

Program studiów

Podyplomowe studia menedżerskie podyplomowe

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 | 190 |

2. Cel studiów podyplomowych

Celem studiów jest rozwijanie kompetencji niezbędnej do prawidłowego realizowania zadań w obszarze zarządzania funkcjami organizacji. Słuchacze przyswoją wiedzę i rozwiją 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 rozwijać 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.

Absolwenci w czasie studiów rozwijają także umiejętności prezentacji i wystąpień publicznych. 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. 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, wykorzystywanych w rozwoju przedsiębiorstwa | P6S_UW |
| K_U03 | potrafi wykorzystac 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 okreslenia 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

| Semestr | Jedn. | Nazwa zajęć | Wykład | Ćwiczenia/ Lektorat | Laboratorium | Projekt/ Seminarium | Suma godzin | Punkty ECTS | Godziny praktyczne | ECTS praktyczne | Godziny zdalne | ECTS zdalne | Egzamin | Oblig. |
|---------|-------|-------------|--------|------------------------|--------------|------------------------|----------------|----------------|-----------------------|--------------------|-------------------|----------------|---------|--------|
|---------|-------|-------------|--------|------------------------|--------------|------------------------|----------------|----------------|-----------------------|--------------------|-------------------|----------------|---------|--------|

| | | | | | | | | | | | | | | |
|------------------------------------|----|---|-----------|------------|-----------|----------|------------|-----------|------------|-----------|----------|----------|----------|----------|
| 1 | ZH | Analiza strategiczna | 4 | 4 | 0 | 0 | 8 | 1 | 4 | 0 | 0 | 0 | N | |
| 1 | ZH | Marketing w Internecie | 4 | 4 | 6 | 0 | 14 | 2 | 10 | 1 | 0 | 0 | N | |
| 1 | ZH | Nowoczesne formy komunikacji | 0 | 8 | 0 | 0 | 8 | 1 | 8 | 1 | 0 | 0 | N | |
| 1 | ZH | Nowoczesne metody zarządzania | 4 | 4 | 0 | 0 | 8 | 1 | 4 | 0 | 0 | 0 | N | |
| 1 | ZH | Strategia marketingowa przedsiębiorstwa | 4 | 4 | 0 | 0 | 8 | 1 | 4 | 0 | 0 | 0 | N | |
| 1 | ZH | Strategie rozwoju i konkurencji | 4 | 4 | 0 | 0 | 8 | 2 | 4 | 1 | 0 | 0 | N | |
| 1 | ZH | Style i techniki kierowania | 4 | 4 | 0 | 0 | 8 | 2 | 4 | 1 | 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 | 0 | 0 | N | |
| 1 | ZH | Zarządzanie projektami | 4 | 4 | 0 | 0 | 8 | 1 | 4 | 0 | 0 | 0 | N | |
| 1 | ZH | Zarządzanie w kryzysie | 2 | 6 | 0 | 0 | 8 | 1 | 6 | 1 | 0 | 0 | N | |
| Sumy za semestr: 1 | | | 36 | 60 | 6 | 0 | 102 | 15 | 66 | 7 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 2 | ZH | Budżetowanie | 4 | 4 | 0 | 0 | 8 | 1 | 4 | 0 | 0 | 0 | N | |
| 2 | ZH | Finansowanie rozwoju przedsiębiorstwa | 4 | 4 | 0 | 0 | 8 | 1 | 4 | 0 | 0 | 0 | N | |
| 2 | ZH | Negocjacje i zarządzanie konfliktem | 4 | 4 | 0 | 4 | 12 | 2 | 8 | 1 | 0 | 0 | N | |
| 2 | ZH | Odpowiedzialność prawna osób kierujących pracownikami | 4 | 4 | 0 | 0 | 8 | 1 | 4 | 0 | 0 | 0 | N | |
| 2 | ZH | Podstawy analizy finansowej | 4 | 4 | 4 | 0 | 12 | 3 | 8 | 2 | 0 | 0 | N | |
| 2 | ZH | Podstawy rachunkowości | 2 | 6 | 0 | 0 | 8 | 2 | 6 | 2 | 0 | 0 | N | |
| 2 | ZH | Polityka personalna | 4 | 4 | 0 | 0 | 8 | 1 | 4 | 0 | 0 | 0 | N | |
| 2 | ZH | Restrukturyzacja przedsiębiorstwa | 4 | 4 | 0 | 0 | 8 | 1 | 4 | 0 | 0 | 0 | N | |
| 2 | ZH | Zarządzanie finansami | 3 | 5 | 0 | 0 | 8 | 2 | 5 | 1 | 0 | 0 | N | |
| 2 | ZH | Zarządzanie procesami biznesowymi | 4 | 4 | 0 | 0 | 8 | 1 | 4 | 0 | 0 | 0 | N | |
| Sumy za semestr: 2 | | | 37 | 43 | 4 | 4 | 88 | 15 | 51 | 6 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| SUMY ZA WSZYSTKIE SEMESTRY: | | | 73 | 103 | 10 | 4 | 190 | 30 | 117 | 13 | 0 | 0 | 0 | 0 |

Liczba punktów ECTS przypisanych do zajęć kształtujących umiejętności praktyczne: **13**

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. | 21 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 | 80 |
| Liczba zajęć, które kończą się zaliczeniem bez egzaminu | 22 |

| | |
|---|----|
| Liczba godzin przeznaczona na zaliczenie w formie pisemnej | 7 |
| Liczba godzin przeznaczona na zaliczenie w formie ustnej | 11 |
| Szacowana liczba godzin, którą studenci powinni poświęcić na przygotowanie się do zaliczeń w trakcie semestrów na zajęciach ćwiczeniowych (bez zaliczeń końcowych) | 24 |
| 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 | 0 |
| Liczba zajęć wykładowych, które wymagają odrębnego zaliczenia w formie pisemnej lub ustnej niezależnie od wymagań innych form zajęć tego modułu | 4 |
| Szacowana liczba godzin, którą studenci powinni poświęcić na przygotowanie się do sprawdzianów realizowanych na zajęciach wykładowych | 16 |

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"> Najnowsze rozwiązania teoretyczne z zakresu analizy strategicznej i oceny czynników sukcesu organizacji. • Metody i techniki analizy strategicznej w organizacji. Przykłady i rozwiązania praktyczne. • Identyfikacja kompetencji niezbędnych do oceny sytuacji firmy (organizacji) i określenia etapu jej rozwoju. Wskazywanie czynników sukcesu. | |
| Budżetowanie | K_W03, K_U01, K_U03, K_U11 |
| <ul style="list-style-type: none"> Istota controllingu finansowego. Miejsce controllingu finansowego w systemie controllingu przedsiębiorstwa. • Strategiczny i operacyjny controlling finansowy. Cele i zadania strategicznego controllingu finansowego. Cele i zadania operacyjnego controllingu finansowego. • Instrumenty strategicznego controllingu finansowego (metody doboru i wyznaczania strategii finansowych, budżetowanie kapitałów, wyodrębnianie ośrodków odpowiedzialności, planowanie długookresowe, analiza możliwości, analiza konkurencji, analiza portfelowa). • Instrumenty operacyjnego controllingu finansowego (krótkookresowy rachunek kosztów zmiennych i wyników, budżetowanie i analiza odchyleń, analiza kosztów, analiza wskaźnikowa) | |
| Finansowanie rozwoju przedsiębiorstwa | K_W01, K_W09, K_U02, K_U06, K_U10, K_U11 |
| <ul style="list-style-type: none"> Ogólne zagadnienia dotyczące finansowania przedsiębiorstw. Istota finansowania działalności przedsiębiorstwa. Pojęcie kapitału. Rodzaje finansowania przedsiębiorstw. Planowanie finansowe w przedsiębiorstwie. • Samofinansowanie rozwoju przedsiębiorstwa. Techniki emisji akcji i problemy związane z pozyskiwaniem kapitału długookresowego od funduszy wysokiego ryzyka. • Analiza wybranych, klasycznych, najbardziej powszechnych źródeł finansowania działalności gospodarczej: kredyty bankowe, ich rodzaje, procedura ich pozyskiwania, treść wniosku kredytowego. Obce formy finansowania działalności firmy, takie jak zobowiązania handlowe i wekslowe. • Leasing oraz faktoring jako źródło finansowania działalności gospodarczej. • Franchising jako atrakcyjny sposób finansowania i szansa rozwoju MSP. • Nowoczesne formy finansowania rozwoju przedsiębiorstwa | |
| Marketing w Internecie | K_W06, K_U06, K_U10, K_U11 |
| <ul style="list-style-type: none"> Najnowsze trendy marketingu online, sposoby promocji w Internecie • Formy promocji w sieci. Narzędzia reklamy internetowej. Proces realizowania kampanii reklamowych w Internecie. • Podstawy wykorzystywania systemów adserwerowych (targetowanie, geolokalizacja), sieci reklamowe. • Działalność marketingowa w mediach społecznościowych • Pozycjonowanie witryn internetowych. Wykorzystanie narzędzi analitycznych do oceny działalności marketingowej w Internecie | |
| Negocjacje i zarządzanie konfliktem | K_W07, K_W08, K_U07, K_U10, K_K01 |
| <ul style="list-style-type: none"> Podstawy negocjacji. • Strategie i techniki negocjacji. • Etapy negocjacji. • Komunikacja w negocjacjach. • Komunikacja niewerbalna. • Podstawy mediacji. • Trening mediacji. • Konflikt - analiza i zarządzanie. • Techniki wspomagające rozwiązywanie konfliktu. • Psychologia kłamstwa. • Podsumowanie. | |
| Nowoczesne formy komunikacji | K_W04, K_U02, K_U10, K_K02 |
| <ul style="list-style-type: none"> Nowe formy promocji w procesie komunikacji marketingowej • Ambient media i guerilla marketing – istota i znaczenie niestandardowych form przekazu we współczesnych działaniach marketingowych • Niestandardowa reklama wewnętrzna i zewnętrzna • Advergaming. Desktop marketing • Marketing wirusowy • Event marketing. Field marketing • Przekaz ustny. Marketing mobilny | |
| Nowoczesne metody zarządzania | K_W04, K_W05, K_W08, K_U02, K_U06, K_U08, K_U09, K_U10, K_K02 |
| <ul style="list-style-type: none"> Istota i zastosowania metody Assessment Centre/Development Centre. Organizacja procedury DC. Uwarunkowania stosowania metody do doskonalenia kompetencji menedżerskich oraz kompetencji interpersonalnych. • Wybrane techniki stosowane w doskonaleniu kompetencji interpersonalnych: zasady przygotowania, warunki stosowania oraz przydatność. | |
| Odpowiedzialność prawna osób kierujących pracownikami | K_W03, K_W07, K_U06, K_K01 |
| <ul style="list-style-type: none"> Stosunek pracy. Sposoby nawiązania stosunku pracy i rozwiązanie stosunku pracy. • Obowiązki pracodawcy. Wynagrodzenie za pracę. • Odpowiedzialność pracowników i pracodawcy. • Czas pracy. Normy i ogólny wymiar czasu pracy. Bezpieczeństwo pracy. | |
| Podstawy analizy finansowej | K_W09, K_U09, K_K01 |
| <ul style="list-style-type: none"> Analiza ekonomiczna - istota, klasyfikacja . Analiza finansowa, istota i rodzaje. Przedmiot analizy finansowej. Zakres analizy finansowej. • Metody w analizie finansowej. Metody ogólne (metoda indukcji, dedukcji, redukcji) i metody szczegółowe (metody analizy jakościowej i analizy ilościowej). • Badanie kondycji finansowej przedsiębiorstwa przy wykorzystaniu analizy wskaźnikowej. • Analiza dyskryminacyjna. Charakterystyka wybranych modeli dyskryminacyjnych. | |
| Podstawy rachunkowości | K_W03, K_U06, K_U08, K_K01 |
| <ul style="list-style-type: none"> Istota, funkcje i zadania rachunkowości, narzędzia rachunkowości (bilans, konto księgowe, zasada podwójnego zapisu, księgi rachunkowe) • charakterystyka kategorii tworzących bilans, rachunek zysków i strat oraz rachunek przepływów pieniężnych • Ustalanie wyniku finansowego, wycena bilansowa | |
| 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"> 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. | |
| Restrukturyzacja przedsiębiorstwa | K_W01, K_W02, K_U01, K_U04, K_U11 |
| <ul style="list-style-type: none"> Restrukturyzacja jako problem strategiczny i proces zmian w przedsiębiorstwie. Uwarunkowania przebiegu procesu restrukturyzacji. Restrukturyzacja – struktura problemu: przyczyny wymiary i skutki restrukturyzacji. • Restrukturyzacja przedsiębiorstwa – metodyka. Dotychczasowe doświadczenia restrukturyzacji przedsiębiorstw w Polsce. • Związek restrukturyzacji ze strategią rozwoju przedsiębiorstwa. • Nowoczesne koncepcje zarządzania a restrukturyzacja (zarządzanie strategiczne, reengineering, outsourcing, lean management, outplacement). | |
| Strategia marketingowa przedsiębiorstwa | K_W04, K_U01, K_U04, K_U11 |
| <ul style="list-style-type: none"> Istota i proces planowania marketingowego • Analiza otoczenia marketingowego organizacji • Misja rynkowa i rynek przedsiębiorstwa • Formułowanie celów marketingowych w planowaniu strategicznym i operacyjnym • Segmentacja i wybór rynku docelowego • Plany strategiczne i operacyjne • Kontrola i monitoring procesu realizacji strategii marketingowych | |
| Strategie rozwoju i konkurencji | K_W01, K_W04, K_U02, K_U03, K_U09, K_U10, K_U11 |
| <ul style="list-style-type: none"> Pojęcie rozwoju i wzrostu przedsiębiorstwa, macierz gotowości organizacji do rozwoju. • Główne kierunki rozwoju przedsiębiorstwa. • Typowe strategie rozwoju przedsiębiorstwa, warianty dywersyfikacji. • Pojęcie i typy nadzoru korporacyjnego, teoria Shareholders i Stakeholders. • Typowe modele rozwoju organizacji, czynniki zarządzania Churchilla - Lewisa. • Podział sektorów działalności, typowe strategie sektorowe przedsiębiorstw. | |

| | |
|--|---|
| Style i techniki kierowania | K_W07, K_U07, K_U10, K_U11 |
| <ul style="list-style-type: none"> Podstawowe style i techniki kierowania, siatka stylów Wybór stylu kierowania Projektowanie i realizacja procesów zarządzania i przewodzenia w organizacji. Style i techniki podejmowania decyzji. Techniki coachingu w kierowaniu rozwojem kompetencji pracowników. | |
| Twórcze rozwiązywanie problemów | K_U07, K_U06, K_K02 |
| <ul style="list-style-type: none"> Kreatywność a innowacyjność, Bariery kreatywności Indywidualne cechy twórców. Emocje i motywacje w twórczości Metody rozwijania kreatywności. Metody heurystyczne w twórczym rozwiązywaniu problemów Trening kreatywności jako metoda rozwoju Kreatywność w samorozwoju Kreatywność w relacjach interpersonalnych. Kreatywność w organizacji i biznesie | |
| Wystąpienia publiczne | K_U06, K_U10, K_K02 |
| <ul style="list-style-type: none"> Kreowanie własnego wizerunku. Budowanie wiarygodności i zaufania. Komunikacja werbalna Komunikacja niewerbalna Stres związany z wystąpieniami publicznymi Wystąpienia publiczne - warsztat mówcy Odgrywanie ról - sytuacje wywierania wrażenia na innych. | |
| Zarządzanie finansami | K_W03, K_W09, K_U05, K_U07, K_U11 |
| <ul style="list-style-type: none"> Teoria stopy procentowej Charakterystyka modeli rynku kapitałowego Koszt pozyskania kapitału przedsiębiorstwa. Tradycyjne techniki ustalania optymalnej struktury kapitału. | |
| Zarządzanie marką | K_W04, K_W06, K_U05, K_U06, K_U07, K_U11 |
| <ul style="list-style-type: none"> Wprowadzenie do zajęć. Istota marki. Znaczenie marki w procesie dokonywania zakupów Tożsamość i wizerunek marki. Marka przedsiębiorstwa a marka produktu. Marka na rynku B2B i B2C Rozumienie zarządzania marką. Zakres zarządzania marką Strategie nadawania marek. Wprowadzanie marki na rynek Segmentacja rynku i pozycjonowanie marki Kluczowe elementy marki (nazwa, slogan, znak graficzny, kolorystyka) Kreowania marki w erze „gospodarki doświadczeń“ Wartość marki i rankingi marek. „Kradzież” marki. Podrabianie produktów markowych Technik określania świadomości marki oraz pomiaru wizerunku marki Marka a system identyfikacji wizualnej przedsiębiorstwa Determinanty zarządzania marką w wymiarze międzynarodowym (międzykulturowym) Analiza przykładów odnoszących się do zarządzania marką | |
| Zarządzanie procesami biznesowymi | K_W01, K_U01, K_U09, K_U11 |
| <ul style="list-style-type: none"> Zarządzanie procesami biznesowymi poprzez skupieniu wszystkich procesów wokół jednego celu, jakim jest wzrost potencjału ekonomicznego firmy drogą realizacji strategii wzrostu wartości kapitałów właściciela zaangażowanych w dane przedsiębiorstwo A także stworzenie systemu zarządzania pozwalającego na ciągłe monitorowanie wpływu podejmowanych decyzji na wartość przedsiębiorstwa. Kształtowanie umiejętności projektowania ścieżki rozwoju organizacji i jej etapów poprzez podejście procesowe oraz kompetencje do oceny sytuacji firmy (organizacji) i określenia etapu jej rozwoju w stosunku do otoczenia, konkurentów i kluczowych klientów. | |
| Zarządzanie projektami | K_W02, K_W03, K_W05, K_U02, K_U09, K_U10, K_K01 |
| <ul style="list-style-type: none"> Wprowadzenie do projektu, podejście systemowe do zarządzania projektami, przygotowanie, planowanie i controlling projektu. Wykonanie powierzonych elementów projektu zespołowego | |
| Zarządzanie w kryzysie | K_W01, K_W04, K_W07, K_U05, K_U09, K_K01 |
| <ul style="list-style-type: none"> Definiowanie kryzysu z punktu widzenia globalnego, organizacyjnego i indywidualnego. Społeczne oznaki kryzysu w organizacji. Istota i znaczenie zarządzania zaufaniem dla organizacji. Uwarunkowania i sposoby budowanie atmosfery zaufania w organizacji. Kompetencje menedżera w sytuacjach kryzysowych. Rola i znaczenie menedżerów w budowaniu zaufania w organizacji. Kształtowanie kompetencji menedżera niezbędnych w budowaniu atmosfery zaufania w organizacji. | |