązkowy
Język prowadzenia zajęć	polski
Kod etapu studiów	ZG000-S2-LZP-7200
Liczba punktów ECTS	2

Część I**01. Efekty uczenia się i sposób prowadzenia zajęć**

Cel przedmiotu	Celem przedmiotu jest pozyskanie przez studentów wiedzy dotyczącej zarządzania zasobami ludzkimi w organizacji. Zdobyć umiejętności wykorzystywania wiedzy teoretycznej do analizowania i interpretowania problemów w obszarze gospodarowania kapitałem ludzkim w organizacjach różnych typów. Uwrażliwienie studentów na potrzebę ciągłego rozwoju zawodowego i konieczność pracy zespołowej w rozwiązywaniu problemów w obszarze zarządzania zasobami ludzkimi.
Efekty uczenia się oraz sposób ich weryfikacji i oceny	patrz tabela "Efekty uczenia się"
Formy zajęć i ich wymiar w semestrze	
Wykład	16.00 h
Ćwiczenia	16.00 h

02. Bilans ECTS

Liczba punktów ECTS	2	
Rozliczenie godzinowo - punktowe przedmiotu	Godziny	ECTS
Liczba godzin i ECTS pracy studenta:		
Godziny i ECTS za zajęcia związane z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich	36	1.44
Godziny i ECTS związane z pracą własną studenta	14	0.56
Razem	50	2.00
Liczba godzin związanych z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich:		
Godziny związane z udziałem w zajęciach	32	
Inne godziny kontaktowe	4	
Razem	36	
Liczba godzin związanych z pracą własną studenta:		
Godziny przeznaczone na pracę własną studenta	14	

03. Treści kształcenia

Część I

Wykład	Znaczenie zasobów ludzkich w organizacji. Polityka i strategia personalna przedsiębiorstwa. Zarządzanie kompetencjami w organizacji. Zarządzanie talentami. Mobilność i kariera zawodowa. Koszty pracy. Kultura organizacyjna. Aspekty etyczne w zarządzaniu ludźmi.
Ćwiczenia	Planowanie zasobów ludzkich. Rekrutacja i dobór pracowników. Motywacja i motywowanie. Zarządzanie wynagrodzeniami - strategie i systemy wynagrodzeń. System ocen pracowniczych. Zarządzanie efektywnością pracy. Rozwój kapitału ludzkiego w organizacji. Pomiar postaw pracowniczych - satysfakcja, lojalność, chęć odejścia.

Tabela: Efekty uczenia się

Wiedza	
Kod efektu	K_W01
Opis	Student zna i rozumie terminologię związaną z zarządzaniem zasobami ludzkimi we współczesnych organizacjach
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_W01
Metody weryfikacji	projekt:Projekt dotyczący rozwiązania jednego z problemów zarządzania zasobami ludzkimi (np. symulacja procesu rekrutacji i selekcji pracowników, rozwiązywanie problemu niskiej motywacji pracowników, przygotowanie i przeprowadzenie oceniania okresowego pracowników, zdiagnozowanie potrzeb szkoleniowych, analiza czynników wpływających na przebieg kariery zawodowej, diagnoza przyczyn i skutków mobbingu). Wykład: egzamin pisemny:Test, pytania opisowe Ćwiczenia: kolokwium pisemne:Pytania opisowe Ćwiczenia: ocena aktywności podczas zajęć:Aktywność na zajęciach
Kod efektu	K_W04
Opis	Student zna i rozumie w zaawansowanym stopniu kluczowe metody i instrumenty zarządzania zasobami ludzkimi w zakresie rekrutacji i selekcji, motywowania, wynagradzania i oceniania pracowników
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_W04
Metody weryfikacji	projekt:Projekt dotyczący rozwiązania jednego z problemów zarządzania zasobami ludzkimi (np. symulacja procesu rekrutacji i selekcji pracowników, rozwiązywanie problemu niskiej motywacji pracowników, przygotowanie i przeprowadzenie oceniania okresowego pracowników, zdiagnozowanie potrzeb szkoleniowych, analiza czynników wpływających na przebieg kariery zawodowej, diagnoza przyczyn i skutków mobbingu). Wykład: egzamin pisemny:Test, pytania opisowe Ćwiczenia: kolokwium pisemne:Pytania opisowe Ćwiczenia: ocena aktywności podczas zajęć:Aktywność na zajęciach
Kod efektu	K_W07
Opis	Student ma rozszerzoną wiedzę w zakresie wykorzystywania różnych standardów organizacyjnych w procesie zarządzania kapitałem ludzkim
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_W07

Część I

Metody weryfikacji	projekt:Projekt dotyczący rozwiązania jednego z problemów zarządzania zasobami ludzkimi (np. symulacja procesu rekrutacji i selekcji pracowników, rozwiązywanie problemu niskiej motywacji pracowników, przygotowanie i przeprowadzenie oceniania okresowego pracowników, zdiagnozowanie potrzeb szkoleniowych, analiza czynników wpływających na przebieg kariery zawodowej, diagnoza przyczyn i skutków mobbingu). Wykład: egzamin pisemny:Test, pytania opisowe Ćwiczenia: kolokwium pisemne:Pytania opisowe Ćwiczenia: ocena aktywności podczas zajęć:Aktywność na zajęciach
--------------------	---

Umiejętności

Kod efektu	K_U03
Opis	Student potrafi formułować dojrzałe opinie na temat zasad zarządzania kapitałem ludzkim w warunkach zmieniającego się otoczenia
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_U03
Metody weryfikacji	projekt:Projekt dotyczący rozwiązania jednego z problemów zarządzania zasobami ludzkimi (np. symulacja procesu rekrutacji i selekcji pracowników, rozwiązywanie problemu niskiej motywacji pracowników, przygotowanie i przeprowadzenie oceniania okresowego pracowników, zdiagnozowanie potrzeb szkoleniowych, analiza czynników wpływających na przebieg kariery zawodowej, diagnoza przyczyn i skutków mobbingu). Ćwiczenia: kolokwium pisemne:Pytania opisowe Ćwiczenia: ocena aktywności podczas zajęć:Aktywność na zajęciach
Kod efektu	K_U05
Opis	Student potrafi swobodnie dobierać odpowiednie dla danego zawodu techniki rekrutacji pracowników i zasady skutecznego ich wynagradzania, motywowania i oceniania
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_U05
Metody weryfikacji	projekt:Projekt dotyczący rozwiązania jednego z problemów zarządzania zasobami ludzkimi (np. symulacja procesu rekrutacji i selekcji pracowników, rozwiązywanie problemu niskiej motywacji pracowników, przygotowanie i przeprowadzenie oceniania okresowego pracowników, zdiagnozowanie potrzeb szkoleniowych, analiza czynników wpływających na przebieg kariery zawodowej, diagnoza przyczyn i skutków mobbingu). Ćwiczenia: kolokwium pisemne:Pytania opisowe Ćwiczenia: ocena aktywności podczas zajęć:Aktywność na zajęciach
Kod efektu	K_U06
Opis	Student potrafi analizować i rozwiązywać praktyczne problemy związane z zarządzaniem zasobami ludzkimi
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_U06

Część I

Metody weryfikacji	projekt:Projekt dotyczący rozwiązania jednego z problemów zarządzania zasobami ludzkimi (np. symulacja procesu rekrutacji i selekcji pracowników, rozwiązywanie problemu niskiej motywacji pracowników, przygotowanie i przeprowadzenie oceniania okresowego pracowników, zdiagnozowanie potrzeb szkoleniowych, analiza czynników wpływających na przebieg kariery zawodowej, diagnoza przyczyn i skutków mobbingu). Ćwiczenia: kolokwium pisemne:Pytania opisowe Ćwiczenia: ocena aktywności podczas zajęć:Aktywność na zajęciach
--------------------	--

Kompetencje społeczne

Kod efektu	K_K01
Opis	Student jest gotów do dążenia do systematycznego rozwoju poprzez poszerzanie i krytyczną ocenę nabytej wiedzy i umiejętności.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_K01
Metody weryfikacji	projekt:Projekt dotyczący rozwiązania jednego z problemów zarządzania zasobami ludzkimi (np. symulacja procesu rekrutacji i selekcji pracowników, rozwiązywanie problemu niskiej motywacji pracowników, przygotowanie i przeprowadzenie oceniania okresowego pracowników, zdiagnozowanie potrzeb szkoleniowych, analiza czynników wpływających na przebieg kariery zawodowej, diagnoza przyczyn i skutków mobbingu). Ćwiczenia: ocena aktywności podczas zajęć:Aktywność na zajęciach
Kod efektu	K_K04
Opis	Student jest gotów do kreatywnego myślenia, podejmowania niestandardowych działań.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_K04
Metody weryfikacji	projekt:Projekt dotyczący rozwiązania jednego z problemów zarządzania zasobami ludzkimi (np. symulacja procesu rekrutacji i selekcji pracowników, rozwiązywanie problemu niskiej motywacji pracowników, przygotowanie i przeprowadzenie oceniania okresowego pracowników, zdiagnozowanie potrzeb szkoleniowych, analiza czynników wpływających na przebieg kariery zawodowej, diagnoza przyczyn i skutków mobbingu). Ćwiczenia: ocena aktywności podczas zajęć:Aktywność na zajęciach

SYLABUS PRZEDMIOTU

Kod przedmiotu	7200-ZG000-LZP-0269
Nazwa przedmiotu	E-biznes i gospodarka cyfrowa
Wersja przedmiotu	2025Z
Poziom kształcenia	pierwszego stopnia
Forma i tryb prowadzenia studiów	niestacjonarne
Profil studiów	Praktyczny
Kierunek studiów	Zarządzanie i Marketing w Gospodarce Cyfrowej
Specjalność	-
Jednostka prowadząca	Kolegium Nauk Ekonomicznych i Społecznych
Jednostka realizująca	Kolegium Nauk Ekonomicznych i Społecznych
Blok przedmiotów	nd
Grupy przedmiotów	Przedmioty z sem. 2, studia I stopnia niestacjonarne, KNEiS
Status przedmiotu	Obowiązkowy
Język prowadzenia zajęć	polski
Kod etapu studiów	ZG000-S2-LZP-7200
Liczba punktów ECTS	3

Część I**01. Efekty uczenia się i sposób prowadzenia zajęć**

Cel przedmiotu	Celem przedmiotu jest przedstawienie studentom E-binesu, jako nowego sposobu prowadzenia przedsiębiorstw polegającego na wykorzystaniu nowoczesnych technologii informacyjnych i informatycznych służących do dostarczania klientom produktów i usług. Celem zajęć będzie również zapoznanie studentów z przesłankami, skutkami i wyzwaniem stojącymi przed przedsiębiorstwami i klientami w obliczu nowych trendów związanych z prowadzeniem działalności gospodarczej określanych terminem gospodarki cyfrowej.
Efekty uczenia się oraz sposób ich weryfikacji i oceny	patrz tabela "Efekty uczenia się"
Formy zajęć i ich wymiar w semestrze	
Ćwiczenia	16.00 h
Wykład	8.00 h

02. Bilans ECTS

Liczba punktów ECTS	3	
Rozliczenie godzinowo - punktowe przedmiotu	Godziny	ECTS
Liczba godzin i ECTS pracy studenta:		
Godziny i ECTS za zajęcia związane z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich	30	1.20
Godziny i ECTS związane z pracą własną studenta	45	1.80
Razem	75	3.00
Liczba godzin związanych z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich:		
Godziny związane z udziałem w zajęciach	24	
Inne godziny kontaktowe	6	
Razem	30	
Liczba godzin związanych z pracą własną studenta:		
Godziny przeznaczone na pracę własną studenta	45	

03. Treści kształcenia

Część I

Ćwiczenia	<ol style="list-style-type: none"> 1. Gospodarka cyfrowa a funkcjonowanie współczesnych przedsiębiorstw na rynku globalnym i w Polsce 2. Gospodarka cyfrowa w liczbach – jak dokonać pomiaru gospodarki cyfrowej 3. Modele E-biznesu – zarządzanie transformacją cyfrową 4. Strategie E-biznesu 5. Infrastruktura E-biznesu 6. Tendencje rozwojowe E-biznesu
Wykład	<ol style="list-style-type: none"> 1. Gospodarka cyfrowa a E-biznes – definicja pojęć 2. Gospodarka cyfrowa – reguły nowego ładu gospodarczego 3. Gospodarka cyfrowa z perspektywy teorii ekonomii. Gospodarka tradycyjna a gospodarka cyfrowa 4. Cechy gospodarki cyfrowej i społeczeństwa cyfrowego 5. Transformacja cyfrowa przedsiębiorstw <ol style="list-style-type: none"> a. Produkt i usługa w gospodarce cyfrowej b. Praca w gospodarce cyfrowej c. Proces produkcji w gospodarce cyfrowej d. Klient i konsumpcja w gospodarce cyfrowej 6. Technologie warunkujące transformację cyfrową 7. Szanse, zagrożenia i wyzwania związane z rozwojem gospodarki cyfrowej 8. Regulacje prawne gospodarki cyfrowej i E-biznesu <ol style="list-style-type: none"> a. Dyrektywy UE b. Uregulowania prawne w Polsce c. Prawo własności i prawo autorskie w dobie ekonomii współdzielenia

Tabela: Efekty uczenia się

Wiedza	
Kod efektu	K_W01
Opis	Student posiada wiedzę z takich dyscyplin jak ekonomia, finanse, rachunkowość, marketing odnoszącą się do zachodzących zmian w obszarze działalności gospodarczej związanych z nowym paradygmatem biznesowym określanym terminem gospodarki cyfrowej.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_W01
Metody weryfikacji	ocena aktywności podczas zajęć: Aktywność na zajęciach Wykład: egzamin pisemny: Test, pytania otwarte Ćwiczenia: kolokwium pisemne: kolokwium pisemne, pytania otwarte Ćwiczenia: projekt: prezentacja zespołowa: case study, przedstawienie praktycznych przykładów "przedsiębiorstw cyfrowych"
Kod efektu	K_W03
Opis	Student zna w zaawansowanym stopniu standardy normatywnego ładu instytucjonalnego tworzące otoczenie legislacyjne organizacji cyfrowych ze szczególnym uwzględnieniem standardów finansowo-księgowych.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_W03
Metody weryfikacji	ocena aktywności podczas zajęć: Aktywność na zajęciach Wykład: egzamin pisemny: Test, pytania otwarte Ćwiczenia: kolokwium pisemne: kolokwium pisemne, pytania otwarte Ćwiczenia: projekt: prezentacja zespołowa: case study, przedstawienie praktycznych przykładów "przedsiębiorstw cyfrowych"
Kod efektu	K_W06

Część I

Opis	Student zna fundamentalne wyzwania gospodarcze, polityczne, cywilizacyjne i społeczne dotyczące sztucznej inteligencji oraz bezpieczeństwa.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_W06
Metody weryfikacji	ocena aktywności podczas zajęć: Aktywność na zajęciach Wykład: egzamin pisemny: Test, pytania otwarte Ćwiczenia: kolokwium pisemne: kolokwium pisemne, pytania otwarte Ćwiczenia: projekt: prezentacja zespołowa: case study, przedstawienie praktycznych przykładów "przedsiębiorstw cyfrowych"

Umiejętności

Kod efektu	K_U02
Opis	Student potrafi prowadzić interdyscyplinarne analizy problematyki gospodarki cyfrowej odwołujące się do zagadnień o charakterze zarządczym, marketingowym, prawnych, finansowo-rachunkowych.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_U02
Metody weryfikacji	ocena aktywności podczas zajęć: Aktywność na zajęciach Wykład: egzamin pisemny: Test, pytania otwarte Ćwiczenia: kolokwium pisemne: kolokwium pisemne, pytania otwarte Ćwiczenia: projekt: prezentacja zespołowa: case study, przedstawienie praktycznych przykładów "przedsiębiorstw cyfrowych"
Kod efektu	K_U04
Opis	Student potrafi prowadzić zaawansowane analizy empiryczne bazujące na różnorodnych źródłach informacji ilościowych i jakościowych, w tym BIG Data, dokonać ich oceny, krytycznej analizy i syntezy oraz twórczej interpretacji i prezentacji.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_U04
Metody weryfikacji	ocena aktywności podczas zajęć: Aktywność na zajęciach Wykład: egzamin pisemny: Test, pytania otwarte Ćwiczenia: kolokwium pisemne: kolokwium pisemne, pytania otwarte Ćwiczenia: projekt: prezentacja zespołowa: case study, przedstawienie praktycznych przykładów "przedsiębiorstw cyfrowych"
Kod efektu	K_U06
Opis	Student potrafi wykorzystać posiadaną wiedzę na temat zaawansowanych narzędzi informatycznych rozwiązywania problemów biznesowych w obszarze gospodarki cyfrowej.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_U06
Metody weryfikacji	ocena aktywności podczas zajęć: Aktywność na zajęciach Wykład: egzamin pisemny: Test, pytania otwarte Ćwiczenia: kolokwium pisemne: kolokwium pisemne, pytania otwarte Ćwiczenia: projekt: prezentacja zespołowa: case study, przedstawienie praktycznych przykładów "przedsiębiorstw cyfrowych"

Kompetencje społeczne

Kod efektu	K_K01
-------------------	-------

Część I

Opis	Student jest gotów do ciągłego kształcenia się i krytycznego uznawania nabytej wiedzy i odbieranych treści w rozwiązywaniu problemów poznawczych i praktycznych bezpośrednio odnoszących się do zarządzania i marketingu oraz ekonomii i finansów.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_K01
Metody weryfikacji	ocena aktywności podczas zajęć: Aktywność na zajęciach Wykład: egzamin pisemny: Test, pytania otwarte Ćwiczenia: kolokwium pisemne: kolokwium pisemne, pytania otwarte Ćwiczenia: projekt: prezentacja zespołowa: case study, przedstawienie praktycznych przykładów "przedsiębiorstw cyfrowych"
Kod efektu	K_K03
Opis	Student jest gotów do wypełniania zobowiązań społecznych, współorganizowania działalności na rzecz środowiska społecznego oraz inicjowania działań na rzecz interesu publicznego między innymi w obszarze ograniczania wykluczenia cyfrowego i pułapek marketingowych.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_K03
Metody weryfikacji	ocena aktywności podczas zajęć: Aktywność na zajęciach Wykład: egzamin pisemny: Test, pytania otwarte Ćwiczenia: kolokwium pisemne: kolokwium pisemne, pytania otwarte Ćwiczenia: projekt: prezentacja zespołowa: case study, przedstawienie praktycznych przykładów "przedsiębiorstw cyfrowych"

SYLABUS PRZEDMIOTU

Kod przedmiotu	7190-00000-LZP-0252
Nazwa przedmiotu	Język angielski - poziom B1 - sem. 2
Wersja przedmiotu	2025Z
Poziom kształcenia	pierwszego stopnia
Forma i tryb prowadzenia studiów	niestacjonarne
Profil studiów	Praktyczny
Kierunek studiów	Zarządzanie i Marketing w Gospodarce Cyfrowej
Specjalność	-
Jednostka prowadząca	Kolegium Nauk Ekonomicznych i Społecznych
Jednostka realizująca	Wydział Budownictwa, Mechaniki i Petrochemii
Blok przedmiotów	nd
Grupy przedmiotów	Przedmioty z sem. 2, studia I stopnia niestacjonarne, KNEiS
Status przedmiotu	Wybieralny
Język prowadzenia zajęć	polski
Kod etapu studiów	ZG000-S2-LZP-7200
Liczba punktów ECTS	4

Część I**01. Efekty uczenia się i sposób prowadzenia zajęć**

Cel przedmiotu	Celem lektoratu jest podniesienie umiejętności studentów kontynuujących naukę języka angielskiego do poziomu B2. Zarys programu obejmuje cele i treści w ramach czterech sprawności językowych: rozumienie mowy (1) i tworzenie wypowiedzi (2), rozumienie tekstu ze słuchu i analiza tekstu (3), oraz sprawność pisania zróżnicowanych pod względem formy tekstów na zadany temat (4).
Efekty uczenia się oraz sposób ich weryfikacji i oceny	patrz tabela "Efekty uczenia się"
Formy zajęć i ich wymiar w semestrze	
Ćwiczenia	32.00 h

02. Bilans ECTS

Liczba punktów ECTS	4	
Rozliczenie godzinowo - punktowe przedmiotu	Godziny	ECTS
Liczba godzin i ECTS pracy studenta:		
Godziny i ECTS za zajęcia związane z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich	41	1.64
Godziny i ECTS związane z pracą własną studenta	59	2.36
Razem	100	4.00
Liczba godzin związanych z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich:		
Godziny związane z udziałem w zajęciach	32	
Inne godziny kontaktowe	9	
Razem	41	
Liczba godzin związanych z pracą własną studenta:		
Godziny przeznaczone na pracę własną studenta	59	

03. Treści kształcenia

Część I

Ćwiczenia	<ol style="list-style-type: none"> 1. "Different lifestyles" – speaking and reading; Present Simple vs. Present Continuous , will +V 2. Used to + V, would, Past Simple; Customs and traditions, festivals; Experiencing life abroad /in different cultures – listening and speaking; Modifying adjectives and adverbs 3. Introduction to Present Perfect; Present Perfect Continuous vs. Past Simple 4. Vocabulary exercises: work, jobs, career; Writing a CV and a Letter of application; Listening – stressful jobs; Module 1 and 2 test 5. "Innocent" - reading; Vocabulary exercises: education, school subject, school memories; Articles; some/any ; countable/uncountable nouns 6. Forming adjectives ; Adjectives and adverbs; adverbs of degree; Writing transactional emails; Listening – Immigrants arriving in the USA; Cultural heritage 7. V + V-ing / V /to forms; Personal challenges; Phrasal verbs with take 8. Narrative tenses; time conjunctions; Module 3 and 4 test
-----------	--

Tabela: Efekty uczenia się

Umiejętności

Kod efektu	K_U09
Opis	Potrafi zrozumieć standardowe wypowiedzi w języku angielskim na poziomie B2, z zakresu życia codziennego, akademickiego i zawodowego. Rozumie dłuższe wypowiedzi, np. główne zagadnienia wykładu, przemówienia, prezentacji i dyskusji (pod warunkiem, że zna tematykę wypowiedzi). Potrafi wypowiedzieć się i uczestniczyć w rozmowie na tematy ogólne, podając swoje argumenty, zgadzać się lub nie zgadzać się z rozmówcą. Potrafi opisywać zagadnienie, opisywać konkretny przedmiot lub proces. Potrafi czytać ze zrozumieniem nowe teksty w języku angielskim , popularnonaukowe i z zakresu swojej specjalności.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_U09
Metody weryfikacji	Ćwiczenia: kolokwium pisemne Ćwiczenia: ocena aktywności podczas zajęć
Kod efektu	K_U12
Opis	Rozumie konieczność kontynuowania nauki języka angielskiego , w trakcie i po studiach, szczególnie w kierunku swojej specjalności.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_U12
Metody weryfikacji	Ćwiczenia: kolokwium pisemne Ćwiczenia: ocena aktywności podczas zajęć

Kompetencje społeczne

Kod efektu	K_K03
Opis	Jest gotów do korzystania z umiejętności posługiwania się językiem angielskim w celu wypełniania zobowiązań społecznych, współorganizowania działalności na rzecz środowiska społecznego oraz inicjowania działań na rzecz interesu publicznego między innymi w obszarze ograniczania wykluczenia cyfrowego i pułapek marketingowych.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_K03
Metody weryfikacji	Ćwiczenia: kolokwium pisemne Ćwiczenia: ocena aktywności podczas zajęć

SYLABUS PRZEDMIOTU

Kod przedmiotu	7190-00000-LZP-0168
Nazwa przedmiotu	Język niemiecki - poziom B1 - sem. 2
Wersja przedmiotu	2025Z
Poziom kształcenia	pierwszego stopnia
Forma i tryb prowadzenia studiów	niestacjonarne
Profil studiów	Praktyczny
Kierunek studiów	Zarządzanie i Marketing w Gospodarce Cyfrowej
Specjalność	-
Jednostka prowadząca	Kolegium Nauk Ekonomicznych i Społecznych
Jednostka realizująca	Wydział Budownictwa, Mechaniki i Petrochemii
Blok przedmiotów	nd
Grupy przedmiotów	Przedmioty z sem. 2, studia I stopnia niestacjonarne, KNEiS
Status przedmiotu	Wybieralny
Język prowadzenia zajęć	polski
Kod etapu studiów	ZG000-S2-LZP-7200
Liczba punktów ECTS	4

Część I**01. Efekty uczenia się i sposób prowadzenia zajęć**

Cel przedmiotu	Celem lektoratu jest podniesienie umiejętności studentów kontynuujących naukę języka niemieckiego do poziomu B2. Zarys programu obejmuje cele i treści w ramach czterech sprawności językowych: rozumienie mowy (1) i tworzenie wypowiedzi (2), rozumienie tekstu ze słuchu i analiza tekstu (3), oraz sprawność pisania zróżnicowanych pod względem formy tekstów na zadany temat (4).
Efekty uczenia się oraz sposób ich weryfikacji i oceny	patrz tabela "Efekty uczenia się"
Formy zajęć i ich wymiar w semestrze	
Ćwiczenia	32.00 h

02. Bilans ECTS

Liczba punktów ECTS	4	
Rozliczenie godzinowo - punktowe przedmiotu	Godziny	ECTS
Liczba godzin i ECTS pracy studenta:		
Godziny i ECTS za zajęcia związane z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich	41	1.64
Godziny i ECTS związane z pracą własną studenta	59	2.36
Razem	100	4.00
Liczba godzin związanych z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich:		
Godziny związane z udziałem w zajęciach	32	
Inne godziny kontaktowe	9	
Razem	41	
Liczba godzin związanych z pracą własną studenta:		
Godziny przeznaczone na pracę własną studenta	59	

03. Treści kształcenia

Część I

Treści kształcenia	Tematyka: - ja i moje środowisko, nawiązywanie kontaktów z przedstawicielami innych narodowości, - życie rodzinne: stopnie pokrewieństwa, wzajemne relacje, obowiązki domowe, - wolny czas, aktywne formy wypoczynku, - moda, wygląd zewnętrzny, jego znaczenie w życiu zawodowym i prywatnym, - rodzaje świąt (oficjalne, religijne, prywatne), zwyczaje świąteczne, - kulinaria: kuchnia niemiecka/polska, nawyki żywieniowe, zdrowy styl życia, - kraje niemieckiego obszaru językowego: Austria, Niemcy, Szwajcaria, tradycja/współczesność, - wynajem mieszkania, urządzenie mieszkania/domu, - życie w mieście/na wsi: pozytywy, negatywy, - pory roku, prognoza pogody. Zagadnienia gramatyczne: - odmiana czasownika (powtórzenie): czasowniki nieregularne, rozdzielnie/nierozdzielnie złożone, modalne, tryb rozkazujący, - czasy przeszłe: Perfekt, Imperfekt, - czasowniki wymagające dopełnienia w odpowiednim przypadku, rekcja czasownika, - zdanie złożone współrzędnie, szyk zdania prosty/przestawny - zdanie dopełnieniowe i zdanie pytające zależne: spójniki dass, ob, - odmiana rzeczownika: mocna, słaba, nieregularna/mieszana, - testy i ćwiczenia zbiorcze przygotowujące do egzaminu (poziom A2).
--------------------	---

Tabela: Efekty uczenia się

Umiejętności

Kod efektu	K_U09
Opis	Student potrafi zrozumieć standardowe wypowiedzi w języku niemieckim na poziomie B2, z zakresu życia codziennego, akademickiego i zawodowego. Rozumie dłuższe wypowiedzi, np. główne zagadnienia wykładu, przemówienia, prezentacji i dyskusji (pod warunkiem, że zna tematykę wypowiedzi). Potrafi wypowiedzieć się i uczestniczyć w rozmowie na tematy ogólne, podając swoje argumenty, zgadzać się lub nie zgadzać się z rozmówcą. Potrafi opisywać zagadnienie, opisywać konkretny przedmiot lub proces. Potrafi czytać ze zrozumieniem nowe teksty w języku niemieckim, popularnonaukowe i z zakresu swojej specjalności.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_U09
Metody weryfikacji	kolokwium pisemne Ćwiczenia: ocena aktywności podczas zajęć
Kod efektu	K_U12
Opis	Rozumie konieczność kontynuowania nauki języka niemieckiego, w trakcie i po studiach, szczególnie w kierunku swojej specjalności.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_U12
Metody weryfikacji	kolokwium pisemne Ćwiczenia: ocena aktywności podczas zajęć

Kompetencje społeczne

Kod efektu	K_K03
Opis	Jest gotów do korzystania z umiejętności posługiwania się językiem niemieckim w celu wypełniania zobowiązań społecznych, współorganizowania działalności na rzecz środowiska społecznego oraz inicjowania działań na rzecz interesu publicznego między innymi w obszarze ograniczania wykluczenia cyfrowego i pułapek marketingowych.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_K03
Metody weryfikacji	kolokwium pisemne Ćwiczenia: ocena aktywności podczas zajęć

SYLABUS PRZEDMIOTU

Kod przedmiotu	7200-ZG000-LZP-0254
Nazwa przedmiotu	Kultura słowa
Wersja przedmiotu	2025Z
Poziom kształcenia	pierwszego stopnia
Forma i tryb prowadzenia studiów	niestacjonarne
Profil studiów	Praktyczny
Kierunek studiów	Zarządzanie i Marketing w Gospodarce Cyfrowej
Specjalność	-
Jednostka prowadząca	Kolegium Nauk Ekonomicznych i Społecznych
Jednostka realizująca	Kolegium Nauk Ekonomicznych i Społecznych
Blok przedmiotów	nd
Grupy przedmiotów	Przedmioty z sem. 2, studia I stopnia niestacjonarne, KNEiS
Status przedmiotu	Wybieralny
Język prowadzenia zajęć	polski
Kod etapu studiów	ZG000-S2-LZP-7200
Liczba punktów ECTS	2

Część I**01. Efekty uczenia się i sposób prowadzenia zajęć**

Cel przedmiotu	Celem przedmiotu jest pogłębienie świadomości roli języka w kształtowaniu kultury, tożsamości i relacji międzyludzkich. Uczestnicy poznają mechanizmy skutecznej komunikacji werbalnej i niewerbalnej, ucząc się, jak język wpływa na postrzeganie rzeczywistości i relacje społeczne. Przedmiot rozwija także umiejętności w zakresie retoryki, poprawności językowej oraz etyki komunikacji, które są kluczowe w życiu osobistym i zawodowym. Analiza współczesnych trendów, takich jak język w mediach, internetowa kultura słowa oraz inkluzywność językowa, przygotowuje studentów do świadomego uczestnictwa w dynamicznie zmieniającym się świecie komunikacji.
Efekty uczenia się oraz sposób ich weryfikacji i oceny	patrz tabela "Efekty uczenia się"
Formy zajęć i ich wymiar w semestrze	
Wykład	16.00 h

02. Bilans ECTS

Liczba punktów ECTS	2	
Rozliczenie godzinowo - punktowe przedmiotu	Godziny	ECTS
Liczba godzin i ECTS pracy studenta:		
Godziny i ECTS za zajęcia związane z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich	20	0.80
Godziny i ECTS związane z pracą własną studenta	30	1.20
Razem	50	2.00

Liczba godzin związanych z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich:

Godziny związane z udziałem w zajęciach	16
Inne godziny kontaktowe	4
Razem	20

Liczba godzin związanych z pracą własną studenta:

Godziny przeznaczone na pracę własną studenta	30
---	----

03. Treści kształcenia

Część I

Wykład	<ol style="list-style-type: none">1. Wprowadzenie do kultury słowa Omówienie pojęcia „kultury słowa” w kontekście komunikacji społecznej i osobistej. Znaczenie języka w kulturze i tożsamości jednostki.2. Komunikacja werbalna i niewerbalna Rola mowy ciała, mimiki, gestów i tonu głosu w komunikacji. Jak wyrażać myśli i emocje nie tylko słowami.3. Retoryka i sztuka przemawiania Podstawowe zasady retoryki. Sztuka konstruowania przemówień, argumentacji i perswazji.4. Estetyka języka: poetyka i styl Analiza stylu i środków poetyckich. Jak styl literacki i indywidualne użycie języka wpływają na percepcję tekstu.5. Normy językowe i poprawność językowa Znaczenie poprawności językowej, zasady ortografii i gramatyki. Jak unikać powszechnych błędów językowych.6. Język w mediach i kulturze masowej Język w telewizji, prasie, filmie i internecie. Wpływ mediów na kształtowanie współczesnej kultury słowa.7. Kultura słowa w internecie: mowa nienawiści i kultura dialogu Omówienie zagadnień związanych z językiem w internecie: hejt, trolling, kultura dialogu. Zasady etykiety online.8. Kultura języka a etyka komunikacji Wartości w języku i etyka wypowiedzi. Zasady odpowiedzialności za słowo, granice wolności słowa i konsekwencje manipulacji językiem.9. Język polityki i propagandy Omówienie mechanizmów języka polityki, retoryki i manipulacji. Jak język wpływa na postrzeganie rzeczywistości i opinie społeczne.10. Język reklamy i perswazji Analiza technik językowych stosowanych w reklamie. Jak język wpływa na decyzje konsumenckie.11. Różnice językowe i bariery komunikacyjne Wpływ różnic językowych na komunikację międzykulturową. Strategie radzenia sobie z barierami komunikacyjnymi.12. Język inkluzywny i jego rola w kulturze współczesnej Wprowadzenie do języka inkluzywnego, genderowego i neutralności płciowej w języku.13. Przyszłość języka i kultury słowa Jak nowe technologie, globalizacja i przemiany społeczne wpływają na kulturę słowa. Perspektywy rozwoju języka w przyszłości.
--------	---

Tabela: Efekty uczenia się

Wiedza

Kod efektu	K_W01
Opis	Zna i rozumie w zaawansowanym stopniu pojęcie „kultury słowa” w kontekście komunikacji społecznej i osobistej, w odniesieniu do sposobu, w jaki jednostka używa języka, aby efektywnie i szanująco komunikować się z innymi.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_W01
Metody weryfikacji	Wykład: zaliczenie: Opracowanie przemówienia dla określonej grupy.
Kod efektu	K_W07
Opis	Zna i rozumie zasady komunikacji werbalnej i niewerbalnej, sztuki przemawiania, a także normy językowe, kulturę słowa w Internecie, a także język polityki, propagandy oraz reklamy i perswazji.

Część I

Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_W07
Metody weryfikacji	Wykład: zaliczenie:Opracowanie przemówienia dla określonej grupy.

Umiejętności

Kod efektu	K_U05
Opis	Potrafi tworzyć i wygłaszać przemówienia, budować argumentację, stosować perswazję, a także zasady językowe, ortograficzne i gramatyczne.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_U05
Metody weryfikacji	Wykład: zaliczenie:Opracowanie przemówienia dla określonej grupy.
Kod efektu	K_U07
Opis	Potrafi komunikować się z otoczeniem przy użyciu terminologii specjalistycznej z obszaru zarządzania i marketingu.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_U07
Metody weryfikacji	Wykład: ocena aktywności podczas zajęć:Aktywność na zajęciach.

Kompetencje społeczne

Kod efektu	K_K02
Opis	Jest gotów do rozpoznania różnic językowych oraz barier komunikacyjnych, które mogą utrudniać efektywną wymianę informacji.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_K02
Metody weryfikacji	Wykład: zaliczenie:Opracowanie przemówienia dla określonej grupy.
Kod efektu	K_K05
Opis	Jest gotów do odpowiedzialnego wykonywania obowiązków zawodowych oraz przestrzegania i rozwijanie zasad etyki zawodowej i kultury języka z obszaru finansów, księgowości i marketingu.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_K05
Metody weryfikacji	Wykład: ocena aktywności podczas zajęć:Aktywność na zajęciach.

SYLABUS PRZEDMIOTU

Kod przedmiotu	7200-00000-LZP-0267
Nazwa przedmiotu	Etyka w biznesie
Wersja przedmiotu	2025Z
Poziom kształcenia	pierwszego stopnia
Forma i tryb prowadzenia studiów	niestacjonarne
Profil studiów	Praktyczny
Kierunek studiów	Zarządzanie i Marketing w Gospodarce Cyfrowej
Specjalność	-
Jednostka prowadząca	Kolegium Nauk Ekonomicznych i Społecznych
Jednostka realizująca	Kolegium Nauk Ekonomicznych i Społecznych
Blok przedmiotów	nd
Grupy przedmiotów	Przedmioty z sem. 2, studia I stopnia niestacjonarne, KNEiS
Status przedmiotu	Wybieralny
Język prowadzenia zajęć	polski
Kod etapu studiów	ZG000-S2-LZP-7200
Liczba punktów ECTS	2

Część I**01. Efekty uczenia się i sposób prowadzenia zajęć**

Cel przedmiotu	Celem przedmiotu jest przedstawienie głównych koncepcji etycznych, jakie składają się na tradycję kultury etycznej i jej współczesność w zakresie biznesu. Zapoznanie z narzędziami etycznymi (teorie, koncepcje, normy), które służą do rozwiązywania dylematów i problemów moralnych. Nabycie przekonania, że organizacja która zdobyła konkurencyjną pozycję na rynku, zawdzięcza ją zarówno profesjonalnemu przywództwu kadry kierowniczej jak również przestrzeganiu elementarnych zasad etyki wobec klientów, pracowników i kooperantów.
Efekty uczenia się oraz sposób ich weryfikacji i oceny	patrz tabela "Efekty uczenia się"
Formy zajęć i ich wymiar w semestrze	
Wykład	16.00 h

02. Bilans ECTS

Liczba punktów ECTS	2	
Rozliczenie godzinowo - punktowe przedmiotu	Godziny	ECTS
Liczba godzin i ECTS pracy studenta:		
Godziny i ECTS za zajęcia związane z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich	22	0.88
Godziny i ECTS związane z pracą własną studenta	28	1.12
Razem	50	2.00
Liczba godzin związanych z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich:		
Godziny związane z udziałem w zajęciach	16	
Inne godziny kontaktowe	6	
Razem	22	
Liczba godzin związanych z pracą własną studenta:		
Godziny przeznaczone na pracę własną studenta	28	

03. Treści kształcenia

Część I

Wykład	1. Wprowadzenie do etyki. 2. Patologie życia gospodarczego: korupcja, szara strefa, nieuczciwa konkurencja itp. 3. Wartości istotne w zawodzie menedżera. Wartości „subiektywne” (np. cechy charakteru, wiedza, umiejętności) oraz „obiektywne” (np. odpowiedzialność wobec wszystkich podmiotów, profesjonalizm, wywiązywanie się z umów, przestrzeganie zasad fair play itp.). 4. Koncepcja społecznej odpowiedzialności biznesu – zasady, narzędzia, instytucje. Proces identyfikowania oczekiwań społecznych oraz definiowania zobowiązań. 5. Pojęcie i istota etyki zawodowej. 6. Moralność bez kodeksu. Umiejdzynarodowienie biznesu. 7. Klasyczna teoria problemów społecznych a zjawisko korupcji. 8. Etyka światowych finansów jako wyzwanie etyczne. 9. Rola Whistleblowingu: analiza przypadków i implikacje dla organizacji
--------	---

Tabela: Efekty uczenia się

Wiedza	
Kod efektu	K_W07
Opis	Ma wiedzę o normach i regulacjach prawnych, organizacyjnych, moralnych i etycznych kształtujących struktury i instytucje społeczno-ekonomiczne. Zna i rozumie pojęcia i zasady z zakresu ochrony własności przemysłowej i prawa autorskiego.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_W07
Metody weryfikacji	kolokwium pisemne
Umiejętności	
Kod efektu	K_U02
Opis	Posiada umiejętność rozumienia i analizowania podstawowych zjawisk gospodarczo-społecznych oraz zdolność ich oceny.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_U02
Metody weryfikacji	kolokwium pisemne
Kod efektu	K_U08
Opis	Posiada umiejętność wyrażania własnych poglądów, formułowania i uzasadniania opinii dotyczących istotnych kwestii ekonomicznych, społecznych i światopoglądowych.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_U08
Metody weryfikacji	kolokwium pisemne
Kompetencje społeczne	
Kod efektu	K_K05
Opis	Potrafi prawidłowo posługiwać się normami i regułami prawnymi, zawodowymi i etycznymi w celu rozwiązania konkretnych problemów społeczno-gospodarczych.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_K05
Metody weryfikacji	kolokwium pisemne
Kod efektu	K_K06

Część I

Opis	Rozpoznaje dylematy związane z działalnością zarządczą w sferze finansów i marketingu, w aspekcie norm etycznych budujących zaufanie w społeczeństwie. Na podstawie znajomości problemów moralnych świata finansów posiada zdolność budowania właściwej pod względem moralnym postawy zawodowej i wyrabiania zdolności do nieulegania pokusom związanym z przyszłą pracą w sektorze finansów, rachunkowości i marketingu.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_K06
Metody weryfikacji	kolokwium pisemne

SYLABUS PRZEDMIOTU

Kod przedmiotu	7200-ZG000-LZP-0253
Nazwa przedmiotu	Historia i kultura regionu płockiego
Wersja przedmiotu	2025Z
Poziom kształcenia	pierwszego stopnia
Forma i tryb prowadzenia studiów	niestacjonarne
Profil studiów	Praktyczny
Kierunek studiów	Zarządzanie i Marketing w Gospodarce Cyfrowej
Specjalność	-
Jednostka prowadząca	Kolegium Nauk Ekonomicznych i Społecznych
Jednostka realizująca	Kolegium Nauk Ekonomicznych i Społecznych
Blok przedmiotów	nd
Grupy przedmiotów	Przedmioty z sem. 2, studia I stopnia niestacjonarne, KNEiS
Status przedmiotu	Wybieralny
Język prowadzenia zajęć	polski
Kod etapu studiów	ZG000-S2-LZP-7200
Liczba punktów ECTS	2

Część I**01. Efekty uczenia się i sposób prowadzenia zajęć**

Cel przedmiotu	<p>Celem przedmiotu jest pogłębienie wiedzy studentów na temat dziedzictwa kulturowego, historycznego i społecznego regionu płockiego. Dzięki zajęciom studenci:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Zrozumieją znaczenie Płocka i okolic w kontekście historycznym, zarówno na poziomie lokalnym, jak i narodowym. 2. Poznają kluczowe wydarzenia historyczne oraz ich wpływ na rozwój i kształtowanie tożsamości regionalnej. 3. Zapoznają się z bogactwem kulturowym, tradycjami oraz lokalnymi zwyczajami, co pozwoli im docenić różnorodność i specyfikę regionu. 4. Zdobędą umiejętność analizy wpływu przemian społecznych i gospodarczych na życie mieszkańców regionu na przestrzeni wieków. 5. Rozwiną umiejętność krytycznego myślenia poprzez badanie źródeł historycznych oraz uczestnictwo w dyskusjach dotyczących interpretacji dziedzictwa kulturowego. <p>Celem dodatkowym jest również inspirowanie studentów do angażowania się w ochronę lokalnego dziedzictwa oraz rozwijanie postawy szacunku i dumy z własnych korzeni kulturowych.</p>
Efekty uczenia się oraz sposób ich weryfikacji i oceny	patrz tabela "Efekty uczenia się"
Formy zajęć i ich wymiar w semestrze	
Wykład	16.00 h

02. Bilans ECTS

Liczba punktów ECTS	2	
Rozliczenie godzinowo - punktowe przedmiotu	Godziny	ECTS
Liczba godzin i ECTS pracy studenta:		
Godziny i ECTS za zajęcia związane z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich	22	0.88
Godziny i ECTS związane z pracą własną studenta	28	1.12
Razem	50	2.00

Część I

Liczba godzin związanych z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich:

Godziny związane z udziałem w zajęciach	16
Inne godziny kontaktowe	6
Razem	22

Liczba godzin związanych z pracą własną studenta:

Godziny przeznaczone na pracę własną studenta	28
---	----

03. Treści kształcenia

Wykład	<ol style="list-style-type: none">1. Początki Płocka i jego znaczenie w okresie wczesnopiastowskim2. Księstwo Mazowieckie i rola Płocka jako stolicy3. Płock jako ośrodek religijny i duchowy – katedra płocka i diecezja płocka4. Zabytki sakralne Płocka i ich znaczenie kulturowe5. Znaczenie Płocka jako centrum handlowego i gospodarczego w średniowieczu6. Płock w okresie zaborów – życie codzienne i kultura mieszkańców7. Rola Płocka w Powstaniu Styczniowym i narodowych zrywach niepodległościowych8. Żydzi w Płocku – historia i dziedzictwo społeczności żydowskiej9. Rozwój przemysłu naftowego i rafinerii w Płocku w XX wieku10. Znaczenie Płocka podczas II wojny światowej i okresu okupacji11. Odbudowa i rozwój Płocka w okresie PRL12. Muzea Płocka i ich rola w kształtowaniu tożsamości regionalnej13. Płockie legendy i podania – lokalny folklor i tradycje14. Współczesna kultura Płocka – festiwale, wydarzenia kulturalne i społeczne15. Kolokwium końcowe.
--------	---

Tabela: Efekty uczenia się

Wiedza	
Kod efektu	K_W02
Opis	W zaawansowanym stopniu student zna i rozumie procesy związane z rozwojem regionu płockiego w kontekście gospodarki cyfrowej, uwzględniając wpływ tych zjawisk na społeczeństwo, organizacje lokalne, branże regionalne oraz ich znaczenie w zarządzaniu dziedzictwem historycznym i kulturowym, ze szczególnym uwzględnieniem promocji regionu.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_W02
Metody weryfikacji	Wykład: kolokwium pisemne:Pytania opisowe Wykład: ocena aktywności podczas zajęć:Aktywność na zajęciach Wykład: prezentacja:związana z tematem: Współczesna kultura Płocka (festiwale, wydarzenia kulturalne i społeczne)
Kod efektu	K_W06
Opis	Student zna i rozumie fundamentalne dylematy współczesnej cywilizacji regionu płockiego, dotyczące m.in. wpływu gospodarki cyfrowej, ekonomii zrównoważonego rozwoju oraz wyzwań związanych z bezpieczeństwem kulturowym i społecznym, a także możliwości zastosowania nowych technologii, takich jak sztuczna inteligencja, w ochronie i promocji dziedzictwa historycznego i kulturowego regionu.

Część I

Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_W06
Metody weryfikacji	Wykład: kolokwium pisemne:Pytania opisowe Wykład: ocena aktywności podczas zajęć:Aktywność na zajęciach Wykład: prezentacja:związana z tematem: Współczesna kultura Płocka (festiwale, wydarzenia kulturalne i społeczne)
Kod efektu	K_W07
Opis	Student zna i rozumie etyczne, ekonomiczne, behawioralne i środowiskowe uwarunkowania działalności zawodowej związanej z ochroną, promocją i zarządzaniem dziedzictwem historycznym oraz kulturowym regionu płockiego, uwzględniając aspekty związane z marketingiem, finansowaniem i wykorzystaniem narzędzi cyfrowych. Posiada również znajomość podstawowych pojęć i zasad z zakresu ochrony własności intelektualnej i prawa autorskiego w kontekście działań związanych z kulturą i historią regionu.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_W07
Metody weryfikacji	Wykład: kolokwium pisemne:Pytania opisowe Wykład: ocena aktywności podczas zajęć:Aktywność na zajęciach Wykład: prezentacja:związana z tematem: Współczesna kultura Płocka (festiwale, wydarzenia kulturalne i społeczne)

Umiejętności

Kod efektu	K_U08
Opis	Student potrafi wykorzystać zdobytą wiedzę do dyskusji i formułowania problemów związanych z historią i kulturą regionu płockiego, a także w sposób kompetentny i komunikatywny uzasadniać zaproponowane rozwiązania oraz podejmowane decyzje. Umie również poddać je krytyce, między innymi poprzez udział w debatach dotyczących ochrony i promocji dziedzictwa kulturowego oraz rozwiązywania wyzwań współczesnej cywilizacji w kontekście regionalnym.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_U08
Metody weryfikacji	Wykład: kolokwium pisemne:Pytania opisowe Wykład: ocena aktywności podczas zajęć:Aktywność na zajęciach Wykład: prezentacja:związana z tematem: Współczesna kultura Płocka (festiwale, wydarzenia kulturalne i społeczne)
Kod efektu	K_U10
Opis	Student potrafi planować i organizować pracę indywidualną oraz zespołową, realizując zadania dotyczące prezentacji związanej z historią i kulturą regionu płockiego, pisząc i przygotowując się do kolokwium zaliczeniowego oraz uczestnicząc w innych aktywnościach akademickich wspierających rozwój wiedzy i umiejętności w zakresie dziedzictwa regionalnego.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_U10
Metody weryfikacji	Wykład: kolokwium pisemne:Pytania opisowe Wykład: ocena aktywności podczas zajęć:Aktywność na zajęciach Wykład: prezentacja:związana z tematem: Współczesna kultura Płocka (festiwale, wydarzenia kulturalne i społeczne)

Kompetencje społeczne

Kod efektu	K_K02
-------------------	-------

Część I

Opis	Student jest gotów do zasięgnięcia opinii ekspertów w przypadku trudności z samodzielnym rozwiązywaniem problemów pojawiających się podczas przygotowywania prezentacji, przygotowania się do kolokwium lub wykonywania innych zadań związanych z badaniem i promocją historii oraz kultury regionu płockiego.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_K02
Metody weryfikacji	Wykład: kolokwium pisemne:Pytania opisowe Wykład: ocena aktywności podczas zajęć:Aktywność na zajęciach Wykład: prezentacja:związana z tematem: Współczesna kultura Płocka (festiwale, wydarzenia kulturalne i społeczne)
Kod efektu	K_K04
Opis	Student jest gotów do myślenia i działania w sposób przedsiębiorczy, szczególnie do inicjowania i realizowania prezentacji związanych z ochroną, promocją oraz rozwojem dziedzictwa historycznego i kulturowego regionu płockiego.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_K04
Metody weryfikacji	Wykład: kolokwium pisemne:Pytania opisowe Wykład: ocena aktywności podczas zajęć:Aktywność na zajęciach Wykład: prezentacja:związana z tematem: Współczesna kultura Płocka (festiwale, wydarzenia kulturalne i społeczne)

SYLABUS PRZEDMIOTU

Kod przedmiotu	7200-00000-LZP-0265
Nazwa przedmiotu	Historia społeczna Europy
Wersja przedmiotu	2025Z
Poziom kształcenia	pierwszego stopnia
Forma i tryb prowadzenia studiów	niestacjonarne
Profil studiów	Praktyczny
Kierunek studiów	Zarządzanie i Marketing w Gospodarce Cyfrowej
Specjalność	-
Jednostka prowadząca	Kolegium Nauk Ekonomicznych i Społecznych
Jednostka realizująca	Kolegium Nauk Ekonomicznych i Społecznych
Blok przedmiotów	nd
Grupy przedmiotów	Przedmioty z sem. 2, studia I stopnia niestacjonarne, KNEiS
Status przedmiotu	Wybieralny
Język prowadzenia zajęć	polski
Kod etapu studiów	ZG000-S2-LZP-7200
Liczba punktów ECTS	2

Część I**01. Efekty uczenia się i sposób prowadzenia zajęć**

Cel przedmiotu	Celem przedmiotu jest pokazanie politycznych, społeczno-gospodarczych i kulturalnych procesów w Europie w okresie od zakończenia I wojny światowej do czasów dzisiejszych. Omówienie głównych etapów kształtowania się cywilizacji europejskiej, zarówno na poziomie procesów politycznych i gospodarczych jak i na poziomie myśli społecznej. Prezentacja doktryn społeczno-politycznych powstałych na kontynencie europejskim oraz wartości leżących u podstaw cywilizacji europejskiej. Omówienie procesów integracji europejskiej zachodzących po II wojnie światowej. Podkreślenie roli systemów demokratycznych oraz wolnego rynku, a także znaczenia rozwoju nauki i nowoczesnych technologii we współczesnym świecie.
Efekty uczenia się oraz sposób ich weryfikacji i oceny	patrz tabela "Efekty uczenia się"
Formy zajęć i ich wymiar w semestrze	
Wykład	16.00 h

02. Bilans ECTS

Liczba punktów ECTS	2	
Rozliczenie godzinowo - punktowe przedmiotu	Godziny	ECTS
Liczba godzin i ECTS pracy studenta:		
Godziny i ECTS za zajęcia związane z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich	20	0.80
Godziny i ECTS związane z pracą własną studenta	30	1.20
Razem	50	2.00
Liczba godzin związanych z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich:		
Godziny związane z udziałem w zajęciach	16	
Inne godziny kontaktowe	4	
Razem	20	
Liczba godzin związanych z pracą własną studenta:		
Godziny przeznaczone na pracę własną studenta	30	

Część I

03. Treści kształcenia

Wykład	1. Świat przed I wojną światową. Mocarstwa europejskie, ich polityka, pola konfliktu, postawy polityczne i społeczne Europejczyków. 2. Polityczne i społeczne następstwa I wojny światowej. Ład powsarski. 3. Faszyzm, narodowy socjalizm, komunizm. Pojęcie faszyzmu i narodowego socjalizmu (nazizmu), źródła sukcesów, systemy autorytarne, podobieństwa i różnice reżimów niedemokratycznych. 4. II wojna światowa. Przyczyny, układ sił, wojna totalna, holocaust i represyjność systemów okupacyjnych. 5. Polityczny finał II wojny. Konferencje w Jałcie i Poczdamie, system pojałtański, problem Niemiec. Społeczne skutki wojny. 6. Zimna wojna. Powstanie bloków polityczno-militarnych, przejawy konfliktów i rywalizacji, rola propagandy. 7. Lata 60te na Zachodzie i w bloku komunistycznym. Rok 1968, Praska Wiosna, stosunki radziecko-chińskie, osłabienie przywództwa Moskwy w bloku wschodnim, postawy społeczne. 8. Życie polityczne i społeczne w Europie Zachodniej w latach 70 i 80tych. Państwo opiekuńcze, media i ich znaczenie w życiu politycznym. 9. Próby restauracji Imperium Rosyjskiego: wojna w Czeczenii, w Gruzji i w Ukrainie.
--------	---

Tabela: Efekty uczenia się

Wiedza	
Kod efektu	K_W01
Opis	Zna kluczowe wydarzenia historii Europy XX w. oraz rozumie zróżnicowanie państw europejskich.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_W01
Metody weryfikacji	kolokwium pisemne
Kod efektu	K_W02
Opis	Rozumie znaczenie historii dla gospodarki światowej.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_W02
Metody weryfikacji	kolokwium pisemne
Umiejętności	
Kod efektu	K_U10
Opis	Jest przygotowany do inicjowania i aktywnego uczestniczenia w pracy zespołów interdyscyplinarnych.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_U10
Metody weryfikacji	kolokwium pisemne
Kompetencje społeczne	
Kod efektu	K-K04
Opis	Na podstawie znajomości procesów historycznych jakie miały miejsce w Europie potrafi prognozować procesy i zjawiska społeczne.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_K04
Metody weryfikacji	kolokwium pisemne

SYLABUS PRZEDMIOTU

Kod przedmiotu	7200-00000-LZP-0352
Nazwa przedmiotu	Statystyka i badania rynku
Wersja przedmiotu	2025Z
Poziom kształcenia	pierwszego stopnia
Forma i tryb prowadzenia studiów	niestacjonarne
Profil studiów	Praktyczny
Kierunek studiów	Zarządzanie i Marketing w Gospodarce Cyfrowej
Specjalność	-
Jednostka prowadząca	Kolegium Nauk Ekonomicznych i Społecznych
Jednostka realizująca	Kolegium Nauk Ekonomicznych i Społecznych
Blok przedmiotów	nd
Grupy przedmiotów	Przedmioty z sem. 3, studia I stopnia niestacjonarne, KNEiS
Status przedmiotu	Obowiązkowy
Język prowadzenia zajęć	polski
Kod etapu studiów	ZG000-S3-LZP-7200
Liczba punktów ECTS	4

Część I**01. Efekty uczenia się i sposób prowadzenia zajęć**

Cel przedmiotu	Cel przedmiotu: Nauczyć samodzielnego posługiwania się technikami i miarami statystycznymi w celu gromadzenia, opracowania, prezentacji i analizy informacji niezbędnych w procesach badania rynku. Właściwego doboru badanej grupy, prawidłowej prezentacji danych oraz wyciąganiu właściwych wniosków. Zapoznać z metodami badania zjawisk masowych, dynamiką zjawisk i tendencjami rozwojowymi, z metodami wyliczania i interpretacją indeksów złożonych. Korelacją i regresją zjawisk.
Efekty uczenia się oraz sposób ich weryfikacji i oceny	patrz tabela "Efekty uczenia się"
Formy zajęć i ich wymiar w semestrze	
Wykład	16.00 h
Ćwiczenia	16.00 h

02. Bilans ECTS

Liczba punktów ECTS	4	
Rozliczenie godzinowo - punktowe przedmiotu	Godziny	ECTS
Liczba godzin i ECTS pracy studenta:		
Godziny i ECTS za zajęcia związane z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich	38	1.52
Godziny i ECTS związane z pracą własną studenta	62	2.48
Razem	100	4.00
Liczba godzin związanych z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich:		
Godziny związane z udziałem w zajęciach	32	
Inne godziny kontaktowe	6	
Razem	38	
Liczba godzin związanych z pracą własną studenta:		
Godziny przeznaczone na pracę własną studenta	62	

03. Treści kształcenia

Część I

Ćwiczenia	Opracowanie i prezentacja materiału statystycznego: szereg szczegółowy, rozdzielnicy punktowy, rozdzielnicy z przedziałami klasowymi. Wskaźnik struktury, skumulowany wskaźnik struktury, dystrybuanta empiryczna. Prezentacja graficzna szeregów statystycznych. Wskaźniki natężenia. Średnia harmoniczna. Klasyczne i pozycyjne miary tendencji centralnej. Średnia arytmetyczna, dominanta, mediana, kwartył pierwszy i trzeci. Klasyczne i pozycyjne miary zróżnicowania i asymetrii. Analiza współzależności zjawisk ekonomicznych. Współczynnik korelacji liniowej Pearsona. Liniowy model regresji dwóch zmiennych. Współczynniki regresji. Metody badania dokładności oszacowanej funkcji regresji współczynnik determinacji. Współczynnik zbieżności. Korelacja cech jakościowych (niemierzalnych). Korelacja rang Spearmana. Szeregi czasowe momentów i okresów. Średnia chronologiczna. Indeksy indywidualne łańcuchowe i jednopodstawowe. Indywidualne indeksy cen, ilości i wartości. Indeksy agregatowe dla wielkości absolutnych. Formuły Paaschego i Laspeyresa. Równość indeksowa. Wyodrębnienie tendencji rozwojowej zjawisk. Trend liniowy. Badanie wahań sezonowych. Metoda mechaniczna i analityczna. Wyznaczanie poznanych wskaźników z wykorzystaniem arkuszy kalkulacyjnych, programu Statistica.
Wykład	Podstawowe pojęcia. Przedmiot i zadania statystyki jako nauki. Organizacja i przebieg badania statystycznego. Opis statystyczny. Charakterystyki liczbowe struktury zbiorowości. Klasyczne i pozycyjne miary tendencji centralnej. Klasyczne i pozycyjne miary zróżnicowania i asymetrii. Analiza współzależności zjawisk ekonomicznych. Liniowy model regresji dwóch zmiennych. Metoda najmniejszych kwadratów. Metody badania dokładności oszacowanej funkcji regresji, współczynnik determinacji. Współczynnik zbieżności. Korelacja cech jakościowych (niemierzalnych). Statystyczny opis dynamiki zjawisk. Szeregi chronologiczne. Podstawy teorii indeksów ekonomicznych. Indeksy indywidualne. Indeksy agregatowe dla wielkości absolutnych. Analiza dynamiki zjawisk złożonych (stosunkowych). Wyodrębnienie tendencji rozwojowej zjawisk. Trend liniowy. Badanie wahań sezonowych. Metoda mechaniczna i analityczna.

Tabela: Efekty uczenia się

Wiedza	
Kod efektu	K_W04
Opis	Posiada wiedzę o metodach i narzędziach statystycznych niezbędnych do analizy zjawisk gospodarczych i społecznych, potrafi wybrać właściwe narzędzia do przeprowadzenia badania statystycznego.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_W04
Metody weryfikacji	egzamin pisemny:test wiedzy
Umiejętności	
Kod efektu	K_U03
Opis	Potrafi stosować metody opisu statystycznego, wyznaczać miary średnie, zróżnicowania i asymetrii.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_U03
Metody weryfikacji	projekt:projekt z wykorzystaniem programu Statistica i MS Excel (dotyczący analizy opisowej, korelacji i regresji, dynamiki zjawisk)
Kod efektu	K_U06

Część I

Opis	Potrafi zbadać korelację i regresję, dokonać analizy dynamiki zjawisk. Potrafi formułować logiczne wnioski z samodzielnie przeprowadzonych badań. Rozumie potrzebę dalszego kształcenia.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_U06
Metody weryfikacji	projekt:projekt z wykorzystaniem programu Statistica i MS Excel (dotyczący analizy opisowej, korelacji i regresji, dynamiki zjawisk)

Kompetencje społeczne

Kod efektu	K_K02
Opis	Absolwent rozumie jak istotna jest jego własna wiedza z zakresu statystyki opisowej dla funkcjonowania i pokonywania problemów w organizacji oraz dla działania w sposób przedsiębiorczy. Jest gotów do jej krytycznej oceny i zasięgania opinii ekspertów w tej dziedzinie.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_K02
Metody weryfikacji	projekt:projekt z wykorzystaniem programu Statistica i MS Excel (dotyczący analizy opisowej, korelacji i regresji, dynamiki zjawisk)
Kod efektu	K_K05
Opis	Potrafi prawidłowo z punktu widzenia norm prawnych i etycznych podjąć optymalną decyzję.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_K05
Metody weryfikacji	projekt:projekt z wykorzystaniem programu Statistica i MS Excel (dotyczący analizy opisowej, korelacji i regresji, dynamiki zjawisk)

SYLABUS PRZEDMIOTU

Kod przedmiotu	7200-00000-LZP-0353
Nazwa przedmiotu	Podstawy makroekonomii
Wersja przedmiotu	2025Z
Poziom kształcenia	pierwszego stopnia
Forma i tryb prowadzenia studiów	niestacjonarne
Profil studiów	Praktyczny
Kierunek studiów	Zarządzanie i Marketing w Gospodarce Cyfrowej
Specjalność	-
Jednostka prowadząca	Kolegium Nauk Ekonomicznych i Społecznych
Jednostka realizująca	Kolegium Nauk Ekonomicznych i Społecznych
Blok przedmiotów	nd
Grupy przedmiotów	Przedmioty z sem. 3, studia I stopnia niestacjonarne, KNEiS
Status przedmiotu	Obowiązkowy
Język prowadzenia zajęć	polski
Kod etapu studiów	ZG000-S3-LZP-7200
Liczba punktów ECTS	6

Część I**01. Efekty uczenia się i sposób prowadzenia zajęć**

Cel przedmiotu	Celem przedmiotu jest umożliwienie studentom zdobycia wiedzy w zakresie rozumienia podstawowych pojęć i zależności makroekonomicznych oraz wyposażenie studentów w umiejętności i narzędzia analizy niezbędne do interpretacji procesów ekonomicznych w gospodarce funkcjonującej w otoczeniu międzynarodowym.
Efekty uczenia się oraz sposób ich weryfikacji i oceny	patrz tabela "Efekty uczenia się"
Formy zajęć i ich wymiar w semestrze	
Wykład	16.00 h
Ćwiczenia	16.00 h

02. Bilans ECTS

Liczba punktów ECTS	6	
Rozliczenie godzinowo - punktowe przedmiotu	Godziny	ECTS
Liczba godzin i ECTS pracy studenta:		
Godziny i ECTS za zajęcia związane z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich	47	1.88
Godziny i ECTS związane z pracą własną studenta	103	4.12
Razem	150	6.00

Liczba godzin związanych z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich:

Godziny związane z udziałem w zajęciach	32
Inne godziny kontaktowe	15
Razem	47

Liczba godzin związanych z pracą własną studenta:

Godziny przeznaczone na pracę własną studenta	103
---	-----

03. Treści kształcenia

Część I

Wykład	Pojęcie i problemy makroekonomii. Determinanty produkcji w okresie krótkim. Mnożnik. Wzrost gospodarczy w okresie długim. Dualne efekty inwestycji. Cykl koniunkturalny. Inwestycyjna teoria cyklu. Budżet państwa. Deficyt budżetowy i dług publiczny. Polityka fiskalna. Automatyczne stabilizatory koniunktury. System pieniężno-kredytowy. Działalność banków. Bank centralny i jego funkcje. Polityka pieniężna. Inflacja i jej przyczyny. Popytowa, kosztowa i monetarystyczna teoria inflacji. Pojęcie i typy bezrobocia. Teorie bezrobocia: neoklasyczna, keynesistowska, naturalnej stopy bezrobocia, NAIRU. Problemy gospodarki otwartej. Bilans handlowy i bilans płatniczy. Kurs walutowy. Determinanty kursu walutowego. Skutki zmian kursu walutowego.
Ćwiczenia	Model ruchu okrężnego w gospodarce. Agregacja. Metody obliczania PKB. Mechanizm działania mnożnika. Dualne efekty inwestycji. Wahania koniunkturalne w gospodarce. Finansowanie deficytu budżetowego. Rodzaje podatków. Kreacja pieniądza. Rola stopy procentowej w gospodarce. Mierzenie inflacji. Inflacja w Polsce i innych krajach. Bezrobocie w Polsce i innych krajach. Polityka państwa na rynku pracy. Bilans handlowy i bilans płatniczy. Handel zagraniczny w Polsce.

Tabela: Efekty uczenia się

Wiedza	
Kod efektu	K_W01
Opis	Ma zaawansowaną wiedzę o relacjach między poszczególnymi elementami struktury społeczno-ekonomicznej, o celach funkcjonowania tych struktur i prawidłowościach kształtujących te relacje i cele.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_W01
Metody weryfikacji	egzamin pisemny kolokwium pisemne
Kod efektu	K_W02
Opis	Ma zaawansowaną wiedzę z zakresu działalności finansów publicznych, rynków finansowych, przedsiębiorstw, banków, instytucji oraz zakładów ubezpieczeń.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_W02
Metody weryfikacji	egzamin pisemny kolokwium pisemne
Kod efektu	K_W06
Opis	Ma wiedzę na temat struktur i instytucji gospodarczych, wzajemnych relacji i ich historycznego rozwoju.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_W06
Metody weryfikacji	egzamin pisemny kolokwium pisemne
Umiejętności	
Kod efektu	K_U03
Opis	Potrafi wykorzystywać wybrane metody i narzędzia do prognozowania zjawisk i procesów gospodarczych oraz określenia ich praktycznych skutków ekonomicznych, finansowych i społecznych.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_U03
Metody weryfikacji	egzamin pisemny kolokwium pisemne

Część I

Kod efektu	K_U04
Opis	Wykorzystuje zdobytą wiedzę i umiejętności pozyskane w trakcie praktyki zawodowej do rozstrzygnięcia dylematów gospodarczych.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_U04
Metody weryfikacji	egzamin pisemny kolokwium pisemne
Kod efektu	K_U08
Opis	Posiada umiejętność wyrażania własnych poglądów, formułowania i uzasadniania opinii dotyczących istotnych kwestii ekonomicznych, społecznych i światopoglądowych.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_U08
Metody weryfikacji	egzamin pisemny kolokwium pisemne

Kompetencje społeczne

Kod efektu	K_K05
Opis	Potrafi prawidłowo posługiwać się podstawowymi normami i regułami prawnymi, zawodowymi i etycznymi w celu rozwiązania konkretnych problemów społeczno – gospodarczych, pełniąc w sposób odpowiedzialny role zawodowe..
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_K05
Metody weryfikacji	egzamin pisemny kolokwium pisemne ocena aktywności podczas zajęć: ocena aktywności studentów podczas dyskusji prowadzonych w trakcie zajęć (w tym studium przypadków)

SYLABUS PRZEDMIOTU

Kod przedmiotu	7200-00000-LZP-0455
Nazwa przedmiotu	Analiza ekonomiczna
Wersja przedmiotu	2025Z
Poziom kształcenia	pierwszego stopnia
Forma i tryb prowadzenia studiów	niestacjonarne
Profil studiów	Praktyczny
Kierunek studiów	Zarządzanie i Marketing w Gospodarce Cyfrowej
Specjalność	-
Jednostka prowadząca	Kolegium Nauk Ekonomicznych i Społecznych
Jednostka realizująca	Kolegium Nauk Ekonomicznych i Społecznych
Blok przedmiotów	nd
Grupy przedmiotów	Przedmioty z sem. 3, studia I stopnia niestacjonarne, KNEiS
Status przedmiotu	Obowiązkowy
Język prowadzenia zajęć	polski
Kod etapu studiów	ZG000-S3-LZP-7200
Liczba punktów ECTS	3

Część I**01. Efekty uczenia się i sposób prowadzenia zajęć**

Cel przedmiotu	Cel główny: zapoznanie z teoretycznymi i praktycznymi aspektami analizy ekonomicznej (z elementami analizy finansowej). Celem nauczania przedmiotu jest przygotowanie studenta do samodzielnej oceny sytuacji ekonomiczno – finansowej podmiotu / branży, stosowanie podstawowych metod analitycznych i ilościowych w dziedzinie finansów, w tym w szczególności: analizy sprawozdań finansowych, pomiaru wartości dodanej i jej związku z wyceną firmy oraz kosztem kapitału.
Efekty uczenia się oraz sposób ich weryfikacji i oceny	patrz tabela "Efekty uczenia się"
Formy zajęć i ich wymiar w semestrze	
Ćwiczenia	16.00 h
Wykład	8.00 h

02. Bilans ECTS

Liczba punktów ECTS	3	
Rozliczenie godzinowo - punktowe przedmiotu	Godziny	ECTS
Liczba godzin i ECTS pracy studenta:		
Godziny i ECTS za zajęcia związane z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich	33	1.32
Godziny i ECTS związane z pracą własną studenta	42	1.68
Razem	75	3.00
Liczba godzin związanych z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich:		
Godziny związane z udziałem w zajęciach	24	
Inne godziny kontaktowe	9	
Razem	33	
Liczba godzin związanych z pracą własną studenta:		
Godziny przeznaczone na pracę własną studenta	42	

03. Treści kształcenia

Część I

Wykład	Pojęcie, istota i rodzaje analizy ekonomicznej oraz jej rola w procesie zarządzania jednostką gospodarczą. Metody analizy. Źródła informacji wykorzystywane w analizie. Ocena działalności przedsiębiorstwa uwzględniająca analizę środków trwałych, przychodów, kosztów, zysku/straty Zarządzanie przez wartość i ocena jednostki gospodarczej na podstawie wartości dodanej.
Ćwiczenia	Źródła informacji wykorzystywane w analizie. Analiza sprawozdań finansowych: bilansu, rachunku zysków i strat, informacji dodatkowej, rachunku środków pieniężnych, zestawienia zmian w kapitale własnym, dekompozycja wskaźników. Ocena struktury i kosztu kapitałów. Ocena jednostki gospodarczej na podstawie wartości dodanej.

Tabela: Efekty uczenia się

Wiedza	
Kod efektu	K_W01
Opis	Zna pojęcia, kategorie, związki funkcyjne i relacje w zakresie analizy finansowej przedsiębiorstw, w tym analizę bilansu, rachunku zysków i strat, analizę wskaźnikową, analizę struktury kapitałowo – majątkowej.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_W01
Metody weryfikacji	kolokwium pisemne:zadania zaliczenie:zaliczenie pisemne w formie testu wiedzy (wykład)
Kod efektu	K_W02
Opis	Ma wiedzę pozwalającą na objaśnienie istoty strategii funkcjonowania przedsiębiorstw zarówno na rynku lokalnym, regionalnym jak również w kontekście otoczenia międzynarodowego, dzięki wykorzystaniu podstawowego zakresu wskaźników i mierników finansowych dotyczących zarówno przedsiębiorstw jak i jego otoczenia.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_W02
Metody weryfikacji	kolokwium pisemne:zadania zaliczenie:zaliczenie pisemne w formie testu wiedzy (wykład)
Kod efektu	K_W05
Opis	Ma wiedzę o sposobach finansowania działalności gospodarczej (kredyt, leasing, verture capital i inne), koszcie kapitału oraz czynnikach wpływających na ocenę efektywności procesów gospodarczych oraz przedsiębiorstw (np. EVA)
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_W05
Metody weryfikacji	kolokwium pisemne:zadania zaliczenie:zaliczenie pisemne w formie testu wiedzy (wykład)
Umiejętności	
Kod efektu	K_U04
Opis	Analizuje i potrafi interpretować zmiany w kondycji ekonomiczno – finansowej przedsiębiorstw oraz sektorów gospodarki. Potrafi ocenić sytuację ekonomiczno-finansową podmiotów gospodarczych, zarówno w kontekście struktury finansowania, kosztów kapitału, struktury kapitałowo - majątkowej jak również z punktu widzenia efektywności działania firmy lub projektu inwestycyjnego.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_U04

Część I

Metody weryfikacji	kolokwium pisemne:zadania ocena aktywności podczas zajęć:ocena bieżącej pracy studenta na zajęciach projekt:analiza ekonomiczna firmy X na podstawie sprawozdań finansowych
Kod efektu	K_U05
Opis	Potrafi przygotować i zaprezentować materiał analityczny dotyczący oceny sytuacji finansowej przedsiębiorstwa, prezentujący dane źródłowe, przeprowadzoną analizę oraz wnioski z dokonanej analizy, zarówno w języku polskim jak również w wybranym innym obcym języku.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_U05
Metody weryfikacji	kolokwium pisemne:zadania ocena aktywności podczas zajęć:ocena bieżącej pracy studenta na zajęciach projekt:analiza ekonomiczna firmy X na podstawie sprawozdań finansowych
Kod efektu	K_U06
Opis	Potrafi identyfikować i wskazywać możliwe rozwiązania podstawowych problemów w dziedzinie zarządzania finansami oraz zdolności kredytowej (element oceny kondycji ekonomiczno – finansowej).
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_U06
Metody weryfikacji	kolokwium pisemne:zadania ocena aktywności podczas zajęć:ocena bieżącej pracy studenta na zajęciach projekt:analiza ekonomiczna firmy X na podstawie sprawozdań finansowych
Kod efektu	K_U08
Opis	Potrafi w trakcie dyskusji odnieść się do teorii ekonomicznych oraz dorobku innych dyscyplin pokrewnych, szczególnie w przypadku dyskusji dotyczących rynku globalnego i przedsiębiorstwo ponadnarodowych.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_U08
Metody weryfikacji	kolokwium pisemne:zadania ocena aktywności podczas zajęć:ocena bieżącej pracy studenta na zajęciach projekt:analiza ekonomiczna firmy X na podstawie sprawozdań finansowych

Kompetencje społeczne

Kod efektu	K_K01
Opis	Wykazuje się zaangażowaniem i kreatywnością w trakcie dyskusji, potrafi myśleć, stawiać zarówno pytania jak i udzielać odpowiedzi.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_K01
Metody weryfikacji	ocena aktywności podczas zajęć:ocena bieżącej pracy studenta na zajęciach projekt:analiza ekonomiczna firmy X na podstawie sprawozdań finansowych
Kod efektu	K_K04
Opis	Jest chętny do systematycznego rozwoju, realizacji nowych projektów i zadań, poszukiwań odpowiedzi.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_K04

Część I

Metody weryfikacji	ocena aktywności podczas zajęć: ocena bieżącej pracy studenta na zajęciach projekt: analiza ekonomiczna firmy X na podstawie sprawozdań finansowych
--------------------	--

SYLABUS PRZEDMIOTU

Kod przedmiotu	7200-ZG000-LZP-0358
Nazwa przedmiotu	Podatki i parapodatki w zarządzaniu przedsiębiorstwem
Wersja przedmiotu	2025Z
Poziom kształcenia	pierwszego stopnia
Forma i tryb prowadzenia studiów	niestacjonarne
Profil studiów	Praktyczny
Kierunek studiów	Zarządzanie i Marketing w Gospodarce Cyfrowej
Specjalność	-
Jednostka prowadząca	Kolegium Nauk Ekonomicznych i Społecznych
Jednostka realizująca	Kolegium Nauk Ekonomicznych i Społecznych
Blok przedmiotów	nd
Grupy przedmiotów	Przedmioty z sem. 3, studia I stopnia niestacjonarne, KNEiS
Status przedmiotu	Obowiązkowy
Język prowadzenia zajęć	polski
Kod etapu studiów	ZG000-S3-LZP-7200
Liczba punktów ECTS	3

Część I**01. Efekty uczenia się i sposób prowadzenia zajęć**

Cel przedmiotu	Celem tego przedmiotu jest zaznajomienie studentów z zasadami funkcjonowania systemu podatkowego oraz obowiązkami podatkowymi przedsiębiorców w Polsce i na arenie międzynarodowej. Studenci zdobywają wiedzę na temat kluczowych podatków, takich jak CIT, PIT, VAT oraz podatków lokalnych, a także uczą się praktycznych aspektów prowadzenia ewidencji podatkowej, wyliczania składek ZUS i NFZ oraz rozliczania podatków międzynarodowych. Program zawiera również ćwiczenia z zakresu optymalizacji podatkowej, kontroli podatkowej oraz sporządzania dokumentacji cen transferowych, umożliwiające studentom przełożenie teorii na rzeczywiste sytuacje biznesowe. Przedmiot przygotowuje studentów do świadomego i odpowiedzialnego zarządzania zobowiązaniami podatkowymi w przedsiębiorstwie.
Efekty uczenia się oraz sposób ich weryfikacji i oceny	patrz tabela "Efekty uczenia się"
Formy zajęć i ich wymiar w semestrze	
Wykład	16.00 h
Ćwiczenia	8.00 h

02. Bilans ECTS

Liczba punktów ECTS	3	
Rozliczenie godzinowo - punktowe przedmiotu	Godziny	ECTS
Liczba godzin i ECTS pracy studenta:		
Godziny i ECTS za zajęcia związane z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich	31	1.24
Godziny i ECTS związane z pracą własną studenta	44	1.76
Razem	75	3.00
Liczba godzin związanych z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich:		
Godziny związane z udziałem w zajęciach	24	
Inne godziny kontaktowe	7	
Razem	31	

Część I

Liczba godzin związanych z pracą własną studenta:

Godziny przeznaczone na pracę własną studenta	44
---	----

03. Treści kształcenia

Wykład	<ol style="list-style-type: none">1. Podstawy prawa podatkowego i jego znaczenie dla przedsiębiorców Omówienie najważniejszych przepisów regulujących podatki w Polsce oraz obowiązków podatkowych przedsiębiorców.2. Podatki dochodowe od osób prawnych (CIT) Struktura i zasady opodatkowania dochodów przedsiębiorstw, stawki podatkowe, koszty uzyskania przychodów i ulgi podatkowe.3. Podatki dochodowe od osób fizycznych (PIT) Struktura i zasady opodatkowania dochodów przedsiębiorstw, stawki podatkowe, koszty uzyskania przychodów i ulgi podatkowe.4. Podatek od towarów i usług (VAT) Podstawy VAT: zasady działania, stawki, moment powstania obowiązku podatkowego, prawo do odliczenia VAT oraz zasady rejestracji VAT.5. Podatek akcyzowy i cło Charakterystyka podatku akcyzowego i ceł w Polsce oraz ich wpływ na ceny towarów i funkcjonowanie przedsiębiorstw.6. Podatki lokalne i ich znaczenie dla przedsiębiorstw Omówienie podatków lokalnych, takich jak podatek od nieruchomości, podatek od środków transportu, opłaty targowe.7. Parapodatki: składki na ubezpieczenia społeczne i zdrowotne Charakterystyka składek na ZUS i NFZ, zasady ich naliczania oraz wpływ na koszty prowadzenia działalności gospodarczej.8. Obowiązki ewidencyjne i dokumentacyjne przedsiębiorców Prowadzenie ksiąg rachunkowych, ewidencji VAT, dokumentacja cen transferowych, sprawozdawczość podatkowa.9. Strategie optymalizacji podatkowej Omówienie legalnych metod optymalizacji podatkowej oraz ich etycznych i prawnych ograniczeń.10. Kontrola podatkowa i postępowanie podatkowe Procesy kontroli podatkowej, prawa i obowiązki przedsiębiorcy oraz ryzyka związane z nieprawidłowościami podatkowymi.11. Międzynarodowe opodatkowanie przedsiębiorstw Zasady opodatkowania dochodów uzyskiwanych za granicą, umowy o unikaniu podwójnego opodatkowania.12. Podatek u źródła Charakterystyka podatku u źródła, zasady jego stosowania i wpływ na przedsiębiorstwa działające na rynkach międzynarodowych.13. Ceny transferowe i ich znaczenie w podatkach Zasady tworzenia i dokumentowania cen transferowych, przepisy dotyczące podmiotów powiązanych.14. Podatki ekologiczne i inne podatki specjalne Przegląd podatków środowiskowych oraz innych obciążeń mających na celu ochronę środowiska.15. Przyszłość systemu podatkowego: cyfryzacja i nowe wyzwania Trendy w digitalizacji procesów podatkowych, rozwój e-podatków, plany modernizacji systemów podatkowych.
--------	---

Część I

Ćwiczenia	<p>1. Analiza podstawowych pojęć z zakresu prawa podatkowego Omówienie pojęć takich jak przychód, dochód, koszty uzyskania przychodu, ulgi i zwolnienia podatkowe.</p> <p>2. Przykłady rozliczenia podatku CIT w przedsiębiorstwie Praktyczne zadania związane z obliczaniem podstawy opodatkowania i stawki CIT.</p> <p>3. Obliczanie podatku PIT w działalności gospodarczej Ćwiczenia dotyczące wyliczania PIT dla jednoosobowej działalności gospodarczej.</p> <p>4. Praktyczne ćwiczenia z wyliczania VAT Zadania obejmujące wyliczanie kwoty VAT należnego i naliczonego oraz przygotowywanie deklaracji VAT.</p> <p>5. Podatek akcyzowy w praktyce Przykłady naliczania akcyzy i jej wpływ na koszty produktu w przedsiębiorstwie.</p> <p>6. Obliczanie podatków lokalnych dla przedsiębiorców Praktyczne zadania związane z podatkiem od nieruchomości oraz innych podatków lokalnych.</p> <p>7. Naliczanie składek ZUS i NFZ dla pracowników i pracodawców Ćwiczenia z zakresu obliczania składek oraz analiza ich wpływu na koszty działalności.</p> <p>8. Prowadzenie ewidencji podatkowej i księgowej Zadania z tworzenia i utrzymywania podstawowych ewidencji (książka przychodów i rozchodów, ewidencja VAT).</p> <p>9. Case study: Optymalizacja podatkowa Analiza przypadków optymalizacji podatkowej w wybranych przedsiębiorstwach i dyskusja nad ich skutecznością.</p> <p>10. Symulacja kontroli podatkowej Symulacja postępowania kontrolnego, omówienie dokumentów i ewidencji potrzebnych podczas kontroli.</p> <p>11. Rozliczenie podatku międzynarodowego na przykładzie umowy o unikaniu podwójnego opodatkowania Praktyczne zadania dotyczące opodatkowania dochodów zagranicznych.</p> <p>12. Praktyczne aspekty podatku u źródła Ćwiczenia z wyliczania podatku u źródła w kontekście usług świadczonych za granicę.</p> <p>13. Dokumentacja cen transferowych Praktyka w przygotowaniu dokumentacji cen transferowych dla wybranego przedsiębiorstwa.</p>
-----------	--

Tabela: Efekty uczenia się

Wiedza	
Kod efektu	K_W03
Opis	Zna i rozumie w zaawansowanym stopniu przepisy prawa regulujące działalność organizacji, najważniejsze przepisy regulujące podatki w Polsce oraz obowiązki podatkowe przedsiębiorców
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_W03
Metody weryfikacji	ocena aktywności podczas zajęć: Aktywność na zajęciach Wykład: egzamin pisemny: Pytania otwarte Ćwiczenia: projekt: Analiza podatkowa przedsiębiorstwa
Kod efektu	K_W06
Opis	Zna i rozumie przepisy dotyczące podatku CIT, VAT, PIT, akcyzowego oraz podatków lokalnych, a także zasady składek na ubezpieczenie społeczne i zdrowotne oraz zasady opodatkowania dochodów uzyskanych za granicą.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_W06

Część I

Metody weryfikacji	ocena aktywności podczas zajęć: Aktywność na zajęciach Wykład: egzamin pisemny: Pytania otwarte Ćwiczenia: projekt: Analiza podatkowa przedsiębiorstwa
--------------------	--

Umiejętności

Kod efektu	K_U01
Opis	Potrafi wykorzystywać zdobytą wiedzę teoretyczną z zakresu podatków do obsługi ksiąg rachunkowych, prowadzenia ewidencji VAT, opracowywania dokumentacji cen transferowych oraz sporządzania sprawozdań podatkowych.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_U01
Metody weryfikacji	ocena aktywności podczas zajęć: Aktywność na zajęciach Ćwiczenia: projekt: Analiza podatkowa przedsiębiorstwa
Kod efektu	K_U02
Opis	Potrafi wykorzystywać legalne metody legalizacji podatkowej oraz zna ich etyczne i prawne ograniczenia.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_U02
Metody weryfikacji	ocena aktywności podczas zajęć: Aktywność na zajęciach Ćwiczenia: projekt: Analiza podatkowa przedsiębiorstwa

Kompetencje społeczne

Kod efektu	K_K01
Opis	Jest gotów do wykorzystania nabytej wiedzy i odbieranych treści w rozwiązywaniu problemów poznawczych i praktycznych bezpośrednio odnoszących się do podatków w zakresie zarządzania przedsiębiorstwem.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_K01
Metody weryfikacji	ocena aktywności podczas zajęć: Aktywność na zajęciach Ćwiczenia: projekt: Analiza podatkowa przedsiębiorstwa
Kod efektu	K_K04
Opis	Jest gotów do myślenia i działania z uwzględnieniem obowiązujących przepisów podatkowych
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_K04
Metody weryfikacji	ocena aktywności podczas zajęć: Aktywność na zajęciach Ćwiczenia: projekt: Analiza podatkowa przedsiębiorstwa

SYLABUS PRZEDMIOTU

Kod przedmiotu	7200-ZG000-LZP-0359
Nazwa przedmiotu	Zarządzanie strategiczne i operacyjne
Wersja przedmiotu	2025Z
Poziom kształcenia	pierwszego stopnia
Forma i tryb prowadzenia studiów	niestacjonarne
Profil studiów	Praktyczny
Kierunek studiów	Zarządzanie i Marketing w Gospodarce Cyfrowej
Specjalność	-
Jednostka prowadząca	Kolegium Nauk Ekonomicznych i Społecznych
Jednostka realizująca	Kolegium Nauk Ekonomicznych i Społecznych
Blok przedmiotów	nd
Grupy przedmiotów	Przedmioty z sem. 3, studia I stopnia niestacjonarne, KNEiS
Status przedmiotu	Obowiązkowy
Język prowadzenia zajęć	polski
Kod etapu studiów	ZG000-S3-LZP-7200
Liczba punktów ECTS	3

Część I**01. Efekty uczenia się i sposób prowadzenia zajęć**

Cel przedmiotu	Celem przedmiotu jest prezentacja zagadnień związanych z zarządzaniem strategicznym i operacyjnym we współczesnym turbulentnym otoczeniu. Istotne jest także przedstawienie metod przeprowadzania diagnozy strategicznej oraz zasad formułowania na podstawie jej wyników strategii funkcjonowania przedsiębiorstw.
Efekty uczenia się oraz sposób ich weryfikacji i oceny	patrz tabela "Efekty uczenia się"
Formy zajęć i ich wymiar w semestrze	
Ćwiczenia	16.00 h
Wykład	8.00 h

02. Bilans ECTS

Liczba punktów ECTS	3	
Rozliczenie godzinowo - punktowe przedmiotu	Godziny	ECTS

Liczba godzin i ECTS pracy studenta:

Godziny i ECTS za zajęcia związane z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich	28	1.12
Godziny i ECTS związane z pracą własną studenta	47	1.88
Razem	75	3.00

Liczba godzin związanych z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich:

Godziny związane z udziałem w zajęciach	24
Inne godziny kontaktowe	4
Razem	28

Liczba godzin związanych z pracą własną studenta:

Godziny przeznaczone na pracę własną studenta	47
---	----

03. Treści kształcenia

Część I

Ćwiczenia	Symulacja oparta na grze dydaktycznej z zakresu zarządzania firmą. Student wciela się w osobę zarządzającą firmą z wybranej branży (np. restauracja, salon beauty, agencja eventowa, biuro podróży, biura rachunkowe, warsztat samochodowy). Prowadząc przedsiębiorstwo przez 12 wirtualnych miesięcy (rund) podejmuje decyzje dotyczące dostosowywania oferty swojej firmy do zmieniających się warunków. Na bieżąco analizuje zatrudnienie, koszty, przychody. Podejmuje także decyzje inwestycyjne i rozwojowe. Przed rozpoczęciem każdej rundy Student może spotkać się z wykładowcą na tzw. odprawę w celu wspólnej analizy zachodzących zmian na rynku i ewentualnych kolejnych działań.
Wykład	1. Geneza zarządzania strategicznego. Ewolucja podejścia strategicznego w zarządzaniu przedsiębiorstwem. Szkoły i nurty w zarządzaniu strategicznym. 2. Strategie zarządzania. Pojęcie strategii. Cechy zarządzania strategicznego. Etapy i procedury zarządzania strategicznego. 3. Analiza strategiczna: a) Formułowanie strategii rozwoju przedsiębiorstwa. Przedsiębiorstwo i jego otoczenie. Metody analizy strategicznej. Analiza makrootoczenia, b) Analiza mikrootoczenia. Model 5 sił Portera. Badanie luki strategicznej. Mapa grup strategicznych. Metoda profilu. c) Analiza portfela produkcyjnego. Cykl życia produktu, a cykl życia organizacji. Zastosowanie metod portfelowych. Macierz BCG i jej rozwinięcie. Macierz McKinsey. Macierz ADL. Macierz Hofer'a. Charakterystyka metod macierzowych-krytyczne podejście. d) Ocena kondycji ekonomicznej przedsiębiorstwa. Mierniki kondycji ekonomicznej. Generalna sytuacja strategiczna. e) Zintegrowane metody analizy strategicznej. Analiza SWOT, SPACE. 4. Formułowanie strategii. Rola analizy strategicznej w formułowaniu strategii przedsiębiorstwa. 5. Strategiczna orientacja przedsiębiorstwa. Strategie ogólne według Portera. Strategia lidera cenowego. Strategia zróżnicowania. Strategia koncentracji. 6. Kontrola strategiczna. Pojęcie kontroli. Etapy procesu kontrolnego. Cel i funkcje kontroli. Rodzaje kontroli.

Tabela: Efekty uczenia się

Wiedza	
Kod efektu	K_W01
Opis	Student zna i rozumie w zaawansowanym stopniu kluczowe zagadnienia używane w zarządzaniu, szczególnie w zakresie roli zarządzania strategicznego i operacyjnego w zarządzaniu przedsiębiorstwami, organizacjami pozarządowymi i innymi podmiotami.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_W01
Metody weryfikacji	ocena aktywności podczas zajęć: aktywność na zajęciach Wykład: projekt: Projekt z zakresu zarządzania strategicznego - diagnozy i analizy strategicznej przedsiębiorstwa oraz formułowania strategii jego działania Ćwiczenia: projekt: Projekt z zakresu zarządzania operacyjnego z wykorzystaniem oprogramowania IT
Kod efektu	K_W02
Opis	Student zna i rozumie w zaawansowanym stopniu procesy związane z gospodarką cyfrową z perspektywy organizacji w zjawiska zarządczych, ze szczególnym uwzględnieniem zarządzania strategicznego i operacyjnego.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_W02

Część I

Metody weryfikacji	ocena aktywności podczas zajęć:aktywność na zajęciach Wykład: projekt:Projekt z zakresu zarządzania strategicznego - diagnozy i analizy strategicznej przedsiębiorstwa oraz formułowania strategii jego działania Ćwiczenia: projekt:Projekt z zakresu zarządzania operacyjnego z wykorzystaniem oprogramowania IT
--------------------	--

Umiejętności

Kod efektu	K_U01
Opis	Student potrafi wykorzystać posiadaną wiedzę teoretyczną z zakresu zarządzania, w tym zarządzania strategicznego i operacyjnego do zaawansowanych analiz procesów i zjawisk gospodarczych związanych z praktyką gospodarczą oraz formułować na ich podstawie wnioski i rekomendacje
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_U01
Metody weryfikacji	ocena aktywności podczas zajęć:aktywność na zajęciach Wykład: projekt:Projekt z zakresu zarządzania strategicznego - diagnozy i analizy strategicznej przedsiębiorstwa oraz formułowania strategii jego działania Ćwiczenia: projekt:Projekt z zakresu zarządzania operacyjnego z wykorzystaniem oprogramowania IT
Kod efektu	K_U07
Opis	Student potrafi wykorzystać zdobytą wiedzę do dyskusji, formułowania problemów (wyzwań) i w sposób kompetentny oraz komunikatywny uzasadniać zaproponowane rozwiązania i podjęte decyzje (głównie w zakresie zarządzania strategicznego i operacyjnego), jak również poddać je krytyce między innymi biorąc udział w debacie.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_U07
Metody weryfikacji	ocena aktywności podczas zajęć:aktywność na zajęciach Wykład: projekt:Projekt z zakresu zarządzania strategicznego - diagnozy i analizy strategicznej przedsiębiorstwa oraz formułowania strategii jego działania Ćwiczenia: projekt:Projekt z zakresu zarządzania operacyjnego z wykorzystaniem oprogramowania IT

Kompetencje społeczne

Kod efektu	K_K01
Opis	Student jest gotów do krytycznego uznawania nabytej wiedzy i odbieranych treści w rozwiązywaniu problemów poznawczych i praktycznych bezpośrednio odnoszących się do zarządzania, ze szczególnym uwzględnieniem zarządzania strategicznego i operacyjnego
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_K01
Metody weryfikacji	ocena aktywności podczas zajęć:aktywność na zajęciach Wykład: projekt:Projekt z zakresu zarządzania strategicznego - diagnozy i analizy strategicznej przedsiębiorstwa oraz formułowania strategii jego działania Ćwiczenia: projekt:Projekt z zakresu zarządzania operacyjnego z wykorzystaniem oprogramowania IT
Kod efektu	K_K04
Opis	Student jest gotów do myślenia i działania w sposób przedsiębiorczy, głównie zw zakresie zarządzania strategicznego i operacyjnego
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_K04

Część I

Metody weryfikacji	ocena aktywności podczas zajęć:aktywność na zajęciach Wykład: projekt:Projekt z zakresu zarządzania strategicznego - diagnozy i analizy strategicznej przedsiębiorstwa oraz formułowania strategii jego działania Ćwiczenia: projekt:Projekt z zakresu zarządzania operacyjnego z wykorzystaniem oprogramowania IT
--------------------	--

SYLABUS PRZEDMIOTU

Kod przedmiotu	7200-00000-LZP-0555
Nazwa przedmiotu	Metody oceny projektów gospodarczych
Wersja przedmiotu	2025Z
Poziom kształcenia	pierwszego stopnia
Forma i tryb prowadzenia studiów	niestacjonarne
Profil studiów	Praktyczny
Kierunek studiów	Zarządzanie i Marketing w Gospodarce Cyfrowej
Specjalność	-
Jednostka prowadząca	Kolegium Nauk Ekonomicznych i Społecznych
Jednostka realizująca	Kolegium Nauk Ekonomicznych i Społecznych
Blok przedmiotów	nd
Grupy przedmiotów	Przedmioty z sem. 3, studia I stopnia niestacjonarne, KNEiS
Status przedmiotu	Obowiązkowy
Język prowadzenia zajęć	polski
Kod etapu studiów	ZG000-S3-LZP-7200
Liczba punktów ECTS	3

Część I**01. Efekty uczenia się i sposób prowadzenia zajęć**

Cel przedmiotu	Celem przedmiotu jest zdobycie wiedzy o istocie inwestowania w przedsiębiorstwie, sposobach finansowania projektów inwestycyjnych, metodach badania ich efektywności i oceny ryzyka. Celem jest także nabycie umiejętności analizy nakładów w aspekcie ich wielkości, rodzajów i opłacalności oraz oceny projektów inwestycji rzeczowych wybranymi metodami.
Efekty uczenia się oraz sposób ich weryfikacji i oceny	patrz tabela "Efekty uczenia się"
Formy zajęć i ich wymiar w semestrze	
Wykład	16.00 h
Ćwiczenia	16.00 h

02. Bilans ECTS

Liczba punktów ECTS	3	
Rozliczenie godzinowo - punktowe przedmiotu	Godziny	ECTS
Liczba godzin i ECTS pracy studenta:		
Godziny i ECTS za zajęcia związane z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich	36	1.44
Godziny i ECTS związane z pracą własną studenta	39	1.56
Razem	75	3.00

Liczba godzin związanych z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich:

Godziny związane z udziałem w zajęciach	32
Inne godziny kontaktowe	4
Razem	36

Liczba godzin związanych z pracą własną studenta:

Godziny przeznaczone na pracę własną studenta	39
---	----

03. Treści kształcenia

Część I

Wykład	1. Pojęcie i rodzaje inwestycji. Inwestycje w strategii i rozwoju przedsiębiorstw. Czas i ryzyko a efektywność inwestycji. 2. Cykl rozwojowy projektu inwestycyjnego. 3. Źródła finansowania projektów inwestycyjnych. Koszt pozyskania kapitału. 4. Istota, geneza i rodzaje rachunku inwestycji. Analiza prognozy rentowności i analiza wrażliwości. 5. Statyczne metody opłacalności przedsięwzięć inwestycyjnych: proste stopy zwrotu, metoda prostego okresu zwrotu, metoda księkowej stopy zwrotu. 6. Metody oceny projektów inwestycyjnych oparte na dyskontowaniu: metoda wartości bieżącej netto, metoda wewnętrznej stopy procentowej, metoda zdyskontowanego okresu zwrotu. 7. Warunki sporządzania i stosowania rachunku opłacalności.
Ćwiczenia	1. Wprowadzenie do przedmiotu. Istota inwestycji i podstawowe pojęcia. Klasyfikacja inwestycji według różnych kryteriów. 2. Czas i ryzyko a efektywność inwestycji. Techniki obliczania zmiennej wartości pieniądza w czasie. 3. Fazy i etapy cyklu rozwojowego projektu inwestycyjnego. Rozkład wpływów i wydatków w procesie inwestycyjnym. Zamrożenie nakładów inwestycyjnych. 4. Formy finansowania projektów inwestycyjnych. Obliczanie średnioważonego kosztu kapitału. 5. przykłady zastosowań metod statycznych. 6. ocena racjonalności realizacji projektów inwestycyjnych, w konkretnych warunkach decyzyjnych, na podstawie metody wartości zdyskontowanej netto. 7. Ocena ekonomicznej zasadności realizacji inwestycji na podstawie rzeczywistej stopy rentowności metoda matematyczną i graficzną. 8. Obliczanie zdyskontowanego okresu zwrotu określonego przedsięwzięcia. 9. Przykłady metod korygujących efektywność projektu inwestycyjnego.

Tabela: Efekty uczenia się

Wiedza	
Kod efektu	K_W01
Opis	Zna rolę i znaczenie inwestycji w procesie funkcjonowania i rozwoju podmiotów gospodarczych. Wie, że decyzje inwestycyjne podejmowane przez przedsiębiorców i menedżerów należą do najtrudniejszych a zarazem najbardziej odpowiedzialnych. Posiada wiedzę dotyczącą podstawowych cech i rodzajów inwestycji oraz budżetowania przedsięwzięć inwestycyjnych.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_W01
Metody weryfikacji	egzamin pisemny projekt: projekt dotyczący (1) oceny efektywności przedsięwzięcia inwestycyjnego (utworzenie nowego przedsiębiorstwa lub rozbudowa istniejącego) – ćwiczenia; (2) oceny opłacalności zaciągnięcia kredytu bankowego i nabycia mieszkania przeznaczonego na wynajem vs inna forma inwestowania środków finansowych – wykład.
Kod efektu	K_W04
Opis	Ma wiedzę z zakresu źródeł finansowania projektów inwestycyjnych, dostrzega i rozumie znaczenie kosztu pozyskania kapitału na ich sfinansowanie jako zasadniczego parametru wyznaczającego poziom stopy dyskontowej. Zna wybrane, najczęściej stosowane w praktyce gospodarczej, metody oceny opłacalności przedsięwzięć inwestycyjnych zarówno o charakterze prostym, jak i oparte na dyskontowaniu.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_W04

Część I

Metody weryfikacji	egzamin pisemny projekt:projekt dotyczący (1) oceny efektywności przedsięwzięcia inwestycyjnego (utworzenie nowego przedsiębiorstwa lub rozbudowa istniejącego) – ćwiczenia; (2) oceny opłacalności zaciągnięcia kredytu bankowego i nabycia mieszkania przeznaczonego na wynajem vs inna forma inwestowania środków finansowych – wykład.
--------------------	--

Umiejętności

Kod efektu	K_U03
-------------------	-------

Opis	Potrafi rozważyć ekonomiczną zasadność realizacji inwestycji posługując się najczęściej stosowanymi w praktyce metodami prostymi i rozwiniętymi. Potrafi porównywać alternatywne projekty inwestycyjne, tworzyć różne scenariusze realizacji projektów oraz oceniać ich ryzyko finansowe.
------	---

Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_U03
---	-------

Metody weryfikacji	egzamin pisemny projekt:projekt dotyczący (1) oceny efektywności przedsięwzięcia inwestycyjnego (utworzenie nowego przedsiębiorstwa lub rozbudowa istniejącego) – ćwiczenia; (2) oceny opłacalności zaciągnięcia kredytu bankowego i nabycia mieszkania przeznaczonego na wynajem vs inna forma inwestowania środków finansowych – wykład.
--------------------	--

Kod efektu	K_U06
-------------------	-------

Opis	Potrafi przygotować założenia procesu inwestycji, potrafi wykonać kalkulacje finansowe związane z procesem inwestowania oraz pożyczania kapitału przez firmę. Potrafi obliczyć średni koszt kapitału potrzebny na sfinansowanie projektu inwestycyjnego i analizować wpływ poszczególnych elementów na jego poziom.
------	---

Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_U06
---	-------

Metody weryfikacji	egzamin pisemny projekt:projekt dotyczący (1) oceny efektywności przedsięwzięcia inwestycyjnego (utworzenie nowego przedsiębiorstwa lub rozbudowa istniejącego) – ćwiczenia; (2) oceny opłacalności zaciągnięcia kredytu bankowego i nabycia mieszkania przeznaczonego na wynajem vs inna forma inwestowania środków finansowych – wykład.
--------------------	--

Kod efektu	K_U08
-------------------	-------

Opis	Potrafi rozważyć ekonomiczną zasadność realizacji inwestycji posługując się najczęściej stosowanymi w praktyce metodami prostymi i rozwiniętymi. Potrafi porównywać alternatywne projekty inwestycyjne, tworzyć różne scenariusze realizacji projektów oraz oceniać ich ryzyko finansowe.
------	---

Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_U08
---	-------

Metody weryfikacji	egzamin pisemny projekt:projekt dotyczący (1) oceny efektywności przedsięwzięcia inwestycyjnego (utworzenie nowego przedsiębiorstwa lub rozbudowa istniejącego) – ćwiczenia; (2) oceny opłacalności zaciągnięcia kredytu bankowego i nabycia mieszkania przeznaczonego na wynajem vs inna forma inwestowania środków finansowych – wykład.
--------------------	--

Kompetencje społeczne

Kod efektu	K_K01
-------------------	-------

Część I

Opis	Ma świadomość wagi problemów, trudności oraz ryzyka towarzyszącego podejmowaniu decyzji. Rozumie potrzebę proponowania nowych rozwiązań w przypadku złożonych lub nietypowych projektów inwestycyjnych.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_K01
Metody weryfikacji	ocena aktywności podczas zajęć: cena aktywności studentów podczas dyskusji prowadzonych w trakcie zajęć (metoda projektu) projekt: projekt dotyczący (1) oceny efektywności przedsięwzięcia inwestycyjnego (utworzenie nowego przedsiębiorstwa lub rozbudowa istniejącego) – ćwiczenia; (2) oceny opłacalności zaciągnięcia kredytu bankowego i nabycia mieszkania przeznaczonego na wynajem vs inna forma inwestowania środków finansowych – wykład.
Kod efektu	K_K02
Opis	Absolwent jest gotowy do uznania znaczenia wiedzy w rozwiązywaniu problemów poznawczych i praktycznych z zakresu metod oceny przedsięwzięć gospodarczych oraz zasięgania opinii ekspertów w przypadku napotkania ograniczeń samodzielnego rozwiązania problemów.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_K02
Metody weryfikacji	ocena aktywności podczas zajęć: cena aktywności studentów podczas dyskusji prowadzonych w trakcie zajęć (metoda projektu) projekt: projekt dotyczący (1) oceny efektywności przedsięwzięcia inwestycyjnego (utworzenie nowego przedsiębiorstwa lub rozbudowa istniejącego) – ćwiczenia; (2) oceny opłacalności zaciągnięcia kredytu bankowego i nabycia mieszkania przeznaczonego na wynajem vs inna forma inwestowania środków finansowych – wykład.

SYLABUS PRZEDMIOTU

Kod przedmiotu	7200-00000-LZP-0458
Nazwa przedmiotu	Podstawy marketingu gospodarczego
Wersja przedmiotu	2025Z
Poziom kształcenia	pierwszego stopnia
Forma i tryb prowadzenia studiów	niestacjonarne
Profil studiów	Praktyczny
Kierunek studiów	Zarządzanie i Marketing w Gospodarce Cyfrowej
Specjalność	-
Jednostka prowadząca	Kolegium Nauk Ekonomicznych i Społecznych
Jednostka realizująca	Kolegium Nauk Ekonomicznych i Społecznych
Blok przedmiotów	nd
Grupy przedmiotów	Przedmioty z sem. 3, studia I stopnia niestacjonarne, KNEiS
Status przedmiotu	Obowiązkowy
Język prowadzenia zajęć	polski
Kod etapu studiów	ZG000-S3-LZP-7200
Liczba punktów ECTS	2

Część I**01. Efekty uczenia się i sposób prowadzenia zajęć**

Cel przedmiotu	Celem zajęć jest zdobycie wiedzy wieloelementowej strukturze marketingu, skupiającej instrumenty marketingu, działania i badania marketingowe oraz rynkowe reguły postępowania. Celem jest także uzmysłowienie studentom, iż marketing to nie tylko rozległa dyscyplina wiedzy, ale i sztuka jej wykorzystania w praktyce.
Efekty uczenia się oraz sposób ich weryfikacji i oceny	patrz tabela "Efekty uczenia się"
Formy zajęć i ich wymiar w semestrze	
Wykład	16.00 h

02. Bilans ECTS

Liczba punktów ECTS	2	
Rozliczenie godzinowo - punktowe przedmiotu	Godziny	ECTS
Liczba godzin i ECTS pracy studenta:		
Godziny i ECTS za zajęcia związane z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich	20	0.80
Godziny i ECTS związane z pracą własną studenta	30	1.20
Razem	50	2.00

Liczba godzin związanych z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich:

Godziny związane z udziałem w zajęciach	16
Inne godziny kontaktowe	4
Razem	20

Liczba godzin związanych z pracą własną studenta:

Godziny przeznaczone na pracę własną studenta	30
---	----

03. Treści kształcenia

Część I

Wykład	1. Istota i ewolucja koncepcji marketingu. 2. Wewnętrzne i zewnętrzne uwarunkowania działalności marketingowej i sprzedaży w świetle przepisów prawa krajowego i unijnego. 3. Zachowanie nabywców na rynku. 4. Segmentacja rynku. 5. Badania marketingowe i ich wykorzystanie. 6. Produkt w koncepcji marketingowej. 7. Rola cen w marketingu mix. 8. Dystrybucja towarów. 9. Promocja i jej narzędzia.
--------	---

Tabela: Efekty uczenia się

Wiedza	
Kod efektu	K_W01
Opis	Zna i rozumie ideę marketingu. Ma wiedzę dotyczącą uruchomienia i wykorzystywania narzędzi rynkowego oddziaływania jakimi są: produkt, cena, dystrybucja i promocja; jest przekonany o zintegrowanym sposobie użycia instrumentów i działań wpływających na zjawiska rynkowe.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_W01
Metody weryfikacji	Wykład: kolokwium pisemne
Kod efektu	K_W02
Opis	Ma wiedzę z zakresu otoczenia przedsiębiorstwa, zasad i kryteriów segmentacji rynku oraz podstawowych badań marketingowych.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_W02
Metody weryfikacji	Wykład: kolokwium pisemne
Kod efektu	K_W03
Opis	Ma wiedzę z zakresu wybranych aktów normatywnych o uwarunkowaniach działalności marketingowej i sprzedażowej.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_W03
Metody weryfikacji	Wykład: kolokwium pisemne
Umiejętności	
Kod efektu	K_U01
Opis	Potrafi analizować związki segmentacji rynku z procesem formułowania strategii firmy; umie stosować kryteria i procedury umożliwiające przeprowadzenie segmentacji w konkretnych sytuacjach decyzyjnych.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_U01
Metody weryfikacji	Wykład: kolokwium pisemne
Kod efektu	K_U02
Opis	Potrafi scharakteryzować instrumenty marketingu i dobrać je do specyfiki działań firmy, warunków rynkowych oraz cyklu życia produktu.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_U02
Metody weryfikacji	Wykład: kolokwium pisemne
Kod efektu	K_U04
Opis	Potrafi analizować czynniki otoczenia i trendy w nim występujące oraz zewnętrzne uwarunkowania działalności firmy, przeprowadzić analizę SWOT oraz inne analizy poszczególnych obszarów funkcjonowania podmiotów gospodarczych.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_U04
Metody weryfikacji	Wykład: kolokwium pisemne
Kompetencje społeczne	
Kod efektu	K_K05

Część I

Opis	Jest zdolny do gromadzenia informacji rynkowych oraz rzetelnego prowadzenia badań marketingowych. Jest świadomy etycznego aspektu prowadzenia działań marketingowych i przekazów reklamowych.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_K05
Metody weryfikacji	Wykład: ocena aktywności podczas zajęć:Udział w wykładzie interaktywnym

SYLABUS PRZEDMIOTU

Kod przedmiotu	7190-00000-LZP-0362
Nazwa przedmiotu	Język niemiecki - poziom B2 - sem. 3
Wersja przedmiotu	2025Z
Poziom kształcenia	pierwszego stopnia
Forma i tryb prowadzenia studiów	niestacjonarne
Profil studiów	Praktyczny
Kierunek studiów	Zarządzanie i Marketing w Gospodarce Cyfrowej
Specjalność	-
Jednostka prowadząca	Kolegium Nauk Ekonomicznych i Społecznych
Jednostka realizująca	Wydział Budownictwa, Mechaniki i Petrochemii
Blok przedmiotów	nd
Grupy przedmiotów	Przedmioty z sem. 3, studia I stopnia niestacjonarne, KNEiS
Status przedmiotu	Wybieralny
Język prowadzenia zajęć	polski
Kod etapu studiów	ZG000-S3-LZP-7200
Liczba punktów ECTS	4

Część I**01. Efekty uczenia się i sposób prowadzenia zajęć**

Cel przedmiotu	Celem lektoratu jest podniesienie umiejętności studentów kontynuujących naukę języka niemieckiego do poziomu B2. Zarys programu obejmuje cele i treści w ramach czterech sprawności językowych: rozumienie mowy (1) i tworzenie wypowiedzi (2), rozumienie tekstu ze słuchu i analiza tekstu (3), oraz sprawność pisania zróżnicowanych pod względem formy tekstów na zadany temat (4).
Efekty uczenia się oraz sposób ich weryfikacji i oceny	patrz tabela "Efekty uczenia się"
Formy zajęć i ich wymiar w semestrze	
Ćwiczenia	32.00 h

02. Bilans ECTS

Liczba punktów ECTS	4	
Rozliczenie godzinowo - punktowe przedmiotu	Godziny	ECTS
Liczba godzin i ECTS pracy studenta:		
Godziny i ECTS za zajęcia związane z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich	41	1.64
Godziny i ECTS związane z pracą własną studenta	59	2.36
Razem	100	4.00
Liczba godzin związanych z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich:		
Godziny związane z udziałem w zajęciach	32	
Inne godziny kontaktowe	9	
Razem	41	
Liczba godzin związanych z pracą własną studenta:		
Godziny przeznaczone na pracę własną studenta	59	

03. Treści kształcenia

Część I

Treści kształcenia	Tematyka: - z wizytą u lekarza, choroby, dolegliwości/bóle, choroby cywilizacyjne, - wynalazki, wynalazcy/niemieccy laureaci nagrody Nobla, - życie zawodowe, ubieganie się o pracę, praktyka zawodowa, praca za granicą, załatwianie formalności, - studia w Niemczech, rodzaje uczelni wyższych, znane uniwersytety, - usługi, na poczcie, w banku, - kontakty towarzyskie, zasady dobrego wychowania (savoir-vivre), - partie polityczne, wybory, system polityczny w Niemczech, - niemieckie regiony, aglomeracje: np. Berlin, Hamburg, - klimat, żywyoty, zagrożenia i ochrona środowiska naturalnego, - środki lokomocji, relacja/sprawozdanie z wypadku. Zagadnienia gramatyczne: - zaimki: osobowe/nieosobowe, dzierżawcze, - przyimki łączące się z celownikiem i biernikiem, z celownikiem, z dopełniaczem, - odmiana przymiotnika, - strona bierna, - zdanie okolicznikowe czasu: spójniki als/wenn, - czas zaprzeszy Plusquamperfekt, zdanie okolicznikowe czasu z nachdem, - zdanie przydawkowe, - testy i ćwiczenia zbiorcze przygotowujące do egzaminu (poziom A2/B1).
--------------------	---

Tabela: Efekty uczenia się

Umiejętności

Kod efektu	K_U09
Opis	Potrafi zrozumieć standardowe wypowiedzi w języku niemieckim na poziomie B2, z zakresu życia codziennego, akademickiego i zawodowego. Rozumie dłuższe wypowiedzi, np. główne zagadnienia wykładu, przemówienia, prezentacji i dyskusji (pod warunkiem, że zna tematykę wypowiedzi). Potrafi wypowiedzieć się i uczestniczyć w rozmowie na tematy ogólne, podając swoje argumenty, zgadzać się lub nie zgadzać się z rozmówcą. Potrafi opisywać zagadnienie, opisywać konkretny przedmiot lub proces. Potrafi czytać ze zrozumieniem nowe teksty w języku niemieckim, popularnonaukowe i z zakresu swojej specjalności.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_U09
Metody weryfikacji	ocena aktywności podczas zajęć zaliczenie
Kod efektu	K_U12
Opis	Rozumie konieczność kontynuowania nauki języka niemieckiego, w trakcie i po studiach, szczególnie w kierunku swojej specjalności.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_U12
Metody weryfikacji	ocena aktywności podczas zajęć zaliczenie

Kompetencje społeczne

Kod efektu	K_K03
Opis	Jest gotów do korzystania z umiejętności posługiwania się językiem niemieckim w celu wypełniania zobowiązań społecznych, współorganizowania działalności na rzecz środowiska społecznego oraz inicjowania działań na rzecz interesu publicznego między innymi w obszarze ograniczania wykluczenia cyfrowego i pułapek marketingowych.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_K03
Metody weryfikacji	ocena aktywności podczas zajęć zaliczenie

SYLABUS PRZEDMIOTU

Kod przedmiotu	7190-00000-LZP-0361
Nazwa przedmiotu	Język angielski - poziom B2 - sem.3
Wersja przedmiotu	2025Z
Poziom kształcenia	pierwszego stopnia
Forma i tryb prowadzenia studiów	niestacjonarne
Profil studiów	Praktyczny
Kierunek studiów	Zarządzanie i Marketing w Gospodarce Cyfrowej
Specjalność	-
Jednostka prowadząca	Kolegium Nauk Ekonomicznych i Społecznych
Jednostka realizująca	Wydział Budownictwa, Mechaniki i Petrochemii
Blok przedmiotów	nd
Grupy przedmiotów	Przedmioty z sem. 3, studia I stopnia niestacjonarne, KNEiS
Status przedmiotu	Wybieralny
Język prowadzenia zajęć	polski
Kod etapu studiów	ZG000-S3-LZP-7200
Liczba punktów ECTS	4

Część I**01. Efekty uczenia się i sposób prowadzenia zajęć**

Cel przedmiotu	Celem lektoratu jest podniesienie umiejętności studentów kontynuujących naukę języka angielskiego do poziomu B2. Zarys programu obejmuje cele i treści w ramach czterech sprawności językowych: rozumienie mowy (1) i tworzenie wypowiedzi (2), rozumienie tekstu ze słuchu i analiza tekstu (3), oraz sprawność pisania zróżnicowanych pod względem formy tekstów na zadany temat (4).
Efekty uczenia się oraz sposób ich weryfikacji i oceny	patrz tabela "Efekty uczenia się"
Formy zajęć i ich wymiar w semestrze	
Ćwiczenia	32.00 h

02. Bilans ECTS

Liczba punktów ECTS	4	
Rozliczenie godzinowo - punktowe przedmiotu	Godziny	ECTS
Liczba godzin i ECTS pracy studenta:		
Godziny i ECTS za zajęcia związane z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich	41	1.64
Godziny i ECTS związane z pracą własną studenta	59	2.36
Razem	100	4.00
Liczba godzin związanych z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich:		
Godziny związane z udziałem w zajęciach	32	
Inne godziny kontaktowe	9	
Razem	41	
Liczba godzin związanych z pracą własną studenta:		
Godziny przeznaczone na pracę własną studenta	59	

03. Treści kształcenia

Część I

Ćwiczenia	<ol style="list-style-type: none"> 1. Vocabulary exercises: discoveries and inventions; Popular science books – reading and speaking; Future forms 2. Writing formal letters; Polite requests; Vocabulary exercises: technology; Listening: gadgets 3. Relative clauses; Vocabulary: music and theatre; “Feeling Nothing like Teen Spirit” – reading about music; Module 5 and 6 test 4. Vocabulary: food; “The Craze for Competitive Eating”; Modals of permission and necessity: present and past 5. Vocabulary: fashion, clothes; Hairstyles; Listening and speaking : clothes; Modals of speculation and deduction 6. Prepositional phrases; Make vs. Do; “Make Your Image Work for You” - reading and speaking; 7. Reported speech; Vocabulary: relationships, feelings; “Meant to Be” –reading and speaking; Listening and speaking : Twins 8. Linking expressions; Phrasal verbs with get; Module 7 and 8 test
-----------	---

Tabela: Efekty uczenia się

Umiejętności

Kod efektu	K_U09
Opis	Potrafi zrozumieć standardowe wypowiedzi w języku angielskim na poziomie B2, z zakresu życia codziennego, akademickiego i zawodowego. Rozumie dłuższe wypowiedzi, np. główne zagadnienia wykładu, przemówienia, prezentacji i dyskusji (pod warunkiem, że zna tematykę wypowiedzi). Potrafi wypowiedzieć się i uczestniczyć w rozmowie na tematy ogólne, podając swoje argumenty, zgadzać się lub nie zgadzać się z rozmówcą. Potrafi opisywać zagadnienie, opisywać konkretny przedmiot lub proces. Potrafi czytać ze zrozumieniem nowe teksty w języku angielskim , popularnonaukowe i z zakresu swojej specjalności.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_U09
Metody weryfikacji	Ćwiczenia: kolokwium pisemne Ćwiczenia: ocena aktywności podczas zajęć
Kod efektu	K_U12
Opis	Rozumie konieczność kontynuowania nauki języka angielskiego , w trakcie i po studiach, szczególnie w kierunku swojej specjalności.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_U12
Metody weryfikacji	Ćwiczenia: kolokwium pisemne Ćwiczenia: ocena aktywności podczas zajęć

Kompetencje społeczne

Kod efektu	K_K03
Opis	Jest gotów do korzystania z umiejętności posługiwania się językiem angielskim w celu wypełniania zobowiązań społecznych, współorganizowania działalności na rzecz środowiska społecznego oraz inicjowania działań na rzecz interesu publicznego między innymi w obszarze ograniczania wykluczenia cyfrowego i pułapek marketingowych.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_K03
Metody weryfikacji	Ćwiczenia: kolokwium pisemne Ćwiczenia: ocena aktywności podczas zajęć

SYLABUS PRZEDMIOTU

Kod przedmiotu	7200-ZG000-LZP-0360
Nazwa przedmiotu	Współczesne wyzwania zarządzania
Wersja przedmiotu	2025Z
Poziom kształcenia	pierwszego stopnia
Forma i tryb prowadzenia studiów	niestacjonarne
Profil studiów	Praktyczny
Kierunek studiów	Zarządzanie i Marketing w Gospodarce Cyfrowej
Specjalność	-
Jednostka prowadząca	Kolegium Nauk Ekonomicznych i Społecznych
Jednostka realizująca	Kolegium Nauk Ekonomicznych i Społecznych
Blok przedmiotów	nd
Grupy przedmiotów	Przedmioty z sem. 3, studia I stopnia niestacjonarne, KNEiS
Status przedmiotu	Wybieralny
Język prowadzenia zajęć	polski
Kod etapu studiów	ZG000-S3-LZP-7200
Liczba punktów ECTS	2

Część I**01. Efekty uczenia się i sposób prowadzenia zajęć**

Cel przedmiotu	Celem przedmiotu jest: zapewnienie wiedzy odnośnie uwarunkowań współczesnego biznesu i dynamiki otoczenia organizacyjnego; zapewnienie wiedzy odnośnie koncepcji zarządzania; zapewnienie umiejętności doboru, uzasadniania i stosowania metod i technik zarządzania w identyfikowaniu, analizie i rozstrzyganiu problemów menedżerskich i merytorycznych w organizacji
Efekty uczenia się oraz sposób ich weryfikacji i oceny	patrz tabela "Efekty uczenia się"
Formy zajęć i ich wymiar w semestrze	
Wykład	16.00 h

02. Bilans ECTS

Liczba punktów ECTS	2	
Rozliczenie godzinowo - punktowe przedmiotu	Godziny	ECTS
Liczba godzin i ECTS pracy studenta:		
Godziny i ECTS za zajęcia związane z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich	18	0.72
Godziny i ECTS związane z pracą własną studenta	32	1.28
Razem	50	2.00
Liczba godzin związanych z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich:		
Godziny związane z udziałem w zajęciach	16	
Inne godziny kontaktowe	2	
Razem	18	
Liczba godzin związanych z pracą własną studenta:		
Godziny przeznaczone na pracę własną studenta	32	

03. Treści kształcenia

Część I

Wykład	W1. Rozwój koncepcji i metod zarządzania (2h) W2. Zarządzanie wiedzą i organizacyjne uczenie się (1h) W3. Japońskie koncepcje i metody zarządzania (1h) W4-5. Kompleksowe zarządzanie jakością (2h) W6. Zarządzaniu procesowe (1h) W7. Outsourcing procesów biznesowych (1h) W8. Zarządzanie sieciami organizacyjnymi (1h) W9. Zarządzanie kompetencjami pracowniczymi (1h) W10. Zarządzanie i różnorodność (1h) W11. Przywództwo (1h) W12. Odpowiedzialność, władza i delegowanie zadań (1h) W13. Społeczeństwo, etyka i zrównoważony rozwój (1h) W14. Zarządzanie wynikami (1h) W15. Sztuczna inteligencja w zarządzaniu (1h)
--------	--

Tabela: Efekty uczenia się

Wiedza	
Kod efektu	K_W01
Opis	w zaawansowanym stopniu kluczowe zagadnienia używane w zarządzaniu, w szczególności związane ze współczesnymi wyzwaniami zarządzania
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_W01
Metody weryfikacji	kolokwium pisemne: kolokwium pisemne, ocena aktywności podczas zajęć: aktywność na zajęciach (dyskusja)
Kod efektu	K_W06
Opis	fundamentalne dylematy współczesnej cywilizacji dotyczące współczesnych wyzwań zarządzania
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_W06
Metody weryfikacji	kolokwium pisemne: kolokwium pisemne, ocena aktywności podczas zajęć: aktywność na zajęciach (dyskusja)
Umiejętności	
Kod efektu	K_U07
Opis	komunikować się z otoczeniem z użyciem specjalistycznej terminologii z zakresu zarządzania, w szczególności związanej ze współczesnymi wyzwaniami zarządzania
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_U07
Metody weryfikacji	ocena aktywności podczas zajęć: aktywność na zajęciach (dyskusja)
Kod efektu	K_U08
Opis	wykorzystać zdobytą wiedzę do dyskusji, formułowania problemów związanych ze współczesnymi wyzwaniami zarządzania i w sposób kompetentny oraz komunikatywny uzasadniać zaproponowane rozwiązania i podjęte decyzje, jak również poddać je krytyce między innymi biorąc udział w debacie
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_U08
Metody weryfikacji	kolokwium pisemne: kolokwium pisemne, ocena aktywności podczas zajęć: aktywność na zajęciach (dyskusja)
Kompetencje społeczne	
Kod efektu	K_K01

Część I

Opis	krytycznego uznawania nabytej wiedzy i odbieranych treści w rozwiązywaniu problemów poznawczych i praktycznych bezpośrednio odnoszących się do współczesnych wyzwań zarządzania
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_K01
Metody weryfikacji	kolokwium pisemne: kolokwium pisemne, ocena aktywności podczas zajęć: aktywność na zajęciach (dyskusja)

SYLABUS PRZEDMIOTU

Kod przedmiotu	7200-ZG000-LZP-0361
Nazwa przedmiotu	Strategie przedsiębiorstw
Wersja przedmiotu	2025Z
Poziom kształcenia	pierwszego stopnia
Forma i tryb prowadzenia studiów	niestacjonarne
Profil studiów	Praktyczny
Kierunek studiów	Zarządzanie i Marketing w Gospodarce Cyfrowej
Specjalność	-
Jednostka prowadząca	Kolegium Nauk Ekonomicznych i Społecznych
Jednostka realizująca	Kolegium Nauk Ekonomicznych i Społecznych
Blok przedmiotów	nd
Grupy przedmiotów	Przedmioty z sem. 3, studia I stopnia niestacjonarne, KNEiS
Status przedmiotu	Wybieralny
Język prowadzenia zajęć	polski
Kod etapu studiów	ZG000-S3-LZP-7200
Liczba punktów ECTS	2

Część I**01. Efekty uczenia się i sposób prowadzenia zajęć**

Cel przedmiotu	Celem przedmiotu jest zapoznanie Studentów z istotą strategii, jej elementami oraz etapami i procedurami budowy. Istotne jest także zaprezentowanie szkół strategii oraz opcji wyboru najkorzystniejszej strategii dla danego przedsiębiorstwa. Możliwe to będzie dzięki zaprezentowaniu cech poszczególnych strategii działania przedsiębiorstw, uwarunkowań ich wdrożenia oraz skutecznej kontroli realizacji strategii.
Efekty uczenia się oraz sposób ich weryfikacji i oceny	patrz tabela "Efekty uczenia się"
Formy zajęć i ich wymiar w semestrze	
Wykład	16.00 h

02. Bilans ECTS

Liczba punktów ECTS	2	
Rozliczenie godzinowo - punktowe przedmiotu	Godziny	ECTS
Liczba godzin i ECTS pracy studenta:		
Godziny i ECTS za zajęcia związane z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich	20	0.80
Godziny i ECTS związane z pracą własną studenta	30	1.20
Razem	50	2.00
Liczba godzin związanych z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich:		
Godziny związane z udziałem w zajęciach	16	
Inne godziny kontaktowe	4	
Razem	20	
Liczba godzin związanych z pracą własną studenta:		
Godziny przeznaczone na pracę własną studenta	30	

03. Treści kształcenia

Część I

Wykład	1. Istota strategii. Pojęcie strategii. Strategia a taktyka. Elementy strategii. 2. Etapy i procedury budowy strategii. Strategie podstawowe. Określenie aspiracji rozwoju organizacji. Wybór strategii. 3. Szkoły strategii. Szkoła tradycyjna, ewolucyjna, pozycyjna, zasobowa, prostych reguł i realnych opcji. 4. Strategie konkurencyjne przedsiębiorstw. Wymagania w zakresie umiejętności, zasobów i organizacyjne związane z podstawowymi strategiami. 5. Wdrożenie strategii rozwoju przedsiębiorstw. Wewnętrzny i zewnętrzny rozwój przedsiębiorstwa. Rozwój produktu czy rozwój rynku. Koncentracja i dywersyfikacja. Rodzaje dywersyfikacji. Integracja pionowa i pozioma. Strategie wejścia-inwestycje, nabycia i alianse. Matywy aliansów strategicznych. Fuzje a przejęcia. 6. Strategie w warunkach kryzysowych. Strategie "dywestycji", strategie wyjścia. 7. Strategie globalizacji. Od eksportu do klonowania przedsiębiorstwa. Strategie wejścia na rynki zagraniczne. Strategie rozwoju koncernów międzynarodowych. 8. Kontrola strategiczna. Wyzwania i bariery. Konsekwencje braku skutecznej kontroli.
--------	--

Tabela: Efekty uczenia się

Wiedza	
Kod efektu	K_W01
Opis	Student zna i rozumie w zaawansowanym stopniu kluczowe zagadnienia używane w zarządzaniu, szczególnie w zakresie roli strategii w zarządzaniu przedsiębiorstwem
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_W01
Metody weryfikacji	Wykład: kolokwium pisemne: Test wielokrotnego wyboru Wykład: ocena aktywności podczas zajęć: Praca w grupach, studia przypadków Wykład: praca domowa: Praca domowa
Kod efektu	K_W02
Opis	Student zna i rozumie w zaawansowanym stopniu procesy związane z gospodarką cyfrową z perspektywy organizacji w zjawiskach zarządczych, ze szczególnym uwzględnieniem strategii przedsiębiorstw
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_W02
Metody weryfikacji	Wykład: kolokwium pisemne: Test wielokrotnego wyboru Wykład: ocena aktywności podczas zajęć: Praca w grupach, studia przypadków Wykład: praca domowa: Praca domowa
Umiejętności	
Kod efektu	K_U01
Opis	Student potrafi wykorzystać posiadaną wiedzę teoretyczną z zakresu zarządzania, w tym tworzenia strategii przedsiębiorstw do zaawansowanych analiz procesów i zjawisk gospodarczych związanych z praktyką gospodarczą oraz formułować na ich podstawie wnioski i rekomendacje
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_U01
Metody weryfikacji	Wykład: kolokwium pisemne: Test wielokrotnego wyboru Wykład: ocena aktywności podczas zajęć: Praca w grupach, studia przypadków
Kod efektu	K_U07

Część I

Opis	Student potrafi wykorzystać posiadaną wiedzę teoretyczną z zakresu zarządzania, w tym tworzenia strategii przedsiębiorstw do zaawansowanych analiz procesów i zjawisk gospodarczych związanych z praktyką gospodarczą oraz formułować na ich podstawie wnioski i rekomendacje
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_U07
Metody weryfikacji	Wykład: ocena aktywności podczas zajęć:Praca w grupach, studia przypadków

Kompetencje społeczne

Kod efektu	K_K01
Opis	Student jest gotów do krytycznego uznawania nabytej wiedzy i odbieranych treści w rozwiązywaniu problemów poznawczych i praktycznych bezpośrednio odnoszących się do zarządzania, ze szczególnym uwzględnieniem strategii funkcjonowania przedsiębiorstw
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_K01
Metody weryfikacji	Wykład: kolokwium pisemne:Test wielokrotnego wyboru Wykład: ocena aktywności podczas zajęć:Praca w grupach, studia przypadków
Kod efektu	K_K04
Opis	Student jest gotów do myślenia i działania w sposób przedsiębiorczy.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_K04
Metody weryfikacji	Wykład: kolokwium pisemne:Test wielokrotnego wyboru Wykład: ocena aktywności podczas zajęć:Praca w grupach, studia przypadków

SYLABUS PRZEDMIOTU

Kod przedmiotu	7200-00000-LZP-0553
Nazwa przedmiotu	Międzynarodowe stosunki gospodarcze
Wersja przedmiotu	2025Z
Poziom kształcenia	pierwszego stopnia
Forma i tryb prowadzenia studiów	niestacjonarne
Profil studiów	Praktyczny
Kierunek studiów	Zarządzanie i Marketing w Gospodarce Cyfrowej
Specjalność	Digital Marketing i Zarządzanie Sprzedażą
Jednostka prowadząca	Kolegium Nauk Ekonomicznych i Społecznych
Jednostka realizująca	Kolegium Nauk Ekonomicznych i Społecznych
Blok przedmiotów	nd
Grupy przedmiotów	Przedmioty z sem. 4, studia I stopnia niestacjonarne, KNEiS, Digital MarketingPrzedmioty z sem. 4, studia I stopnia niestacjonarne, KNEiS, Rachunkowość i zarządzanie...
Status przedmiotu	Obowiązkowy
Język prowadzenia zajęć	polski
Kod etapu studiów	ZGDMZ-S4-LZP-7200
Liczba punktów ECTS	3

Część I**01. Efekty uczenia się i sposób prowadzenia zajęć**

Cel przedmiotu	Celem zajęć z międzynarodowych stosunków gospodarczych jest zdobycie wiedzy o mechanizmach ekonomicznych zachodzących w postępującym procesie umiędzynarodowienia gospodarki. Celem jest także pogłębianie umiejętności z zakresu analizy zjawisk ekonomicznych z perspektywy międzynarodowych uwarunkowań.
Efekty uczenia się oraz sposób ich weryfikacji i oceny	patrz tabela "Efekty uczenia się"
Formy zajęć i ich wymiar w semestrze	
Wykład	16.00 h
Ćwiczenia	16.00 h

02. Bilans ECTS

Liczba punktów ECTS	3	
Rozliczenie godzinowo - punktowe przedmiotu	Godziny	ECTS
Liczba godzin i ECTS pracy studenta:		
Godziny i ECTS za zajęcia związane z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich	42	1.68
Godziny i ECTS związane z pracą własną studenta	33	1.32
Razem	75	3.00
Liczba godzin związanych z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich:		
Godziny związane z udziałem w zajęciach	32	
Inne godziny kontaktowe	10	
Razem	42	
Liczba godzin związanych z pracą własną studenta:		
Godziny przeznaczone na pracę własną studenta	33	

03. Treści kształcenia

Część I	
Ćwiczenia	1. Międzynarodowy podział pracy a gospodarka światowa. Tradycyjny i produkcyjny międzynarodowy podział pracy. Czynniki determinujące międzynarodowy podział pracy. 2. Teoria przewagi absolutnej i komparatywnej 3. Narzędzia badawcze neoklasycznej teorii handlu zagranicznego. Terms of trade. 4. Formy międzynarodowego przepływu kapitału. BIZ w Polsce 5. Cło. Mechanizm cła i jego ekonomiczne skutki. 6. Bariery poza i parotaryfowe. 7. Mechanizm integracji gospodarczej 8. Struktura bilansu płatniczego-polski bilans płatniczy
Wykład	1. Pojęcie i zakres międzynarodowych stosunków gospodarczych. Struktura handlu światowego. 2. Klasyczne teorie handlu międzynarodowego 3. Teoria HOS i teorie alternatywne handlu międzynarodowego. 4. Międzynarodowe przepływy kapitałowe i migracja zasobów pracy 5. Zagraniczna polityka handlowa. 6. Polityka integracyjna 7. Bilans płatniczy. 8. Kurs walutowy i rynek walutowy

Tabela: Efekty uczenia się

Wiedza	
Kod efektu	K-W01
Opis	Zna zaawansowane kategorie i zjawiska z zakresu ekonomii międzynarodowej. Ma wiedzę pozwalającą na objaśnienie istoty interwencjonizmu państwowego w dziedzinie handlu międzynarodowego i przepływu czynników produkcji. Objaśnia finansowe aspekty międzynarodowej współpracy gospodarczej, identyfikuje znaczenie utrzymania zewnętrznej równowagi gospodarczej.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_W01
Metody weryfikacji	egzamin pisemny: egzamin pisemny w formie pytań ukierunkowanych i testu wiedzy
Kod efektu	K_W02
Opis	Ma wiedzę i definiuje prawidłowości i mechanizmy kształtujące międzynarodowy obrót gospodarczy, w tym zwłaszcza przepływ towarów, usług i czynników produkcji.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_W02
Metody weryfikacji	egzamin pisemny: egzamin pisemny w formie pytań ukierunkowanych i testu wiedzy
Umiejętności	
Kod efektu	K_U03
Opis	Potrafi analizować uwarunkowania i obliczać korzyści płynące z międzynarodowego obrotu gospodarczego.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_U03
Metody weryfikacji	kolokwium pisemne: pytania opisowe, zadania
Kod efektu	K_U04
Opis	Potrafi dobierać i posługiwać się kategoriami ekonomicznymi oraz danymi statystycznymi celem oceny zjawisk i procesów gospodarczych w wymiarze międzynarodowym.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_U04
Metody weryfikacji	kolokwium pisemne: pytania opisowe, zadania
Kompetencje społeczne	
Kod efektu	K_K04
Opis	Jest zdolny i chętny do dyskusji na forum grupy o zjawiskach zachodzących w międzynarodowym obrocie gospodarczym.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_K04

Część I

Metody weryfikacji	ocena aktywności podczas zajęć:ocena aktywności studentów podczas zajęć
--------------------	---

SYLABUS PRZEDMIOTU

Kod przedmiotu	7200-00000-LZP-0473
Nazwa przedmiotu	Finanse przedsiębiorstw
Wersja przedmiotu	2025Z
Poziom kształcenia	pierwszego stopnia
Forma i tryb prowadzenia studiów	niestacjonarne
Profil studiów	Praktyczny
Kierunek studiów	Zarządzanie i Marketing w Gospodarce Cyfrowej
Specjalność	Digital Marketing i Zarządzanie Sprzedażą
Jednostka prowadząca	Kolegium Nauk Ekonomicznych i Społecznych
Jednostka realizująca	Kolegium Nauk Ekonomicznych i Społecznych
Blok przedmiotów	nd
Grupy przedmiotów	Przedmioty z sem. 4, studia I stopnia niestacjonarne, KNEiS, Digital Marketing ...Przedmioty z sem. 4, studia I stopnia niestacjonarne, KNEiS, Rachunkowość i zarządzanie...
Status przedmiotu	Obowiązkowy
Język prowadzenia zajęć	polski
Kod etapu studiów	ZGDMZ-S4-LZP-7200
Liczba punktów ECTS	4

Część I**01. Efekty uczenia się i sposób prowadzenia zajęć**

Cel przedmiotu	Celem przedmiotu jest zapoznanie studentów z najważniejszymi zagadnieniami z zakresu efektywnego zarządzania finansami przedsiębiorstw, obejmującymi przede wszystkim źródła wiedzy służące podejmowaniu decyzji finansowych, determinanty kształtowania struktury majątkowo-kapitałowej przedsiębiorstwa oraz podstawowe narzędzia wykorzystywane w obszarze zarządzania finansami przedsiębiorstwa. Szczególna uwaga zostanie poświęcona problematyce wartości pieniądza w czasie oraz podstawowym dyskontowym metodom oceny efektywności przedsięwzięć gospodarczych.
Efekty uczenia się oraz sposób ich weryfikacji i oceny	patrz tabela "Efekty uczenia się"
Formy zajęć i ich wymiar w semestrze	
Wykład	16.00 h
Ćwiczenia	16.00 h

02. Bilans ECTS

Liczba punktów ECTS	4	
Rozliczenie godzinowo - punktowe przedmiotu	Godziny	ECTS
Liczba godzin i ECTS pracy studenta:		
Godziny i ECTS za zajęcia związane z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich	42	1.68
Godziny i ECTS związane z pracą własną studenta	58	2.32
Razem	100	4.00
Liczba godzin związanych z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich:		
Godziny związane z udziałem w zajęciach	32	
Inne godziny kontaktowe	10	
Razem	42	
Liczba godzin związanych z pracą własną studenta:		
Godziny przeznaczone na pracę własną studenta	58	

Część I

03. Treści kształcenia

Ćwiczenia	<ol style="list-style-type: none">1. Wartość pieniądza w czasie2. Próg rentowności3. Efekty dźwigni finansowej i operacyjnej4. Analiza struktury kapitałowej przedsiębiorstwa5. Kalkulacja kosztu kapitału w przedsiębiorstwie6. Strategie finansowania majątku7. Zarządzanie majątkiem obrotowym
Wykład	<ol style="list-style-type: none">1. Istota zarządzania finansami w przedsiębiorstwie (pojęcie, istota, cele i funkcje finansów)2. Uwarunkowania działalności przedsiębiorstw - przedsiębiorstwo w gospodarce rynkowej3. Przepływy pieniężne w przedsiębiorstwie4. Analiza przychody-koszty-zysk (BEP)5. Działalność operacyjna i finansowa przedsiębiorstwa6. Źródła finansowania działalności przedsiębiorstw7. Analiza struktury kapitału8. Kalkulacja kosztu kapitału w przedsiębiorstwie9. Strategie finansowania majątku10. Zarządzanie majątkiem obrotowym11. Planowanie finansowe w przedsiębiorstwie

Tabela: Efekty uczenia się

Wiedza	
Kod efektu	K_W01
Opis	Ma zaawansowaną wiedzę o sposobach finansowania działalności gospodarczej, ustalaniu kosztu kapitału i ocenie efektywności procesów gospodarczych.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_W01
Metody weryfikacji	Wykład: egzamin pisemny:egzamin pisemny w formie testu wiedzy Ćwiczenia: kolokwium pisemne:ocena dwóch prac audytoryjnych w postaci zadań do rozwiązania
Kod efektu	K_W02
Opis	Ma wiedzę niezbędną do rozumienia konsekwencji podejmowanych decyzji w obszarze finansowym przedsiębiorstwa.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_W02
Metody weryfikacji	Wykład: egzamin pisemny:egzamin pisemny w formie testu wiedzy Ćwiczenia: kolokwium pisemne:ocena dwóch prac audytoryjnych w postaci zadań do rozwiązania
Kod efektu	K_W03
Opis	Ma wiedzę na temat uwarunkowań rozwoju firmy w kontekście jej parametrów finansowych.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_W03
Metody weryfikacji	Wykład: egzamin pisemny:egzamin pisemny w formie testu wiedzy Ćwiczenia: kolokwium pisemne:ocena dwóch prac audytoryjnych w postaci zadań do rozwiązania
Umiejętności	
Kod efektu	K_U03
Opis	Zna zasady zarządzania finansami w przedsiębiorstwie. Potrafi dobrać instrumenty zarządzania finansami.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_U03

Część I

Metody weryfikacji	praca domowa:ocena prac domowych w formie zadań oraz aktywności na platformie Leon Wykład: egzamin pisemny:egzamin pisemny w formie testu wiedzy Ćwiczenia: kolokwium pisemne:ocena dwóch prac audytoryjnych w postaci zadań do rozwiązania
Kod efektu	K_U04
Opis	Analizuje rozwiązania z zakresu doboru struktury finansowania przedsiębiorstwa, wskazuje na optymalne decyzje w tym zakresie.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_U04
Metody weryfikacji	praca domowa:ocena prac domowych w formie zadań oraz aktywności na platformie Leon Wykład: egzamin pisemny:egzamin pisemny w formie testu wiedzy Ćwiczenia: kolokwium pisemne:ocena dwóch prac audytoryjnych w postaci zadań do rozwiązania

Kompetencje społeczne

Kod efektu	K_K01
Opis	Student posiada umiejętność wyrażania własnych poglądów, formułowania i uzasadniania opinii dotyczących efektywnego zarządzania finansami przedsiębiorstwa.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_K01
Metody weryfikacji	ocena aktywności podczas zajęć:ocena zadań samodzielnie rozwiązywanych przez studentów w trakcie zajęć, ocena aktywności studentów podczas dyskusji prowadzonych w trakcie zajęć

SYLABUS PRZEDMIOTU

Kod przedmiotu	7200-ZG000-LZP-0453
Nazwa przedmiotu	Wprowadzenie do badań marketingowych
Wersja przedmiotu	2025Z
Poziom kształcenia	pierwszego stopnia
Forma i tryb prowadzenia studiów	niestacjonarne
Profil studiów	Praktyczny
Kierunek studiów	Zarządzanie i Marketing w Gospodarce Cyfrowej
Specjalność	Digital Marketing i Zarządzanie Sprzedażą
Jednostka prowadząca	Kolegium Nauk Ekonomicznych i Społecznych
Jednostka realizująca	Kolegium Nauk Ekonomicznych i Społecznych
Blok przedmiotów	nd
Grupy przedmiotów	Przedmioty z sem. 4, studia I stopnia niestacjonarne, KNEiS, Digital MarketingPrzedmioty z sem. 4, studia I stopnia niestacjonarne, KNEiS, Rachunkowość i zarządzanie...
Status przedmiotu	Obowiązkowy
Język prowadzenia zajęć	polski
Kod etapu studiów	ZGDMZ-S4-LZP-7200
Liczba punktów ECTS	3

Część I**01. Efekty uczenia się i sposób prowadzenia zajęć**

Cel przedmiotu	Celem przedmiotu jest zaprezentowanie unikalnych cech badań marketingowych oraz zapoznanie studentów z podstawowymi metodami i technikami wykorzystywanymi w tej dziedzinie.
Efekty uczenia się oraz sposób ich weryfikacji i oceny	patrz tabela "Efekty uczenia się"
Formy zajęć i ich wymiar w semestrze	
Wykład	16.00 h
Ćwiczenia	16.00 h

02. Bilans ECTS

Liczba punktów ECTS	3	
Rozliczenie godzinowo - punktowe przedmiotu	Godziny	ECTS
Liczba godzin i ECTS pracy studenta:		
Godziny i ECTS za zajęcia związane z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich	37	1.48
Godziny i ECTS związane z pracą własną studenta	38	1.52
Razem	75	3.00

Liczba godzin związanych z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich:

Godziny związane z udziałem w zajęciach	32
Inne godziny kontaktowe	5
Razem	37

Liczba godzin związanych z pracą własną studenta:

Godziny przeznaczone na pracę własną studenta	38
---	----

03. Treści kształcenia

Część I

Ćwiczenia	Wprowadzające zajęcia mające na celu zapoznanie z tematyką ćwiczeń oraz kluczowymi pojęciami. Zgłębienie najczęściej występujących zagadnień badawczych w dziedzinie marketingu. Przeprowadzenie uczestników przez kolejne kroki budowy kwestionariusza, istotnego narzędzia w procesie zbierania danych. Omówienie metod doboru próby badawczej oraz technik ustalania jej odpowiedniej wielkości, co ma kluczowe znaczenie dla jakości uzyskanych wyników. Proces zbierania danych oraz tworzenie bazy danych, które stanowią fundament dalszych analiz. Zapoznanie z metodami analizy i interpretacji danych w kontekście badań marketingowych, umożliwiającymi przekształcanie surowych danych w użyteczne informacje. Różnorodne metody i sposoby prezentacji wyników, mające na celu efektywne komunikowanie odkryć z badań. Przygotowanie kompleksowego raportu końcowego z badań marketingowych, który podsumowuje wszystkie etapy i prezentuje zgromadzone dane w sposób zrozumiały i przystępny.
Wykład	Omówienie tematyki zajęć. Zrozumienie kluczowych terminów i definicji. Analiza rynku i marketingu – ich elementarnych pojęć i komponentów. Zbadanie istoty, znaczenia oraz historii rozwoju badań marketingowych. Szczegółowe omówienie poszczególnych etapów procesu badawczego. Różnorodne metody gromadzenia danych stosowane w analizach marketingowych. Budowa i funkcjonowanie systemu informacji marketingowej. Identyfikacja błędów losowych i systematycznych występujących w badaniach oraz ich wpływ na wyniki. Ocena dokładności i wiarygodności badań. Przeprowadzenie badań dotyczących zachowań konsumentów, które pozwalają zrozumieć, w jaki sposób podejmują decyzje zakupowe. Badanie percepcji marek, które pomaga zrozumieć, jak konsumenci postrzegają różne marki. Analiza skuteczności komunikacji marketingowej i jej wpływu na konsumentów.

Tabela: Efekty uczenia się

Wiedza	
Kod efektu	K_W04
Opis	Student zna podstawowe metody badań marketingowych oraz etapy projektowania badań marketingowych.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_W04
Metody weryfikacji	Wykład: egzamin pisemny:Pytania opisowe
Umiejętności	
Kod efektu	K_U05
Opis	Student potrafi zaplanować badania marketingowe w dowolnym obszarze z wykorzystaniem zaawansowanych technik informacyjno-komunikacyjnych.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_U05
Metody weryfikacji	ocena aktywności podczas zajęć: Aktywność na zajęciach Ćwiczenia: projekt: Przygotowanie i przeprowadzenie badania marketingowego
Kompetencje społeczne	
Kod efektu	K_K04
Opis	Student jest gotów do pracy nad przygotowaniem i realizacją projektów badawczych.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_K04
Metody weryfikacji	ocena aktywności podczas zajęć: Aktywność na zajęciach

SYLABUS PRZEDMIOTU

Kod przedmiotu	7200-ZG000-LZP-0450
Nazwa przedmiotu	Praktyka zawodowa II
Wersja przedmiotu	2025Z
Poziom kształcenia	pierwszego stopnia
Forma i tryb prowadzenia studiów	niestacjonarne
Profil studiów	Praktyczny
Kierunek studiów	Zarządzanie i Marketing w Gospodarce Cyfrowej
Specjalność	Digital Marketing i Zarządzanie Sprzedażą
Jednostka prowadząca	Kolegium Nauk Ekonomicznych i Społecznych
Jednostka realizująca	Kolegium Nauk Ekonomicznych i Społecznych
Blok przedmiotów	nd
Grupy przedmiotów	Przedmioty z sem. 4, studia I stopnia niestacjonarne, KNEiS, Digital Marketing ...Przedmioty z sem. 4, studia I stopnia niestacjonarne, KNEiS, Rachunkowość i zarządzanie...
Status przedmiotu	Obowiązkowy
Język prowadzenia zajęć	polski
Kod etapu studiów	ZGDMZ-S4-LZP-7200
Liczba punktów ECTS	8

Część I**01. Efekty uczenia się i sposób prowadzenia zajęć**

Cel przedmiotu	Celem praktyk zawodowych jest rozwijanie wiedzy teoretycznej i umiejętności zdobytych podczas studiów oraz wykształcenie umiejętności zastosowania ich w praktyce funkcjonowania firmy. Student odbywający praktykę zawodową ma możliwość praktycznego poznania zagadnień związanych z wybraną specjalnością, jak również zebrania materiałów źródłowych do pisania pracy dyplomowej. Praktyki pozwalają również na nawiązanie kontaktów zawodowych, umożliwiających wykorzystanie ich w momencie poszukiwania pracy
Efekty uczenia się oraz sposób ich weryfikacji i oceny	patrz tabela "Efekty uczenia się"
Formy zajęć i ich wymiar w semestrze	
Praktyka	240.00 h

02. Bilans ECTS

Liczba punktów ECTS	8	
Rozliczenie godzinowo - punktowe przedmiotu	Godziny	ECTS
Liczba godzin i ECTS pracy studenta:		
Godziny i ECTS za zajęcia związane z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich	240	9.60
Godziny i ECTS związane z pracą własną studenta	0	0.00
Razem	240	9.60 (8.00)

Liczba godzin związanych z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich:

Godziny związane z udziałem w zajęciach	240
Inne godziny kontaktowe	0
Razem	240

Liczba godzin związanych z pracą własną studenta:

Godziny przeznaczone na pracę własną studenta	0
---	---

03. Treści kształcenia

Część I

Praktyka	Program praktyk obejmuje zapoznanie się z: 1. Podstawowymi zasadami bezpieczeństwa i higieny pracy. 2. Strukturą organizacyjną, formą własnościową podmiotu gospodarczego i charakterem prowadzonej działalności. 3. Pracą wybranych działów lub zagadnień, np.: • Planowanie i analiza ekonomiczna • Ocena efektywności przedsięwzięć inwestycyjnych • Zarządzanie zasobami ludzkimi • Zarządzanie marketingowe • Zarządzanie informacją w przedsiębiorstwie • Zarządzanie wiedzą • Współpraca z otoczeniem • Formy rozliczeń z kontrahentami • Monitoring kosztów • Ewidencja księgową • Współpraca z instytucjami finansowymi • Zasady i źródła finansowania działalności • Rozliczenia podatkowe • Ocena ryzyka • Badania rynkowe i prognozowanie • Systemy informatyczne wspomagające zarządzanie • Zarządzanie relacjami z klientem
----------	---

Tabela: Efekty uczenia się

Wiedza	
Kod efektu	K_W03
Opis	Student poszerza swoją wiedzę dotyczącą wewnętrznych aktów prawnych oraz procedur obiegu dokumentów w jednostce gospodarczej. Ma podstawową wiedzę o wymogach kwalifikacyjnych i zakresie kompetencji na poszczególnych stanowiskach pracy.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_W03
Metody weryfikacji	Praktyka: zgodnie z Regulaminem przedmiotu: Wypełniony dzienniczek praktyk studenckich oraz zaświadczenie o odbyciu praktyki
Kod efektu	K_W05
Opis	Student poszerza swoją wiedzę praktyczną poprzez obserwacje funkcjonowania organizacji w miejscu praktyki oraz poprzez częściowy udział w realizacji typowych projektów dla danej organizacji gospodarczej.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_W05
Metody weryfikacji	Praktyka: zgodnie z Regulaminem przedmiotu: Wypełniony dzienniczek praktyk studenckich oraz zaświadczenie o odbyciu praktyki
Umiejętności	
Kod efektu	K_U03
Opis	Student potrafi brać udział w realizacji typowych projektów dla danej organizacji gospodarczej
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_U03
Metody weryfikacji	Praktyka: zgodnie z Regulaminem przedmiotu: Wypełniony dzienniczek praktyk studenckich oraz zaświadczenie o odbyciu praktyki
Kod efektu	K_U06
Opis	Student potrafi brać udział w realizacji typowych projektów dla danej organizacji gospodarczej
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_U06
Metody weryfikacji	Praktyka: zgodnie z Regulaminem przedmiotu: Wypełniony dzienniczek praktyk studenckich oraz zaświadczenie o odbyciu praktyki
Kod efektu	K_U07
Opis	Student potrafi analizować dokumentację, posługiwać się fachową terminologią, rozwiązywać zadania i problemy.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_U07

Część I

Metody weryfikacji	Praktyka: zgodnie z Regulaminem przedmiotu:Wypełniony dzienniczek praktyk studenckich oraz zaświadczenie o odbyciu praktyki
Kod efektu	K_U10
Opis	Student umie wyszukiwać, dobrać i wykorzystać informacje i materiały źródłowe potrzebne do napisania pracy dyplomowej
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_U10
Metody weryfikacji	Praktyka: zgodnie z Regulaminem przedmiotu:Wypełniony dzienniczek praktyk studenckich oraz zaświadczenie o odbyciu praktyki
Kod efektu	K_U11
Opis	Student posiada umiejętność pracy w zespole. Ma elementarne umiejętności organizacyjne pozwalające na realizację celów, wyznaczonych przez przełożonych.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_U11
Metody weryfikacji	Praktyka: zgodnie z Regulaminem przedmiotu:Wypełniony dzienniczek praktyk studenckich oraz zaświadczenie o odbyciu praktyki

Kompetencje społeczne

Kod efektu	K_K01
Opis	Student jest gotów do ciągłego zdobywania wiedzy z branży działalności danej organizacji, krytycznej oceny posiadanej wiedzy i umiejętności oraz odbieranych treści.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_K01
Metody weryfikacji	Praktyka: zgodnie z Regulaminem przedmiotu:Wypełniony dzienniczek praktyk studenckich oraz zaświadczenie o odbyciu praktyki
Kod efektu	K_K04
Opis	Student jest gotów do myślenia i działania w sposób przedsiębiorczy.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_K04
Metody weryfikacji	Praktyka: zgodnie z Regulaminem przedmiotu:Wypełniony dzienniczek praktyk studenckich oraz zaświadczenie o odbyciu praktyki

SYLABUS PRZEDMIOTU

Kod przedmiotu	7200-ZGDMZ-LZP-0463
Nazwa przedmiotu	Digital marketing
Wersja przedmiotu	2025Z
Poziom kształcenia	pierwszego stopnia
Forma i tryb prowadzenia studiów	niestacjonarne
Profil studiów	Praktyczny
Kierunek studiów	Zarządzanie i Marketing w Gospodarce Cyfrowej
Specjalność	Digital Marketing i Zarządzanie Sprzedażą
Jednostka prowadząca	Kolegium Nauk Ekonomicznych i Społecznych
Jednostka realizująca	Kolegium Nauk Ekonomicznych i Społecznych
Blok przedmiotów	nd
Grupy przedmiotów	Przedmioty z sem. 4, studia I stopnia niestacjonarne, KNEiS, Digital Marketing ...
Status przedmiotu	Obowiązkowy
Język prowadzenia zajęć	polski
Kod etapu studiów	ZGDMZ-S4-LZP-7200
Liczba punktów ECTS	2

Część I**01. Efekty uczenia się i sposób prowadzenia zajęć**

Cel przedmiotu	Celem przedmiotu jest zapoznanie studentów z zasadami wdrażania innowacyjnych zintegrowanych rozwiązań, które pozytywnie wpływają na rozwój potencjalnego przedsiębiorstwa. Dodatkowym atutem będzie zapoznanie studentów z procesem wdrażania strategii i niezbędnych narzędzi wykorzystywanych w szeroko pojętym marketingu cyfrowym. W trakcie zajęć studenci zdobędą praktyczne umiejętności, opracowując projekt, bazując na wybranych przykładach
Efekty uczenia się oraz sposób ich weryfikacji i oceny	patrz tabela "Efekty uczenia się"
Formy zajęć i ich wymiar w semestrze	
Ćwiczenia	16.00 h
Wykład	8.00 h

02. Bilans ECTS

Liczba punktów ECTS	2	
Rozliczenie godzinowo - punktowe przedmiotu	Godziny	ECTS
Liczba godzin i ECTS pracy studenta:		
Godziny i ECTS za zajęcia związane z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich	28	1.12
Godziny i ECTS związane z pracą własną studenta	22	0.88
Razem	50	2.00
Liczba godzin związanych z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich:		
Godziny związane z udziałem w zajęciach	24	
Inne godziny kontaktowe	4	
Razem	28	
Liczba godzin związanych z pracą własną studenta:		
Godziny przeznaczone na pracę własną studenta	22	

03. Treści kształcenia

Część I

Ćwiczenia	1. Analiza środowiska marketingu cyfrowego pod kątem opracowania projektu funkcjonowania przedsiębiorstwa. 2. Praktyczne zastosowanie emailingu, stron internetowych, Search Engine Optimization (SEO) oraz elektronicznych metod płatności w marketingu cyfrowym. 3. Wykorzystanie mediów społecznościowych w marketingu. 4. Omówienie głównych celów oraz strategii stosowanych w marketingu cyfrowym. 5. Omówienie etapów raportowania w zakresie zarządzania zasobami. 6. Praktyczne zastosowanie analizy przedsiębiorstwa wykorzystującego w działalności narzędzia marketingu cyfrowego. 7. Omówienie sposobów integracji i ulepszania biznesu w obliczu zmieniającego się marketingu cyfrowego. 8. Metody opracowania baz danych. 9. Etapy budowy ekosystemu danych dla lepszego targetingu. 10. Analiza praktycznych przykładów zastosowania marketingu predykcyjnego. 11. Analiza praktycznych przykładów zastosowania marketingu kontekstowego. 12. Analiza praktycznych przykładów zastosowania marketingu cyfrowego rozszerzonego. 13. Analiza praktycznych przykładów zastosowania marketingu cyfrowego zwinnego.
Wykład	1. Charakterystyka środowiska marketingu cyfrowego. 2. Email, strony internetowe, Search Engine Optimization (SEO), elektroniczne metody płatności-charakterystyka. 3. Istota mediów społecznościowych w marketingu. 4. Cele oraz strategie stosowane w marketingu cyfrowym. 5. Zarządzanie zasobami i raportowanie. 6. Charakterystyka analiz przeprowadzanych w ramach marketingu cyfrowego. 7. Integracja, ulepszanie i transformacja marketingu cyfrowego. 8. Wprowadzenie do marketingu bazującego na danych. 9. Budowanie ekosystemu danych dla lepszego targetingu. 10. Wprowadzenie do marketingu predykcyjnego. 11. Antycypacja popytu na rynku poprzez działania kontekstowego. 12. Wprowadzenie do marketingu kontekstowego. 13. Tworzenie spersonalizowanego doświadczenia sensorycznego. 14. Istota marketingu cyfrowego rozszerzonego. 15. Istota marketingu cyfrowego zwinnego.

Tabela: Efekty uczenia się

Wiedza	
Kod efektu	K_W01
Opis	student zna i rozumie w zaawansowanym stopniu kluczowe zagadnienia używane w marketingu cyfrowym oraz zastosowanie tych terminów w obrębie pokrewnych dyscyplin, a także zna miejsce digital marketingu w systemie nauk społecznych
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_W01
Metody weryfikacji	egzamin pisemny: Test ocena aktywności podczas zajęć praca domowa: Praca domowa projekt: Opracowanie projektu przedsiębiorstwa prowadzącego działalność gospodarczą na arenie międzynarodowej wykorzystującego wybrane narzędzia stosowane w marketingu cyfrowym, obecność na ćwiczeniach obowiązkowa (dopuszczalne są tylko dwie nieobecności)
Kod efektu	K_W02

Część I

Opis	student zna i rozumie w zaawansowanym stopniu procesy związane z gospodarką cyfrową z perspektywy człowieka, organizacji, branży, świata w zjawiskach zarządczych i ekonomicznych ze szczególnym odniesieniem do marketingu cyfrowego
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_W02
Metody weryfikacji	egzamin pisemny: Test ocena aktywności podczas zajęć praca domowa: Praca domowa projekt: Opracowanie projektu przedsiębiorstwa prowadzącego działalność gospodarczą na arenie międzynarodowej wykorzystującego wybrane narzędzia stosowane w marketingu cyfrowym, obecność na ćwiczeniach obowiązkowa (dopuszczalne są tylko dwie nieobecności)
Kod efektu	K_W05
Opis	student zna i rozumie w zaawansowanym stopniu zasady i narzędzia stosowane w digital marketingu w odniesieniu do prowadzenia sprzedaży w środowisku wirtualnym
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_W05
Metody weryfikacji	egzamin pisemny: Test ocena aktywności podczas zajęć praca domowa: Praca domowa projekt: Opracowanie projektu przedsiębiorstwa prowadzącego działalność gospodarczą na arenie międzynarodowej wykorzystującego wybrane narzędzia stosowane w marketingu cyfrowym, obecność na ćwiczeniach obowiązkowa (dopuszczalne są tylko dwie nieobecności)
Kod efektu	K_W08
Opis	student zna i rozumie podstawowe zasady tworzenia i rozwoju różnych form przedsiębiorczości ze szczególnym uwzględnieniem marketingu cyfrowego, w tym e-biznesu
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_W08
Metody weryfikacji	egzamin pisemny: Test ocena aktywności podczas zajęć praca domowa: Praca domowa projekt: Opracowanie projektu przedsiębiorstwa prowadzącego działalność gospodarczą na arenie międzynarodowej wykorzystującego wybrane narzędzia stosowane w marketingu cyfrowym, obecność na ćwiczeniach obowiązkowa (dopuszczalne są tylko dwie nieobecności)
Umiejętności	
Kod efektu	K_U01
Opis	student potrafi wykorzystać posiadaną wiedzę teoretyczną z zakresu marketingu cyfrowego, w tym zarządzania sprzedażą do zaawansowanych analiz procesów i zjawisk gospodarczych związanych z praktyką gospodarczą oraz formułować na ich podstawie wnioski i rekomendacje
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_U01

Część I	
Metody weryfikacji	egzamin pisemny:Test ocena aktywności podczas zajęć praca domowa:Praca domowa projekt:Opracowanie projektu przedsiębiorstwa prowadzącego działalność gospodarczą na arenie międzynarodowej wykorzystującego wybrane narzędzia stosowane w marketingu cyfrowym, obecność na ćwiczeniach obowiązkowa (dopuszczalne są tylko dwie nieobecności)
Kod efektu	K_U02
Opis	student potrafi łączyć zagadnienia odnoszące się do marketingu cyfrowego z innymi aspektami prowadzenia działalności gospodarczej, m.in. z zakresu gospodarki cyfrowej w kontekście wyzwań współczesnej cywilizacji
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_U02
Metody weryfikacji	egzamin pisemny:Test ocena aktywności podczas zajęć praca domowa:Praca domowa projekt:Opracowanie projektu przedsiębiorstwa prowadzącego działalność gospodarczą na arenie międzynarodowej wykorzystującego wybrane narzędzia stosowane w marketingu cyfrowym, obecność na ćwiczeniach obowiązkowa (dopuszczalne są tylko dwie nieobecności)
Kod efektu	K_U07
Opis	student potrafi komunikować się z otoczeniem z użyciem specjalistycznej terminologii z zakresu digital marketingu
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_U07
Metody weryfikacji	egzamin pisemny:Test ocena aktywności podczas zajęć praca domowa:Praca domowa projekt:Opracowanie projektu przedsiębiorstwa prowadzącego działalność gospodarczą na arenie międzynarodowej wykorzystującego wybrane narzędzia stosowane w marketingu cyfrowym, obecność na ćwiczeniach obowiązkowa (dopuszczalne są tylko dwie nieobecności)
Kompetencje społeczne	
Kod efektu	K_K01
Opis	student jest gotów do krytycznego uznawania nabytej wiedzy i odbieranych treści w rozwiązywaniu problemów poznawczych i praktycznych bezpośrednio odnoszących się do marketingu cyfrowego
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_K01
Metody weryfikacji	egzamin pisemny:Test ocena aktywności podczas zajęć praca domowa:Praca domowa projekt:Opracowanie projektu przedsiębiorstwa prowadzącego działalność gospodarczą na arenie międzynarodowej wykorzystującego wybrane narzędzia stosowane w marketingu cyfrowym, obecność na ćwiczeniach obowiązkowa (dopuszczalne są tylko dwie nieobecności)
Kod efektu	K_K04
Opis	jest gotów do myślenia i działania w sposób przedsiębiorczy w odniesieniu do digital marketingu
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_K04

Część I

Metody weryfikacji	egzamin pisemny:Test ocena aktywności podczas zajęć praca domowa:Praca domowa projekt:Opracowanie projektu przedsiębiorstwa prowadzącego działalność gospodarczą na arenie międzynarodowej wykorzystującego wybrane narzędzia stosowane w marketingu cyfrowym, obecność na ćwiczeniach obowiązkowa (dopuszczalne są tylko dwie nieobecności)
Kod efektu	K_K05
Opis	jest gotów do odpowiedzialnego pełnienia ról zawodowych oraz przestrzegania i rozwijania zasad etyki zawodowej specjalistów z działu marketingu (digital marketingu)
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_K05
Metody weryfikacji	egzamin pisemny:Test ocena aktywności podczas zajęć praca domowa:Praca domowa projekt:Opracowanie projektu przedsiębiorstwa prowadzącego działalność gospodarczą na arenie międzynarodowej wykorzystującego wybrane narzędzia stosowane w marketingu cyfrowym, obecność na ćwiczeniach obowiązkowa (dopuszczalne są tylko dwie nieobecności)
Kod efektu	K_K06
Opis	jest gotów do odpowiedzialnego pełnienia ról zawodowych i rozwijania dorobku zawodów wykonywanych w środowisku cyfrowym, w tym podtrzymywania etosu zawodu specjalistów z branży marketingowej z uwzględnieniem zmieniających się potrzeb społecznych w zakresie cyfryzacji
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_K06
Metody weryfikacji	egzamin pisemny:Test ocena aktywności podczas zajęć praca domowa:Praca domowa projekt:Opracowanie projektu przedsiębiorstwa prowadzącego działalność gospodarczą na arenie międzynarodowej wykorzystującego wybrane narzędzia stosowane w marketingu cyfrowym, obecność na ćwiczeniach obowiązkowa (dopuszczalne są tylko dwie nieobecności)

SYLABUS PRZEDMIOTU

Kod przedmiotu	7200-ZGDMZ-LZP-0464
Nazwa przedmiotu	E-commerce
Wersja przedmiotu	2025Z
Poziom kształcenia	pierwszego stopnia
Forma i tryb prowadzenia studiów	niestacjonarne
Profil studiów	Praktyczny
Kierunek studiów	Zarządzanie i Marketing w Gospodarce Cyfrowej
Specjalność	Digital Marketing i Zarządzanie Sprzedażą
Jednostka prowadząca	Kolegium Nauk Ekonomicznych i Społecznych
Jednostka realizująca	Kolegium Nauk Ekonomicznych i Społecznych
Blok przedmiotów	nd
Grupy przedmiotów	Przedmioty z sem. 4, studia I stopnia niestacjonarne, KNEiS, Digital Marketing ...
Status przedmiotu	Obowiązkowy
Język prowadzenia zajęć	polski
Kod etapu studiów	ZGDMZ-S4-LZP-7200
Liczba punktów ECTS	2

Część I**01. Efekty uczenia się i sposób prowadzenia zajęć**

Cel przedmiotu	Celem przedmiotu "E-commerce" jest zapoznanie studentów z kluczowymi zagadnieniami dotyczącymi handlu elektronicznego, w tym technologiami, modelami biznesowymi, strategiami marketingowymi oraz analityką e-commerce. Kurs umożliwi zdobycie umiejętności praktycznych potrzebnych do zarządzania sklepem internetowym oraz zwiększania sprzedaży online.
Efekty uczenia się oraz sposób ich weryfikacji i oceny	patrz tabela "Efekty uczenia się"
Formy zajęć i ich wymiar w semestrze	
Ćwiczenia	16.00 h

02. Bilans ECTS

Liczba punktów ECTS	2	
Rozliczenie godzinowo - punktowe przedmiotu	Godziny	ECTS
Liczba godzin i ECTS pracy studenta:		
Godziny i ECTS za zajęcia związane z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich	18	0.72
Godziny i ECTS związane z pracą własną studenta	32	1.28
Razem	50	2.00
Liczba godzin związanych z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich:		
Godziny związane z udziałem w zajęciach	16	
Inne godziny kontaktowe	2	
Razem	18	
Liczba godzin związanych z pracą własną studenta:		
Godziny przeznaczone na pracę własną studenta	32	

03. Treści kształcenia

Część I

Ćwiczenia	1: Wprowadzenie do e-commerce – historia, obecne trendy i przyszłość handlu elektronicznego. 2: Modele biznesowe w e-commerce – charakterystyka B2B, B2C, C2C, D2C i ich zastosowania. 3: Budowa platformy e-commerce – przegląd dostępnych rozwiązań i wybór odpowiedniego narzędzia. 4: UX/UI w e-commerce – zasady projektowania interfejsów i zwiększanie konwersji. 5: Proces zakupowy i optymalizacja konwersji – analiza ścieżki zakupowej i sposoby jej usprawniania. 6: Zarządzanie katalogiem produktów – optymalizacja opisów, zdjęć i kategorii produktów. 7: Płatności i bezpieczeństwo – przegląd metod płatności i rozwiązań zabezpieczających transakcje. 8: Logistyka i fulfillment – zarządzanie magazynem, dostawą oraz obsługą zwrotów. 9: SEO w e-commerce – optymalizacja stron pod kątem wyszukiwarek i poprawa widoczności. 10: Marketing w mediach społecznościowych – promocja produktów w social media i budowanie zaangażowania. 11: Kampanie reklamowe – Google Ads, Facebook Ads i inne kanały płatnej promocji w e-commerce. 12: E-mail marketing i automatyzacja – budowanie relacji z klientami i zwiększanie sprzedaży. 13: Analityka i mierzenie wyników – narzędzia analityczne, interpretacja danych i optymalizacja strategii. 14: Personalizacja i customer experience – jak dopasować ofertę i komunikację do oczekiwań klienta. 15: Przyszłość e-commerce – szanse, wyzwania.
-----------	--

Tabela: Efekty uczenia się

Wiedza

Kod efektu	K_W01
Opis	Student dysponuje wiedzą na temat narzędzi analizy otoczenia oraz sytuacji marketingowej przedsiębiorstwa, które są kluczowe przy planowaniu działań e-commerce. Student rozumie, w jaki sposób dynamiczne i konkurencyjne środowisko internetowe wpływa na strategiczne decyzje związane z zarządzaniem marketingiem w kontekście handlu elektronicznego.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_W01
Metody weryfikacji	prezentacja:Prezentacja omawiająca wybrane zagadnienie ważne z punktu widzenia content marketingu (szczegóły w warunkach zaliczenia) projekt:przygotowanie strategii content marketingowej dla wybranego przedsiębiorstwa
Kod efektu	K_W07
Opis	Student posiada wiedzę na temat psychospołecznych aspektów content marketingu w e-commerce, takich jak proces podejmowania decyzji zakupowych przez klientów, analizowanie ich potrzeb oraz preferencji. Skuteczne prowadzenie dialogu i budowanie relacji z odbiorcami są kluczowe w budowaniu lojalności marki. Student ma świadomość tego, jak ważne jest dostarczanie wartości klientom, co stanowi fundament w zdobywaniu przewagi konkurencyjnej na rynku online
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_W07
Metody weryfikacji	prezentacja:Prezentacja omawiająca wybrane zagadnienie ważne z punktu widzenia content marketingu (szczegóły w warunkach zaliczenia) projekt:przygotowanie strategii content marketingowej dla wybranego przedsiębiorstwa

Umiejętności

Część I

Kod efektu	K_U01
Opis	Student umiejętnie wykorzystuje zdobytą wiedzę teoretyczną, szczególnie w kontekście podejmowania decyzji dotyczących działań e-commerce. Posiada zdolność do przeprowadzania krytycznej analizy skuteczności oraz użyteczności metod i narzędzi stosowanych w content marketingu, co pozwala na optymalizację strategii promocyjnych w sieci.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_U01
Metody weryfikacji	prezentacja:Prezentacja omawiająca wybrane zagadnienie ważne z punktu widzenia content marketingu (szczegóły w warunkach zaliczenia) projekt:przygotowanie strategii content marketingowej dla wybranego przedsiębiorstwa
Kod efektu	K_U03
Opis	Student jest w stanie ocenić i dokładnie określić wpływ decyzji związanych z content marketingiem na inne obszary działalności organizacji, co jest kluczowe dla spójności działań e-commerce. Znajomość narzędzi z zakresu e-commerce pozwala na lepsze zarządzanie zasobami i osiąganie zamierzonych celów biznesowych.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_U03
Metody weryfikacji	prezentacja:Prezentacja omawiająca wybrane zagadnienie ważne z punktu widzenia content marketingu (szczegóły w warunkach zaliczenia) projekt:przygotowanie strategii content marketingowej dla wybranego przedsiębiorstwa
Kod efektu	K_U08
Opis	Student potrafi opracowywać kompleksowy plan content marketingowego, uwzględniając zarówno aspekty finansowe, jak i budżetowe. Dzięki różnorodnym metodom kontroli wyników finansowych i niefinansowych może efektywnie monitorować realizację celów e-commerce.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_U08
Metody weryfikacji	prezentacja:Prezentacja omawiająca wybrane zagadnienie ważne z punktu widzenia content marketingu (szczegóły w warunkach zaliczenia) projekt:przygotowanie strategii content marketingowej dla wybranego przedsiębiorstwa

Kompetencje społeczne

Kod efektu	K_K01
Opis	Student potrafi określić priorytety, które są niezbędne do realizacji zadań w zakresie content marketingu, co umożliwia skuteczną organizację pracy oraz lepsze wykorzystanie dostępnych zasobów.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_K01
Metody weryfikacji	prezentacja:Prezentacja omawiająca wybrane zagadnienie ważne z punktu widzenia content marketingu (szczegóły w warunkach zaliczenia) projekt:przygotowanie strategii content marketingowej dla wybranego przedsiębiorstwa
Kod efektu	K_K04

Część I

Opis	Student wykazuje kreatywność i przedsiębiorczość, co pozwala mu myśleć innowacyjnie oraz podejmować działania, które przyczyniają się do sukcesu w dziedzinie e-commerce, co jest niezwykle ważne w dzisiejszym konkurencyjnym świecie online.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_K04
Metody weryfikacji	prezentacja:Prezentacja omawiająca wybrane zagadnienie ważne z punktu widzenia content marketingu (szczegóły w warunkach zaliczenia) projekt:przygotowanie strategii content marketingowej dla wybranego przedsiębiorstwa

SYLABUS PRZEDMIOTU

Kod przedmiotu	7200-ZGDMZ-LZP-0465
Nazwa przedmiotu	Content marketing
Wersja przedmiotu	2025Z
Poziom kształcenia	pierwszego stopnia
Forma i tryb prowadzenia studiów	niestacjonarne
Profil studiów	Praktyczny
Kierunek studiów	Zarządzanie i Marketing w Gospodarce Cyfrowej
Specjalność	Digital Marketing i Zarządzanie Sprzedażą
Jednostka prowadząca	Kolegium Nauk Ekonomicznych i Społecznych
Jednostka realizująca	Kolegium Nauk Ekonomicznych i Społecznych
Blok przedmiotów	nd
Grupy przedmiotów	Przedmioty z sem. 4, studia I stopnia niestacjonarne, KNEiS, Digital Marketing ...
Status przedmiotu	Obowiązkowy
Język prowadzenia zajęć	polski
Kod etapu studiów	ZGDMZ-S4-LZP-7200
Liczba punktów ECTS	2

Część I**01. Efekty uczenia się i sposób prowadzenia zajęć**

Cel przedmiotu	Celem przedmiotu jest zapoznanie studentów z kluczowymi strategiami i narzędziami tworzenia wartościowych treści, które angażują odbiorców i budują długotrwałe relacje z marką. W ramach przedmiotu rozwija się umiejętność analizowania potrzeb rynku, planowania kampanii treściowych oraz optymalizacji przekazu dla różnych platform i kanałów.
Efekty uczenia się oraz sposób ich weryfikacji i oceny	patrz tabela "Efekty uczenia się"
Formy zajęć i ich wymiar w semestrze	
Ćwiczenia	16.00 h

02. Bilans ECTS

Liczba punktów ECTS	2	
Rozliczenie godzinowo - punktowe przedmiotu	Godziny	ECTS
Liczba godzin i ECTS pracy studenta:		
Godziny i ECTS za zajęcia związane z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich	18	0.72
Godziny i ECTS związane z pracą własną studenta	32	1.28
Razem	50	2.00
Liczba godzin związanych z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich:		
Godziny związane z udziałem w zajęciach	16	
Inne godziny kontaktowe	2	
Razem	18	
Liczba godzin związanych z pracą własną studenta:		
Godziny przeznaczone na pracę własną studenta	32	

03. Treści kształcenia

Część I

Ćwiczenia	1: Wprowadzenie do content marketingu i omówienie jego znaczenia w strategiach marketingowych. 2: Analiza grup docelowych, segmentacja odbiorców 3: Tworzenie strategii content marketingowej, obejmującej cele, odbiorców i kanały dystrybucji. 4: Planowanie treści i opracowanie kalendarza publikacji, uwzględniającego cykliczność i sezonowość. 5: Storytelling jako technika budowania angażujących historii oraz wywoływania emocjonalnego zaangażowania odbiorców. 6: Optymalizacja treści pod kątem SEO, czyli dobór słów kluczowych i poprawna struktura tekstu. 7: Omówienie rodzajów treści, takich jak blogi, infografiki czy treści wideo. 8: Kanały dystrybucji treści content marketingowych, w tym social media, newslettery i blogi, dostosowane do preferencji odbiorców. 9: Specyfika content marketingu w mediach społecznościowych oraz strategie budowania zaangażowania na tych platformach. 10: Rynek pracy dla specjalistów w obszarze content marketingu. 11: Analityka i mierzenie efektywności treści, w tym wskaźniki KPI i analiza wyników w celu optymalizacji strategii. 12: Dopasowanie treści do etapów ścieżki klienta, wspieranie świadomości, rozważania i decyzji zakupowej. 13: Strategie zaangażowania odbiorców oraz budowanie lojalności poprzez wartościowy content marketing. 14: Zarządzanie kryzysowe i działania PR w kontekście content marketingu, mające na celu ochronę wizerunku marki. 15: Prezentacja przygotowanych przez studentów projektów i podsumowanie najważniejszych wniosków z kursu.
-----------	---

Tabela: Efekty uczenia się

Wiedza	
Kod efektu	K_W01
Opis	Dysponuje wiedzą na temat narzędzi analizy środowiska i sytuacji marketingowej firmy, stosowanych przy planowaniu działań marketingowych, szczególnie w zakresie analizy klientów, konkurentów i produktów. Rozumie, jak zmienne i konkurencyjne otoczenie wpływa na strategiczne wybory w zarządzaniu marketingiem przedsiębiorstwa.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_W01
Metody weryfikacji	prezentacja:prezentacja omawiająca wybrane zagadnienie ważne z punktu widzenia content marketingu projekt:przygotowanie strategii content marketingowej dla wybranego przedsiębiorstwa
Kod efektu	K_W07
Opis	Student posiada wiedzę na temat psychospołecznych aspektów content marketingu (wpływ content marketingu na decyzje zakupowe klientów, analiza ich potrzeb i preferencji, budowanie relacji z odbiorcami). Student rozumie znaczenie tworzenia wartości dla klientów w procesie budowania przewagi konkurencyjnej.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_W07
Metody weryfikacji	prezentacja:prezentacja omawiająca wybrane zagadnienie ważne z punktu widzenia content marketingu projekt:przygotowanie strategii content marketingowej dla wybranego przedsiębiorstwa
Umiejętności	
Kod efektu	K_U01

Część I

Opis	Potrafi wykorzystać zdobytą wiedzę marketingową, szczególnie w podejmowaniu decyzji marketingowych, a także przeprowadzić krytyczną analizę skuteczności i przydatności stosowanych metod i narzędzi content marketingowych.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_U01
Metody weryfikacji	prezentacja:prezentacja omawiająca wybrane zagadnienie ważne z punktu widzenia content marketingu projekt:przygotowanie strategii content marketingowej dla wybranego przedsiębiorstwa
Kod efektu	K_U03
Opis	Potrafi ocenić i precyzyjnie określić konsekwencje decyzji w zakresie content marketingu dla pozostałych obszarów organizacji, a także stosować narzędzia niezbędne w tworzeniu treści content marketingowych
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_U03
Metody weryfikacji	prezentacja:prezentacja omawiająca wybrane zagadnienie ważne z punktu widzenia content marketingu projekt:przygotowanie strategii content marketingowej dla wybranego przedsiębiorstwa
Kod efektu	K_U08
Opis	Posiada umiejętność opracowania planu content marketingowego, uwzględniając aspekty finansowe, budżetowe oraz różne metody kontroli wyników finansowych i niefinansowych.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_U08
Metody weryfikacji	prezentacja:prezentacja omawiająca wybrane zagadnienie ważne z punktu widzenia content marketingu projekt:przygotowanie strategii content marketingowej dla wybranego przedsiębiorstwa
Kompetencje społeczne	
Kod efektu	K_K01
Opis	Potrafi odpowiednio określić priorytety służące realizacji zadań z zakresu content marketingu
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_K01
Metody weryfikacji	prezentacja:prezentacja omawiająca wybrane zagadnienie ważne z punktu widzenia content marketingu projekt:przygotowanie strategii content marketingowej dla wybranego przedsiębiorstwa
Kod efektu	K_K04
Opis	Potrafi - podczas opracowywania strategii content marketingowej czy omawiania zagadnień istotnych z punktu widzenia marketingu treści - myśleć i działać w sposób kreatywny oraz przedsiębiorczy
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_K04
Metody weryfikacji	prezentacja:prezentacja omawiająca wybrane zagadnienie ważne z punktu widzenia content marketingu projekt:przygotowanie strategii content marketingowej dla wybranego przedsiębiorstwa

SYLABUS PRZEDMIOTU

Kod przedmiotu	7200-ZGDMZ-LZP-0466
Nazwa przedmiotu	Sztuka prezentacji i występów publicznych
Wersja przedmiotu	2025Z
Poziom kształcenia	pierwszego stopnia
Forma i tryb prowadzenia studiów	niestacjonarne
Profil studiów	Praktyczny
Kierunek studiów	Zarządzanie i Marketing w Gospodarce Cyfrowej
Specjalność	Digital Marketing i Zarządzanie Sprzedażą
Jednostka prowadząca	Kolegium Nauk Ekonomicznych i Społecznych
Jednostka realizująca	Kolegium Nauk Ekonomicznych i Społecznych
Blok przedmiotów	nd
Grupy przedmiotów	Przedmioty z sem. 4, studia I stopnia niestacjonarne, KNEiS, Digital Marketing ...
Status przedmiotu	Obowiązkowy
Język prowadzenia zajęć	polski
Kod etapu studiów	ZGDMZ-S4-LZP-7200
Liczba punktów ECTS	2

Część I**01. Efekty uczenia się i sposób prowadzenia zajęć**

Cel przedmiotu	Celem tego przedmiotu jest rozwinięcie kompetencji w zakresie występów publicznych i sztuki prezentacji, pozwalających na tworzenie angażujących i profesjonalnych przekazów. Uczestnicy poznają zasady pracy nad treścią i formą wystąpienia, ucząc się skutecznych technik radzenia sobie ze stresem oraz nawiązywania kontaktu z odbiorcami. Dzięki praktycznym ćwiczeniom z zakresu mowy ciała, modulacji głosu i storytellingu, studenci zdobędą umiejętności świadomego kształtowania swojego wystąpienia, dostosowanego do publiczności. Program zakończony jest indywidualnymi prezentacjami, podczas których uczestnicy otrzymują konstruktywny feedback i doskonalą swoje umiejętności.
Efekty uczenia się oraz sposób ich weryfikacji i oceny	patrz tabela "Efekty uczenia się"
Formy zajęć i ich wymiar w semestrze	
Ćwiczenia	16.00 h

02. Bilans ECTS

Liczba punktów ECTS	2	
Rozliczenie godzinowo - punktowe przedmiotu	Godziny	ECTS
Liczba godzin i ECTS pracy studenta:		
Godziny i ECTS za zajęcia związane z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich	19	0.76
Godziny i ECTS związane z pracą własną studenta	31	1.24
Razem	50	2.00
Liczba godzin związanych z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich:		
Godziny związane z udziałem w zajęciach	16	
Inne godziny kontaktowe	3	
Razem	19	
Liczba godzin związanych z pracą własną studenta:		
Godziny przeznaczone na pracę własną studenta	31	

1. Wprowadzenie do sztuki prezentacji i występów publicznych
Omówienie podstawowych zasad, znaczenia i celu efektywnej prezentacji oraz znaczenia publicznego występowania.
2. Radzenie sobie ze stresem i treścią
Techniki relaksacyjne i sposoby kontrolowania emocji przed wystąpieniem. Praktyczne ćwiczenia oddechowe i wizualizacyjne na opanowanie tremy.
3. Budowanie autentycznego przekazu i storytelling
Jak tworzyć autentyczny, angażujący przekaz i wykorzystywać storytelling. Ćwiczenia na tworzenie krótkich, inspirujących historii.
4. Sztuka przygotowania się do prezentacji
Zasady planowania i przygotowania wystąpienia. Jak tworzyć zarys, szkic i scenariusz prezentacji, uwzględniając strukturę i kolejność wątków.
5. Analiza publiczności
Jak dostosować przekaz do potrzeb i oczekiwań odbiorców. Ćwiczenia na analizowanie i badanie publiczności przed wystąpieniem.
6. Mowa ciała: mimika, gesty, postawa
Znaczenie mowy ciała w komunikacji. Praktyczne ćwiczenia dotyczące świadomego wykorzystywania mimiki, gestów oraz postawy ciała.
7. Kontrola głosu: ton, tempo, modulacja
Jak pracować z głosem, aby był on dynamiczny, przekonujący i wyrazisty. Ćwiczenia na artykulację, tempo i modulację głosu.
8. Znaczenie spojrzenia i kontaktu wzrokowego z publicznością
Jak nawiązywać i utrzymywać kontakt wzrokowy. Praktyczne ćwiczenia z pracy ze wzrokiem i budowania relacji z publicznością.
9. Interakcja z publicznością i zarządzanie pytaniami
Techniki angażowania słuchaczy, odpowiadanie na pytania i kontrolowanie interakcji. Ćwiczenia z odpowiedzi na pytania i zarządzania dyskusją.
10. Podsumowanie wystąpienia i techniki zakończenia
Znaczenie mocnego zakończenia wystąpienia. Ćwiczenia na tworzenie skutecznych podsumowań i wezwań do działania.
11. Praca z mikrofonem i sprzętem audiowizualnym
Jak efektywnie korzystać z mikrofonu, rzutnika, prezentacji multimedialnej. Ćwiczenia praktyczne z wykorzystaniem sprzętu.
12. Tworzenie profesjonalnych materiałów wizualnych cz. 1
Podstawowe zasady tworzenia prezentacji i materiałów wizualnych, które wspierają przekaz. Omówienie programów i narzędzi graficznych.
13. Tworzenie profesjonalnych materiałów wizualnych cz. 2
Podstawowe zasady tworzenia prezentacji i materiałów wizualnych, które wspierają przekaz. Omówienie programów i narzędzi graficznych.
14. Praktyka – indywidualne prezentacje końcowe
Każdy uczestnik przeprowadza krótką prezentację, stosując poznane techniki. Omówienie występów.
Ocena i feedback - jak rozwijać swoje umiejętności
Ćwiczenia w grupach, gdzie uczestnicy nawzajem oceniają swoje wystąpienia i udzielają konstruktywnego feedbacku.
15. Praktyka – indywidualne prezentacje końcowe
Każdy uczestnik przeprowadza krótką prezentację, stosując poznane techniki. Omówienie występów.

Część I

	Ocena i feedback - jak rozwijać swoje umiejętności Ćwiczenia w grupach, gdzie uczestnicy nawzajem oceniają swoje wystąpienia i udzielają konstruktywnego feedbacku.
--	--

Tabela: Efekty uczenia się

Wiedza	
Kod efektu	K_W04
Opis	Zna i rozumie metody komunikacji, w tym zasady autentycznego storytellingu, analizy mowy ciała oraz techniki angażowania słuchaczy i zarządzania dyskusją.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_W04
Metody weryfikacji	Ćwiczenia: ocena aktywności podczas zajęć: Aktywność na zajęciach Ćwiczenia: prezentacja: Opracowanie i wygłoszenie przemówienia wraz z prezentacją multimedialną
Kod efektu	K_W06
Opis	Zna i rozumie kluczowe zasady tworzenia prezentacji oraz materiałów wizualnych, które skutecznie wspierają przekaz, a także zasady efektywnego korzystania z mikrofonu.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_W06
Metody weryfikacji	Ćwiczenia: ocena aktywności podczas zajęć: Aktywność na zajęciach Ćwiczenia: prezentacja: Opracowanie i wygłoszenie przemówienia wraz z prezentacją multimedialną

Umiejętności

Kod efektu	K_U02
Opis	Potrafi łączyć zagadnienia związane z planowaniem i przygotowaniem wystąpienia, dostosować przekaz do potrzeb odbiorców oraz nawiązywać i utrzymywać kontakt wzrokowy, co sprzyja efektywnej komunikacji.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_U02
Metody weryfikacji	Ćwiczenia: ocena aktywności podczas zajęć: Aktywność na zajęciach Ćwiczenia: prezentacja: Opracowanie i wygłoszenie przemówienia wraz z prezentacją multimedialną
Kod efektu	K_U05
Opis	Potrafi dobierać i stosować zaawansowane techniki komunikacyjne, odpowiadać na pytania i kontrolować interakcje ze słuchaczami.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_U05
Metody weryfikacji	Ćwiczenia: ocena aktywności podczas zajęć: Aktywność na zajęciach Ćwiczenia: prezentacja: Opracowanie i wygłoszenie przemówienia wraz z prezentacją multimedialną

Kompetencje społeczne

Kod efektu	K_K05
Opis	Jest gotów do umiejętnej pracy głosem, zapewniającej jego dynamikę, przekonujący ton oraz wyrazistość, co wzmacnia siłę przekazu.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_K05
Metody weryfikacji	Ćwiczenia: ocena aktywności podczas zajęć: Aktywność na zajęciach Ćwiczenia: prezentacja: Opracowanie i wygłoszenie przemówienia wraz z prezentacją multimedialną
Kod efektu	K_K06

Część I

Opis	Jest gotów do pełnienia roli mówcy publicznego, nieustannie rozwijając swój dorobek zawodowy w tej dziedzinie, dbając jednocześnie o podtrzymywanie etosu zawodu, uwzględniając przy tym potrzeby specjalistów z branż finansowo-księgowej i marketingowej, oraz reagując na zmieniające się wymagania społeczne.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_K06
Metody weryfikacji	Ćwiczenia: ocena aktywności podczas zajęć: Aktywność na zajęciach Ćwiczenia: prezentacja: Opracowanie i wygłoszenie przemówienia wraz z prezentacją multimedialną

SYLABUS PRZEDMIOTU

Kod przedmiotu	7190-00000-LZP-0462
Nazwa przedmiotu	Język angielski - poziom B2 - sem. 4
Wersja przedmiotu	2025Z
Poziom kształcenia	pierwszego stopnia
Forma i tryb prowadzenia studiów	niestacjonarne
Profil studiów	Praktyczny
Kierunek studiów	Zarządzanie i Marketing w Gospodarce Cyfrowej
Specjalność	Digital Marketing i Zarządzanie Sprzedażą
Jednostka prowadząca	Kolegium Nauk Ekonomicznych i Społecznych
Jednostka realizująca	Wydział Budownictwa, Mechaniki i Petrochemii
Blok przedmiotów	nd
Grupy przedmiotów	Przedmioty z sem. 4, studia I stopnia niestacjonarne, KNEiS, Digital MarketingPrzedmioty z sem. 4, studia I stopnia niestacjonarne, KNEiS, Rachunkowość i zarządzanie...
Status przedmiotu	Wybieralny
Język prowadzenia zajęć	polski
Kod etapu studiów	ZGDMZ-S4-LZP-7200
Liczba punktów ECTS	4

Część I**01. Efekty uczenia się i sposób prowadzenia zajęć**

Cel przedmiotu	Celem lektoratu jest podniesienie umiejętności studentów kontynuujących naukę języka angielskiego do poziomu B2. Zarys programu obejmuje cele i treści w ramach czterech sprawności językowych: rozumienie mowy (1) i tworzenie wypowiedzi (2), rozumienie tekstu ze słuchu i analiza tekstu (3), oraz sprawność pisania zróżnicowanych pod względem formy tekstów na zadany temat (4).
Efekty uczenia się oraz sposób ich weryfikacji i oceny	patrz tabela "Efekty uczenia się"
Formy zajęć i ich wymiar w semestrze	
Ćwiczenia	32.00 h

02. Bilans ECTS

Liczba punktów ECTS	4	
Rozliczenie godzinowo - punktowe przedmiotu	Godziny	ECTS
Liczba godzin i ECTS pracy studenta:		
Godziny i ECTS za zajęcia związane z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich	41	1.64
Godziny i ECTS związane z pracą własną studenta	59	2.36
Razem	100	4.00
Liczba godzin związanych z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich:		
Godziny związane z udziałem w zajęciach	32	
Inne godziny kontaktowe	9	
Razem	41	
Liczba godzin związanych z pracą własną studenta:		
Godziny przeznaczone na pracę własną studenta	59	

03. Treści kształcenia

Część I

Ćwiczenia	<ol style="list-style-type: none"> 1. Conditionals 2. Consumer society - vocabulary, reading and speaking; Raising money for charity; Reading: "Could You Spare Me Some Change, Please?" 3. Number and concord; It/there; Word formation - money: spending/earning/saving money, banks; Customer tracking 4. Module 9 test; Vocabulary, speaking and listening: Travel 5. Passive Voice; Writing a report using passive forms 6. Wish, If only, would rather, had better 7. Vocabulary and speaking : Happiness; Clauses of reason, purpose, contrast; Writing an official letter 8. Vocabulary , speaking and listening: Health and fitness; So/,such; too/enough; as/like; Idioms connected with health; Module 10 test
-----------	---

Tabela: Efekty uczenia się

Umiejętności

Kod efektu	K_U09
Opis	Potrafi zrozumieć standardowe wypowiedzi w języku angielskim na poziomie B2, z zakresu życia codziennego, akademickiego i zawodowego. Rozumie dłuższe wypowiedzi, np. główne zagadnienia wykładu, przemówienia, prezentacji i dyskusji (pod warunkiem, że zna tematykę wypowiedzi). Potrafi wypowiedzieć się i uczestniczyć w rozmowie na tematy ogólne, podając swoje argumenty, zgadzać się lub nie zgadzać się z rozmówcą. Potrafi opisywać zagadnienie, opisywać konkretny przedmiot lub proces. Potrafi czytać ze zrozumieniem nowe teksty w języku angielskim , popularnonaukowe i z zakresu swojej specjalności.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_U09
Metody weryfikacji	Ćwiczenia: kolokwium pisemne Ćwiczenia: ocena aktywności podczas zajęć
Kod efektu	K_U12
Opis	Rozumie konieczność kontynuowania nauki języka angielskiego , w trakcie i po studiach, szczególnie w kierunku swojej specjalności.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_U12
Metody weryfikacji	Ćwiczenia: kolokwium pisemne Ćwiczenia: ocena aktywności podczas zajęć

Kompetencje społeczne

Kod efektu	K_K03
Opis	Jest gotów do korzystania z umiejętności posługiwania się językiem angielskim w celu wypełniania zobowiązań społecznych, współorganizowania działalności na rzecz środowiska społecznego oraz inicjowania działań na rzecz interesu publicznego między innymi w obszarze ograniczania wykluczenia cyfrowego i pułapek marketingowych.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_K03
Metody weryfikacji	Ćwiczenia: kolokwium pisemne Ćwiczenia: ocena aktywności podczas zajęć

SYLABUS PRZEDMIOTU

Kod przedmiotu	7190-00000-LZP-0363
Nazwa przedmiotu	Język niemiecki - poziom B2 - sem. 4
Wersja przedmiotu	2025Z
Poziom kształcenia	pierwszego stopnia
Forma i tryb prowadzenia studiów	niestacjonarne
Profil studiów	Praktyczny
Kierunek studiów	Zarządzanie i Marketing w Gospodarce Cyfrowej
Specjalność	Digital Marketing i Zarządzanie Sprzedażą
Jednostka prowadząca	Kolegium Nauk Ekonomicznych i Społecznych
Jednostka realizująca	Wydział Budownictwa, Mechaniki i Petrochemii
Blok przedmiotów	nd
Grupy przedmiotów	Przedmioty z sem. 4, studia I stopnia niestacjonarne, KNEiS, Digital Marketing ...Przedmioty z sem. 4, studia I stopnia niestacjonarne, KNEiS, Rachunkowość i zarządzanie...
Status przedmiotu	Wybieralny
Język prowadzenia zajęć	polski
Kod etapu studiów	ZGDMZ-S4-LZP-7200
Liczba punktów ECTS	4

Część I**01. Efekty uczenia się i sposób prowadzenia zajęć**

Cel przedmiotu	Celem lektoratu jest podniesienie umiejętności studentów kontynuujących naukę języka niemieckiego do poziomu B2. Zarys programu obejmuje cele i treści w ramach czterech sprawności językowych: rozumienie mowy (1) i tworzenie wypowiedzi (2), rozumienie tekstu ze słuchu i analiza tekstu (3), oraz sprawność pisania zróżnicowanych pod względem formy tekstów na zadany temat (4).
Efekty uczenia się oraz sposób ich weryfikacji i oceny	patrz tabela "Efekty uczenia się"
Formy zajęć i ich wymiar w semestrze	
Ćwiczenia	32.00 h

02. Bilans ECTS

Liczba punktów ECTS	4	
Rozliczenie godzinowo - punktowe przedmiotu	Godziny	ECTS
Liczba godzin i ECTS pracy studenta:		
Godziny i ECTS za zajęcia związane z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich	41	1.64
Godziny i ECTS związane z pracą własną studenta	59	2.36
Razem	100	4.00
Liczba godzin związanych z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich:		
Godziny związane z udziałem w zajęciach	32	
Inne godziny kontaktowe	9	
Razem	41	
Liczba godzin związanych z pracą własną studenta:		
Godziny przeznaczone na pracę własną studenta	59	

03. Treści kształcenia

Część I

Treści kształcenia	Semestr IV Tematyka: - migracja, problemy imigrantów, - różnice pokoleniowe, czasy minione/współczesne, - prawa i obowiązki obywatelskie, ustawa zasadnicza (pisanie skargi/zażalenia), - mass media, zastosowanie komputera, opis danych zawartych w diagramie, - niemieccy nobliści, pisarze, analiza fragmentów utworów literackich, - Europa, polityka europejska, wybory, - wyobrażenia o pracy zawodowej a rzeczywistość, pisanie życiorysu/listu motywacyjnego w języku obcym. Zagadnienia gramatyczne: - zdanie okolicznikowe celu, konstrukcja um...zu, - zdania czasowe ze spójnikami: während, bevor (ehe), seitdem, bis, solange, sobald, - Konjunktiv II: tryb warunkowy, zdanie warunkowe, - Konjunktiv I: mowa zależna, - testy i ćwiczenia zbiorcze przygotowujące do egzaminu (poziom B1, B2)
--------------------	---

Tabela: Efekty uczenia się

Umiejętności

Kod efektu	K_U09
Opis	Potrafi zrozumieć standardowe wypowiedzi w językuniemieckim na poziomie B2, z zakresu życia codziennego, akademickiego i zawodowego. Rozumie dłuższe wypowiedzi, np. główne zagadnienia wykładu, przemówienia, prezentacji i dyskusji (pod warunkiem, że zna tematykę wypowiedzi). Potrafi wypowiedzieć się i uczestniczyć w rozmowie na tematy ogólne, podając swoje argumenty, zgadzać się lub nie zgadzać się z rozmówcą. Potrafi opisywać zagadnienie, opisywać konkretny przedmiot lub proces. Potrafi czytać ze zrozumieniem nowe teksty w języku niemieckim, popularnonaukowe i z zakresu swojej specjalności.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_U09
Metody weryfikacji	ocena aktywności podczas zajęć zaliczenie
Kod efektu	K_U12
Opis	Rozumie konieczność kontynuowania nauki języka niemieckiego, w trakcie i po studiach, szczególnie w kierunku swojej specjalności.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_U12
Metody weryfikacji	ocena aktywności podczas zajęć zaliczenie

Kompetencje społeczne

Kod efektu	K_K03
Opis	Jest gotów do korzystania z umiejętności posługiwania się językiem niemieckim w celu wypełniania zobowiązań społecznych, współorganizowania działalności na rzecz środowiska społecznego oraz inicjowania działań na rzecz interesu publicznego między innymi w obszarze ograniczania wykluczenia cyfrowego i pułapek marketingowych.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_K03
Metody weryfikacji	ocena aktywności podczas zajęć zaliczenie

SYLABUS PRZEDMIOTU

Kod przedmiotu	7200-ZG000-LZP-0453
Nazwa przedmiotu	Wprowadzenie do badań marketingowych
Wersja przedmiotu	2025Z
Poziom kształcenia	pierwszego stopnia
Forma i tryb prowadzenia studiów	niestacjonarne
Profil studiów	Praktyczny
Kierunek studiów	Zarządzanie i Marketing w Gospodarce Cyfrowej
Specjalność	Rachunkowość i Zarządzanie Finansami Cyfrowymi
Jednostka prowadząca	Kolegium Nauk Ekonomicznych i Społecznych
Jednostka realizująca	Kolegium Nauk Ekonomicznych i Społecznych
Blok przedmiotów	nd
Grupy przedmiotów	Przedmioty z sem. 4, studia I stopnia niestacjonarne, KNEiS, Digital MarketingPrzedmioty z sem. 4, studia I stopnia niestacjonarne, KNEiS, Rachunkowość i zarządzanie...
Status przedmiotu	Obowiązkowy
Język prowadzenia zajęć	polski
Kod etapu studiów	ZGRZF-S4-LZP-7200
Liczba punktów ECTS	3

Część I**01. Efekty uczenia się i sposób prowadzenia zajęć**

Cel przedmiotu	Celem przedmiotu jest zaprezentowanie unikalnych cech badań marketingowych oraz zapoznanie studentów z podstawowymi metodami i technikami wykorzystywanymi w tej dziedzinie.
Efekty uczenia się oraz sposób ich weryfikacji i oceny	patrz tabela "Efekty uczenia się"
Formy zajęć i ich wymiar w semestrze	
Wykład	16.00 h
Ćwiczenia	16.00 h

02. Bilans ECTS

Liczba punktów ECTS	3	
Rozliczenie godzinowo - punktowe przedmiotu	Godziny	ECTS
Liczba godzin i ECTS pracy studenta:		
Godziny i ECTS za zajęcia związane z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich	37	1.48
Godziny i ECTS związane z pracą własną studenta	38	1.52
Razem	75	3.00
Liczba godzin związanych z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich:		
Godziny związane z udziałem w zajęciach	32	
Inne godziny kontaktowe	5	
Razem	37	
Liczba godzin związanych z pracą własną studenta:		
Godziny przeznaczone na pracę własną studenta	38	

03. Treści kształcenia

Część I

Ćwiczenia	Wprowadzające zajęcia mające na celu zapoznanie z tematyką ćwiczeń oraz kluczowymi pojęciami. Zgłębienie najczęściej występujących zagadnień badawczych w dziedzinie marketingu. Przeprowadzenie uczestników przez kolejne kroki budowy kwestionariusza, istotnego narzędzia w procesie zbierania danych. Omówienie metod doboru próby badawczej oraz technik ustalania jej odpowiedniej wielkości, co ma kluczowe znaczenie dla jakości uzyskanych wyników. Proces zbierania danych oraz tworzenie bazy danych, które stanowią fundament dalszych analiz. Zapoznanie z metodami analizy i interpretacji danych w kontekście badań marketingowych, umożliwiającymi przekształcanie surowych danych w użyteczne informacje. Różnorodne metody i sposoby prezentacji wyników, mające na celu efektywne komunikowanie odkryć z badań. Przygotowanie kompleksowego raportu końcowego z badań marketingowych, który podsumowuje wszystkie etapy i prezentuje zgromadzone dane w sposób zrozumiały i przystępny.
Wykład	Omówienie tematyki zajęć. Zrozumienie kluczowych terminów i definicji. Analiza rynku i marketingu – ich elementarnych pojęć i komponentów. Zbadanie istoty, znaczenia oraz historii rozwoju badań marketingowych. Szczegółowe omówienie poszczególnych etapów procesu badawczego. Różnorodne metody gromadzenia danych stosowane w analizach marketingowych. Budowa i funkcjonowanie systemu informacji marketingowej. Identyfikacja błędów losowych i systematycznych występujących w badaniach oraz ich wpływ na wyniki. Ocena dokładności i wiarygodności badań. Przeprowadzenie badań dotyczących zachowań konsumentów, które pozwalają zrozumieć, w jaki sposób podejmują decyzje zakupowe. Badanie percepcji marek, które pomaga zrozumieć, jak konsumenci postrzegają różne marki. Analiza skuteczności komunikacji marketingowej i jej wpływu na konsumentów.

Tabela: Efekty uczenia się

Wiedza	
Kod efektu	K_W04
Opis	Student zna podstawowe metody badań marketingowych oraz etapy projektowania badań marketingowych.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_W04
Metody weryfikacji	Wykład: egzamin pisemny:Pytania opisowe
Umiejętności	
Kod efektu	K_U05
Opis	Student potrafi zaplanować badania marketingowe w dowolnym obszarze z wykorzystaniem zaawansowanych technik informacyjno-komunikacyjnych.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_U05
Metody weryfikacji	ocena aktywności podczas zajęć: Aktywność na zajęciach Ćwiczenia: projekt: Przygotowanie i przeprowadzenie badania marketingowego
Kompetencje społeczne	
Kod efektu	K_K04
Opis	Student jest gotów do pracy nad przygotowaniem i realizacją projektów badawczych.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_K04
Metody weryfikacji	ocena aktywności podczas zajęć: Aktywność na zajęciach

SYLABUS PRZEDMIOTU

Kod przedmiotu	7200-00000-LZP-0553
Nazwa przedmiotu	Międzynarodowe stosunki gospodarcze
Wersja przedmiotu	2025Z
Poziom kształcenia	pierwszego stopnia
Forma i tryb prowadzenia studiów	niestacjonarne
Profil studiów	Praktyczny
Kierunek studiów	Zarządzanie i Marketing w Gospodarce Cyfrowej
Specjalność	Rachunkowość i Zarządzanie Finansami Cyfrowymi
Jednostka prowadząca	Kolegium Nauk Ekonomicznych i Społecznych
Jednostka realizująca	Kolegium Nauk Ekonomicznych i Społecznych
Blok przedmiotów	nd
Grupy przedmiotów	Przedmioty z sem. 4, studia I stopnia niestacjonarne, KNEiS, Digital MarketingPrzedmioty z sem. 4, studia I stopnia niestacjonarne, KNEiS, Rachunkowość i zarządzanie...
Status przedmiotu	Obowiązkowy
Język prowadzenia zajęć	polski
Kod etapu studiów	ZGRZF-S4-LZP-7200
Liczba punktów ECTS	3

Część I**01. Efekty uczenia się i sposób prowadzenia zajęć**

Cel przedmiotu	Celem zajęć z międzynarodowych stosunków gospodarczych jest zdobycie wiedzy o mechanizmach ekonomicznych zachodzących w postępującym procesie umiędzynarodowienia gospodarki. Celem jest także pogłębianie umiejętności z zakresu analizy zjawisk ekonomicznych z perspektywy międzynarodowych uwarunkowań.
Efekty uczenia się oraz sposób ich weryfikacji i oceny	patrz tabela "Efekty uczenia się"
Formy zajęć i ich wymiar w semestrze	
Wykład	16.00 h
Ćwiczenia	16.00 h

02. Bilans ECTS

Liczba punktów ECTS	3	
Rozliczenie godzinowo - punktowe przedmiotu	Godziny	ECTS
Liczba godzin i ECTS pracy studenta:		
Godziny i ECTS za zajęcia związane z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich	42	1.68
Godziny i ECTS związane z pracą własną studenta	33	1.32
Razem	75	3.00
Liczba godzin związanych z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich:		
Godziny związane z udziałem w zajęciach	32	
Inne godziny kontaktowe	10	
Razem	42	
Liczba godzin związanych z pracą własną studenta:		
Godziny przeznaczone na pracę własną studenta	33	

03. Treści kształcenia

Część I	
Ćwiczenia	1. Międzynarodowy podział pracy a gospodarka światowa. Tradycyjny i produkcyjny międzynarodowy podział pracy. Czynniki determinujące międzynarodowy podział pracy. 2. Teoria przewagi absolutnej i komparatywnej 3. Narzędzia badawcze neoklasycznej teorii handlu zagranicznego. Terms of trade. 4. Formy międzynarodowego przepływu kapitału. BIZ w Polsce 5. Cło. Mechanizm cła i jego ekonomiczne skutki. 6. Bariery poza i parotaryfowe. 7. Mechanizm integracji gospodarczej 8. Struktura bilansu płatniczego-polski bilans płatniczy
Wykład	1. Pojęcie i zakres międzynarodowych stosunków gospodarczych. Struktura handlu światowego. 2. Klasyczne teorie handlu międzynarodowego 3. Teoria HOS i teorie alternatywne handlu międzynarodowego. 4. Międzynarodowe przepływy kapitałowe i migracja zasobów pracy 5. Zagraniczna polityka handlowa. 6. Polityka integracyjna 7. Bilans płatniczy. 8. Kurs walutowy i rynek walutowy

Tabela: Efekty uczenia się

Wiedza	
Kod efektu	K-W01
Opis	Zna zaawansowane kategorie i zjawiska z zakresu ekonomii międzynarodowej. Ma wiedzę pozwalającą na objaśnienie istoty interwencjonizmu państwowego w dziedzinie handlu międzynarodowego i przepływu czynników produkcji. Objaśnia finansowe aspekty międzynarodowej współpracy gospodarczej, identyfikuje znaczenie utrzymania zewnętrznej równowagi gospodarczej.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_W01
Metody weryfikacji	egzamin pisemny: egzamin pisemny w formie pytań ukierunkowanych i testu wiedzy
Kod efektu	K_W02
Opis	Ma wiedzę i definiuje prawidłowości i mechanizmy kształtujące międzynarodowy obrót gospodarczy, w tym zwłaszcza przepływ towarów, usług i czynników produkcji.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_W02
Metody weryfikacji	egzamin pisemny: egzamin pisemny w formie pytań ukierunkowanych i testu wiedzy
Umiejętności	
Kod efektu	K_U03
Opis	Potrafi analizować uwarunkowania i obliczać korzyści płynące z międzynarodowego obrotu gospodarczego.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_U03
Metody weryfikacji	kolokwium pisemne: pytania opisowe, zadania
Kod efektu	K_U04
Opis	Potrafi dobierać i posługiwać się kategoriami ekonomicznymi oraz danymi statystycznymi celem oceny zjawisk i procesów gospodarczych w wymiarze międzynarodowym.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_U04
Metody weryfikacji	kolokwium pisemne: pytania opisowe, zadania
Kompetencje społeczne	
Kod efektu	K_K04
Opis	Jest zdolny i chętny do dyskusji na forum grupy o zjawiskach zachodzących w międzynarodowym obrocie gospodarczym.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_K04

Część I

Metody weryfikacji	ocena aktywności podczas zajęć: ocena aktywności studentów podczas zajęć
--------------------	--

SYLABUS PRZEDMIOTU

Kod przedmiotu	7200-00000-LZP-0473
Nazwa przedmiotu	Finanse przedsiębiorstw
Wersja przedmiotu	2025Z
Poziom kształcenia	pierwszego stopnia
Forma i tryb prowadzenia studiów	niestacjonarne
Profil studiów	Praktyczny
Kierunek studiów	Zarządzanie i Marketing w Gospodarce Cyfrowej
Specjalność	Rachunkowość i Zarządzanie Finansami Cyfrowymi
Jednostka prowadząca	Kolegium Nauk Ekonomicznych i Społecznych
Jednostka realizująca	Kolegium Nauk Ekonomicznych i Społecznych
Blok przedmiotów	nd
Grupy przedmiotów	Przedmioty z sem. 4, studia I stopnia niestacjonarne, KNEiS, Digital Marketing ...Przedmioty z sem. 4, studia I stopnia niestacjonarne, KNEiS, Rachunkowość i zarządzanie...
Status przedmiotu	Obowiązkowy
Język prowadzenia zajęć	polski
Kod etapu studiów	ZGRZF-S4-LZP-7200
Liczba punktów ECTS	4

Część I**01. Efekty uczenia się i sposób prowadzenia zajęć**

Cel przedmiotu	Celem przedmiotu jest zapoznanie studentów z najważniejszymi zagadnieniami z zakresu efektywnego zarządzania finansami przedsiębiorstw, obejmującymi przede wszystkim źródła wiedzy służące podejmowaniu decyzji finansowych, determinanty kształtowania struktury majątkowo-kapitałowej przedsiębiorstwa oraz podstawowe narzędzia wykorzystywane w obszarze zarządzania finansami przedsiębiorstwa. Szczególna uwaga zostanie poświęcona problematyce wartości pieniądza w czasie oraz podstawowym dyskontowym metodom oceny efektywności przedsięwzięć gospodarczych.
Efekty uczenia się oraz sposób ich weryfikacji i oceny	patrz tabela "Efekty uczenia się"
Formy zajęć i ich wymiar w semestrze	
Wykład	16.00 h
Ćwiczenia	16.00 h

02. Bilans ECTS

Liczba punktów ECTS	4	
Rozliczenie godzinowo - punktowe przedmiotu	Godziny	ECTS
Liczba godzin i ECTS pracy studenta:		
Godziny i ECTS za zajęcia związane z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich	42	1.68
Godziny i ECTS związane z pracą własną studenta	58	2.32
Razem	100	4.00
Liczba godzin związanych z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich:		
Godziny związane z udziałem w zajęciach	32	
Inne godziny kontaktowe	10	
Razem	42	
Liczba godzin związanych z pracą własną studenta:		
Godziny przeznaczone na pracę własną studenta	58	

Część I

03. Treści kształcenia

Ćwiczenia	<ol style="list-style-type: none">1. Wartość pieniądza w czasie2. Próg rentowności3. Efekty dźwigni finansowej i operacyjnej4. Analiza struktury kapitałowej przedsiębiorstwa5. Kalkulacja kosztu kapitału w przedsiębiorstwie6. Strategie finansowania majątku7. Zarządzanie majątkiem obrotowym
Wykład	<ol style="list-style-type: none">1. Istota zarządzania finansami w przedsiębiorstwie (pojęcie, istota, cele i funkcje finansów)2. Uwarunkowania działalności przedsiębiorstw - przedsiębiorstwo w gospodarce rynkowej3. Przepływy pieniężne w przedsiębiorstwie4. Analiza przychody-koszty-zysk (BEP)5. Działalność operacyjna i finansowa przedsiębiorstwa6. Źródła finansowania działalności przedsiębiorstw7. Analiza struktury kapitału8. Kalkulacja kosztu kapitału w przedsiębiorstwie9. Strategie finansowania majątku10. Zarządzanie majątkiem obrotowym11. Planowanie finansowe w przedsiębiorstwie

Tabela: Efekty uczenia się

Wiedza	
Kod efektu	K_W01
Opis	Ma zaawansowaną wiedzę o sposobach finansowania działalności gospodarczej, ustalaniu kosztu kapitału i ocenie efektywności procesów gospodarczych.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_W01
Metody weryfikacji	Wykład: egzamin pisemny:egzamin pisemny w formie testu wiedzy Ćwiczenia: kolokwium pisemne:ocena dwóch prac audytoryjnych w postaci zadań do rozwiązania
Kod efektu	K_W02
Opis	Ma wiedzę niezbędną do rozumienia konsekwencji podejmowanych decyzji w obszarze finansowym przedsiębiorstwa.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_W02
Metody weryfikacji	Wykład: egzamin pisemny:egzamin pisemny w formie testu wiedzy Ćwiczenia: kolokwium pisemne:ocena dwóch prac audytoryjnych w postaci zadań do rozwiązania
Kod efektu	K_W03
Opis	Ma wiedzę na temat uwarunkowań rozwoju firmy w kontekście jej parametrów finansowych.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_W03
Metody weryfikacji	Wykład: egzamin pisemny:egzamin pisemny w formie testu wiedzy Ćwiczenia: kolokwium pisemne:ocena dwóch prac audytoryjnych w postaci zadań do rozwiązania
Umiejętności	
Kod efektu	K_U03
Opis	Zna zasady zarządzania finansami w przedsiębiorstwie. Potrafi dobrać instrumenty zarządzania finansami.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_U03

Część I

Metody weryfikacji	praca domowa:ocena prac domowych w formie zadań oraz aktywności na platformie Leon Wykład: egzamin pisemny:egzamin pisemny w formie testu wiedzy Ćwiczenia: kolokwium pisemne:ocena dwóch prac audytoryjnych w postaci zadań do rozwiązania
Kod efektu	K_U04
Opis	Analizuje rozwiązania z zakresu doboru struktury finansowania przedsiębiorstwa, wskazuje na optymalne decyzje w tym zakresie.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_U04
Metody weryfikacji	praca domowa:ocena prac domowych w formie zadań oraz aktywności na platformie Leon Wykład: egzamin pisemny:egzamin pisemny w formie testu wiedzy Ćwiczenia: kolokwium pisemne:ocena dwóch prac audytoryjnych w postaci zadań do rozwiązania

Kompetencje społeczne

Kod efektu	K_K01
Opis	Student posiada umiejętność wyrażania własnych poglądów, formułowania i uzasadniania opinii dotyczących efektywnego zarządzania finansami przedsiębiorstwa.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_K01
Metody weryfikacji	ocena aktywności podczas zajęć:ocena zadań samodzielnie rozwiązywanych przez studentów w trakcie zajęć, ocena aktywności studentów podczas dyskusji prowadzonych w trakcie zajęć

SYLABUS PRZEDMIOTU

Kod przedmiotu	7200-ZG000-LZP-0450
Nazwa przedmiotu	Praktyka zawodowa II
Wersja przedmiotu	2025Z
Poziom kształcenia	pierwszego stopnia
Forma i tryb prowadzenia studiów	niestacjonarne
Profil studiów	Praktyczny
Kierunek studiów	Zarządzanie i Marketing w Gospodarce Cyfrowej
Specjalność	Rachunkowość i Zarządzanie Finansami Cyfrowymi
Jednostka prowadząca	Kolegium Nauk Ekonomicznych i Społecznych
Jednostka realizująca	Kolegium Nauk Ekonomicznych i Społecznych
Blok przedmiotów	nd
Grupy przedmiotów	Przedmioty z sem. 4, studia I stopnia niestacjonarne, KNEiS, Digital Marketing ...Przedmioty z sem. 4, studia I stopnia niestacjonarne, KNEiS, Rachunkowość i zarządzanie...
Status przedmiotu	Obowiązkowy
Język prowadzenia zajęć	polski
Kod etapu studiów	ZGRZF-S4-LZP-7200
Liczba punktów ECTS	8

Część I**01. Efekty uczenia się i sposób prowadzenia zajęć**

Cel przedmiotu	Celem praktyk zawodowych jest rozwijanie wiedzy teoretycznej i umiejętności zdobytych podczas studiów oraz wykształcenie umiejętności zastosowania ich w praktyce funkcjonowania firmy. Student odbywający praktykę zawodową ma możliwość praktycznego poznania zagadnień związanych z wybraną specjalnością, jak również zebrania materiałów źródłowych do pisania pracy dyplomowej. Praktyki pozwalają również na nawiązanie kontaktów zawodowych, umożliwiających wykorzystanie ich w momencie poszukiwania pracy
Efekty uczenia się oraz sposób ich weryfikacji i oceny	patrz tabela "Efekty uczenia się"
Formy zajęć i ich wymiar w semestrze	
Praktyka	240.00 h

02. Bilans ECTS

Liczba punktów ECTS	8	
Rozliczenie godzinowo - punktowe przedmiotu	Godziny	ECTS
Liczba godzin i ECTS pracy studenta:		
Godziny i ECTS za zajęcia związane z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich	240	9.60
Godziny i ECTS związane z pracą własną studenta	0	0.00
Razem	240	9.60 (8.00)

Liczba godzin związanych z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich:

Godziny związane z udziałem w zajęciach	240
Inne godziny kontaktowe	0
Razem	240

Liczba godzin związanych z pracą własną studenta:

Godziny przeznaczone na pracę własną studenta	0
---	---

03. Treści kształcenia

Część I

Praktyka	Program praktyk obejmuje zapoznanie się z: 1. Podstawowymi zasadami bezpieczeństwa i higieny pracy. 2. Strukturą organizacyjną, formą własnościową podmiotu gospodarczego i charakterem prowadzonej działalności. 3. Pracą wybranych działów lub zagadnień, np.: • Planowanie i analiza ekonomiczna • Ocena efektywności przedsięwzięć inwestycyjnych • Zarządzanie zasobami ludzkimi • Zarządzanie marketingowe • Zarządzanie informacją w przedsiębiorstwie • Zarządzanie wiedzą • Współpraca z otoczeniem • Formy rozliczeń z kontrahentami • Monitoring kosztów • Ewidencja księgową • Współpraca z instytucjami finansowymi • Zasady i źródła finansowania działalności • Rozliczenia podatkowe • Ocena ryzyka • Badania rynkowe i prognozowanie • Systemy informatyczne wspomagające zarządzanie • Zarządzanie relacjami z klientem
----------	---

Tabela: Efekty uczenia się

Wiedza	
Kod efektu	K_W03
Opis	Student poszerza swoją wiedzę dotyczącą wewnętrznych aktów prawnych oraz procedur obiegu dokumentów w jednostce gospodarczej. Ma podstawową wiedzę o wymogach kwalifikacyjnych i zakresie kompetencji na poszczególnych stanowiskach pracy.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_W03
Metody weryfikacji	Praktyka: zgodnie z Regulaminem przedmiotu: Wypełniony dzienniczek praktyk studenckich oraz zaświadczenie o odbyciu praktyki
Kod efektu	K_W05
Opis	Student poszerza swoją wiedzę praktyczną poprzez obserwacje funkcjonowania organizacji w miejscu praktyki oraz poprzez częściowy udział w realizacji typowych projektów dla danej organizacji gospodarczej.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_W05
Metody weryfikacji	Praktyka: zgodnie z Regulaminem przedmiotu: Wypełniony dzienniczek praktyk studenckich oraz zaświadczenie o odbyciu praktyki
Umiejętności	
Kod efektu	K_U03
Opis	Student potrafi brać udział w realizacji typowych projektów dla danej organizacji gospodarczej
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_U03
Metody weryfikacji	Praktyka: zgodnie z Regulaminem przedmiotu: Wypełniony dzienniczek praktyk studenckich oraz zaświadczenie o odbyciu praktyki
Kod efektu	K_U06
Opis	Student potrafi brać udział w realizacji typowych projektów dla danej organizacji gospodarczej
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_U06
Metody weryfikacji	Praktyka: zgodnie z Regulaminem przedmiotu: Wypełniony dzienniczek praktyk studenckich oraz zaświadczenie o odbyciu praktyki
Kod efektu	K_U07
Opis	Student potrafi analizować dokumentację, posługiwać się fachową terminologią, rozwiązywać zadania i problemy.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_U07

Część I

Metody weryfikacji	Praktyka: zgodnie z Regulaminem przedmiotu:Wypełniony dzienniczek praktyk studenckich oraz zaświadczenie o odbyciu praktyki
Kod efektu	K_U10
Opis	Student umie wyszukiwać, dobrać i wykorzystać informacje i materiały źródłowe potrzebne do napisania pracy dyplomowej
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_U10
Metody weryfikacji	Praktyka: zgodnie z Regulaminem przedmiotu:Wypełniony dzienniczek praktyk studenckich oraz zaświadczenie o odbyciu praktyki
Kod efektu	K_U11
Opis	Student posiada umiejętność pracy w zespole. Ma elementarne umiejętności organizacyjne pozwalające na realizację celów, wyznaczonych przez przełożonych.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_U11
Metody weryfikacji	Praktyka: zgodnie z Regulaminem przedmiotu:Wypełniony dzienniczek praktyk studenckich oraz zaświadczenie o odbyciu praktyki

Kompetencje społeczne

Kod efektu	K_K01
Opis	Student jest gotów do ciągłego zdobywania wiedzy z branży działalności danej organizacji, krytycznej oceny posiadanej wiedzy i umiejętności oraz odbieranych treści.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_K01
Metody weryfikacji	Praktyka: zgodnie z Regulaminem przedmiotu:Wypełniony dzienniczek praktyk studenckich oraz zaświadczenie o odbyciu praktyki
Kod efektu	K_K04
Opis	Student jest gotów do myślenia i działania w sposób przedsiębiorczy.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_K04
Metody weryfikacji	Praktyka: zgodnie z Regulaminem przedmiotu:Wypełniony dzienniczek praktyk studenckich oraz zaświadczenie o odbyciu praktyki

SYLABUS PRZEDMIOTU

Kod przedmiotu	7200-ZGRZF-LZP-0467
Nazwa przedmiotu	Analityka biznesowa w systemie ERP
Wersja przedmiotu	2025Z
Poziom kształcenia	pierwszego stopnia
Forma i tryb prowadzenia studiów	niestacjonarne
Profil studiów	Praktyczny
Kierunek studiów	Zarządzanie i Marketing w Gospodarce Cyfrowej
Specjalność	Rachunkowość i Zarządzanie Finansami Cyfrowymi
Jednostka prowadząca	Kolegium Nauk Ekonomicznych i Społecznych
Jednostka realizująca	Kolegium Nauk Ekonomicznych i Społecznych
Blok przedmiotów	nd
Grupy przedmiotów	Przedmioty z sem. 4, studia I stopnia niestacjonarne, KNEiS, Rachunkowość i zarządzanie...
Status przedmiotu	Obowiązkowy
Język prowadzenia zajęć	polski
Kod etapu studiów	ZGRZF-S4-LZP-7200
Liczba punktów ECTS	2

Część I**01. Efekty uczenia się i sposób prowadzenia zajęć**

Cel przedmiotu	Celem przedmiotu jest przedstawienie studentom znaczenia analityki biznesowej w zarządzaniu rozwojem nowoczesnych i innowacyjnych organizacji oraz przygotowanie studentów do praktycznego i zaawansowanego wykorzystywania systemu ERP. Celem zajęć będzie również zapoznanie studentów z zagadnieniami definiowania struktury procesu biznesowego oraz oceny wpływu podejmowanych decyzji na przebieg jego realizacji.
Efekty uczenia się oraz sposób ich weryfikacji i oceny	patrz tabela "Efekty uczenia się"
Formy zajęć i ich wymiar w semestrze	
Ćwiczenia	16.00 h
Wykład	8.00 h

02. Bilans ECTS

Liczba punktów ECTS	2	
Rozliczenie godzinowo - punktowe przedmiotu	Godziny	ECTS
Liczba godzin i ECTS pracy studenta:		
Godziny i ECTS za zajęcia związane z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich	28	1.12
Godziny i ECTS związane z pracą własną studenta	22	0.88
Razem	50	2.00
Liczba godzin związanych z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich:		
Godziny związane z udziałem w zajęciach	24	
Inne godziny kontaktowe	4	
Razem	28	
Liczba godzin związanych z pracą własną studenta:		
Godziny przeznaczone na pracę własną studenta	22	

03. Treści kształcenia

Część I

Wykład	Wprowadzenie do analityki biznesowej - podstawowe definicje i pojęcia. Systemy i narzędzia informatyczne w analityce biznesowej. Wielowymiarowa optymalizacja procesów biznesowych z systemem ERP. Wykorzystanie systemów ERP w budowaniu relacji z klientami. Podstawy sprawnego zarządzania projektami analitycznymi. Analiza i raportowanie danych biznesowych.
Ćwiczenia	Przegląd funkcjonalności wybranych platform analitycznych. Zarządzanie materiałami z wykorzystaniem systemu ERP. Planowanie i wykonanie produkcji przy wsparciu ERP. Wykorzystanie systemów ERP w procesach sprzedaży i dystrybucji. Zarządzanie finansami z wykorzystaniem systemu ERP. Zarządzanie projektami w systemie ERP. Wizualizacja danych z wykorzystaniem zaawansowanych narzędzi analitycznych. Tworzenie dokumentacji na potrzeby analityki biznesowej.

Tabela: Efekty uczenia się

Wiedza	
Kod efektu	K_W04
Opis	Student zna i rozumie w zaawansowanym stopniu metody diagnozowania trudnych problemów organizacyjnych z zakresu zarządzania - w obszarze analityki biznesowej
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_W04
Metody weryfikacji	Wykład: egzamin pisemny:test jednokrotnego wyboru, pytania otwarte Ćwiczenia: kolokwium pisemne:pytania opisowe, test Ćwiczenia: ocena aktywności podczas zajęć:aktywność na zajęciach Ćwiczenia: projekt:Projekt: przygotowanie symulacji wybranego procesu biznesowego w systemie ERP
Kod efektu	K_W05
Opis	Student zna i rozumie znaczenie narzędzi informatycznych do zbierania i eksploracji danych w organizacji - jako narzędzi analityki biznesowej
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_W05
Metody weryfikacji	Wykład: egzamin pisemny:test jednokrotnego wyboru, pytania otwarte Ćwiczenia: kolokwium pisemne:pytania opisowe, test Ćwiczenia: ocena aktywności podczas zajęć:aktywność na zajęciach Ćwiczenia: projekt:Projekt: przygotowanie symulacji wybranego procesu biznesowego w systemie ERP

Umiejętności

Kod efektu	K_U01
Opis	Student potrafi wykorzystać posiadaną wiedzę teoretyczną z zakresu analityki biznesowej, w tym zarządzania finansami, zarządzania sprzedażą do zaawansowanych analiz procesów i zjawisk gospodarczych związanych z praktyką gospodarczą oraz formułować na ich podstawie wnioski i rekomendacje.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_U01
Metody weryfikacji	Ćwiczenia: kolokwium pisemne:pytania opisowe, test Ćwiczenia: ocena aktywności podczas zajęć:aktywność na zajęciach Ćwiczenia: projekt:Projekt: przygotowanie symulacji wybranego procesu biznesowego w systemie ERP
Kod efektu	K_U03

Część I	
Opis	Student potrafi dobierać i stosować odpowiednie narzędzia informatyczne do zaawansowanej analizy i oceny procesów biznesowych w różnych organizacjach
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_U03
Metody weryfikacji	Ćwiczenia: kolokwium pisemne: pytania opisowe, test Ćwiczenia: ocena aktywności podczas zajęć: aktywność na zajęciach Ćwiczenia: projekt: Projekt: przygotowanie symulacji wybranego procesu biznesowego w systemie ERP
Kod efektu	K_U05
Opis	Student potrafi dobierać i stosować zaawansowane techniki informacyjno-komunikacyjne w celu poprawy efektywności realizowanych działań, optymalizacji wydatków i obniżenia kosztów
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_U05
Metody weryfikacji	Ćwiczenia: kolokwium pisemne: pytania opisowe, test Ćwiczenia: ocena aktywności podczas zajęć: aktywność na zajęciach Ćwiczenia: projekt: Projekt: przygotowanie symulacji wybranego procesu biznesowego w systemie ERP
Kod efektu	K_U06
Opis	Student potrafi wykorzystać posiadaną wiedzę do formułowania i rozwiązywania problemów oraz realizowania zadań typowych dla działalności zawodowej analityka biznesowego przy wsparciu systemu ERP
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_U06
Metody weryfikacji	Ćwiczenia: kolokwium pisemne: pytania opisowe, test Ćwiczenia: ocena aktywności podczas zajęć: aktywność na zajęciach Ćwiczenia: projekt: Projekt: przygotowanie symulacji wybranego procesu biznesowego w systemie ERP
Kompetencje społeczne	
Kod efektu	K_K04
Opis	Student jest gotowy do poszukiwania nowych rozwiązań i oceniania ich przydatność do rozwiązywanych problemów biznesowych.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_K04
Metody weryfikacji	Ćwiczenia: ocena aktywności podczas zajęć: aktywność na zajęciach Ćwiczenia: projekt: Projekt: przygotowanie symulacji wybranego procesu biznesowego w systemie ERP
Kod efektu	K_K05
Opis	Student jest gotowy do krytycznej oceny posiadanej wiedzy i odbieranych treści, działań własnych, zespołów i organizacji, w których uczestniczy - przyjmując rolę analityka biznesowego
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_K05
Metody weryfikacji	Ćwiczenia: ocena aktywności podczas zajęć: aktywność na zajęciach Ćwiczenia: projekt: Projekt: przygotowanie symulacji wybranego procesu biznesowego w systemie ERP
Kod efektu	K_K06
Opis	Student jest gotowy do sprawnego komunikowania się z otoczeniem w miejscu pracy - przyjmując rolę analityka biznesowego

Część I

Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_K06
Metody weryfikacji	Ćwiczenia: ocena aktywności podczas zajęć:aktywność na zajęciach Ćwiczenia: projekt:Projekt: przygotowanie symulacji wybranego procesu biznesowego w systemie ERP

SYLABUS PRZEDMIOTU

Kod przedmiotu	7200-ZGRZF-LZP-0468
Nazwa przedmiotu	Księgowy i finansista w systemie ERP
Wersja przedmiotu	2025Z
Poziom kształcenia	pierwszego stopnia
Forma i tryb prowadzenia studiów	niestacjonarne
Profil studiów	Praktyczny
Kierunek studiów	Zarządzanie i Marketing w Gospodarce Cyfrowej
Specjalność	Rachunkowość i Zarządzanie Finansami Cyfrowymi
Jednostka prowadząca	Kolegium Nauk Ekonomicznych i Społecznych
Jednostka realizująca	Kolegium Nauk Ekonomicznych i Społecznych
Blok przedmiotów	nd
Grupy przedmiotów	Przedmioty z sem. 4, studia I stopnia niestacjonarne, KNEiS, Rachunkowość i zarządzanie...
Status przedmiotu	Obowiązkowy
Język prowadzenia zajęć	polski
Kod etapu studiów	ZGRZF-S4-LZP-7200
Liczba punktów ECTS	2

Część I**01. Efekty uczenia się i sposób prowadzenia zajęć**

Cel przedmiotu	Celem przedmiotu jest zapoznanie studentów z nowoczesnymi narzędziami informatycznymi stosowanymi w finansach i księgowości. W trakcie zajęć studenci będą mieli okazję praktycznie wykorzystać funkcjonalności systemu ERP wspomagające procesy księgowo, zarządzanie finansami oraz raportowanie.
Efekty uczenia się oraz sposób ich weryfikacji i oceny	patrz tabela "Efekty uczenia się"
Formy zajęć i ich wymiar w semestrze	
Ćwiczenia	16.00 h

02. Bilans ECTS

Liczba punktów ECTS	2	
Rozliczenie godzinowo - punktowe przedmiotu	Godziny	ECTS
Liczba godzin i ECTS pracy studenta:		
Godziny i ECTS za zajęcia związane z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich	18	0.72
Godziny i ECTS związane z pracą własną studenta	32	1.28
Razem	50	2.00
Liczba godzin związanych z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich:		
Godziny związane z udziałem w zajęciach	16	
Inne godziny kontaktowe	2	
Razem	18	
Liczba godzin związanych z pracą własną studenta:		
Godziny przeznaczone na pracę własną studenta	32	

03. Treści kształcenia

Część I

Ćwiczenia	Podstawowe funkcjonalności systemu ERP. Sprzedaż: definiowanie cenników, raporty kasowe. Logistyka: oferty, zamówienia od klientów, dokumenty zakupowe i podział kosztów. Fakturowanie: wystawianie faktur VAT, paragonów, faktur korygujących, faktur pro-forma. Gospodarka magazynowa: dokumenty magazynowe, dystrybucja towarów, inwentaryzacje, dokumentowanie obrotu. DSM (Document Management System): e-dokumenty, OCR, obiegi dokumentów i pracy. CRM (Customer Relationship Management) operacyjny, analityczny i marketingowy: obsługa klienta, analizy, raporty, baza marketingowa, projekty. Rachunkowość: księga przychodów i rozchodów, deklaracje PIT-5 i VAT-7, tworzenie planu kont, majątek trwały, kasa-bank (utworzenie i zatwierdzenie przelewu), lista płac.
-----------	--

Tabela: Efekty uczenia się

Wiedza	
Kod efektu	K_W02
Opis	Student zna i rozumie w zaawansowanym stopniu procesy związane z gospodarką cyfrową z perspektywy organizacji w zjawiskach zarządczych i ekonomicznych ze szczególnym odniesieniem do rachunkowości i finansów
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_W02
Metody weryfikacji	Ćwiczenia: kolokwium pisemne:test, pytania opisowe Ćwiczenia: ocena aktywności podczas zajęć:ocena aktywności na zajęciach Ćwiczenia: projekt:zarządzanie wybranym obszarem funkcjonowania przedsiębiorstwa z wykorzystaniem systemu ERP - perspektywa księgowego/perspektywa finansisty
Kod efektu	K_W04
Opis	Student zna i rozumie w zaawansowanym stopniu rozwiązania informatyczne wspierające funkcjonowanie przedsiębiorstwa w zakresie zbierania i eksploracji danych finansowych i księgowych.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_W04
Metody weryfikacji	Ćwiczenia: kolokwium pisemne:test, pytania opisowe Ćwiczenia: ocena aktywności podczas zajęć:ocena aktywności na zajęciach Ćwiczenia: projekt:zarządzanie wybranym obszarem funkcjonowania przedsiębiorstwa z wykorzystaniem systemu ERP - perspektywa księgowego/perspektywa finansisty
Umiejętności	
Kod efektu	K_U01
Opis	Student potrafi wykorzystać posiadaną wiedzę teoretyczną z zakresu księgowości i finansów do zaawansowanych analiz związanych z praktyką gospodarczą oraz formułować na ich podstawie wnioski i rekomendacje.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_U01
Metody weryfikacji	Ćwiczenia: kolokwium pisemne:test, pytania opisowe Ćwiczenia: ocena aktywności podczas zajęć:ocena aktywności na zajęciach Ćwiczenia: projekt:zarządzanie wybranym obszarem funkcjonowania przedsiębiorstwa z wykorzystaniem systemu ERP - perspektywa księgowego/perspektywa finansisty
Kod efektu	K_U06

Część I

Opis	Student potrafi wykorzystać funkcjonalności systemu ERP w celu gromadzenia, analizy i prezentacji danych księgowych i finansowych.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_U06
Metody weryfikacji	Ćwiczenia: kolokwium pisemne:test, pytania opisowe Ćwiczenia: ocena aktywności podczas zajęć:ocena aktywności na zajęciach Ćwiczenia: projekt:zarządzanie wybranym obszarem funkcjonowania przedsiębiorstwa z wykorzystaniem systemu ERP - perspektywa księgowego/perspektywa finansisty
Kod efektu	K_U12
Opis	Student potrafi określić czy jego zainteresowania i cechy osobiste pretendują go do pracy w księgowości. Ma świadomość ciągłego uzupełniania wiedzy z powodu zmian przepisów prawnych (ustawa o rachunkowości).
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_U12
Metody weryfikacji	Ćwiczenia: kolokwium pisemne:test, pytania opisowe Ćwiczenia: ocena aktywności podczas zajęć:ocena aktywności na zajęciach Ćwiczenia: projekt:zarządzanie wybranym obszarem funkcjonowania przedsiębiorstwa z wykorzystaniem systemu ERP - perspektywa księgowego/perspektywa finansisty

Kompetencje społeczne

Kod efektu	K_K04
Opis	Student jest gotów do poszukiwania nowych rozwiązań i oceniania ich przydatność do rozwiązywanych problemów biznesowych.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_K04
Metody weryfikacji	Ćwiczenia: ocena aktywności podczas zajęć:ocena aktywności na zajęciach Ćwiczenia: projekt:zarządzanie wybranym obszarem funkcjonowania przedsiębiorstwa z wykorzystaniem systemu ERP - perspektywa księgowego/perspektywa finansisty
Kod efektu	K_K06
Opis	Student jest gotów do sprawnego komunikowania się z otoczeniem w miejscu pracy - przyjmując rolę księgowego lub finansisty
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_K06
Metody weryfikacji	Ćwiczenia: ocena aktywności podczas zajęć:ocena aktywności na zajęciach Ćwiczenia: projekt:zarządzanie wybranym obszarem funkcjonowania przedsiębiorstwa z wykorzystaniem systemu ERP - perspektywa księgowego/perspektywa finansisty

SYLABUS PRZEDMIOTU

Kod przedmiotu	7200-ZGRZF-LZP-0469
Nazwa przedmiotu	Zastosowanie narzędzi informatycznych w rachunkowości i finansach
Wersja przedmiotu	2025Z
Poziom kształcenia	pierwszego stopnia
Forma i tryb prowadzenia studiów	niestacjonarne
Profil studiów	Praktyczny
Kierunek studiów	Zarządzanie i Marketing w Gospodarce Cyfrowej
Specjalność	Rachunkowość i Zarządzanie Finansami Cyfrowymi
Jednostka prowadząca	Kolegium Nauk Ekonomicznych i Społecznych
Jednostka realizująca	Kolegium Nauk Ekonomicznych i Społecznych
Blok przedmiotów	nd
Grupy przedmiotów	Przedmioty z sem. 4, studia I stopnia niestacjonarne, KNEIS, Rachunkowość i zarządzanie...
Status przedmiotu	Obowiązkowy
Język prowadzenia zajęć	polski
Kod etapu studiów	ZGRZF-S4-LZP-7200
Liczba punktów ECTS	2

Część I**01. Efekty uczenia się i sposób prowadzenia zajęć**

Cel przedmiotu	Celem przedmiotu jest zapoznanie studentów z nowoczesnymi narzędziami informatycznymi stosowanymi w rachunkowości i finansach. W trakcie zajęć studenci będą mieli okazję praktycznie wykorzystać popularne programy komputerowe oraz aplikacje wspomagające procesy księgowo, zarządzanie finansami oraz raportowanie. Przedmiot kładzie nacisk na umiejętność efektywnego wykorzystywania narzędzi informatycznych w pracy zawodowej w obszarze finansów i rachunkowości, a także ich wpływ na poprawę efektywności pracy w przedsiębiorstwach.
Efekty uczenia się oraz sposób ich weryfikacji i oceny	patrz tabela "Efekty uczenia się"
Formy zajęć i ich wymiar w semestrze	
Ćwiczenia	16.00 h

02. Bilans ECTS

Liczba punktów ECTS	2	
Rozliczenie godzinowo - punktowe przedmiotu	Godziny	ECTS
Liczba godzin i ECTS pracy studenta:		
Godziny i ECTS za zajęcia związane z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich	18	0.72
Godziny i ECTS związane z pracą własną studenta	32	1.28
Razem	50	2.00
Liczba godzin związanych z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich:		
Godziny związane z udziałem w zajęciach	16	
Inne godziny kontaktowe	2	
Razem	18	
Liczba godzin związanych z pracą własną studenta:		
Godziny przeznaczone na pracę własną studenta	32	

Część I

03. Treści kształcenia

Ćwiczenia	<p>1. Wprowadzenie do wybranych programów księgowych • Przegląd systemów: interfejs, funkcje, nawigacja • Omówienie typowych zadań księgowych, które można realizować za pomocą tych narzędzi 2. Podstawy ewidencjonowania w programach • Tworzenie i wprowadzanie podstawowych dokumentów księgowych, takich jak faktury sprzedaży i zakupu • Wprowadzanie danych kontrahentów, produktów oraz tworzenie prostych dokumentów magazynowych • Zasady numeracji dokumentów i ewidencji operacji gospodarczych 3. Prowadzenie ksiąg rachunkowych • Zakładanie kartoteki księgowej oraz wprowadzanie operacji księgowych • Tworzenie prostych zapisów księgowych i ich przetwarzanie w systemach • Przykłady typowych operacji finansowych, takich jak księgowanie przychodów, kosztów, amortyzacji 4. Rozliczenia podatkowe i księgowanie VAT • Konfiguracja stawek VAT i ustawienia podatkowe • Przykłady księgowania operacji związanych z VAT, w tym korekty podatkowe • Przygotowanie i przegląd deklaracji VAT w systemach księgowych 5. Tworzenie i analiza raportów finansowych • Generowanie podstawowych raportów: bilans, rachunek zysków i strat • Przegląd dostępnych raportów finansowych i ich interpretacja • Omówienie raportów pomocniczych, takich jak raporty należności i zobowiązań 6. Prowadzenie ewidencji środków trwałych • Wprowadzanie i klasyfikacja środków trwałych • Obliczanie amortyzacji oraz księgowanie operacji na środkach trwałych • Przykłady dokumentowania sprzedaży lub likwidacji środków trwałych 7. Praktyczne zadania księgowe – projekt końcowy • Realizacja przykładowych scenariuszy księgowych, takich jak zamknięcie miesiąca i wygenerowanie raportu miesięcznego • Samodzielne przygotowanie dokumentów finansowych na podstawie fikcyjnych danych firmy • Symulacja księgowania transakcji i przygotowanie zestawienia wyników w jednym z programów księgowych</p>
-----------	--

Tabela: Efekty uczenia się

Wiedza	
Kod efektu	K_W02
Opis	Student zna i rozumie w zaawansowanym stopniu procesy związane z gospodarką cyfrową z perspektywy człowieka, organizacji, branży, świata w zjawiskach zarządczych i ekonomicznych ze szczególnym odniesieniem do rachunkowości, finansów, marketingu i sprzedaży.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_W02
Metody weryfikacji	ocena aktywności podczas zajęć: Aktywność na zajęciach projekt: Przygotowanie symulacji finansowej lub raportu finansowego w wybranym narzędziu
Kod efektu	K_W04
Opis	Student zna i rozumie w zaawansowanym stopniu metody w tym matematyczne, statystyczne i narzędzia informatyczne gromadzenia, analizy i prezentacji danych oraz informacji finansowych i jakościowych.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_W04
Metody weryfikacji	ocena aktywności podczas zajęć: Aktywność na zajęciach projekt: Przygotowanie symulacji finansowej lub raportu finansowego w wybranym narzędziu

Umiejętności

Część I

Kod efektu	K_U01
Opis	Student potrafi wykorzystać posiadaną wiedzę teoretyczną z zakresu zarządzania i marketingu, w tym zarządzania finansami, zarządzania sprzedażą do zaawansowanych analiz procesów i zjawisk gospodarczych związanych z praktyką gospodarczą oraz formułować na ich podstawie wnioski i rekomendacje.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_U01
Metody weryfikacji	ocena aktywności podczas zajęć: Aktywność na zajęciach projekt: Przygotowanie symulacji finansowej lub raportu finansowego w wybranym narzędziu
Kod efektu	K_U02
Opis	Student potrafi łączyć zagadnienia zarządcze i marketingowe z innymi aspektami prowadzenia działalności gospodarczej, m.in. z zakresu prawa, gospodarki cyfrowej, rachunkowości, finansów, wyzwań współczesnej cywilizacji.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_U02
Metody weryfikacji	ocena aktywności podczas zajęć: Aktywność na zajęciach projekt: Przygotowanie symulacji finansowej lub raportu finansowego w wybranym narzędziu
Kod efektu	K_U03
Opis	Student potrafi dobierać i stosować odpowiednie metody i narzędzia do zaawansowanej analizy ekonomicznej i oceny zjawisk zarządczych w różnych organizacjach.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_U03
Metody weryfikacji	ocena aktywności podczas zajęć: Aktywność na zajęciach projekt: Przygotowanie symulacji finansowej lub raportu finansowego w wybranym narzędziu

Kompetencje społeczne

Kod efektu	K_K01
Opis	Student jest gotów do krytycznego uznawania nabytej wiedzy i odbieranych treści w rozwiązywaniu problemów poznawczych i praktycznych bezpośrednio odnoszących się do zarządzania i marketingu oraz ekonomii i finansów
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_K01
Metody weryfikacji	ocena aktywności podczas zajęć: Aktywność na zajęciach projekt: Przygotowanie symulacji finansowej lub raportu finansowego w wybranym narzędziu
Kod efektu	K_K05
Opis	Student jest gotów do odpowiedzialnego pełnienia ról zawodowych oraz przestrzegania i rozwijania zasad etyki zawodowej specjalistów z działów finansowo- księgowych i marketingu
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_K05
Metody weryfikacji	ocena aktywności podczas zajęć: Aktywność na zajęciach projekt: Przygotowanie symulacji finansowej lub raportu finansowego w wybranym narzędziu

SYLABUS PRZEDMIOTU

Kod przedmiotu	7200-ZGRZF-LZP-0470
Nazwa przedmiotu	Zastosowanie narzędzi IT w kadrach i płacach
Wersja przedmiotu	2025Z
Poziom kształcenia	pierwszego stopnia
Forma i tryb prowadzenia studiów	niestacjonarne
Profil studiów	Praktyczny
Kierunek studiów	Zarządzanie i Marketing w Gospodarce Cyfrowej
Specjalność	Rachunkowość i Zarządzanie Finansami Cyfrowymi
Jednostka prowadząca	Kolegium Nauk Ekonomicznych i Społecznych
Jednostka realizująca	Kolegium Nauk Ekonomicznych i Społecznych
Blok przedmiotów	nd
Grupy przedmiotów	Przedmioty z sem. 4, studia I stopnia niestacjonarne, KNEiS, Rachunkowość i zarządzanie...
Status przedmiotu	Obowiązkowy
Język prowadzenia zajęć	polski
Kod etapu studiów	ZGRZF-S4-LZP-7200
Liczba punktów ECTS	2

Część I**01. Efekty uczenia się i sposób prowadzenia zajęć**

Cel przedmiotu	Celem przedmiotu jest zapoznanie studentów z zasadami prowadzenia procesu kadrowego i płacowego w organizacji, w tym prowadzenia dokumentacji kadrowo-płacowej i rozliczeń z pracownikami w oparciu o przepisy obowiązującego prawa.
Efekty uczenia się oraz sposób ich weryfikacji i oceny	patrz tabela "Efekty uczenia się"
Formy zajęć i ich wymiar w semestrze	
Ćwiczenia	16.00 h

02. Bilans ECTS

Liczba punktów ECTS	2	
Rozliczenie godzinowo - punktowe przedmiotu	Godziny	ECTS
Liczba godzin i ECTS pracy studenta:		
Godziny i ECTS za zajęcia związane z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich	18	0.72
Godziny i ECTS związane z pracą własną studenta	32	1.28
Razem	50	2.00

Liczba godzin związanych z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich:

Godziny związane z udziałem w zajęciach	16
Inne godziny kontaktowe	2
Razem	18

Liczba godzin związanych z pracą własną studenta:

Godziny przeznaczone na pracę własną studenta	32
---	----

03. Treści kształcenia

Ćwiczenia	Przygotowanie dokumentacji pracowniczej, obejmującej zgłoszenia/wyrejestrowania pracowników, przygotowanie dokumentów zgłoszeniowych i rozliczeniowych do ZUS; rozliczanie i dokumentowanie wynagrodzeń; rozliczenia z US. Zajęcia z wykorzystaniem kalkulatorów wynagrodzeń oraz programów komputerowych (m.in. Płatnik)
-----------	---

Część I**Tabela: Efekty uczenia się**

Wiedza

Kod efektu	K_W03
Opis	Student zna źródła prawne regulujące obowiązki pracodawcy jako płatnika składek oraz dokumenty kadrowo – płacowe i zasady ich sporządzania
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_W03
Metody weryfikacji	Ćwiczenia: ocena aktywności podczas zajęć: Aktywność na zajęciach Ćwiczenia: projekt: przygotowanie dokumentacji pracowniczej, przygotowanie listy płac oraz dokumentów zgłoszeniowych i rozliczeniowych do ZUS I US przy wykorzystaniu programów komputerowych
Kod efektu	K_W05
Opis	Student zna programy informatyczne gromadzenia, przetwarzania i prezentowania danych kadrowo – płacowych, m.in.. Program Płatnik i Comarch HRM
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_W05
Metody weryfikacji	Ćwiczenia: ocena aktywności podczas zajęć: Aktywność na zajęciach Ćwiczenia: projekt: przygotowanie dokumentacji pracowniczej, przygotowanie listy płac oraz dokumentów zgłoszeniowych i rozliczeniowych do ZUS I US przy wykorzystaniu programów komputerowych

Umiejętności

Kod efektu	K_U01
Opis	Student potrafi wykorzystać posiadaną wiedzę teoretyczną z zakresu obsługi kadrowo-płacowej w przedsiębiorstwie do sporządzenia list płac oraz deklaracji rozliczeniowych, dokumentów zgłoszeniowych oraz dokumentów do wyrejestrowania, jak również rozliczeń rocznych z US
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_U01
Metody weryfikacji	Ćwiczenia: ocena aktywności podczas zajęć: Aktywność na zajęciach Ćwiczenia: projekt: przygotowanie dokumentacji pracowniczej, przygotowanie listy płac oraz dokumentów zgłoszeniowych i rozliczeniowych do ZUS I US przy wykorzystaniu programów komputerowych
Kod efektu	K_U05
Opis	posiada umiejętność obsługi wybranego informatycznego systemu zarządzania kadrami i płacą, i oraz sporządzania przy jego pomocy właściwej dokumentacji kadrowo – płacowej
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_U05
Metody weryfikacji	Ćwiczenia: ocena aktywności podczas zajęć: Aktywność na zajęciach Ćwiczenia: projekt: przygotowanie dokumentacji pracowniczej, przygotowanie listy płac oraz dokumentów zgłoszeniowych i rozliczeniowych do ZUS I US przy wykorzystaniu programów komputerowych

Kompetencje społeczne

Kod efektu	K_K01
Opis	Student ma świadomość ciągłych zmian podstawowych aktów prawnych związanych z systemem kadrowo - płacowym w przedsiębiorstwie oraz rozumie potrzebę ciągłego dokształcania się w tym zakresie

Część I

Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_K01
Metody weryfikacji	Ćwiczenia: ocena aktywności podczas zajęć: Aktywność na zajęciach
Kod efektu	K_K05
Opis	Student jest gotów do przestrzegania zasad etyki zawodowej i rozumie wymagania ochrony danych w obszarze zagadnień kadrowo –płacowych
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_K05
Metody weryfikacji	Ćwiczenia: ocena aktywności podczas zajęć: Aktywność na zajęciach

SYLABUS PRZEDMIOTU

Kod przedmiotu	7190-00000-LZP-0462
Nazwa przedmiotu	Język angielski - poziom B2 - sem. 4
Wersja przedmiotu	2025Z
Poziom kształcenia	pierwszego stopnia
Forma i tryb prowadzenia studiów	niestacjonarne
Profil studiów	Praktyczny
Kierunek studiów	Zarządzanie i Marketing w Gospodarce Cyfrowej
Specjalność	Rachunkowość i Zarządzanie Finansami Cyfrowymi
Jednostka prowadząca	Kolegium Nauk Ekonomicznych i Społecznych
Jednostka realizująca	Wydział Budownictwa, Mechaniki i Petrochemii
Blok przedmiotów	nd
Grupy przedmiotów	Przedmioty z sem. 4, studia I stopnia niestacjonarne, KNEiS, Digital MarketingPrzedmioty z sem. 4, studia I stopnia niestacjonarne, KNEiS, Rachunkowość i zarządzanie...
Status przedmiotu	Wybieralny
Język prowadzenia zajęć	polski
Kod etapu studiów	ZGRZF-S4-LZP-7200
Liczba punktów ECTS	4

Część I**01. Efekty uczenia się i sposób prowadzenia zajęć**

Cel przedmiotu	Celem lektoratu jest podniesienie umiejętności studentów kontynuujących naukę języka angielskiego do poziomu B2. Zarys programu obejmuje cele i treści w ramach czterech sprawności językowych: rozumienie mowy (1) i tworzenie wypowiedzi (2), rozumienie tekstu ze słuchu i analiza tekstu (3), oraz sprawność pisania zróżnicowanych pod względem formy tekstów na zadany temat (4).
Efekty uczenia się oraz sposób ich weryfikacji i oceny	patrz tabela "Efekty uczenia się"
Formy zajęć i ich wymiar w semestrze	
Ćwiczenia	32.00 h

02. Bilans ECTS

Liczba punktów ECTS	4	
Rozliczenie godzinowo - punktowe przedmiotu	Godziny	ECTS
Liczba godzin i ECTS pracy studenta:		
Godziny i ECTS za zajęcia związane z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich	41	1.64
Godziny i ECTS związane z pracą własną studenta	59	2.36
Razem	100	4.00
Liczba godzin związanych z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich:		
Godziny związane z udziałem w zajęciach	32	
Inne godziny kontaktowe	9	
Razem	41	
Liczba godzin związanych z pracą własną studenta:		
Godziny przeznaczone na pracę własną studenta	59	

03. Treści kształcenia

Część I

Ćwiczenia	<ol style="list-style-type: none"> 1. Conditionals 2. Consumer society - vocabulary, reading and speaking; Raising money for charity; Reading: "Could You Spare Me Some Change, Please?" 3. Number and concord; It/there; Word formation - money: spending/earning/saving money, banks; Customer tracking 4. Module 9 test; Vocabulary, speaking and listening: Travel 5. Passive Voice; Writing a report using passive forms 6. Wish, If only, would rather, had better 7. Vocabulary and speaking : Happiness; Clauses of reason, purpose, contrast; Writing an official letter 8. Vocabulary , speaking and listening: Health and fitness; So/,such; too/enough; as/like; Idioms connected with health; Module 10 test
-----------	---

Tabela: Efekty uczenia się

Umiejętności

Kod efektu	K_U09
Opis	Potrafi zrozumieć standardowe wypowiedzi w języku angielskim na poziomie B2, z zakresu życia codziennego, akademickiego i zawodowego. Rozumie dłuższe wypowiedzi, np. główne zagadnienia wykładu, przemówienia, prezentacji i dyskusji (pod warunkiem, że zna tematykę wypowiedzi). Potrafi wypowiedzieć się i uczestniczyć w rozmowie na tematy ogólne, podając swoje argumenty, zgadzać się lub nie zgadzać się z rozmówcą. Potrafi opisywać zagadnienie, opisywać konkretny przedmiot lub proces. Potrafi czytać ze zrozumieniem nowe teksty w języku angielskim , popularnonaukowe i z zakresu swojej specjalności.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_U09
Metody weryfikacji	Ćwiczenia: kolokwium pisemne Ćwiczenia: ocena aktywności podczas zajęć
Kod efektu	K_U12
Opis	Rozumie konieczność kontynuowania nauki języka angielskiego , w trakcie i po studiach, szczególnie w kierunku swojej specjalności.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_U12
Metody weryfikacji	Ćwiczenia: kolokwium pisemne Ćwiczenia: ocena aktywności podczas zajęć

Kompetencje społeczne

Kod efektu	K_K03
Opis	Jest gotów do korzystania z umiejętności posługiwania się językiem angielskim w celu wypełniania zobowiązań społecznych, współorganizowania działalności na rzecz środowiska społecznego oraz inicjowania działań na rzecz interesu publicznego między innymi w obszarze ograniczania wykluczenia cyfrowego i pułapek marketingowych.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_K03
Metody weryfikacji	Ćwiczenia: kolokwium pisemne Ćwiczenia: ocena aktywności podczas zajęć

SYLABUS PRZEDMIOTU

Kod przedmiotu	7190-00000-LZP-0363
Nazwa przedmiotu	Język niemiecki - poziom B2 - sem. 4
Wersja przedmiotu	2025Z
Poziom kształcenia	pierwszego stopnia
Forma i tryb prowadzenia studiów	niestacjonarne
Profil studiów	Praktyczny
Kierunek studiów	Zarządzanie i Marketing w Gospodarce Cyfrowej
Specjalność	Rachunkowość i Zarządzanie Finansami Cyfrowymi
Jednostka prowadząca	Kolegium Nauk Ekonomicznych i Społecznych
Jednostka realizująca	Wydział Budownictwa, Mechaniki i Petrochemii
Blok przedmiotów	nd
Grupy przedmiotów	Przedmioty z sem. 4, studia I stopnia niestacjonarne, KNEiS, Digital MarketingPrzedmioty z sem. 4, studia I stopnia niestacjonarne, KNEiS, Rachunkowość i zarządzanie...
Status przedmiotu	Wybieralny
Język prowadzenia zajęć	polski
Kod etapu studiów	ZGRZF-S4-LZP-7200
Liczba punktów ECTS	4

Część I**01. Efekty uczenia się i sposób prowadzenia zajęć**

Cel przedmiotu	Celem lektoratu jest podniesienie umiejętności studentów kontynuujących naukę języka niemieckiego do poziomu B2. Zarys programu obejmuje cele i treści w ramach czterech sprawności językowych: rozumienie mowy (1) i tworzenie wypowiedzi (2) , rozumienie tekstu ze słuchu i analiza tekstu (3), oraz sprawność pisania zróżnicowanych pod względem formy tekstów na zadany temat (4).
Efekty uczenia się oraz sposób ich weryfikacji i oceny	patrz tabela "Efekty uczenia się"
Formy zajęć i ich wymiar w semestrze	
Ćwiczenia	32.00 h

02. Bilans ECTS

Liczba punktów ECTS	4	
Rozliczenie godzinowo - punktowe przedmiotu	Godziny	ECTS
Liczba godzin i ECTS pracy studenta:		
Godziny i ECTS za zajęcia związane z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich	41	1.64
Godziny i ECTS związane z pracą własną studenta	59	2.36
Razem	100	4.00
Liczba godzin związanych z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich:		
Godziny związane z udziałem w zajęciach	32	
Inne godziny kontaktowe	9	
Razem	41	
Liczba godzin związanych z pracą własną studenta:		
Godziny przeznaczone na pracę własną studenta	59	

03. Treści kształcenia

Część I

Treści kształcenia	Semestr IV Tematyka: - migracja, problemy imigrantów, - różnice pokoleniowe, czasy minione/współczesne, - prawa i obowiązki obywatelskie, ustawa zasadnicza (pisanie skargi/zażalenia), - mass media, zastosowanie komputera, opis danych zawartych w diagramie, - niemieccy nobliści, pisarze, analiza fragmentów utworów literackich, - Europa, polityka europejska, wybory, - wyobrażenia o pracy zawodowej a rzeczywistość, pisanie życiorysu/listu motywacyjnego w języku obcym. Zagadnienia gramatyczne: - zdanie okolicznikowe celu, konstrukcja um...zu, - zdania czasowe ze spójnikami: während, bevor (ehe), seitdem, bis, solange, sobald, - Konjunktiv II: tryb warunkowy, zdanie warunkowe, - Konjunktiv I: mowa zależna, - testy i ćwiczenia zbiorcze przygotowujące do egzaminu (poziom B1, B2)
--------------------	---

Tabela: Efekty uczenia się

Umiejętności

Kod efektu	K_U09
Opis	Potrafi zrozumieć standardowe wypowiedzi w językuniemieckim na poziomie B2, z zakresu życia codziennego, akademickiego i zawodowego. Rozumie dłuższe wypowiedzi, np. główne zagadnienia wykładu, przemówienia, prezentacji i dyskusji (pod warunkiem, że zna tematykę wypowiedzi). Potrafi wypowiedzieć się i uczestniczyć w rozmowie na tematy ogólne, podając swoje argumenty, zgadzać się lub nie zgadzać się z rozmówcą. Potrafi opisywać zagadnienie, opisywać konkretny przedmiot lub proces. Potrafi czytać ze zrozumieniem nowe teksty w języku niemieckim, popularnonaukowe i z zakresu swojej specjalności.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_U09
Metody weryfikacji	ocena aktywności podczas zajęć zaliczenie
Kod efektu	K_U12
Opis	Rozumie konieczność kontynuowania nauki języka niemieckiego, w trakcie i po studiach, szczególnie w kierunku swojej specjalności.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_U12
Metody weryfikacji	ocena aktywności podczas zajęć zaliczenie

Kompetencje społeczne

Kod efektu	K_K03
Opis	Jest gotów do korzystania z umiejętności posługiwania się językiem niemieckim w celu wypełniania zobowiązań społecznych, współorganizowania działalności na rzecz środowiska społecznego oraz inicjowania działań na rzecz interesu publicznego między innymi w obszarze ograniczania wykluczenia cyfrowego i pułapek marketingowych.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_K03
Metody weryfikacji	ocena aktywności podczas zajęć zaliczenie

SYLABUS PRZEDMIOTU

Kod przedmiotu	7200-ZG000-LZP-0551
Nazwa przedmiotu	Marketing międzynarodowy
Wersja przedmiotu	2025Z
Poziom kształcenia	pierwszego stopnia
Forma i tryb prowadzenia studiów	niestacjonarne
Profil studiów	Praktyczny
Kierunek studiów	Zarządzanie i Marketing w Gospodarce Cyfrowej
Specjalność	Digital Marketing i Zarządzanie Sprzedażą
Jednostka prowadząca	Kolegium Nauk Ekonomicznych i Społecznych
Jednostka realizująca	Kolegium Nauk Ekonomicznych i Społecznych
Blok przedmiotów	nd
Grupy przedmiotów	Przedmioty z sem. 5, studia I stopnia niestacjonarne, KNEiS, Digital Marketing..., Przedmioty z sem. 5, studia I stopnia niestacjonarne, KNEiS, Rachunkowość i zarządzanie...
Status przedmiotu	Obowiązkowy
Język prowadzenia zajęć	polski
Kod etapu studiów	ZGDMZ-S5-LZP-7200
Liczba punktów ECTS	3

Część I**01. Efekty uczenia się i sposób prowadzenia zajęć**

Cel przedmiotu	Celem przedmiotu jest zapoznanie studentów z zasadami prowadzenia działalności gospodarczej poza granicami kraju; zasadami planowania, dystrybucji i promocji produktów oraz usług poza granicami kraju a także z procesem dostosowywania działań marketingowych do specyfiki danego kraju przy zachowaniu spójnej strategii globalnej
Efekty uczenia się oraz sposób ich weryfikacji i oceny	patrz tabela "Efekty uczenia się"
Formy zajęć i ich wymiar w semestrze	
Wykład	16.00 h

02. Bilans ECTS

Liczba punktów ECTS	3	
Rozliczenie godzinowo - punktowe przedmiotu	Godziny	ECTS
Liczba godzin i ECTS pracy studenta:		
Godziny i ECTS za zajęcia związane z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich	20	0.80
Godziny i ECTS związane z pracą własną studenta	55	2.20
Razem	75	3.00
Liczba godzin związanych z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich:		
Godziny związane z udziałem w zajęciach	16	
Inne godziny kontaktowe	4	
Razem	20	
Liczba godzin związanych z pracą własną studenta:		
Godziny przeznaczone na pracę własną studenta	55	

03. Treści kształcenia

Część I

Wykład	1. Teoretyczne podstawy marketingu międzynarodowego. Główne pojęcia. 2. Geneza oraz teoretyczne podstawy marketingu międzynarodowego. 3. Struktura i kierunki rozwoju marketingu międzynarodowego. 4. Model funkcjonowania marketingu międzynarodowego. 5. Czynniki wpływające na rozwój wymiany międzynarodowej. 6. Cechy przedsiębiorstwa międzynarodowego. 7. Strategie wymiany międzynarodowej. 8. Strategie międzynarodowego marketingu mix. 9. Charakterystyka środowiska międzynarodowego. 10. Analiza opłacalności eksportu i importu. 11. Międzynarodowe badania marketingowe i ich charakterystyka. 12. Międzynarodowa integracja gospodarcza. 13. Analiza strategii wejścia na rynek zagraniczny. 14. E-biznes a marketing międzynarodowy. 15. Cykl wymiany międzynarodowej.
--------	---

Tabela: Efekty uczenia się

Wiedza	
Kod efektu	K_W01
Opis	student zna i rozumie w zaawansowanym stopniu kluczowe zagadnienia używane w marketingu międzynarodowym oraz zastosowanie tych terminów w obrębie pokrewnych dyscyplin, a także zna miejsce marketingu międzynarodowego w systemie nauk społecznych
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_W01
Metody weryfikacji	Wykład: egzamin pisemny:Egzamin pisemny (test)
Kod efektu	K_W02
Opis	student zna i rozumie w zaawansowanym stopniu procesy związane z gospodarką cyfrową z perspektywy człowieka, organizacji, branży, świata w zjawiskach zarządczych i ekonomicznych ze szczególnym odniesieniem do marketingu międzynarodowego
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_W02
Metody weryfikacji	Wykład: egzamin pisemny:Egzamin pisemny (test)
Kod efektu	K_W05
Opis	student zna i rozumie w zaawansowanym stopniu zasady i narzędzia stosowane w marketingu międzynarodowym w odniesieniu do prowadzenia sprzedaży w środowisku wirtualnym
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_W05
Metody weryfikacji	Wykład: egzamin pisemny:Egzamin pisemny (test)
Kod efektu	K_W08
Opis	student zna i rozumie podstawowe zasady tworzenia i rozwoju różnych form przedsiębiorczości ze szczególnym uwzględnieniem marketingu międzynarodowego, w tym e-biznesu
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_W08
Metody weryfikacji	Wykład: egzamin pisemny:Egzamin pisemny (test)
Umiejętności	
Kod efektu	K_U01
Opis	student potrafi wykorzystać posiadaną wiedzę teoretyczną z zakresu zarządzania i marketingu, w tym zarządzania sprzedażą do zaawansowanych analiz procesów i zjawisk gospodarczych związanych z praktyką gospodarczą oraz formułować na ich podstawie wnioski i rekomendacje
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_U01

Część I

Metody weryfikacji	Wykład: egzamin pisemny:Egzamin pisemny (test)
Kod efektu	K_U02
Opis	student potrafi łączyć zagadnienia odnoszące się do marketingu międzynarodowego z innymi aspektami prowadzenia działalności gospodarczej, m.in. z zakresu gospodarki cyfrowej w kontekście wyzwań współczesnej cywilizacji
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_U02
Metody weryfikacji	Wykład: egzamin pisemny:Egzamin pisemny (test)
Kod efektu	K_U07
Opis	student potrafi komunikować się z otoczeniem z użyciem specjalistycznej terminologii z zakresu marketingu międzynarodowego
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_U07
Metody weryfikacji	Wykład: egzamin pisemny:Egzamin pisemny (test) Wykład: ocena aktywności podczas zajęć: Aktywność na zajęciach

Kompetencje społeczne

Kod efektu	K_K01
Opis	student jest gotów do krytycznego uznawania nabytej wiedzy i odbieranych treści w rozwiązywaniu problemów poznawczych i praktycznych bezpośrednio odnoszących się do marketingu międzynarodowego
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_K01
Metody weryfikacji	Wykład: egzamin pisemny:Egzamin pisemny (test) Wykład: praca domowa
Kod efektu	K_K04
Opis	jest gotów do myślenia i działania w sposób przedsiębiorczy w odniesieniu do marketingu międzynarodowego
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_K04
Metody weryfikacji	Wykład: egzamin pisemny:Egzamin pisemny (test) Wykład: ocena aktywności podczas zajęć: Aktywność na zajęciach
Kod efektu	K_K05
Opis	jest gotów do odpowiedzialnego pełnienia ról zawodowych oraz przestrzegania i rozwijania zasad etyki zawodowej specjalistów z działu marketingu (marketingu międzynarodowego)
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_K05
Metody weryfikacji	Wykład: egzamin pisemny:Egzamin pisemny (test)
Kod efektu	K_K06
Opis	jest gotów do odpowiedzialnego pełnienia ról zawodowych i rozwijania dorobku zawodów wykonywanych w środowisku informatycznym, w tym podtrzymywania etosu zawodu specjalistów z branży marketingowej z uwzględnieniem zmieniających się potrzeb społecznych w skali międzynarodowej
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_K06
Metody weryfikacji	Wykład: egzamin pisemny:Egzamin pisemny (test) Wykład: ocena aktywności podczas zajęć: Aktywność na zajęciach

SYLABUS PRZEDMIOTU

Kod przedmiotu	7200-ZG000-LZP-0552
Nazwa przedmiotu	Zarządzanie projektami
Wersja przedmiotu	2025Z
Poziom kształcenia	pierwszego stopnia
Forma i tryb prowadzenia studiów	niestacjonarne
Profil studiów	Praktyczny
Kierunek studiów	Zarządzanie i Marketing w Gospodarce Cyfrowej
Specjalność	Digital Marketing i Zarządzanie Sprzedażą
Jednostka prowadząca	Kolegium Nauk Ekonomicznych i Społecznych
Jednostka realizująca	Kolegium Nauk Ekonomicznych i Społecznych
Blok przedmiotów	nd
Grupy przedmiotów	Przedmioty z sem. 5, studia I stopnia niestacjonarne, KNEiS, Digital Marketing..., Przedmioty z sem. 5, studia I stopnia niestacjonarne, KNEiS, Rachunkowość i zarządzanie...
Status przedmiotu	Obowiązkowy
Język prowadzenia zajęć	polski
Kod etapu studiów	ZGDMZ-S5-LZP-7200
Liczba punktów ECTS	3

Część I**01. Efekty uczenia się i sposób prowadzenia zajęć**

Cel przedmiotu	Celem przedmiotu jest zapoznanie studentów z podstawowymi zasadami zarządzania projektami oraz metodami i metodykami z tym związanymi. Celem jest także zaprezentowanie funkcjonowania poznanych zasad w praktyce gospodarczej. Będzie to możliwe dzięki wykorzystaniu oprogramowania komputerowego.	
Praktyki zawodowe	Brak.	
Efekty uczenia się oraz sposób ich weryfikacji i oceny	patrz tabela "Efekty uczenia się"	
Formy zajęć i ich wymiar w semestrze		
Ćwiczenia	16.00 h	
Wykład	8.00 h	

02. Bilans ECTS

Liczba punktów ECTS	3	
Rozliczenie godzinowo - punktowe przedmiotu	Godziny	ECTS
Liczba godzin i ECTS pracy studenta:		
Godziny i ECTS za zajęcia związane z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich	28	1.12
Godziny i ECTS związane z pracą własną studenta	47	1.88
Razem	75	3.00
Liczba godzin związanych z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich:		
Godziny związane z udziałem w zajęciach	24	
Inne godziny kontaktowe	4	
Razem	28	
Liczba godzin związanych z pracą własną studenta:		
Godziny przeznaczone na pracę własną studenta	47	

03. Treści kształcenia

Część I

Ćwiczenia	Symulacja oparta na grze dydaktycznej. Student wciela się w rolę Product Menagera odpowiedzialnego za realizację wybranego zadania. W trakcie ćwiczeń Student rozdziela zasoby na zadania, kontroluje wydatki, zarządza relacjami z interesariuszami oraz zarządza ryzykiem. Przy podejmowaniu decyzji Student musi uwzględnić wysokość budżetu i czas jakim dysponuje. Ćwiczenia symulacyjne przebiegają wg następujących etapów: 1. Analiza harmonogramu działań i terminów. 2. Zaproszenie do współpracy i przydzielenie zadań członkom zespołu. 3. Motywowanie pracowników i negocjowanie ich dyspozycyjności. 4. Zaplanowanie budżetu projektu. 5. Wybór interesariuszy-dodatkowe środki finansowe lub koszty. 6. Planowanie ryzyka przedsięwzięcia. 7. Wnioski z oceny rezultatów pracy Studenta w odniesieniu do kluczowych kompetencji zgodnie z metodyką IPMA (zakres, harmonogram, finanse, ryzyko, interesariusze, orientacja na wyniki, przestrzeganie zasad).
Wykład	1.Podstawy zarządzania projektami: a) Pojęcie projektu. b)Rodzaje projektów. c)Zarządzanie projektem-matryca pojęć. 2.Cykl życia projektu: a)Przebieg cyklu życia projektu. b)Modele cyklu życia projektu. 3.Inicjowanie i definiowanie projektu: a)Inicjowanie projektu.b) Etapy inicjowania projektu. c)Definiowanie projektu. d)Techniki wspomagające inicjowanie i definiowanie projektów. 4.Planowanie w projekcie: a) Określenie struktury projektu. b)Planowanie przebiegu projektu. c)Planowanie zasobów projektu. 5.Kontrolowanie w projekcie: a)Kontrola przygotowania wykonawstwa projektu. b)Kontrola wykonawstwa projektu. c)Zamknięcie projektu. 6.Koordinowanie w projekcie: a)Koordynacja przygotowania wykonawstwa projektu, b)Koordynacja wykonawstwa projektu. 7.Metody zarządzania projektami: a) Metoda tradycyjna (Waterfall), b)Metody zwinne (Agile): scrum, lean, kanban, c) Inne metody; Prince 2, PMBOK.

Tabela: Efekty uczenia się

Wiedza	
Kod efektu	K_W01
Opis	Student zna i rozumie w zaawansowanym stopniu kluczowe zagadnienia używane w zarządzaniu, szczególnie w zakresie roli zarządzania projektami w zarządzaniu przedsiębiorstwami, organizacjami pozarządowymi i innymi podmiotami.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_W01
Metody weryfikacji	ocena aktywności podczas zajęć: Aktywność na zajęciach Wykład: kolokwium pisemne: Test wielokrotnego wyboru - wykład Ćwiczenia: projekt: Projekt z wykorzystaniem narzędzi IT
Kod efektu	K_W02
Opis	Student zna i rozumie w zaawansowanym stopniu procesy związane z gospodarką cyfrową z perspektywy organizacji w zjawiska zarządczych, ze szczególnym uwzględnieniem zarządzania projektami.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_W02
Metody weryfikacji	ocena aktywności podczas zajęć: Aktywność na zajęciach Wykład: kolokwium pisemne: Test wielokrotnego wyboru - wykład Ćwiczenia: projekt: Projekt z wykorzystaniem narzędzi IT

Część I

Umiejętności

Kod efektu	K_U01
Opis	Student potrafi wykorzystać posiadaną wiedzę teoretyczną z zakresu zarządzania, w tym zarządzania projektami do zaawansowanych analiz procesów i zjawisk gospodarczych związanych z praktyką gospodarczą oraz formułować na ich podstawie wnioski i rekomendacje
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_U01
Metody weryfikacji	ocena aktywności podczas zajęć: Aktywność na zajęciach Wykład: kolokwium pisemne: Test wielokrotnego wyboru - wykład Ćwiczenia: praca domowa: Praca domowa Ćwiczenia: projekt: Projekt z wykorzystaniem narzędzi IT
Kod efektu	K_U07
Opis	Student potrafi wykorzystać zdobytą wiedzę do dyskusji, formułowania problemów (wyzwań) i w sposób kompetentny oraz komunikatywny uzasadniać zaproponowane rozwiązania i podjęte decyzje (głównie w zakresie zarządzania projektami), jak również poddać je krytyce między innymi biorąc udział w debacie.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_U07
Metody weryfikacji	ocena aktywności podczas zajęć: Aktywność na zajęciach

Kompetencje społeczne

Kod efektu	K_K01
Opis	Student jest gotów do krytycznego uznawania nabytej wiedzy i odbieranych treści w rozwiązywaniu problemów poznawczych i praktycznych bezpośrednio odnoszących się do zarządzania, ze szczególnym uwzględnieniem zarządzania projektami
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_K01
Metody weryfikacji	ocena aktywności podczas zajęć: Aktywność na zajęciach Wykład: kolokwium pisemne: Test wielokrotnego wyboru - wykład
Kod efektu	K_K04
Opis	Student jest gotów do myślenia i działania w sposób przedsiębiorczy, głównie zw zakresie zarządzania projektami.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_K04
Metody weryfikacji	ocena aktywności podczas zajęć: Aktywność na zajęciach Wykład: kolokwium pisemne: Test wielokrotnego wyboru - wykład

SYLABUS PRZEDMIOTU

Kod przedmiotu	7200-ZG000-LZP-0553
Nazwa przedmiotu	E-administracja
Wersja przedmiotu	2025Z
Poziom kształcenia	pierwszego stopnia
Forma i tryb prowadzenia studiów	niestacjonarne
Profil studiów	Praktyczny
Kierunek studiów	Zarządzanie i Marketing w Gospodarce Cyfrowej
Specjalność	Digital Marketing i Zarządzanie Sprzedażą
Jednostka prowadząca	Kolegium Nauk Ekonomicznych i Społecznych
Jednostka realizująca	Kolegium Nauk Ekonomicznych i Społecznych
Blok przedmiotów	nd
Grupy przedmiotów	Przedmioty z sem. 5, studia I stopnia niestacjonarne, KNEiS, Digital Marketing..., Przedmioty z sem. 5, studia I stopnia niestacjonarne, KNEiS, Rachunkowość i zarządzanie...
Status przedmiotu	Obowiązkowy
Język prowadzenia zajęć	polski
Kod etapu studiów	ZGDMZ-S5-LZP-7200
Liczba punktów ECTS	3

Część I**01. Efekty uczenia się i sposób prowadzenia zajęć**

Cel przedmiotu	Celem tego przedmiotu jest zapoznanie studentów z fundamentami e-administracji i jej rolą w nowoczesnym państwie. Studenci poznają kluczowe aspekty prawne oraz funkcjonalności systemów informacyjnych, które wspierają obsługę obywateli i przedsiębiorców drogą elektroniczną. Program obejmuje także praktyczne ćwiczenia z obsługi Profilu Zaufanego, wyszukiwania informacji publicznej i korzystania z elektronicznych usług administracyjnych. Przedmiot kładzie nacisk na analizę wyzwań oraz możliwości rozwoju e-administracji, w tym nowoczesnych technologii takich jak blockchain i sztuczna inteligencja.
Efekty uczenia się oraz sposób ich weryfikacji i oceny	patrz tabela "Efekty uczenia się"
Formy zajęć i ich wymiar w semestrze	
Wykład	16.00 h
Ćwiczenia	16.00 h

02. Bilans ECTS

Liczba punktów ECTS	3	
Rozliczenie godzinowo - punktowe przedmiotu	Godziny	ECTS
Liczba godzin i ECTS pracy studenta:		
Godziny i ECTS za zajęcia związane z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich	39	1.56
Godziny i ECTS związane z pracą własną studenta	36	1.44
Razem	75	3.00

Liczba godzin związanych z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich:

Godziny związane z udziałem w zajęciach	32
Inne godziny kontaktowe	7
Razem	39

Liczba godzin związanych z pracą własną studenta:

Godziny przeznaczone na pracę własną studenta	36
---	----

03. Treści kształcenia

Ćwiczenia	<ol style="list-style-type: none">1. Tworzenie kont i zakładanie Profilu Zaufanego Praktyczne ćwiczenia z zakładania i zarządzania Profilem Zaufanym.2. Analiza przepisów prawnych dotyczących e-administracji Praca z aktami prawnymi regulującymi e-administrację (np. KPA, ustawa o informatyzacji).3. Analiza systemów informacji publicznej cz. 1 Ćwiczenia polegające na analizie struktur i funkcji wybranego systemu.4. Analiza systemów informacji publicznej cz. 2 Ćwiczenia polegające na analizie struktur i funkcji wybranego systemu.5. Analiza systemów informacji publicznej cz. 3 Ćwiczenia polegające na analizie struktur i funkcji wybranego systemu.6. Symulacja korzystania z usług e-administracji cz. 1 Ćwiczenia praktyczne: wysyłanie wniosków, pobieranie zaświadczeń.7. Symulacja korzystania z usług e-administracji cz. 2 Ćwiczenia praktyczne: wysyłanie wniosków, pobieranie zaświadczeń.8. Symulacja korzystania z usług e-administracji cz. 3 Ćwiczenia praktyczne: wysyłanie wniosków, pobieranie zaświadczeń.9. Analiza przypadków naruszeń bezpieczeństwa w e-administracji Omówienie przykładów naruszeń, dyskusja o przyczynach i konsekwencjach.10. Projektowanie prostej usługi online dla urzędu Zajęcia warsztatowe, w których studenci projektują fikcyjną usługę online, analizując potrzebne zasoby.11. Projektowanie prostej usługi online dla urzędu Zajęcia warsztatowe, w których studenci projektują fikcyjną usługę online, analizując potrzebne zasoby.12. Ćwiczenia z wyszukiwania informacji publicznej w rejestrach online Praktyka w korzystaniu z otwartych danych publicznych i rejestrów, takich jak CEIDG.13. Analiza wybranych zagranicznych rozwiązań w e-administracji Badanie przykładów międzynarodowych rozwiązań e-administracji, prezentacje studenckie.
-----------	---

Część I

Wykład	<p>1. Wprowadzenie do e-administracji Podstawowe pojęcia, historia rozwoju i znaczenie e-administracji w nowoczesnym państwie.</p> <p>2. Podstawy prawne e-administracji w Polsce i Unii Europejskiej Omówienie najważniejszych przepisów regulujących e-administrację, takich jak KPA, ustawa o informatyzacji działalności podmiotów realizujących zadania publiczne, RODO.</p> <p>3. Cyfryzacja administracji publicznej: szanse i wyzwania Korzyści z wdrażania e-administracji oraz bariery (techniczne, prawne, organizacyjne).</p> <p>4. Systemy informacyjne w administracji publicznej cz. 1 Przykłady systemów takich jak CEPIK, ePUAP, PUE ZUS e-Urząd Skarbowy itp. i ich rola w funkcjonowaniu administracji.</p> <p>5. Systemy informacyjne w administracji publicznej cz. 2</p> <p>6. Usługi elektroniczne dla obywateli i przedsiębiorców cz. 1 Przegląd usług takich jak Profil Zaufany, e-Recepta, e-PIT itp. oraz zasady ich działania.</p> <p>7. Usługi elektroniczne dla obywateli i przedsiębiorców cz.2</p> <p>8. Usługi elektroniczne dla obywateli i przedsiębiorców cz. 3</p> <p>9. Usługi elektroniczne dla obywateli i przedsiębiorców cz. 4</p> <p>10. Elektroniczny obieg dokumentów i archiwizacja Jak działa system elektronicznego obiegu dokumentów, zasady archiwizacji i przechowywania dokumentacji cyfrowej.</p> <p>11. E-demokracja i partycypacja obywatelska Narzędzia i formy e-demokracji: e-konsultacje, e-petycje, e-głosowanie.</p> <p>12. E-identyfikacja i podpis elektroniczny Rodzaje podpisów elektronicznych (kwalifikowany, niekwalifikowany), sposób ich wykorzystywania i ich znaczenie prawne.</p> <p>13. E-administracja w praktyce: case studies Przykłady wdrożeń e-administracji w Polsce i na świecie. Analiza korzyści i wyzwań.</p> <p>14. Nowoczesne technologie w administracji: blockchain, AI, big data Wpływ nowych technologii na administrację publiczną i potencjalne możliwości ich wdrożenia.</p> <p>15. Przyszłość e-administracji: wyzwania i perspektywy Jak e-administracja będzie się rozwijać w przyszłości, jakie są kluczowe trendy i wyzwania.</p>
--------	--

Tabela: Efekty uczenia się

Wiedza	
Kod efektu	K_W05
Opis	Zna i rozumie w zaawansowanym stopniu pojęcia, historię rozwoju oraz znaczenie e-administracji w nowoczesnym państwie oraz jej podstawy prawne.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_W05
Metody weryfikacji	ocena aktywności podczas zajęć: Aktywność na zajęciach Wykład: egzamin pisemny: Pytania otwarte Ćwiczenia: zaliczenie: Skorzystanie z wybranych usług e-administracji
Kod efektu	K_W06
Opis	Zna i rozumie fundamentalne zasady działania systemów informacyjnych w administracji publicznej, usługi elektroniczne dla obywateli i przedsiębiorców, sposób działania systemu elektronicznego obiegu dokumentów.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_W06

Część I

Metody weryfikacji	ocena aktywności podczas zajęć: Aktywność na zajęciach Wykład: egzamin pisemny: Pytania otwarte Ćwiczenia: zaliczenie: Skorzystanie z wybranych usług e-administracji
--------------------	---

Umiejętności

Kod efektu	K_U02
Opis	Potrafi korzystać z nowych technologii w administracji publicznej i wykorzystywać ich potencjalne możliwości.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_U02
Metody weryfikacji	ocena aktywności podczas zajęć: Aktywność na zajęciach Ćwiczenia: zaliczenie: Skorzystanie z wybranych usług e-administracji
Kod efektu	K_U06
Opis	Potrafi wykorzystać zdobytą wiedzę do rozwiązywania problemów i realizacji zadań związanych z działalnością zawodową w zakresie zarządzania w środowisku e-administracji.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_U06
Metody weryfikacji	ocena aktywności podczas zajęć: Aktywność na zajęciach Ćwiczenia: zaliczenie: Skorzystanie z wybranych usług e-administracji

Kompetencje społeczne

Kod efektu	K_K03
Opis	Jest gotów do identyfikowanie wyzwań i perspektyw oraz określanie nowych kluczowych trendów e-administracji w praktyce.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_K03
Metody weryfikacji	ocena aktywności podczas zajęć: Aktywność na zajęciach Ćwiczenia: zaliczenie: Skorzystanie z wybranych usług e-administracji
Kod efektu	K_K06
Opis	Jest gotów do odpowiedzialnego pełnienia ról zawodowych z wykorzystaniem wiedzy z zakresu działania e-administracji.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_K06
Metody weryfikacji	ocena aktywności podczas zajęć: Aktywność na zajęciach Ćwiczenia: zaliczenie: Skorzystanie z wybranych usług e-administracji

SYLABUS PRZEDMIOTU

Kod przedmiotu	7200-ZG000-LZP-0554
Nazwa przedmiotu	Cyberbezpieczeństwo przedsiębiorstwa
Wersja przedmiotu	2025Z
Poziom kształcenia	pierwszego stopnia
Forma i tryb prowadzenia studiów	niestacjonarne
Profil studiów	Praktyczny
Kierunek studiów	Zarządzanie i Marketing w Gospodarce Cyfrowej
Specjalność	Digital Marketing i Zarządzanie Sprzedażą
Jednostka prowadząca	Kolegium Nauk Ekonomicznych i Społecznych
Jednostka realizująca	Kolegium Nauk Ekonomicznych i Społecznych
Blok przedmiotów	nd
Grupy przedmiotów	Przedmioty z sem. 5, studia I stopnia niestacjonarne, KNEiS, Digital Marketing..., Przedmioty z sem. 5, studia I stopnia niestacjonarne, KNEiS, Rachunkowość i zarządzanie...
Status przedmiotu	Obowiązkowy
Język prowadzenia zajęć	polski
Kod etapu studiów	ZGDMZ-S5-LZP-7200
Liczba punktów ECTS	3

Część I**01. Efekty uczenia się i sposób prowadzenia zajęć**

Cel przedmiotu	Celem przedmiotu jest pozyskanie przez studentów wiedzy na temat podstawowych zagadnień związanych z zagrożeniami w cyberprzestrzeni, bezpiecznym korzystaniu z usług cyfrowych, dezinformacji oraz zarządzania cyberbezpieczeństwem w przedsiębiorstwach oraz uświadomienie roli jaką kwestie cyberbezpieczeństwa odgrywają w rzeczywistości społeczno-gospodarczo-politycznej XXI wieku. W ramach wykładu omówione zostaną adekwatne studia przypadków. Istotne jest również uwrażliwienie studentów na potrzebę ciągłego rozwoju i aktualizacji wiedzy w tym zakresie z uwagi na dynamikę omawianych zjawisk (postęp technologiczny).
Efekty uczenia się oraz sposób ich weryfikacji i oceny	patrz tabela "Efekty uczenia się"
Formy zajęć i ich wymiar w semestrze	
Ćwiczenia	16.00 h
Wykład	8.00 h

02. Bilans ECTS

Liczba punktów ECTS	3	
Rozliczenie godzinowo - punktowe przedmiotu	Godziny	ECTS
Liczba godzin i ECTS pracy studenta:		
Godziny i ECTS za zajęcia związane z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich	32	1.28
Godziny i ECTS związane z pracą własną studenta	43	1.72
Razem	75	3.00
Liczba godzin związanych z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich:		
Godziny związane z udziałem w zajęciach	24	
Inne godziny kontaktowe	8	
Razem	32	

Liczba godzin związanych z pracą własną studenta:

Część I

Godziny przeznaczone na pracę własną studenta	43
---	----

03. Treści kształcenia

Wykład	<ol style="list-style-type: none"> 1. Cyfryzacja życia społeczno-gospodarczego 2. Wprowadzenie do bezpieczeństwa informacyjnego 3. Strategie zarządzania cyberbezpieczeństwem (przegląd koncepcji np. MITRE ATT&CK, ISO itp.) 4. Cyberbezpieczeństwo a zarządzanie ryzykiem 5. Cyberprzestępczość i rewolucja IT w kontekście militarnym 6. Ustawa o Krajowym Systemie Cyberbezpieczeństwa (NIS 2) 7. Dezinformacja w świecie cyfrowym (rola mediów społecznościowych) 8. Sztuczna inteligencja – zagrożenie czy narzędzie obronne 9. Tworzenie bezpiecznego oprogramowania i rodzaje zabezpieczeń (kryptografia, biometria itp.) 10. Trendy rozwojowe w cyberbezpieczeństwie
Ćwiczenia	<ol style="list-style-type: none"> 1. Strategie zarządzania cyberbezpieczeństwem w praktyce (studia przypadków) 2. Włamania do systemów IT, ataki sieciowe, ataki na użytkowników końcowych, socjotechnika (studia przypadków - Phishing i Ransomware – aktualnie największe zagrożenia dla każdej organizacji) 3. Biały wywiad (OSINT) a kradzież tożsamości - prywatność użytkowników w cyberprzestrzeni (studia przypadków) 4. Dezinformacja a algorytmy sztucznej inteligencji (studia przypadków)

Tabela: Efekty uczenia się

Wiedza	
Kod efektu	K_W02
Opis	Ma zaawansowaną wiedzę dotyczącą cyfryzacji życia społeczno-gospodarczego.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_W02
Metody weryfikacji	egzamin pisemny: Test wiedzy (pytania otwarte i zamknięte)
Kod efektu	K_W03
Opis	Ma zaawansowaną wiedzę dotyczącą strategicznego zarządzania bezpieczeństwem informacji.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_W03
Metody weryfikacji	egzamin pisemny: Test wiedzy (pytania otwarte i zamknięte)
Kod efektu	K_W06
Opis	Ma zaawansowaną wiedzę na temat zagrożeń w wirtualnym świecie oraz reguły cyberbezpieczeństwa przedsiębiorstwa
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_W06
Metody weryfikacji	egzamin pisemny: Test wiedzy (pytania otwarte i zamknięte)
Umiejętności	
Kod efektu	K_U01
Opis	Potrafi analizować, interpretować i wyjaśniać zjawiska związane z cyberbezpieczeństwem
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_U01
Metody weryfikacji	prezentacja: Analiza i prezentacja wybranego obszaru cyberbezpieczeństwa) projekt: Analiza poziomu zabezpieczeń wskazanego podmiotu/konta itp..
Kod efektu	K_U06

Część I

Opis	Potrafi wykorzystać i zastosować różnorodne formy budowania strategii bezpieczeństwa zarządzania informacją.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_U06
Metody weryfikacji	prezentacja: Analiza i prezentacja wybranego obszaru cyberbezpieczeństwa) projekt: Analiza poziomu zabezpieczeń wskazanego podmiotu/konta itp..
Kod efektu	K_U08
Opis	Potrafi zastosować zdobytą wiedzę w analizie i rozpoznaniu trendów rozwojowych w obszarze cyberbezpieczeństwa.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_U08
Metody weryfikacji	prezentacja: Analiza i prezentacja wybranego obszaru cyberbezpieczeństwa) projekt: Analiza poziomu zabezpieczeń wskazanego podmiotu/konta itp..

Kompetencje społeczne

Kod efektu	K_K01
Opis	Ma świadomość poziomu swojej wiedzy i umiejętności w zakresie cyberbezpieczeństwa, rozumie potrzebę ciągłego dokształcania się i rozwoju
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_K01
Metody weryfikacji	ocena aktywności podczas zajęć: Dyskusja
Kod efektu	K_K06
Opis	Jest gotów do odpowiedzialnego wykorzystania posiadanej wiedzy z zakresu cyberbezpieczeństwa przedsiębiorstwa
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_K06
Metody weryfikacji	ocena aktywności podczas zajęć: Dyskusja

SYLABUS PRZEDMIOTU

Kod przedmiotu	7200-00000-LZP-0654
Nazwa przedmiotu	Biznesplan
Wersja przedmiotu	2025Z
Poziom kształcenia	pierwszego stopnia
Forma i tryb prowadzenia studiów	niestacjonarne
Profil studiów	Praktyczny
Kierunek studiów	Zarządzanie i Marketing w Gospodarce Cyfrowej
Specjalność	Digital Marketing i Zarządzanie Sprzedażą
Jednostka prowadząca	Kolegium Nauk Ekonomicznych i Społecznych
Jednostka realizująca	Kolegium Nauk Ekonomicznych i Społecznych
Blok przedmiotów	nd
Grupy przedmiotów	Przedmioty z sem. 5, studia I stopnia niestacjonarne, KNEiS, Digital Marketing..., Przedmioty z sem. 5, studia I stopnia niestacjonarne, KNEiS, Rachunkowość i zarządzanie...
Status przedmiotu	Obowiązkowy
Język prowadzenia zajęć	polski
Kod etapu studiów	ZGDMZ-S5-LZP-7200
Liczba punktów ECTS	3

Część I**01. Efekty uczenia się i sposób prowadzenia zajęć**

Cel przedmiotu	Celem przedmiotu jest przedstawienie roli biznes planu w zarządzaniu przedsiębiorstwem, w tym: podczas zakładania firmy, przy pozyskiwaniu źródeł finansowania, podczas realizacji działań inwestycyjnych, itp., W trakcie zajęć studenci nabywają praktycznych umiejętności przygotowania biznesplanu i w grupach roboczych opracowują projekt bazując na wybranych przykładach. W trakcie nauki kształtowana jest umiejętność tworzenia struktury dokumentu, analiz czynników makro- i mikrootoczenia wpływających na prowadzenie działalności gospodarczej, planowania działań marketingowych, nakładów inwestycyjnych, zatrudnienia i harmonogramów działań, z uwzględnieniem źródeł finansowania poszczególnych działań. W końcowej części zajęć studenci dokonują oceny ekonomiczno-finansowej opracowanego projektu.	
Efekty uczenia się oraz sposób ich weryfikacji i oceny	patrz tabela "Efekty uczenia się"	
Formy zajęć i ich wymiar w semestrze		
Wykład	16.00 h	
Ćwiczenia	16.00 h	

02. Bilans ECTS

Liczba punktów ECTS	3	
Rozliczenie godzinowo - punktowe przedmiotu	Godziny	ECTS
Liczba godzin i ECTS pracy studenta:		
Godziny i ECTS za zajęcia związane z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich	38	1.52
Godziny i ECTS związane z pracą własną studenta	37	1.48
Razem	75	3.00
Liczba godzin związanych z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich:		
Godziny związane z udziałem w zajęciach	32	
Inne godziny kontaktowe	6	

Część I

Razem	38
-------	----

Liczba godzin związanych z pracą własną studenta:

Godziny przeznaczone na pracę własną studenta	37
---	----

03. Treści kształcenia

Ćwiczenia	<ol style="list-style-type: none"> 1. Określenie teoretycznych założeń do opracowania projektu biznesplanu. 2. Szukanie pomysłów na prowadzenie własnego biznesu. 3. Analiza makrootoczenia podmiotów gospodarczych. 4. Analiza otoczenia konkurencyjnego podmiotów gospodarczych - część 1. 5. Analiza otoczenia konkurencyjnego podmiotów gospodarczych - część 2. 6. Analiza wewnętrznych zasobów przedsiębiorstwa - część 1. 7. Analiza wewnętrznych zasobów przedsiębiorstwa – część 2. 8. Analiza i badanie rynku 9. Plan marketingowy - część 1. 10. Plan marketingowy - część 2. 11. Zasoby ludzkie w biznesplanie 12. Analiza ekonomiczno-finansowa przedsięwzięcia. 13. Ocena planu finansowego. 14. Harmonogram realizacji biznes planu. 15. Kanwa modelu biznesowego - model Osterwaldera.
Wykład	<ol style="list-style-type: none"> 1. Wybrane pojęcia i procedury tworzenia biznesplanów. 2. Istota i cele biznesplanu. 3. Funkcje biznesplanu. 4. Rodzaje biznesplanów 5. Szczegółowa struktura biznesplanu. 6. Zasady metodyczne opracowywania i konstrukcji biznesplanu. 7. Analiza rynku, sektora i przedsiębiorstwa. 8. Plan marketingowy. 9. Zasoby ludzkie w biznesplanie. 10. Analiza ekonomiczno-finansowa. 11. Weryfikacja biznesplanu i wdrażanie biznesplanu. 12. Ocena biznes planu 13. Analiza przypadków 14. Problemy praktyczne związane z przygotowaniem biznesplanu. 15. Cykl przedsięwzięcia biznesowego.

Tabela: Efekty uczenia się

Wiedza	
Kod efektu	K_W02
Opis	Student ma wiedzę dotyczącą stosowania i interpretacji analizy finansowo-ekonomicznej użytecznej przy tworzeniu biznesplanów.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_W02
Metody weryfikacji	ocena aktywności podczas zajęć: bieżąca ocena procesu realizacji projektu biznes planu Wykład: kolokwium pisemne: w formie pytań ukierunkowanych Ćwiczenia: projekt: podstawą zaliczenia ćwiczeń jest projekt biznesplanu małego przedsiębiorstwa i jego prezentacja na zajęciach
Kod efektu	K_W08

Część I	
Opis	Student ma wiedzę z zakresu zasad planowania i tworzenia przedsięwzięć biznesowych oraz oceny efektywności podejmowanych działań. Ma wiedzę z zakresu roli pełnionej przez biznesplan w tworzeniu, funkcjonowaniu i rozwoju przedsiębiorstwa
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_W08
Metody weryfikacji	ocena aktywności podczas zajęć:bieżąca ocena procesu realizacji projektu biznes planu Wykład: kolokwium pisemne:w formie pytań ukierunkowanych Ćwiczenia: projekt:podstawą zaliczenia ćwiczeń jest projekt biznesplanu małego przedsiębiorstwa i jego prezentacja na zajęciach
Umiejętności	
Kod efektu	K_U01
Opis	Student potrafi zdiagnozować zagrożenia i słabe strony przedsiębiorstwa oraz zaproponować odpowiednie rozstrzygnięcia pojawiających się problemów. Umie dokonać analizy rynku, sektora i przedsiębiorstwa.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_U01
Metody weryfikacji	ocena aktywności podczas zajęć:bieżąca ocena procesu realizacji projektu biznes planu Ćwiczenia: projekt:podstawą zaliczenia ćwiczeń jest projekt biznesplanu małego przedsiębiorstwa i jego prezentacja na zajęciach
Kod efektu	K_U03
Opis	Student potrafi dokonać oceny sytuacji ekonomiczno-finansowej w tworzonym biznesplanie i wskazać na możliwe źródła finansowania przedsięwzięcia gospodarczego.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_U03
Metody weryfikacji	ocena aktywności podczas zajęć:bieżąca ocena procesu realizacji projektu biznes planu Ćwiczenia: projekt:podstawą zaliczenia ćwiczeń jest projekt biznesplanu małego przedsiębiorstwa i jego prezentacja na zajęciach
Kod efektu	K_U06
Opis	Student potrafi wykorzystać wiedze teoretyczna do tworzenia projektów przedsięwzięć biznesowych.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_U06
Metody weryfikacji	ocena aktywności podczas zajęć:bieżąca ocena procesu realizacji projektu biznes planu Ćwiczenia: projekt:podstawą zaliczenia ćwiczeń jest projekt biznesplanu małego przedsiębiorstwa i jego prezentacja na zajęciach
Kompetencje społeczne	
Kod efektu	K_K03
Opis	Absolwent jest gotowy do wypełniania zobowiązań społecznych wynikających z prawidłowego formułowania założeń biznesowych przedsięwzięć na rzecz potrzeb różnych środowisk społecznych
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_K03
Metody weryfikacji	ocena aktywności podczas zajęć:bieżąca ocena procesu realizacji projektu biznes planu Ćwiczenia: projekt:podstawą zaliczenia ćwiczeń jest projekt biznesplanu małego przedsiębiorstwa i jego prezentacja na zajęciach

Część I

Kod efektu	K_K04
Opis	Jest kreatywny, potrafi myśleć i działać w sposób zaangażowany i przedsiębiorczy przy tworzeniu projektów przedsięwzięć biznesowych.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_K04
Metody weryfikacji	ocena aktywności podczas zajęć:bieżąca ocena procesu realizacji projektu biznes planu Ćwiczenia: projekt:podstawą zaliczenia ćwiczeń jest projekt biznesplanu małego przedsiębiorstwa i jego prezentacja na zajęciach

SYLABUS PRZEDMIOTU

Kod przedmiotu	7200-ZGDMZ-LZP-0559
Nazwa przedmiotu	Współczesna konsumpcja
Wersja przedmiotu	2025Z
Poziom kształcenia	pierwszego stopnia
Forma i tryb prowadzenia studiów	niestacjonarne
Profil studiów	Praktyczny
Kierunek studiów	Zarządzanie i Marketing w Gospodarce Cyfrowej
Specjalność	Digital Marketing i Zarządzanie Sprzedażą
Jednostka prowadząca	Kolegium Nauk Ekonomicznych i Społecznych
Jednostka realizująca	Kolegium Nauk Ekonomicznych i Społecznych
Blok przedmiotów	nd
Grupy przedmiotów	Przedmioty z sem. 5, studia I stopnia niestacjonarne, KNEiS, Digital Marketing...
Status przedmiotu	Obowiązkowy
Język prowadzenia zajęć	polski
Kod etapu studiów	ZGDMZ-S5-LZP-7200
Liczba punktów ECTS	3

Część I**01. Efekty uczenia się i sposób prowadzenia zajęć**

Cel przedmiotu	Celem przedmiotu jest przekazanie studentom wiedzy i narzędzi analitycznych, które pozwolą im zrozumieć złożone mechanizmy współczesnych wzorców konsumpcji oraz ich wpływ na gospodarkę, społeczeństwo i środowisko.
Efekty uczenia się oraz sposób ich weryfikacji i oceny	patrz tabela "Efekty uczenia się"
Formy zajęć i ich wymiar w semestrze	
Wykład	16.00 h

02. Bilans ECTS

Liczba punktów ECTS	3	
Rozliczenie godzinowo - punktowe przedmiotu	Godziny	ECTS
Liczba godzin i ECTS pracy studenta:		
Godziny i ECTS za zajęcia związane z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich	20	0.80
Godziny i ECTS związane z pracą własną studenta	55	2.20
Razem	75	3.00
Liczba godzin związanych z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich:		
Godziny związane z udziałem w zajęciach	16	
Inne godziny kontaktowe	4	
Razem	20	
Liczba godzin związanych z pracą własną studenta:		
Godziny przeznaczone na pracę własną studenta	55	

03. Treści kształcenia

Część I

Wykład	1. Rynek i konsument w teorii ekonomii. Ewolucja podejścia do konsumpcji. 2. Konsumpcja jako fundament gospodarki. Klasyfikacja i pojęcia. 3. Gospodarstwo domowe i przedsiębiorstwo jako podmioty rynku 4. Funkcje i prawidłowości konsumpcji. 5. Wewnętrzne i zewnętrzne uwarunkowania zachowań konsumenckich 6. Typologie konsumentów i ich znaczenie dla strategii marketingowych 7. Style konsumpcji w różnych grupach społeczno-ekonomicznych 8. Zróżnicowanie poziomu i jakości życia w Polsce i krajach UE 9. Proces decyzyjny konsumenta. 10. Nowe metody pomiaru konsumpcji w erze cyfryzacji. Wykorzystanie big data, analityki i AI w badaniach konsumpcji. 11. Źródła danych o konsumpcji i ich analiza. Zaprezentowanie pakietu Statistica do analizy danych. 12. Trendy konsumpcyjne: konsumpcjonizm, ekologizacja, digitalizacja i domocentralizacja 13. Etyczny konsument: ekokonsumpcja, zrównoważony rozwój i odpowiedzialność społeczna 14. Wirtualizacja konsumpcji i nowe modele biznesowe (e-commerce, sharing economy) 15. Podsumowanie kursu i dyskusja o przyszłości konsumpcji
--------	---

Tabela: Efekty uczenia się

Wiedza	
Kod efektu	K_W02
Opis	zna i rozumie w zaawansowanym stopniu kluczowe zagadnienia używane w ekonomii związane z szeroko pojętą konsumpcją oraz zastosowanie tych terminów w obrębie pokrewnych dyscyplin.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_W02
Metody weryfikacji	kolokwium pisemne:pytania do wyboru, pytania opisowe
Umiejętności	
Kod efektu	K_U03
Opis	potrafi dobierać i stosować odpowiednie metody i narzędzia do zaawansowanej analizy ekonomicznej i oceny zachowań konsumpcyjnych.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_U03
Metody weryfikacji	kolokwium pisemne:pytania do wyboru, pytania opisowe ocena aktywności podczas zajęć: Aktywność na zajęciach
Kod efektu	K_U04
Opis	potrafi właściwie dobrać źródła i pochodzące z nich informacje jakościowe o współczesnej konsumpcji, dokonać ich oceny, krytycznej analizy i syntezy oraz twórczej interpretacji i prezentacji.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_U04
Metody weryfikacji	kolokwium pisemne:pytania do wyboru, pytania opisowe ocena aktywności podczas zajęć: Aktywność na zajęciach praca domowa
Kompetencje społeczne	
Kod efektu	K_K01
Opis	jest gotów do krytycznego uznawania nabytej wiedzy i odbieranych treści w rozwiązywaniu problemów poznawczych i praktycznych bezpośrednio odnoszących się do zagadnień związanych z szeroko pojętą konsumpcją
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_K01

Część I

Metody weryfikacji	ocena aktywności podczas zajęć: Aktywność na zajęciach prezentacja: opracowanie prezentacji powiązanej z jednym z tematów wykładowych, krytyczna ocena dostępnej literatury na wybrany temat
--------------------	---

SYLABUS PRZEDMIOTU

Kod przedmiotu	7200-ZGDMZ-LZP-0560
Nazwa przedmiotu	Znaczenie social media w marketingu cyfrowym
Wersja przedmiotu	2025Z
Poziom kształcenia	pierwszego stopnia
Forma i tryb prowadzenia studiów	niestacjonarne
Profil studiów	Praktyczny
Kierunek studiów	Zarządzanie i Marketing w Gospodarce Cyfrowej
Specjalność	Digital Marketing i Zarządzanie Sprzedażą
Jednostka prowadząca	Kolegium Nauk Ekonomicznych i Społecznych
Jednostka realizująca	Kolegium Nauk Ekonomicznych i Społecznych
Blok przedmiotów	nd
Grupy przedmiotów	Przedmioty z sem. 5, studia I stopnia niestacjonarne, KNEiS, Digital Marketing...
Status przedmiotu	Obowiązkowy
Język prowadzenia zajęć	polski
Kod etapu studiów	ZGDMZ-S5-LZP-7200
Liczba punktów ECTS	2

Część I**01. Efekty uczenia się i sposób prowadzenia zajęć**

Cel przedmiotu	Celem przedmiotu jest pozyskanie przez studentów wiedzy z zakresu wykorzystania mediów społecznościowych w procesie zarządzania i marketingu (szczególnie jego cyfrowej wersji) współczesnych organizacji oraz uświadomienie roli jaką social media odgrywają w rzeczywistości gospodarczej XXI wieku. Istotne jest również uwrażliwienie studentów na potrzebę ciągłego rozwoju i aktualizacji wiedzy w tym zakresie z uwagi na dynamikę omawianych zjawisk (postęp technologiczny).
Efekty uczenia się oraz sposób ich weryfikacji i oceny	patrz tabela "Efekty uczenia się"
Formy zajęć i ich wymiar w semestrze	
Ćwiczenia	16.00 h
Wykład	8.00 h

02. Bilans ECTS

Liczba punktów ECTS	2	
Rozliczenie godzinowo - punktowe przedmiotu	Godziny	ECTS
Liczba godzin i ECTS pracy studenta:		
Godziny i ECTS za zajęcia związane z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich	26	1.04
Godziny i ECTS związane z pracą własną studenta	24	0.96
Razem	50	2.00
Liczba godzin związanych z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich:		
Godziny związane z udziałem w zajęciach	24	
Inne godziny kontaktowe	2	
Razem	26	
Liczba godzin związanych z pracą własną studenta:		
Godziny przeznaczone na pracę własną studenta	24	

03. Treści kształcenia

Część I	
Ćwiczenia	1. Wykorzystanie potencjału mediów społecznościowych przez organizacje w Polsce i na świecie (studia przypadków) 2. Kreacja treści w ramach testowych kont na najpopularniejszych mediach społecznościowych (promocja marek własnych i fikcyjnych)
Wykład	1. Geneza i rozwój mediów społecznościowych 2. Rola mediów społecznościowych w ramach digital marketingu 3. Koncepcja marketingu mediów społecznościowych (social media marketing – SMM) 4. Komunikacja w Internecie i jej nowy wymiar po pojawieniu się social-mediów 5. Charakterystyka popularnych platform społecznościowych 6. Obszary wykorzystania mediów społecznościowych w zależności od rodzaju organizacji 7. Budowa strategii marketingu mediów społecznościowych w organizacji 8. Rodzaje działań marketingowych (płatne i bezkosztowe – wirtualne społeczności) 9. Monitorowanie aktywności i pomiar efektywności SMM 10. Zarządzanie kryzysowe w mediach społecznościowych oraz potencjalne zagrożenia (dezinformacja)

Tabela: Efekty uczenia się

Wiedza	
Kod efektu	K_W05
Opis	Ma zaawansowaną wiedzę dotyczącą genezy i rozwoju marketingu mediów społecznościowych
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_W05
Metody weryfikacji	Wykład: kolokwium pisemne:Test - pytania otwarte i zamknięte
Kod efektu	K_W06
Opis	Ma zaawansowaną wiedzę w obszarze monitorowania efektów i oceny zagrożeń w komunikacji opartej o social media
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_W06
Metody weryfikacji	Wykład: kolokwium pisemne:Test - pytania otwarte i zamknięte
Kod efektu	K_W07
Opis	Ma zaawansowaną wiedzę dotyczącą sposobów komunikacji w rzeczywistości wirtualnej
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_W07
Metody weryfikacji	Wykład: kolokwium pisemne:Test - pytania otwarte i zamknięte
Kod efektu	K_W08
Opis	Ma zaawansowaną wiedzę na temat budowania strategii SMM i funkcjonowania wybranych platform społecznościowych
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_W08
Metody weryfikacji	Wykład: kolokwium pisemne:Test - pytania otwarte i zamknięte
Umiejętności	
Kod efektu	K_U01
Opis	Potrafi analizować, interpretować i wyjaśniać zjawiska związane z marketingiem mediów społecznościowych
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_U01

Część I

Metody weryfikacji	Ćwiczenia: prezentacja: analiza i prezentacja wybranej formy komunikacji organizacji na wybranej platformie społecznościowej Ćwiczenia: projekt: kreacja fikcyjnej marki i stworzenie strategii SMM
Kod efektu	K_U05
Opis	Potrafi wykorzystać i zastosować różnorodne formy komunikacji w najpopularniejszych mediach społecznościowych
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_U05
Metody weryfikacji	Ćwiczenia: prezentacja: analiza i prezentacja wybranej formy komunikacji organizacji na wybranej platformie społecznościowej Ćwiczenia: projekt: kreacja fikcyjnej marki i stworzenie strategii SMM
Kod efektu	K_U07
Opis	Potrafi zastosować zdobytą wiedzę w przygotowaniu i wdrożeniu strategii SMM
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_U07
Metody weryfikacji	Ćwiczenia: prezentacja: analiza i prezentacja wybranej formy komunikacji organizacji na wybranej platformie społecznościowej Ćwiczenia: projekt: kreacja fikcyjnej marki i stworzenie strategii SMM

Kompetencje społeczne

Kod efektu	K_K01
Opis	Ma świadomość poziomu swojej wiedzy i umiejętności w zakresie SMM, rozumie potrzebę ciągłego doskonalenia się i rozwoju
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_K01
Metody weryfikacji	Ćwiczenia: ocena aktywności podczas zajęć: Aktywność na zajęciach - dyskusja
Kod efektu	K_K05
Opis	Jest gotów do odpowiedzialnego wykorzystania posiadanej wiedzy z zakresu marketingów mediów społecznościowych
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_K05
Metody weryfikacji	Ćwiczenia: ocena aktywności podczas zajęć: Aktywność na zajęciach - dyskusja

SYLABUS PRZEDMIOTU

Kod przedmiotu	7200-ZGDMZ-LZP-0561
Nazwa przedmiotu	Strategie i techniki sprzedaży
Wersja przedmiotu	2025Z
Poziom kształcenia	pierwszego stopnia
Forma i tryb prowadzenia studiów	niestacjonarne
Profil studiów	Praktyczny
Kierunek studiów	Zarządzanie i Marketing w Gospodarce Cyfrowej
Specjalność	Digital Marketing i Zarządzanie Sprzedażą
Jednostka prowadząca	Kolegium Nauk Ekonomicznych i Społecznych
Jednostka realizująca	Kolegium Nauk Ekonomicznych i Społecznych
Blok przedmiotów	nd
Grupy przedmiotów	Przedmioty z sem. 5, studia I stopnia niestacjonarne, KNEiS, Digital Marketing...
Status przedmiotu	Obowiązkowy
Język prowadzenia zajęć	polski
Kod etapu studiów	ZGDMZ-S5-LZP-7200
Liczba punktów ECTS	4

Część I**01. Efekty uczenia się i sposób prowadzenia zajęć**

Cel przedmiotu	Celem kursu jest wyposażenie studentów w nowoczesną wiedzę oraz praktyczne umiejętności z zakresu zarządzania sprzedażą, uwzględniając współczesne wyzwania i trendy w gospodarce cyfrowej. Kurs ma na celu przygotowanie uczestników do skutecznego formułowania strategii sprzedaży, zarządzania zespołami sprzedażowymi, optymalizacji procesów sprzedażowych oraz budowania długotrwałych relacji z klientami. Studenci nauczą się stosować narzędzia cyfrowe, w celu zwiększenia efektywności działań sprzedażowych, zarówno w sektorze B2B, jak i B2C.
Efekty uczenia się oraz sposób ich weryfikacji i oceny	patrz tabela "Efekty uczenia się"
Formy zajęć i ich wymiar w semestrze	
Ćwiczenia	16.00 h
Wykład	8.00 h

02. Bilans ECTS

Liczba punktów ECTS	4	
Rozliczenie godzinowo - punktowe przedmiotu	Godziny	ECTS
Liczba godzin i ECTS pracy studenta:		
Godziny i ECTS za zajęcia związane z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich	34	1.36
Godziny i ECTS związane z pracą własną studenta	66	2.64
Razem	100	4.00
Liczba godzin związanych z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich:		
Godziny związane z udziałem w zajęciach	24	
Inne godziny kontaktowe	10	
Razem	34	
Liczba godzin związanych z pracą własną studenta:		
Godziny przeznaczone na pracę własną studenta	66	

Część I

03. Treści kształcenia

Ćwiczenia	1. Analiza rynku i budowanie strategii sprzedaży. Analiza przypadków i dyskusja. 2. Automatyzacja procesu sprzedaży i wykorzystanie CRM. Warsztat praktyczny. 3. Techniki sprzedaży i negocjacje. 4. Budowanie relacji z klientami i social selling. Warsztaty tworzenia angażujących treści i komunikatów marketingowych. 5. Omnichannel i zintegrowane kanały sprzedaży. 6. Optymalizacja efektywności sprzedaży. Warsztat praktyczny tworzenia rozwiązań praktycznych w Excelu lub Google Data Studio. 7. Projektowanie programów lojalnościowych. 8. E-commerce i handel cyfrowy. Projektowanie sklepu internetowego 9. Zarządzanie zespołem sprzedażowym i motywacja. 10. Przyszłość sprzedaży – co przyniesie kolejna dekada?
Wykład	1. Strategie, techniki a metody sprzedaży – analiza pojęć i podejść. 2. Pojęcia, istota i zakres sprzedaży. 3. Formułowanie strategii sprzedaży w erze cyfrowej 4. Organizacja procesu sprzedaży i zarządzanie zespołami sprzedażowymi 5. Nowoczesne techniki sprzedaży i budowanie relacji z klientami 6. Zarządzanie efektywnością sprzedaży - kontrola i ocena działań sprzedażowych 7. Trendy w sprzedaży: AI, big data. Wykorzystanie AI w sprzedaży i personalizacji oferty. 8. E-commerce i nowe modele dystrybucji w gospodarce cyfrowej 9. Obsługa klienta i zarządzanie relacjami B2B i B2C 10. Nowoczesne rozwiązania w sprzedaży: merchandising, franchising, transformacja cyfrowa

Tabela: Efekty uczenia się

Wiedza	
Kod efektu	K_W05
Opis	zna i rozumie w zaawansowanym stopniu zasady i narzędzia stosowane w zarządzania sprzedażą
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_W05
Metody weryfikacji	Wykład: egzamin pisemny: Test, pytania opisowe Ćwiczenia: kolokwium pisemne

Umiejętności	
Kod efektu	K_U01
Opis	potrafi wykorzystać posiadaną wiedzę teoretyczną z zakresu zarządzania sprzedażą do zaawansowanych analiz procesów i zjawisk gospodarczych związanych z praktyką gospodarczą oraz formułować na ich podstawie wnioski i rekomendacje.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_U01
Metody weryfikacji	Ćwiczenia: ocena aktywności podczas zajęć: Aktywność na zajęciach Ćwiczenia: projekt: Projektowanie sklepu internetowego/ Projektowanie programów lojalnościowych/Promowanie nowego produktu
Kod efektu	K_U06
Opis	potrafi wykorzystać posiadaną wiedzę do realizowania zadań typowych dla działalności zawodowej w obszarze zarządzania sprzedażą z pomocą środowiska informatycznego.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_U06

Część I

Metody weryfikacji	Wykład: egzamin pisemny:Test, pytania opisowe Ćwiczenia: projekt:Projektowanie sklepu internetowego/ Projektowanie programów lojalnościowych/Promowanie nowego produktu
--------------------	---

Kompetencje społeczne

Kod efektu	K_K04
Opis	jest gotów do myślenia i działania w sposób przedsiębiorczy w obszarze sprzedaży
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_K04
Metody weryfikacji	Ćwiczenia: ocena aktywności podczas zajęć:Aktywność na zajęciach Ćwiczenia: projekt:Projektowanie sklepu internetowego/ Projektowanie programów lojalnościowych/Promowanie nowego produktu

SYLABUS PRZEDMIOTU

Kod przedmiotu	7200-ZGDMZ-LZP-0562
Nazwa przedmiotu	AI w marketingu i sprzedaży
Wersja przedmiotu	2025Z
Poziom kształcenia	pierwszego stopnia
Forma i tryb prowadzenia studiów	niestacjonarne
Profil studiów	Praktyczny
Kierunek studiów	Zarządzanie i Marketing w Gospodarce Cyfrowej
Specjalność	Digital Marketing i Zarządzanie Sprzedażą
Jednostka prowadząca	Kolegium Nauk Ekonomicznych i Społecznych
Jednostka realizująca	Kolegium Nauk Ekonomicznych i Społecznych
Blok przedmiotów	nd
Grupy przedmiotów	Przedmioty z sem. 5, studia I stopnia niestacjonarne, KNEiS, Digital Marketing...
Status przedmiotu	Obowiązkowy
Język prowadzenia zajęć	polski
Kod etapu studiów	ZGDMZ-S5-LZP-7200
Liczba punktów ECTS	3

Część I**01. Efekty uczenia się i sposób prowadzenia zajęć**

Cel przedmiotu	Celem przedmiotu jest zapoznanie studentów z możliwościami, wyzwaniem oraz zagrożeniami związanymi z wykorzystaniem sztucznej inteligencji w obszarach sprzedaży i marketingu. Przedmiot obejmuje praktyczne zastosowania AI, analizę skutecznych strategii marketingowych wspieranych przez sztuczną inteligencję, a także rozwój umiejętności oceny efektywności oraz etycznych aspektów implementacji AI w sprzedaży i marketingu.
Efekty uczenia się oraz sposób ich weryfikacji i oceny	patrz tabela "Efekty uczenia się"
Formy zajęć i ich wymiar w semestrze	
Ćwiczenia	16.00 h
Wykład	8.00 h

02. Bilans ECTS

Liczba punktów ECTS	3	
Rozliczenie godzinowo - punktowe przedmiotu	Godziny	ECTS
Liczba godzin i ECTS pracy studenta:		
Godziny i ECTS za zajęcia związane z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich	32	1.28
Godziny i ECTS związane z pracą własną studenta	43	1.72
Razem	75	3.00
Liczba godzin związanych z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich:		
Godziny związane z udziałem w zajęciach	24	
Inne godziny kontaktowe	8	
Razem	32	
Liczba godzin związanych z pracą własną studenta:		
Godziny przeznaczone na pracę własną studenta	43	

03. Treści kształcenia

Część I

Wykład	<ol style="list-style-type: none"> 1. Wprowadzenie do Sztucznej Inteligencji, Technologie AI i ich wpływ na codzienne życie 2. AI w biznesie – zastosowania, personalizacja i rekomendacje w marketingu 3. Analiza danych i predykcja w marketingu 4. Chatboty i automatyzacja obsługi klienta 5. Kampanie reklamowe i analiza efektywności z AI 6. Zastosowanie sztucznej inteligencji w zarządzaniu bazą klientów/użytkowników, w programach lojalnościowych i w obsłudze klienta 7. Etyka i ochrona danych w zastosowaniach 8. Prawne aspekty zastosowania sztucznej inteligencji w marketingu 9. Zastosowanie sztucznej inteligencji w marketingu a aspekty etyczne i społeczna odpowiedzialność biznesu
Ćwiczenia	<ol style="list-style-type: none"> 1. Wprowadzenie do sztucznej inteligencji w sprzedaży i marketingu (przegląd narzędzi AI dostępnych w platformie Microsoft Office oraz Google) 2. Jak skutecznie korzystać z ogólnodostępnych narzędzi AI – jak dobrze sformułować prompt/ polecenie ? 3. Ćwiczenia z analizą zestawów danych marketingowych i tworzeniem prognoz. 4. Przykłady chatbotów w praktyce (np. tworzenie chatbota w Messengerze) 5. Analiza studium przypadków wybranych firm oraz zastosowanie AI w strategii marketingowej 6. Praktyczne ćwiczenia w analizie kampanii reklamowych oraz optymalizacji z AI 7. Przykłady wyzwań etycznych oraz ryzyk związanych z AI w sprzedaży i marketingu. Omówienie dobrych praktyk reagowania na pojawiające się ryzyka. 8. Targetowanie behawioralne w praktyce, czyli jak badamy zachowania użytkowników w Internecie i dopasowujemy do nich treści.

Tabela: Efekty uczenia się

Wiedza	
Kod efektu	K_W02
Opis	zna i rozumie w zaawansowanym stopniu możliwości wykorzystania sztucznej inteligencji oraz procesów automatyzacji i robotyzacji w sprzedaży i marketingu
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_W02
Metody weryfikacji	prezentacja:Praca nad projektem zespołowym: strategia marketingowa lub narzędzie sprzedażowe z elementami AI
Umiejętności	
Kod efektu	K_U05
Opis	potrafi dobrać i stosować narzędzia sztucznej inteligencji jako zaawansowane techniki komunikacyjno-informacyjne do wykonywania zadań z zakresu sprzedaży i marketingu
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_U05
Metody weryfikacji	kolokwium pisemne:zadania wykonywane w środowisku informatycznym przy zastosowaniu narzędzi AI
Kod efektu	K_U06
Opis	potrafi wykorzystać posiadaną wiedzę z zakresu sztucznej inteligencji do rozwiązywania problemów oraz wykonywania typowych zadań z zakresu sprzedaży i marketingu w środowisku informatycznym
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_U06

Część I

Metody weryfikacji	kolokwium pisemne: zadania wykonywane w środowisku informatycznym przy zastosowaniu narzędzi AI
Kompetencje społeczne	
Kod efektu	K_K06
Opis	jest gotów do odpowiedzialnego pełnienia ról zawodowych specjalistów z zakresu marketingu i sprzedaży oraz rozwijania ich dorobku w środowisku informatycznym z zastosowaniem sztucznej inteligencji
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_K06
Metody weryfikacji	prezentacja: Praca nad projektem zespołowym: strategia marketingowa lub narzędzie sprzedażowe z elementami AI

Część I

Treści kształcenia	<p>Metody poszukiwania tematu pracy licencjackiej Wybór tematu pracy, jej zakresu i problematyki. Konstrukcja pracy licencjackiej. - Struktura pracy .Określenie strony formalnej pracy. Rodzaje i metody sporządzania przypisów. Sposoby posługiwania się literaturą, źródłami statystycznymi z zachowaniem praw autorskich cytowanych autorów. Formy prezentacji materiału badawczego: wykresy ,tabele, schematy. Opracowanie bibliografii. Wybór metod badawczych. Przygotowanie wstępnej koncepcji pracy. Opracowanie planu pracy. Poszukiwanie materiałów do badań empirycznych. Prezentacja wybranych (uzgodnionych z promotorem) zagadnień ze zrealizowanego etapu pracy dyplomowej</p>
--------------------	--

Tabela: Efekty uczenia się

Wiedza	
Kod efektu	K_W02
Opis	zna i rozumie złożone uwarunkowania funkcjonowania różnych podmiotów i instytucji i ich związku z systemem finansów i/lub rachunkowości, marketingu w ramach realizacji różnych form przedsiębiorczości niezbędne do ustalenia tematu pracy licencjackiej
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_W02
Metody weryfikacji	prezentacja:Prezentacja konspektu pracy dyplomowej projekt:Przygotowanie konspektu pracy dyplomowej
Kod efektu	K_W04
Opis	Zna i rozumie w zaawansowanym stopniu metodologię badań w naukach społecznych przydatną w badaniach dotyczących rachunkowo- finansowych lub marketingowych aspektów aktywności gospodarczej
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_W04
Metody weryfikacji	ocena aktywności podczas zajęć:Aktywność na zajęciach - wypowiedzi ustne, debata
Kod efektu	K_W07
Opis	zna i rozumie zasady prawnej własności przemysłowej i prawa autorskiego oraz zarządzania zasobami własności intelektualnej przy ustalaniu tematu pracy licencjackiej i zakresu badań
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_W07
Metody weryfikacji	prezentacja:Prezentacja konspektu pracy dyplomowej projekt:Przygotowanie konspektu pracy dyplomowej
Umiejętności	
Kod efektu	K_U04
Opis	Potrafił przeprowadzić studia literaturowe wykorzystując polską i obcojęzyczną literaturę przedmiotu oraz wykorzystywać inne materiały źródłowe w celu zaplanowania pracy licencjackiej
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_U04
Metody weryfikacji	prezentacja:Prezentacja konspektu pracy dyplomowej projekt:Przygotowanie konspektu pracy dyplomowej
Kod efektu	K_U06

Część I

Opis	Potrafi sformułować cel prowadzonych badań i dobrać metody badawcze w obszarze zarządzania finansami i/lub rachunkowości, marketingu.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_U06
Metody weryfikacji	prezentacja:Prezentacja konspektu pracy dyplomowej projekt:Przygotowanie konspektu pracy dyplomowej
Kod efektu	K_U08
Opis	potrafi przeprowadzić debatę na temat zasadności wybranego tematu pracy licencjackiej i jej osadzeniu w kierunku studiów
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_U08
Metody weryfikacji	ocena aktywności podczas zajęć:Aktywność na zajęciach - wypowiedzi ustne, debata
Kod efektu	K_U10
Opis	Potrafi skonstruować dokument tekstowy z zachowaniem narzuconych wymogów formalnych, poprawnych pod względem stylistycznym, językowym, logicznie łączących rozważania o charakterze teoretycznym, metodologicznym i analiz empirycznych
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_U10
Metody weryfikacji	prezentacja:Prezentacja konspektu pracy dyplomowej projekt:Przygotowanie konspektu pracy dyplomowej

Kompetencje społeczne

Kod efektu	K_K01
Opis	jest gotów do krytycznej oceny odbieranych treści, a także krytycznej oceny siebie oraz zespołów i jednostek zajmujących się finansami i/lub rachunkowością, marketingiem w których działa
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_K01
Metody weryfikacji	ocena aktywności podczas zajęć:Aktywność na zajęciach - wypowiedzi ustne, debata
Kod efektu	K_K04
Opis	jest gotów do myślenia i działania w sposób przedsiębiorczy i uzasadniania własnych poglądów na etapie realizowania badań literaturowych w podjętym temacie pracy licencjackiej.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_K04
Metody weryfikacji	ocena aktywności podczas zajęć:Aktywność na zajęciach - wypowiedzi ustne, debata

SYLABUS PRZEDMIOTU

Kod przedmiotu	7200-ZG000-LZP-0551
Nazwa przedmiotu	Marketing międzynarodowy
Wersja przedmiotu	2025Z
Poziom kształcenia	pierwszego stopnia
Forma i tryb prowadzenia studiów	niestacjonarne
Profil studiów	Praktyczny
Kierunek studiów	Zarządzanie i Marketing w Gospodarce Cyfrowej
Specjalność	Rachunkowość i Zarządzanie Finansami Cyfrowymi
Jednostka prowadząca	Kolegium Nauk Ekonomicznych i Społecznych
Jednostka realizująca	Kolegium Nauk Ekonomicznych i Społecznych
Blok przedmiotów	nd
Grupy przedmiotów	Przedmioty z sem. 5, studia I stopnia niestacjonarne, KNEiS, Digital Marketing..., Przedmioty z sem. 5, studia I stopnia niestacjonarne, KNEiS, Rachunkowość i zarządzanie...
Status przedmiotu	Obowiązkowy
Język prowadzenia zajęć	polski
Kod etapu studiów	ZGRZF-S5-LZP-7200
Liczba punktów ECTS	3

Część I**01. Efekty uczenia się i sposób prowadzenia zajęć**

Cel przedmiotu	Celem przedmiotu jest zapoznanie studentów z zasadami prowadzenia działalności gospodarczej poza granicami kraju; zasadami planowania, dystrybucji i promocji produktów oraz usług poza granicami kraju a także z procesem dostosowywania działań marketingowych do specyfiki danego kraju przy zachowaniu spójnej strategii globalnej
Efekty uczenia się oraz sposób ich weryfikacji i oceny	patrz tabela "Efekty uczenia się"
Formy zajęć i ich wymiar w semestrze	
Wykład	16.00 h

02. Bilans ECTS

Liczba punktów ECTS	3	
Rozliczenie godzinowo - punktowe przedmiotu	Godziny	ECTS
Liczba godzin i ECTS pracy studenta:		
Godziny i ECTS za zajęcia związane z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich	20	0.80
Godziny i ECTS związane z pracą własną studenta	55	2.20
Razem	75	3.00
Liczba godzin związanych z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich:		
Godziny związane z udziałem w zajęciach	16	
Inne godziny kontaktowe	4	
Razem	20	
Liczba godzin związanych z pracą własną studenta:		
Godziny przeznaczone na pracę własną studenta	55	

03. Treści kształcenia

Część I

Wykład	1. Teoretyczne podstawy marketingu międzynarodowego. Główne pojęcia. 2. Geneza oraz teoretyczne podstawy marketingu międzynarodowego. 3. Struktura i kierunki rozwoju marketingu międzynarodowego. 4. Model funkcjonowania marketingu międzynarodowego. 5. Czynniki wpływające na rozwój wymiany międzynarodowej. 6. Cechy przedsiębiorstwa międzynarodowego. 7. Strategie wymiany międzynarodowej. 8. Strategie międzynarodowego marketingu mix. 9. Charakterystyka środowiska międzynarodowego. 10. Analiza opłacalności eksportu i importu. 11. Międzynarodowe badania marketingowe i ich charakterystyka. 12. Międzynarodowa integracja gospodarcza. 13. Analiza strategii wejścia na rynek zagraniczny. 14. E-biznes a marketing międzynarodowy. 15. Cykl wymiany międzynarodowej.
--------	---

Tabela: Efekty uczenia się

Wiedza	
Kod efektu	K_W01
Opis	student zna i rozumie w zaawansowanym stopniu kluczowe zagadnienia używane w marketingu międzynarodowym oraz zastosowanie tych terminów w obrębie pokrewnych dyscyplin, a także zna miejsce marketingu międzynarodowego w systemie nauk społecznych
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_W01
Metody weryfikacji	Wykład: egzamin pisemny:Egzamin pisemny (test)
Kod efektu	K_W02
Opis	student zna i rozumie w zaawansowanym stopniu procesy związane z gospodarką cyfrową z perspektywy człowieka, organizacji, branży, świata w zjawiskach zarządczych i ekonomicznych ze szczególnym odniesieniem do marketingu międzynarodowego
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_W02
Metody weryfikacji	Wykład: egzamin pisemny:Egzamin pisemny (test)
Kod efektu	K_W05
Opis	student zna i rozumie w zaawansowanym stopniu zasady i narzędzia stosowane w marketingu międzynarodowym w odniesieniu do prowadzenia sprzedaży w środowisku wirtualnym
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_W05
Metody weryfikacji	Wykład: egzamin pisemny:Egzamin pisemny (test)
Kod efektu	K_W08
Opis	student zna i rozumie podstawowe zasady tworzenia i rozwoju różnych form przedsiębiorczości ze szczególnym uwzględnieniem marketingu międzynarodowego, w tym e-biznesu
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_W08
Metody weryfikacji	Wykład: egzamin pisemny:Egzamin pisemny (test)
Umiejętności	
Kod efektu	K_U01
Opis	student potrafi wykorzystać posiadaną wiedzę teoretyczną z zakresu zarządzania i marketingu, w tym zarządzania sprzedażą do zaawansowanych analiz procesów i zjawisk gospodarczych związanych z praktyką gospodarczą oraz formułować na ich podstawie wnioski i rekomendacje
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_U01

Część I

Metody weryfikacji	Wykład: egzamin pisemny:Egzamin pisemny (test)
Kod efektu	K_U02
Opis	student potrafi łączyć zagadnienia odnoszące się do marketingu międzynarodowego z innymi aspektami prowadzenia działalności gospodarczej, m.in. z zakresu gospodarki cyfrowej w kontekście wyzwań współczesnej cywilizacji
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_U02
Metody weryfikacji	Wykład: egzamin pisemny:Egzamin pisemny (test)
Kod efektu	K_U07
Opis	student potrafi komunikować się z otoczeniem z użyciem specjalistycznej terminologii z zakresu marketingu międzynarodowego
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_U07
Metody weryfikacji	Wykład: egzamin pisemny:Egzamin pisemny (test) Wykład: ocena aktywności podczas zajęć: Aktywność na zajęciach

Kompetencje społeczne

Kod efektu	K_K01
Opis	student jest gotów do krytycznego uznawania nabytej wiedzy i odbieranych treści w rozwiązywaniu problemów poznawczych i praktycznych bezpośrednio odnoszących się do marketingu międzynarodowego
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_K01
Metody weryfikacji	Wykład: egzamin pisemny:Egzamin pisemny (test) Wykład: praca domowa
Kod efektu	K_K04
Opis	jest gotów do myślenia i działania w sposób przedsiębiorczy w odniesieniu do marketingu międzynarodowego
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_K04
Metody weryfikacji	Wykład: egzamin pisemny:Egzamin pisemny (test) Wykład: ocena aktywności podczas zajęć: Aktywność na zajęciach
Kod efektu	K_K05
Opis	jest gotów do odpowiedzialnego pełnienia ról zawodowych oraz przestrzegania i rozwijania zasad etyki zawodowej specjalistów z działu marketingu (marketingu międzynarodowego)
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_K05
Metody weryfikacji	Wykład: egzamin pisemny:Egzamin pisemny (test)
Kod efektu	K_K06
Opis	jest gotów do odpowiedzialnego pełnienia ról zawodowych i rozwijania dorobku zawodów wykonywanych w środowisku informatycznym, w tym podtrzymywania etosu zawodu specjalistów z branży marketingowej z uwzględnieniem zmieniających się potrzeb społecznych w skali międzynarodowej
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_K06
Metody weryfikacji	Wykład: egzamin pisemny:Egzamin pisemny (test) Wykład: ocena aktywności podczas zajęć: Aktywność na zajęciach

SYLABUS PRZEDMIOTU

Kod przedmiotu	7200-ZG000-LZP-0552
Nazwa przedmiotu	Zarządzanie projektami
Wersja przedmiotu	2025Z
Poziom kształcenia	pierwszego stopnia
Forma i tryb prowadzenia studiów	niestacjonarne
Profil studiów	Praktyczny
Kierunek studiów	Zarządzanie i Marketing w Gospodarce Cyfrowej
Specjalność	Rachunkowość i Zarządzanie Finansami Cyfrowymi
Jednostka prowadząca	Kolegium Nauk Ekonomicznych i Społecznych
Jednostka realizująca	Kolegium Nauk Ekonomicznych i Społecznych
Blok przedmiotów	nd
Grupy przedmiotów	Przedmioty z sem. 5, studia I stopnia niestacjonarne, KNEiS, Digital Marketing..., Przedmioty z sem. 5, studia I stopnia niestacjonarne, KNEiS, Rachunkowość i zarządzanie...
Status przedmiotu	Obowiązkowy
Język prowadzenia zajęć	polski
Kod etapu studiów	ZGRZF-S5-LZP-7200
Liczba punktów ECTS	3

Część I**01. Efekty uczenia się i sposób prowadzenia zajęć**

Cel przedmiotu	Celem przedmiotu jest zapoznanie studentów z podstawowymi zasadami zarządzania projektami oraz metodami i metodykami z tym związanymi. Celem jest także zaprezentowanie funkcjonowania poznanych zasad w praktyce gospodarczej. Będzie to możliwe dzięki wykorzystaniu oprogramowania komputerowego.	
Praktyki zawodowe	Brak.	
Efekty uczenia się oraz sposób ich weryfikacji i oceny	patrz tabela "Efekty uczenia się"	
Formy zajęć i ich wymiar w semestrze		
Ćwiczenia	16.00 h	
Wykład	8.00 h	

02. Bilans ECTS

Liczba punktów ECTS	3	
Rozliczenie godzinowo - punktowe przedmiotu	Godziny	ECTS
Liczba godzin i ECTS pracy studenta:		
Godziny i ECTS za zajęcia związane z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich	28	1.12
Godziny i ECTS związane z pracą własną studenta	47	1.88
Razem	75	3.00
Liczba godzin związanych z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich:		
Godziny związane z udziałem w zajęciach	24	
Inne godziny kontaktowe	4	
Razem	28	
Liczba godzin związanych z pracą własną studenta:		
Godziny przeznaczone na pracę własną studenta	47	

03. Treści kształcenia

Część I

Ćwiczenia	Symulacja oparta na grze dydaktycznej. Student wciela się w rolę Product Menagera odpowiedzialnego za realizację wybranego zadania. W trakcie ćwiczeń Student rozdziela zasoby na zadania, kontroluje wydatki, zarządza relacjami z interesariuszami oraz zarządza ryzykiem. Przy podejmowaniu decyzji Student musi uwzględnić wysokość budżetu i czas jakim dysponuje. Ćwiczenia symulacyjne przebiegają wg następujących etapów: 1. Analiza harmonogramu działań i terminów. 2. Zaproszenie do współpracy i przydzielenie zadań członkom zespołu. 3. Motywowanie pracowników i negocjowanie ich dyspozycyjności. 4. Zaplanowanie budżetu projektu. 5. Wybór interesariuszy-dodatkowe środki finansowe lub koszty. 6. Planowanie ryzyka przedsięwzięcia. 7. Wnioski z oceny rezultatów pracy Studenta w odniesieniu do kluczowych kompetencji zgodnie z metodyką IPMA (zakres, harmonogram, finanse, ryzyko, interesariusze, orientacja na wyniki, przestrzeganie zasad).
Wykład	1.Podstawy zarządzania projektami: a) Pojęcie projektu. b)Rodzaje projektów. c)Zarządzanie projektem-matryca pojęć. 2.Cykl życia projektu: a)Przebieg cyklu życia projektu. b)Modele cyklu życia projektu. 3.Inicjowanie i definiowanie projektu: a)Inicjowanie projektu.b) Etapy inicjowania projektu. c)Definiowanie projektu. d)Techniki wspomagające inicjowanie i definiowanie projektów. 4.Planowanie w projekcie: a) Określenie struktury projektu. b)Planowanie przebiegu projektu. c)Planowanie zasobów projektu. 5.Kontrolowanie w projekcie: a)Kontrola przygotowania wykonawstwa projektu. b)Kontrola wykonawstwa projektu. c)Zamknięcie projektu. 6.Koordynowanie w projekcie: a)Koordynacja przygotowania wykonawstwa projektu, b)Koordynacja wykonawstwa projektu. 7.Metody zarządzania projektami: a) Metoda tradycyjna (Waterfall), b)Metody zwinne (Agile): scrum, lean, kanban, c) Inne metody; Prince 2, PMBOK.

Tabela: Efekty uczenia się

Wiedza	
Kod efektu	K_W01
Opis	Student zna i rozumie w zaawansowanym stopniu kluczowe zagadnienia używane w zarządzaniu, szczególnie w zakresie roli zarządzania projektami w zarządzaniu przedsiębiorstwami, organizacjami pozarządowymi i innymi podmiotami.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_W01
Metody weryfikacji	ocena aktywności podczas zajęć: Aktywność na zajęciach Wykład: kolokwium pisemne: Test wielokrotnego wyboru - wykład Ćwiczenia: projekt: Projekt z wykorzystaniem narzędzi IT
Kod efektu	K_W02
Opis	Student zna i rozumie w zaawansowanym stopniu procesy związane z gospodarką cyfrową z perspektywy organizacji w zjawiska zarządczych, ze szczególnym uwzględnieniem zarządzania projektami.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_W02
Metody weryfikacji	ocena aktywności podczas zajęć: Aktywność na zajęciach Wykład: kolokwium pisemne: Test wielokrotnego wyboru - wykład Ćwiczenia: projekt: Projekt z wykorzystaniem narzędzi IT

Część I

Umiejętności

Kod efektu	K_U01
Opis	Student potrafi wykorzystać posiadaną wiedzę teoretyczną z zakresu zarządzania, w tym zarządzania projektami do zaawansowanych analiz procesów i zjawisk gospodarczych związanych z praktyką gospodarczą oraz formułować na ich podstawie wnioski i rekomendacje
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_U01
Metody weryfikacji	ocena aktywności podczas zajęć: Aktywność na zajęciach Wykład: kolokwium pisemne: Test wielokrotnego wyboru - wykład Ćwiczenia: praca domowa: Praca domowa Ćwiczenia: projekt: Projekt z wykorzystaniem narzędzi IT
Kod efektu	K_U07
Opis	Student potrafi wykorzystać zdobytą wiedzę do dyskusji, formułowania problemów (wyzwań) i w sposób kompetentny oraz komunikatywny uzasadniać zaproponowane rozwiązania i podjęte decyzje (głównie w zakresie zarządzania projektami), jak również poddać je krytyce między innymi biorąc udział w debacie.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_U07
Metody weryfikacji	ocena aktywności podczas zajęć: Aktywność na zajęciach

Kompetencje społeczne

Kod efektu	K_K01
Opis	Student jest gotów do krytycznego uznawania nabytej wiedzy i odbieranych treści w rozwiązywaniu problemów poznawczych i praktycznych bezpośrednio odnoszących się do zarządzania, ze szczególnym uwzględnieniem zarządzania projektami
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_K01
Metody weryfikacji	ocena aktywności podczas zajęć: Aktywność na zajęciach Wykład: kolokwium pisemne: Test wielokrotnego wyboru - wykład
Kod efektu	K_K04
Opis	Student jest gotów do myślenia i działania w sposób przedsiębiorczy, głównie zw zakresie zarządzania projektami.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_K04
Metody weryfikacji	ocena aktywności podczas zajęć: Aktywność na zajęciach Wykład: kolokwium pisemne: Test wielokrotnego wyboru - wykład

SYLABUS PRZEDMIOTU

Kod przedmiotu	7200-ZG000-LZP-0553
Nazwa przedmiotu	E-administracja
Wersja przedmiotu	2025Z
Poziom kształcenia	pierwszego stopnia
Forma i tryb prowadzenia studiów	niestacjonarne
Profil studiów	Praktyczny
Kierunek studiów	Zarządzanie i Marketing w Gospodarce Cyfrowej
Specjalność	Rachunkowość i Zarządzanie Finansami Cyfrowymi
Jednostka prowadząca	Kolegium Nauk Ekonomicznych i Społecznych
Jednostka realizująca	Kolegium Nauk Ekonomicznych i Społecznych
Blok przedmiotów	nd
Grupy przedmiotów	Przedmioty z sem. 5, studia I stopnia niestacjonarne, KNEiS, Digital Marketing..., Przedmioty z sem. 5, studia I stopnia niestacjonarne, KNEiS, Rachunkowość i zarządzanie...
Status przedmiotu	Obowiązkowy
Język prowadzenia zajęć	polski
Kod etapu studiów	ZGRZF-S5-LZP-7200
Liczba punktów ECTS	3

Część I**01. Efekty uczenia się i sposób prowadzenia zajęć**

Cel przedmiotu	Celem tego przedmiotu jest zapoznanie studentów z fundamentami e-administracji i jej rolą w nowoczesnym państwie. Studenci poznają kluczowe aspekty prawne oraz funkcjonalności systemów informacyjnych, które wspierają obsługę obywateli i przedsiębiorców drogą elektroniczną. Program obejmuje także praktyczne ćwiczenia z obsługi Profilu Zaufanego, wyszukiwania informacji publicznej i korzystania z elektronicznych usług administracyjnych. Przedmiot kładzie nacisk na analizę wyzwań oraz możliwości rozwoju e-administracji, w tym nowoczesnych technologii takich jak blockchain i sztuczna inteligencja.
Efekty uczenia się oraz sposób ich weryfikacji i oceny	patrz tabela "Efekty uczenia się"
Formy zajęć i ich wymiar w semestrze	
Wykład	16.00 h
Ćwiczenia	16.00 h

02. Bilans ECTS

Liczba punktów ECTS	3	
Rozliczenie godzinowo - punktowe przedmiotu	Godziny	ECTS
Liczba godzin i ECTS pracy studenta:		
Godziny i ECTS za zajęcia związane z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich	39	1.56
Godziny i ECTS związane z pracą własną studenta	36	1.44
Razem	75	3.00
Liczba godzin związanych z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich:		
Godziny związane z udziałem w zajęciach	32	
Inne godziny kontaktowe	7	
Razem	39	
Liczba godzin związanych z pracą własną studenta:		
Godziny przeznaczone na pracę własną studenta	36	

03. Treści kształcenia

Ćwiczenia	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tworzenie kont i zakładanie Profilu Zaufanego Praktyczne ćwiczenia z zakładania i zarządzania Profilem Zaufanym. 2. Analiza przepisów prawnych dotyczących e-administracji Praca z aktami prawnymi regulującymi e-administrację (np. KPA, ustawa o informatyzacji). 3. Analiza systemów informacji publicznej cz. 1 Ćwiczenia polegające na analizie struktur i funkcji wybranego systemu. 4. Analiza systemów informacji publicznej cz. 2 Ćwiczenia polegające na analizie struktur i funkcji wybranego systemu. 5. Analiza systemów informacji publicznej cz. 3 Ćwiczenia polegające na analizie struktur i funkcji wybranego systemu. 6. Symulacja korzystania z usług e-administracji cz. 1 Ćwiczenia praktyczne: wysyłanie wniosków, pobieranie zaświadczeń. 7. Symulacja korzystania z usług e-administracji cz. 2 Ćwiczenia praktyczne: wysyłanie wniosków, pobieranie zaświadczeń. 8. Symulacja korzystania z usług e-administracji cz. 3 Ćwiczenia praktyczne: wysyłanie wniosków, pobieranie zaświadczeń. 9. Analiza przypadków naruszeń bezpieczeństwa w e-administracji Omówienie przykładów naruszeń, dyskusja o przyczynach i konsekwencjach. 10. Projektowanie prostej usługi online dla urzędu Zajęcia warsztatowe, w których studenci projektują fikcyjną usługę online, analizując potrzebne zasoby. 11. Projektowanie prostej usługi online dla urzędu Zajęcia warsztatowe, w których studenci projektują fikcyjną usługę online, analizując potrzebne zasoby. 12. Ćwiczenia z wyszukiwania informacji publicznej w rejestrach online Praktyka w korzystaniu z otwartych danych publicznych i rejestrów, takich jak CEIDG. 13. Analiza wybranych zagranicznych rozwiązań w e-administracji Badanie przykładów międzynarodowych rozwiązań e-administracji, prezentacje studenckie.
-----------	---

Część I

Wykład	<p>1. Wprowadzenie do e-administracji Podstawowe pojęcia, historia rozwoju i znaczenie e-administracji w nowoczesnym państwie.</p> <p>2. Podstawy prawne e-administracji w Polsce i Unii Europejskiej Omówienie najważniejszych przepisów regulujących e-administrację, takich jak KPA, ustawa o informatyzacji działalności podmiotów realizujących zadania publiczne, RODO.</p> <p>3. Cyfryzacja administracji publicznej: szanse i wyzwania Korzyści z wdrażania e-administracji oraz bariery (techniczne, prawne, organizacyjne).</p> <p>4. Systemy informacyjne w administracji publicznej cz. 1 Przykłady systemów takich jak CEPIK, ePUAP, PUE ZUS e-Urząd Skarbowy itp. i ich rola w funkcjonowaniu administracji.</p> <p>5. Systemy informacyjne w administracji publicznej cz. 2</p> <p>6. Usługi elektroniczne dla obywateli i przedsiębiorców cz. 1 Przegląd usług takich jak Profil Zaufany, e-Recepta, e-PIT itp. oraz zasady ich działania.</p> <p>7. Usługi elektroniczne dla obywateli i przedsiębiorców cz.2</p> <p>8. Usługi elektroniczne dla obywateli i przedsiębiorców cz. 3</p> <p>9. Usługi elektroniczne dla obywateli i przedsiębiorców cz. 4</p> <p>10. Elektroniczny obieg dokumentów i archiwizacja Jak działa system elektronicznego obiegu dokumentów, zasady archiwizacji i przechowywania dokumentacji cyfrowej.</p> <p>11. E-demokracja i partycypacja obywatelska Narzędzia i formy e-demokracji: e-konsultacje, e-petycje, e-głosowanie.</p> <p>12. E-identyfikacja i podpis elektroniczny Rodzaje podpisów elektronicznych (kwalifikowany, niekwalifikowany), sposób ich wykorzystywania i ich znaczenie prawne.</p> <p>13. E-administracja w praktyce: case studies Przykłady wdrożeń e-administracji w Polsce i na świecie. Analiza korzyści i wyzwań.</p> <p>14. Nowoczesne technologie w administracji: blockchain, AI, big data Wpływ nowych technologii na administrację publiczną i potencjalne możliwości ich wdrożenia.</p> <p>15. Przyszłość e-administracji: wyzwania i perspektywy Jak e-administracja będzie się rozwijać w przyszłości, jakie są kluczowe trendy i wyzwania.</p>
--------	--

Tabela: Efekty uczenia się

Wiedza	
Kod efektu	K_W05
Opis	Zna i rozumie w zaawansowanym stopniu pojęcia, historię rozwoju oraz znaczenie e-administracji w nowoczesnym państwie oraz jej podstawy prawne.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_W05
Metody weryfikacji	ocena aktywności podczas zajęć: Aktywność na zajęciach Wykład: egzamin pisemny: Pytania otwarte Ćwiczenia: zaliczenie: Skorzystanie z wybranych usług e-administracji
Kod efektu	K_W06
Opis	Zna i rozumie fundamentalne zasady działania systemów informacyjnych w administracji publicznej, usługi elektroniczne dla obywateli i przedsiębiorców, sposób działania systemu elektronicznego obiegu dokumentów.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_W06

Część I

Metody weryfikacji	ocena aktywności podczas zajęć: Aktywność na zajęciach Wykład: egzamin pisemny: Pytania otwarte Ćwiczenia: zaliczenie: Skorzystanie z wybranych usług e-administracji
--------------------	---

Umiejętności

Kod efektu	K_U02
Opis	Potrafi korzystać z nowych technologii w administracji publicznej i wykorzystywać ich potencjalne możliwości.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_U02
Metody weryfikacji	ocena aktywności podczas zajęć: Aktywność na zajęciach Ćwiczenia: zaliczenie: Skorzystanie z wybranych usług e-administracji
Kod efektu	K_U06
Opis	Potrafi wykorzystać zdobytą wiedzę do rozwiązywania problemów i realizacji zadań związanych z działalnością zawodową w zakresie zarządzania w środowisku e-administracji.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_U06
Metody weryfikacji	ocena aktywności podczas zajęć: Aktywność na zajęciach Ćwiczenia: zaliczenie: Skorzystanie z wybranych usług e-administracji

Kompetencje społeczne

Kod efektu	K_K03
Opis	Jest gotów do identyfikowanie wyzwań i perspektyw oraz określanie nowych kluczowych trendów e-administracji w praktyce.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_K03
Metody weryfikacji	ocena aktywności podczas zajęć: Aktywność na zajęciach Ćwiczenia: zaliczenie: Skorzystanie z wybranych usług e-administracji
Kod efektu	K_K06
Opis	Jest gotów do odpowiedzialnego pełnienia ról zawodowych z wykorzystaniem wiedzy z zakresu działania e-administracji.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_K06
Metody weryfikacji	ocena aktywności podczas zajęć: Aktywność na zajęciach Ćwiczenia: zaliczenie: Skorzystanie z wybranych usług e-administracji

SYLABUS PRZEDMIOTU

Kod przedmiotu	7200-ZG000-LZP-0554
Nazwa przedmiotu	Cyberbezpieczeństwo przedsiębiorstwa
Wersja przedmiotu	2025Z
Poziom kształcenia	pierwszego stopnia
Forma i tryb prowadzenia studiów	niestacjonarne
Profil studiów	Praktyczny
Kierunek studiów	Zarządzanie i Marketing w Gospodarce Cyfrowej
Specjalność	Rachunkowość i Zarządzanie Finansami Cyfrowymi
Jednostka prowadząca	Kolegium Nauk Ekonomicznych i Społecznych
Jednostka realizująca	Kolegium Nauk Ekonomicznych i Społecznych
Blok przedmiotów	nd
Grupy przedmiotów	Przedmioty z sem. 5, studia I stopnia niestacjonarne, KNEiS, Digital Marketing..., Przedmioty z sem. 5, studia I stopnia niestacjonarne, KNEiS, Rachunkowość i zarządzanie...
Status przedmiotu	Obowiązkowy
Język prowadzenia zajęć	polski
Kod etapu studiów	ZGRZF-S5-LZP-7200
Liczba punktów ECTS	3

Część I**01. Efekty uczenia się i sposób prowadzenia zajęć**

Cel przedmiotu	Celem przedmiotu jest pozyskanie przez studentów wiedzy na temat podstawowych zagadnień związanych z zagrożeniami w cyberprzestrzeni, bezpiecznym korzystaniu z usług cyfrowych, dezinformacji oraz zarządzania cyberbezpieczeństwem w przedsiębiorstwach oraz uświadomienie roli jaką kwestie cyberbezpieczeństwa odgrywają w rzeczywistości społeczno-gospodarczo-politycznej XXI wieku. W ramach wykładu omówione zostaną adekwatne studia przypadków. Istotne jest również uwrażliwienie studentów na potrzebę ciągłego rozwoju i aktualizacji wiedzy w tym zakresie z uwagi na dynamikę omawianych zjawisk (postęp technologiczny).
Efekty uczenia się oraz sposób ich weryfikacji i oceny	patrz tabela "Efekty uczenia się"
Formy zajęć i ich wymiar w semestrze	
Ćwiczenia	16.00 h
Wykład	8.00 h

02. Bilans ECTS

Liczba punktów ECTS	3	
Rozliczenie godzinowo - punktowe przedmiotu	Godziny	ECTS
Liczba godzin i ECTS pracy studenta:		
Godziny i ECTS za zajęcia związane z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich	32	1.28
Godziny i ECTS związane z pracą własną studenta	43	1.72
Razem	75	3.00
Liczba godzin związanych z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich:		
Godziny związane z udziałem w zajęciach	24	
Inne godziny kontaktowe	8	
Razem	32	

Liczba godzin związanych z pracą własną studenta:

Część I

Godziny przeznaczone na pracę własną studenta	43
---	----

03. Treści kształcenia

Wykład	<ol style="list-style-type: none"> 1. Cyfryzacja życia społeczno-gospodarczego 2. Wprowadzenie do bezpieczeństwa informacyjnego 3. Strategie zarządzania cyberbezpieczeństwem (przegląd koncepcji np. MITRE ATT&CK, ISO itp.) 4. Cyberbezpieczeństwo a zarządzanie ryzykiem 5. Cyberprzestępczość i rewolucja IT w kontekście militarnym 6. Ustawa o Krajowym Systemie Cyberbezpieczeństwa (NIS 2) 7. Dezinformacja w świecie cyfrowym (rola mediów społecznościowych) 8. Sztuczna inteligencja – zagrożenie czy narzędzie obronne 9. Tworzenie bezpiecznego oprogramowania i rodzaje zabezpieczeń (kryptografia, biometria itp.) 10. Trendy rozwojowe w cyberbezpieczeństwie
Ćwiczenia	<ol style="list-style-type: none"> 1. Strategie zarządzania cyberbezpieczeństwem w praktyce (studia przypadków) 2. Włamania do systemów IT, ataki sieciowe, ataki na użytkowników końcowych, socjotechnika (studia przypadków - Phishing i Ransomware – aktualnie największe zagrożenia dla każdej organizacji) 3. Biały wywiad (OSINT) a kradzież tożsamości - prywatność użytkowników w cyberprzestrzeni (studia przypadków) 4. Dezinformacja a algorytmy sztucznej inteligencji (studia przypadków)

Tabela: Efekty uczenia się

Wiedza	
Kod efektu	K_W02
Opis	Ma zaawansowaną wiedzę dotyczącą cyfryzacji życia społeczno-gospodarczego.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_W02
Metody weryfikacji	egzamin pisemny: Test wiedzy (pytania otwarte i zamknięte)
Kod efektu	K_W03
Opis	Ma zaawansowaną wiedzę dotyczącą strategicznego zarządzania bezpieczeństwem informacji.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_W03
Metody weryfikacji	egzamin pisemny: Test wiedzy (pytania otwarte i zamknięte)
Kod efektu	K_W06
Opis	Ma zaawansowaną wiedzę na temat zagrożeń w wirtualnym świecie oraz reguły cyberbezpieczeństwa przedsiębiorstwa
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_W06
Metody weryfikacji	egzamin pisemny: Test wiedzy (pytania otwarte i zamknięte)
Umiejętności	
Kod efektu	K_U01
Opis	Potrafi analizować, interpretować i wyjaśniać zjawiska związane z cyberbezpieczeństwem
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_U01
Metody weryfikacji	prezentacja: Analiza i prezentacja wybranego obszaru cyberbezpieczeństwa) projekt: Analiza poziomu zabezpieczeń wskazanego podmiotu/konta itp..
Kod efektu	K_U06

Część I

Opis	Potrafi wykorzystać i zastosować różnorodne formy budowania strategii bezpieczeństwa zarządzania informacją.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_U06
Metody weryfikacji	prezentacja: Analiza i prezentacja wybranego obszaru cyberbezpieczeństwa) projekt: Analiza poziomu zabezpieczeń wskazanego podmiotu/konta itp..
Kod efektu	K_U08
Opis	Potrafi zastosować zdobytą wiedzę w analizie i rozpoznaniu trendów rozwojowych w obszarze cyberbezpieczeństwa.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_U08
Metody weryfikacji	prezentacja: Analiza i prezentacja wybranego obszaru cyberbezpieczeństwa) projekt: Analiza poziomu zabezpieczeń wskazanego podmiotu/konta itp..

Kompetencje społeczne

Kod efektu	K_K01
Opis	Ma świadomość poziomu swojej wiedzy i umiejętności w zakresie cyberbezpieczeństwa, rozumie potrzebę ciągłego dokształcania się i rozwoju
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_K01
Metody weryfikacji	ocena aktywności podczas zajęć: Dyskusja
Kod efektu	K_K06
Opis	Jest gotów do odpowiedzialnego wykorzystania posiadanej wiedzy z zakresu cyberbezpieczeństwa przedsiębiorstwa
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_K06
Metody weryfikacji	ocena aktywności podczas zajęć: Dyskusja

SYLABUS PRZEDMIOTU

Kod przedmiotu	7200-00000-LZP-0654
Nazwa przedmiotu	Biznesplan
Wersja przedmiotu	2025Z
Poziom kształcenia	pierwszego stopnia
Forma i tryb prowadzenia studiów	niestacjonarne
Profil studiów	Praktyczny
Kierunek studiów	Zarządzanie i Marketing w Gospodarce Cyfrowej
Specjalność	Rachunkowość i Zarządzanie Finansami Cyfrowymi
Jednostka prowadząca	Kolegium Nauk Ekonomicznych i Społecznych
Jednostka realizująca	Kolegium Nauk Ekonomicznych i Społecznych
Blok przedmiotów	nd
Grupy przedmiotów	Przedmioty z sem. 5, studia I stopnia niestacjonarne, KNEiS, Digital Marketing..., Przedmioty z sem. 5, studia I stopnia niestacjonarne, KNEiS, Rachunkowość i zarządzanie...
Status przedmiotu	Obowiązkowy
Język prowadzenia zajęć	polski
Kod etapu studiów	ZGRZF-S5-LZP-7200
Liczba punktów ECTS	3

Część I**01. Efekty uczenia się i sposób prowadzenia zajęć**

Cel przedmiotu	Celem przedmiotu jest przedstawienie roli biznes planu w zarządzaniu przedsiębiorstwem, w tym: podczas zakładania firmy, przy pozyskiwaniu źródeł finansowania, podczas realizacji działań inwestycyjnych, itp., W trakcie zajęć studenci nabywają praktycznych umiejętności przygotowania biznesplanu i w grupach roboczych opracowują projekt bazując na wybranych przykładach. W trakcie nauki kształtowana jest umiejętność tworzenia struktury dokumentu, analiz czynników makro- i mikrootoczenia wpływających na prowadzenie działalności gospodarczej, planowania działań marketingowych, nakładów inwestycyjnych, zatrudnienia i harmonogramów działań, z uwzględnieniem źródeł finansowania poszczególnych działań. W końcowej części zajęć studenci dokonują oceny ekonomiczno-finansowej opracowanego projektu.	
Efekty uczenia się oraz sposób ich weryfikacji i oceny	patrz tabela "Efekty uczenia się"	
Formy zajęć i ich wymiar w semestrze		
Wykład	16.00 h	
Ćwiczenia	16.00 h	

02. Bilans ECTS

Liczba punktów ECTS	3	
Rozliczenie godzinowo - punktowe przedmiotu	Godziny	ECTS
Liczba godzin i ECTS pracy studenta:		
Godziny i ECTS za zajęcia związane z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich	38	1.52
Godziny i ECTS związane z pracą własną studenta	37	1.48
Razem	75	3.00
Liczba godzin związanych z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich:		
Godziny związane z udziałem w zajęciach	32	
Inne godziny kontaktowe	6	

Część I

Razem	38
-------	----

Liczba godzin związanych z pracą własną studenta:

Godziny przeznaczone na pracę własną studenta	37
---	----

03. Treści kształcenia

Ćwiczenia	<ol style="list-style-type: none"> 1. Określenie teoretycznych założeń do opracowania projektu biznesplanu. 2. Szukanie pomysłów na prowadzenie własnego biznesu. 3. Analiza makrootoczenia podmiotów gospodarczych. 4. Analiza otoczenia konkurencyjnego podmiotów gospodarczych - część 1. 5. Analiza otoczenia konkurencyjnego podmiotów gospodarczych - część 2. 6. Analiza wewnętrznych zasobów przedsiębiorstwa - część 1. 7. Analiza wewnętrznych zasobów przedsiębiorstwa – część 2. 8. Analiza i badanie rynku 9. Plan marketingowy - część 1. 10. Plan marketingowy - część 2. 11. Zasoby ludzkie w biznesplanie 12. Analiza ekonomiczno-finansowa przedsięwzięcia. 13. Ocena planu finansowego. 14. Harmonogram realizacji biznes planu. 15. Kanwa modelu biznesowego - model Osterwaldera.
Wykład	<ol style="list-style-type: none"> 1. Wybrane pojęcia i procedury tworzenia biznesplanów. 2. Istota i cele biznesplanu. 3. Funkcje biznesplanu. 4. Rodzaje biznesplanów 5. Szczegółowa struktura biznesplanu. 6. Zasady metodyczne opracowywania i konstrukcji biznesplanu. 7. Analiza rynku, sektora i przedsiębiorstwa. 8. Plan marketingowy. 9. Zasoby ludzkie w biznesplanie. 10. Analiza ekonomiczno-finansowa. 11. Weryfikacja biznesplanu i wdrażanie biznesplanu. 12. Ocena biznes planu 13. Analiza przypadków 14. Problemy praktyczne związane z przygotowaniem biznesplanu. 15. Cykl przedsięwzięcia biznesowego.

Tabela: Efekty uczenia się

Wiedza	
Kod efektu	K_W02
Opis	Student ma wiedzę dotyczącą stosowania i interpretacji analizy finansowo-ekonomicznej użytecznej przy tworzeniu biznesplanów.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_W02
Metody weryfikacji	ocena aktywności podczas zajęć:bieżąca ocena procesu realizacji projektu biznes planu Wykład: kolokwium pisemne:w formie pytań ukierunkowanych Ćwiczenia: projekt:podstawą zaliczenia ćwiczeń jest projekt biznesplanu małego przedsiębiorstwa i jego prezentacja na zajęciach
Kod efektu	K_W08

Część I	
Opis	Student ma wiedzę z zakresu zasad planowania i tworzenia przedsięwzięć biznesowych oraz oceny efektywności podejmowanych działań. Ma wiedzę z zakresu roli pełnionej przez biznesplan w tworzeniu, funkcjonowaniu i rozwoju przedsiębiorstwa
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_W08
Metody weryfikacji	ocena aktywności podczas zajęć:bieżąca ocena procesu realizacji projektu biznes planu Wykład: kolokwium pisemne:w formie pytań ukierunkowanych Ćwiczenia: projekt:podstawą zaliczenia ćwiczeń jest projekt biznesplanu małego przedsiębiorstwa i jego prezentacja na zajęciach
Umiejętności	
Kod efektu	K_U01
Opis	Student potrafi zdiagnozować zagrożenia i słabe strony przedsiębiorstwa oraz zaproponować odpowiednie rozstrzygnięcia pojawiających się problemów. Umie dokonać analizy rynku, sektora i przedsiębiorstwa.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_U01
Metody weryfikacji	ocena aktywności podczas zajęć:bieżąca ocena procesu realizacji projektu biznes planu Ćwiczenia: projekt:podstawą zaliczenia ćwiczeń jest projekt biznesplanu małego przedsiębiorstwa i jego prezentacja na zajęciach
Kod efektu	K_U03
Opis	Student potrafi dokonać oceny sytuacji ekonomiczno-finansowej w tworzonym biznesplanie i wskazać na możliwe źródła finansowania przedsięwzięcia gospodarczego.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_U03
Metody weryfikacji	ocena aktywności podczas zajęć:bieżąca ocena procesu realizacji projektu biznes planu Ćwiczenia: projekt:podstawą zaliczenia ćwiczeń jest projekt biznesplanu małego przedsiębiorstwa i jego prezentacja na zajęciach
Kod efektu	K_U06
Opis	Student potrafi wykorzystać wiedze teoretyczna do tworzenia projektów przedsięwzięć biznesowych.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_U06
Metody weryfikacji	ocena aktywności podczas zajęć:bieżąca ocena procesu realizacji projektu biznes planu Ćwiczenia: projekt:podstawą zaliczenia ćwiczeń jest projekt biznesplanu małego przedsiębiorstwa i jego prezentacja na zajęciach
Kompetencje społeczne	
Kod efektu	K_K03
Opis	Absolwent jest gotowy do wypełniania zobowiązań społecznych wynikających z prawidłowego formułowania założeń biznesowych przedsięwzięć na rzecz potrzeb różnych środowisk społecznych
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_K03
Metody weryfikacji	ocena aktywności podczas zajęć:bieżąca ocena procesu realizacji projektu biznes planu Ćwiczenia: projekt:podstawą zaliczenia ćwiczeń jest projekt biznesplanu małego przedsiębiorstwa i jego prezentacja na zajęciach

Część I

Kod efektu	K_K04
Opis	Jest kreatywny, potrafi myśleć i działać w sposób zaangażowany i przedsiębiorczy przy tworzeniu projektów przedsięwzięć biznesowych.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_K04
Metody weryfikacji	ocena aktywności podczas zajęć:bieżąca ocena procesu realizacji projektu biznes planu Ćwiczenia: projekt:podstawą zaliczenia ćwiczeń jest projekt biznesplanu małego przedsiębiorstwa i jego prezentacja na zajęciach

SYLABUS PRZEDMIOTU

Kod przedmiotu	7200-ZGRZF-LZP-0579
Nazwa przedmiotu	Rynek pieniężno-kapitałowy
Wersja przedmiotu	2025Z
Poziom kształcenia	pierwszego stopnia
Forma i tryb prowadzenia studiów	niestacjonarne
Profil studiów	Praktyczny
Kierunek studiów	Zarządzanie i Marketing w Gospodarce Cyfrowej
Specjalność	Rachunkowość i Zarządzanie Finansami Cyfrowymi
Jednostka prowadząca	Kolegium Nauk Ekonomicznych i Społecznych
Jednostka realizująca	Kolegium Nauk Ekonomicznych i Społecznych
Blok przedmiotów	nd
Grupy przedmiotów	Przedmioty z sem. 5, studia I stopnia niestacjonarne, KNEiS, Rachunkowość i zarządzanie...
Status przedmiotu	Obowiązkowy
Język prowadzenia zajęć	polski
Kod etapu studiów	ZGRZF-S5-LZP-7200
Liczba punktów ECTS	3

Część I**01. Efekty uczenia się i sposób prowadzenia zajęć**

Cel przedmiotu	Celem przedmiotu jest przekazanie wiedzy o teoretycznych i praktycznych aspektach związanych z funkcjonowaniem rynku finansowego, w tym rynku pieniężnego oraz rynku kapitałowego.
Efekty uczenia się oraz sposób ich weryfikacji i oceny	patrz tabela "Efekty uczenia się"
Formy zajęć i ich wymiar w semestrze	
Wykład	16.00 h

02. Bilans ECTS

Liczba punktów ECTS	3	
Rozliczenie godzinowo - punktowe przedmiotu	Godziny	ECTS
Liczba godzin i ECTS pracy studenta:		
Godziny i ECTS za zajęcia związane z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich	24	0.96
Godziny i ECTS związane z pracą własną studenta	51	2.04
Razem	75	3.00

Liczba godzin związanych z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich:

Godziny związane z udziałem w zajęciach	16
Inne godziny kontaktowe	8
Razem	24

Liczba godzin związanych z pracą własną studenta:

Godziny przeznaczone na pracę własną studenta	51
---	----

03. Treści kształcenia

Część I

Wykład	<ol style="list-style-type: none"> 1. Istota i funkcje rynków finansowych 2. Mikro- i makroekonomiczne uwarunkowania rynków finansowych 3. Instrumenty rynku finansowego 4. Pieniądz - wprowadzenie do rynku pieniężnego – (pojęcie, funkcje, popyt i podaż pieniądza, kategorie pieniądza) 5. Rynek depozytowo-kredytowy (działalność depozytowa i kredytowa banków, kreacja pieniądza) 6. Rynek pieniężny (istota, rola i funkcje banku centralnego, instrumenty, operacje na rynku pieniężnym ryzyko) 7. Rynek kapitałowy (istota, funkcje, klasyfikacje, instrumenty, uczestnicy, ryzyko) 8. Rynek instrumentów pochodnych (rodzaje derywatów, cele stosowania instrumentów pochodnych, ryzyko) 9. Giełda papierów wartościowych (istota, klasyfikacje, organizacja GK GPW, warunki wejścia na GPW, rodzaje transakcji giełdowych, systemy notowań, rodzaje zleceń, indeksy giełdowe, rynek Catalyst, rynek NewConnect, ryzyko).
--------	---

Tabela: Efekty uczenia się

Wiedza	
Kod efektu	K_W01
Opis	Student zna zaawansowane informacje o strukturach i instytucjach społeczno – ekonomicznych funkcjonujących w finansowym otoczeniu rynkowym a mających wpływ na kierunki rozwoju oraz uwarunkowania funkcjonowania rynku kapitałowego, rynku pieniężnego, instytucji finansowych i nadzorujących rynek oraz funkcjonowania inwestorów na tych rynkach, tak w aspekcie lokalnym jak i ponadnarodowym.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_W01
Metody weryfikacji	kolokwium pisemne:kolokwium pisemne w formie testu wiedzy ocena aktywności podczas zajęć:ocena aktywności studentów podczas dyskusji prowadzonych w trakcie zajęć (pytania do słuchaczy, wspólne rozwiązywanie pytań problemowych), , ocena aktywności na platformie LEON
Kod efektu	K_W02
Opis	Student ma wiedzę na temat podmiotowej struktury rynku kapitałowego i pieniężnego, zachowania na nim konsumentów oraz innych uczestników rynku (w tym instytucji nadzorujących rynek oraz zapewniających dostęp do informacji), a dostrzega znaczenie uwarunkowań funkcjonowania tych podmiotów w podejmowaniu także decyzji menedżerskich. Student rozumie funkcjonowanie rynków finansowych i instytucji finansowych w kontekście uwarunkowań procesów inwestycyjnych, zabezpieczenia przed ryzykiem oraz oceny efektywności inwestycji finansowych.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_W02
Metody weryfikacji	kolokwium pisemne:kolokwium pisemne w formie testu wiedzy ocena aktywności podczas zajęć:ocena aktywności studentów podczas dyskusji prowadzonych w trakcie zajęć (pytania do słuchaczy, wspólne rozwiązywanie pytań problemowych), , ocena aktywności na platformie LEON
Kod efektu	K_W03

Część I

Opis	Student ma zaawansowaną wiedzę z zakresu działalności rynku pieniężnego, rynku kapitałowego, inwestorów instytucjonalnych, instytucji centralnych nadzorujących rynek.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_W03
Metody weryfikacji	kolokwium pisemne:kolokwium pisemne w formie testu wiedzy ocena aktywności podczas zajęć:ocena aktywności studentów podczas dyskusji prowadzonych w trakcie zajęć (pytania do słuchaczy, wspólne rozwiązywanie pytań problemowych), , ocena aktywności na platformie LEON

Umiejętności

Kod efektu	K_U03
Opis	Student potrafi wybrać metody i dokonać oceny skutków ekonomicznych i finansowych decyzji podejmowanych przez przedsiębiorstwa w kontekście funkcjonowania na rynku pieniężno – kapitałowym.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_U03
Metody weryfikacji	kolokwium pisemne:kolokwium pisemne w formie testu wiedzy ocena aktywności podczas zajęć:ocena aktywności studentów podczas dyskusji prowadzonych w trakcie zajęć (pytania do słuchaczy, wspólne rozwiązywanie pytań problemowych), , ocena aktywności na platformie LEON
Kod efektu	K_U04
Opis	Student potrafi analizować zachowanie i strategie działania różnych podmiotów gospodarczych, analizuje uwarunkowania rynkowe i ich wpływ na decyzje menedżerskie, szczególnie w aspekcie: kosztu kapitału, arbitrażu, strategii hedgingowych, wyceny kontraktów terminowych.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_U04
Metody weryfikacji	kolokwium pisemne:kolokwium pisemne w formie testu wiedzy ocena aktywności podczas zajęć:ocena aktywności studentów podczas dyskusji prowadzonych w trakcie zajęć (pytania do słuchaczy, wspólne rozwiązywanie pytań problemowych), , ocena aktywności na platformie LEON
Kod efektu	K_U06
Opis	Student potrafi rozumieć i analizować podstawowe zjawiska dotyczące przedsiębiorstw, otoczenia gospodarczo – społecznego oraz rynku pieniężno -kapitałowego i dokonywać poprawnych ocen tych zjawisk, szczególnie w kontekście oceny bezpieczeństwa inwestowania oraz możliwości zabezpieczenia przed ryzykiem.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_U06
Metody weryfikacji	kolokwium pisemne:kolokwium pisemne w formie testu wiedzy ocena aktywności podczas zajęć:ocena aktywności studentów podczas dyskusji prowadzonych w trakcie zajęć (pytania do słuchaczy, wspólne rozwiązywanie pytań problemowych), , ocena aktywności na platformie LEON
Kod efektu	K_U08
Opis	Student potrafi w trakcie dyskusji odnieść się do teorii ekonomicznych oraz dorobku innych dyscyplin pokrewnych, szczególnie w zakresie rozważań dotyczących wyceny akcji oraz oceny ryzyka.

Część I

Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_U08
Metody weryfikacji	kolokwium pisemne:kolokwium pisemne w formie testu wiedzy ocena aktywności podczas zajęć:ocena aktywności studentów podczas dyskusji prowadzonych w trakcie zajęć (pytania do słuchaczy, wspólne rozwiązywanie pytań problemowych), , ocena aktywności na platformie LEON
Kod efektu	K_U10
Opis	Student realizuje samodzielnie lub w grupie wymagany przez prowadzącego zakres prac, współpracuje w zespole w trakcie wykonywania wieloetapowych zadań, dzieląc prace na poszczególnych uczestników grupy.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_U10
Metody weryfikacji	ocena aktywności podczas zajęć:ocena aktywności studentów podczas dyskusji prowadzonych w trakcie zajęć (pytania do słuchaczy, wspólne rozwiązywanie pytań problemowych), , ocena aktywności na platformie LEON

Kompetencje społeczne

Kod efektu	K_K01
Opis	Student zna zakres swojej wiedzy i umiejętności, wykazuje potrzebę ciągłego doskonalenia się i rozwiązywania nowych problemów, czego wyrazem jest skłonność do dyskusji na forum grupy oraz przygotowywanie projektów do samodzielnego wykonania.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_K01
Metody weryfikacji	ocena aktywności podczas zajęć:ocena aktywności studentów podczas dyskusji prowadzonych w trakcie zajęć (pytania do słuchaczy, wspólne rozwiązywanie pytań problemowych), , ocena aktywności na platformie LEON
Kod efektu	K_K04
Opis	Student wykazuje się zaangażowaniem i kreatywnością w trakcie dyskusji, potrafi myśleć, stawiać zarówno pytania jak i udzielać odpowiedzi.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_K04
Metody weryfikacji	ocena aktywności podczas zajęć:ocena aktywności studentów podczas dyskusji prowadzonych w trakcie zajęć (pytania do słuchaczy, wspólne rozwiązywanie pytań problemowych), , ocena aktywności na platformie LEON

SYLABUS PRZEDMIOTU

Kod przedmiotu	7200-ZGRZF-LZP-0555
Nazwa przedmiotu	Zarządzanie finansami osobistymi
Wersja przedmiotu	2025Z
Poziom kształcenia	pierwszego stopnia
Forma i tryb prowadzenia studiów	niestacjonarne
Profil studiów	Praktyczny
Kierunek studiów	Zarządzanie i Marketing w Gospodarce Cyfrowej
Specjalność	Rachunkowość i Zarządzanie Finansami Cyfrowymi
Jednostka prowadząca	Kolegium Nauk Ekonomicznych i Społecznych
Jednostka realizująca	Kolegium Nauk Ekonomicznych i Społecznych
Blok przedmiotów	nd
Grupy przedmiotów	Przedmioty z sem. 5, studia I stopnia niestacjonarne, KNEiS, Rachunkowość i zarządzanie...
Status przedmiotu	Obowiązkowy
Język prowadzenia zajęć	polski
Kod etapu studiów	ZGRZF-S5-LZP-7200
Liczba punktów ECTS	2

Część I**01. Efekty uczenia się i sposób prowadzenia zajęć**

Cel przedmiotu	Celem przedmiotu jest zapoznanie studentów z kluczowymi aspektami planowania finansów osobistych
Efekty uczenia się oraz sposób ich weryfikacji i oceny	patrz tabela "Efekty uczenia się"
Formy zajęć i ich wymiar w semestrze	
Ćwiczenia	16.00 h
Wykład	8.00 h

02. Bilans ECTS

Liczba punktów ECTS	2	
Rozliczenie godzinowo - punktowe przedmiotu	Godziny	ECTS
Liczba godzin i ECTS pracy studenta:		
Godziny i ECTS za zajęcia związane z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich	26	1.04
Godziny i ECTS związane z pracą własną studenta	24	0.96
Razem	50	2.00

Liczba godzin związanych z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich:

Godziny związane z udziałem w zajęciach	24
Inne godziny kontaktowe	2
Razem	26

Liczba godzin związanych z pracą własną studenta:

Godziny przeznaczone na pracę własną studenta	24
---	----

03. Treści kształcenia

Ćwiczenia	Racjonalizacja wpływów i wydatków; Narzędzia zarządzania finansami osobistymi; Oszczędzanie i inwestowanie; Kredytowanie; Ubezpieczenia; Opodatkowanie
Wykład	Finanse osobiste a finanse gospodarstw domowych. Istota, cele i zakres zarządzania finansami osobistymi; Narzędzia zarządzania finansami osobistymi; Oszczędzanie i inwestowanie; Kredytowanie; Ubezpieczenia; Opodatkowanie

Część I**Tabela: Efekty uczenia się**

Wiedza

Kod efektu	K_W01
Opis	Student zna pojęcia związane z finansami osobistymi i metody racjonalizacji wpływów i wydatków oraz ma wiedzę dotyczącą narzędzi planowania finansów osobistych, procesu oszczędzania, inwestowania, kredytowania, ubezpieczenia i opodatkowania
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_W01
Metody weryfikacji	Wykład: kolokwium pisemne:Pytania opisowe, pytania testowe Ćwiczenia: zaliczenie:Testy i zadania na platformie Leon;

Umiejętności

Kod efektu	K_U01
Opis	Student potrafi wykorzystać wiedzę teoretyczną z zakresu finansów osobistych do analizowania, identyfikacji, interpretowania i rozwiązywania problemów finansowych gospodarstw domowych
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_U01
Metody weryfikacji	Wykład: kolokwium pisemne:Pytania opisowe, pytania testowe Ćwiczenia: zaliczenie:Testy i zadania na platformie Leon;
Kod efektu	K_U03
Opis	Student posiada umiejętność dostosowania produktów finansowych do sytuacji finansowej gospodarstw domowych, potrafi ustalić strategię finansową i zaplanować odpowiednie zabezpieczenie płynności
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_U03
Metody weryfikacji	Wykład: kolokwium pisemne:Pytania opisowe, pytania testowe Ćwiczenia: zaliczenie:Testy i zadania na platformie Leon;

Kompetencje społeczne

Kod efektu	K_K04
Opis	Student jest świadomy konieczności ciągłego doskonalenia kompetencji przedsiębiorczych w życiu osobistym i społeczno-gospodarczym
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_K04
Metody weryfikacji	Ćwiczenia: ocena aktywności podczas zajęć:Aktywność na zajęciach

SYLABUS PRZEDMIOTU

Kod przedmiotu	7200-ZGRZF-LZP-0556
Nazwa przedmiotu	Ewidencja podatkowa
Wersja przedmiotu	2025Z
Poziom kształcenia	pierwszego stopnia
Forma i tryb prowadzenia studiów	niestacjonarne
Profil studiów	Praktyczny
Kierunek studiów	Zarządzanie i Marketing w Gospodarce Cyfrowej
Specjalność	Rachunkowość i Zarządzanie Finansami Cyfrowymi
Jednostka prowadząca	Kolegium Nauk Ekonomicznych i Społecznych
Jednostka realizująca	Kolegium Nauk Ekonomicznych i Społecznych
Blok przedmiotów	nd
Grupy przedmiotów	Przedmioty z sem. 5, studia I stopnia niestacjonarne, KNEiS, Rachunkowość i zarządzanie...
Status przedmiotu	Obowiązkowy
Język prowadzenia zajęć	polski
Kod etapu studiów	ZGRZF-S5-LZP-7200
Liczba punktów ECTS	4

Część I**01. Efekty uczenia się i sposób prowadzenia zajęć**

Cel przedmiotu	Celem przedmiotu jest prowadzenie ewidencji podatkowych oraz sporządzanie deklaracji podatkowych i ubezpieczeniowych w podmiotach gospodarczych prowadzących uproszczoną księgowość
Efekty uczenia się oraz sposób ich weryfikacji i oceny	patrz tabela "Efekty uczenia się"
Formy zajęć i ich wymiar w semestrze	
Ćwiczenia	16.00 h
Wykład	8.00 h

02. Bilans ECTS

Liczba punktów ECTS	4	
Rozliczenie godzinowo - punktowe przedmiotu	Godziny	ECTS
Liczba godzin i ECTS pracy studenta:		
Godziny i ECTS za zajęcia związane z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich	30	1.20
Godziny i ECTS związane z pracą własną studenta	70	2.80
Razem	100	4.00

Liczba godzin związanych z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich:

Godziny związane z udziałem w zajęciach	24
Inne godziny kontaktowe	6
Razem	30

Liczba godzin związanych z pracą własną studenta:

Godziny przeznaczone na pracę własną studenta	70
---	----

03. Treści kształcenia

Część I

Wykład	1. Zasady opodatkowania przedsiębiorców w zależności od obranej formy organizacyjno-prawnej 2. Formy opodatkowania prowadzących pozarolniczą działalność gospodarczą - karta podatkowa, ryczałt od przychodów ewidencjonowanych, zasady ogólne 3. Podatkowa księga przychodów i rozchodów – zakres podmiotowy, układ, dokumentacja zapisów, zasady dokonywania zapisów, ustalanie dochodu/straty podatkowej. Rola inwentaryzacji w weryfikacji kosztów. 4. Dodatkowe ewidencje przy prowadzeniu księgi podatkowej przychodów i rozchodów - ewidencja środków trwałych, ewidencja wyposażenia, imienne karty wynagrodzeń, ewidencja przebiegu pojazdu, inne. 5. Ewidencje i zasady rozliczeń z tytułu umów o pracę i umów cywilno-prawnych w podatku PIT. 6. Zaliczki miesięczne i zeznania roczne w podatku PIT. 7. Rozliczanie straty podatkowej. 8. Podatek VAT - dokumentacja, rejestry, deklaracje JPK. 9. Księgi rachunkowe jako księgi podatkowe. 10. Podatek dochodowy od osób prawnych CIT - przekształcanie wyniku finansowego w dochód/stratę podatkową. 11. Odpowiedzialność podatników za nierzetelność i wadliwość ewidencji podatkowych. 12. Etyka w podatkach. Pojęcie kreatywnej księgowości a oszustwa podatkowe. Sankcje podatkowe.
Ćwiczenia	1. Założenie własnej firmy w programie - podane założenia 2. Księgowanie operacji gospodarczych, w tym dokumentów zakupu i sprzedaży, list wynagrodzeń, rachunków, dokumentów wewnętrznych, korekt) 3. Księgowanie i analiza szczególnych przypadków księgowych - analiza zmian w prawie podatkowym 4. Sporządzanie rejestrów VAT - zakupu i sprzedaży oraz przygotowanie plików JPK 5. Procedura podpisywania dokumentów 6. Wyliczenie zaliczki na podatek dochodowy w zależności od formy opodatkowania. 7. Zeznania roczne

Tabela: Efekty uczenia się

Wiedza	
Kod efektu	K_W01
Opis	W zaawansowanym stopniu kluczowe zagadnienia używane w rachunkowości oraz zastosowanie tych terminów w obrębie pokrewnych dyscyplin, a także zna miejsce, a także zna miejsce dyscyplin nauki o zarządzaniu i jakości oraz ekonomia i finanse w systemie nauk społecznych.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_W01
Metody weryfikacji	Wykład: egzamin pisemny:Egzamin pisemny Ćwiczenia: projekt:Projekt - księgowanie zestawu operacji gospodarczych w programie księgowym
Kod efektu	K_W03
Opis	Student zna w zaawansowanym stopniu przepisy prawa regulujące działalność podmiotów gospodarczych, ze szczególnym uwzględnieniem działalności finansowo-rachunkowej lub marketingu i sprzedaży
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_W03
Metody weryfikacji	Wykład: egzamin pisemny:Egzamin pisemny Ćwiczenia: projekt:Projekt - księgowanie zestawu operacji gospodarczych w programie księgowym
Kod efektu	K_W07

Część I

Opis	etyczne, ekonomiczne, behawioralne i środowiskowe uwarunkowania różnych rodzajów działalności zawodowej związanej ze sprzedażą, marketingiem, finansami, rachunkowością prowadzonych w środowisku informatycznym, w tym podstawowe pojęcia i zasady z zakresu ochrony własności przemysłowej i prawa autorskiego.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_W07
Metody weryfikacji	Wykład: egzamin pisemny:Egzamin pisemny Ćwiczenia: projekt:Projekt - księgowanie zestawu operacji gospodarczych w programie księgowym

Umiejętności

Kod efektu	K_U01
Opis	wykorzystać posiadaną wiedzę teoretyczną z zakresu zarządzania i marketingu, w tym zarządzania finansami, zarządzania sprzedażą do zaawansowanych analiz procesów i zjawisk gospodarczych związanych z praktyką gospodarczą oraz formułować na ich podstawie wnioski i rekomendacje.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_U01
Metody weryfikacji	Ćwiczenia: projekt:Projekt - księgowanie zestawu operacji gospodarczych w programie księgowym
Kod efektu	K_U04
Opis	właściwie dobrać źródła i pochodzące z nich informacje finansowe i jakościowe, dokonać ich oceny, krytycznej analizy i syntezy oraz twórczej interpretacji i prezentacji.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_U04
Metody weryfikacji	Wykład: egzamin pisemny:Egzamin pisemny Ćwiczenia: projekt:Projekt - księgowanie zestawu operacji gospodarczych w programie księgowym
Kod efektu	K_U06
Opis	wykorzystać posiadaną wiedzę do formułowania i rozwiązywania problemów oraz realizowania zadań typowych dla działalności zawodowej w obszarze zarządzania wykonywanej w środowisku informatycznym.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_U06
Metody weryfikacji	Wykład: egzamin pisemny:Egzamin pisemny Ćwiczenia: projekt:Projekt - księgowanie zestawu operacji gospodarczych w programie księgowym

Kompetencje społeczne

Kod efektu	K_K01
Opis	krytycznego uznawania nabytej wiedzy i odbieranych treści w rozwiązywaniu problemów poznawczych i praktycznych bezpośrednio odnoszących się do zarządzania i marketingu oraz ekonomii i finansów
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_K01
Metody weryfikacji	Wykład: egzamin pisemny:Egzamin pisemny Ćwiczenia: projekt:Projekt - księgowanie zestawu operacji gospodarczych w programie księgowym

SYLABUS PRZEDMIOTU

Kod przedmiotu	7200-ZGRZF-LZP-0558
Nazwa przedmiotu	AI w finansach i rachunkowości
Wersja przedmiotu	2025Z
Poziom kształcenia	pierwszego stopnia
Forma i tryb prowadzenia studiów	niestacjonarne
Profil studiów	Praktyczny
Kierunek studiów	Zarządzanie i Marketing w Gospodarce Cyfrowej
Specjalność	Rachunkowość i Zarządzanie Finansami Cyfrowymi
Jednostka prowadząca	Kolegium Nauk Ekonomicznych i Społecznych
Jednostka realizująca	Kolegium Nauk Ekonomicznych i Społecznych
Blok przedmiotów	nd
Grupy przedmiotów	Przedmioty z sem. 5, studia I stopnia niestacjonarne, KNEiS, Rachunkowość i zarządzanie...
Status przedmiotu	Obowiązkowy
Język prowadzenia zajęć	polski
Kod etapu studiów	ZGRZF-S5-LZP-7200
Liczba punktów ECTS	3

Część I**01. Efekty uczenia się i sposób prowadzenia zajęć**

Cel przedmiotu	Celem przedmiotu jest zapoznanie studentów wyzwaniami i zagrożeniami wykorzystania AI w finansach i rachunkowości w ramach praktycznych zastosowań sztucznej inteligencji w zawodach finansowo-księgowych
Efekty uczenia się oraz sposób ich weryfikacji i oceny	patrz tabela "Efekty uczenia się"
Formy zajęć i ich wymiar w semestrze	
Ćwiczenia	16.00 h
Wykład	8.00 h

02. Bilans ECTS

Liczba punktów ECTS	3	
Rozliczenie godzinowo - punktowe przedmiotu	Godziny	ECTS
Liczba godzin i ECTS pracy studenta:		
Godziny i ECTS za zajęcia związane z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich	32	1.28
Godziny i ECTS związane z pracą własną studenta	43	1.72
Razem	75	3.00
Liczba godzin związanych z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich:		
Godziny związane z udziałem w zajęciach	24	
Inne godziny kontaktowe	8	
Razem	32	
Liczba godzin związanych z pracą własną studenta:		
Godziny przeznaczone na pracę własną studenta	43	

03. Treści kształcenia

Część I

Wykład	1. Wprowadzenie do sztucznej inteligencji - istota AI w biznesie i życiu prywatnym. 2. Automatyzacja, robotyzacja a AI w finansach oraz rachunkowości. 3. Regulacje UE w zakresie AI 4. Aspekty etyczne AI 5. Automatyzacja ewidencji faktur przychodzących - technologie OCR (optyczne rozpoznawanie znaków) i RPA (robotyzacja procesów biznesowych) 6. Audyt sprawozdań - inteligentne próbkowanie i wykrywanie anomalii (ML - modele uczenia maszynowego) 7. Inteligentna analiza tekstu (NLP - przetwarzanie języka naturalnego) 8. Generatywna sztuczna inteligencja 9. Korzyści i zagrożenia z zastosowania AI w finansach oraz rachunkowości
Ćwiczenia	1. Wprowadzenie do sztucznej inteligencji w księgowości (przegląd narzędzi AI dostępnych w Microsoft Office: Word, Excel, PowerPoint) 2. ChatGPT i Excel - analiza danych i formuły (tworzenie zaawansowanych formuł; automatyzacja raportowania i analizy finansowej z użycie ChatGPT; przygotowanie automatycznych raportów i analiz) 3. Interpretacja przepisów prawnych związanych z finansami i rachunkowością przez sztuczną inteligencję 4. Zastosowanie ChatGPT w komunikacji i dokumentacji wewnętrznej 5. Wykorzystanie AI na pracy z tekstem (opracowanie streszczenia nowego aktu prawnego; opracowanie raportów na podstawie wybranych danych; tworzenie diagramów wykorzystywanych w raportach)

Tabela: Efekty uczenia się

Wiedza

Kod efektu	K_W02
Opis	zna i rozumie w zaawansowanym stopniu możliwości wykorzystania sztucznej inteligencji oraz procesów automatyzacji i robotyzacji w finansach i rachunkowości
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_W02
Metody weryfikacji	Wykład: prezentacja:Prezentacja opracowana w PowerPoint z wykorzystaniem AI na temat konkretnego wykorzystania AI oraz procesów automatyzacji i robotyzacji w pracy finansisty i/ lub księgowego z odwołaniem się do odpowiedzialności zawodowej

Umiejętności

Kod efektu	K_U05
Opis	potrafi dobrać i stosować narzędzia sztucznej inteligencji jako zaawansowane techniki komunikacyjno-informacyjne do wykonywania zadań z zakresu finansów i rachunkowości
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_U05
Metody weryfikacji	Ćwiczenia: kolokwium pisemne:Zadania wykonywane w środowisku informatycznym przy zastosowaniu narzędzi AI Ćwiczenia: praca domowa
Kod efektu	K_U06
Opis	potrafi wykorzystać posiadaną wiedzę z zakresu sztucznej inteligencji do rozwiązywania problemów oraz wykonywania typowych zadań z zakresu finansów i rachunkowości w środowisku informatycznym
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_U06
Metody weryfikacji	Ćwiczenia: kolokwium pisemne:Zadania wykonywane w środowisku informatycznym przy zastosowaniu narzędzi AI Ćwiczenia: praca domowa

Kompetencje społeczne

Część I

Kod efektu	K_K06
Opis	jest gotów do odpowiedzialnego pełnienia ról zawodowych finansistów i księgowych oraz rozwijania ich dorobku w środowisku informatycznym z zastosowaniem sztucznej inteligencji
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_K06
Metody weryfikacji	Wykład: prezentacja:Prezentacja opracowana w PowerPoint z wykorzystaniem AI na temat konkretnego wykorzystania AI oraz procesów automatyzacji i robotyzacji w pracy finansisty i/ lub księgowego z odwołaniem się do odpowiedzialności zawodowej

Część I

Treści kształcenia	<p>Metody poszukiwania tematu pracy licencjackiej Wybór tematu pracy, jej zakresu i problematyki. Konstrukcja pracy licencjackiej. - Struktura pracy .Określenie strony formalnej pracy. Rodzaje i metody sporządzania przypisów. Sposoby posługiwania się literaturą, źródłami statystycznymi z zachowaniem praw autorskich cytowanych autorów. Formy prezentacji materiału badawczego: wykresy ,tabele, schematy. Opracowanie bibliografii. Wybór metod badawczych. Przygotowanie wstępnej koncepcji pracy. Opracowanie planu pracy. Poszukiwanie materiałów do badań empirycznych. Prezentacja wybranych (uzgodnionych z promotorem) zagadnień ze zrealizowanego etapu pracy dyplomowej</p>
--------------------	--

Tabela: Efekty uczenia się

Wiedza	
Kod efektu	K_W02
Opis	zna i rozumie złożone uwarunkowania funkcjonowania różnych podmiotów i instytucji i ich związku z systemem finansów i/lub rachunkowości, marketingu w ramach realizacji różnych form przedsiębiorczości niezbędne do ustalenia tematu pracy licencjackiej
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_W02
Metody weryfikacji	prezentacja:Prezentacja konspektu pracy dyplomowej projekt:Przygotowanie konspektu pracy dyplomowej
Kod efektu	K_W04
Opis	Zna i rozumie w zaawansowanym stopniu metodologię badań w naukach społecznych przydatną w badaniach dotyczących rachunkowo- finansowych lub marketingowych aspektów aktywności gospodarczej
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_W04
Metody weryfikacji	ocena aktywności podczas zajęć:Aktywność na zajęciach - wypowiedzi ustne, debata
Kod efektu	K_W07
Opis	zna i rozumie zasady prawnej własności przemysłowej i prawa autorskiego oraz zarządzania zasobami własności intelektualnej przy ustalaniu tematu pracy licencjackiej i zakresu badań
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_W07
Metody weryfikacji	prezentacja:Prezentacja konspektu pracy dyplomowej projekt:Przygotowanie konspektu pracy dyplomowej
Umiejętności	
Kod efektu	K_U04
Opis	Potrafił przeprowadzić studia literaturowe wykorzystując polską i obcojęzyczną literaturę przedmiotu oraz wykorzystywać inne materiały źródłowe w celu zaplanowania pracy licencjackiej
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_U04
Metody weryfikacji	prezentacja:Prezentacja konspektu pracy dyplomowej projekt:Przygotowanie konspektu pracy dyplomowej
Kod efektu	K_U06

Część I

Opis	Potrafi sformułować cel prowadzonych badań i dobrać metody badawcze w obszarze zarządzania finansami i/lub rachunkowości, marketingu.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_U06
Metody weryfikacji	prezentacja:Prezentacja konspektu pracy dyplomowej projekt:Przygotowanie konspektu pracy dyplomowej
Kod efektu	K_U08
Opis	potrafi przeprowadzić debatę na temat zasadności wybranego tematu pracy licencjackiej i jej osadzeniu w kierunku studiów
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_U08
Metody weryfikacji	ocena aktywności podczas zajęć:Aktywność na zajęciach - wypowiedzi ustne, debata
Kod efektu	K_U10
Opis	Potrafi skonstruować dokument tekstowy z zachowaniem narzuconych wymogów formalnych, poprawnych pod względem stylistycznym, językowym, logicznie łączących rozważania o charakterze teoretycznym, metodologicznym i analiz empirycznych
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_U10
Metody weryfikacji	prezentacja:Prezentacja konspektu pracy dyplomowej projekt:Przygotowanie konspektu pracy dyplomowej

Kompetencje społeczne

Kod efektu	K_K01
Opis	jest gotów do krytycznej oceny odbieranych treści, a także krytycznej oceny siebie oraz zespołów i jednostek zajmujących się finansami i/lub rachunkowością, marketingiem w których działa
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_K01
Metody weryfikacji	ocena aktywności podczas zajęć:Aktywność na zajęciach - wypowiedzi ustne, debata
Kod efektu	K_K04
Opis	jest gotów do myślenia i działania w sposób przedsiębiorczy i uzasadniania własnych poglądów na etapie realizowania badań literaturowych w podjętym temacie pracy licencjackiej.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_K04
Metody weryfikacji	ocena aktywności podczas zajęć:Aktywność na zajęciach - wypowiedzi ustne, debata

SYLABUS PRZEDMIOTU

Kod przedmiotu	7200-ZGDMZ-LZP-0655
Nazwa przedmiotu	Strategie przedsięwzięć marketingowych
Wersja przedmiotu	2025Z
Poziom kształcenia	pierwszego stopnia
Forma i tryb prowadzenia studiów	niestacjonarne
Profil studiów	Praktyczny
Kierunek studiów	Zarządzanie i Marketing w Gospodarce Cyfrowej
Specjalność	Digital Marketing i Zarządzanie Sprzedażą
Jednostka prowadząca	Kolegium Nauk Ekonomicznych i Społecznych
Jednostka realizująca	Kolegium Nauk Ekonomicznych i Społecznych
Blok przedmiotów	nd
Grupy przedmiotów	Przedmioty z sem. 6, studia I stopnia niestacjonarne, KNEiS, Digital Marketing...
Status przedmiotu	Obowiązkowy
Język prowadzenia zajęć	polski
Kod etapu studiów	ZGDMZ-S6-LZP-7200
Liczba punktów ECTS	2

Część I**01. Efekty uczenia się i sposób prowadzenia zajęć**

Cel przedmiotu	Podstawowym celem przedmiotu jest praktyczne sprawdzenie wiedzy i umiejętności marketingowego zarządzania firmą, poprzez udział w symulacji marketingowej. Uczestnicy mają szansę wzbogacenia swojej wiedzy i umiejętności podejmowania decyzji w warunkach konkurencyjnego rynku. W symulacji (grze dydaktycznej) pomysł na funkcjonowanie firmy, wizja rozwoju i systematyczna jej realizacji może mieć kluczowe znaczenie w osiągnięciu sukcesu. Studenci poznają wagę planowania strategicznego i uczą się dostosowania strategii do coraz większej znajomości rynku. Symulacja kładzie nacisk na rozwój wiedzy i umiejętności podejmowania decyzji marketingowych. W żadnej firmie nie podejmuje się tych decyzji w oderwaniu od innych obszarów funkcjonalnych firmy. Również i tutaj uczestnicy muszą podejmować decyzje osadzone w realiach finansowych możliwości firmy i ograniczonych mocy wytwórczych. Uczestnicy podczas trwania gry będą uczyć się kontroli ryzyka i analizy wpływu zastosowanych strategii ryzyka na sukces firmy.
Efekty uczenia się oraz sposób ich weryfikacji i oceny	patrz tabela "Efekty uczenia się"
Formy zajęć i ich wymiar w semestrze	
Ćwiczenia	16.00 h

02. Bilans ECTS

Liczba punktów ECTS	2	
Rozliczenie godzinowo - punktowe przedmiotu	Godziny	ECTS
Liczba godzin i ECTS pracy studenta:		
Godziny i ECTS za zajęcia związane z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich	18	0.72
Godziny i ECTS związane z pracą własną studenta	32	1.28
Razem	50	2.00

Liczba godzin związanych z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich:

Część I	
Godziny związane z udziałem w zajęciach	16
Inne godziny kontaktowe	2
Razem	18

Liczba godzin związanych z pracą własną studenta:

Godziny przeznaczone na pracę własną studenta	32
---	----

03. Treści kształcenia

Treści kształcenia	<p>1. Wprowadzenie do zasad działania gry dydaktycznej</p> <p>2. Zorganizowanie firmy - określenie pożądanego wizerunku firmy; wyznaczenie nazwy firmy; ocena umiejętności i stylu pracy członków zespołu, przydział zakresu odpowiedzialności i wybór prezesa; zorganizowanie pracy i określenie celów osobistych; określenie sposobu zarządzania organizacją i ustalenie norm grupowych; zlecenie wykonania badania rynku.</p> <p>3. Analiza potencjału rynku, rozpoczęcie działalności i przygotowanie do wejścia na rynek testowy - analiza wyników badań rynku - ocena segmentów, rynków i potencjalnej konkurencji; analiza szans na rynku; wybór segmentów docelowych; zaprojektowanie wstępnych marek dla rynku testowego; wybór rynków testowych; otwarcie biur sprzedaży; określenie lokalizacji zakładu produkcyjnego; inwestycja w potencjał wytwórczy zakładu.</p> <p>4. Wejście na rynek, aby przetestować strategię i założenia dotyczące rynku - zatrudnienie sprzedawców; ustalenie cen produktów; ustalenie priorytetów sprzedaży; projekt haseł reklamowych; umieszczanie reklam w mediach i ich częstotliwość; prognozowanie popytu dla poszczególnych marek.</p> <p>5. Ocena wyników rynku testowego oraz korekta strategii, budowanie organizacji uczącej się - ocena wyniku finansowego i rynkowego; odpowiednia korekta taktyk marketingowych oraz kontynuacja marketingu testowego.</p> <p>6. Poszukiwanie zewnętrznego finansowania - przygotowanie biznesplanu i negocjowanie inwestycji - inwestycja w prace badawczo-rozwojowe nad nowymi technologiami; rozwijanie taktyk marketingowych.</p> <p>7. Monitorowanie, korekta, wykonanie - samoocena swojej roli w zespole, włożonego wkładu w pracę zespołu oraz potrzebne korekty; ocena wyników firmy - finansowego, rynkowego oraz w zakresie analizy porównawczej z innymi firmami; Korekta strategii; przyrostowe zmiany w taktykach marketingowych; przeprowadzenie analizy popytu, aby oszacować elastyczność produktu, cen, reklam i kadry handlowej; wprowadzenie na rynek nowych produktów; zapoznanie się z możliwościami udzielenia i zakupu licencji oraz stworzenia sojuszy strategicznych; produkcja - poprawa ekonomiki produkcji; inwestycja w potencjał wytwórczy zakładu produkcyjnego</p> <p>8. Raport dla rady nadzorczej - ocena wyniku finansowego i rynkowego, analiza rentowności; opinie konsumentów - projekty marek, ceny i reklamy; popyt rynkowy - według firm, produktów i przypadający na sprzedawcę; taktyki konkurencji - segmenty docelowe i wybór taktyk marketingowych; wycena firmy; odstąpienia od planu i ich uzasadnienie; prezentacja planów na przyszłość.</p>
--------------------	---

Tabela: Efekty uczenia się

Wiedza	
Kod efektu	K_W01

Część I

Opis	Posiada zaawansowaną wiedzę na temat narzędzi analizy otoczenia i sytuacji marketingowej przedsiębiorstwa wykorzystywanych w planowaniu marketingowym w szczególności analizy klientów, konkurencji i produktów. Ma świadomość wpływu zmiennego i konkurencyjnego otoczenia na wybory strategiczne w ramach zarządzania marketingowego przedsiębiorstwa.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_W01
Metody weryfikacji	Ćwiczenia: ocena aktywności podczas zajęć: Aktywność na zajęciach Ćwiczenia: projekt: Stworzenie firmy i zarządzanie nią z wykorzystaniem gry dydaktycznej (praca w grupach) Ćwiczenia: sprawozdanie/raport pisemny: Raport (końcowa ocena firmy i zastosowanej strategii marketingowej, forma prezentacji)
Kod efektu	K_W07
Opis	Posiada wiedzę z zakresu psychospołecznych aspektów marketingu, takich jak: podejmowanie decyzji zakupowych przez klientów, analiza potrzeb i preferencji klientów, dialog i budowanie relacji z klientami. Zna i rozumie rolę procesu tworzenia wartości dla klientów w budowaniu przewagi konkurencyjnej.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_W07
Metody weryfikacji	Ćwiczenia: ocena aktywności podczas zajęć: Aktywność na zajęciach Ćwiczenia: projekt: Stworzenie firmy i zarządzanie nią z wykorzystaniem gry dydaktycznej (praca w grupach) Ćwiczenia: sprawozdanie/raport pisemny: Raport (końcowa ocena firmy i zastosowanej strategii marketingowej, forma prezentacji)

Umiejętności

Kod efektu	K_U01
Opis	Posiada umiejętność wykorzystania zdobytej wiedzy z zakresu marketingu, w szczególności potrafiąc ją zastosować w podejmowaniu decyzji marketingowych, potrafi dokonywać krytycznej analizy skuteczności i przydatności stosowanej wiedzy
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_U01
Metody weryfikacji	Ćwiczenia: ocena aktywności podczas zajęć: Aktywność na zajęciach Ćwiczenia: projekt: Stworzenie firmy i zarządzanie nią z wykorzystaniem gry dydaktycznej (praca w grupach) Ćwiczenia: sprawozdanie/raport pisemny: Raport (końcowa ocena firmy i zastosowanej strategii marketingowej, forma prezentacji)
Kod efektu	K_U03
Opis	Posiada na poziomie zaawansowanym umiejętność budowania i zarządzania wartościami dla klientów w szczególności produktem, ceną, dystrybucją. Potrafi w ten sposób dostrzegać i definiować w sposób wymierny konsekwencje podejmowanych decyzji marketingowych dla innych obszarów organizacji
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_U03

Część I

Metody weryfikacji	Ćwiczenia: ocena aktywności podczas zajęć: Aktywność na zajęciach Ćwiczenia: projekt: Stworzenie firmy i zarządzanie nią z wykorzystaniem gry dydaktycznej (praca w grupach) Ćwiczenia: sprawozdanie/raport pisemny: Raport (końcowa ocena firmy i zastosowanej strategii marketingowej, forma prezentacji)
Kod efektu	K_U11
Opis	Potrafi współdziałać i pracować w grupie, przyjmując w niej różne role
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_U11
Metody weryfikacji	Ćwiczenia: ocena aktywności podczas zajęć: Aktywność na zajęciach Ćwiczenia: projekt: Stworzenie firmy i zarządzanie nią z wykorzystaniem gry dydaktycznej (praca w grupach) Ćwiczenia: sprawozdanie/raport pisemny: Raport (końcowa ocena firmy i zastosowanej strategii marketingowej, forma prezentacji)

Kompetencje społeczne

Kod efektu	K_K01
Opis	Potrafi odpowiednio określić priorytety służące realizacji wyznaczonego przez siebie lub innych zadania
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_K01
Metody weryfikacji	Ćwiczenia: ocena aktywności podczas zajęć: Aktywność na zajęciach Ćwiczenia: projekt: Stworzenie firmy i zarządzanie nią z wykorzystaniem gry dydaktycznej (praca w grupach) Ćwiczenia: sprawozdanie/raport pisemny: Raport (końcowa ocena firmy i zastosowanej strategii marketingowej, forma prezentacji)
Kod efektu	K_K04
Opis	Potrafi myśleć i działać w sposób przedsiębiorczy
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_K04
Metody weryfikacji	Ćwiczenia: ocena aktywności podczas zajęć: Aktywność na zajęciach Ćwiczenia: projekt: Stworzenie firmy i zarządzanie nią z wykorzystaniem gry dydaktycznej (praca w grupach) Ćwiczenia: sprawozdanie/raport pisemny: Raport (końcowa ocena firmy i zastosowanej strategii marketingowej, forma prezentacji)

SYLABUS PRZEDMIOTU

Kod przedmiotu	7200-ZG000-LZP-0656
Nazwa przedmiotu	Seminarium dyplomowe II
Wersja przedmiotu	2025Z
Poziom kształcenia	pierwszego stopnia
Forma i tryb prowadzenia studiów	niestacjonarne
Profil studiów	Praktyczny
Kierunek studiów	Zarządzanie i Marketing w Gospodarce Cyfrowej
Specjalność	Digital Marketing i Zarządzanie Sprzedażą
Jednostka prowadząca	Kolegium Nauk Ekonomicznych i Społecznych
Jednostka realizująca	Kolegium Nauk Ekonomicznych i Społecznych
Blok przedmiotów	nd
Grupy przedmiotów	Przedmioty z sem. 6, studia I stopnia niestacjonarne, KNEiS, Digital Marketing..., Przedmioty z sem. 6, studia I stopnia niestacjonarne, KNEiS, Rachunkowość i zarządzanie...
Status przedmiotu	Obowiązkowy
Język prowadzenia zajęć	polski
Kod etapu studiów	ZGDMZ-S6-LZP-7200
Liczba punktów ECTS	2

Część I**01. Efekty uczenia się i sposób prowadzenia zajęć**

Cel przedmiotu	elem przedmiotu jest ugruntowanie wiedzy w zakresie problematyki i aparatu pojęciowego z obszaru finansów ,rachunkowości oraz marketingu w ramach dyscyplin: „nauki o zarządzaniu i jakości” „ekonomia i finanse”; , co ma prowadzić do przygotowanie studenta do napisania i obrony pracy licencjackiej.
Efekty uczenia się oraz sposób ich weryfikacji i oceny	patrz tabela "Efekty uczenia się"
Formy zajęć i ich wymiar w semestrze	
Ćwiczenia	16.00 h

02. Bilans ECTS

Liczba punktów ECTS	2	
Rozliczenie godzinowo - punktowe przedmiotu	Godziny	ECTS
Liczba godzin i ECTS pracy studenta:		
Godziny i ECTS za zajęcia związane z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich	20	0.80
Godziny i ECTS związane z pracą własną studenta	30	1.20
Razem	50	2.00
Liczba godzin związanych z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich:		
Godziny związane z udziałem w zajęciach	16	
Inne godziny kontaktowe	4	
Razem	20	
Liczba godzin związanych z pracą własną studenta:		
Godziny przeznaczone na pracę własną studenta	30	

03. Treści kształcenia

Część I

Ćwiczenia	<p>Sprawdzanie postępu prac i omawianie z każdym dyplomantem stanu realizacji pracy dyplomowej. Wyjaśnianie trudności i odpowiedzi na pytania dyplomantów.</p> <p>Prezentacje wybranych zagadnień zrealizowanej pracy dyplomowej, które wymagają przedyskutowania z promotorem i pozostałymi seminarzystami.</p> <p>Omawianie i wyjaśnianie najczęściej popełnianych błędów przez seminarzystów w prezentowanych częściach pracy.</p> <p>Sprawdzenie pierwszej wersji pracy przed poprawkami i po finalnej - poprawkach.</p> <p>Omówienie procesu obrony pracy i zasad egzaminu licencjackiego.</p> <p>Konsultacje w sprawach egzaminu dyplomowego</p>
-----------	--

Tabela: Efekty uczenia się

Wiedza	
Kod efektu	K_W01
Opis	Student zna i rozumie w zaawansowanym i uporządkowanym stopniu terminologię i kluczowe zagadnienia z zakresu dyscyplin „nauki o zarządzaniu i jakości” oraz „ekonomia i finanse” w odniesieniu do finansów i rachunkowości, marketingu w ramach przeprowadzonych badań empirycznych i pytań do egzaminu dyplomowego
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_W01
Metody weryfikacji	Ćwiczenia: ocena aktywności podczas zajęć: Aktywność na zajęciach -Wypowiedzi ustne, debata
Kod efektu	K_W02
Opis	Student zna i rozumie złożone uwarunkowania funkcjonowania różnych podmiotów i instytucji i ich związku z systemem finansów i/lub rachunkowości, marketingu w ramach realizacji różnych form przedsiębiorczości w odniesieniu do wyników badań i realizacji celu pracy licencjackiej
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_W02
Metody weryfikacji	Ćwiczenia: prezentacja: Prezentacja poszczególnych rozdziałów pracy dyplomowej Ćwiczenia: projekt: Projekt - przygotowanie wstępnych wersji rozdziałów pracy dyplomowej
Kod efektu	K_W07
Opis	Student zna i rozumie zasady prawnej własności przemysłowej i prawa autorskiego oraz zarządzania zasobami własności intelektualnej w ujęciu całej pracy licencjackiej
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_W07
Metody weryfikacji	Ćwiczenia: prezentacja: Prezentacja poszczególnych rozdziałów pracy dyplomowej Ćwiczenia: projekt: Projekt - przygotowanie wstępnych wersji rozdziałów pracy dyplomowej
Umiejętności	
Kod efektu	K_U04
Opis	Student potrafił przeprowadzić studia literaturowe wykorzystując polską i obcojęzyczną literaturę przedmiotu oraz wykorzystywać inne materiały źródłowe w celu napisania pracy licencjackiej
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_U04

Część I

Metody weryfikacji	Ćwiczenia: prezentacja:Prezentacja poszczególnych rozdziałów pracy dyplomowej Ćwiczenia: projekt:Projekt - przygotowanie wstępnych wersji rozdziałów pracy dyplomowej
Kod efektu	K_U06
Opis	Potrafi prawidłowo odnieść się do realizacji celu prowadzonych badań i dobrać metody badawcze w obszarze zarządzania finansami i/lub rachunkowości, marketingu
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_U06
Metody weryfikacji	Ćwiczenia: prezentacja:Prezentacja poszczególnych rozdziałów pracy dyplomowej Ćwiczenia: projekt:Projekt - przygotowanie wstępnych wersji rozdziałów pracy dyplomowej
Kod efektu	K_U08
Opis	Student potrafi przeprowadzić debatę na tematy specjalistyczne z zakresu zarządzania finansami i marketingu i odnieść je różnych aspektów gospodarki cyfrowej
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_U08
Metody weryfikacji	Ćwiczenia: ocena aktywności podczas zajęć:Aktywność na zajęciach -Wypowiedzi ustne, debata
Kod efektu	K_U10
Opis	Potrafi skonstruować i stworzyć dokument tekstowy z zachowaniem narzuconych wymogów formalnych, poprawnych pod względem stylistycznym, językowym, logicznie łączących rozważania o charakterze teoretycznym, metodologicznym i analiz empirycznych
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_U10
Metody weryfikacji	Ćwiczenia: prezentacja:Prezentacja poszczególnych rozdziałów pracy dyplomowej Ćwiczenia: projekt:Projekt - przygotowanie wstępnych wersji rozdziałów pracy dyplomowej

Kompetencje społeczne

Kod efektu	K_K01
Opis	Student jest gotów do krytycznej oceny odbieranych treści, a także krytycznej oceny siebie oraz zespołów i jednostek zajmujących się finansami i/lub rachunkowością, marketingiem w których działa z perspektywy całego procesu studiowania
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_K01
Metody weryfikacji	Ćwiczenia: ocena aktywności podczas zajęć:Aktywność na zajęciach -Wypowiedzi ustne, debata
Kod efektu	K_K04
Opis	Student jest gotów do myślenia i działania w sposób przedsiębiorczy i uzasadniania własnych poglądów na etapie realizowania badań empirycznych w podjętym temacie pracy licencjackiej.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_K04
Metody weryfikacji	Ćwiczenia: ocena aktywności podczas zajęć:Aktywność na zajęciach -Wypowiedzi ustne, debata

SYLABUS PRZEDMIOTU

Kod przedmiotu	7200-ZG000-LZP-0657
Nazwa przedmiotu	Praca dyplomowa
Wersja przedmiotu	2025Z
Poziom kształcenia	pierwszego stopnia
Forma i tryb prowadzenia studiów	niestacjonarne
Profil studiów	Praktyczny
Kierunek studiów	Zarządzanie i Marketing w Gospodarce Cyfrowej
Specjalność	Digital Marketing i Zarządzanie Sprzedażą
Jednostka prowadząca	Kolegium Nauk Ekonomicznych i Społecznych
Jednostka realizująca	Kolegium Nauk Ekonomicznych i Społecznych
Blok przedmiotów	nd
Grupy przedmiotów	Przedmioty z sem. 6, studia I stopnia niestacjonarne, KNEiS, Digital Marketing..., Przedmioty z sem. 6, studia I stopnia niestacjonarne, KNEiS, Rachunkowość i zarządzanie...
Status przedmiotu	Obowiązkowy
Język prowadzenia zajęć	polski
Kod etapu studiów	ZGDMZ-S6-LZP-7200
Liczba punktów ECTS	15

Część I**01. Efekty uczenia się i sposób prowadzenia zajęć**

Cel przedmiotu	Napisanie i obrona pracy licencjackiej przez studenta.
Efekty uczenia się oraz sposób ich weryfikacji i oceny	patrz tabela "Efekty uczenia się"
Formy zajęć i ich wymiar w semestrze	
Projekt	0.00 h

02. Bilans ECTS

Liczba punktów ECTS	15	
Rozliczenie godzinowo - punktowe przedmiotu	Godziny	ECTS
Liczba godzin i ECTS pracy studenta:		
Godziny i ECTS za zajęcia związane z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich	4	0.16
Godziny i ECTS związane z pracą własną studenta	371	14.84
Razem	375	15.00

Liczba godzin związanych z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich:

Godziny związane z udziałem w zajęciach	0
Inne godziny kontaktowe	4
Razem	4

Liczba godzin związanych z pracą własną studenta:

Godziny przeznaczone na pracę własną studenta	371
---	-----

03. Treści kształcenia

Projekt	Obrona pracy licencjackiej
---------	----------------------------

Tabela: Efekty uczenia się

Wiedza	
Kod efektu	K_W01

Część I

Opis	Zna i rozumie w zaawansowanym i uporządkowanym stopniu terminologię i kluczowe zagadnienia z zakresu dyscyplin „ nauki o zarządzaniu i jakości” , „ekonomia i finanse” w odniesieniu do rachunkowości , zarządzania finansami i marketingu w świetle do całej pracy licencjackiej i pytań do egzaminu dyplomowego
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_W01
Metody weryfikacji	egzamin dyplomowy:Egzamin dyplomowy ustny- obrona pracy licencjackiej, opinia promotora, recenzja recenzenta.
Kod efektu	K_W02
Opis	Zna i rozumie właściwe metody i techniki badawcze niezbędne do prowadzenia samodzielnej pracy badawczej
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_W02
Metody weryfikacji	egzamin dyplomowy:Egzamin dyplomowy ustny- obrona pracy licencjackiej, opinia promotora, recenzja recenzenta.
Kod efektu	K_W06
Opis	Zna i rozumie fundamentalne dylematy i trendy rozwojowe współczesnej cywilizacji przede wszystkim w zakresie zmian cyfryzacji gospodarki oraz dostrzega ich zwiazek z wyzwaniami ,przed którymi stoją finanse i rachunkowość, marketing w ujęciu całej pracy licencjackiej i pytań na egzaminie dyplomowym
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_W06
Metody weryfikacji	egzamin dyplomowy:Egzamin dyplomowy ustny- obrona pracy licencjackiej, opinia promotora, recenzja recenzenta.

Umiejętności

Kod efektu	K_U01
Opis	Potrafi wykorzystać wiedzę teoretyczną z zakresu dyscyplin „ nauki o zarządzaniu i jakości” , „ekonomia i finanse” do opisu wybranych aspektów funkcjonowania procesów gospodarczych stawiając wnioski i rekomendacje
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_U01
Metody weryfikacji	egzamin dyplomowy:Egzamin dyplomowy ustny- obrona pracy licencjackiej, opinia promotora, recenzja recenzenta.
Kod efektu	K_U04
Opis	Potrafi właściwie dobierać źródła literaturowe oraz materiały źródłowe i pochodzące z nich informacje ilościowe i jakościowe celem analizy, syntezy i własnej interpretacji.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_U04
Metody weryfikacji	egzamin dyplomowy:Egzamin dyplomowy ustny- obrona pracy licencjackiej, opinia promotora, recenzja recenzenta.
Kod efektu	K_U05
Opis	Potrafi zredagować dokument tekstowy z zachowaniem narzuconych wymogów formalnych, poprawnych po względem stylistycznym, językowym logicznie łączących rozważania o charakterze teoretycznym, metodologicznym i analiz empirycznych
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_U05
Metody weryfikacji	egzamin dyplomowy:Egzamin dyplomowy ustny- obrona pracy licencjackiej, opinia promotora, recenzja recenzenta.

Kompetencje społeczne

Kod efektu	K_K01
Opis	Jest gotów do krytycznej oceny nabytej wiedzy rozwiązując problemy zaistniałe w trakcie pisania pracy licencjackiej

Część I

Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_K01
Metody weryfikacji	egzamin dyplomowy: Egzamin dyplomowy ustny- obrona pracy licencjackiej, opinia promotora, recenzja recenzenta.
Kod efektu	K_K02
Opis	Jest gotów i otwarty na stosowanie nowatorskich metod badawczych zasięgając opinii ekspertów
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_K02
Metody weryfikacji	egzamin dyplomowy: Egzamin dyplomowy ustny- obrona pracy licencjackiej, opinia promotora, recenzja recenzenta.

SYLABUS PRZEDMIOTU

Kod przedmiotu	7200-ZG000-LZP-0650
Nazwa przedmiotu	Praktyka zawodowa III
Wersja przedmiotu	2025Z
Poziom kształcenia	pierwszego stopnia
Forma i tryb prowadzenia studiów	niestacjonarne
Profil studiów	Praktyczny
Kierunek studiów	Zarządzanie i Marketing w Gospodarce Cyfrowej
Specjalność	Digital Marketing i Zarządzanie Sprzedażą
Jednostka prowadząca	Kolegium Nauk Ekonomicznych i Społecznych
Jednostka realizująca	Kolegium Nauk Ekonomicznych i Społecznych
Blok przedmiotów	nd
Grupy przedmiotów	Przedmioty z sem. 6, studia I stopnia niestacjonarne, KNEiS, Digital Marketing..., Przedmioty z sem. 6, studia I stopnia niestacjonarne, KNEiS, Rachunkowość i zarządzanie...
Status przedmiotu	Obowiązkowy
Język prowadzenia zajęć	polski
Kod etapu studiów	ZGDMZ-S6-LZP-7200
Liczba punktów ECTS	16

Część I**01. Efekty uczenia się i sposób prowadzenia zajęć**

Cel przedmiotu	Celem praktyk zawodowych jest rozwijanie wiedzy teoretycznej i umiejętności zdobytych podczas studiów oraz wykształcenie umiejętności zastosowania ich w praktyce funkcjonowania firmy. Student odbywający praktykę zawodową ma możliwość praktycznego poznania zagadnień związanych z wybraną specjalnością, jak również zebrania materiałów źródłowych do pisania pracy dyplomowej. Praktyki pozwalają również na nawiązanie kontaktów zawodowych, umożliwiających wykorzystanie ich w momencie poszukiwania pracy
Efekty uczenia się oraz sposób ich weryfikacji i oceny	patrz tabela "Efekty uczenia się"
Formy zajęć i ich wymiar w semestrze	
Praktyka	480.00 h

02. Bilans ECTS

Liczba punktów ECTS	16	
Rozliczenie godzinowo - punktowe przedmiotu	Godziny	ECTS
Liczba godzin i ECTS pracy studenta:		
Godziny i ECTS za zajęcia związane z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich	480	19.20
Godziny i ECTS związane z pracą własną studenta	0	0.00
Razem	480	19.20 (16.00)

Liczba godzin związanych z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich:

Godziny związane z udziałem w zajęciach	480
Inne godziny kontaktowe	0
Razem	480

Liczba godzin związanych z pracą własną studenta:

Godziny przeznaczone na pracę własną studenta	0
---	---

03. Treści kształcenia

Część I

Praktyka	Program praktyk obejmuje zapoznanie się z: 1. Podstawowymi zasadami bezpieczeństwa i higieny pracy. 2. Strukturą organizacyjną, formą własnościową podmiotu gospodarczego i charakterem prowadzonej działalności. 3. Pracą wybranych działów lub zagadnień, np.: • Planowanie i analiza ekonomiczna • Ocena efektywności przedsięwzięć inwestycyjnych • Zarządzanie zasobami ludzkimi • Zarządzanie marketingowe • Zarządzanie informacją w przedsiębiorstwie • Zarządzanie wiedzą • Współpraca z otoczeniem • Formy rozliczeń z kontrahentami • Monitoring kosztów • Ewidencja księgową • Współpraca z instytucjami finansowymi • Zasady i źródła finansowania działalności • Rozliczenia podatkowe • Ocena ryzyka • Badania rynkowe i prognozowanie • Systemy informatyczne wspomagające zarządzanie • Zarządzanie relacjami z klientem
----------	---

Tabela: Efekty uczenia się

Wiedza	
Kod efektu	K_W07
Opis	Poszerza swoją wiedzę na temat procedur podejmowania decyzji, obiegu dokumentów oraz wymogach kwalifikacyjnych poszczególnych stanowisk pracy.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_W07
Metody weryfikacji	Praktyka: zgodnie z Regulaminem przedmiotu: Wypełniony dzienniczek praktyk studenckich oraz zaświadczenie o odbyciu praktyki
Kod efektu	K_W08
Opis	Poszerza swoją wiedzę dotyczącą zasad i celu funkcjonowania organizacji
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_W08
Metody weryfikacji	Praktyka: zgodnie z Regulaminem przedmiotu: Wypełniony dzienniczek praktyk studenckich oraz zaświadczenie o odbyciu praktyki
Umiejętności	
Kod efektu	K_U01
Opis	Wypełniony dzienniczek praktyk studenckich oraz zaświadczenie o odbyciu praktyki
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_U01
Metody weryfikacji	Praktyka: zgodnie z Regulaminem przedmiotu: Wypełniony dzienniczek praktyk studenckich oraz zaświadczenie o odbyciu praktyki
Kod efektu	K_U05
Opis	Potrafi obsługiwać systemy informatyczne, wykorzystywane w miejscu odbywania praktyki.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_U05
Metody weryfikacji	Praktyka: zgodnie z Regulaminem przedmiotu: Wypełniony dzienniczek praktyk studenckich oraz zaświadczenie o odbyciu praktyki
Kod efektu	K_U06
Opis	Wypełniony dzienniczek praktyk studenckich oraz zaświadczenie o odbyciu praktyki
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_U06
Metody weryfikacji	Praktyka: zgodnie z Regulaminem przedmiotu: Wypełniony dzienniczek praktyk studenckich oraz zaświadczenie o odbyciu praktyki

Część I

Kod efektu	K_U08
Opis	Potrafi, wykonując obowiązki na powierzonym stanowisku pracy, wykorzystywać zarówno wiedzę teoretyczną, jak i praktyczne wskazówki współpracowników i przełożonych w środowisku pracy
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_U08
Metody weryfikacji	Praktyka: zgodnie z Regulaminem przedmiotu:Wypełniony dzienniczek praktyk studenckich oraz zaświadczenie o odbyciu praktyki
Kod efektu	K_U11
Opis	Potrafi pracować i współdziałać w grupie, przyjmując w niej różne role, określać priorytety i realizować projekty oraz rozumie skutki swojej działalności, a także bierze odpowiedzialność za powierzone mu zadania przed współpracownikami i przełożonym.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_U11
Metody weryfikacji	Praktyka: zgodnie z Regulaminem przedmiotu:Wypełniony dzienniczek praktyk studenckich oraz zaświadczenie o odbyciu praktyki

Kompetencje społeczne

Kod efektu	K_K05
Opis	Jest gotów do przestrzegania i rozwijania zasad etyki zawodowej.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_K05
Metody weryfikacji	Praktyka: zgodnie z Regulaminem przedmiotu:Wypełniony dzienniczek praktyk studenckich oraz zaświadczenie o odbyciu praktyki
Kod efektu	K_K06
Opis	Rozumie potrzebę systematycznego śledzenia sytuacji na rynku pracy i podnoszenia swoich kwalifikacji zawodowych.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_K06
Metody weryfikacji	Praktyka: zgodnie z Regulaminem przedmiotu:Wypełniony dzienniczek praktyk studenckich oraz zaświadczenie o odbyciu praktyki

SYLABUS PRZEDMIOTU

Kod przedmiotu	7200-ZGRZF-LZP-0654
Nazwa przedmiotu	Strategie przedsiębiorstw finansowych
Wersja przedmiotu	2025Z
Poziom kształcenia	pierwszego stopnia
Forma i tryb prowadzenia studiów	niestacjonarne
Profil studiów	Praktyczny
Kierunek studiów	Zarządzanie i Marketing w Gospodarce Cyfrowej
Specjalność	Rachunkowość i Zarządzanie Finansami Cyfrowymi
Jednostka prowadząca	Kolegium Nauk Ekonomicznych i Społecznych
Jednostka realizująca	Kolegium Nauk Ekonomicznych i Społecznych
Blok przedmiotów	nd
Grupy przedmiotów	Przedmioty z sem. 6, studia I stopnia niestacjonarne, KNEiS, Rachunkowość i zarządzanie...
Status przedmiotu	Obowiązkowy
Język prowadzenia zajęć	polski
Kod etapu studiów	ZGRZF-S6-LZP-7200
Liczba punktów ECTS	2

Część I**01. Efekty uczenia się i sposób prowadzenia zajęć**

Cel przedmiotu	Celem przedmiotu jest zapoznanie z praktyczną stroną podejmowania taktycznych i strategicznych decyzji finansowych oraz funkcjonowania w ramach wyznaczonych budżetów w warunkach aktywnego środowiska ekonomicznego. Celem zajęć jest rozwijanie praktycznych umiejętności finansowych, księgowych i menedżerskich poprzez eksperymentowanie (learning by doing).
Efekty uczenia się oraz sposób ich weryfikacji i oceny	patrz tabela "Efekty uczenia się"
Formy zajęć i ich wymiar w semestrze	
Ćwiczenia	16.00 h

02. Bilans ECTS

Liczba punktów ECTS	2	
Rozliczenie godzinowo - punktowe przedmiotu	Godziny	ECTS
Liczba godzin i ECTS pracy studenta:		
Godziny i ECTS za zajęcia związane z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich	18	0.72
Godziny i ECTS związane z pracą własną studenta	32	1.28
Razem	50	2.00
Liczba godzin związanych z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich:		
Godziny związane z udziałem w zajęciach	16	
Inne godziny kontaktowe	2	
Razem	18	
Liczba godzin związanych z pracą własną studenta:		
Godziny przeznaczone na pracę własną studenta	32	

03. Treści kształcenia

Część I

Ćwiczenia	<ol style="list-style-type: none"> 1. Wprowadzenie do zasad działania gry dydaktycznej. 2. Założenie firmy – określenie misji, wybór nazwy, profilu działalności, podział zakresu obowiązków członków Zespołu. 3. Określenie celów i obecnych możliwości finansowych. 4. Planowanie rozkładu wydatków i wpływów. Wady i zalety różnych źródeł finansowania działalności. 5. Ocena ryzyka, alternatywnych rozwiązań i znajomości wymogów związanych z zarządzaniem cash flow firmy. 6. Strategiczna umiejętność tworzenia optymalnej struktury kapitału. 7. Znaczenie oceny rentowności podejmowanych decyzji biznesowych w oparciu o zastosowanie kalkulacji opartej o działalność. 8. Market Opportunity Analysis - struktura rynku, wymagania klientów oraz silne i słabe strony konkurentów. Ustalenie budżetu – Zespół ma możliwość zatrudnienia zewnętrznej firmy badawczej zbierającej informacje, które będą potrzebne. 9. Wejście na rynek, podejmowanie bieżących decyzji - otwarcie nowych biur, zatrudnienie sprzedawców, nowe segmenty i rynki, rozszerzenie asortymentu (tworzenie nowych produktów), modyfikacja reklamy, korekta produkcji. 10. Bieżąca (kwartalna) analiza finansowa - analiza raportów finansowych pro forma, ocena realizacji przyjętych celów finansowych, analiza wskaźników finansowych. 11. Przygotowanie i analiza różnych wariantów prognoz finansowych. 12. Ewentualna korekta działań związanych z bieżącym okresem decyzyjnym m.in. w obszarze produktu, rynków zbytu. 13. Planowanie dalszych działań mających na celu uzyskanie lepszych wyników w przyszłych okresach decyzyjnych. 14. Pozyskiwanie środków finansowych na działalność i rozwój (w tym inwestorów zewnętrznych). 15. Szczegółowa analiza osiągniętych wyników, oraz krótko i długookresowe perspektywy firmy, w momencie zakończenia symulacji.
-----------	--

Tabela: Efekty uczenia się

Wiedza	
Kod efektu	K_W01
Opis	Student zna i rozumie w zaawansowanym stopniu zagadnienia związane z finansami przedsiębiorstwa oraz ich powiązanie z pozostałymi obszarami funkcjonowania przedsiębiorstwa
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_W01
Metody weryfikacji	prezentacja:Raport - końcowa ocena zastosowanej strategii finansowej projekt:Symulacja prowadzenia działalności (podejmowania decyzji finansowych) przy wykorzystaniu gry dydaktycznej. Praca w grupach.
Kod efektu	K_W02
Opis	Student zna i rozumie w zaawansowanym stopniu procesy związane z gospodarką cyfrową w obszarze finansów przedsiębiorstwa
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_W02

Część I	
Metody weryfikacji	prezentacja:Raport - końcowa ocena zastosowanej strategii finansowej projekt:Symulacja prowadzenia działalności (podejmowania decyzji finansowych) przy wykorzystaniu gry dydaktycznej. Praca w grupach.
Umiejętności	
Kod efektu	K_U01
Opis	Student potrafi wykorzystać posiadaną wiedzę teoretyczną z zakresu zarządzania finansami do podejmowania decyzji gospodarczych oraz formułowania na ich podstawie wniosków i rekomendacji
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_U01
Metody weryfikacji	prezentacja:Raport - końcowa ocena zastosowanej strategii finansowej projekt:Symulacja prowadzenia działalności (podejmowania decyzji finansowych) przy wykorzystaniu gry dydaktycznej. Praca w grupach.
Kod efektu	K_U02
Opis	Student potrafi wskazać skutki podejmowanych decyzji oraz ich wpływ na różne obszary funkcjonowania przedsiębiorstwa
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_U02
Metody weryfikacji	ocena aktywności podczas zajęć:Praca w grupie prezentacja:Raport - końcowa ocena zastosowanej strategii finansowej projekt:Symulacja prowadzenia działalności (podejmowania decyzji finansowych) przy wykorzystaniu gry dydaktycznej. Praca w grupach.
Kod efektu	K_U06
Opis	Student potrafi podejmować szybkie decyzje biznesowe w oparciu o zaistniałe w przeszłości zdarzenia, mając na uwadze wpływ czynników zewnętrznych
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_U06
Metody weryfikacji	ocena aktywności podczas zajęć:Praca w grupie prezentacja:Raport - końcowa ocena zastosowanej strategii finansowej projekt:Symulacja prowadzenia działalności (podejmowania decyzji finansowych) przy wykorzystaniu gry dydaktycznej. Praca w grupach.
Kod efektu	K_U11
Opis	Student potrafi współdziałać w grupie przy realizacji projektów zespołowych
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_U11
Metody weryfikacji	ocena aktywności podczas zajęć:Praca w grupie prezentacja:Raport - końcowa ocena zastosowanej strategii finansowej projekt:Symulacja prowadzenia działalności (podejmowania decyzji finansowych) przy wykorzystaniu gry dydaktycznej. Praca w grupach.
Kompetencje społeczne	
Kod efektu	K_K01
Opis	Student jest gotów do krytycznego uznawania nabytej wiedzy i odbieranych treści w rozwiązywaniu problemów decyzyjnych odnoszących się do zarządzania finansami
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_K01

Część I

Metody weryfikacji	ocena aktywności podczas zajęć:Praca w grupie prezentacja:Raport - końcowa ocena zastosowanej strategii finansowej projekt:Symulacja prowadzenia działalności (podejmowania decyzji finansowych) przy wykorzystaniu gry dydaktycznej. Praca w grupach.
Kod efektu	K_K04
Opis	Student jest gotów do samodzielnego podejmowania decyzji gospodarczych w warunkach ryzyka
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_K04
Metody weryfikacji	ocena aktywności podczas zajęć:Praca w grupie prezentacja:Raport - końcowa ocena zastosowanej strategii finansowej projekt:Symulacja prowadzenia działalności (podejmowania decyzji finansowych) przy wykorzystaniu gry dydaktycznej. Praca w grupach.

SYLABUS PRZEDMIOTU

Kod przedmiotu	7200-ZG000-LZP-0656
Nazwa przedmiotu	Seminarium dyplomowe II
Wersja przedmiotu	2025Z
Poziom kształcenia	pierwszego stopnia
Forma i tryb prowadzenia studiów	niestacjonarne
Profil studiów	Praktyczny
Kierunek studiów	Zarządzanie i Marketing w Gospodarce Cyfrowej
Specjalność	Rachunkowość i Zarządzanie Finansami Cyfrowymi
Jednostka prowadząca	Kolegium Nauk Ekonomicznych i Społecznych
Jednostka realizująca	Kolegium Nauk Ekonomicznych i Społecznych
Blok przedmiotów	nd
Grupy przedmiotów	Przedmioty z sem. 6, studia I stopnia niestacjonarne, KNEiS, Digital Marketing..., Przedmioty z sem. 6, studia I stopnia niestacjonarne, KNEiS, Rachunkowość i zarządzanie...
Status przedmiotu	Obowiązkowy
Język prowadzenia zajęć	polski
Kod etapu studiów	ZGRZF-S6-LZP-7200
Liczba punktów ECTS	2

Część I**01. Efekty uczenia się i sposób prowadzenia zajęć**

Cel przedmiotu	elem przedmiotu jest ugruntowanie wiedzy w zakresie problematyki i aparatu pojęciowego z obszaru finansów ,rachunkowości oraz marketingu w ramach dyscyplin: „nauki o zarządzaniu i jakości” „ekonomia i finanse”; , co ma prowadzić do przygotowanie studenta do napisania i obrony pracy licencjackiej.
Efekty uczenia się oraz sposób ich weryfikacji i oceny	patrz tabela "Efekty uczenia się"
Formy zajęć i ich wymiar w semestrze	
Ćwiczenia	16.00 h

02. Bilans ECTS

Liczba punktów ECTS	2	
Rozliczenie godzinowo - punktowe przedmiotu	Godziny	ECTS
Liczba godzin i ECTS pracy studenta:		
Godziny i ECTS za zajęcia związane z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich	20	0.80
Godziny i ECTS związane z pracą własną studenta	30	1.20
Razem	50	2.00
Liczba godzin związanych z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich:		
Godziny związane z udziałem w zajęciach	16	
Inne godziny kontaktowe	4	
Razem	20	
Liczba godzin związanych z pracą własną studenta:		
Godziny przeznaczone na pracę własną studenta	30	

03. Treści kształcenia

Część I

Ćwiczenia	<p>Sprawdzanie postępu prac i omawianie z każdym dyplomantem stanu realizacji pracy dyplomowej. Wyjaśnianie trudności i odpowiedzi na pytania dyplomantów.</p> <p>Prezentacje wybranych zagadnień zrealizowanej pracy dyplomowej, które wymagają przedyskutowania z promotorem i pozostałymi seminarzystami.</p> <p>Omawianie i wyjaśnianie najczęściej popełnianych błędów przez seminarzystów w prezentowanych częściach pracy.</p> <p>Sprawdzenie pierwszej wersji pracy przed poprawkami i po finalnej - poprawkach.</p> <p>Omówienie procesu obrony pracy i zasad egzaminu licencjackiego.</p> <p>Konsultacje w sprawach egzaminu dyplomowego</p>
-----------	--

Tabela: Efekty uczenia się

Wiedza	
Kod efektu	K_W01
Opis	Student zna i rozumie w zaawansowanym i uporządkowanym stopniu terminologię i kluczowe zagadnienia z zakresu dyscyplin „nauki o zarządzaniu i jakości” oraz „ekonomia i finanse” w odniesieniu do finansów i rachunkowości, marketingu w ramach przeprowadzonych badań empirycznych i pytań do egzaminu dyplomowego
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_W01
Metody weryfikacji	Ćwiczenia: ocena aktywności podczas zajęć: Aktywność na zajęciach -Wypowiedzi ustne, debata
Kod efektu	K_W02
Opis	Student zna i rozumie złożone uwarunkowania funkcjonowania różnych podmiotów i instytucji i ich związku z systemem finansów i/lub rachunkowości, marketingu w ramach realizacji różnych form przedsiębiorczości w odniesieniu do wyników badań i realizacji celu pracy licencjackiej
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_W02
Metody weryfikacji	Ćwiczenia: prezentacja:Prezentacja poszczególnych rozdziałów pracy dyplomowej Ćwiczenia: projekt:Projekt - przygotowanie wstępnych wersji rozdziałów pracy dyplomowej
Kod efektu	K_W07
Opis	Student zna i rozumie zasady prawnej własności przemysłowej i prawa autorskiego oraz zarządzania zasobami własności intelektualnej w ujęciu całej pracy licencjackiej
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_W07
Metody weryfikacji	Ćwiczenia: prezentacja:Prezentacja poszczególnych rozdziałów pracy dyplomowej Ćwiczenia: projekt:Projekt - przygotowanie wstępnych wersji rozdziałów pracy dyplomowej
Umiejętności	
Kod efektu	K_U04
Opis	Student potrafił przeprowadzić studia literaturowe wykorzystując polską i obcojęzyczną literaturę przedmiotu oraz wykorzystywać inne materiały źródłowe w celu napisania pracy licencjackiej
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_U04

Część I

Metody weryfikacji	Ćwiczenia: prezentacja:Prezentacja poszczególnych rozdziałów pracy dyplomowej Ćwiczenia: projekt:Projekt - przygotowanie wstępnych wersji rozdziałów pracy dyplomowej
Kod efektu	K_U06
Opis	Potrafi prawidłowo odnieść się do realizacji celu prowadzonych badań i dobrać metody badawcze w obszarze zarządzania finansami i/lub rachunkowości, marketingu
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_U06
Metody weryfikacji	Ćwiczenia: prezentacja:Prezentacja poszczególnych rozdziałów pracy dyplomowej Ćwiczenia: projekt:Projekt - przygotowanie wstępnych wersji rozdziałów pracy dyplomowej
Kod efektu	K_U08
Opis	Student potrafi przeprowadzić debatę na tematy specjalistyczne z zakresu zarządzania finansami i marketingu i odnieść je różnych aspektów gospodarki cyfrowej
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_U08
Metody weryfikacji	Ćwiczenia: ocena aktywności podczas zajęć:Aktywność na zajęciach -Wypowiedzi ustne, debata
Kod efektu	K_U10
Opis	Potrafi skonstruować i stworzyć dokument tekstowy z zachowaniem narzuconych wymogów formalnych, poprawnych pod względem stylistycznym, językowym, logicznie łączących rozważania o charakterze teoretycznym, metodologicznym i analiz empirycznych
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_U10
Metody weryfikacji	Ćwiczenia: prezentacja:Prezentacja poszczególnych rozdziałów pracy dyplomowej Ćwiczenia: projekt:Projekt - przygotowanie wstępnych wersji rozdziałów pracy dyplomowej

Kompetencje społeczne

Kod efektu	K_K01
Opis	Student jest gotów do krytycznej oceny odbieranych treści, a także krytycznej oceny siebie oraz zespołów i jednostek zajmujących się finansami i/lub rachunkowością, marketingiem w których działa z perspektywy całego procesu studiowania
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_K01
Metody weryfikacji	Ćwiczenia: ocena aktywności podczas zajęć:Aktywność na zajęciach -Wypowiedzi ustne, debata
Kod efektu	K_K04
Opis	Student jest gotów do myślenia i działania w sposób przedsiębiorczy i uzasadniania własnych poglądów na etapie realizowania badań empirycznych w podjętym temacie pracy licencjackiej.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_K04
Metody weryfikacji	Ćwiczenia: ocena aktywności podczas zajęć:Aktywność na zajęciach -Wypowiedzi ustne, debata

SYLABUS PRZEDMIOTU

Kod przedmiotu	7200-ZG000-LZP-0657
Nazwa przedmiotu	Praca dyplomowa
Wersja przedmiotu	2025Z
Poziom kształcenia	pierwszego stopnia
Forma i tryb prowadzenia studiów	niestacjonarne
Profil studiów	Praktyczny
Kierunek studiów	Zarządzanie i Marketing w Gospodarce Cyfrowej
Specjalność	Rachunkowość i Zarządzanie Finansami Cyfrowymi
Jednostka prowadząca	Kolegium Nauk Ekonomicznych i Społecznych
Jednostka realizująca	Kolegium Nauk Ekonomicznych i Społecznych
Blok przedmiotów	nd
Grupy przedmiotów	Przedmioty z sem. 6, studia I stopnia niestacjonarne, KNEiS, Digital Marketing..., Przedmioty z sem. 6, studia I stopnia niestacjonarne, KNEiS, Rachunkowość i zarządzanie...
Status przedmiotu	Obowiązkowy
Język prowadzenia zajęć	polski
Kod etapu studiów	ZGRZF-S6-LZP-7200
Liczba punktów ECTS	15

Część I**01. Efekty uczenia się i sposób prowadzenia zajęć**

Cel przedmiotu	Napisanie i obrona pracy licencjackiej przez studenta.
Efekty uczenia się oraz sposób ich weryfikacji i oceny	patrz tabela "Efekty uczenia się"
Formy zajęć i ich wymiar w semestrze	
Projekt	0.00 h

02. Bilans ECTS

Liczba punktów ECTS	15	
Rozliczenie godzinowo - punktowe przedmiotu	Godziny	ECTS
Liczba godzin i ECTS pracy studenta:		
Godziny i ECTS za zajęcia związane z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich	4	0.16
Godziny i ECTS związane z pracą własną studenta	371	14.84
Razem	375	15.00

Liczba godzin związanych z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich:

Godziny związane z udziałem w zajęciach	0
Inne godziny kontaktowe	4
Razem	4

Liczba godzin związanych z pracą własną studenta:

Godziny przeznaczone na pracę własną studenta	371
---	-----

03. Treści kształcenia

Projekt	Obrona pracy licencjackiej
---------	----------------------------

Tabela: Efekty uczenia się

Wiedza	
Kod efektu	K_W01

Część I	
Opis	Zna i rozumie w zaawansowanym i uporządkowanym stopniu terminologię i kluczowe zagadnienia z zakresu dyscyplin „ nauki o zarządzaniu i jakości” , „ekonomia i finanse” w odniesieniu do rachunkowości , zarządzania finansami i marketingu w świetle do całej pracy licencjackiej i pytań do egzaminu dyplomowego
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_W01
Metody weryfikacji	egzamin dyplomowy:Egzamin dyplomowy ustny- obrona pracy licencjackiej, opinia promotora, recenzja recenzenta.
Kod efektu	K_W02
Opis	Zna i rozumie właściwe metody i techniki badawcze niezbędne do prowadzenia samodzielnej pracy badawczej
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_W02
Metody weryfikacji	egzamin dyplomowy:Egzamin dyplomowy ustny- obrona pracy licencjackiej, opinia promotora, recenzja recenzenta.
Kod efektu	K_W06
Opis	Zna i rozumie fundamentalne dylematy i trendy rozwojowe współczesnej cywilizacji przede wszystkim w zakresie zmian cyfryzacji gospodarki oraz dostrzega ich zwiazek z wyzwaniami ,przed którymi stoją finanse i rachunkowość, marketing w ujęciu całej pracy licencjackiej i pytań na egzaminie dyplomowym
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_W06
Metody weryfikacji	egzamin dyplomowy:Egzamin dyplomowy ustny- obrona pracy licencjackiej, opinia promotora, recenzja recenzenta.
Umiejętności	
Kod efektu	K_U01
Opis	Potrafi wykorzystać wiedzę teoretyczną z zakresu dyscyplin „ nauki o zarządzaniu i jakości” , „ekonomia i finanse” do opisu wybranych aspektów funkcjonowania procesów gospodarczych stawiając wnioski i rekomendacje
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_U01
Metody weryfikacji	egzamin dyplomowy:Egzamin dyplomowy ustny- obrona pracy licencjackiej, opinia promotora, recenzja recenzenta.
Kod efektu	K_U04
Opis	Potrafi właściwie dobierać źródła literaturowe oraz materiały źródłowe i pochodzące z nich informacje ilościowe i jakościowe celem analizy, syntezy i własnej interpretacji.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_U04
Metody weryfikacji	egzamin dyplomowy:Egzamin dyplomowy ustny- obrona pracy licencjackiej, opinia promotora, recenzja recenzenta.
Kod efektu	K_U05
Opis	Potrafi zredagować dokument tekstowy z zachowaniem narzuconych wymogów formalnych, poprawnych po względem stylistycznym, językowym logicznie łączących rozważania o charakterze teoretycznym, metodologicznym i analiz empirycznych
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_U05
Metody weryfikacji	egzamin dyplomowy:Egzamin dyplomowy ustny- obrona pracy licencjackiej, opinia promotora, recenzja recenzenta.
Kompetencje społeczne	
Kod efektu	K_K01
Opis	Jest gotów do krytycznej oceny nabytej wiedzy rozwiązując problemy zaistniałe w trakcie pisania pracy licencjackiej

Część I

Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_K01
Metody weryfikacji	egzamin dyplomowy:Egzamin dyplomowy ustny- obrona pracy licencjackiej, opinia promotora, recenzja recenzenta.
Kod efektu	K_K02
Opis	Jest gotów i otwarty na stosowanie nowatorskich metod badawczych zasięgając opinii ekspertów
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_K02
Metody weryfikacji	egzamin dyplomowy:Egzamin dyplomowy ustny- obrona pracy licencjackiej, opinia promotora, recenzja recenzenta.

SYLABUS PRZEDMIOTU

Kod przedmiotu	7200-ZG000-LZP-0650
Nazwa przedmiotu	Praktyka zawodowa III
Wersja przedmiotu	2025Z
Poziom kształcenia	pierwszego stopnia
Forma i tryb prowadzenia studiów	niestacjonarne
Profil studiów	Praktyczny
Kierunek studiów	Zarządzanie i Marketing w Gospodarce Cyfrowej
Specjalność	Rachunkowość i Zarządzanie Finansami Cyfrowymi
Jednostka prowadząca	Kolegium Nauk Ekonomicznych i Społecznych
Jednostka realizująca	Kolegium Nauk Ekonomicznych i Społecznych
Blok przedmiotów	nd
Grupy przedmiotów	Przedmioty z sem. 6, studia I stopnia niestacjonarne, KNEiS, Digital Marketing..., Przedmioty z sem. 6, studia I stopnia niestacjonarne, KNEiS, Rachunkowość i zarządzanie...
Status przedmiotu	Obowiązkowy
Język prowadzenia zajęć	polski
Kod etapu studiów	ZGRZF-S6-LZP-7200
Liczba punktów ECTS	16

Część I**01. Efekty uczenia się i sposób prowadzenia zajęć**

Cel przedmiotu	Celem praktyk zawodowych jest rozwijanie wiedzy teoretycznej i umiejętności zdobytych podczas studiów oraz wykształcenie umiejętności zastosowania ich w praktyce funkcjonowania firmy. Student odbywający praktykę zawodową ma możliwość praktycznego poznania zagadnień związanych z wybraną specjalnością, jak również zebrania materiałów źródłowych do pisania pracy dyplomowej. Praktyki pozwalają również na nawiązanie kontaktów zawodowych, umożliwiających wykorzystanie ich w momencie poszukiwania pracy
Efekty uczenia się oraz sposób ich weryfikacji i oceny	patrz tabela "Efekty uczenia się"
Formy zajęć i ich wymiar w semestrze	
Praktyka	480.00 h

02. Bilans ECTS

Liczba punktów ECTS	16	
Rozliczenie godzinowo - punktowe przedmiotu	Godziny	ECTS
Liczba godzin i ECTS pracy studenta:		
Godziny i ECTS za zajęcia związane z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich	480	19.20
Godziny i ECTS związane z pracą własną studenta	0	0.00
Razem	480	19.20 (16.00)

Liczba godzin związanych z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich:

Godziny związane z udziałem w zajęciach	480
Inne godziny kontaktowe	0
Razem	480

Liczba godzin związanych z pracą własną studenta:

Godziny przeznaczone na pracę własną studenta	0
---	---

03. Treści kształcenia

Część I

Praktyka	Program praktyk obejmuje zapoznanie się z: 1. Podstawowymi zasadami bezpieczeństwa i higieny pracy. 2. Strukturą organizacyjną, formą własnościową podmiotu gospodarczego i charakterem prowadzonej działalności. 3. Pracą wybranych działów lub zagadnień, np.: • Planowanie i analiza ekonomiczna • Ocena efektywności przedsięwzięć inwestycyjnych • Zarządzanie zasobami ludzkimi • Zarządzanie marketingowe • Zarządzanie informacją w przedsiębiorstwie • Zarządzanie wiedzą • Współpraca z otoczeniem • Formy rozliczeń z kontrahentami • Monitoring kosztów • Ewidencja księgową • Współpraca z instytucjami finansowymi • Zasady i źródła finansowania działalności • Rozliczenia podatkowe • Ocena ryzyka • Badania rynkowe i prognozowanie • Systemy informatyczne wspomagające zarządzanie • Zarządzanie relacjami z klientem
----------	---

Tabela: Efekty uczenia się

Wiedza	
Kod efektu	K_W07
Opis	Poszerza swoją wiedzę na temat procedur podejmowania decyzji, obiegu dokumentów oraz wymogach kwalifikacyjnych poszczególnych stanowisk pracy.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_W07
Metody weryfikacji	Praktyka: zgodnie z Regulaminem przedmiotu: Wypełniony dzienniczek praktyk studenckich oraz zaświadczenie o odbyciu praktyki
Kod efektu	K_W08
Opis	Poszerza swoją wiedzę dotyczącą zasad i celu funkcjonowania organizacji
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_W08
Metody weryfikacji	Praktyka: zgodnie z Regulaminem przedmiotu: Wypełniony dzienniczek praktyk studenckich oraz zaświadczenie o odbyciu praktyki
Umiejętności	
Kod efektu	K_U01
Opis	Wypełniony dzienniczek praktyk studenckich oraz zaświadczenie o odbyciu praktyki
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_U01
Metody weryfikacji	Praktyka: zgodnie z Regulaminem przedmiotu: Wypełniony dzienniczek praktyk studenckich oraz zaświadczenie o odbyciu praktyki
Kod efektu	K_U05
Opis	Potrafi obsługiwać systemy informatyczne, wykorzystywane w miejscu odbywania praktyki.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_U05
Metody weryfikacji	Praktyka: zgodnie z Regulaminem przedmiotu: Wypełniony dzienniczek praktyk studenckich oraz zaświadczenie o odbyciu praktyki
Kod efektu	K_U06
Opis	Wypełniony dzienniczek praktyk studenckich oraz zaświadczenie o odbyciu praktyki
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_U06
Metody weryfikacji	Praktyka: zgodnie z Regulaminem przedmiotu: Wypełniony dzienniczek praktyk studenckich oraz zaświadczenie o odbyciu praktyki

Część I

Kod efektu	K_U08
Opis	Potrafi, wykonując obowiązki na powierzonym stanowisku pracy, wykorzystywać zarówno wiedzę teoretyczną, jak i praktyczne wskazówki współpracowników i przełożonych w środowisku pracy
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_U08
Metody weryfikacji	Praktyka: zgodnie z Regulaminem przedmiotu:Wypełniony dzienniczek praktyk studenckich oraz zaświadczenie o odbyciu praktyki
Kod efektu	K_U11
Opis	Potrafi pracować i współdziałać w grupie, przyjmując w niej różne role, określać priorytety i realizować projekty oraz rozumie skutki swojej działalności, a także bierze odpowiedzialność za powierzone mu zadania przed współpracownikami i przełożonym.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_U11
Metody weryfikacji	Praktyka: zgodnie z Regulaminem przedmiotu:Wypełniony dzienniczek praktyk studenckich oraz zaświadczenie o odbyciu praktyki

Kompetencje społeczne

Kod efektu	K_K05
Opis	Jest gotów do przestrzegania i rozwijania zasad etyki zawodowej.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_K05
Metody weryfikacji	Praktyka: zgodnie z Regulaminem przedmiotu:Wypełniony dzienniczek praktyk studenckich oraz zaświadczenie o odbyciu praktyki
Kod efektu	K_K06
Opis	Rozumie potrzebę systematycznego śledzenia sytuacji na rynku pracy i podnoszenia swoich kwalifikacji zawodowych.
Powiązane kierunkowe efekty uczenia się	K_K06
Metody weryfikacji	Praktyka: zgodnie z Regulaminem przedmiotu:Wypełniony dzienniczek praktyk studenckich oraz zaświadczenie o odbyciu praktyki