



KATALOG PRZEDMIOTÓW

Kierunek:	ZARZĄDZANIE
Specjalność:	SPECJALISTA DS. ORGANIZACJI USŁUG GASTRONOMICZNYCH, HOTELOWYCH I TURYSTYCZNYCH
Rodzaj:	pierwszego stopnia (licencjackie)
Język:	polski
Jednostka organizacyjna:	Wyższa Szkoła Biznesu – National Louis University
Czas trwania:	6 semestrów

Specjalizacja pozwala na uzyskanie wiedzy z zakresu zasad **organizacji, planowania, kierowania i zarządzania** przedsiębiorstwami branży turystycznej i hotelarskiej, ze szczególnym uwzględnieniem form i metod obsługi ruchu turystycznego i uwarunkowań prawnych funkcjonowania przedsiębiorstw turystycznych w Polsce i krajach Unii Europejskiej. Zajęcia prowadzą doświadczeni specjaliści oraz praktycy.



Wprowadzenie do studiów	3
Narzędzia informatyki.....	4
Podstawy ekonomii.....	5
Podstawy zarządzania.....	6
Wprowadzenie do psychologii	7
Wstęp do matematyki wyższej.....	8
Język obcy /1	9
Ekonomia menedżerska	10
Podstawy finansów.....	11
Podstawy organizacji.....	12
Pozyskiwanie informacji i ochrona własności intelektualnej	13
Statystyka	15
Język obcy /2	16
Komunikacja interpersonalna	17
Myślenie krytyczne i kreatywne.....	19
Podstawy marketingu	20
Podstawy prawa.....	21
Rachunkowość finansowa	22
Zastosowanie arkuszy kalkulacyjnych	23
Zarządzanie jakością	24
Zarządzanie projektami	25
Zarządzanie zasobami ludzkimi	26
Wybrane aspekty zarządzania przedsiębiorstwem turystycznym i hotelarskim.....	27
Zarządzanie dystrybucją i sprzedażą	28
Badania marketingowe	29
Systemy informatyczne	31
Zachowania organizacyjne.....	32
Media społecznościowe	33
Negocjacje.....	35
Praktyka	36
Projekt licencjacki	38



Wprowadzenie do studiów

Kod: GEN_1_023.100

ECTS: 1

Liczba godzin: 30 (wykład: 9, projekt: 21)

Forma zaliczenia przedmiotu: Z

Opis przedmiotu:

Kurs wprowadzający do studiów i studiowania. Obejmuje swoim zakresem przedstawienie systemu szkolnictwa wyższego, sposobu funkcjonowania Naszej Uczelni (w tym zasad BHP oraz systemu CloudA) oraz problematyki studiów na tle rynku pracy. W drugiej części przedstawione są aspekty funkcjonowania biblioteki oraz standardy bibliograficzne oraz edycyjne obowiązujące na Uczelni.

Treści programowe:

1. System szkolnictwa wyższego.
2. Wyższa Szkoła Biznesu – National Louis University z siedzibą w Nowym Sączu.
3. Podstawowe akty prawa wewnętrznego.
4. Organizacja procesu dydaktycznego z systemem CloudA.
5. Zasady BHP.
6. Rynek pracy. Wyzwania stojące przed studentem.
7. Biblioteka w erze informatyzacji.
8. Standardy edycyjne.



Narzędzia informatyki

Kod: ICT_1_007.100

ECTS: 3

Liczba godzin: 30 (wykład: 15, laboratorium: 15)

Forma zaliczenia przedmiotu: Z/E

Opis przedmiotu:

Celem przedmiotu jest wyposażenie studentów w umiejętność posługiwania się podstawowym oprogramowaniem, wykorzystywanym przez użytkowników komputerów osobistych (graficznym i znakowym systemem operacyjnym oraz pakietami biurowymi). Celem kursu jest również wyrównanie poziomu umiejętności w zakresie, który obejmuje kurs, z uwagi na zróżnicowany poziom umiejętności studentów, oraz zapoznanie studentów z siecią komputerową WSB-NLU.

Treści programowe:

1. Wprowadzenie do zagadnień związanych z obsługą współczesnych systemów komputerowych.
2. Obsługa systemu Clouda, zapoznanie z forum.
3. Obsługa pakietów biurowych (edytor tekstu, arkusz kalkulacyjny).
4. Tworzenie prezentacji multimedialnych.
5. Zastosowanie arkuszy kalkulacyjnych.
6. Zastosowanie ankiet i formularzy Google.
7. Użytkowe aspekty systemu operacyjnego Windows.



Podstawy ekonomii

Kod: ECO_1_004.100

ECTS: 6

Liczba godzin: 30 (wykład: 15, ćwiczenia: 15)

Forma zaliczenia przedmiotu: Z/E

Opis przedmiotu:

Współczesne gospodarki cechują się dużym udziałem państwa w różnych sferach życia gospodarczego. Mnogość wzajemnych interakcji pomiędzy sektorem publicznym i prywatnym w życiu gospodarczym stanowi o konieczności rozumienia zasad rządzących sektorem publicznym w praktyce zarządzania przedsiębiorstwem. Przedmiot ma za zadanie zapoznać odbiorcę z podstawowymi zasadami rządzącymi wytwarzaniem dóbr oraz ich podziałem. Wiedza teoretyczna, przekazywana w treściach przedmiotu, oparta jest o na aktualnej sytuacji Polski oraz, przy wybranych zagadnieniach, na danych o gospodarkach innych krajów (przede wszystkim Unii Europejskiej).

Treści programowe:

1. Wprowadzenie do ekonomii.
2. Istota rynku.
3. Ruchu okrężny w gospodarce i rachunki narodowe
4. Rola państwa w gospodarce, wprowadzenie do finansów publicznych
5. Cykle gospodarcze, inflacja i bezrobocie. Rola banku centralnego.



Podstawy zarządzania

Kod: BUS_1_012.100

ECTS: 6

Liczba godzin: 30 (wykład: 15, ćwiczenia: 15)

Forma zaliczenia przedmiotu: Z/E

Opis przedmiotu:

Kurs przedstawia zagadnienia związane z głównymi funkcjami procesu zarządzania organizacjami: planowaniem, organizowaniem, przewodzeniem obejmującym kierowania i motywowanie oraz kontrolowaniem. Kurs omawia główne problemy i wyzwania związane z pracą menedżerów i sposoby ich rozwiązywania. W ramach kursu prezentowane są zarówno klasyczne jak i nowoczesne koncepcje i teorie zarządzania przedsiębiorstwem. Duży nacisk ponadto jest położony w kursie na omówienie problematyki zarządzania zmianami oraz zarządzania organizacjami w wymiarze międzynarodowym.

Treści programowe:

1. Pojęcie organizacji.
2. Zarządzanie i kierowanie - definicja, istota, proces.
3. Ewolucja nauk o organizacji pracy i zarządzaniu.
4. Zarządzanie jako proces decydowania.
5. Podstawowe zasady, metody i funkcje zarządzania.
6. Podstawy zarządzania strategicznego.
7. Przywództwo jako specyficzny sposób kierowania ludźmi.
8. Model współczesnego menedżera.



Wprowadzenie do psychologii

Kod: PSY_1_022.100

ECTS: 6

Liczba godzin: 30 (wykład: 30)

Forma zaliczenia przedmiotu: E

Opis przedmiotu:

Psychologia jest nauką empiryczną badającą mechanizmy i prawa, którym podlegają zachowania człowieka oraz jego interakcje z otoczeniem. Celem kursu jest prezentacja najważniejszych pojęć, teorii, metod i problemów psychologii jako nauki.

Treści programowe:

1. Psychologia jako nauka, historyczny rys i podstawowe pojęcia. Podstawowe zjawiska, prawidłowości i cechy ludzkie umożliwiające zastosowanie psychologicznych metod badań.
2. Procesy poznawcze i motywacyjne rozumiane przez pryzmat funkcjonowania społecznego. Komunikacja interpersonalna jako psychologiczny proces społeczny.
3. Procesy poznawcze: spostrzeganie, uwaga, myślenie, uczenie się, pamięć. Emocje jako subiektywna reakcja na sprawy istotne. Procesy motywacyjne determinujące zachowanie. Stres: przyczyny, skutki, zapobieganie i radzenie sobie ze stresem.



Wstęp do matematyki wyższej

Kod: MAT_1_009.100

ECTS: 6

Liczba godzin: 30 (wykład: 15, ćwiczenia: 15)

Forma zaliczenia przedmiotu: Z/E

Opis przedmiotu:

Celem kursu jest przygotowanie studenta z zakresu metod matematycznych przydatnych do przedmiotów ilościowych. Student poznaje te metody matematyczne, które są niezbędne i fundamentalne w dalszej jego edukacji. Prezentowane są elementy algebry, rachunku zbiorów i zdań. Z zakresu algebry liniowej największy nacisk to rachunek macierzowy i teoria układów równań. W analizie matematycznej najwięcej miejsca poświęcamy analizie funkcji jednej zmiennej rzeczywistej. Podczas zajęć prezentowane jest narzędzie do modelowania matematycznego.

Treści programowe:

1. Rachunek zdań i praw logicznych.
2. Elementy algebry zbiorów.
3. Podstawy rachunku macierzowego.
4. Teoria układów równań.
5. Funkcje jednej zmiennej, przegląd.
6. Pochodna funkcji jednej zmiennej.
7. Zastosowanie pochodnej w optymalizacji.
8. Elementy rachunku marginalnego.
9. Modele decyzyjne i symulacje biznesowe



Język obcy /1

Code: GEN_1_003.100

ECTS: 3

Number of hours 30 (classes: 15, project: 15)

Assignments type: Z/E/bp

Course description: -

Students learn speaking, writing, listening and reading at intermediate level. Grammar: Grammar tenses; : Present Continuous and going to; Present Perfect; Future Simple; Past Simple & Continuous; comparisons; Verbs and other issues: dates; Verbal nouns; Gerund and infinitive First conditional; Passive voice. Vocabulary: Numbers; Landscape; School; Similarities and differences: Health and diseases; Positive and negative emotions ; adjectives; Quantity terms; Professions. Conversations: Ordering food; Travel; Offering help; at the Doctor's. Writing: Short e-mail, Short note with details of an event (time, place, etc.); Postcard; Recommendation; Description of a place; Short instructions. Reading: Short travel report; Shopping list; Social announcement; Invitation note; Weather forecast. Listening: short texts about everyday things and activities.

Content: -

1. Grammatical issues.
2. Lexical issues.
3. Conversations.
4. Writing.
5. Reading.
6. Listening.



Ekonomia menedżerska

Kod: ECO_1_001.100

ECTS: 6

Liczba godzin: 30 (wykład: 15, ćwiczenia: 15)

Forma zaliczenia przedmiotu: Z/E

Opis przedmiotu:

Kurs przedstawia podstawowe mikroekonomiczne uwarunkowania wyborów ekonomicznych dokonywanych na rynku przez konsumentów i producentów. Daje też podstawę wiedzy o wpływie decyzji mikroekonomicznych na funkcjonowanie podmiotów gospodarczych, a w konsekwencji całej gospodarki. Ważnym elementem wykładu jest porównanie różnych struktur rynku, analiza czynników produkcji oraz czynników kształtujących podejmowanie decyzji w przypadku sektora publicznego.

Treści programowe:

1. Analiza popytu. Teoria wyboru konsumenta.
2. Produkcja i koszty.
3. Struktury rynkowe.
4. Ryzyko.
5. Podejmowanie decyzji w przypadku dóbr publicznych. Analiza kosztów i korzyści.



Podstawy finansów

Kod: FIN_1_006.100

ECTS: 6

Liczba godzin: 30 (wykład: 15, ćwiczenia: 15)

Forma zaliczenia przedmiotu: Z/E

Opis przedmiotu:

Przedstawienie podstawowych zagadnień zarządzania finansami przedsiębiorstw, w tym form organizacyjnych, sprawozdań finansowych, zasad pozyskiwania kapitału i wskaźników ekonomicznych. Podstawą jest dokładnie omówione zagadnienie wartości pieniądza w czasie. Nacisk jest położony na praktyczne zastosowania ogólnych zasad do podejmowania bieżących decyzji w zarządzaniu finansami przedsiębiorstwa.

Treści programowe:

1. Istota finansów.
2. Wartość pieniądza w czasie.
3. Źródła finansowania działalności.
4. Wprowadzenie do analizy ekonomicznej.
5. Wprowadzenie do podatków.



Podstawy organizacji

Kod: BUS_1_011.100

ECTS: 6

Liczba godzin: 30 (wykład: 15, ćwiczenia: 15)

Forma zaliczenia przedmiotu: E

Opis przedmiotu:

Otoczający świat jest światem organizacji, które odgrywają niezwykle istotną rolę w rozwoju społecznym. Organizacje te są otwarte na otaczające je środowisko, którego dynamiczny charakter powoduje ciągłe zmiany w samych organizacjach. Z tych względów istotnym jest rozumienie sposobu działania i znaczenia organizacji oraz możliwości kierowania nimi. Przedmiot przedstawia złożoność i różnorodność współczesnych organizacji. W ramach przedmiotu omawiane są podstawowe koncepcje organizacji w ujęciu systemowym oraz sytuacyjnym oraz klasyczne jak i współczesne teorie zarządzania organizacjami takie jak teoria gier organizacyjnych czy teoria równowagi organizacyjnej. Przekazana zostanie wiedza odnośnie podstawowych form organizacji działających w życiu społecznym i gospodarczym, ze szczególnym uwzględnieniem przedsiębiorstw. Omówione zostaną modele organizacji, pojęcia efektywności i sprawności działania organizacji. Nadto w ramach kursu omawiane są zagadnienia związane z procesami zachodzącymi wewnątrz organizacji oraz relacje łączące organizacje z otoczeniem. Zaakcentowana zostanie również w ramach kursu społeczna odpowiedzialność organizacji gospodarczych. Dopełnieniem treści przedstawionych podczas kursu będzie zaprezentowanie rysujących się trendów dotyczących organizacji przyszłości.

Treści programowe:

1. Otoczenie organizacji.
2. Zasoby organizacyjne.
3. Kultura organizacyjna.
4. Społeczna odpowiedzialność biznesu.
5. Skuteczność a efektywność organizacyjna.
6. Cykl życia organizacji.



Pozyskiwanie informacji i ochrona własności intelektualnej

Kod: GEN_1_021.100

ECTS: 3

Liczba godzin: 30 (wykład: 15, laboratorium: 15)

Forma zaliczenia przedmiotu: Z/E

Opis przedmiotu:

Przedmiotem kursu są wybrane zagadnienia teoretyczne i praktyczne dotyczące ochrony własności intelektualnej, ze szczególnym uwzględnieniem aspektów związanych z pozyskiwaniem informacji. W części teoretycznej prezentowane są podstawowe wiadomości dotyczące ochrony własności intelektualnej, z uwzględnieniem źródeł prawa autorskiego i prawa własności przemysłowej, zakresu przedmiotowego i podmiotowego oraz ochrony baz danych. W części praktycznej wyjaśniane są zasady funkcjonowania systemów informacyjno-wyszukiwawczych oraz prezentowane możliwości dostępnych narzędzi wyszukiwawczych: uniwersalnych i specjalistycznych, przy uwzględnieniu nowych źródeł informacji i nowych form komunikacyjnych Internetu, przydatnych w badaniach naukowych i biznesie.

Treści programowe:

I. Część teoretyczna:

1. Prawo własności intelektualnej i jego miejsce w systemie prawnym.
2. Geneza i źródła prawa autorskiego w Polsce.
3. Zakres podmiotowy prawa autorskiego.
4. Zakres przedmiotowy prawa autorskiego.
5. Autorskie prawa majątkowe.
6. Ograniczenia autorskich praw majątkowych.
7. Autorskie prawa osobiste.
8. Plagiat - pojęcie i istota plagiatu, odpowiedzialność cywilna i karna z tytułu popełnienia plagiatu.
9. Rodzaje odpowiedzialności z tytułu naruszenia autorskich praw osobistych i majątkowych.
10. Prawa pokrewne - pojęcie i charakter oraz rodzaje praw pokrewnych.
11. Ochrona własności przemysłowej - ogólna charakterystyka. Struktura i zadania Urzędu Patentowego.



12. Prawo patentowe - pojęcie wynalazku oraz jego kategorie, przesłanki zdolności patentowej.
13. Prawo znaków towarowych - pojęcie, funkcje i rodzaje znaków towarowych oraz procedura rejestracji znaku towarowego w Polsce.
14. Prawo wzorów przemysłowych - pojęcie oraz przesłanki zdolności rejestrowej wzoru przemysłowego, procedura rejestracji wzoru przemysłowego w Polsce.
15. Ochrona baz danych - pojęcie bazy danych, podmiot i treść prawa sui generis do baz danych, czas ochrony bazy danych, ochrona baz danych w ustawie o prawie autorskim i prawach pokrewnych.

II. Część praktyczna:

1. Wprowadzenie: Definicja informacji naukowej. Źródła informacji i ich typologia. Zasady i strategie pozyskiwania informacji, wymóg wiarygodności i rzetelności. Prawa autorskie, wolne licencje.

Prezentacja baz bibliograficzno-abstraktowych i pełnotekstowych: Bazy BN, CEON Biblioteka Nauki, BazEcon in.

- Bazy i źródła internetowe: ARIANTA, Serwis „Otwórz książkę i in.
- Książki elektroniczne. Platforma Ibuk/Libra, Academica, ebook/EBSCOhost
- Portale społecznościowe: LinkedIn
- Theses/Dissertations (komercyjne i Open Access).

2. Imperium Google'a.

- Zwiększenie efektywności wyszukiwania informacji.
- Wyszukiwarki i multiwyszukiwarki zasobów naukowych.

3. Bazy naukowe/wielodziałowe dostępne w WSB-NLU.

- Bazy na licencji krajowej: Elsevier, Springer, Science, Nature, ISI Web of Science.
- Bazy prenumerowane przez bibliotekę WSB-NLU.

4. Rola Internetu w procesie badawczym, komunikacji naukowej i biznesie:

- narzędzia uniwersalne i specjalistyczne, strategie wyszukiwawcze (SearchEdu.com, Google Scholar, BASE, CEON i in.).
- Informacja specjalistyczna i biznesowa (bazy dziedzinowe, informacja organizacji pozarządowych i in.)
- Subject Gateway- zasoby o kontrolowanej jakości,
- Open Access – przykłady (DOJA- Directory of Open Access Journal, Open DOAR, Repozytoria dziedzinowe i instytucjonalne).



Statystyka

Kod: MAT_1_007.100

ECTS: 6

Liczba godzin: 30 (wykład: 15, laboratorium: 15)

Forma zaliczenia przedmiotu: Z/E

Opis przedmiotu:

Kurs ma za zadanie zapoznanie studentów z podstawami statystyki. Studenci poznają podstawowe pojęcia oraz teorie. Kurs ma również na celu naukę korzystania z możliwości, jakie daje statystyka w prowadzeniu badań społecznych, zwłaszcza z dziedzin psychologii i zarządzania. Celem kursu jest także nauczanie studentów umiejętności interpretowania danych statystycznych oraz posługiwania się w stopniu podstawowym programami do obliczeń statystycznych.

Treści programowe:

1. Podstawowe pojęcia statystyczne.
2. Dobór próby w badaniach statystycznych.
3. Opisowa analiza struktury zjawisk masowych.
4. Źródła i zakres informacji w badaniach.
5. Elementy prognozowania.



Język obcy /2

Code: GEN_1_004.100

Semester: 2

ECTS: 3

Number of hours 30 (classes: 15, project: 15)

Assignments type: Z/E/bp

Course description: -

Students learn speaking, writing, listening and reading at intermediate level. Grammar: Grammar tenses; : Present Continuous and going to; Present Perfect; Future Simple; Past Simple & Continuous; comparisons; Verbs and other issues: dates; Verbal nouns; Gerund and infinitive First conditional; Passive voice. Vocabulary: Numbers; Landscape; School; Similarities and differences: Health and diseases; Positive and negative emotions ; adjectives; Quantity terms; Professions. Conversations: Ordering food; Travel; Offering help; at the Doctor's. Writing: Short e-mail, Short note with details of an event (time, place, etc.); Postcard; Recommendation; Description of a place; Short instructions. Reading: Short travel report; Shopping list; Social announcement; Invitation note; Weather forecast. Listening: short texts about everyday things and activities.

Content: -

1. Grammatical issues.
2. Lexical issues.
3. Conversations.
4. Writing.
5. Reading.
6. Listening.



Komunikacja interpersonalna

Kod: GEN_1_018.100

ECTS: 3

Liczba godzin: 30 (wykład: 15, ćwiczenia: 15)

Forma zaliczenia przedmiotu: Z/E

Opis przedmiotu:

Komunikacja interpersonalna jest podstawą stosunków międzyludzkich. Każda sytuacja społeczna implikuje proces nadawania i odbierania różnych informacji. To psychologiczny proces, dzięki któremu następuje wymiana informacji między daną jednostką a inną osobą. Podstawowym pojęciem w tym procesie jest kompetencja komunikacyjna, niezbędna do pełnego funkcjonowania w życiu prywatnym, zawodowym i społecznym. Pozwala ona spełniać tradycyjne funkcje komunikacyjne, tj. informacyjną (mówienia o świecie), ekspresywną (ujawniania siebie), impresywną (wpływanie na innych), fatyczną (nawiązywania kontaktu), metajęzykową (objaśniającą), poetycką (związaną z estetyką języka). W obliczu przemian globalizacyjnych wykracza też poza te standardowe funkcje, wychodząc naprzeciw współczesnym zjawiskom. Stąd jej rola w nowej przestrzeni, w takich procesach, jak np.: empowerment, budowanie demokracji partycypacyjnej, generowanie kapitału nieuchwytnego, apartheid cyfrowy. Jest też dziś istotna w różnorodnych uwarunkowaniach rynkowych (negocjacje, polityka promocyjna, itp.). Kurs dokonuje przeglądu teorii komunikowania, rodzajów, form i metod komunikacji, a także zapoznaje z przykładami wybranych zachowań komunikacyjnych.

Treści programowe:

1. Pojęcie komunikacji interpersonalnej: antropologiczne podstawy zasad komunikacji społecznej, podstawowe składowe procesu komunikacji, cechy tego procesu, typy i formy komunikacji. Cechy komunikacji interpersonalnej: jej adaptacyjny, holistyczny, interakcyjny charakter oraz indywidualne i kulturowe różnicowania.
2. Komunikacja interpersonalna a przemiany kulturowe i cywilizacyjne współczesnego świata. Cechy komunikacji determinowane przez trend postmodernizmu i globalizacji oraz wynikające z tego wpływu konsekwencje dla porozumiewania się w przestrzeni relacji międzyludzkich. Kompetencja komunikacyjna jako kluczowe pojęcie.



3. Funkcje komunikacji. Funkcja impresywna i jej wartość w osiągnięciu efektu komunikacyjnego; zdefiniowanie pojęć perswazja i manipulacja. Reguły i techniki wpływania na innych, wykorzystywane w przestrzeni komunikacji. Charakterystyka wybranych technik manipulacyjnych, perswazyjnych, erystycznych i retorycznych. Techniki zachowań asertywnych.
4. Komunikacja werbalna. Środki językowe a sprawność i skuteczność komunikowania. Dobór środków ze względu na partnera komunikacji: dostosowanie sposobu komunikacji do jego płci, wykształcenia, wieku i osobowości, z uwzględnieniem specyfiki uwarunkowań sytuacyjnych. Emocjonalizacja i aksjologizacja zachowań językowych w procesie komunikacji.
5. Komunikacja niewerbalna. Procedury, cechy, sposoby komunikacji niewerbalnej: charakter, typologia i środki wyrazu tej formy komunikowania się. Dopełnieniowa funkcja komunikacji niewerbalnej. Charakterystyka gestów komunikacyjnych. Poza słowami – rola ciała w uzyskaniu efektu komunikacyjnego.
6. Bariery w procesie komunikowania się i sposoby ich pokonywania. Czynniki utrudniające proces komunikowania się, wadliwe schematy komunikacyjne, główne blokady komunikacyjne. Mowa ciała w przełamywaniu barier komunikacyjnych.
7. Etyka w komunikacji. Zasady savoir-vivre regulujące poprawną komunikację, np. grzeczność językowa a ranga pragmatyczna interlokutorów w podejmowanych aktach komunikacji (np. formy etykietałne w aktach bezpośrednich/pośrednich, w pozycji równorzędności/podrzędności i nadrzędności; nawiązywanie/rozwiązywanie kontaktu); dress code i jego rola w komunikacji (różne konteksty funkcjonowania społecznych kodów ubioru), różne style komunikacyjne a zasada decorum (stosowności użycia); porozumiewanie bez przemocy (poznanie języka żyrafy i szakala).
8. Egzemplifikacja zachowań komunikacyjnych: diagnozowanie sytuacji, analiza, ocena, pod kątem efektywnego porozumiewania się, np. analiza zachowania komunikacyjnego osób publicznych; negocjacje (rodzaje, fazy procesu, techniki, style: miękki – kooperacyjny, twardy – rywalizacyjny, rzeczowy zasadniczy); własny udział w przestrzeni dyskursu prywatnego i publicznego (np. prezentacje i wystąpienia publiczne, dyskusja i przekonywanie, konstrukcyjna kłótnia); komunikacja w przestrzeni komercyjnej (reklama i inne formy promocji).
9. Komunikacja tekstu pisanego. Różne rodzaje tekstów użytkowych, ich forma, zasady poprawnego redagowania, z uwzględnieniem celu komunikacyjnego.
10. Poprawne formy komunikacji interpersonalnej; co powinno ułatwić pełnienie ról zawodowych oraz prawidłowe funkcjonowanie społeczne – podsumowanie.



Myślenie krytyczne i kreatywne

Kod: GEN_1_019.100

ECTS: 3

Liczba godzin: 30 (wykład: 15, ćwiczenia: 15)

Forma zaliczenia przedmiotu: Z/E

Opis przedmiotu:

Myślenie krytyczne: przegląd błędów rozumowania wynikających z niewypełniania wymogów logiki oraz ze słabości ludzkiego aparatu poznawczego. Myślenie kreatywne: przegląd metod generowania niestandardowych rozwiązań. Analiza przyczyn psychologicznych i społecznych, dla których ludzki potencjał kreatywności nie jest wykorzystywany.

Treści programowe:

1. Logika i błędy logiczne.
2. Metody heurystyczne i kreatywność.
3. Przesady.
4. Przegląd eksperymentów psychologicznych związanych z poznaniem.
5. Krytyka konstruktywna: rozwiązywanie problemów.



Podstawy marketingu

Kod: MKT_1_004.100

ECTS: 6

Liczba godzin: 30 (wykład: 15, ćwiczenia: 15)

Forma zaliczenia przedmiotu: Z/E

Opis przedmiotu:

Kurs zapoznaje studentów z podstawową terminologią marketingową, prezentuje narzędzia i strategie marketingowe. Uczestnicy kursu nabywają umiejętności rozwiązywania problemów i podejmowania decyzji w zakresie kształtowania polityki marketingowej oraz zarządzania produktem, ceną, dystrybucją i promocją. Gromadzą wiedzę na temat współczesnych koncepcji marketingowych oraz uczą się ich wykorzystania.

Treści programowe:

1. Istota, znaczenie marketingu.
2. Otoczenie organizacji.
3. Orientacje funkcjonowania przedsiębiorstw na rynku.
4. Narzędzia marketingowe.
5. Koncepcje marketingu mix.
6. Nabywca i konsument na rynku, proces zakupowy.
7. Segmentacja rynku.
8. Pozycjonowanie oferty.
9. Komunikacja marketingowa.
10. Analizy marketingowe.
11. System informacji marketingowej.
12. Marketing wewnętrzny.



Podstawy prawa

Kod: GEN_1_020.100

ECTS: 6

Liczba godzin: 30 (wykład: 30)

Forma zaliczenia przedmiotu: E

Opis przedmiotu:

Przedmiot obejmuje swym zakresem wstęp do prawoznawstwa oraz ogólną problematykę prawoznawstwa. Przedstawiono w nim w sposób syntetyczny najważniejsze pojęcia i konstrukcje prawa, wiedzę dotyczącą systemu prawa, stosunku prawnego i podmiotów prawa, a także tematykę związaną z tworzeniem, stosowaniem i obowiązywaniem prawa oraz zagadnienia dotyczące odpowiedzialności prawnej, przy uwzględnieniu zasad i rodzajów tej odpowiedzialności.

Treści programowe:

1. Prawo jako przedmiot nauk prawnych.
2. Normy prawne i przepisy prawne.
3. Akt normatywny i jego budowa.
4. System prawa.
5. Stosunek prawny.
6. Podmioty prawa.
7. Tworzenie prawa.
8. Obowiązywanie prawa.
9. Stosowanie prawa.
10. Odpowiedzialność prawna.



Rachunkowość finansowa

Kod: ACC_1_001.100

ECTS: 6

Liczba godzin: 30 (wykład: 15, ćwiczenia: 15)

Forma zaliczenia przedmiotu: Z/E

Opis przedmiotu:

Wykłady i ćwiczenia ukazują aspekty teoretyczne i praktyczne rachunkowości finansowej. W ramach kursu prezentowane są podstawy prawne oraz ich zastosowanie do ewidencji zdarzeń gospodarczych i rozliczeń różnych rodzajów działalności. Studenci zostają zapoznani z podstawowymi sprawozdaniami finansowymi, ich konstrukcją, poszczególnymi elementami oraz znaczeniem jako źródło informacji zewnętrznych w firmie.

Treści programowe:

1. Funkcje i zasady rachunkowości.
2. Regulacje prawne, polskie i międzynarodowe.
3. Sprawozdania finansowe: bilans, rachunek zysków i strat, cash flow.
4. Zasady prowadzenia ksiąg rachunkowych.
5. Ewidencja poszczególnych składników bilansu.
6. Zasady ustalania wyniku finansowego.



Zastosowanie arkuszy kalkulacyjnych

Kod: ICT_1_017.100

ECTS: 6

Liczba godzin 30 (wykład: 15, ćwiczenia: 15)

Forma zaliczenia przedmiotu: Z/E

Opis przedmiotu:

Kurs zapoznaje z wybranymi technikami analitycznymi wykorzystywanymi w procesie analizy i rozwiązywania problemów decyzyjnych z dziedziny zarządzania. Uczestnik kursu nabywa umiejętności analizy informacji, modelowania problemów decyzyjnych oraz wykorzystania arkusza Excel do ich rozwiązywania. Tematyka zajęć obejmuje zagadnienia dotyczące modelowania problemów decyzyjnych, optymalizacji, wspomagania decyzji w warunkach niepewności, wspomagania wielokryterialnego wyboru, analizy danych, symulacji i prognozowania.

Treści programowe:

1. Metody konstruowania przy użyciu arkusza kalkulacyjnego Excel narzędzi przetwarzania i analizy danych oraz modelowania problemów decyzyjnych.
2. Techniki analityczne stosowane w sytuacjach poszukiwania decyzji optymalnej, podejmowania decyzji w warunkach niepewności, wielokryterialnego wyboru.
3. Przetwarzanie i analiza danych.
4. Symulacja i prognozowanie.



Zarządzanie jakością

Kod: BUS_1_026.100

ECTS: 6

Liczba godzin: 30 (wykład: 15, ćwiczenia: 15)

Forma zaliczenia przedmiotu: Z/E

Opis przedmiotu:

Celem zajęć jest przedstawienie istoty jakości oraz podstaw zarządzania jakością. Omówione zostaną funkcje, zakres i znaczenie zarządzania jakością dla funkcjonowania nowoczesnego, konkurencyjnego przedsiębiorstwa. Analiza przypadków umożliwi zapoznanie studentów z praktycznym wykorzystaniem wykładanych teoretycznych podstaw zarządzania jakością. Obejmą one koncepcje i funkcje zarządzania jakością, metody i narzędzia jej doskonalenia, modele i systemy zarządzania jakością oraz formy ich oceny. Szczególna uwaga zostanie poświęcona filozofii TQM. Studenci uzyskają wiedzę teoretyczną i umiejętności praktyczne, które pozwolą im na sprawne uczestniczenie na różnych etapach i w różnych zakresach w zarządzaniu jakością, a także w tworzeniu, wdrażaniu i rozwijaniu nowoczesnych rozwiązań zarządzania jakością. Aktywizujące formy kształcenia, praca w grupach oraz case-study opisujące rzeczywiste przypadki biznesowe pozwolą studentom na naukę zarządzania jakością nie tylko z podręczników akademickich, ale przede wszystkim w oparciu o praktykę oraz doświadczenie osobiste innych, a dodatkowo na rozwijanie umiejętności interpersonalnych i interdyscyplinarnych.

Treści programowe:

1. Ewolucja problematyki zarządzania jakością.
2. Założenia koncepcji Total Quality Management (TQM).
3. Wdrażanie zasad zarządzania jakością w przedsiębiorstwach.
4. Metody i narzędzia doskonalenia jakości.
5. Normalizacja i certyfikacja systemów zarządzania jakością i doskonalenia jakości.
6. Koszty jakości.



Zarządzanie projektami

Kod: BUS_1_020.100

ECTS: 6

Liczba godzin: 30 (wykład: 15, laboratorium: 15)

Forma zaliczenia przedmiotu: Z/E

Opis przedmiotu:

Kurs omawia zagadnienia dotyczące specyfiki złożonych i niepowtarzalnych przedsięwzięć, jakimi są projekty, które zaczynają odgrywać we współczesnym przedsiębiorstwie coraz większą rolę w stosunku do działań rutynowych i powtarzalnych. W ramach kursu przedstawione zostaną poszczególne etapy procesu projektowego tj.: inicjowanie i planowanie przedsięwzięć projektowych, budowanie struktury projektowej, rekrutacja, organizowanie i kierowanie zespołem projektowych, kontrola projektu oraz jego zamknięcie. Ukazane zostaną problemy personalne, instytucjonalne i funkcjonalne z jakimi muszą borykać się kierownicy projektów oraz zaproponowane zostaną propozycje ich rozwiązania. Ponadto omówione zostaną również założenia zarządzania portfelem projektów. Kurs uzupełniony zostanie o kwestie praktyczne dotyczące wykorzystania metod i technik stosowanych w zarządzaniu projektami. Praktyczny wymiar przedmiotu podkreśla udział studentów kursu w projekcie Run 4 a Smile (Bieg po uśmiech), www.bieg.wsb-nlu.edu.pl

Treści programowe:

1. Cykl życia projektu.
2. Planowanie przedsięwzięcia projektowego.
3. Proces budowy zespołu projektowego.
4. Struktury projektowe.
5. Kontrola projektu.
6. Zarządzanie portfelem projektów.



Zarządzanie zasobami ludzkimi

Kod: BUS_1_025.100

ECTS: 6

Liczba godzin: 30 (wykład: 15, ćwiczenia: 15)

Forma zaliczenia przedmiotu: E

Opis przedmiotu:

Problematyka zarządzania zasobami ludzkimi przedstawiana jest w kontekście rozmaitych uwarunkowań funkcjonowania przedsiębiorstw oraz organizacji non profit, w których realizowana jest funkcja personalna. Uwzględniając strategiczne znaczenie zasobów ludzkich omawiane są cele zarządzania zasobami ludzkimi na tle nadrzędnych celów firmy oraz stosowane rozwiązania organizacyjne w sferze zatrudnienia. Identyfikowane i analizowane są ważniejsze procesy personalne oraz współcześnie wykorzystywane metody i techniki w zakresie pozyskiwania, oceniania i zwalniania pracowników, zarządzania kompetencjami czy kształtowania wynagrodzeń. Problematyka kursu obejmuje również zagadnienia związane z kształtowaniem stosunków pracy, relacji międzyludzkich oraz roli kultury organizacyjnej w kształtowaniu warunków pracy. Celem kursu jest ułatwienie studentom nabycia umiejętności identyfikowania problemów personalnych w organizacji, a także umiejętności stosowania odpowiednich metod i technik w ich rozwiązywaniu.

Treści programowe:

1. Istota zarządzania zasobami ludzkimi.
2. Rozwój funkcji personalnej.
3. Procesy personalne.
4. Strategiczne zarządzanie zasobami ludzkimi.
5. Planowanie zatrudnienia.
6. Pozyskiwanie, przemieszczanie i zwalnianie pracowników.
7. Ocenianie pracowników.
8. Rozwijanie zasobów ludzkich.
9. Wynagradzanie pracowników.
10. Zarządzanie funkcją personalną.
11. Polityka personalna i stosunki prac.



Wybrane aspekty zarządzania przedsiębiorstwem turystycznym i hotelarskim

Kod: BUS_1_016.100

ECTS: 6

Liczba godzin 30 (wykład: 15, ćwiczenia: 15)

Forma zaliczenia przedmiotu: Z/E

Opis przedmiotu:

Celem zajęć z przedmiotu Wybrane aspekty organizacji i zarządzania przedsiębiorstwem turystycznym i hotelarskim jest zapoznanie studentów z najważniejszymi ekonomicznymi aspektami funkcjonowania przedsiębiorstw turystycznych, w tym hotelarskich. Szczególny nacisk położony został na istotę zarządzania jednostkami tego sektora gospodarki, charakterystykę różnych typów przedsiębiorstw branży turystycznej, omówienie zasobów przedsiębiorstwa turystycznego oraz charakterystycznymi cechami procesów zarządczych obszarach zarządzania personelem, jakością usług turystycznych oraz zarządzania hotelarstwem, jako jednym z ważniejszych obszarów turystyki. Ważnym elementem zajęć jest analiza finansowa przedsiębiorstwa sektora turystycznego omawiana w aspekcie menedżerskim

Treści programowe:

1. Zarządzanie przedsiębiorstwem – pojęcie, istota, funkcje.
2. Typologia podmiotów gospodarki turystycznej.
3. Otoczenie przedsiębiorstwa turystycznego.
4. Zasoby przedsiębiorstwa turystycznego i ich wykorzystanie.
5. Zarządzanie hotelarstwem – organizacja i zarządzanie hotelem; systemowe struktury organizacyjne w hotelarstwie.
6. Zarządzanie zasobami ludzkimi w branży turystycznej – zarządzanie marketingowe zasobami ludzkimi, instrumenty, rekrutacja, kwalifikacje, wynagrodzenia, motywowanie.
7. Zarządzanie jakością usług turystycznych – systemy jakości, standardy jakości Total Quality Management.
8. Analiza finansowa przedsiębiorstwa turystycznego.



Zarządzanie dystrybucją i sprzedażą

Kod: MKT_1_006.100

ECTS: 6

Liczba godzin 30 (wykład: 15, ćwiczenia: 15)

Forma zaliczenia przedmiotu: Z/E

Opis przedmiotu:

W działalności marketingowej nawet najlepszy produkt nie sprzeda się sam, jeśli nie zostanie właściwie zaplanowana i zorganizowana jego dystrybucja i sprzedaż. Na zajęciach z przedmiotu studenci poznają różne sposoby organizowania dystrybucji, jej strategii i kanałów, a także poznają zasady organizacji procesu sprzedażowego. W ramach kursu będą mogli też kształtować swoje umiejętności z zakresu technik sprzedaży i różnych form komunikacji.

Treści programowe:

1. Istota i funkcje dystrybucji.
2. Istota, struktura i typy kanałów dystrybucji.
3. Konflikty w kanałach dystrybucji.
4. Relacje w kanałach dystrybucji.
5. Dystrybucja a pozostałe instrumenty marketingowe.
6. Strategie dystrybucji.
7. Istota i funkcje handlu detalicznego.
8. Przedsiębiorstwa handlu detalicznego.
9. Planowanie handlu detalicznego.
10. Proces sprzedaży.
11. Komunikowanie się z klientem.
12. Mowa ciała.
13. Rola sprzedawcy w procesie zakupu.
14. Inicjacja rozmowy z klientem.



Badania marketingowe

Kod: MKT_1_001.100

ECTS: 6

Liczba godzin: 30 (wykład: 15, ćwiczenia: 15)

Forma zaliczenia przedmiotu: Z/E

Opis przedmiotu:

Od zarania dziejów przedsiębiorstwa i instytucje chcące umiejętnie zarządzać swoją działalnością potrzebują rzetelnych informacji. Badania marketingowe, umiejętnie zaprojektowane i zrealizowane, dostarczają niezbędnych informacji menedżerom, dzięki czemu minimalizują ryzyko w działalności gospodarczej. Kurs przybliży uczestnikom zagadnienia związane z projektowaniem badań marketingowych, a także kształci ich umiejętności w tym zakresie. Studenci mają możliwość udziału w rzeczywistych badaniach zlecanych przez przedsiębiorstwa.

Treści programowe:

1. Istota badań marketingowych.

- *badania marketingowe – definicje, typy badań marketingowych;
- *rynek jako obiekt badań marketingowych;
- *procedura badań marketingowych;
- *projekt badań marketingowych.

2. Metody i techniki badań marketingowych.

- *techniki ankietowe;
- *techniki wywiadu;
- *techniki projekcyjne;
- *techniki heurystyczne.

3. Próba badawcza.

- *etapy doboru próby badawczej – definicje;
- *metody doboru próby do badań;
- *wielkość próby badawczej;

4. Pomiar w badaniach marketingowych.

- *skale pomiarowe;
- *narzędzia badawcze;



*budowa kwestionariusza;

5. Analiza i wnioskowanie w badaniach marketingowych.

*analiza danych ilościowych i jakościowych;

*interpretacja wyników badań;

*raport z badań.



Systemy informatyczne

Kod: ICT_1_013.100

ECTS: 6

Liczba godzin: 30 (wykład: 15, laboratorium: 15)

Forma zaliczenia przedmiotu: E

Opis przedmiotu:

Kurs ma zapoznać studentów z problematyką stosowania technologii informatycznych w zarządzaniu przedsiębiorstwem. Prezentuje zagadnienia informatyzacji pokazując jej cele, uwarunkowania i towarzyszące zagrożenia. Zajęcia ćwiczeniowe mają dać praktyczny kontakt z konkretnymi systemami informatycznymi wspomagającymi zarządzanie i umożliwić poznanie zasad ich funkcjonowania.

Treści programowe:

1. Pojęcia podstawowe (dane, informacje, przetwarzanie informacji, obiekt gospodarczy).
2. Systemy informacyjne (struktura, funkcje, typologia).
3. Uwarunkowania i organizacja informatyzacji.
4. Pozyskiwanie systemu informatycznego.
5. Implementacja systemu informatycznego.
6. Eksploatacja systemu informatycznego.
7. Systemy informatyczne w przedsiębiorstwach i instytucjach różnego typu.
8. Systemy informatyczne nie związane bezpośrednio z działalnością gospodarczą.
9. Niebezpieczeństwa informatyzacji.
10. Prawny kontekst informatyzacji.
11. Projekty informatyczne i ich realizacja. Fazy projektów i modele konstrukcji systemów oprogramowania.
12. Projektowanie systemu informatycznego.
13. Implementacja i testowanie systemu informatycznego.
14. Pielęgnacja i dalszy rozwój systemu informatycznego.



Zachowania organizacyjne

Kod: BUS_1_017.100

ECTS: 6

Liczba godzin: 30 (wykład: 15, projekt: 15)

Forma zaliczenia przedmiotu: Z/E

Opis przedmiotu:

Jedną z istotnych cech charakteryzujących efektywnych menedżerów są rozwinięte kompetencje społeczne, odnoszące się do takich aspektów jak: komunikacja, budowanie zespołów, tworzenie klimatu organizacyjnego sprzyjającego współpracy, innowacyjności i zaangażowaniu pracowników. W tym celu niezbędne jest posiadanie wiedzy, która pozwoli zrozumieć motywy działań ludzi w środowisku organizacji, a także dynamikę i złożoność tworzonych przez nich relacji. Zachowania organizacyjne to dyscyplina, w ramach której analizowane są indywidualne, grupowe i organizacyjne mechanizmy warunkujące funkcjonowanie pracowników oraz ich związki z efektywnością firmy. Ważnym elementem rozważań jest wpływ zmieniającego się otoczenia na postawy i oczekiwania ludzi. Przedmiot ten łączy i wykorzystuje wiedzę z zakresu: psychologii, socjologii, politologii, antropologii i zarządzania.

Treści programowe:

1. Wprowadzenie do analizy zachowań organizacyjnych.
2. Kształtowanie się zachowań jednostki w organizacji.
3. Motywacja i zaangażowanie pracowników.
4. Komunikowanie się pracowników w organizacji.
5. Socjalizacja jednostki i kultura organizacyjna.
6. Grupy i zespoły pracownicze.
7. Rola przywództwa w organizacji
8. Władza i polityka w organizacji.
9. Gry i zachowania nieetyczne w organizacji.
10. Konflikty oraz metody ich rozwiązywania.
11. Hierarchia i partnerstwo w organizacji.
12. Technologia a struktura społeczna organizacji.
13. Znaczenie zaufania w organizacji. Kapitał relacyjny. Kapitał społeczny.
14. Społeczne aspekty zmian zachodzących w organizacjach.
15. Różnorodność i wielokulturowość we współczesnych organizacjach.



Media społecznościowe

Kod: ICT_1_005.100

ECTS: 6

Liczba godzin 30 (wykład: 15, ćwiczenia: 15)

Forma zaliczenia przedmiotu: Z/E

Opis przedmiotu:

Technologie mediów społecznościowych nieustannie zmieniają sposób, w jaki konsumenci oraz przedsiębiorstwa wchodzą w interakcje pomiędzy sobą. Wykorzystując media społecznościowe, konsumenci mają większe możliwości wyrażania swoich opinii i nawiązywania kontaktów z innymi konsumentami, a przez to zwiększać wpływ na marketerów i marki. W rezultacie tradycyjne podejście do komunikacji marketingowej musi się zmieniać. Media społecznościowe wykorzystywane są do angażowania konsumentów oraz propagowania pomysłów, wiadomości, produktów i zachowań. Celem kursu jest odpowiedź na pytanie, w jaki sposób organizacje wykorzystują media społecznościowe aby wspierać swoje działania marketingowe.

Treści programowe:

1. Media Społecznościowe – pojęcia, typy, rodzaje i wybrane definicje.
2. Cechy mediów społecznościowych.
3. Strategie i formy aktywności w ramach mediów społecznościowych, a budowanie zasięgów.
4. Media społecznościowe – budowanie społeczności, odnawianie i/lub kształtowanie relacji, budowanie wizerunku osoby lub firmy.
5. Media społecznościowe w strategii marketingowej firmy.
6. Czy rzeczywiście trzeba być wszędzie? Czym kierować się przy doborze Social Media i form reklamy.
7. Funpage, reklamy, formy aktywizacji użytkowników, jak m.in. grywalizacja, marketing wirusowy.
8. Social Media i ich zastosowanie w badaniach marketingowych.
9. Social Media Marketing i Social Media Marketing mix.
10. Social Media jako narzędzie do targetowania przekazów i pozyskiwania klientów, czy też zwolenników.
11. Hate versus budowanie pozytywnego wizerunku.



12. Trollowanie w Social Media.

13. #hashtag.

14. Media Społecznościowe jako źródło wiedzy – możliwości i zagrożenia.

15. Co zrobić, by czegoś nie przegapić, czyli... systemy pozwalające monitorować aktywność internautów w Social Media (wewnętrzne i zewnętrzne jak Brand 24).



Negocjacje

Kod: BUS_1_007.100

ECTS: 6

Liczba godzin 30 (wykład: 15, ćwiczenia: 15)

Forma zaliczenia przedmiotu: Z/E

Opis przedmiotu:

Kurs poświęcony jest technikom i inżynierii negocjacji osadzonym na płaszczyźnie mechanizmów psychologicznych i psycho – społecznych rządzących zachowaniami ludzkimi.

Treści programowe:

1. Wybrane koncepcje psychologiczne w odniesieniu do negocjacji.
2. Negocjacje – definicje i podstawowe zagadnienia.
3. Wybrane pojęcia.
4. Fazy i etapy negocjacji.
5. Wybrane taktyki i techniki negocjacyjne.
6. Elementy poprawnej komunikacji.
7. Komunikacja werbalna i niewerbalna.
8. Nawiązywanie i podtrzymywanie relacji.
9. Czas i miejsce oraz ich znaczenie w prowadzeniu negocjacji.
10. Osoba negocjatora - cechy skutecznego negocjatora.
11. Role członków zespołu negocjacyjnego.
12. Konflikty w czasie negocjacji.
13. Zasady ustępowania w negocjacjach - techniki związane z wykorzystaniem czasu (technika ograniczonych kompetencji, technika sytuacji hipotetycznej, etc.).
14. Techniki negocjacji, a inżynieria negocjacji.



Praktyka

Kod: GEN_1_032.100

ECTS: 30

Liczba godzin: 900 (projekt: 900)

Forma zaliczenia przedmiotu: Z

Opis przedmiotu:

Sześciomiesięczna praktyka zawodowa realizowana podczas studiów na profilu praktycznym jest jednym z najważniejszych elementów programu kształcenia. Praktyce przypisano 900 godzin i 30 punktów ECTS. Stanowi istotne uzupełnienie i rozwinięcie treści teoretycznych i praktycznych omawianych na zajęciach. Studenci podczas praktyk w wybranych organizacjach rozwijają wiedzę, umiejętności oraz kompetencje społeczne dotyczące konkretnych problemów i spraw z którymi borykają się organizacje. Praktyki stanowią również istotny atut, ważny na rynku pracy podczas poszukiwania przez absolwentów pierwszej pracy. Dzięki takim bowiem praktykom zawodowym absolwenci są lepiej przygotowani do przyszłej pracy. Sposób realizacji praktyk reguluje Regulamin praktyk zawodowych. Studenci mogą odbywać praktykę w organizacjach zapewnionych przez Uczelnię, w miejscach zaproponowanych przez Studentów (na zasadach określonych w Regulaminie praktyk zawodowych) lub starać się o uwzględnienie doświadczenia zawodowego w miejsce praktyk – co przeważa na studiach niestacjonarnych (na zasadach określonych w Regulaminie praktyk zawodowych).

Treści programowe:

1. Studenckie praktyki zawodowe mają na celu:

- a) praktyczne przygotowanie do wykonywania zawodu, w tym umiejętności wykorzystania zdobytej wiedzy w pracy zawodowej,
- b) kształtowanie umiejętności niezbędnych w przyszłej pracy zawodowej, w tym m.in. umiejętności: analitycznych, organizacyjnych, pracy w zespole, nawiązywania kontaktów, prowadzenia negocjacji, a także przygotowanie studenta do samodzielności i odpowiedzialności za powierzone mu zadania,
- c) zapoznanie studentów ze specyfiką środowiska zawodowego, zasadami funkcjonowania podmiotów gospodarczych, społecznych, organów administracji rządowej, samorządu terytorialnego i innych jednostek organizacyjnych w życiu



gospodarczo – społecznym, pogłębienie wiedzy o poszczególnych branżach gospodarki,

d) zapoznanie się z techniką prowadzenia dokumentacji na poszczególnych stanowiskach pracy,

e) poznanie zasad organizacji pracy, struktur organizacyjnych, podziału kompetencji,

f) zdobycie doświadczenia, wiedzy o rynku pracy oraz umiejętności wymaganych w pracy, a także dokonanie samooceny w zakresie umiejętności studentów w celu zwiększenia możliwości skutecznego konkurowania na rynku pracy,

g) stworzenie warunków do aktywizacji zawodowej studentów na rynku pracy.

2. Dodatkowym celem praktyki może być zebranie materiałów i danych przydatnych do realizacji założeń projektu licencjackiego.



Projekt licencjacki

Kod: GEN_1_029.100

ECTS: 1

Liczba godzin: 30 (projekt: 30)

Forma zaliczenia przedmiotu: Z/E/bp

Opis przedmiotu: -

Student przygotowuje samodzielnie projekt, wybierając z puli projektów do wyboru (związanych z kierunkiem). Projekt jest prezentowany podczas egzaminu dyplomowego, który kończy studia pierwszego stopnia.

Treści programowe: -

1. Poszerzenie wiedzy zdobytej na studiach i rozwijanie umiejętności jej wykorzystywania;
2. Kształtowanie umiejętności niezbędnych w przyszłej pracy zawodowej, w tym między innymi umiejętności: analitycznych, organizacyjnych.