

**Program studiów**

**Poddyplomowe studia  
menedżerskie  
poddyplomowe**

## 1. Podstawowe informacje o studiach podyplomowych

Nazwa studiów	Podyplomowe studia menedżerskie
Poziom studiów	podyplomowe
Liczba semestrów	studia niestacjonarne: 2
Liczba punktów ECTS wymagana do ukończenia studiów	30
Łączna liczba godzin zajęć	184

## 2. Cel studiów podyplomowych

Celem studiów jest rozwijanie kompetencji niezbędnej do prawidłowego realizowania zadań w obszarze zarządzania funkcjami organizacji. Słuchacze przyswoją wiedzę i rozwiną umiejętności z zakresu zarządzania na różnych szczeblach zarządzania. Zapoznają się w czasie studiów z nowoczesnymi metodami, technikami i narzędziami z zakresu zarządzania strategicznego, zarządzania marketingowego, zarządzania zasobami ludzkimi, zarządzania finansami oraz zarządzania projektami i procesami.

## 3. Adresaci studiów podyplomowych

Podyplomowe studia menedżerskie adresowane są do absolwentów studiów wyższych, którzy chcą nabyć lub rozwinąć swoje kompetencje w zarządzaniu organizacją na różnych poziomach. Kompleksowe podejście pozwala kształcić profesjonalnych liderów, przygotowanych do sprawnego realizowania funkcji kierowniczych na każdym szczeblu zarządzania w organizacjach różnych typów.

## 4. Sylwetka absolwenta, możliwości zatrudnienia

Absolwenci studiów uzyskują wszechstronną wiedzę i umiejętności praktyczne z zakresu zarządzania różnymi funkcjami organizacji. W czasie studiów zostaną rozwinięte kompetencje menedżerskie, które ułatwią podejmowanie trafnych decyzji oraz podniosą skuteczność i efektywność działań w różnych obszarach w organizacji. W szczególności absolwenci zdobędą wiedzę i umiejętności z zakresu:

- analizy strategicznej oraz kreowania strategii,
- prowadzenia działalności marketingowej, także z zastosowaniem najnowszych rozwiązań cyfrowych,- zarządzania kapitałem ludzkim,
- zarządzania projektami,
- zarządzania finansami organizacji,
- wykorzystania najnowszych technik i narzędzi, jak m.in. analizy statystyczne i sztuczna inteligencja.

Absolwenci w czasie studiów rozwijają także umiejętności prezentacji i wystąpień publicznych oraz nawiązywania relacji biznesowych.

Dzięki wszechstronnemu przygotowaniu, absolwenci będą mogli rozwijać kariery zawodowe w różnych typach organizacji. Są oni przygotowani do pracy w charakterze specjalisty organizacji i zarządzania oraz menedżera różnych szczebli zarządzania w przedsiębiorstwach, a także do prowadzenia własnej działalności gospodarczej.

## 5. Zasady rekrutacji

Rekrutacja na studia podyplomowe odbywa się w Systemie Internetowej Rekrutacji kandydatów „SIR” przez stronę internetową: [www.prz.edu.pl](http://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. Niedostarczenie w ustalonym terminie kompletu dokumentów skutkuje niedopuszczeniem kandydata do dalszego postępowania rekrutacyjnego.

## 6. Efekty uczenia się

Symbol	Treść	Odniesienia do PRK
K_W01	posiada wiedzę o wariantach rozwoju przedsiębiorstw i modelach rozwoju	P6S_WG
K_W02	identyfikuje modele organizacji i omawia ich zasadnicze elementy	P6S_WK
K_W03	zna rolę norm i standardów odnoszących się do poszczególnych obszarów działalności przedsiębiorstwa	P6S_WK
K_W04	charakteryzuje relacje organizacji i otoczenia	P6S_WG
K_W05	wyjaśnia role organizacyjne z uwzględnieniem podstawowych metod i technik analizy i opisu struktur organizacyjnych i procesów w nich zachodzących	P6S_WG
K_W06	charakteryzuje podstawowe zasady działania podmiotów rynkowych z uwzględnieniem zjawiska konkurencji	P6S_WG
K_W07	zna i rozumie sposoby zachowania się człowieka w strukturach społecznych organizacji	P6S_WG
K_W08	zna podstawowe koncepcje, metody i techniki zarządzania zasobami ludzkimi w organizacji	P6S_WG
K_W09	posiada wiedzę o źródłach finansowania rozwoju przedsiębiorstw	P6S_WG
K_U01	posiada umiejętność projektowania ścieżki rozwoju organizacji i jej etapów	P6S_UW
K_U02	posiada umiejętność wskazywania właściwych metod i narzędzi, a także wykorzystać je w procesach zarządzania przedsiębiorstwem	P6S_UW
K_U03	potrafi wykorzystać określone czynniki zarządzania na poszczególnych etapach rozwoju firmy	P6S_UW
K_U04	posiada umiejętność przygotowania założeń restrukturyzacji i rozwoju przedsiębiorstwa	P6S_UW
K_U05	potrafi obserwować i oceniać zjawiska i procesy zachodzące w organizacjach	P6S_UW
K_U06	potrafi rozwijać i właściwie zastosować zdobytą wiedzę teoretyczną w określonym obszarze organizacji do rozwiązywania występujących podstawowych problemów	P6S_UW P6S_UU
K_U07	potrafi prowadzić dyskusję na temat problemów zarządzania z uwzględnieniem wiedzy z dostępnych źródeł	P6S_UK
K_U08	posiada umiejętność analizy i oceny zasobów organizacji i procesów w niej zachodzących	P6S_UW
K_U09	jest przygotowany do oceny sytuacji firmy (organizacji) i określenia etapu jej rozwoju	P6S_UW
K_U10	posiada umiejętności do zapewnienia udziału w dyskusji szerokiego grona interesariuszy, mając na uwadze budowę wartości przedsiębiorstwa (organizacji)	P6S_UK
K_U11	potrafi wskazywać priorytety i cele służące realizacji określonych zadań	P6S_UO
K_K01	jest przygotowany do rozstrzygania podstawowych dylematów występujących w pracy zawodowej	P6S_KR
K_K02	rozumie znaczenie wiedzy i umiejętności oraz konieczność stałego ich doskonalenia	P6S_KK

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.

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

### 7.1 Wykaz zajęć

Sem.	Jedn.	Nazwa zajęć	Wykład	Ćw./Lekt.	Lab.	Proj./Semin.	Suma godzin	Punkty ECTS	Godz. prakt.	ECTS prakt.	Godziny zdalne	ECTS zdalne	Egzamin	Oblig.
1	ZH	Analiza strategiczna	4	4	0	0	8	1	4	0,5	0	0	N	
1	ZH	Finansowanie rozwoju przedsiębiorstwa	0	4	0	0	4	1	4	1	0	0	N	
1	ZH	Marketing w Internecie	4	4	8	0	16	3	12	2	0	0	N	
1	ZH	Polityka personalna	4	4	0	0	8	1	4	0,5	0	0	N	
1	ZH	Rachunkowość w biznesie	2	6	0	0	8	2	6	2	0	0	N	
1	ZH	Strategia marketingowa przedsiębiorstwa	4	4	0	0	8	1	4	0,5	0	0	N	
1	ZH	Style i techniki kierowania	2	2	0	0	4	1	2	0,5	0	0	N	
1	ZH	Twórcze rozwiązywanie problemów	2	6	0	0	8	1	6	1	0	0	N	
1	ZH	Wystąpienia publiczne	0	8	0	0	8	1	8	1	0	0	N	
1	ZH	Zarządzanie marką	4	4	0	0	8	1	4	0,5	0	0	N	
1	ZH	Zarządzanie relacjami	2	6	0	0	8	1	6	1	0	0	N	
1	ZH	Zastosowanie statystyki w zarządzaniu	2	6	0	0	8	1	6	1	0	0	N	
<b>Sumy za semestr: 1</b>			<b>30</b>	<b>58</b>	<b>8</b>	<b>0</b>	<b>96</b>	<b>15</b>	<b>66</b>	<b>11,5</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
2	ZH	Negocjacje i zarządzanie konfliktem	4	4	0	4	12	3	8	2	0	0	N	
2	ZH	Odpowiedzialność prawna osób kierujących pracownikami	4	4	0	0	8	1	4	0,5	0	0	N	

2	ZH	Restrukturyzacja przedsiębiorstwa	4	4	0	0	8	1	4	0,5	0	0	N	
2	ZH	Strategie rozwoju i konkurencji	2	6	0	0	8	2	6	2	0	0	N	
2	ZH	Technology – Powered Management	4	12	0	0	16	3	12	2	0	0	N	
2	ZH	Zarządzanie procesami w przedsiębiorstwie	4	4	0	0	8	1	4	0,5	0	0	N	
2	ZH	Zarządzanie projektami	4	4	0	0	8	1	4	0,5	0	0	N	
2	ZH	Zarządzanie wynikami i controlling menedżerski	8	8	4	0	20	3	12	2	0	0	N	
<b>Sumy za semestr: 2</b>			<b>34</b>	<b>46</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>88</b>	<b>15</b>	<b>54</b>	<b>10</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>SUMY ZA WSZYSTKIE SEMESTRY:</b>			<b>64</b>	<b>104</b>	<b>12</b>	<b>4</b>	<b>184</b>	<b>30</b>	<b>120</b>	<b>21,5</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>

Liczba punktów ECTS przypisanych do zajęć kształtujących umiejętności praktyczne: **21,5**

Liczba punktów ECTS przypisanych do zajęć prowadzonych z wykorzystaniem metod i technik kształcenia na odległość: **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.	9 ECTS
Łączna liczba punktów ECTS przyporządkowana zajęciom związanym z prowadzoną w uczelni działalnością naukową w dyscyplinie lub dyscyplinach, do których przyporządkowany jest kierunek studiów.	20 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
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
Liczba godzin przeznaczona na egzamin w formie ustnej	0
Szacowana liczba godzin, którą studenci powinni poświęcić na przygotowanie się do egzaminów i zaliczeń	48
Liczba zajęć, które kończą się zaliczeniem bez egzaminu	20
Liczba godzin przeznaczona na zaliczenie w formie pisemnej	1
Liczba godzin przeznaczona na zaliczenie w formie ustnej	14
Szacowana liczba godzin, którą studenci powinni poświęcić na przygotowanie się do zaliczeń w trakcie semestrów na zajęciach ćwiczeniowych (bez zaliczeń końcowych)	4
Liczba zajęć, w których weryfikacja osiągniętych efektów uczenia się realizowana jest na podstawie obserwacji wykonawstwa (laboratoria)	2
Liczba laboratoriów, w których osiągane 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
Liczba zajęć projektowych, w których osiągane efekty uczenia się sprawdzane są na podstawie prezentacji projektu, raportu pisemnego, referatu pisemnego, referatu ustnego lub sprawozdania z projektu	1
Szacowana liczba godzin, którą studenci powinni poświęcić na wykonanie projektu/dokumentacji/raportu oraz przygotowanie do prezentacji	10
Liczba zajęć wykładowych, które wymagają odrębnego zaliczenia w formie pisemnej lub ustnej niezależnie od wymagań innych form zajęć tego modułu	1
Szacowana liczba godzin, którą studenci powinni poświęcić na przygotowanie się do sprawdzianów realizowanych na zajęciach wykładowych	3

### 7.3 Treści programowe

Analiza strategiczna	K_W01, K_W04, K_W06, K_U02, K_U08, K_U09, K_U11
<ul style="list-style-type: none"> <li>Najnowsze rozwiązania teoretyczne z zakresu analizy strategicznej i oceny czynników sukcesu organizacji.</li> <li>Metody i techniki analizy strategicznej w organizacji. Przykłady i rozwiązania praktyczne.</li> <li>Identyfikacja kompetencji niezbędnych do oceny sytuacji firmy (organizacji) i określenia etapu jej rozwoju. Wskazywanie czynników sukcesu.</li> </ul>	
Finansowanie rozwoju przedsiębiorstwa	K_W01, K_W09, K_U02, K_U06, K_U10, K_U11

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ogólne zagadnienia dotyczące finansowania przedsiębiorstw. Istota finansowania działalności przedsiębiorstwa. Pojęcie kapitału. Rodzaje finansowania przedsiębiorstw. Planowanie finansowe w przedsiębiorstwie.</li> <li>• Samofinansowanie rozwoju przedsiębiorstwa.</li> <li>• Analiza wybranych, klasycznych źródeł finansowania działalności gospodarczej. Obce formy finansowania działalności firmy.</li> <li>• Nowoczesne formy finansowania rozwoju przedsiębiorstwa</li> </ul>	
Marketing w Internecie	K_W06, K_U06, K_U10, K_U11
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Najnowsze trendy marketingu online, sposoby promocji w Internecie</li> <li>• Formy promocji w sieci. Narzędzia reklamy internetowej. Proces realizowania kampanii reklamowych w Internecie.</li> <li>• Podstawy wykorzystywania systemów adserwerowych (targetowanie, geolokalizacja), sieci reklamowe.</li> <li>• Działalność marketingowa w mediach społecznościowych</li> <li>• Pozycjonowanie witryn internetowych. Wykorzystanie narzędzi analitycznych do oceny działalności marketingowej w Internecie</li> </ul>	
Negocjacje i zarządzanie konfliktem	K_W07, K_W08, K_U07, K_U10, K_K01
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Podstawy negocjacji.</li> <li>• Strategie i techniki negocjacji.</li> <li>• Etapy negocjacji.</li> <li>• Komunikacja w negocjacjach.</li> <li>• Komunikacja niewerbalna.</li> <li>• Podstawy mediacji.</li> <li>• Trening mediacji.</li> <li>• Konflikt - analiza i zarządzanie.</li> <li>• Techniki wspomagające rozwiązywanie konfliktu.</li> <li>• Psychologia kłamstwa.</li> <li>• Podsumowanie.</li> </ul>	
Odpowiedzialność prawna osób kierujących pracownikami	K_W03, K_W07, K_U06, K_K01
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Stosunek pracy. Sposoby nawiązania stosunku pracy i rozwiązanie stosunku pracy.</li> <li>• Obowiązki pracodawcy. Wynagrodzenie za pracę.</li> <li>• Odpowiedzialność pracowników i pracodawcy.</li> <li>• Czas pracy. Normy i ogólny wymiar czasu pracy. Bezpieczeństwo pracy.</li> </ul>	
Polityka personalna	K_W01, K_W07, K_W08, K_U02, K_U06, K_U08, K_U09, K_U10, K_K02
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Identyfikacja podstawowych terminów w zakresie polityki personalnej. Determinanty polityki personalnej. Etapy rozwoju polityki personalnej. Strategia jako narzędzie polityki personalnej. Praktyki kadrowe jako narzędzie kształtowania polityki personalnej: pozyskiwanie pracowników, rozwój, oceny pracownicze, motywowanie, derekrutacja.</li> </ul>	
Rachunkowość w biznesie	K_W03, K_U06, K_U08, K_K01
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Istota, funkcje i zadania rachunkowości, narzędzia rachunkowości (bilans, konto księgowe, zasada podwójnego zapisu, księgi rachunkowe)</li> <li>• charakterystyka kategorii tworzących bilans, rachunek zysków i strat oraz rachunek przepływów pieniężnych</li> <li>• Ustalanie wyniku finansowego, wycena bilansowa</li> </ul>	
Restrukturyzacja przedsiębiorstwa	K_W01, K_W02, K_U01, K_U04, K_U11
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Restrukturyzacja jako problem strategiczny i proces zmian w przedsiębiorstwie. Uwarunkowania przebiegu procesu restrukturyzacji. Restrukturyzacja – struktura problemu: przyczyny wymiary i skutki restrukturyzacji.</li> <li>• Restrukturyzacja przedsiębiorstwa – metodyka. Dotychczasowe doświadczenia restrukturyzacji przedsiębiorstw w Polsce.</li> <li>• Związek restrukturyzacji ze strategią rozwoju przedsiębiorstwa.</li> <li>• Nowoczesne koncepcje zarządzania a restrukturyzacja (zarządzanie strategiczne, reengineering, outsourcing, lean management, outplacement).</li> </ul>	
Strategia marketingowa przedsiębiorstwa	K_W04, K_U01, K_U04, K_U11
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Istota i proces planowania marketingowego</li> <li>• Analiza otoczenia marketingowego organizacji</li> <li>• Misja rynkowa i rynek przedsiębiorstwa</li> <li>• Formułowanie celów marketingowych w planowaniu strategicznym i operacyjnym</li> <li>• Segmentacja i wybór rynku docelowego</li> <li>• Plany strategiczne i operacyjne</li> <li>• Kontrola i monitoring procesu realizacji strategii marketingowych</li> </ul>	
Strategie rozwoju i konkurencji	K_W01, K_W04, K_U02, K_U03, K_U09, K_U10, K_U11

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pojęcie rozwoju i wzrostu przedsiębiorstwa, macierz gotowości organizacji do rozwoju.</li> <li>• Główne kierunki rozwoju przedsiębiorstwa.</li> <li>• Typowe strategie rozwoju przedsiębiorstwa, warianty dywersyfikacji.</li> <li>• Pojęcie i typy nadzoru korporacyjnego, teoria Shareholders i Stakeholders.</li> <li>• Typowe modele rozwoju organizacji, czynniki zarządzania Churchilla - Lewisa.</li> <li>• Podział sektorów działalności, typowe strategie sektorowe przedsiębiorstw.</li> </ul>	
Style i techniki kierowania	K_W07, K_U07, K_U10, K_U11
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Podstawowe style i techniki kierowania, siatka stylów</li> <li>• Wybór stylu kierowania</li> <li>• Projektowanie i realizacja procesów zarządzania i przewodzenia w organizacji.</li> <li>• Style i techniki podejmowania decyzji.</li> <li>• Techniki coachingu w kierowaniu rozwojem kompetencji pracowników.</li> </ul>	
Technology – Powered Management	K_W04, K_W05, K_U02, K_U06, K_U08, K_U09, K_U10, K_K02
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Informacje w działalności przedsiębiorstwa i system interakcji z informacjami</li> <li>• Komunikacja z narzędziami AI</li> <li>• Wdrożenie modelu transformacji przy wykorzystaniu AI, no-code</li> </ul>	
Twórcze rozwiązywanie problemów	K_W07, K_U06, K_K02
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kreatywność a innowacyjność, Bariery kreatywności</li> <li>• Indywidualne cechy twórców. Emocje i motywacje w twórczości</li> <li>• Metody rozwijania kreatywności. Metody heurystyczne w twórczym rozwiązywaniu problemów</li> <li>• Trening kreatywności jako metoda rozwojowa</li> <li>• Kreatywność w samorozwoju</li> <li>• Kreatywność w relacjach interpersonalnych. Kreatywność w organizacji i biznesie</li> </ul>	
Wystąpienia publiczne	K_U06, K_U10, K_K02
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kreowanie własnego wizerunku. Budowanie wiarygodności i zaufania.</li> <li>• Komunikacja werbalna</li> <li>• Komunikacja niewerbalna</li> <li>• Stres związany z wystąpieniami publicznymi</li> <li>• Wystąpienia publiczne - warsztat mówcy</li> <li>• Odgrywanie ról - sytuacje wywierania wrażenia na innych.</li> </ul>	
Zarządzanie marką	K_W04, K_W06, K_U05, K_U06, K_U07, K_U11
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Wprowadzenie do zajęć. Istota marki. Znaczenie marki w procesie dokonywania zakupów</li> <li>• Tożsamość i wizerunek marki. Marka przedsiębiorstwa a marka produktu. Marka na rynku B2B i B2C</li> <li>• Rozumienie zarządzania marką. Zakres zarządzania marką</li> <li>• Strategie nadawania marek. Wprowadzanie marki na rynek</li> <li>• Segmentacja rynku i pozycjonowanie marki</li> <li>• Kluczowe elementy marki (nazwa, slogan, znak graficzny, kolorystyka)</li> <li>• Kreowania marki w erze „gospodarki doświadczeń”</li> <li>• Wartość marki i rankingi marek. „Kradzież” marki. Podrabianie produktów markowych</li> <li>• Technik określania świadomości marki oraz pomiaru wizerunku marki</li> <li>• Marka a system identyfikacji wizualnej przedsiębiorstwa</li> <li>• Determinanty zarządzania marką w wymiarze międzynarodowym (międzykulturowym)</li> <li>• Analiza przykładów odnoszących się do zarządzania marką</li> </ul>	
Zarządzanie procesami w przedsiębiorstwie	K_W01, K_U01, K_U09, K_U11
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Istota i cechy procesów. Zarządzanie procesowe</li> <li>• Identyfikacja procesów i ich powiązań.</li> <li>• Doskonalenie procesów. Systemy zarządzania jakością w zarządzaniu przedsiębiorstwem</li> </ul>	
Zarządzanie projektami	K_W02, K_W03, K_W05, K_U02, K_U09, K_U10, K_K01
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Wprowadzenie do projektu, podejście systemowe do zarządzania projektami, przygotowanie, planowanie i controlling projektu.</li> <li>• Wykonanie powierzonych elementów projektu zespołowego</li> </ul>	
Zarządzanie relacjami	K_W01, K_W04, K_W07, K_U05, K_U09, K_K01
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Organizacje i jej otoczenie. Interesariusze i ich wpływ na funkcjonowanie organizacji.</li> <li>• Rodzaje relacji i ich nawiązywanie i utrzymywanie. Mapa interesariuszy.</li> <li>• Narzędzia i metody angażowania interesariuszy, praktyczne wykorzystanie.</li> </ul>	
Zarządzanie wynikami i controlling menedżerski	K_W03, K_U01, K_U03, K_U11



<ul style="list-style-type: none"> <li>• Analiza finansowa, istota i rodzaje. Przedmiot analizy finansowej. Zakres analizy finansowej. Wykorzystanie analizy finansowej</li> <li>• Istota controllingu finansowego. Miejsce controllingu finansowego w systemie controllingu przedsiębiorstwa.</li> <li>• Strategiczny i operacyjny controlling finansowy. Cele i zadania strategicznego controllingu finansowego. Cele i zadania operacyjnego controllingu finansowego.</li> <li>• Instrumenty strategicznego controllingu finansowego (metody doboru i wyznaczania strategii finansowych, budżetowanie kapitałów, wyodrębnianie ośrodków odpowiedzialności, planowanie długookresowe, analiza możliwości, analiza konkurencji, analiza portfelowa).</li> <li>• Instrumenty operacyjnego controllingu finansowego (krótkookresowy rachunek kosztów zmiennych i wyników, budżetowanie i analiza odchyleń, analiza kosztów, analiza wskaźnikowa)</li> </ul>	
Zastosowanie statystyki w zarządzaniu	K_W04, K_U02, K_U10, K_K02
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Podstawowe pojęcia, metody i narzędzia statystyczne.</li> <li>• Możliwości praktycznego zastosowania statystyki w procesach zarządzania przedsiębiorstwem.</li> <li>• Źródła danych i ich prezentacja</li> <li>• Struktura procesu, reguły i etapy prognozowania</li> <li>• Modele stosowane w prognozowaniu</li> <li>• Analiza trendu, sezonowość i cykliczność.</li> </ul>	