

Załącznik nr 1 do uchwały nr 17/2022 Senatu Politechniki Rzeszowskiej Im. Ignacego Łukasiewicza z
dnia 28.04.2022 r.

Program studiów

Master of Business Administration podyplomowe

1. Podstawowe informacje o studiach podyplomowych

Nazwa studiów	Master of Business Administration
Poziom studiów	podyplomowe
Liczba semestrów	studia niestacjonarne: 2
Liczba punktów ECTS wymagana do ukończenia studiów	37
Łączna liczba godzin zajęć	296

2. Cel studiów podyplomowych

XXI wiek przynosi wiele wyzwań organizacjom oraz ludziom. Zmieniające się warunki funkcjonowania przedsiębiorstw, przyspieszone tempo procesu transformacji cyfrowej oraz nowe technologie, wpływają na zmiany zarówno w strategiach biznesowych, jak i w strukturze organizacji oraz kulturze organizacyjnej. Postęp z jednej strony stanowi szansę dla rozwoju współczesnych przedsiębiorstw, z drugiej zaś, biorąc pod uwagę tempo zachodzących zmian oraz konieczność wdrażania w organizacji nowych rozwiązań, może stanowić zagrożenie. W warunkach zachodzących zmian ważnym zagadnieniem staje się skuteczne zarządzanie. Skuteczność i efektywność mogą zapewnić zdolni liderzy, szybko dostosowujący się do współczesnego świata i potrafiący reagować na złożone potrzeby firm i organizacji. Proponowane studia MBA wyposażą uczestników w pakiet nowoczesnej wiedzy zarządczej oraz w umiejętności praktyczne niezbędne do zarządzania organizacją przyszłości.

3. Adresaci studiów podyplomowych

Adresatami studiów Master of Business Administration są:

- osoby zarządzające w przedsiębiorstwach produkcyjnych, handlowych, usługowych lub innego typu organizacjach,
- osoby planujące w przyszłości pracować na kierowniczych stanowiskach,
- pracownicy administracji samorządowej i rządowej,
- kandydaci na członków rad nadzorczych,
- osoby interesujące się zarządzaniem.

Uczestnikiem studiów podyplomowych MBA może być osoba, która posiada tytuł zawodowy inżyniera, licencjata lub magistra i co najmniej 3 letnie doświadczenie zawodowe.

4. Sylwetka absolwenta, możliwości zatrudnienia

Absolwent studiów MBA zdobywa interdyscyplinarną wiedzę i nabywa zaawansowanych kompetencji menedżerskich. Po ukończeniu studiów jest przygotowany do kompleksowego zarządzania przedsiębiorstwami o różnym profilu. Potrafi tworzyć efektywne modele biznesowe, zarządzać projektami, rozwiązywać problemy oraz współpracować w środowisku wielokulturowym.

5. Zasady rekrutacji

Rekrutacja na studia podyplomowe odbywa się w Systemie Internetowej Rekrutacji kandydatów „SIR” przez stronę Internetową: www.prz.edu.pl. Rejestracja kandydata w SIR jest warunkiem przystąpienia do postępowania kwalifikacyjnego. Rekrutacja przebiega bez egzaminów wstępnych. O przyjęciu decyduje pozytywna weryfikacja dokumentów złożonych przez kandydata, a w przypadku większej liczby kandydatów niż liczba miejsc określona w limitach, o przyjęciu decyduje kolejność złożenia kompletu wymaganych dokumentów w wyznaczonym terminie.

Miejsce składania dokumentów: Biuro Centrum Studiów Podyplomowych Wydziału Zarządzania.

Kandydaci składają:

- 1) ankietę osobową (formularz PODANIA SIR) – wydrukowaną z Systemu Internetowej Rekrutacji i podpisaną przez kandydata,
- 2) kopię dyplomu ukończenia studiów wyższych – oryginał dyplomu należy przedstawić do wglądu kierownikowi lub osobie przez niego upoważnionej w celu poświadczenia zgodności kopii składanego dokumentu z jego oryginałem;
- 3) oświadczenie dotyczące pokrycia kosztów kształcenia, w przypadku gdy koszty kształcenia pokrywa pracodawca.
- 4) potwierdzenie co najmniej 3 letniego doświadczenia zawodowego.

Niedostarczenie w ustalonym terminie kompletu dokumentów skutkuje niedopuszczeniem kandydata do dalszego postępowania rekrutacyjnego.

6. Efekty uczenia się

Symbol	Treść	Odniesienia do PRK
K_W01	Ma uporządkowaną i podbudowaną teoretycznie wiedzę z zakresu zarządzania, ekonomii i finansów	P7S_WG
K_W02	Posiada pogłębioną wiedzę odnośnie doboru i wykorzystania narzędzi i metod niezbędnych do zarządzania organizacją	P7S_WG
K_W03	Zna i rozumie ekonomiczne, prawne i etyczne uwarunkowania działalności gospodarczej	P7S_WK
K_W04	Posiada wiedzę niezbędną do podejmowania decyzji na poziomie operacyjnym i strategicznym	P7S_WK
K_W05	Zna metody, techniki i narzędzia zapewniające bezpieczeństwo organizacji	P7S_WG
K_W06	Posiada pogłębioną wiedzę na temat roli społecznej odpowiedzialności biznesu jako ważnego czynnika wdrażania rozwoju zrównoważonego w gospodarce i społeczeństwie	P7S_WG
K_W07	Zna i rozumie współczesne koncepcje zarządzania organizacjami	P7S_WK
K_W08	Zna podstawowe zasady tworzenia i rozwoju różnych form organizacyjnych	P7S_WK
K_W09	Zna podstawowe pojęcia, koncepcje, metody i techniki zarządzania zasobami ludzkimi	P7S_WG
K_U01	Potrafi wykorzystywać posiadaną wiedzę do formułowania i rozwiązywania nietypowych problemów w organizacji	P7S_UW
K_U02	Potrafi dokonać krytycznej analizy i oceny posiadanych danych	P7S_UW
K_U03	Potrafi dobrać oraz wykorzystać właściwe metody i narzędzia w procesie zarządzania	P7S_UW
K_U04	Potrafi wykorzystać posiadaną wiedzę do rozwiązywania problemów	P7S_UW
K_U05	Wykorzystując specjalistyczną wiedzę potrafi komunikować się z różnymi grupami interesariuszy	P7S_UK
K_U06	Potrafi kierować pracą zespołu	P7S_UO
K_U07	Potrafi świadomie zarządzać swoją karierą	P7S_UU
K_K01	Rozumie potrzebę stałego podnoszenia swoich kompetencji z zakresu zarządzania, ekonomii i finansów, w przypadku problemów korzysta z opinii ekspertów	P7S_KK
K_K02	Potrafi współpracować w grupie, także w środowisku międzynarodowym	P7S_KO

Opis efektów uczenia się zawiera efekty uczenia się, o których mowa w ustawie z dnia 22 grudnia 2015 r. o Zintegrowanym Systemie Kwalifikacji i uwzględnienia uniwersalne charakterystyki pierwszego stopnia określone w tej ustawie oraz charakterystyki drugiego stopnia określone w przepisach wydanych na podstawie art. 7 ust. 3 tej ustawy, w tym efekty w zakresie znajomości języka obcego.

7. Wykaz zajęć, parametry programu studiów, metody weryfikacji efektów uczenia się oraz treści programowe

7.1 Wykaz zajęć

Semestr	Jedn.	Nazwa zajęć	Wykład	Ćwiczenia/ Lektorat	Laboratorium	Projekt/ Seminarium	Suma godzin	Punkty ECTS	Egzamin	Oblig.
1	ZF	Analiza finansowa przedsiębiorstw	4	12	0	0	16	2	N	
1	ZM	Analiza statystyczna	2	6	0	0	8	1	N	
1	ZM	Budowanie relacji z interesariuszami	0	8	0	0	8	1	N	
1	ZM	Digital marketing	0	8	0	0	8	1	N	
1	ZM	Ekonomia menedżerska	4	4	0	0	8	1	N	
1	ZH	Etyka biznesu i CSR	4	4	0	0	8	1	N	
1	ZH	Sesja integracyjna. Psychologiczne aspekty komunikacji w biznesie	2	6	0	0	8	1	N	
1	ZB	Systemowe zarządzanie projektami	0	16	0	0	16	2	N	
1	ZM	Uwarunkowania prawne podejmowania decyzji menedżerskich	4	12	0	0	16	2	N	
1	ZM	Współczesne koncepcje zarządzania	4	4	0	0	8	1	N	
1	ZM	Zarządzanie marką	2	6	0	0	8	1	N	
1	ZM	Zarządzanie strategiczne	4	12	0	0	16	2	N	
1	ZZ	Zarządzanie zasobami ludzkimi: strategię i praktyki	4	12	0	0	16	2	N	
1	ZM	Zarządzanie zmianą i sytuacjami kryzysowymi	4	4	0	0	8	1	N	
Sumy za semestr: 1			38	114	0	0	152	19	0	0
2	ZH	Budowanie zaangażowanych zespołów	0	8	0	0	8	1	N	
2	ZH	Coaching i mentoring	2	6	0	0	8	1	N	
2	ZM	Employer branding	2	6	0	0	8	1	N	
2	ZM	Facylitacja w pracy zespołowej	0	8	0	0	8	1	N	
2	ZH	Negocjacje i rozwiązywanie konfliktów	0	16	0	0	16	2	N	
2	ZM	Personal branding	0	8	0	0	8	1	N	
2	ZB	Projektowanie systemów i struktur organizacji	0	16	0	0	16	2	N	
2	ZE	Sposoby i narzędzia lobbingu	8	0	0	0	8	1	N	
2	ZM	Strategiczne przywództwo	2	6	0	0	8	1	N	
2	ZH	Warsztaty kreatywności	0	8	0	0	8	1	N	
2	ZM	Wystąpienia publiczne i autoprezentacja	2	14	0	0	16	2	N	
2	ZB	Zarządzanie bezpieczeństwem informacji i wywiad gospodarczy	0	8	0	0	8	1	N	
2	ZM	Zarządzanie w środowisku wielokulturowym	4	4	0	0	8	1	N	
2	ZF	Zarządzanie wynikami i controlling	4	12	0	0	16	2	N	
Sumy za semestr: 2			24	120	0	0	144	18	0	0
SUMY ZA WSZYSTKIE SEMESTRY:			62	234	0	0	296	37	0	0

7.2 Parametry programu studiów i metody weryfikacji efektów uczenia się

Parametry programu studiów

Łączna liczba punktów ECTS, którą student musi uzyskać w ramach zajęć prowadzonych z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich lub innych osób prowadzących zajęcia.	12 ECTS
Łączna liczba punktów ECTS przyporządkowana zajęciom związanym z prowadzoną w uczelni działalnością naukową w dyscyplinie lub dyscyplinach, do których przyporządkowany jest kierunek studiów.	6 ECTS
Łączna liczba punktów ECTS, jaką student musi uzyskać w ramach zajęć z dziedziny nauk humanistycznych lub nauk społecznych w przypadku kierunków studiów przyporządkowanych do dyscyplin w ramach dziedzin innych niż odpowiednio nauki humanistyczne lub nauki społeczne.	--

Łączna liczba punktów ECTS przyporządkowana przedmiotom do wyboru.	0 ECTS
Łączna liczba punktów ECTS, którą student musi uzyskać w ramach zajęć z języka obcego.	0 ECTS
Liczba godzin zajęć z wychowania fizycznego.	--

Metody weryfikacji efektów uczenia się

Szczegółowe zasady oraz metody weryfikacji i oceny efektów uczenia się pozwalające na sprawdzenie i ocenę wszystkich efektów uczenia się są opisane w kartach zajęć. W ramach programu weryfikacja osiągniętych efektów uczenia się jest realizowana w szczególności przy pomocy następujących metod: egzamin cz. pisemna, egzamin cz. praktyczna, egzamin cz. ustna, zaliczenie cz. pisemna, zaliczenie cz. praktyczna, zaliczenie cz. ustna, esej, kolokwium, sprawdzian pisemny, obserwacja wykonawstwa, prezentacja dokonań (portfolio), prezentacja projektu, raport pisemny, referat pisemny, referat ustny, sprawozdanie z projektu, test pisemny. Szczegółowe informacje na temat weryfikacji osiągniętych przez studentów efektów uczenia się znajdują się w kartach zajęć opublikowanych na stronie internetowej wydziału. Parametry wybranych metod weryfikacji efektów uczenia się znajdują się w tabeli poniżej.

Liczba zajęć, w których wymagany jest egzamin	0
Liczba zajęć, w których wymagany jest egzamin w formie pisemnej	0
Liczba zajęć, w których wymagany jest egzamin w formie ustnej	0
Liczba godzin przeznaczona na egzamin w formie pisemnej	0 godz.
Liczba godzin przeznaczona na egzamin w formie ustnej	0 godz.
Szacowana liczba godzin, którą studenci powinni poświęcić na przygotowanie się do egzaminów i zaliczeń	67 godz.
Liczba zajęć, które kończą się zaliczeniem bez egzaminu	28
Liczba godzin przeznaczona na zaliczenie w formie pisemnej	1 godz.
Liczba godzin przeznaczona na zaliczenie w formie ustnej	12 godz.
Szacowana liczba godzin, którą studenci powinni poświęcić na przygotowanie się do zaliczeń w trakcie semestrów na zajęciach ćwiczeniowych (bez zaliczeń końcowych)	2 godz.
Liczba zajęć, w których weryfikacja osiągniętych efektów uczenia się realizowana jest na podstawie obserwacji wykonawstwa (laboratoria)	0
Liczba laboratoriów, w których osiągnięte efekty uczenia się sprawdzane są na podstawie sprawdzianów w trakcie semestru	0
Szacowana liczba godzin, którą studenci powinni poświęcić na przygotowanie się do sprawdzianów realizowanych na zajęciach laboratoryjnych	0 godz.
Liczba zajęć projektowych, w których osiągnięte efekty uczenia się sprawdzane są na podstawie prezentacji projektu, raportu pisemnego, referatu pisemnego, referatu ustnego lub sprawozdania z projektu	0
Szacowana liczba godzin, którą studenci powinni poświęcić na wykonanie projektu/dokumentacji/raportu oraz przygotowanie do prezentacji	0 godz.
Liczba zajęć wykładowych, które wymagają odrębnego zaliczenia w formie pisemnej lub ustnej niezależnie od wymagań innych form zajęć tego modułu.	3
Szacowana liczba godzin, którą studenci powinni poświęcić na przygotowanie się do sprawdzianów realizowanych na zajęciach wykładowych.	16 godz.

7.3 Treści programowe

Analiza finansowa przedsiębiorstw	K_W01, K_W04, K_U02, K_U03, K_K01
• Sprawozdanie finansowe - elementy, zawartość merytoryczna, przydatność decyzyjna • Pozyskiwanie zarządczych informacji z sprawozdań finansowych • Badanie kondycji finansowej przedsiębiorstwa przy wykorzystaniu analizy wskaźnikowej. Płynność finansowa, rentowność, sprawność działania, optymalizacja rozrachunków, źródła finansowania • Optymalizacja kapitału obrotowego - strategię • Predykcja upadłość. Wskaźniki wczesnego ostrzeżenia - funkcje dyskryminacyjne	
Analiza statystyczna	K_W02, K_U02, K_U03, K_K01
• Statystyka opisowa. • Zastosowanie zarządcze statystyki.	
Budowanie relacji z interesariuszami	K_W02, K_U04, K_U05, K_K03
• Interesariusze wewnętrzni i zewnętrzni. • Psychologiczne aspekty budowania relacji z interesariuszami. • Kluczowe umiejętności i narzędzia wspomagające budowanie właściwych relacji z interesariuszami. • Radzenie sobie z trudnymi obszarami w relacjach z interesariuszami.	
Budowanie zaangażowanych zespołów	K_W07, K_W09, K_U01, K_K02
• Zasady pracy w zespole - podstawowe role. Pojęcie grupy społecznej. • Style kierowania i motywowanie • Budowanie zaufania • Zasady pracy w zespole i realizacji roli lidera. • Dobór osób - kryteria osobowościowe • Sposoby radzenia sobie ze stresem i konfliktem w grupie • Inteligencja emocjonalna • System definiowania celów strategicznych angażujący ludzi	
Coaching i mentoring	K_W09, K_U06, K_U07, K_K02
• Coaching jako metoda wspierania rozwoju potencjału ludzkiego • Mentoring jako pomocna metoda wspierania rozwoju potencjału ludzkiego • Wybrane techniki i narzędzia stosowane w coachingu • Mentoring - zastosowanie w praktyce • Business coaching, executive coaching, team coaching i life coaching.	
Digital marketing	K_W02, K_U04, K_U05, K_K01
• Bieżące trendy w digital marketingu w Polsce i na świecie. • Wybrane narzędzia stosowane w digital marketingu. • Sprawdzone praktyki oraz błędy w komunikacji marketingowej z wykorzystaniem social media.	
Ekonomia menedżerska	K_W01, K_W02, K_W04, K_U01, K_U02, K_U03, K_K01
• Wprowadzenie do problematyki podejmowania decyzji gospodarczych. • Analiza i prognozowanie popytu. • Analiza kosztów produkcji. • Zarządzanie kapitałem i zyskami. • Decyzje cenowe - teoria i praktyka.	
Employer branding	K_W02, K_U02, K_K01
• Idea kształtowania marki pracodawcy • Narzędzia employer branding	
Etyka biznesu i CSR	K_W03, K_W06, K_U02, K_K03
• Wybrane teorie etyczne • Różne rodzaje odpowiedzialności w biznesie. • Elementy analizy etycznej • CSR • Etyczna analiza	

wybranych zjawisk patologicznych w kadrze pracowniczej • Analiza wybranych kodeksów etycznych • Projektowanie kodeksu etycznego firmy	
Facylitacja w pracy zespołowej	K_W07, K_W09, K_U04, K_U06, K_K02, K_K03
• Rola osoby facylitującej. • Komunikacja w pracy osoby facylitującej • Metody i techniki pracy z grupą • Fscylitacja w rozwiązywaniu problemów	
Negocjacje i rozwiązywanie konfliktów	K_W04, K_W09, K_U01, K_U03, K_U04, K_K02
• Podstawy negocjacji. • Strategie i techniki negocjacji. • Style negocjacyjne • Komunikacja w negocjacjach. • Negocjacje miękkie i twarde • Scenariusz negocjacyjny • Cechy i umiejętności dobrego negocjatora • Konflikt - analiza i zarządzanie. • Techniki wspomagające rozwiązywanie konfliktu. • Prewencyjne i eskalacyjne modele rozwiązywania konfliktów. • Konflikt wewnętrzny a dynamika grupy. • Konflikty międzykulturowe i międzynarodowe. • Psychologia kłamstwa.	
Personal branding	K_W09, K_U05, K_U07, K_K01
• Podstawowe zasady i strategie personal brandingu. • Narzędzia wykorzystywane do kreowania marki osobistej. • Sprawdzone praktyki oraz błędy w personal brandingu.	
Projektowanie systemów i struktur organizacji	K_W01, K_W02, K_W07, K_W08, K_U01, K_U02, K_U04, K_K01
• Wprowadzenie do projektowania systemów i struktur organizacji • Projektowanie struktury zadań (procesy, projekty, programy, portfele) • Projektowanie struktury organizacyjnej • Projektowanie systemu informacji zarządczej • Projektowanie systemu controllingu • Projektowanie proaktywnego systemu motywacyjnego	
Sesja integracyjna. Psychologiczne aspekty komunikacji w biznesie	K_W09, K_U04, K_U05, K_K02
• Sesja integracyjna. Komunikacja jako podstawa budowania dobrych relacji z otoczeniem. • Psychologiczne aspekty komunikacji • Techniki wspierające efektywną komunikację. • Perswazja, retoryka i erystyka • Skuteczna komunikacja w zespole. • Kompetencje komunikacyjne lidera.	
Sposoby i narzędzia lobbingu	K_W04, K_W07, K_W08, K_U03, K_U05, K_K02
• Pojęcie i charakterystyka lobbingu • Instrumenty lobbingowe • Metody lobbingu • Lobbing w środowisku międzynarodowym	
Strategiczne przywództwo	K_W02, K_W04, K_U01, K_U06, K_K03
• Strategiczne przywództwo. Techniki podnoszenia efektywności rozmów z pracownikami. • Delegowanie i ocenianie efektywności pracownika. • Ćwiczenia praktyczne dotyczące całości zrealizowanych tematów.	
Systemowe zarządzanie projektami	K_W02, K_W07, K_U03, K_U06, K_K01
• Wprowadzenie do systemowego zarządzania projektami • Zarządzanie projektem • Tworzenie metodyki zarządzania projektami	
Uwarunkowania prawne podejmowania decyzji menedżerskich	K_W01, K_W04, K_U01, K_U02, K_K03
• Istota procesu decyzyjnego. • Sztuka podejmowania decyzji w oparciu o przepisy prawne. Studia przypadków. • Metody podejmowania decyzji indywidualnych i grupowych. • Bariery prawne w procesie podejmowania decyzji menedżerskich	
Warsztaty kreatywności	K_W09, K_U01, K_K01
• Czym jest kreatywne myślenie • Ćwiczenia na kreatywność • Etapy twórczego myślenia • Wykorzystanie kreatywnych metod • Model procesu kreatywnego • Psychologiczne pułapki twórczego myślenia i współdziałania • Myślenie kreatywne w biznesie	
Współczesne koncepcje zarządzania	K_W01, K_W02, K_W07, K_U03, K_K03
• Wybrane metody i koncepcje zarządzania. • Współczesne metody zarządzania w praktyce.	
Wystąpienia publiczne i autoprezentacja	K_W09, K_U05, K_K03
• Kreowanie własnego wizerunku. Budowanie wiarygodności i zaufania. • Zasady komunikacji werbalnej. • Zasady komunikacji niewerbalnej. • Wystąpienia publiczne - warsztat mówcy. Odgrywanie ról - sytuacje wywierania wrażenia na innych. Ćwiczenia z wykorzystaniem kamery - nagrywanie słuchaczy i analiza wystąpień.	
Zarządzanie bezpieczeństwem informacji i wywiad gospodarczy	K_W04, K_W05, K_U02, K_U04, K_U05, K_K02
• Wprowadzenie do zarządzania bezpieczeństwem informacji i wywiadu gospodarczego • Pozyskiwanie informacji wywiadowczych gospodarczych i biznesowych (OSINT) • Analiza i opracowanie informacji gospodarczych i biznesowych • Projektowanie i wdrażanie systemowych rozwiązań w zakresie bezpieczeństwa informacji w organizacji • Kontrwywiad gospodarczy	
Zarządzanie marką	K_W01, K_W07, K_U02, K_K01
• Rozumienie zarządzania marką. Zakres zarządzania marką • Segmentacja rynku i pozycjonowanie marki • Kreowania marki w erze „gospodarki doświadczeń” • Technik określania świadomości marki oraz pomiaru wizerunku marki • Analiza przykładów odnoszących się do zarządzania marką	
Zarządzanie strategiczne	K_W01, K_W08, K_U01, K_U03, K_K01
• Trendy w zarządzaniu strategicznym. • Analiza strategiczna. • Proces zarządzania strategicznego. • Typy strategii i sposoby rozwoju przedsiębiorstwa.	
Zarządzanie w środowisku wielokulturowym	K_W02, K_W09, K_U01, K_U06, K_K02
• Tożsamość i różnice kulturowe • Budowanie kultury w organizacji wielokulturowej. • Zarządzanie zespołem wielokulturowym.	
Zarządzanie wynikami i controlling	K_W01, K_W04, K_U03, K_U04, K_K02
• Cel działalności gospodarczej - wynik finansowy. Skutki finansowe podejmowanych decyzji. Kluczowe czynniki sukcesu. • Controlling operacyjny - centra wynikowe. Optymalizacja wyników. Controlling produkcji - koszty i ich kalkulacja, budżetowanie kosztów. • Controlling sprzedaży - budowanie relacji z klientami, rachunek wyników klientów. • Przekładanie strategii na wyniki - cele, mierniki, motywacja. Zrównoważona karta wyników.	
Zarządzanie zasobami ludzkimi: strategię i praktyki	K_W02, K_W04, K_U01, K_U03, K_U04
• Zarządzanie zasobami ludzkimi w zarządzaniu przedsiębiorstwem • Zewnętrzne i wewnętrzne uwarunkowania zżl • Modele zarządzania zasobami ludzkimi • Strategiczny wymiar zżl • Polityki w zakresie zżl • HR business partner • Zakres kompetencji i odpowiedzialności działu HR i menadżerów w procesie zarządzania zasobami ludzkimi • Ocena efektywności zżl • Budowanie strategii personalnej przedsiębiorstwa • Korzyści i warunki stosowania wybranych programów w zakresie zarządzania zasobami ludzkimi w przedsiębiorstwie: zarządzanie talentami, zarządzanie różnorodnością, well being • Wymagane kompetencje kierownicze w obszarze zarządzania zasobami ludzkimi na etapie rekrutacji, ocen pracowniczych, budowania zaangażowania pracowników • Motywowanie finansowe jako narzędzie zarządzania zasobami ludzkimi • Derekrutacja pracowników i outplacement • Przesłanki ekonomiczne i etyczne decyzji personalnych – dylematy etyczne w obszarze zżl	
Zarządzanie zmianą i sytuacjami kryzysowymi	K_W04, K_W05, K_U02, K_U04, K_U06, K_K02, K_K03
• Formy zmian i strategie realizowania zmian w organizacji. • Rola kadry menedżerskiej w procesie zmian. • Metody i techniki wspomagające proces zmian. • Problematyka zarządzania kryzysowego. Przykłady biznesowe.	

