

PROGRAM STUDIÓW

Obowiązuje od roku akademickiego: 2026/2027

Kierunek studiów: Zarządzanie

1. **Kod ISCED: 0413**
2. **Formy studiów: STACJONARNA/NIESTACJONARNA**
3. **Liczba semestrów: 6**
4. **Tytuł zawodowy nadawany absolwentom: LICENCJAT**
5. **Profil kształcenia: OGÓLNOAKADEMICKI**
6. **Dziedzina nauki: NAUKI SPOŁECZNE**
7. **Dyscyplina naukowa:**
 - ✓ **dyscyplina wiodąca: nauki o zarządzaniu i jakości – 158 ECTS (88% punktów ECTS)**
 - ✓ **dyscypliny uzupełniające: ekonomia i finanse – 22 ECTS (12% punktów ECTS)**
8. **Liczba punktów ECTS konieczna do ukończenia studiów: 180**
 - 1) liczba punktów ECTS, jaką student musi uzyskać w ramach zajęć prowadzonych z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich lub innych osób prowadzących zajęcia: **91 – studia stacjonarne, 49 – studia niestacjonarne**
 - 2) liczba punktów ECTS, którą student musi uzyskać w ramach zajęć związanych z prowadzoną działalnością naukową w dyscyplinie lub dyscyplinach, do których przyporządkowany jest kierunek studiów w wymiarze większym niż 50% ogólnej liczby punktów ECTS): **93**
 - 3) liczba punktów ECTS, którą student uzyskuje realizując zajęcia podlegające wyborowi (co najmniej 30%¹ ogólnej liczby punktów ECTS): **55**
 - 4) liczba punktów ECTS, jaką student musi uzyskać w ramach zajęć z dziedziny nauk humanistycznych lub nauk społecznych, nie mniejsza niż 5 ECTS - w przypadku kierunków studiów przyporządkowanych do dyscyplin w ramach dziedzin innych niż odpowiednio nauki humanistyczne lub nauki społeczne²: **5** (z zakresu nauk humanistycznych).
9. **Łączna liczba godzin zajęć: 4570 – studia stacjonarne, 4510 – studia niestacjonarne – w tym:**

¹ wskaźnik procentowy może być inny, jeżeli standardy kształcenia stanowią inaczej

² w przypadku kierunku studiów przyporządkowanego do nauk humanistycznych podaje się liczbę punktów ECTS za zajęcia z dziedziny nauk społecznych, w przypadku kierunku studiów przyporządkowanego do nauk społecznych podaje się liczbę punktów ECTS za zajęcia z dziedziny nauk humanistycznych

- liczba godzin zajęć prowadzonych z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich lub innych osób prowadzących zajęcia: **2350 – studia stacjonarne, 1235 – studia niestacjonarne**
- liczba godzin zajęć prowadzona z wykorzystaniem metod i technik kształcenia na odległość: **210 – studia stacjonarne, 105 – studia niestacjonarne**

10. **Koncepcja i cele kształcenia** (w tym opis sylwetki absolwenta):

Celem kształcenia na studiach pierwszego stopnia na kierunku zarządzanie jest przygotowanie absolwentów do podejmowania decyzji kierowniczych na niskich i średnich poziomach w hierarchii władzy organizacyjnej podmiotów działających w obrębie sektora prywatnego/publicznego/społecznego. Skuteczne pełnienie tych ról wymaga wykształcenia zdolności menedżerskich, które stanowią konglomerat zaawansowanej wiedzy, umiejętności oraz kompetencji społecznych. Dzięki nim absolwent będzie gotów do efektywnego pozyskiwania informacji, komunikowania się z innymi osobami także wspomaganych wykorzystaniem technologii cyfrowych oraz wykonywania złożonych zadań i rozwiązywania problemów w wielu sferach współczesnego życia. Uzupełnieniem tak określonego profilu kompetencyjnego absolwenta jest wykształcenie na poziomie zaawansowanym zdolności do prowadzenia badań, w tym o charakterze naukowym.

Absolwent studiów pierwszego stopnia na kierunku zarządzanie będzie mógł się wykazać:

- na poziomie zaawansowanym teoretyczną i praktyczną specjalistyczną i ogólną wiedzą menedżerską ukształtowaną w obrębie nauk o zarządzaniu i jakości oraz dyscyplin komplementarnych, użyteczną do rozpoznawania szans i kształtowania wyników organizacji w oparciu o relacje ze środowiskiem,
- umiejętnościami inicjowania własnych przedsięwzięć przedsiębiorczych oraz sprawowania funkcji kierowniczych na niskich i średnich poziomach w hierarchii władzy organizacyjnej, oraz poruszania się w środowisku społecznym i gospodarczym,
- umiejętnością krytycznej oceny i uzupełniania posiadanej wiedzy z zakresu nauk o zarządzaniu i jakości oraz działania na rzecz interesu publicznego z poszanowaniem zasad ESG (ang. Environmental, Social, Governance) z poszanowaniem przepisów prawa i norm etycznych w ramach wyznaczonych ról organizacyjnych i społecznych,
- wiedzą i umiejętnościami do prowadzenia badań naukowych w stopniu zaawansowanym, w tym również znajomością i umiejętnością wykorzystania technik cyfrowych i języka obcego;

a ponadto:

- motywacją do ciągłego doskonalenia osobistego i profesjonalnego,
- pozytywne postrzeganie pracy własnej i innych osób,
- zwinnej adaptacji do zmieniającego się środowiska,
- etyczną postawą wobec pracodawców, współpracowników, partnerów biznesowych i klientów.

Potencjalne miejsca pracy absolwentów to głównie funkcje kierownicze na niskich i średnich poziomach w hierarchii władzy organizacyjnej w:

- małych i średnich przedsiębiorstwach działających niezależnie i w układach sieciowych,
- firmach z sektora finansów i bankowości,

- instytucjach sektora publicznego/społecznego,
- krajowych i międzynarodowych dużych przedsiębiorstwach (korporacjach).

Ponadto, uruchomienie i prowadzenie start-up'u lub przedsiębiorstwa społecznego.

Perspektywy zawodowe to przesunięcie na ścieżce kariery w stronę wysokich i najwyższych stanowisk kierowniczych bądź w przypadku własnej działalności gospodarczej prowadzenie jej w większym rozmiarze.

Absolwent, który zrealizował przedmioty (zajęcia) z zakresu zrównoważonego zarządzania przedsiębiorstwem pozyska wszechstronną wiedzę, umiejętności i kompetencje niezbędne do skutecznego wdrażania zasad zrównoważonego rozwoju w działalności gospodarczej oraz umożliwi mu profesjonalną realizację zadań menedżerskich na średnim i niskim szczeblu zarządzania w organizacjach. Uzyska wiedzę na temat strategii zrównoważonego zarządzania, społecznej odpowiedzialności biznesu oraz standardów raportowania niefinansowego.

W zakresie umiejętności absolwent będzie potrafił opracowywać i wdrażać strategię zrównoważonego rozwoju, identyfikować oraz minimalizować ryzyka środowiskowe i społeczne w działalności przedsiębiorstwa. Zdobędzie zdolność zarządzania efektywnością energetyczną, gospodarką odpadami i zasobami naturalnymi, a także sporządzania raportów zrównoważonego rozwoju zgodnie z obowiązującymi standardami. Ponadto będzie potrafił efektywnie komunikować strategię zrównoważonego rozwoju interesariuszom oraz stosować innowacyjne modele biznesowe, takie jak gospodarka współdzielenia.

Dzięki rozwiniętym kompetencjom społecznym absolwent będzie świadomy wpływu swoich decyzji na środowisko i społeczeństwo, wykazuje odpowiedzialność oraz etyczne podejście do zarządzania. Będzie otwarty na innowacje i gotowy do działania na rzecz zrównoważonego rozwoju. Ponadto będzie inspirować innych do wdrażania proekologicznych rozwiązań i efektywnie współpracować z różnymi interesariuszami. Dzięki tym kompetencjom absolwent będzie mógł pracować w sektorze biznesowym, administracji publicznej, organizacjach pozarządowych lub jako konsultant ds. zrównoważonego rozwoju, przyczyniając się do budowania bardziej odpowiedzialnych i ekologicznych strategii zarządzania.

Absolwent, który zrealizował przedmioty (zajęcia) z zakresu digital marketing pozyska wiedzę i wykształci umiejętności umożliwiające mu profesjonalną realizację działań zarządczych w firmie zorientowanych na rynek i klienta, a obejmujących zestaw czynności wspierających sprzedaż wyrobów i usług, wykonywany różnymi metodami i technikami oddziaływania na nabywcę, także poprzez dobór i wykorzystanie instrumentów marketingu internetowego, który wykorzystuje m.in. płatne reklamy na stronach rezultatów wyszukiwarek internetowych. Ponadto będzie znał proces planowania i realizacji koncepcji, ustalania cen, promocji, dystrybucji idei towarów i usług do kreowania wymiany, która realizuje cele jednostki i przedsiębiorstw w wymiarze krajowym, jak i międzynarodowym. Jego warsztat menedżerski umożliwi mu efektywną komunikację marketingową oraz kreowanie i wdrażanie innowacji marketingowych poprzez odpowiednio dobrane i zrealizowane strategie sprzedaży i promocji wspomagane sztuczną inteligencją.

Absolwent, który zrealizował przedmioty (zajęcia) z zakresu influencer marketingu pozyska kompleksową wiedzę na temat strategii, mechanizmów oraz narzędzi wykorzystywanych w nowoczesnych kampaniach marketingowych opartych na współpracy z influencerami. Będzie rozumiał specyfikę rynku influencerów oraz ich wpływ na konsumentów. Dzięki zdobytej wiedzy będzie potrafił opracowywać i wdrażać strategię influencer marketingowe oraz skutecznie dobierać twórców internetowych do celów marketingowych marki. Zdobędzie umiejętność budowania autentycznych relacji z influencerami oraz negocjowania

warunków współpracy. Pozna zasady funkcjonowania różnych platform społecznościowych i będzie potrafić dostosować przekaz marketingowy do ich specyfiki. Dzięki zdobytej wiedzy, umiejętnościom i kompetencjom absolwent będzie gotowy do pracy w agencjach marketingowych, działach digital marketingu, mediach, a także do prowadzenia własnej działalności jako specjalista ds. influencer marketingu.

11. Efekty uczenia się:

Oznaczenie symboli:

ZARZ – symbol kierunku zarządzanie; 1A – studia pierwszego stopnia, profil ogólnoakademicki

W – efekty uczenia się w zakresie wiedzy; U – efekty uczenia się w zakresie umiejętności; K – efekty uczenia się w zakresie kompetencji społecznych

01, 02, 03 i kolejne – numer efektów uczenia się

Symbole efektów uczenia się dla kierunku	Po ukończeniu studiów absolwent:	Odniesienie efektów uczenia się do: uniwersalnych charakterystyk dla danego poziomu Polskiej Ramy Kwalifikacji (ustawa o ZSK)	Odniesienie efektów uczenia się do: charakterystyk drugiego stopnia efektów uczenia się dla kwalifikacji na poziomach 6–7 Polskiej Ramy Kwalifikacji (rozporządzenie MNiSW)
--	----------------------------------	--	--

w zakresie **WIEDZY:**

ZARZ1A_W01	zna i rozumie w zaawansowanym stopniu istotę nauki o zarządzaniu i jakości oraz ekonomii i finansów, ich tendencje i kierunki rozwoju a także ich znaczenie w obszarze nauk społecznych	P6U_W	P6S_WG
ZARZ1A_W02	zna i rozumie w zaawansowanym stopniu teorię organizacji i zarządzania oraz jej powiązania z innymi teoriami opisującymi poruszanie się podmiotów w środowisku biznesowym, społecznym i publicznym	P6U_W	P6S_WG P6S_WK
ZARZ1A_W03	zna i rozumie w stopniu zaawansowanym architekturę organizacji, zachodzące w jej obrębie procesy społeczne oraz ich wpływ na efektywność w wymiarze indywidualnym i całej organizacji oraz uwarunkowania, metody i instrumenty kształtowania zachowań organizacji w otoczeniu	P6U_W	P6S_WG
ZARZ1A_W04	zna i rozumie w zaawansowanym stopniu procesy zachodzące w organizacji, warunki i czynniki ich doskonalenia oraz systemy i metody wspomaganie tychże procesów	P6U_W	P6S_WG

ZARZ1A_W05	zna i rozumie w stopniu zaawansowanym prawidłowości rozumowania i wnioskowania oraz metody pozyskiwania, analizy, oceny i prezentacji niezbędnych w tych procesach danych, a także możliwości informatycznego wsparcia tych procesów	P6U_W	P6S_WG
ZARZ1A_W06	zna i rozumie przepisy prawa wpływające na procesy zarządcze zachodzące w podmiotach prowadzących działalność w sferze gospodarczej/społecznej/publicznej oraz ochrony własności przemysłowej i prawa autorskiego, a także zasady etyczne	P6U_W	P6S_WK
ZARZ1A_W07	zna i rozumie dylematy współczesnej cywilizacji oraz rolę jaką w jej kształtowaniu pełnią różne formy przedsiębiorczości	P6U_W	P6S_WK

w zakresie **UMIEJĘTNOŚCI:**

ZARZ1A_U01	potrafi zastosować wiedzę teoretyczną i praktyczną w celu formułowania i rozwiązywania złożonych i nietypowych zjawisk zachodzących w organizacjach i ich środowisku społecznym i gospodarczym	P6U_U	P6S_UW
ZARZ1A_U02	potrafi pozyskać i przetworzyć w wiedzę informacje pozyskane z właściwie dobranych źródeł i poddać je krytycznej analizie i syntezie wykorzystując je na rzecz rozwiązania problemów organizacji i jej relacji z otoczeniem, także w języku obcym	P6U_U	P6S_UW
ZARZ1A_U03	potrafi stosować odpowiednie metody i narzędzia analityczne w celu opisywania zjawisk znajdujących się w kręgu nauk o zarządzaniu i jakości wykorzystując właściwe systemy informatyczne do przetwarzania danych na użytek wspomagania procesów decyzyjnych	P6U_U	P6S_UW
ZARZ1A_U04	potrafi komunikować się z użyciem specjalistycznej terminologii dotyczącej zagadnień społeczno-gospodarczych; brać udział w debacie – przedstawiać i oceniać różne opinie i stanowiska oraz dyskutować o nich także w języku obcym na poziomie B2 Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego	P6U_U	P6S_UK
ZARZ1A_U05	potrafi planować i organizować pracę własną i zespołu oraz współdziałać z innymi osobami na rzecz powierzonych im zadań biorąc pod uwagę aspekty etyczne i społeczno-gospodarcze	P6U_U	P6S_UO
ZARZ1A_U06	potrafi samodzielnie zdobywać wiedzę i doskonalić swoje umiejętności planując własne uczenie się przez całe życie	P6U_U	P6S_UU

w zakresie **KOMPETENCJI SPOŁECZNYCH:**

ZARZ1A_K01	jest gotów do krytycznej oceny znajdującej się w jego dyspozycji wiedzy i absorpcji nowych treści; uznawania wartości wiedzy w rozwiązywaniu problemów z zakresu nauk o zarządzaniu i jakości, a także zasięgania opinii specjalistów w przypadku trudności z samodzielnym rozwiązaniem problemu	P6U_K	P6S_KK
ZARZ1A_K02	jest gotów do działania w sposób przedsiębiorczy w nowych i zmiennych sytuacjach odnoszących się do projektów społecznych i działań na rzecz interesu publicznego z poszanowaniem zasad zrównoważonego rozwoju	P6U_K	P6S_KO
ZARZ1A_K03	jest gotów do odpowiedzialnego pełnienia ról zawodowych, w tym przestrzegania zasad etyki zawodowej i rzetelności zawodowej oraz wymagania tego od innych.	P6U_K	P6S_KR

12. Zajęcia wraz z przypisanymi do nich punktami ECTS, efektami uczenia się i treściami programowymi:

Przedmioty (zajęcia)	Liczba punktów ECTS	Treści programowe	Odniesienie do efektów uczenia się na kierunku
PRZEDMIOTY (ZAJĘCIA) KSZTAŁCENIA OGÓLNEGO: (20 pkt ECTS)			
1.	Język obcy (poziom B2)	<p>9</p> <p>Treści leksykalne: Zagadnienia występujące w ogólnodostępnych i stosowanych na zajęciach podręcznikach na poziomie B2 (np. uniwersytet, przedmiot studiów, wykształcenia, praca, media, technologie, środowisko, zdrowie, żywienie, sport, czas wolny, edukacja, zakupy, podróżowanie, społeczeństwo, kultura, zjawiska społeczne).</p> <p>Treści gramatyczne: Zgodne z wykazem podręczników przewidzianych dla poziomu B2 dla danego języka i zgodne z wymaganiami Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego Rady Europy.</p> <p>Funkcje językowe: Zgodne z wykazem podręczników dla poziomu B2 i pozwalające studentom na porozumiewanie się w języku obcym (np. branie czynnego udziału w dyskusjach, wyrażanie emocji oraz wyrażanie swoich opinii, argumentowanie i formułowanie swojego punktu widzenia w formie ustnej i pisemnej, dokonywanie prezentacji).</p>	<p>ZARZ1A_W01 ZARZ1A_U04 ZARZ1A_K01</p>
2.	Techniki informacyjno-komunikacyjne	<p>2</p> <p>Technologie informacyjno-komunikacyjne (ICT) pojęcie, geneza ICT, czynniki wpływające na rozwój nowych technologii w obszarze technik informacyjno-komunikacyjnych. Wykorzystanie urządzeń telekomunikacyjnych i informatycznych oraz usług im towarzyszących, w szczególności e-learningu w procesie informacyjno-komunikacyjnym. Gromadzenie, przetwarzanie, udostępnianie informacji w formie elektronicznej z wykorzystaniem technik cyfrowych i wszelkich narzędzi komunikacji. Tworzenie i zastosowanie elektronicznych baz danych. RODO a techniki informacyjno-komunikacyjne. Rola mediów społecznościowych w komunikacji. Narzędzia MS Word. Przykłady stosowania zaawansowanych narzędzi, automatyczny spis treści, tabel, rycin w tym korekcji pisowni, dzielenia wyrazów, style, formularze. Wykorzystanie arkusza kalkulacyjnego MS Excel do rozwiązywania zadań. Formatowanie komórek,</p>	<p>ZARZ1A_W05 ZARZ1A_U03 ZARZ1A_U06 ZARZ1A_K01</p>

			<p>sposoby ich wyświetlania. Arkusz kalkulacyjny jako narzędzie do rozwiązywania prostych problemów numerycznych. Funkcje matematyczne, logiczne i statystyczne funkcje logiczne. Makra w arkuszu kalkulacyjnym. Współpraca edytora tekstu i arkusza kalkulacyjnego, export i import danych. Tworzenie i edycja wykresów. Typy wykresów i ich opcje. Wykorzystanie programu do prostych obliczeń statystycznych i prezentowanie danych w postaci tabel i wykresów. Bazy danych: formy organizacji informacji w bazach danych. Raport i wykresy – tabela przestawna. Sortowanie zaawansowane, filtrowanie danych. Łączenie baz i przygotowanie do analizy. Formy reprezentowania i przetwarzania informacji przez człowieka i komputer. Tworzenie prezentacji multimedialnych. Sieć internetowa, dostępne przeglądarki, wyszukiwanie informacji, przetwarzanie pozyskanych informacji, komunikatory internetowe, zasady wykorzystania e-learningu w komunikacji. Nauczanie studentów poprzez platformy edukacyjne. Wykorzystanie AI do procedur w edukacji. Komponowanie poleceń i zadań do tworzenia celów dla AI.</p>	
3.	Ochrona własności przemysłowej i prawa autorskiego	1	<p>Pojęcie utworu, prawa autorskie osobiste i majątkowe. Dozwolony użytek. Prawa pokrewne. Wynalazek, wynalazek biotechnologiczny oraz patent. Znaki towarowe oraz prawa ochronne na znaki towarowe. Wzory przemysłowe. Wzory użytkowe.</p>	<p>ZARZ1A_W06 ZARZ1A_U02 ZARZ1A_K03</p>
4.	Przedsiębiorczość	1	<p>Pojęcie i rodzaje przedsiębiorczości. Przedsiębiorca – pojęcie, zachowania i klasyfikacje. Determinanty wewnętrzne i zewnętrzne rozwoju przedsiębiorczości. Przedsiębiorczość a przedsiębiorstwo. Uwarunkowania, założenia i prowadzenie własnej działalności gospodarczej. Obszary przedsiębiorczości – przedsiębiorczość rodzinna, kobiet, akademicka, społeczna, intelektualna.</p>	<p>ZARZ1A_W03 ZARZ1A_W07 ZARZ1A_U02 ZARZ1A_K02</p>
5.	Przedmioty (zajęcia) z dziedziny nauk humanistycznych	5	Etyka biznesu	<p>ZARZ1A_W01 ZARZ1A_W06 ZARZ1A_U01 ZARZ1A_U05 ZARZ1A_K03</p>
			Kultura słowa	<p>ZARZ1A_W07 ZARZ1A_U04 ZARZ1A_K01</p>
			Podstawy logiki	<p>ZARZ1A_W01</p>

				ZARZ1A_W07 ZARZ1A_U02 ZARZ1A_K01
6.	Przedmioty (zajęcia) do wyboru w zakresie wsparcia w procesie uczenia się	2	Metody wspomagania uczenia się	ZARZ1A_W04 ZARZ1A_U06 ZARZ1A_K01
			Radzenie sobie ze stresem	ZARZ1A_W04 ZARZ1A_U01 ZARZ1A_U06 ZARZ1A_K03

PRZEDMIOTY (ZAJĘCIA) PODSTAWOWE/KIERUNKOWE: (100 pkt ECTS)

7.	Matematyka	5	Funkcje elementarne i ich własności. Granice funkcji i ciągłość funkcji. Rachunek różniczkowy funkcji jednej zmiennej. Zastosowanie rachunku różniczkowego do badania i opisu klasycznych zagadnień z kręgu nauk o zarządzaniu i jakości. Rachunek całkowy funkcji jednej zmiennej. Funkcje wielu zmiennych. Rachunek różniczkowy funkcji dwóch zmiennych. Własności i algorytmy rachunku różniczkowego funkcji dwóch zmiennych i ich zastosowanie w zagadnieniach z kręgu nauk o zarządzaniu i jakości. Rachunek wektorowy. Macierze i działania na macierzach. Wyznaczniki i ich własności. Macierz odwrotna do danej. Postać bazowa macierz. Rząd macierzy. Ogólna teoria rozwiązywania układów równań liniowych.	ZARZ1A_W05 ZARZ1A_U03 ZARZ1A_K01
8.	Mikroekonomia	5	Pojęcia i przedmiot ekonomii, powstanie ekonomii jako nauki. Rynek i gospodarka rynkowa. Podaż i popyt – czynniki je określające. Elastyczność popytu i podaży. Zachowania konsumenta. Teoria produkcji. Teoria kosztów i zysków. Producent na rynku, jego rola i funkcje. Formy rynku i ich charakterystyka: konkurencja doskonała, monopol, konkurencja monopolistyczna, oligopol. Decyzje produkcyjne przedsiębiorstwa w różnych formach rynku. Rynki czynników produkcji.	ZARZ1A_W01-W02 ZARZ1A_U01 ZARZ1A_U03 ZARZ1A_K01
9.	Nauka o organizacji	4	Istota i definicja nauki o organizacji. Cel, przedmiot i metody nauki o organizacji. Powstanie i rozwój nauki o organizacji. Pojęcie i istota organizacji. Cechy, funkcje, rodzaje organizacji. Modele i schematy działania organizacji. Materialne i niematerialne uwarunkowania działalności organizacji. Organizacja w procesach zmian. Organizacja w ujęciu procesowym. Współpraca międzyorganizacyjna. Współczesne	ZARZ1A_W02 ZARZ1A_W04 ZARZ1A_U01 ZARZ1A_U06 ZARZ1A_K02

			konceptcje zarządzania organizacją. Rozwój organizacji w kontekście wdrażania technologii cyfrowych. Analiza i ocena zarządzania organizacją na wybranych przykładach praktycznych.	
10.	Podstawy prawa	2	Rola prawa w organizacji państwowej. Przepis prawny a norma prawna. Budowa aktu normatywnego. Budowa normy prawnej. Źródła prawa. Podmioty prawa. System prawa krajowego. Odpowiedzialność prawna.	ZARZ1A_W01 ZARZ1A_W06 ZARZ1A_U02 ZARZ1A_U04 ZARZ1A_K03
11.	Podstawy zarządzania	5	Ewolucja nauk o zarządzaniu. Organizacja – pojęcie i elementy składowe. Typy organizacji. Otoczenie i interesariusze organizacji. Rodzaje menedżerów. Umiejętności menedżerskie. Role menedżerskie. Proces zarządzania: planowanie, organizowanie, motywowanie, kontrola. Przywództwo i style zarządzania. Podejmowanie decyzji w organizacji. Komunikacja w zarządzaniu. Proces organizowania. Formalizacja i struktura organizacyjna. Tradycyjne i współczesne uwarunkowania zarządzania. Kulturowy aspekt zarządzania. Społeczny, środowiskowy i ekonomiczny kontekst zarządzania organizacją.	ZARZ1A_W01 ZARZ1A_W02 ZARZ1A_U01 ZARZ1A_U02 ZARZ1A_K01
12.	Technologie cyfrowe w pracy menedżera	3	Wprowadzenie do technologii cyfrowych w kontekście pracy menedżera. Technologie cyfrowe wspomagające zarządzanie w kontekście pracy menedżera. Zarządzanie projektami z wykorzystaniem technologii w pracy menedżera. Komunikacja i współpraca w cyfrowym środowisku pracy menedżera. Bezpieczeństwo informacji i ochrona danych. Etyka i odpowiedzialność w technologiach cyfrowych stosowanych w pracy menedżera. Nowe trendy i innowacje w technologiach cyfrowych w pracy menedżera. Wykorzystanie narzędzi i systemów sztucznej inteligencji w pracy menedżera.	ZARZ1A_W03 ZARZ1A_W05 ZARZ1A_U02 ZARZ1A_U05 ZARZ1A_K02
13.	Makroekonomia	5	Wprowadzenie do makroekonomii i rachunku dochodu narodowego. Determinanty dochodu narodowego. Produkcja a wzrost gospodarczy. Zagregowany popyt. Polityka fiskalna państwa. Wpływ polityki państwa na globalny popyt. Polityka monetarna: pieniądz, popyt na pieniądz, podaż pieniądza. Współczesny system bankowy. Rynek pracy. Inflacja. Cykl koniunkturalny. Wpływ globalizacji na funkcjonowanie gospodarki. Polityka fiskalna i monetarna w gospodarce zamkniętej model IS-LM. Model równowagi makroekonomicznej AD-AS. Poglądy przedstawicieli szkół.	ZARZ1A_W01-W02 ZARZ1A_W07 ZARZ1A_U01 ZARZ1A_U03 ZARZ1A_K01

14.	Podstawy marketingu	5	Istota marketingu we współczesnej gospodarce. Rynkowe zachowania konsumentów. Badania marketingowe w życiu gospodarczym. Analiza strategiczna organizacji. Produkt w koncepcji marketingu. Cena w koncepcji marketingowej. Dystrybucja jako element koncepcji marketingu. Promocja jako element koncepcji marketingu mix. Marketing odpowiedzialny społecznie, ochrona wizerunku.	ZARZ1A_W01 ZARZ1A_W03-W04 ZARZ1A_U01 ZARZ1A_U03 ZARZ1A_U06 ZARZ1A_K02-K03
15.	Podstawy rachunkowości	5	System rachunkowości i jego funkcje. Zasady i techniki rachunkowości. Plan kont. Zasady funkcjonowania kont księgowych. Bilans jednostki. Klasyfikacja aktywów i pasywów. Typy operacji gospodarczych. Ewidencja syntetyczna i analityczna. Rachunek zysków i strat – metody sporządzania. Operacje bilansowe i operacje wynikowe. Wynik finansowy – metody ustalania. Ustalenie obciążeń wyniku finansowego - podatek dochodowy. Elementy wyniku finansowego.	ZARZ1A_W02 ZARZ1A_W05-W06 ZARZ1A_U02-U03 ZARZ1A_K02-K03
16.	Statystyka	5	Przedmiot, funkcje i zadania statystyki. Pojęcia statystyczne: jednostka statystyczna, zbiorowość statystyczna, cecha statystyczna. Rodzaje badań statystycznych. Prawidłowości statystyczne Charakterystyki liczbowe struktury zbiorowości: miary przeciętne, miary rozproszenia, miary asymetrii i miary koncentracji. Skale pomiarowe. Metody analizy korelacji i regresji. Metody analizy dynamiki zjawisk. Estymacja parametrów statystycznych. Przedziały ufności. Testowanie hipotez statystycznych.	ZARZ1A_W05 ZARZ1A_U03 ZARZ1A_K01
17.	Nauka o przedsiębiorstwie	3	Ewolucja nauki o przedsiębiorstwie. Istota, cele, funkcje przedsiębiorstwa. Interesariusze przedsiębiorstwa i ich cele. Cykl życia przedsiębiorstwa. Rodzaje przedsiębiorstw. Formy prawno-organizacyjne przedsiębiorstw i ich przekształcenia. Potencjał przedsiębiorstwa-istota, rodzaje i ruch okrężny kapitału. Zarządzanie zasobami materialnymi. Kapitał intelektualny przedsiębiorstwa. Planowanie, motywowanie i kontrola w przedsiębiorstwie. Ocena działalności gospodarczej przedsiębiorstwa. Kształtowanie struktury organizacyjnej przedsiębiorstw. Konsument jako kapitał przedsiębiorstwa. Otoczenie przedsiębiorstwa.	ZARZ1A_W02 ZARZ1A_W04 ZARZ1A_U01 ZARZ1A_U05 ZARZ1A_K02
18.	Cyfrowe laboratorium pracy firmy	2	Główne obszary zarządzania firmą w wymiarze operacyjnym, niezależnie od wymiaru funkcjonalnego przedsiębiorstwa. Metody budowania zespołu w firmie, mającego na celu osiągnięcie efektu synergii. Definiowanie problemów organizatorskich, które muszą być rozwiązywane w bieżącej praktyce biznesowej firmy. Wykorzystanie technik heurystycznych do poszukiwania rozwiązań problemów organizatorskich w działalności	ZARZ1A_W03-W04 ZARZ1A_U01 ZARZ1A_U05 ZARZ1A_K03

			operacyjnej w firmie. Określanie specyfikacji rozwiązań organizacyjnych w decyzjach operacyjnych w firmie. Uwarunkowania tworzenia opcji decyzyjnych w zakresie rozwiązywanych problemów organizatorskich i podejmowanie trafnych decyzji w sposób zorganizowany. Ustalanie celów i zadań związanych z decyzjami operacyjnymi w firmie. Rozwiązywanie konfliktów pomiędzy pracownikami w zespole lub grupami pracowniczymi. Reintegrowanie zespołu pracowniczego w firmie w celu podniesienia efektywności zarządzania firmą. Kontrola strategiczna i operacyjna działalności firmy.	
19.	Analiza finansowa przedsiębiorstwa	4	Zakres i przedmiot analizy finansowej. Metody i narzędzia analizy finansowej. Odbiorcy analizy finansowej. Źródła informacji i danych do sporządzenia analizy finansowej. Analiza wstępna danych bilansu. Analiza struktury majątkowej. Elastyczność przedsiębiorstwa, ryzyko operacyjne, dźwignia operacyjna. Struktura kapitałów i jej konsekwencje: zadłużenie, ryzyko finansowe. Dźwignia finansowa. Znaczenie kapitałów obcych i źródła ich pozyskania. Złota zasada bilansowa. Etapy tworzenia wyniku finansowego. Analiza czynnikowa wyniku finansowego. Zakres analizy przychodów. Koszty w układzie rodzajowym i kalkulacyjnym. Koszty stałe i zmienne. Wskaźnik poziomu kosztów. Wynik brutto i netto. Obciążenie podatkiem dochodowym. Relacje między zyskiem brutto i dochodem. Wykorzystanie analizy wskaźnikowej do oceny kondycji przedsiębiorstwa. Ocena płynności finansowej, zadłużenia, sprawności działania, rentowności. Analiza wrażliwości: próg rentowności, graniczny poziom ceny, graniczny poziom jednostkowych kosztów zmiennych, punkt krytyczny kosztów, punkt krytyczny ceny. Modele wczesnego ostrzegania.	ZARZ1A_W01 ZARZ1A_W04-W05 ZARZ1A_U02-U03 ZARZ1A_K01
20.	Zachowania organizacyjne	5	Istota zachowań organizacyjnych i umiejscowienie zachowań organizacyjnych wśród nauk behawioralnych. Organizacja jako miejsce kształtowania się zachowań ludzkich. Typy zachowań organizacyjnych wynikających z relacji władzy, funkcjonalnych, kooperacji, komunikacji. Kultura organizacyjna a zachowania organizacyjne. Tworzenie zespołu pracowniczego w celu uzyskania efektu synergii. Role zespołowe i znaczenie zaufania w pracy zespołu pracowniczego. Rozwiązywanie problemów organizatorskich a zachowania organizacyjne w zespole. Rola lidera i rola menedżera w zespole pracowniczym. Procesy komunikacji	ZARZ1A_W01-W02 ZARZ1A_W04 ZARZ1A_U01 ZARZ1A_U05-U06 ZARZ1A_K02-K03

			w zespole pracowniczym. Rozwiązywanie konfliktów w organizacji. Patologie zachowań organizacyjnych.	
21.	Metodologia badań w naukach o zarządzaniu i jakości I	3	Oryginalność badań naukowych oparta na wypełnianiu luki wiedzy. Wykorzystanie literatury naukowej, etapy przeglądu literatury, priorytety w wyborze literatury. Formułowanie problemów badawczych. Badania jakościowe w naukach o zarządzaniu i jakości. Pułapki i dylematy w badaniach jakościowych. Etyka w badaniach jakościowych i ilościowych. Ilościowe badanie i operacjonalizacja zjawisk w naukach o zarządzaniu i jakości	ZARZ1A_W05-W06 ZARZ1A_U02-U03 ZARZ1A_K01
22.	Prawo gospodarcze	2	Gospodarka – system gospodarczy w ujęciu prawnym. Prawo gospodarcze w systemie prawa. Źródła prawa gospodarczego. Znaczenie Konstytucji RP (Rzeczypospolitej Polskiej) dla gospodarki. Przedsiębiorca i działalność gospodarcza. Działalność gospodarcza w systemie prawa. Podmioty prawa gospodarczego a kodeks postępowania cywilnego, Rozwiązania kodeksowe wobec przedsiębiorców. Przedsiębiorcy, spółki handlowe. Rejestry przedsiębiorców i ich uregulowania. Działalność gospodarcza osób zagranicznych. Prawne formy działania administracji gospodarczej. Działalność gospodarcza Skarbu Państwa. Gospodarka komunalna. Komerccjalizacja i prywatyzacja. Prawo ochrony konkurencji. Upadłość przedsiębiorcy i postępowanie upadłościowe i restrukturyzacyjne. Prawo cywilne – podstawowe instytucje związane z obrotem gospodarczym. Umowy w obrocie gospodarczym – wybrane zagadnienia. Postępowanie cywilne wobec podmiotów gospodarczych.	ZARZ1A_W01 ZARZ1A_W06-W07 ZARZ1A_U01 ZARZ1A_K02-U04
23.	Podstawy ekonomii menedżerskiej	3	Istota i zakres ekonomii menedżerskiej. Podstawowe pojęcia, terminy i problemy ekonomii menedżerskiej. Teoria popytu i zachowania konsumenta. Elastyczność popytu i jej znaczenie dla decyzji cenowych. Teoria podaży i równowaga rynkowa. Koszty w krótkim i długim okresie. Konkurencja na różnych rynkach. Rola menedżera w przedsiębiorstwie. Wybór strategii cenowej. Podejmowanie decyzji menedżerskich – rodzaje decyzji, typologia. Analiza problemów biznesowych.	ZARZ1A_W02 ZARZ1A_W03 ZARZ1A_U01 ZARZ1A_U02 ZARZ1A_K02
24.	Trening przedsiębiorczości	2	Projektowanie przedsięwzięcia w sektorze biznesowym i/lub społecznym. Formułowanie pomysłu. Testowanie pomysłu: formułowanie i weryfikacja hipotezy biznesowej. Określenie sposobu zarządzania własnym przedsięwzięciem biznesowym i/lub społecznym. Eksperymenty przedsiębiorcze. Orientacja przedsiębiorcza. Bariery w realizacji	ZARZ1A_W07 ZARZ1A_U02 ZARZ1A_U04 ZARZ1A_K02

			eksperymentu. Konsultacje dotyczące projektów przedsięwzięć biznesowych i/lub społecznych. Biznes innowacyjny czy naśladowczy? Analiza ścieżek pomysłów na biznes. Ekosystem przedsiębiorczości. Uwarunkowania rynkowe i pozarynkowe uruchamiania działalności w systemie prywatnymi i społecznym. Rola przywódcy w działalności przedsiębiorczej. Prezentacja sukcesów i porażek wybranych start-upów w Polsce i na świecie.	
25.	Zarządzanie zasobami ludzkimi	6	System zarządzania zasobami ludzkimi. Istota i elementy rynku pracy. Strategie personalne a strategie organizacji. Planowanie i dobór pracowników. Kierowanie ludźmi w organizacji. Motywowanie pracowników. Ocenianie pracowników. Kształcenie i doskonalenie kadr. Rozwój indywidualny. Kształtowanie warunków pracy.	ZARZ1A_W02-W03 ZARZ1A_W07 ZARZ1A_U01-U02 ZARZ1A_U05 ZARZ1A_K01
26.	Społeczna odpowiedzialność biznesu	4	Społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstwa – za i przeciw CSR (ang. Corporate Social Responsibility). Modele CSR. Odpowiedzialność wobec interesariuszy – teoria interesariuszy. Aspekt społeczny, ekonomiczny i ekologiczny CSR. CSR a zrównoważony rozwój. Obszary CSR: ład organizacyjny, prawa człowieka, praktyki z zakresu pracy, środowisko, uczciwe praktyki operacyjne, zagadnienie konsumenckie, zaangażowanie społeczne, rozwój społeczności lokalnej. Społecznie odpowiedzialne inwestowanie. Raportowanie działalności odpowiedzialnej. Standardy wdrażania społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw.	ZARZ1A_W01 ZARZ1A_W06 ZARZ1A_U01-U02 ZARZ1A_K02-K03
27.	Zarządzanie finansami przedsiębiorstw	5	Przedmiot i zadania finansów przedsiębiorstwa oraz zarządzania finansami. Zasady finansowania i inwestowania – kapitał obcy i jego pozyskiwanie. Emisja akcji obligacji. Wybór sposobu inwestowania kapitału. Koszty kapitałów – długów i kapitału własnego. Wykorzystanie dźwigni operacyjnej, finansowej i łącznej w zarządzaniu przedsiębiorstwem. Metody oceny projektów inwestycyjnych. Zarządzanie krótkoterminowe finansami przedsiębiorstwa.	ZARZ1A_W01 ZARZ1A_W04-W05 ZARZ1A_U02-U03 ZARZ1A_K01
28.	Nowoczesne strategie rozwoju przedsiębiorstw	5	Strategia przedsiębiorstwa – jej znaczenie i wpływ na rozwój organizacji. Elementy strategii przedsiębiorstwa. Typologia klasycznych strategii rozwoju przedsiębiorstwa. Klasyczne vs nowoczesne strategie rozwoju przedsiębiorstwa. Strategie rozwoju oparte na teorii blockchain (blockchain strategies). Strategie metaverse (metaverse strategies). Strategie AI-driven. Strategie platformowe (platform-based strategies/ platform strategies). Strategie inteligentnych organizacji (smart organizations).	ZARZ1A_W02 ZARZ1A_W04 ZARZ1A_U01-U02 ZARZ1A_K02

			Cyberbezpieczeństwo elementem strategii rozwoju przedsiębiorstwa. Strategia błękitnego oceanu (blue ocean strategy). Strategia „green” (green strategy). Strategia „resilience” (resilience strategy). Wyzwania i zagrożenia wynikające z wdrażania nowoczesnych strategii rozwoju przedsiębiorstwa.	
29.	Symulacje biznesowe	1	Wprowadzenie do symulacji biznesowej. Model biznesowy przedsiębiorstwa. Panel gracza. Podejmowanie decyzji strategicznych. Zarządzanie marketingiem. Zarządzanie produkcją i operacjami. Zarządzanie finansami. Analiza wyników poszczególnych zespołów symulacji biznesowej.	ZARZ1A_W04-W05 ZARZ1A_U02-U03 ZARZ1A_K01
30.	Zrównoważony rozwój i środowisko	5	Istota, geneza i definiowanie zrównoważonego rozwoju. Czynniki determinujące zrównoważony rozwój (ekonomiczne, społeczne, środowiskowe i prawne). Ochrona zasobów naturalnych. Gospodarka odpadami. Kontrola zanieczyszczeń. Zarządzanie obszarami chronionymi. Polityka ekologiczna. Zarządzanie ryzykiem ekologicznym. Rozwój zrównoważony w ujęciu gospodarka a środowisko. Zarządzanie środowiskiem w ujęciu mikro, mezo, makro.	ZARZ1A_W02-W04 ZARZ1A_U01 ZARZ1A_U06 ZARZ1A_K02
31.	Zarządzanie projektami	6	Pojęcie projektu, procesu, zarządzania projektami. Cykl zarządzania projektami. Inicjowanie projektów. Funkcje i cechy kierownika projektu. Powołanie zespołu projektowego. Planowanie przebiegu projektu. Faza realizacji projektu. Zamykanie projektów. Metodyki zarządzania projektami. Narzędzia do zarządzania projektami.	ZARZ1A_W01 ZARZ1A_W03 ZARZ1A_U01 ZARZ1A_U04 ZARZ1A_K01 ZARZ1A_K03

PRZEDMIOTY (ZAJĘCIA) DO WYBORU:

(55 pkt ECTS)

32.	Seminarium dyplomowe	13	Źródła informacji naukowej. Omawianie wybranych zagadnień z zakresu tematyki seminarium dyplomowego. Wymagania formalne i merytoryczne dotyczące pracy licencjackiej. Ochrona prawa autorskiego w procesie przygotowywania pracy licencjackiej. Zasady wyboru tematu pracy licencjackiej. Określenie tematu i tytułu pracy. Wybór literatury do pracy licencjackiej. Dyskusja nad zagadnieniami objętymi tematem pracy licencjackiej. Budowa planów pracy licencjackiej i ich analiza. Uzasadnienie znaczenia poznawczego i praktycznego tematu pracy licencjackiej. Wskazanie problemu badawczego, celu pracy, przedmiotu badań oraz ich zakresu czasowego i przestrzennego. Określenie ram teoretycznych badań, a zwłaszcza wskazanie teorii, w ramach której będą prowadzone badania.	ZARZ1A_W05-W06 ZARZ1A_U03 ZARZ1A_K01
-----	----------------------	----	--	--

			Zdefiniowanie podstawowych pojęć przyjętych w pracy. Analiza wstępu pracy pod kątem zasad konstruowania wstępu. Analiza poszczególnych rozdziałów pracy licencjackiej. Przygotowanie teoretycznej części pracy licencjackiej. Dyskusja na temat kolejnych kwestii objętych tematem pracy licencjackiej. Określenie problematyki badań własnych uwzględniającej postawione pytania badawcze, hipotezy badawcze. Wybór metod i technik badawczych. Wybór i skonstruowanie narzędzi badawczych. Określenie próby badawczej. Zbieranie materiału badawczego i etyka badań empirycznych. Opracowywanie materiałów z badań. Weryfikacja hipotez badawczych. Udzielanie odpowiedzi na pytania badawcze. Precyzowanie wniosków. Przygotowanie bibliografii i aneksów. Przygotowanie prac do obrony.	
33.	Grupa przedmiotów (zajęć) z zakresu zrównoważonego zarządzania przedsiębiorstwem	33	E-biznes Controlling Zielone innowacje i technologie przyjazne środowisku Przywództwo w zrównoważonym przedsiębiorstwie Raportowanie niefinansowe przedsiębiorstw Zarządzanie zmianą w przedsiębiorstwie Współczesne wyzwania przedsiębiorstw Gospodarka współdzielenia Ocena efektywności projektów inwestycyjnych Biznesplan – projekt	ZARZ1A_W01-W07 ZARZ1A_U01-U06 ZARZ1A_K01-K03
34.	Grupa przedmiotów (zajęć) z zakresu digital marketing	33	Marketing relacji Kształtowanie oferty przedsiębiorstwa Marketing mobilny Innowacje marketingowe w erze sztucznej inteligencji E-commerce i marketing Internetowy Merchandising Zachowania konsumentów w dobie sztucznej inteligencji SEM (Search Engine Marketing) Strategie sprzedaży i promocji z wykorzystaniem sztucznej inteligencji Projekt marketingowy	ZARZ1A_W01-W07 ZARZ1A_U01-U06 ZARZ1A_K01-K03
35.	Grupa przedmiotów (zajęć) z zakresu influencer marketing	33	Podstawy influencer marketingu Content marketing Analiza konkurencji w sieci Automatyzacja w mediach społecznościowych	ZARZ1A_W01-W07 ZARZ1A_U01-U06 ZARZ1A_K01-K03

			Marketing w świecie e-handlu Desing Thinking Customer experience Personal branding Innowacyjne techniki sprzedaży i promocji oparte na AI Projekt marketingowy	
36.	Przedmioty (zajęcia) fakultatywne	7	Industry 5.0 Animacja rozwoju osobistego Ecological aspects of management Rozwój organizacji w erze sztucznej inteligencji New businesses	ZARZ1A_W01-W02 ZARZ1A_W04-W07 ZARZ1A_U01-U03 ZARZ1A_U05-U06 ZARZ1A_K01-K03

PRAKTYKI (wymiar, zasady i forma):

(7 pkt ECTS)

Czas trwania: 4 tygodnie Nakład pracy studenta: 175 Liczba godzin kontaktowych: 160 Praktyki odbywają się po II roku studiów	7	Podstawy prawne i regulacje wewnętrzne związane z działalnością organizacji. Struktura organizacyjna. Podział zadań w organizacji. Obieg dokumentów pomiędzy komórkami organizacyjnymi. Realia pracy na poszczególnych stanowiskach pracy, ze szczególnym uwzględnieniem tych związanych z zarządzaniem organizacją. Rozwiązania wykorzystywane do zwiększania efektywności działania organizacji. Możliwości wykorzystania w praktyce wiedzy z zakresu zarządzania m.in. w takich obszarach jak: kapitał ludzki, marketing, jakość, finanse, wiedza. Praktyczne umiejętności rozpoznawania, diagnozowania i rozwiązywania problemów związanych z bieżącym funkcjonowaniem organizacji. Praca zespołowa. Współpraca z otoczeniem. Skuteczna komunikacja i budowanie relacji z klientem. Badanie efektywności zarządzania organizacją.	ZARZ1A_W04 ZARZ1A_W06 ZARZ1A_U01 ZARZ1A_U05 ZARZ1A_K03
---	---	---	--

razem

180

Studentów studiów stacjonarnych obowiązują zajęcia z wychowania fizycznego w wymiarze nie mniejszym niż 60 godzin.

Studentów obowiązuje szkolenie dotyczące bezpiecznych i higienicznych warunków kształcenia, w wymiarze nie mniejszym niż 4 godziny, w zakresie uwzględniającym specyfikę kształcenia w uczelni i rodzaj wyposażenia technicznego wykorzystywanego w procesie kształcenia.

Studentów obowiązują zajęcia z pierwszej pomocy przedmedycznej w wymiarze: 4 godzin

Studentów obowiązuje szkolenie biblioteczne w wymiarze 2 godzin.

Zajęciom tym nie przypisuje się punktów ECTS.

Dodatkowo studentów obcokrajowców na studiach stacjonarnych obowiązuje język polski – lektorat w wymiarze 4 ECTS.

13. Sposoby weryfikacji i oceny efektów uczenia się osiągniętych przez studenta w trakcie całego cyklu kształcenia:

Prowadzący określa szczegółowe efekty uczenia się i formę ich weryfikacji, a następnie umieszcza je w karcie przedmiotu (zajęć). Warunkiem uzyskania kwalifikacji, potwierdzonych dyplomem ukończenia studiów, jest osiągnięcie przez studenta wszystkich efektów uczenia się założonych w programie studiów. Weryfikacja i ocena efektów uczenia się w zakresie wiedzy, umiejętności i kompetencji społecznych osiągniętych przez studenta cyklu kształcenia odbywa się w szczególności:

- 1) w trakcie realizacji zajęć dydaktycznych w ramach, których osiągnane są szczegółowe efekty uczenia się,
- 2) poprzez praktyki zawodowe,
- 3) poprzez proces dyplomowania obejmujący przygotowanie pracy dyplomowej oraz przystąpienie do egzaminu dyplomowego w ramach, których weryfikowane są efekty kierunkowe.

Metodami weryfikacji osiągnięcia przedmiotowych efektów uczenia się są w szczególności:

- 1) **egzamin z przedmiotu (zajęć)** – zakres tematyczny egzaminu nie powinien wychodzić poza treści zawarte w karcie przedmiotu (zajęć) realizowane w ramach wykładu/ćwiczeń/innych form. Student ma prawo do wglądu do pisemnej pracy egzaminacyjnej oraz uzasadnienia przez prowadzącego otrzymanej na egzaminie oceny. Forma egzaminu: ustna, pisemna lub praktyczna określana jest przez prowadzącego zajęcia i zawarta w karcie przedmiotu (zajęć);
 - **egzamin ustny** powinien być przeprowadzany w obecności innych studentów lub pracowników;
 - **egzamin pisemny** może być organizowany w formie testowej lub opisowej. Egzamin przeprowadza się w sali dydaktycznej, w której jest możliwe właściwe rozlokowanie studentów, zapewniające komfort pracy i jej samodzielność. Prowadzący egzamin ma prawo przerwać lub unieważnić egzamin w sytuacji, gdy praca studenta nie jest samodzielna (student korzysta z niedozwolonych materiałów, urządzeń i z pomocy innych osób);
- 2) **zaliczenia z oceną i zaliczenia** – prowadzący zajęcia określa kryteria oceny, podaje jej składowe i uzasadnia ocenę otrzymaną przez studenta na zaliczeniu. Kryteria oceny i jej składowe określa karta przedmiotu (zajęć). Student ma prawo do wglądu do pisemnej pracy zaliczeniowej oraz do uzasadnienia przez prowadzącego otrzymanej oceny;
- 3) **prace etapowe** – przygotowywane przez studenta w trakcie studiów m.in.: kolokwia, sprawdziany, prace zaliczeniowe, referaty, prezentacje, studia przypadków (case studies), eseje, projekty.

Formy i metody prowadzenia zajęć oraz kryteria oceny i jej składowe określa karta przedmiotu (zajęć).

Wszystkie formy weryfikacji osiągnięć studenta uzyskanych w ramach zajęć w danym semestrze odnotowuje się w kartach okresowych osiągnięć studenta.