

Załącznik do uchwały nr 236 Senatu UŁ z 17 marca 2026 r.

PROGRAM STUDIÓW

Kierunek: DIGITAL COMMUNICATION AND SOCIAL MEDIA

FOR MANAGEMENT

studia I stopnia

profil praktyczny

od roku akademickiego 2026/2027

1. Kierunek: Digital Communication and Social Media for Management

2. Zwięzły opis kierunku:

Dynamiczny rozwój komunikacji cyfrowej oraz social media – w tym performance marketingu sprawia, że sektor ten należy dziś do najbardziej wymagających i najszybciej zmieniających się obszarów rynku. Skuteczne funkcjonowanie w tej przestrzeni wymaga nie tylko aktualnej wiedzy, lecz także wysokich kompetencji analitycznych, kreatywnych i strategicznych.

Kierunek Digital Communication and Social Media for Management, realizowany w języku angielskim, odpowiada na te potrzeby w sposób unikatowy na tle programów oferowanych zarówno przez uczelnie publiczne, jak i prywatne. To kompleksowa propozycja edukacyjna obejmująca najszerzej pojętą komunikację cyfrową, z wyraźnym naciskiem na media społecznościowe i ich biznesowe wykorzystanie. Program powstał w oparciu o analizy rynku pracy, oferty edukacyjnej w Polsce i na świecie oraz konsultacje z praktykami branży digital. Dzięki temu absolwent kierunku nie tylko zna i rozumie specyfikę środowiska mediów społecznościowych, ale potrafi nimi świadomie zarządzać, wykorzystując dane, narzędzia i najnowsze trendy.

Silny nacisk na praktykę stanowi kluczowy wyróżnik kierunku. W proces dydaktyczny zaangażowani zostali eksperci aktywnie działający w obszarze digital i social media, a trwające prace nad powołaniem Rady Programowej – gremium praktyków z wiodących firm branżowych zagwarantują bieżącą aktualizację treści i najwyższą jakość kształcenia.

Współpraca z wykładowcami z uczelni zagranicznych dodatkowo wzmacnia wymiar międzynarodowy studiów i podnosi ich atrakcyjność. Program przewiduje formułę zajęć online lub hybrydową umożliwiającą udział w zajęciach studentom o zróżnicowanych oczekiwaniach i potrzebach edukacyjnych.

3. Poziom studiów: I stopień

4. Profil studiów: praktyczny

5. Forma studiów: stacjonarna

6. Cele kształcenia

Efektom ukończenia kierunku będzie wyposażenie studenta w umiejętności, wiedzę i kwalifikacje pozwalające mu na podjęcie pracy w sektorze rynku, będącym przedmiotem kształcenia i czyniące go konkurencyjnym w stosunku do innych zatrudnionych.

W toku prowadzenia studiów ważne będzie, oprócz pozyskania wiedzy z zakresu danych obszarów tematycznych, ciągłe rozwijanie pasji studenta i rozbudzanie jego uwagi w sferze trendów i nowości z obszarów mediów społecznościowych i digital communication. Właśnie takie podejście winno potem towarzyszyć absolwentom w dalszej karierze zawodowej. Celem autorów kierunku jest wyposażenie absolwenta nie tylko w twarde umiejętności analityczne, ale przede wszystkim ich połączenie z obszarami miękkimi.

Absolwent kierunku – to osoba, która wyposażona będzie w wiedzę z zakresu nie tylko szeroko pojętych mediów społecznościowych, ale przede wszystkim w umiejętności pozwalające na zarządzanie nimi w sposób profesjonalny, właśnie dzięki szerokiemu spektrum obszarów poruszanych w ramach poszczególnych bloków tematycznych.

Absolwent będzie sprawnie funkcjonował w obszarze komunikacji cyfrowej oraz mediów społecznościowych, posiadając umiejętność planowania, realizacji i audytowania prowadzonych działań. W pracy będzie wykorzystywał aktualne trendy rynkowe, opierając się na ich pogłębionej analizie i dostosowując je do specyfiki wybranej branży, z pełną świadomością jej ograniczeń i możliwości.

Wiedza i umiejętności pozwolą absolwentowi optymalizować działania komunikacyjno-wizerunkowe marek, jak również radzić sobie z potencjalnymi kryzysami, będącymi naturalnym elementem przestrzeni biznesowej. Absolwent będzie dysponował wiedzą o charakterze wieloaspektowym, co pozwoli mu zarówno samodzielnie tworzyć treści, jak i efektywnie współpracować z ich autorami. Będzie to osoba przygotowana zarówno do samodzielnego funkcjonowania w roli influencera, jak i do profesjonalnego prowadzenia współpracy marki z influencerami.

Zdecydowaną wartością absolwenta będzie jego umiejętność pracy w zespole osób prowadzących media społecznościowe marek, jak również poprowadzenie ich w sposób niezależny. W związku z tym duży nacisk, w czasie prowadzonych zajęć, położony jest na budowanie poczucia pewności siebie i samodzielności studenta. Absolwent będzie więc miał możliwość pozyskania praktycznej wiedzy, a przez to jego wejście na rynek profesjonalny będzie naturalne.

Wiedza absolwenta m.in. z zakresu komunikacji marketingowej w mediach społecznościowych, zachowania konsumenta, storytellingu, content marketingu czy działań wspierających z obszaru np. AdWords, remarketingu czy sztucznej inteligencji (AI) w social media, jak również z dziedziny kreatywnego copywritingu oraz etyki i prawa, umożliwi absolwentowi szybką reakcję na trendy rynkowe, oraz ich kreowanie.

Absolwent zostanie wyposażony także w umiejętności analitycznego podejścia do prowadzonych działań, opierającego się na analizach statystyk prowadzonej aktywności, audycie realizowanej strategii i osiągniętych rezultatów, co będzie niewątpliwym atutem na rynku pracy.

Absolwent stacjonarnych studiów I stopnia kierunku Digital Communication & Social media for Management posiadać będzie kompetencje, wiedzę oraz umiejętności z zakresu szeroko pojętych mediów społecznościowych z punktu widzenia trzech głównych filarów: analityk (A), kreator (K), menedżer (M).

Na atrybuty te składają się m.in.:

- Znajomość obecnych trendów w biznesie, zarządzaniu i marketingu (K+M).
- Ogólna wiedza z zakresu zasad funkcjonowania każdego z uczestników otoczenia konkurencyjnego (K+M).
- Znajomość i sprawne posługiwanie się platformami społecznościowymi (A+K+M).
- Znajomość narzędzi takich jak Facebook/Instagram Ads, AdWords, Tik Tok Ads, LinkedIn Ads oraz posługiwanie się nimi w stopniu pozwalającym na samodzielne podejmowanie działań.
- Umiejętność prowadzenia kampanii komunikacyjnych (A+M).
- Umiejętność śledzenia, zauważania oraz wyznaczania nowych trendów w mediach społecznościowych (M+K).
- Wiedza z zakresu tworzenia marki w przestrzeni wirtualnej (e-branding) (M+K).

- Znajomość narzędzi analitycznych służących do analizowania profili konsumentów, segmentów, relacji rynkowej (One to one, One to Mass) (A).
- Umiejętność prowadzenia badań w przestrzeni wirtualnej, ich analizy, interpretacji oraz prezentacji wyników (A+M).
- Wiedza o zachowaniach konsumenckich i trendach z nimi związanych (M).
- Wiedza z zakresu Influencer marketing (M).
- Znajomość prawa autorskiego (M).
- Znajomość podstaw tworzenia grafiki (K).
- Umiejętność tworzenia treści umieszczanych w mediach społecznościowych (K).
- Znajomość systemów CRM i marketing automation (M+A).
- Umiejętność pracy w zespole (M).
- Umiejętność planowania i tworzenia planów marketingowych oraz przygotowywanie mierników ich realizacji (M).
- Umiejętność posługiwania się językiem angielskim w stopniu B2 (M).

7. Tytuł zawodowy: licencjat

8. Możliwość zatrudnienia i kontynuacji kształcenia absolwenta

W rozumieniu Rozporządzenia Ministra Pracy i Polityki Społecznej z dnia 21 października 2025 r. w sprawie klasyfikacji zawodów i specjalności na potrzeby rynku pracy (Dz. U. 2025, poz. 1534) absolwenci kierunku **Digital Communication and Social Media for Management** uzyskają możliwość zatrudnienia w charakterze:

122104	Kierownik do spraw marketingu internetowego
122190	Pozostali kierownicy do spraw marketingu i sprzedaży
122202	Kierownik działu reklamy / promocji / public relations
122290	Pozostali kierownicy do spraw reklamy i public relations
243103	Menedżer produktu (product manager)
243107	Specjalista do spraw reklamy
243108	Specjalista do spraw mediów interaktywnych
243190	Pozostali specjaliści do spraw reklamy i marketingu
243203	Specjalista do spraw public relations
243290	Pozostali specjaliści do spraw public relations
262205	Menedżer zawartości serwisów internetowych

Ponadto, kierunek ten może stanowić podstawę do podjęcia studiów drugiego stopnia. Inną możliwością pogłębiania kwalifikacji są studia podyplomowe i inne formy kształcenia prowadzone przez uczelnie akademickie i inne instytucje naukowo-dydaktyczne.

9. Wymagania wstępne, oczekiwane kompetencje kandydata opisane językiem efektów uczenia się.

Od kandydata na kierunek Digital Communication and Social Media for Management oczekuje się, że na etapie rekrutacji będzie posiadał następujące wstępne kompetencje:

Wiedza

- zna podstawowe zjawiska społeczno-gospodarcze oraz mechanizmy funkcjonowania organizacji biznesowych, ze szczególnym uwzględnieniem roli komunikacji cyfrowej i mediów społecznościowych w gospodarce cyfrowej;
- rozumie znaczenie komunikacji interpersonalnej, zespołowej i międzykulturowej w środowisku cyfrowym dla sprawnego funkcjonowania organizacji oraz realizacji ich celów zarządczych i biznesowych;
- zna podstawowe pojęcia, narzędzia i kanały komunikacji cyfrowej oraz rozumie ich zastosowanie w zarządzaniu, marketingu i budowaniu relacji z interesariuszami;
- rozumie wpływ mediów społecznościowych na zachowania konsumentów, kształtowanie wizerunku organizacji oraz procesy decyzyjne w działalności biznesowej.

Umiejętności

- potrafi posługiwać się językiem angielskim w mowie i piśmie na poziomie umożliwiającym studiowanie literatury fachowej, aktywne uczestnictwo w zajęciach oraz formułowanie podstawowych wypowiedzi dotyczących komunikacji cyfrowej, mediów społecznościowych i zarządzania;
- potrafi logicznie analizować i porządkować informacje oraz identyfikować podstawowe zależności przyczynowo - skutkowe odnoszące się do zjawisk społecznych, gospodarczych i komunikacyjnych zachodzących w środowisku online;
- potrafi wyszukiwać, selekcjonować i wstępnie analizować informacje dotyczące trendów cyfrowych, procesów komunikacyjnych oraz działań organizacji w mediach społecznościowych, korzystając z ogólnodostępnych źródeł;
- potrafi pracować zespołowo przy realizacji prostych projektów z zakresu komunikacji cyfrowej i social media, przyjmując różne role oraz realizując powierzone zadania;
- potrafi w podstawowym zakresie interpretować dane oraz obserwacje dotyczące aktywności użytkowników i działań komunikacyjnych organizacji w środowisku cyfrowym.

Kompetencje społeczne

- jest gotów do systematycznego studiowania w języku angielskim oraz ciągłego rozwijania kompetencji językowych, cyfrowych i międzykulturowych;
- jest gotów do współpracy w zespołach zróżnicowanych kulturowo, również w środowisku online, wykazując otwartość, szacunek dla odmiennych poglądów oraz różnych stylów komunikacji i pracy;
- jest gotów do krytycznej obserwacji i oceny procesów społecznych, gospodarczych i komunikacyjnych zachodzących w mediach cyfrowych oraz refleksji nad ich konsekwencjami etycznymi i biznesowymi;
- jest gotów do podejmowania pracy w organizacjach funkcjonujących w gospodarce cyfrowej, w szczególności w obszarach komunikacji cyfrowej, mediów społecznościowych i zarządzania, oraz do świadomego planowania własnego rozwoju edukacyjnego i zawodowego.

10. Dziedziny i dyscypliny naukowe, do których odnoszą się efekty uczenia się:

DZIEDZINA	DYSCYPLINA	UDZIAŁ %
Nauki społeczne	Nauki o zarządzaniu i jakości	100%

11. Określenie kierunkowych efektów uczenia się dla danego typu kwalifikacji wraz z odniesieniem do składnika opisu charakterystyk pierwszego i drugiego stopnia PRK.

Wiedza		
Kod KEU	Treść efektu	Odniesienie do składnika opisu charakterystyk pierwszego i drugiego stopnia PRK
08D-1P_W01	Zna i rozumie w zaawansowanym stopniu zagadnienia z dziedziny nauk społecznych, w tym w szczególności nauk o zarządzaniu i jakości.	P6U_W P6S_WG
08D-1P_W02	Zna i rozumie zagadnienia dotyczące funkcjonowania różnych organizacji i ich podstawowych elementów, w szczególności w odniesieniu do organizacji biznesowych działających w warunkach Nowej Gospodarki, gospodarki opartej na wiedzy i gospodarki cyfrowej, uwzględniając zasady tworzenia i rozwoju przedsiębiorczości.	P6U_W P6S_WK
08D -1P_W03	Zna i rozumie w zaawansowanym stopniu relacje między organizacjami biznesowymi i pozostałymi organizacjami w ich otoczeniu, jak również relacje pomiędzy elementami wewnątrz organizacji biznesowych, z uwzględnieniem wpływu na nie technologii ogólnego zastosowania.	P6U_W P6S_WG
08D -1P_W04	Zna i rozumie rolę więzi społecznych i sposobów ich rozpoznawania w organizacjach biznesowych oraz prawidłowości rządzące funkcjonowaniem tych więzi w tym także te wynikające z dylematów współczesnej cywilizacji.	P6U_W P6S_WK
08D -1P_W05	Zna i rozumie w zaawansowanym stopniu metody i narzędzia, które pozwalają opisywać organizacje biznesowe, w szczególności te o formie korporacyjnej, ich struktury oraz procesy w nich i między nimi zachodzące, z uwzględnieniem narzędzi pozwalających na kreowanie modeli i strategii biznesowych na rynku cyfrowym.	P6U_W P6S_WG
08D -1P_W06	Zna i rozumie w zaawansowanym stopniu rolę człowieka jako podmiotu tworzącego organizacje biznesowe oraz zasady jego funkcjonowania w ramach tych organizacji biznesowych.	P6U_W P6S_WG
08D -1P_W07	Zna i rozumie w zaawansowanym stopniu normy i reguły rządzące organizacjami biznesowymi, w szczególności tymi o formie korporacyjnej, z uwzględnieniem innowacji jako kluczowego elementu procesów biznesowych i rozwiązań zarządczych.	P6U_W P6S_WG
08D -1P_W08	Zna i rozumie w zaawansowanym stopniu procesy zmian w organizacjach biznesowych i ich otoczeniu, w tym przyczyny, przebieg, skalę i konsekwencje tych zmian, ze szczególnym	P6U_W P6S_WG

	uwzględnieniem przestrzeni cyfrowej, oraz zna zależności między nimi.	
08D -1P_W09	Zna i rozumie w zaawansowanym stopniu poglądy na temat organizacji biznesowych, ich historycznego rozwoju i kierunków, w jakich zmierzają.	P6U_W P6S_WG
08D - 1P_W10	Zna i rozumie prawne i etyczne wymogi związane z ochroną własności intelektualnej, przemysłowej i prawa autorskiego, w tym w szczególności te związane z aktywnością w mediach społecznościowych.	P6U_W P6S_WK
08D -1P_W11	Zna i rozumie w zaawansowanym stopniu bezpieczeństwo w sieci, ze szczególnym uwzględnieniem istoty cyberbezpieczeństwa i ochrony danych osobowych w praktyce rynkowej.	P6U_W P6S_WG
08D -1P_W12	Zna i rozumie w zaawansowanym stopniu metody analizy zjawisk i procesów zachodzących w organizacjach biznesowych przez pryzmat ludzi, rynku i przyszłości, uwzględniając narzędzia pogłębionej analityki strategii i działań operacyjnych realizowanych w mediach społecznościowych.	P6U_W P6S_WG
08D -1P_W13	Zna i rozumie w zaawansowanym stopniu narzędzia wspierające zarządzanie oraz możliwość ich zastosowania w praktyce cyfrowej, w tym w obszarze integracji narzędzi komunikacji <i>online</i> i <i>offline</i> .	P6U_W P6S_WG
08D -1P_W14	Zna i rozumie w zaawansowanym stopniu metody i techniki pomiaru przejawów problemów w biznesie, uwzględniając te dotyczące zarządzania kryzysem w mediach społecznościowych oraz zna zależności między nimi.	P6U_W P6S_WG
Umiejętności		
Kod KEU	Treść efektu	Odniesienie do składnika opisu charakterystyk pierwszego i drugiego stopnia PRK
08D -1P_U01	Potrafi dostrzec i interpretować zjawiska ekonomiczne i społeczne, w zakresie niezbędnym dla identyfikowania problemów zarządzania organizacją biznesową, w tym w obszarze aktywności w świecie cyfrowym.	P6U_U P6S_UW
08D -1P_U02	Potrafi wykorzystać wiedzę teoretyczną do szczegółowego opisu i analizy procesów i zjawisk gospodarczych i społecznych w zarządzaniu organizacją biznesową, z uwzględnieniem mapowania różnych grup interesariuszy i projektowania sposobów współpracy w cyfrowym środowisku biznesowym.	P6U_U P6S_UW
08D -1P_U03	Potrafi dokonać analizy przyczyn i przebiegu wybranych procesów i zjawisk gospodarczych i społecznych z punktu widzenia nauk o zarządzaniu i jakości, ze szczególnym uwzględnieniem specyfiki rynku <i>online</i> .	P6U_U P6S_UW
08D -1P_U04	Potrafi przewidywać skutki procesów i zjawisk w otoczeniu i wewnątrz organizacji biznesowej z wykorzystaniem metod i narzędzi z zakresu organizacji i zarządzania, w tym w zakresie zautomatyzowanych systemów <i>marketing automation</i> .	P6U_U P6S_UW
08D -1P_U05	Potrafi posługiwać się technikami organizatorskimi oraz normami w celu realizacji konkretnych zadań z zakresu wspomagania zarządzania, uwzględniając planowane efekty strategii cyfrowej.	P6U_U P6S_UW
08D -1P_U06	Potrafi wykorzystać zdobytą wiedzę z zakresu zarządzania w praktyce funkcjonowania organizacji biznesowej dla identyfikacji i strukturyzacji problemów organizacyjnych, w tym także w warunkach gospodarki cyfrowej.	P6U_U P6S_UW

08D -1P_U07	Potrafi przeanalizować możliwe rozwiązania konkretnych problemów organizacyjnych organizacji biznesowej i proponuje metody i techniki wdrażania rozwiązań, w tym w szczególności wykorzystując zasady koncepcji <i>Design Thinking</i> .	P6U_U P6S_UW
08D -1P_U08	Potrafi wykorzystać umiejętności analityczne w obszarze realizowanych w mediach społecznościowych aktywności.	P6U_U P6S_UW
08D -1P_U09	Potrafi wykorzystać niezbędne do wdrażania zasady uczenia się przez całe życie poprzez uzupełnianie i doskonalenie nabytej wiedzy i umiejętności, inspirując i angażując w ten proces innych.	P6U_U P6S_UU
08D -1P_U10	Potrafi podejmować współpracę oraz interpersonalną komunikację w każdym otoczeniu biznesowym z uwzględnieniem realiów gospodarki cyfrowej.	P6U_U P6S_UU
08D -1P_U11	Potrafi wykorzystać umiejętności językowe w dziedzinie nauk społecznych, w tym w szczególności nauk o zarządzaniu i jakości, zgodnie z wymaganiami dla poziomu B2 Europejskiego Systemu Kształcenia Językowego.	P6U_U P6S_UK
08D -1P_U12	Potrafi aktywnie współdziałać i pracować w zespole <i>online</i> i <i>offline</i> , przyjmując w nim różne role i wykazując przy tym tolerancję dla różnorodnych postaw.	P6U_U P6S_UO
Kompetencje społeczne		
Kod KEU	Treść efektu	Odniesienie do składnika opisu charakterystyk pierwszego i drugiego stopnia PRK
08D -1P_K01	Jest gotów do zaangażowania się w realizację działań na rzecz społeczności oraz wykazuje kreatywność i otwartość na innowacje, często występując jako ich inicjator.	P6U_K P6S_KO
08D -1P_K02	Jest gotów do myślenia w sposób przedsiębiorczy, uwzględniając obserwowane trendy rynkowe.	P6U_K P6S_KO
08D -1P_K03	Jest gotów do dokonywania krytycznej oceny posiadanej wiedzy i konsumowanych treści.	P6U_K P6S_KR
08D -1P_K04	Jest gotów do dbania o tradycję wykonywanego zawodu oraz identyfikowania się z zasadami etyki zawodowej i ściśle ich przestrzega.	P6U_K P6S_KR
08D -1P_K05	Jest gotów do uznawania znaczenia wiedzy do rozwiązywania problemów i w razie konieczności zasięgnięcia opinii ekspertów.	P6U_K P6S_KK

12. Wnioski z analizy zgodności efektów uczenia się z potrzebami rynku pracy i otoczenia społecznego, wnioski z analizy wyników monitoringu karier zawodowych absolwentów oraz sprawdzone wzorce międzynarodowe.

Przeprowadzona analiza zgodności zakładanych efektów uczenia się z potrzebami rynku pracy, wykazała, że kierunek Digital Communication and Social Media for Management jest naturalną odpowiedzią na rzeczywiste zapotrzebowanie, z uwzględnieniem przy tym również specyfiki regionu łódzkiego. Godnym podkreślenia jest tutaj fakt, iż zasięg ten ma charakter globalny, co jest odpowiedzią na zmiany i wymogi rynkowe.

Jest on w pełni powiązany z obserwowanymi trendami w zakresie zapotrzebowania na specjalistów w obszarze mediów społecznościowych, komunikacji w rzeczywistości cyfrowej, analityki cyfrowej oraz influencer marketingu. Uwzględnia on w szczególności potrzeby rynku pracy ukierunkowane na

umiejętności dotyczące m.in. zaawansowanej znajomości platform społecznościowych, monitorowania działań marek konkurencyjnych w Internecie, tworzenia angażujących treści, raportowania, analizowania osiągniętych wyników i na ich podstawie wyciągania wniosków, budowania i utrzymywania świetnych relacji z klientami, monitorowania rynku oraz wdrażania najnowszych trendów do strategii komunikacji, które mają kluczowe znaczenie dla procesów komunikacji w przestrzeni cyfrowej, ze szczególnym uwzględnieniem mediów społecznościowych. Atutem kierunku jest włączenie przedstawicieli świata biznesu, będących znakomitymi ekspertami w swoich dziedzinach, w proces kształcenia. Natomiast realizując kształcenie w języku angielskim, kierunek ten odpowiada na realne oczekiwania pracodawców.

13. Związki z misją uczelni i jej strategią rozwoju.

Studia Digital Communication and Social Media for Management ściśle wpisują się w realizowaną misję i strategię rozwoju Uniwersytetu Łódzkiego. Kładą bowiem nacisk na kluczowe wartości, którymi kieruje się społeczność uczelni, w tym w szczególności: odwagę, ciekawość, zaangażowanie i współpracę. Studenci oraz absolwenci tego kierunku to ludzie, którzy są otwarci na to, co dzieje się w ich otoczeniu. Stawiają pytania o przesłanki i konsekwencje obserwowanych procesów, jednocześnie poszukując odpowiedzi w sposób kreatywny. Angażują się w projekty, wytrwale i konsekwentnie kształtując cyfrową rzeczywistość wokół siebie. Media społecznościowe przestały być bowiem postrzegane instrumentalnie, to obecnie przestrzeń licznych interakcji i procesów mających znaczenie w wymiarze gospodarczym, społecznym i kulturowym.

Studia Digital Communication and Social Media for Management poprzez współpracę z wykładowcami z innych uczelni, w tym w szczególności uczelni zagranicznych, przyczyniają się do intensyfikacji procesów umiędzynarodowienia Uniwersytetu Łódzkiego w obszarze nauki i dydaktyki, wiążąc je z prowadzonymi badaniami naukowymi i ich transferem, a także podnoszeniem jakości kształcenia. Sprzyja to bowiem wymianie i wspólnemu promowaniu wiedzy, podejmowaniu wspólnych projektów badawczych oraz konwersji różnorodnych metod wykorzystywanych w procesie nauczania oraz ich doskonaleniu.

Ponadto studia Digital Communication and Social Media for Management są odpowiedzią na rzeczywiste wyzwania współczesnego rynku i jako takie będą kształciły umiejętności i kompetencje poszukiwane na rynku pracy. Będą one jednocześnie wyzwalały i wzmacniały postawy ukierunkowane na ciągłe pogłębianie dotychczasowej wiedzy, stymulując rozwój ciekawych świata ludzi, potrafiących w sposób efektywny i skuteczny podążać za swoimi marzeniami.

Kierunek jest zgodny z nową strategią Uniwersytetu Łódzkiego, ogłoszoną w 2021 r. (Uchwała nr 195 Senatu UŁ z dnia 18 czerwca 2021 r. w sprawie uchwalenia Strategii Uniwersytetu Łódzkiego na lata 2021-2030).

14. Różnice w stosunku do innych programów studiów o podobnie zdefiniowanych celach i efektach uczenia się prowadzonych w Uniwersytecie Łódzkim:

Digital Communication and Social Media for Management to studia oryginalne wśród oferty innych kierunków obecnie dostępnych na Uniwersytecie Łódzkim. Pierwszym atrybutem jest prowadzenie zajęć w pełni w języku angielskim, co odróżnia naszą ofertę od tych proponowanych na kierunku Marketing, Dziennikarstwo, media i projektowanie komunikacji, Informacja w środowisku cyfrowym oraz Nowe media i kultura cyfrowa.

Warto podkreślić, że studia Digital Communication and Social Media for Management wyróżniają się na tle wspomnianych kierunków również znacznym wkładem specjalistów ze środowiska biznesowego w tworzenie oraz prowadzenie zajęć, które dzięki ich zaangażowaniu mają wymiar praktyczny i aktualny.

Różnice zauważalne są także w ofercie programowej:

Przedmioty prowadzone na kierunku Marketing (Wydział Zarządzania) w znacznej mierze koncentrują się na tradycyjnym podejściu do marketingu oraz komunikacji. W programie zajęć zagadnienia z obszaru digital i social media są podejmowane, jednakże w kontekście innych obszarów tematycznych.

· Kierunek Dziennikarstwo, media i projektowanie komunikacji (Wydział Filologiczny) znacznie różni się celami oraz efektami uczenia się. Zajęcia przede wszystkim mają za zadanie przygotować studentów do zawodu dziennikarza. Na kierunku podejmowane są głównie tematy odnoszące się do mediów tradycyjnych (projektowanie reklamy – psychologia reklamy, projektowanie reklamy – copywriting, czy grafika komputerowa), komunikacji z mediami oraz szkoleń z warsztatu dziennikarskiego. Te wszystkie aspekty znacznie odbiegają od oferty kierunku Digital Communication and Social Media for Management, na którym prezentujemy zupełnie inny kontekst mediów – w ujęciu cyfrowym oraz biznesowym.

· Mimo pozornych podobieństw z niektórymi przedmiotami proponowanymi na kierunku Nowe media i kultura cyfrowa (Wydział Filologiczny), istotne jest zwrócenie uwagi na kontekst prezentowanej oferty. Wspomniany kierunek oraz jego specjalności skupiają się na ujęciu kulturoznawczym (teorie cyberkultury, humanistyka cyfrowa, analityka kulturowa). Cele i efekty uczenia się znacznie odbiegają od propozycji kierunku Digital Communication and Social Media for Management, w którym zajęcia odnoszą się przede wszystkim do środowiska biznesowego. Także przedmioty z bloku social media wyróżniają się znacznie bardziej szczegółowym omówieniem narzędzi oraz form reklamy w odniesieniu do konkretnych platform społecznościowych, co także stanowi unikatową ofertę kierunku Digital Communication and Social Media for Management.

· Kierunek International Marketing (Wydział Stosunków Międzynarodowych i Politologicznych) proponuje przede wszystkim program ukierunkowany na tradycyjne formy marketingu oraz biznesu w środowisku międzynarodowym. Kierunek Digital Communication and Social Media for Management jest znacznie bardziej nastawiony na komunikację oraz marketing w sferze cyfrowej.

· Kierunek Informacja w środowisku cyfrowym (Wydział Filologiczny) skupia się na kształceniu specjalisty w zakresie informacji naukowej, technicznej i ekonomicznej, którego miejscem zatrudnienia są najczęściej instytucje publiczne takie jak biblioteki, galerie, muzea, wydawnictwa naukowe i pokrewne. Pomimo oferowania przedmiotów związanych z obszarem cyfrowym takich jak: cyberbezpieczeństwo i ochrona zasobów informacyjnych, skład i grafika komputerowa, media społecznościowe w zarządzaniu instytucją, serwisy i technologie mobilne ich zakres odnosi się do sektora instytucji publicznych. Natomiast prezentowany kierunek kształci specjalistów głównie dla biznesu i organizacji nastawionych na zysk, które cechują się zupełnie inną specyfiką i celem działania.

15. Plany studiów

rok	semestr	przedmiot	Szczegóły przedmiotu													Forma zaliczenia	ECTS
			KOD	Liczba godzin										Razem			
				Wykład typ 1	Wykład typ 2	Wykład typ 3	Ćwiczenia audytoryjne	Ćwiczenia informatyczne	Warsztaty	Seminaria licencjackie	Praktyki studenckie - profil praktyczny	Lektorat	Wychowanie fizyczne				
WT1	WT2	WT3	C	LI	WR	SL	PP	L	WF								
I	1	Data Protection and Cybersecurity		25										25	Egzamin	3	
	1	Fundamentals of Finance	25											25	Egzamin	2	
	1	Introduction to Management		15		35								50	Zaliczenie	6	
	1	IT Tools for Business					25							25	Zaliczenie	4	
	1	Mathematics and Statistics for Business		25		25								50	Egzamin	6	
	1	Physical Education										30		30	Zaliczenie	-	
	1	Professional Skills Development				25								25	Zaliczenie	3	
	1	Understanding Business	10			35								45	Zaliczenie	5	
		razem po 1. semestrze:											godzin:	275	p. ECTS:	29	
I	2	Basics of Media				25								25	Zaliczenie	3	
	2	Economics	50											50	Egzamin	4	
	2	Foreign Language in Business									60			60	Zaliczenie	3	
	2	Introduction to Law		25										25	Zaliczenie	3	
	2	Issues in Business						25						25	Zaliczenie	4	
	2	Market and Marketing	15						30					45	Egzamin	6	
	2	Organisational Behaviour	10						20					30	Zaliczenie	4	
	2	Organisational Design	10						20					30	Zaliczenie	4	
	2	Physical Education										30		30	Zaliczenie	-	
	razem po 2. semestrze:										godzin:	320	p. ECTS:	31			
II	3	Crisis in Social Media	25											25	Zaliczenie	2	
	3	Digital Business Design	10			10								20	Egzamin	2	
	3	Digital Economy and Commerce		25										25	Zaliczenie	3	
	3	Digital Technologies					25							25	Zaliczenie	4	
	3	Foreign Language in Business									60			60	Egzamin	4	
	3	Inbound Marketing		25										25	Egzamin	3	
	3	Market Research and Data-Driven Decisions	15			15								30	Egzamin	3	
	3	Marketing Communication				50								50	Zaliczenie	6	
	razem po 3. semestrze:										godzin:	260	p. ECTS:	27			
II	4	Bachelor Seminar								6				6	Zaliczenie	1	
	4	Internship										960		960	Zaliczenie	32	
	razem po 4. semestrze:										godzin:	966	p. ECTS:	33			

17. Proces prowadzący do uzyskania efektów uczenia się:

a. Opisy przedmiotów (sylabusy), w zakresie określonym odrębnym zarządzeniem Rektora – w załączeniu (zamieszczone na końcu programu studiów)

Efekty uczenia się dotyczące wiedzy i umiejętności weryfikowane są podczas egzaminów pisemnych i ustnych, kolokwium pisemnych i ustnych, sprawdzianów praktycznych, przygotowania pisemnych lub ustnych opracowań wybranych zagadnień, prezentacji multimedialnych, projektów, itp.

Efekty uczenia się dotyczące kompetencji społecznych są sprawdzane przede wszystkim podczas aktywnych form zajęć takich jak: ćwiczenia audytoryjne, warsztaty, seminaria, ćwiczenia informatyczne, gry symulacyjne. Dokonywane jest to poprzez zastosowanie indywidualnych i grupowych metod dydaktycznych, głównie różnych odmian dyskusji, studium przypadku, symulacji umożliwiających studentowi ocenę problemu, wyrażenie opinii i obronę własnego stanowiska.

b. Tabela określająca relacje między efektami kierunkowymi a efektami uczenia się zdefiniowanymi dla poszczególnych przedmiotów lub modułów procesu kształcenia (macierz efektów uczenia się)

Przedmiot	sem.	08D-1P_W01	08D-1P_W02	08D-1P_W03	08D-1P_W04	08D-1P_W05	08D-1P_W06	08D-1P_W07	08D-1P_W08	08D-1P_W09	08D-1P_W10	08D-1P_W11	08D-1P_W12	08D-1P_W13	08D-1P_W14	08D-1P_U01	08D-1P_U02	08D-1P_U03	08D-1P_U04	08D-1P_U05	08D-1P_U06	08D-1P_U07	08D-1P_U08	08D-1P_U09	08D-1P_U10	08D-1P_U11	08D-1P_U12	08D-1P_K01	08D-1P_K02	08D-1P_K03	08D-1P_K04	08D-1P_K05			
Data Protection and Cybersecurity	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	1	0	0	0	0	0	0	1			
Fundamentals of Finance	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0			
Introduction to Management	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0		
IT Tools for Business	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	0	0	0	1	1	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0			
Mathematics and Statistics for Business	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0			
Physical Education	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0			
Professional Skills Development	1	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	1	0	0	0	1	0	0	0			
Understanding Business	1	1	1	0	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	1	0	0	1	0	0			
Basics of Media	2	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	1	0	0	1	0	0	0	0			
Economics	2	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	1	0	0		
Foreign Language in Business	2	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0		
Introduction to Law	2	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0		
Issues in Business	2	0	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	1	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0		
Market and Marketing	2	0	1	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0		
Organisational Behaviour	2	0	1	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0		
Organisational Design	2	0	1	1	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1		
Physical Education	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0		
Humanistic Lecture	2	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0		
Crisis in Social Media	3	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0		
Digital Business Design	3	0	1	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0		
Digital Economy and Commerce	3	1	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0		
Digital Technologies	3	0	0	0	0	1	1	0	1	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0		
Foreign Language in Business	3	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	1	0	0		
Inbound Marketing	3	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0		
Market Research and Data-Driven Decisions	3	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	1	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0		
Marketing Communication	3	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0		
Bachelor Seminar	4	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0		
Internship	4	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0		
Bachelor Seminar	5	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	1	1	0	0	0	1	0	1	0	0	1	0	0	1	0	0	0	1	
Customer Behaviour and Experience	5	1	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	
Innovative Business Models	5	0	1	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	
Social Media Management	5	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	1	0	0	0	0	1	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	
Social Media Toolbox	5	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	
External Elective Course I	5	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
Bachelor Seminar	6	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	1	1	0	0	0	1	0	1	0	0	1	0	0	1	0	0	0	1	
Influencer Marketing	6	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	1	
Managing Innovation in a Modern World	6	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	
Social Media Ads and Analytics	6	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	1	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	
External Elective Course II	6	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
Internal Elective Course *	5/6																																		
*Advanced Professional Growth: Mentorina and	5/6	0	0	0	1	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	
*Negotiation and Conflict Resolution	5/6	0	0	0	1	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0
*Neuromarketing	5/6	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	1	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0

c. Wymiar, zasady i formy odbywania praktyk

Praktyki zawodowe odbywają się podczas czwartego semestru (960 godz. lekcyjnych; 32 punkty ECTS). Zasady i formy odbywania praktyk reguluje Zarządzenie Rektora nr 82 Rektora UŁ z 20.01.2021 r. z późniejszymi zmianami w sprawie: organizacji studenckich praktyk zawodowych w Uniwersytecie Łódzkim.

Praktyki zawodowe realizowane są poprzez staże studentów w wybranych organizacjach i instytucjach (biznesowych, publicznych i pozarządowych). Studenci podczas pracy w realnych warunkach funkcjonowania różnych organizacji kształtują kompetencje w zakresie wiedzy i umiejętności praktycznych, a pracując w zespołach, kształtują kompetencje społeczne. Studenci zobowiązani są do realizacji praktyk obligatoryjnych w ramach programu studiów oraz mają możliwość odbywania praktyk nieobligatoryjnych. Na stronie Wydziału Zarządzania UŁ dostępny jest ramowy program obligatoryjnych praktyk zawodowych, który pozwala im zdecydować o miejscu praktyk (organizacji, stanowisku) i zakresie wykonywanych czynności i zadań.

W organizację praktyk zaangażowany jest Wydziałowy Pełnomocnik Dziekana ds. Praktyk Zawodowych oraz opiekun kierunkowy. Dla większej dbałości o wysoki poziom przygotowania zawodowego studenta, nad przebiegiem praktyk czuwa także merytoryczny opiekun ze strony organizacji, w której student odbywa praktyki.

Szczegółowy zakres praktyk, zasady ich organizacji i baza firm przedstawiane są studentom przez kierunkowych opiekunów praktyk. Terminy praktyk i możliwości zwolnień z praktyk reguluje Zarządzenie Dziekana WZ UŁ i jest dostępne dla studentów na stronie WZ UŁ.

Informacje dotyczące sposobu zaliczania praktyk wraz z wymaganą dokumentacją dostępne są na stronie WZ UŁ.

Praktyki zaliczane są na ocenę, a dodatkowo każda praktyka podlega ewaluacji pod kątem zgodności jej zakresu z zaakceptowanym programem oraz osiągnięcia efektów uczenia się. Zarówno studenci jak i organizacje, w których odbywa się praktyka, mają możliwość uzgadniania terminu, zakresu i czasu praktyk. Sposobem kontroli jakości procesu praktyk jest ich ewaluacja poprzez wypełnianie przez studentów i organizacje kwestionariuszy ankiet.

Jednym z elementów weryfikacji prawidłowości przebiegu praktyk i ich spójności z założonymi efektami uczenia się są hospitacje przeprowadzane w organizacji, w której student realizuje praktyki.

d. Zajęcia zapewniające studentom udział w badaniach naukowych:

Nie dotyczy.

e. Wykaz i wymiar szkoleń obowiązkowych, w tym szkoleń BHP oraz z zakresu własności intelektualnej i prawa autorskiego

Szkolenie biblioteczne nie jest obowiązkowe.

Szkolenie BHP i ppoż. oraz szkolenie z zakresu własności intelektualnej i prawa autorskiego (e-learning) są obowiązkowe dla studentów pierwszego roku I i II stopnia studiów i odbywają się drogą e-learningową. Studenci, którzy kontynuują naukę w Uniwersytecie Łódzkim są zwolnieni z ponownego odbycia szkolenia.

Opisy przedmiotów (sylabusy)

Data Protection and Cybersecurity			
Nazwa przedmiotu:	Data Protection and Cybersecurity		
Punkty ECTS:	Rok studiów:	Semestr:	Język wykładowy:
3	1	1	angielski
Forma zaliczenia przedmiotu:	Egzamin		
Forma zajęć	Liczba godzin	Forma prowadzenia zajęć	
Wykład typ 2	25	zdalna	
A. Skrócony opis przedmiotu			
<p>Zajęcia wprowadzają w kluczowe zagadnienia na styku prawa i technologii cyfrowych. Analizowane są wyzwania związane z jurysdykcją w środowiskach internetowych, zagrożenia dla cyberbezpieczeństwa, współczesne formy cyberprzestępczości oraz prawne i etyczne aspekty prywatności i ochrony danych. Kurs zapewnia usystematyzowany przegląd ram regulacyjnych dotyczących przetwarzania danych i prezentuje narzędzia niezbędne do pewnego działania w złożonych uwarunkowaniach prawno-technologicznych.</p>			
B. Wymagania wstępne			
<p>Zna i rozumie podstawowe pojęcia z zakresu prawa publicznego i prywatnego oraz ogólne koncepcje odpowiedzialności prawnej.</p> <p>Jest zaznajomiony z fundamentalnymi zasadami funkcjonowania Internetu i cyfrowych systemów komunikacji oraz posiada zdolność do analizy tekstów akademickich lub prawnych i uczestniczenia w dyskusji problemowej.</p>			
C. Przedmiotowe efekty uczenia się			
Wiedza			
	Kod KEU		
Zna i rozumie fundamentalne konstrukcje prawne istotne dla regulacji cyberprzestrzeni, w tym zagadnienia jurysdykcji i egzekwowania prawa w transnarodowych kontekstach cyfrowych.	08D - 1P_W10		
Zna i rozumie ramy prawne oraz ustalenia instytucjonalne dotyczące cyberbezpieczeństwa, cyberprzestępczości i ochrony danych.	08D -1P_W11		
Zna i rozumie zasady regulujące przetwarzanie danych osobowych oraz wynikające z nich obowiązki regulacyjne związane z zarządzaniem danymi.	08D -1P_W12		
Umiejętności			
	Kod KEU		
Potrafi analizować problemy prawne pojawiające się w środowiskach online, w tym konflikty jurysdykcyjne oraz naruszenia norm cyberbezpieczeństwa.	08D -1P_U08		

Potrafi stosować właściwe standardy prawne do praktycznych scenariuszy obejmujących cyberprzestępczość, naruszenia bezpieczeństwa danych oraz transgraniczną działalność cyfrową.	08D -1P_U10
Potrafi interpretować i rozumie wymagania regulacyjne oraz potrafi proponować rozwiązania zgodne z przepisami w sprawach dotyczących prywatności i ochrony danych osobowych.	08D -1P_U11
Kompetencje społeczne	
	Kod KEU
Jest gotów do rozpoznawania etycznych implikacji działań w środowiskach cyfrowych oraz przejawiania odpowiedzialności w postępowaniu z danymi, oceny ryzyka i kształtowaniu bezpiecznych i zgodnych z prawem praktyk informacyjnych.	08D -1P_K05
D. Ogólne treści programowe	
Treści programowe obejmują kluczowe zagadnienia prawne i technologiczne związane z funkcjonowaniem w cyfrowym świecie. Omawiane są zasady jurysdykcji w transgranicznych środowiskach internetowych oraz ramy regulacyjne i prawne mające zastosowanie w cyberprzestrzeni. Kurs koncentruje się na cyberbezpieczeństwie (ochrona systemów i danych) oraz cyberprzestępczości (analiza form, takich jak hacking czy oszustwa cyfrowe). Szczególny nacisk położony jest na kompleksową tematykę prywatności i ochrony danych osobowych, w tym zasady przetwarzania danych i zgodność z przepisami. Studenci nabywają umiejętność analizy uwarunkowań prawno-technologicznych oraz interpretacji regulacji w złożonych realiach cyfrowych.	

Nazwa przedmiotu:	Fundamentals of Finance		
Punkty ECTS:	Rok studiów:	Semestr:	Język wykładowy:
2	1	1	angielski
Forma zaliczenia przedmiotu:	Egzamin		
Forma zajęć	Liczba godzin	Forma prowadzenia zajęć	
Wykład typ 1	25	stacjonarna	
A. Skrócony opis przedmiotu			
Celem kursu jest wykreowanie zrozumienia dla roli finansów w gospodarce oraz wykształcenie umiejętności podejmowania świadomych decyzji finansowych w dynamicznym, cyfrowym otoczeniu rynkowym. Studenci poznają podstawowe pojęcia i mechanizmy finansowe, ucząc się analizować funkcjonowanie systemu finansowego oraz rolę finansów przedsiębiorstw w gospodarce. W trakcie zajęć omówione zostaną kluczowe zagadnienia, takie jak: wartość pieniądza w czasie i renty kapitałowe, źródła finansowania przedsiębiorstw, struktura i koszt kapitału, dźwignia finansowa, operacyjna i całkowita oraz ich wpływ na wyniki finansowe oraz zasady analizy sprawozdań i oceny inwestycji. Szczególny nacisk położony jest na praktyczne zastosowanie wiedzy – poprzez przykłady z międzynarodowego rynku finansowego, analizy przypadków i symulacje decyzji finansowych. Dzięki temu studenci zdobędą nie tylko wiedzę, ale i umiejętność krytycznego myślenia.			

B. Wymagania wstępne	
<p>Zna i rozumie podstawowe mechanizmy funkcjonowania gospodarki rynkowej. Zna i rozumie podstawowe pojęcia z zakresu ekonomii. Potrafi przeprowadzić analizę prostych problemów ilościowych wykorzystując podstawową wiedzę z zakresu matematyki i statystyki. Potrafi korzystać z podstawowych narzędzi informatycznych wspierających analizę danych ekonomicznych. Jest gotów do samodzielnego uczenia się i analitycznego myślenia.</p>	
C. Przedmiotowe efekty uczenia się	
Wiedza	
	Kod KEU
Zna podstawowe pojęcia, kategorie i mechanizmy finansów oraz rozumie ich rolę w gospodarce i przedsiębiorstwie	08D -1P_W12
Zna i rozumie strukturę systemu finansowego, funkcje rynków i instytucji finansowych	08D -1P_W03
Zna i rozumie zasady określania wartości pieniądza w czasie, wyceny aktywów, kosztu kapitału i struktury finansowania przedsiębiorstw	08D -1P_W12
Umiejętności	
	Kod KEU
Potrafi analizować sprawozdania finansowe i oceniać sytuację ekonomiczną przedsiębiorstwa	08D -1P_U02
Potrafi obliczać podstawowe wskaźniki finansowe, koszt kapitału oraz efektywność inwestycji	08D -1P_U03
Potrafi wykorzystywać narzędzia analizy finansowej do podejmowania decyzji inwestycyjnych i zarządczych	08D -1P_U07
Kompetencje społeczne	
	Kod KEU
Jest gotów do postępowania etycznie i odpowiedzialnie w działalności finansowej	08D -1P_K02
Jest gotów do współpracy w zespole i skutecznego komunikowania wyników analiz finansowych	08D -1P_K02
D. Ogólne treści programowe	
<p>Kurs obejmuje kluczowe zagadnienia z zakresu finansów i funkcjonowania systemu finansowego w nowoczesnej gospodarce. Wprowadza w podstawowe pojęcia finansowe, mechanizmy rynku kapitałowego oraz rolę finansów w działalności przedsiębiorstw. Omawia znaczenie wartości pieniądza w czasie, rent kapitałowych i dyskontowania przepływów pieniężnych w procesie podejmowania decyzji inwestycyjnych. Prezentuje źródła finansowania, strukturę kapitału oraz metody ustalania kosztu kapitału. Uczestnicy poznają pojęcia dźwigni finansowej, operacyjnej i całkowitej, a także ich wpływ na ryzyko i rentowność. Kurs obejmuje również podstawy analizy sprawozdań finansowych, ocenę kondycji przedsiębiorstwa, efektywność inwestycji oraz znaczenie instytucji finansowych, banków i rynków kapitałowych w zglobalizowanym i cyfrowym środowisku biznesowym.</p>	

Nazwa przedmiotu:	Introduction to Management		
Punkty ECTS:	Rok studiów:	Semestr:	Język wykładowy:
6	1	1	angielski
Forma zaliczenia przedmiotu:	Zaliczenie		
Forma zajęć	Liczba godzin	Forma prowadzenia zajęć	
Ćwiczenia audytoryjne	35	stacjonarna	
Wykład typ 2	15	stacjonarna	
A. Skrócony opis przedmiotu			
Kurs Introduction to Managementurs koncentruje się na podstawowym elemencie wiedzy z zakresu zarządzania: kompetencjach. Umiejscawia on kompetencje w przestrzeni organizacji jako systemu, aby następnie przedstawić podstawowe wytyczne dotyczące budowania przestrzeni dla kompetencji zarówno indywidualnie jak i w ramach systemu organizacyjnego.			
B. Wymagania wstępne			
Potrafi komunikować się w języku angielskim i rozumie treści przekazywane w tym języku.			
C. Przedmiotowe efekty uczenia się			
Wiedza			
	Kod KEU		
Zna i rozumie rolę i funkcje kompetencji w organizacji.	08D -1P_W01		
Zna i rozumie wartość organizacji pełnej kompetencji.	08D -1P_W02		
Zna i rozumie rolę menedżera w kreowaniu przestrzeni pełnej kompetencji.	08D -1P_W02		
Umiejętności			
	Kod KEU		
Potrafi zbudować mapę kompetencji dla siebie.	08D -1P_U09		
Potrafi rozpoznać, jakich typów kompetencji wymaga przestrzeń organizacji.	08D -1P_U03		
Potrafi odróżnić kompetencje menedżerskie od innych.	08D -1P_U01		
Kompetencje społeczne			
	Kod KEU		

Jest gotów do nauki i dzielenia się nowymi kompetencjami.	O8D -1P_K03
D. Ogólne treści programowe	
<p>Pierwszym celem kursu jest zapoznanie uczestników z problemami, z którymi na co dzień potykają się profesjonalni menedżerowie. Drugim celem jest nauczenie studentów, jak budować kompetencje menedżerskie i jak je wykorzystywać w środowisku organizacyjnym. Kurs składa się z trzech bloków aktywności: 1) budowanie świadomości kompetencji menedżerskich, 2) omówienie roli przestrzeni w wykorzystaniu kompetencji oraz 3) wskazanie na projektowanie przestrzeni w tym kontekście.</p>	

D. Ogólne treści programowe			
Nazwa przedmiotu:	IT Tools for Business		
Punkty ECTS:	Rok studiów:	Semestr:	Język wykładowy:
4	1	1	angielski
Forma zaliczenia przedmiotu:	Zaliczenie		
Forma zajęć		Liczba godzin	Forma prowadzenia zajęć
Ćwiczenia informatyczne		25	stacjonarna
A. Skrócony opis przedmiotu			
<p>Celem kursu jest zapoznanie studentów z praktycznym wykorzystaniem narzędzi informatycznych w zarządzaniu, w szczególności arkuszy kalkulacyjnych i narzędzi sztucznej inteligencji, które wspierają analizę danych i automatyzację pracy. Kurs obejmuje również podstawy cyberbezpieczeństwa i ochrony danych. Zajęcia rozwijają umiejętność efektywnego i odpowiedzialnego wykorzystywania technologii informatycznych w działaniach organizacyjnych. Celem końcowym jest, aby studenci bezproblemowo korzystali z technologii informatycznych i cenili je jako integralną część swojego życia oraz jako ważne narzędzie pomagające im w zaspokajaniu własnych potrzeb i potrzeb organizacji.</p>			
B. Wymagania wstępne			
<p>Zna i rozumie podstawowe pojęcia związane z funkcjonowaniem organizacji i procesami zarządzania. Zna i rozumie podstawowe pojęcia z zakresu algebry i statystyki. Zna i rozumie ogólne zasady korzystania z komputera i nawigacji w systemie operacyjnym oraz w Internecie. Zna i rozumie znaczenie technologii informatycznych w pracy biurowej i komunikacji. Potrafi korzystać z edytora tekstu, arkusza kalkulacyjnego i przeglądarki internetowej na podstawowym poziomie.</p>			
C. Przedmiotowe efekty uczenia się			
Wiedza			
			Kod KEU

Zna i rozumie metody i narzędzia informatyczne wykorzystywane w zarządzaniu, umożliwiające automatyzację procesów i wspieranie podejmowania decyzji w organizacji.	08D -1P_W12
Zna i rozumie zasady analizy danych oraz wykorzystania narzędzi informatycznych, w tym arkuszy kalkulacyjnych i systemów sztucznej inteligencji (AI), w procesach zarządzania.	08D -1P_W11
Zna i rozumie zasady własności intelektualnej, prawa autorskiego oraz podstawowe zasady cyberbezpieczeństwa w pracy z danymi i systemami informacyjnymi.	08D - 1P_W10
Umiejętności	
	Kod KEU
Potrafi analizować problemy organizacyjne, proponować rozwiązania i wdrażać je za pomocą narzędzi informatycznych.	08D -1P_U02
Potrafi gromadzić, przetwarzać i analizować dane w celu podejmowania decyzji zarządczych i raportowania.	08D -1P_U03
Potrafi wykorzystywać narzędzia informatyczne, w tym sztuczną inteligencję, do automatyzacji zadań, analizowania danych i zwiększania efektywności pracy biurowej.	08D -1P_U07
Kompetencje społeczne	
	Kod KEU
Jest gotów do współpracy w środowisku cyfrowym, przestrzegając zasad etyki zawodowej, bezpieczeństwa informacji i odpowiedzialnego korzystania z narzędzi informatycznych.	08D -1P_K01
D. Ogólne treści programowe	
Kurs obejmuje zagadnienia związane z wykorzystaniem narzędzi informatycznych w procesach zarządzania, w tym arkuszy kalkulacyjnych do analizy i prezentacji danych oraz wspomagania podejmowania decyzji zarządczych. Obejmuje również zastosowanie narzędzi sztucznej inteligencji (AI) do automatyzacji prac biurowych i analitycznych. Program obejmuje podstawowe zasady bezpieczeństwa informacji, ochrony danych osobowych oraz prawa autorskiego w środowisku cyfrowym. Rozwija umiejętność efektywnego wykorzystania technologii informatycznych w praktyce organizacyjnej, zgodnie ze standardami etycznymi i zasadami cyberbezpieczeństwa.	

Nazwa przedmiotu:	Mathematics and Statistics for Business		
Punkty ECTS:	Rok studiów:	Semestr:	Język wykładowy:
6	1	1	angielski
Forma zaliczenia przedmiotu:	Egzamin		
Forma zajęć	Liczba godzin	Forma prowadzenia zajęć	

Ćwiczenia audytoryjne	25	stacjonarna
Wykład typ 2	25	stacjonarna
A. Skrócony opis przedmiotu		
<p>Głównym celem tego kursu jest pokazanie, jak wybrane dziedziny zaawansowanej matematyki oddziałują na ekonomię i zarządzanie. Studenci rozumieją, dlaczego i w jaki sposób elementy rachunku różniczkowego i całkowego oraz statystyki są pomocne w interpretacji niektórych problemów ekonomicznych, jak projektować podstawowe modele decyzyjne, jak wybierać i stosować metody rozwiązywania problemów oraz jak analizować wyniki. Elementy statystyki opisowej pozwalają na zrozumienie przykładów związanych z wnioskowaniem statystycznym.</p>		
B. Wymagania wstępne		
<p>Zna i rozumie funkcje elementarne, w tym funkcje wykładnicze i logarytmiczne. Zna i rozumie podstawy rachunku prawdopodobieństwa.</p>		
C. Przedmiotowe efekty uczenia się		
Wiedza		
		Kod KEU
Zna narzędzia matematyczne i statystyczne stosowane do opisu trendów w otoczeniu organizacji biznesowych oraz rozumie warunki ich stosowania.		08D -1P_W12
Zna metody matematyczne i statystyczne stosowane do opisu problemów biznesowych w wybranej organizacji oraz rozumie zasady ich stosowania.		08D -1P_W14
Zna i rozumie wnioskowanie statystyczne.		08D -1P_W12
Umiejętności		
		Kod KEU
Potrafi prognozować problemy w organizacjach biznesowych za pomocą symulacji.		08D -1P_U04
Potrafi rozwiązywać proste problemy optymalizacyjne.		08D -1P_U07
Potrafi stosować narzędzia matematyczne i statystyczne w procesach podejmowania decyzji.		08D -1P_U04
Kompetencje społeczne		
		Kod KEU
Jest gotów do samooceny swojej wiedzy i rozumie potrzebę jej ciągłego aktualizowania i poszerzania.		08D -1P_K03
D. Ogólne treści programowe		
<p>Kurs oferuje zwarty zestaw narzędzi z zakresu matematyki stosowanej w biznesie. Tematy obejmują funkcje elementarne, ich wykresy i własności oraz budowę modeli funkcyjnych. Rachunek różniczkowy i całkowony obejmuje granice i ciągłość, pochodne i optymalizację, oraz uwzględnia ekstrema funkcji dwóch zmiennych. Algebra liniowa rozwija umiejętność pracy z macierzami i rozwiązywania układów równań liniowych. Matematyka finansowa wprowadza odsetki, renty dożywotnie i dyskontowanie. Analiza danych omawia statystykę opisową, Zakres</p>		

prawdopodobieństwo obejmuje zmienne losowe wraz z ich rozkładami, a w szczególności rozkład dwumianowy i normalny.

Nazwa przedmiotu:	Professional Skills Development		
Punkty ECTS:	Rok studiów:	Semestr:	Język wykładowy:
3	1	1	angielski
Forma zaliczenia przedmiotu:	Zaliczenie		
Forma zajęć		Liczba godzin	Forma prowadzenia zajęć
Ćwiczenia audytoryjne		25	stacjonarna
A. Skrócony opis przedmiotu			
Przedmiot koncentruje się na zasadach komunikacji biznesowej, budowaniu relacji zawodowych oraz planowaniu rozwoju kariery. Obejmuje wyznaczanie celów, organizację pracy w czasie i rozwijanie kompetencji w ramach uczenia się przez całe życie. Uczestnicy uczą się przygotowywać prezentacje biznesowe, doskonalić komunikację ustną i pisemną oraz kształtować postawę przedsiębiorczą wspierającą świadome projektowanie ścieżki zawodowej.			
B. Wymagania wstępne			
Potrafi posługiwać się logiką w stopniu podstawowym. Potrafi posługiwać się językiem angielskim na poziomie umożliwiającym udział w zajęciach prowadzonych w tym języku.			
C. Przedmiotowe efekty uczenia się			
Wiedza			
			Kod KEU
Zna i rozumie rolę relacji interpersonalnych w środowisku biznesowym.			08D -1P_W04
Zna i rozumie koncepcje, metody i narzędzia wyznaczania celów oraz zarządzania działaniami w czasie.			08D -1P_W13
Zna i rozumie zasady komunikacji biznesowej w formie ustnej i pisemnej.			08D -1P_W06
Zna i rozumie uwarunkowania rozwoju kariery zawodowej oraz ich wpływ na jakość pracy i życia.			08D -1P_W06
Umiejętności			
			Kod KEU
Potrafi przygotować i przeprowadzić prezentację biznesową.			08D -1P_U10

Potrafi samodzielnie rozwijać posiadaną wiedzę i umiejętności według koncepcji uczenia się przez całe życie.	08D -1P_U09
Potrafi organizować pracę zawodową, stosując metody i techniki zarządzania działaniami w czasie czasem.	08D -1P_U06
Kompetencje społeczne	
	Kod KEU
Jest gotów do wykorzystywania postawy przedsiębiorczej w projektowaniu i realizacji własnej ścieżki kariery.	08D -1P_K02
D. Ogólne treści programowe	
<p>Przedmiot obejmuje zagadnienia dotyczące roli relacji interpersonalnych w środowisku biznesowym oraz zasad skutecznej komunikacji ustnej i pisemnej. Uwzględni metody wyznaczania celów, zarządzania działaniami w czasie i planowania rozwoju kariery zawodowej. Studenci nabywają umiejętność przygotowania i prowadzenia prezentacji biznesowych, organizacji własnej pracy oraz samodzielnego rozwijania kompetencji. Kształtowana jest postawa przedsiębiorcza wspierająca świadome projektowanie ścieżki zawodowej, a także umiejętność analizy własnych zasobów, identyfikowania obszarów wymagających doskonalenia oraz aktywnego poszukiwania możliwości rozwoju w zmieniającym się rynku pracy.</p>	

Nazwa przedmiotu:				
		Understanding Business		
Punkty ECTS:		Rok studiów:	Semestr:	Język wykładowy:
5		1	1	angielski
Forma zaliczenia przedmiotu:		Zaliczenie		
Forma zajęć		Liczba godzin	Forma prowadzenia zajęć	
Ćwiczenia audytoryjne		35	stacjonarna	
Wykład typ 1		10	stacjonarna	
A. Skrócony opis przedmiotu				
<p>Celem kursu jest zbudowanie całościowego rozumienia działania firm. Wykłady obejmują podstawy: rynki finansowe, opodatkowanie, CSR oraz komunikację w biznesie. Ćwiczenia pogłębiają te treści: analiza trendów i otoczenia, czynniki produkcji i tworzenie wartości, role organizacyjne i praca zespołowa, skuteczna komunikacja, a także podstawy logistyki, operacji i produkcji.</p>				
B. Wymagania wstępne				
Potrafi komunikować się w języku angielskim i rozumie treści przekazywane w tym języku.				
C. Przedmiotowe efekty uczenia się				

Wiedza	
	Kod KEU
Zna podstawowe typy systemów gospodarczo-politycznych i rozumie ich znaczenie dla społeczeństwa i gospodarki.	08D -1P_W01
Zna pojęcie i rodzaje czynników produkcji oraz rozumie powiązania między nimi.	08D -1P_W02
Zna role, jakie ludzie mogą przyjmować w organizacjach biznesowych i rozumie znaczenie tych ról.	08D -1P_W06
Zna zasady komunikacji w środowisku biznesowym i rozumie ich znaczenie dla funkcjonowania organizacji.	08D -1P_W04
Zna i rozumie główne procesy zachodzące w organizacjach biznesowych.	08D -1P_W05
Umiejętności	
	Kod KEU
Potrafi przeprowadzić selekcję i krytyczną analizę dostępnych źródeł informacji w celu przygotowania wystąpień indywidualnych oraz zespołowych.	08D -1P_U02
Potrafi udzielać profesjonalnej i konstruktywnej informacji zwrotnej.	08D -1P_U10
Potrafi zidentyfikować, nazwać i określić strukturę problemów w organizacjach biznesowych.	08D -1P_U06
Potrafi dobrać techniki prezentacji adekwatne do zilustrowania wybranych problemów w organizacjach biznesowych.	08D -1P_U10
Kompetencje społeczne	
	Kod KEU
Jest gotów do odpowiedzialnego pełnienia zróżnicowanych ról w pracy zespołowej.	08D -1P_K01
Jest gotów do autorefleksji nad swoim procesem uczenia się i jego wynikami.	08D -1P_K03
D. Ogólne treści programowe	
Wykłady wprowadzają kluczowe koncepcje, takie jak rynki finansowe i opodatkowanie, społeczna odpowiedzialność biznesu (CSR) oraz komunikacja w biznesie. Ćwiczenia obejmują szeroki zakres tematów, począwszy od trendów biznesowych i otoczenia zewnętrznego, poprzez czynniki produkcji i tworzenie wartości, role organizacyjne i pracę zespołową, skuteczną komunikację biznesową, aż po podstawy logistyki, operacji i produkcji.	

Nazwa przedmiotu:	Basics of Media		
Punkty ECTS:	Rok studiów:	Semestr:	Język wykładowy:
3	1	2	angielski

Forma zaliczenia przedmiotu:	Zaliczenie	
Forma zajęć	Liczba godzin	Forma prowadzenia zajęć
Ćwiczenia audytoryjne	25	zdalna
A. Skrócony opis przedmiotu		
Celem przedmiotu jest przekazanie wiedzy o specyfice i narzędziach współczesnych mediów. Studenci poznają specyfikę form audiowizualnych oraz zasady copywritingu, a zdobyta wiedza pozwala zrozumieć proces produkcji medialnej od strony technicznej i wydawniczej. Elementem spajającym warsztat jest opracowanie strategii komunikacji, w której studenci wykorzystują poznane techniki badawcze i realizacyjne.		
B. Wymagania wstępne		
Zna i rozumie podstawowe informacje o wykorzystaniu mediów we współczesnym społeczeństwie. Zna i rozumie podstawowe narzędzia i wykazuje zainteresowanie komunikacją wizualną.		
C. Przedmiotowe efekty uczenia się		
Wiedza		
		Kod KEU
Zna i rozumie zagadnienia dotyczące funkcjonowania różnych organizacji biznesowych działających w obrębie mediów, w tym mediów cyfrowych.		08D -1P_W02
Zna i rozumie metody analizy wykorzystujące narzędzia cyfrowe, w tym AI.		08D -1P_W12
Zna i rozumie w zaawansowanym stopniu narzędzia wspierające proces powstania materiałów audiowizualnych wykorzystywanych w mediach społecznościowych.		08D -1P_W13
Umiejętności		
		Kod KEU
Potrafi przeanalizować możliwe rozwiązania konkretnych problemów organizacyjnych i proponuje metody i techniki wdrażania rozwiązań w obrębie nowych mediów.		08D -1P_U07
Potrafi podejmować współpracę oraz interpersonalną komunikację w kreatywnej grupie realizacyjnej, z zachowaniem specyfiki branży mediowej.		08D -1P_U10
Potrafi pisać teksty i dostosować je do różnych kanałów dystrybucji w obrębie różnych mediów.		08D -1P_U11
Kompetencje społeczne		
		Kod KEU
Jest gotów do myślenia w sposób przedsiębiorczy, uwzględniając obserwowane trendy cyfrowe, tematy istotne społecznie oraz dbając o etykę i rzetelność przekazu w środowisku cyfrowym.		08D -1P_K02
D. Ogólne treści programowe		
Treści programowe obejmują warsztat produkcji mediów cyfrowych oraz strategii komunikacji w social mediach. Studenci poznają metody badawcze (research) i narzędzia publikacji treści. Kurs omawia techniki tworzenia i montażu wideo (formaty newsowe, social video), podstawy pracy w		

studiu TV i realizacji na żywo oraz tworzenie form audio (podcast, radio). Istotnym elementem jest warsztat copywriterski (news writing) oraz projektowanie graficzne. Całość zagadnień integrowana jest w formie projektu polegającego na przygotowaniu kompleksowej strategii i materiałów dla kampanii marketingowej.

Nazwa przedmiotu:				Economics		
Punkty ECTS:		Rok studiów:	Semestr:	Język wykładowy:		
4		1	2	angielski		
Forma zaliczenia przedmiotu:		Egzamin				
Forma zajęć			Liczba godzin		Forma prowadzenia zajęć	
Wykład typ 1			50		stacjonarna	
A. Skrócony opis przedmiotu						
Podstawowym celem przedmiotu jest zapoznanie studentów z problemami funkcjonowania gospodarki rynkowej i jej głównych podmiotów: rynków produktów, gospodarstw domowych, przedsiębiorstw i rynków czynników produkcji. Dodatkowo przedmiot ma na celu zwrócenie uwagi na najważniejsze nieprawidłowości rynku oraz rolę państwa w ograniczaniu tych nieprawidłowości.						
B. Wymagania wstępne						
Zna i rozumie podstawowe pojęcia matematyki i statystyki.						
C. Przedmiotowe efekty uczenia się						
Wiedza						
					Kod KEU	
Zna terminologię stosowaną w ekonomii na poziomie podstawowym oraz rozumie jej źródła i zastosowania w naukach społecznych.					08D -1P_W01	
Zna i rozumie najważniejsze współczesne trendy gospodarcze oraz podstawowe twierdzenia i metody analizy rzeczywistych zjawisk gospodarczych.					08D -1P_W01	
Zna i rozumie podstawowy kontekst historyczny rozwoju współczesnej gospodarki i aktualnej teorii ekonomicznej głównego nurtu.					08D -1P_W09	
Umiejętności						
					Kod KEU	
Potrafi wykorzystać podstawową wiedzę teoretyczną z zakresu ekonomii i dyscyplin pokrewnych do analizowania i interpretowania różnych problemów gospodarczych.					08D -1P_U02	
Potrafi obserwować i interpretować zjawiska gospodarcze, społeczne i finansowe oraz analizować ich powiązania z różnymi obszarami działalności gospodarczej.					08D -1P_U01	

Potrafi formułować i bronić swojej opinii zarówno podczas dyskusji w klasie, jak i w formie pisemnej.	08D -1P_U10
Kompetencje społeczne	
	Kod KEU
Jest gotów do krytycznego oceniania swojej wiedzy oraz otrzymywanych informacji związanych z gospodarką.	08D -1P_K03
Jest gotów do wykorzystywania swoich umiejętności i wiedzy w celu wspierania społeczeństwa obywatelskiego i brania odpowiedzialności za jego rozwój.	08D -1P_K01
D. Ogólne treści programowe	
Kurs obejmuje podstawy mikroekonomii (typologia dóbr, wybory konsumentów, wybory przedsiębiorstw, struktury rynku). W drugiej części koncentruje się na wybranych zagadnieniach makroekonomicznych (pomiar poziomu produkcji i cen, wzrost gospodarczy, systemy i polityki fiskalne i monetarne, rynek pracy, cykl koniunkturalny).	

Nazwa przedmiotu:	Foreign Language in Business		
Punkty ECTS:	Rok studiów:	Semestr:	Język wykładowy:
3	1	2	polski
Forma zaliczenia przedmiotu:	Zaliczenie		
Forma zajęć	Liczba godzin	Forma prowadzenia zajęć	
Lektorat	60	stacjonarna	
A. Skrócony opis przedmiotu			
Rozwijanie kompetencji językowych w zakresie języka obcego wykorzystywanego w kontaktach biznesowych. Kształcenie umiejętności komunikacji ustnej i pisemnej w typowych sytuacjach zawodowych. Rozwijanie świadomości międzykulturowej i etyki komunikacji w środowisku międzynarodowym. Przygotowanie do efektywnego uczestnictwa w życiu zawodowym i pracy zespołowej z wykorzystaniem języka obcego. Kształtowanie postaw odpowiedzialności, profesjonalizmu i otwartości w kontaktach zawodowych.			
B. Wymagania wstępne			
Potwierdzona znajomość języka obcego na poziomie A2/B1. Zaleca się kontynuację języka ze szkoły średniej zdawanego na maturze.			
C. Przedmiotowe efekty uczenia się			
Wiedza			
	Kod KEU		

Zna podstawową terminologię i frazeologię biznesową w języku obcym oraz rozumie ich zastosowanie w praktyce zawodowej.	08D -1P_W01
Zna i rozumie podstawowe zasady komunikacji biznesowej.	08D -1P_W04
Umiejętności	
	Kod KEU
Potrafi przedstawić siebie, swoją rolę zawodową i organizację w języku obcym oraz nawiązać kontakt w sytuacjach typowych dla środowiska pracy.	08D -1P_U11
Potrafi przygotować proste dokumenty biznesowe (e-mail, zapytanie ofertowe, odpowiedź na ofertę, zamówienie).	08D -1P_U11
Kompetencje społeczne	
	Kod KEU
Jest gotów do prowadzenia komunikacji biznesowej w sposób profesjonalny i etyczny, respektujący zasady kultury organizacyjnej.	08D -1P_K04
D. Ogólne treści programowe	
1. Słownictwo i komunikacja ogólnobiznesowa 2. Korespondencja handlowa 3. Komunikacja ustna w miejscu pracy	

Nazwa przedmiotu:	Introduction to Law		
Punkty ECTS:	Rok studiów:	Semestr:	Język wykładowy:
3	1	2	angielski
Forma zaliczenia przedmiotu:	Zaliczenie		
Forma zajęć	Liczba godzin	Forma prowadzenia zajęć	
Wykład typ 2	25	zdalna	
A. Skrócony opis przedmiotu			
Kurs przedstawia przegląd ram regulacyjnych regulujących działalność przedsiębiorstw w kontekście krajowym, unijnym i globalnym. Wprowadza on studentów w kontekst prawny, etyczny i instytucjonalny, który kształtuje decyzje biznesowe, ze szczególnym uwzględnieniem licencjonowania, zgodności, zarządzania ryzykiem i społecznej odpowiedzialności biznesu. Poprzez wykłady, studia przypadków i przykłady praktyczne studenci zgłębiają, jak przedsiębiorstwa radzą sobie z wymogami regulacyjnymi w różnych sektorach i jurysdykcjach			
B. Wymagania wstępne			
Zna i rozumie podstawowe pojęcia ekonomiczne, takie jak podaż i popyt oraz struktury rynku. Zna rodzaje podmiotów gospodarczych i rozumie koncepcję ładu korporacyjnego.			

C. Przedmiotowe efekty uczenia się	
Wiedza	
	Kod KEU
Zna i rozumie rolę organów regulacyjnych i systemów prawnych w biznesie.	08D -1P_W07
Zna obszary regulacyjne wpływające na działalność biznesową (np. prawo konkurencji, przepisy ochrony środowiska) i rozumie różnice między nimi.	08D -1P_W07
Zna i rozumie wpływ braku zgodności z regulacjami na wyniki i reputację firmy.	08D -1P_W07
Umiejętności	
	Kod KEU
Potrafi analizować ryzyka regulacyjne i proponować strategie zgodności.	08D -1P_U04
Potrafi interpretować i stosować podstawowe wymogi regulacyjne w scenariuszach biznesowych.	08D -1P_U05
Potrafi skutecznie komunikować kwestie regulacyjne interesariuszom.	08D -1P_U10
Kompetencje społeczne	
	Kod KEU
Jest gotów do doceniania etycznego postępowania w biznesie i znaczenia przestrzegania przepisów w promowaniu zrównoważonych i odpowiedzialnych praktyk biznesowych.	08D -1P_K04
D. Ogólne treści programowe	
<p>Kurs stanowi ustrukturyzowane wprowadzenie do regulacji biznesowych w kontekście krajowym, unijnym i globalnym. Treści obejmują systemy prawne i instytucje regulacyjne; formy prawne przedsiębiorstw, zasady ładu korporacyjnego, obowiązki menedżerów i odpowiedzialność interesariuszy; kluczowe dziedziny, takie jak prawo konkurencji/antymonopolowe, ochrona konsumentów, zrównoważony rozwój środowiska i prawo pracy; przepisy dotyczące handlu międzynarodowego, cła i kontroli eksportu, sankcje i przeciwdziałanie korupcji. Nacisk kładziony jest na zarządzanie ryzykiem i programy zapewniania zgodności z regulacjami (ang. compliance), etyczne podejmowanie decyzji, CSR/ESG oraz analizę rzeczywistych przypadków</p>	

Nazwa przedmiotu:			
Nazwa przedmiotu:		Issues in Business	
Punkty ECTS:	Rok studiów:	Semestr:	Język wykładowy:
4	1	2	angielski
Forma zaliczenia przedmiotu:	Zaliczenie		

Forma zajęć	Liczba godzin	Forma prowadzenia zajęć
Warsztaty	25	stacjonarna
A. Skrócony opis przedmiotu		
Celem kursu jest wyposażenie studentów w zintegrowaną, praktyczną wiedzę na temat tego, jak firmy tworzą i utrzymują wartość poprzez równoważenie konkurencji i współpracy, wykorzystywanie potencjału ludzi i kultury, zarządzanie relacjami rynkowymi oraz podejmowanie decyzji inwestycyjnych i finansowych. Studenci uczą się również projektowania modeli biznesowych i dostosowywania propozycji wartości do zdefiniowanych segmentów klientów.		
B. Wymagania wstępne		
Zna i rozumie główne procesy zachodzące w organizacjach biznesowych.		
C. Przedmiotowe efekty uczenia się		
Wiedza		
		Kod KEU
Zna pojęcie kompetencji i rozumie jej rolę w funkcjonowaniu współczesnych organizacji biznesowych.		08D -1P_W03
Zna zasady doboru i oceny pracowników i rozumie uwarunkowania, jakim podlega ich zastosowanie.		08D -1P_W06
Zna możliwe formy finansowania przedsięwzięć biznesowych i rozumie konsekwencje ich zastosowania.		08D -1P_W02
Zna pojęcie modelu biznesowego i rozumie wagę dopasowania propozycji wartości do segmentu klientów.		08D -1P_W05
Zna wiodące dylematy współczesnej cywilizacji i rozumie ich rolę w funkcjonowaniu współczesnych organizacji biznesowych.		08D -1P_W04
Umiejętności		
		Kod KEU
Potrafi przeprowadzić analizę struktury wybranych problemów w organizacjach biznesowych.		08D -1P_U06
Potrafi skonstruować kompletny model biznesowy wokół propozycji wartości dla klienta.		08D -1P_U07
Potrafi zidentyfikować etapy rozwoju przedsięwzięcia biznesowego i określić zasoby niezbędne do jego uruchomienia.		08D -1P_U04
Kompetencje społeczne		
		Kod KEU
Jest gotów do przestrzegania zasad etyki i odpowiedzialnego pełnienia przypisanych sobie ról.		08D -1P_K04
Jest gotów do przyjmowania postaw przedsiębiorczych i kreowania propozycji wartości dla wybranego segmentu klientów w zgodzie z zasadą społecznej odpowiedzialności biznesu.		08D -1P_K02
D. Ogólne treści programowe		

Kurs ma formę warsztatów, które pozwalają zilustrować, jak organizacje biznesowe tworzą wartość poprzez: równoważenie konkurencji i współpracy; uznawanie ludzi za fundament biznesu (ich rolę, kompetencje i kultury); budowanie i utrzymywanie relacji na rynkach; inwestowanie i pozyskiwanie kapitału. Ostatnia część kursu – projektowanie modelu biznesowego – podkreśla znaczenie dopasowania propozycji wartości do segmentów klientów w celu tworzenia i utrzymywania udanych przedsięwzięć biznesowych.

Nazwa przedmiotu:			
Nazwa przedmiotu:		Market and Marketing	
Punkty ECTS:	Rok studiów:	Semestr:	Język wykładowy:
6	1	2	angielski
Forma zaliczenia przedmiotu:	Egzamin		
Forma zajęć		Liczba godzin	Forma prowadzenia zajęć
Warsztaty		30	stacjonarna
Wykład typ 1		15	zdalna
A. Skrócony opis przedmiotu			
<p>Przedmiot omawia koncepcje, funkcje i rozwój marketingu jako kluczowego obszaru działalności organizacji, ze szczególnym uwzględnieniem narzędzi oddziaływania na rynek. Program obejmuje analizę rynków konsumenckich i biznesowych, czynniki kształtujące mechanizmy rynkowe oraz charakterystykę przestrzeni fizycznej i cyfrowej. Nacisk położony jest na projektowanie i wdrażanie strategii marketingowych z wykorzystaniem technologii informacyjnych.</p>			
B. Wymagania wstępne			
<p>Zna i rozumie podstawowe pojęcia ekonomiczne. Zna i rozumie podstawowe pojęcia z zakresu zarządzania.</p>			
C. Przedmiotowe efekty uczenia się			
Wiedza			
			Kod KEU
Zna i rozumie w zaawansowanym stopniu istotę działań marketingowych oraz proces planowania marketingowego, w szczególności w odniesieniu ich do środowiska cyfrowego.			08D -1P_ W05
Zna i rozumie w zaawansowanym stopniu zachowania klientów, a także determinanty zachowań nabywczych w środowisku fizycznym i cyfrowym.			08D -1P_ W08
Zna i rozumie rynki, ich struktury oraz funkcjonowanie mechanizmów rynkowych, w szczególności występujących w gospodarce cyfrowej.			08D -1P_ W02
Umiejętności			

	Kod KEU
Potrafi wykorzystać posiadaną wiedzę do opisu przyczyn oraz przebiegu procesów rynkowych związanych z działalnością organizacji, w szczególności w odniesieniu do środowiska cyfrowego.	08D -1P_U02
Potrafi wykorzystać posiadaną wiedzę do formułowania programu marketingowego organizacji z uwzględnieniem zastosowania narzędzi automatyzacji procesów biznesowych.	08D -1P_U04
Potrafi zaprezentować plan działań marketingowych wraz ze sposobami jego wdrożenia.	08D -1P_U06
Kompetencje społeczne	
	Kod KEU
Jest gotów do identyfikowania trendów i tendencji rynkowych do działania w sposób przedsiębiorczy.	08D -1P_K02
D. Ogólne treści programowe	
Przedmiot obejmuje zagadnienia związane z ewolucją i współczesnymi kierunkami rozwoju marketingu, w tym marketingu cyfrowego, charakterystyką przestrzeni rynkowej i mechanizmów rynkowych. Omawiane są koncepcje marketingu odpowiedzialnego społecznie, dylematy etyczne oraz zachowania klienta w środowisku fizycznym i cyfrowym. Program obejmuje projektowanie propozycji wartości, zarządzanie ścieżką klienta oraz tworzenie programów marketingowych. W trakcie zajęć praktycznych studenci poznają zasady działania oraz wykorzystanie rynkowych instrumentów oddziaływania na rynek z uwzględnieniem specyfiki ich zastosowania w cyfrowym środowisku.	

Nazwa przedmiotu:	Organisational Behaviour		
Punkty ECTS:	Rok studiów:	Semestr:	Język wykładowy:
4	1	2	angielski
Forma zaliczenia przedmiotu:	Zaliczenie		
Forma zajęć	Liczba godzin	Forma prowadzenia zajęć	
Wykład typ 1	10	zdalna	
Warsztaty	20	stacjonarna	
A. Skrócony opis przedmiotu			
Głównym celem przedmiotu jest wyposażenie studentów w wiedzę niezbędną do zrozumienia, przewidywania i wpływania na zachowania ludzi w środowisku pracy, by maksymalizować efektywność i produktywność organizacji. Przedmiot koncentruje się na aspektach indywidualnych, w tym na: percepcji i procesach decyzyjnych jednostki, osobowości (cechach, wartościach i postawach) oraz jej wpływie na zachowania w pracy, motywacji do pracy, a także na analizie źródeł i			

<p>metodach zarządzania stresem. Analizowane są również procesy grupowe i strukturalne, w tym: dynamika grupowa, przywództwo, kultura organizacyjna, komunikacja organizacyjna oraz strategie konstruktywnego zarządzania konfliktami. Całość uzupełnia zagadnienie zarządzania zmianą, czyli proces wprowadzania transformacji w organizacji i radzenia sobie z oporem przed zmianami.</p>	
B. Wymagania wstępne	
Zna i rozumie podstawowe pojęcia z zakresu zarządzania.	
C. Przedmiotowe efekty uczenia się	
Wiedza	
	Kod KEU
Zna i rozumie fakty, teorie oraz modele zachowań indywidualnych i grupowych w organizacji oraz złożone zależności między nimi.	08D -1P_W02
Zna i rozumie różnorodne, złożone uwarunkowania psychologiczne, społeczne i kulturowe prowadzonej działalności, które determinują efektywność i dynamikę zespołów i organizacji.	08D -1P_W04
Zna i rozumie metody i narzędzia diagnozowania, analizowania i wyjaśniania złożonych i nietypowych problemów związanych z zachowaniem ludzi w pracy takich jak stres, wypalenie zawodowe, opór wobec zmian.	08D -1P_W06
Zna i rozumie procesy komunikacji interpersonalnej i organizacyjnej, ich bariery oraz sposoby uzasadniania własnego stanowiska i wpływania na postawy i decyzje innych osób w kontekście celów organizacji.	08D -1P_W06
Umiejętności	
	Kod KEU
Potrafi innowacyjnie wykonywać zadania oraz rozwiązywać złożone i nietypowe problemy związane z ludzkimi zachowaniami w organizacji takich jak: rozwiązywanie konfliktów, zwiększanie motywacji, redukcja oporu wobec zmian.	08D -1P_U06
Potrafi uzasadniać swoje stanowisko dotyczące diagnoz i proponowanych rozwiązań problemów organizacyjnych, opierając się na wiedzy z zakresu zachowań organizacyjnych.	08D -1P_U07
Potrafi zwiększać efektywność i spójność zespołu oraz skutecznie wykorzystywać potencjał grupy do innowacyjnego rozwiązywania problemów i osiągania celów organizacyjnych.	08D -1P_U10
Kompetencje społeczne	
	Kod KEU
Jest gotów do krytycznej oceny działań własnych, a także działań zespołów, w których uczestniczy, przyjmując przy tym odpowiedzialność za etyczne i społeczne skutki tych działań.	08D -1P_K04
Jest gotów do kultywowania i upowszechniania wzorów właściwego i etycznego postępowania w środowisku pracy i poza nim.	08D -1P_K04
D. Ogólne treści programowe	
<p>Przedmiot analizuje zachowania ludzi na poziomie jednostki, grupy i całej organizacji, koncentrując się na psychologicznych i społecznych uwarunkowaniach pracy. Obejmuje podstawowe zagadnienia, takie jak motywacja, percepcja, stres oraz różnice indywidualne pracowników. Kluczowym</p>	

elementem jest badanie dynamiki grupowej, procesów przywództwa, źródeł konfliktów oraz zasad efektywnej pracy zespołowej. Ponadto, przedmiot porusza procesy organizacyjne – w tym kulturę organizacyjną, władzę, komunikację oraz zarządzanie zmianą. Celem jest zrozumienie, jak te czynniki wpływają na satysfakcję, produktywność i ostateczną skuteczność całej organizacji.

Nazwa przedmiotu:				Organisational Design		
Punkty ECTS:		Rok studiów:	Semestr:	Język wykładowy:		
4		1	2	angielski		
Forma zaliczenia przedmiotu:		Zaliczenie				
Forma zajęć			Liczba godzin		Forma prowadzenia zajęć	
Wykład typ 1			10		zdalna	
Warsztaty			20		stacjonarna	
A. Skrócony opis przedmiotu						
Kurs Organization Design obejmuje główny problem związany ze sposobem budowania organizacji. Rozpoczyna się od opisu organizacji jako systemu. Wyjaśniana jest koncepcja systemu, a następnie działania i rozumienie prowadzące do projektu organizacji – ostatecznego kształtu przestrzeni organizacyjnej, w której realizowane są działania organizacji.						
B. Wymagania wstępne						
Zna i rozumie rolę i funkcje kompetencji w organizacji. Potrafi zbudować mapę kompetencji dla siebie.						
C. Przedmiotowe efekty uczenia się						
Wiedza						
					Kod KEU	
Zna i rozumie koncepcję systemu.					08D -1P_ W02	
Zna i rozumie implikacje podejścia systemowego.					08D -1P_ W03	
Zna i rozumie koncepcję złożoności organizacji.					08D -1P_ W05	
Zna i rozumie koncepcję ewolucji organizacji.					08D -1P_ W08	
Umiejętności						
					Kod KEU	
Potrafi postrzegać organizacje jako złożone systemy podlegające ewolucji.					08D -1P_ U03	

Potrafi wskazać całość, granice i elementy w projekcie organizacji.	08D -1P_U06
Potrafi zastosować pojęcie pojedynczej i podwójnej pętli uczenia się do analizy złożoności organizacji.	08D -1P_U02
Kompetencje społeczne	
	Kod KEU
Jest gotów do wykazania się podejściem systemowym w relacjach z organizacją oraz podejmowania w niej działania.	08D -1P_K05
D. Ogólne treści programowe	
Wykłady wprowadzają systemową perspektywę rzeczywistości, prezentują obraz systemu jako praktyczne narzędzie i odróżniają złożoność od zwykłej komplikacji. Warsztaty stosują te idee: postrzeganie systemów, celów i kontekstów; rozpoznawanie sieci i struktur adaptacyjnych; śledzenie pętli uczenia się i uczenia się w podwójnej pętli; identyfikowanie ścieżek ewolucji; oraz opracowywanie podejść do radzenia sobie ze złożonością. Nacisk kładziony jest na ramy diagnostyczne, projektowanie zorientowane na sprzężenie zwrotne oraz iteracyjne doskonalenie w dynamicznych środowiskach.	

Nazwa przedmiotu:	Humanistic Lecture		
Punkty ECTS:	Rok studiów:	Semestr:	Język wykładowy:
5	1	2	polski
Forma zaliczenia przedmiotu:	Zaliczenie		
Forma zajęć	Liczba godzin	Forma prowadzenia zajęć	
Wykład typ 3	30	stacjonarna/zdalna	
A. Skrócony opis przedmiotu			
Przedmiot wprowadza studentów w podstawowe zagadnienia humanistyczne i społeczne istotne dla funkcjonowania organizacji i procesów zarządzania. Omawia rolę wartości, norm społecznych, komunikacji oraz relacji międzyludzkich w środowisku pracy. Celem przedmiotu jest rozwijanie wrażliwości społecznej, umiejętności interpretacji zachowań ludzkich.			
B. Wymagania wstępne			
Zna i rozumie podstawowe mechanizmy funkcjonowania różnych typów organizacji.			
C. Przedmiotowe efekty uczenia się			
Wiedza			
	Kod KEU		
Zna i rozumie pojęcia i koncepcje z zakresu humanistyki istotne dla funkcjonowania organizacji.	08D-1P_W02		

Zna i rozumie znaczenie komunikacji interpersonalnej i międzykulturowej w organizacji.	08D -1P_W04
Umiejętności	
	Kod KEU
Potrafi analizować problemy organizacyjne z perspektywy społecznej i etycznej.	08D -1P_U01
Kompetencje społeczne	
	Kod KEU
-	-
D. Ogólne treści programowe	
Z uwagi na zróżnicowany charakter propozycji przedmiotów humanistycznych, treści kształcenia zawarto w szczegółowych informacjach dotyczących przedmiotów.	

Nazwa przedmiotu:	Crisis in Social Media		
Punkty ECTS:	Rok studiów:	Semestr:	Język wykładowy:
2	2	3	angielski
Forma zaliczenia przedmiotu:	Zaliczenie		
Forma zajęć		Liczba godzin	Forma prowadzenia zajęć
Wykład typ 1		25	zdalna
A. Skrócony opis przedmiotu			
Celem przedmiotu jest zapoznanie studentów z zasadami funkcjonowania kryzysów w mediach społecznościowych oraz rozwinięcie umiejętności analizowania ich źródeł, przebiegu i konsekwencji. Zajęcia uczą, jak przygotować organizację na kryzys, efektywnie nim zarządzać oraz wykorzystywać go do wzmacniania marki.			
B. Wymagania wstępne			
Zna i rozumie podstawowe zagadnienia z zakresu komunikacji cyfrowej oraz funkcjonowania mediów społecznościowych. Zna i rozumie podstawowe mechanizmy interakcji online i analizować proste problemy komunikacyjne.			
C. Przedmiotowe efekty uczenia się			
Wiedza			

	Kod KEU
Zna i rozumie typy sytuacji kryzysowych, ich źródeł oraz mechanizmów ich powstawania w organizacjach i środowiskach społecznych.	08D -1P_W01
Zna i rozumie procesy zmian związane z kryzysem w mediach społecznościowych oraz strategię odbudowy reputacji i budowania wizerunku organizacji po kryzysie.	08D -1P_W08
Zna i rozumie metody i techniki analizy problemów występujących w mediach społecznościowych oraz sposoby zarządzania kryzysem w ich obrębie.	08D -1P_W14
Umiejętności	
	Kod KEU
Potrafi dokonać analizy przyczyn i przebiegu wybranych procesów zarządzania kryzysem w środowisku online, z uwzględnieniem specyfiki platform i dynamicznych reakcji użytkowników.	08D -1P_U03
Potrafi wykorzystać zdobytą wiedzę z zakresu zarządzania kryzysowego w praktyce funkcjonowania organizacji biznesowej w warunkach gospodarki cyfrowej.	08D -1P_U06
Potrafi tworzyć i stosować strategię komunikacyjną oraz komunikaty kryzysowe, w tym także wspierane przez narzędzia i algorytmy AI.	08D -1P_U11
Kompetencje społeczne	
	Kod KEU
Jest gotów do dbania o zachowanie odpowiedzialnego i etycznego działania w sytuacjach kryzysowych oraz kierowania się zasadami rzetelności w komunikacji.	08D -1P_K04
D. Ogólne treści programowe	
Treści programowe obejmują analizę rodzajów kryzysów i ich źródeł w mediach społecznościowych, identyfikację zagrożeń oraz metody zarządzania sytuacjami kryzysowymi. Studenci poznają techniki komunikacji i wpływu, sposoby budowania marki w sytuacjach kryzysowych oraz uczą się analizować studia przypadków, aby rozumieć praktyczne konsekwencje działań kryzysowych w przestrzeni cyfrowej.	

Nazwa przedmiotu:	Digital Business Design		
Punkty ECTS:	Rok studiów:	Semestr:	Język wykładowy:
2	2	3	angielski
Forma zaliczenia przedmiotu:	Egzamin		
Forma zajęć	Liczba godzin	Forma prowadzenia zajęć	
Wykład typ 1	10	stacjonarna	
Ćwiczenia audytoryjne	10	stacjonarna	

A. Skrócony opis przedmiotu	
Przedmiot ma na celu zapoznanie studentów z zasadami projektowania i prowadzenia działalności w obszarze e-biznesu. Obejmuje omówienie modeli funkcjonowania przedsiębiorstw cyfrowych, tworzenia serwisów internetowych z funkcjami e-commerce, blogowymi i społecznościowymi oraz ich promocji i analizy. Studenci realizują projekt zespołowy obejmujący opracowanie biznesplanu i budowę kompletnego serwisu e-biznesowego.	
B. Wymagania wstępne	
Zna i rozumie podstawowe pojęcia z zakresu marketingu i zarządzania oraz ogólne zasady funkcjonowania Internetu i nowoczesnych technologii cyfrowych.	
C. Przedmiotowe efekty uczenia się	
Wiedza	
	Kod KEU
Zna i rozumie zasady funkcjonowania różnych typów organizacji, ze szczególnym uwzględnieniem przedsiębiorstw cyfrowych, oraz potrafi analizować ich podstawowe elementy w kontekście gospodarki cyfrowej i opartej na wiedzy.	08D -1P_W02
Zna i rozumie relacje między organizacjami biznesowymi a ich otoczeniem oraz powiązania między elementami wewnętrznymi przedsiębiorstw cyfrowych, uwzględniając wpływ technologii cyfrowych na te relacje.	08D -1P_W03
Zna i rozumie w zaawansowanym stopniu rolę człowieka jako kreatora organizacji cyfrowych oraz zasady jego funkcjonowania w procesach projektowania i zarządzania przedsiębiorstwem online.	08D -1P_W06
Umiejętności	
	Kod KEU
Potrafi dostrzegać i interpretować zjawiska gospodarcze i społeczne w obszarze e-biznesu oraz identyfikować problemy w funkcjonowaniu organizacji cyfrowych.	08D -1P_U01
Potrafi wykorzystać wiedzę teoretyczną do szczegółowego opisu i analizy procesów gospodarczych i społecznych w projektowaniu i zarządzaniu przedsiębiorstwem cyfrowym, w tym mapowania grup interesariuszy i projektowania współpracy w środowisku online.	08D -1P_U02
Potrafi zastosować zdobytą wiedzę w praktyce projektowania i prowadzenia organizacji cyfrowej, w celu identyfikowania i strukturyzowania problemów organizacyjnych w warunkach gospodarki cyfrowej.	08D -1P_U06
Kompetencje społeczne	
	Kod KEU
Jest gotów do myślenia przedsiębiorczo i podejmowania decyzji projektowych oraz biznesowych w cyfrowym środowisku, uwzględniając obserwowane trendy rynkowe i możliwości technologiczne.	08D -1P_K02
D. Ogólne treści programowe	
Treści programowe koncentrują się na zasadach projektowania, prowadzenia i analizy działalności w obszarze e-biznesu. Obejmują omówienie współczesnych modeli biznesowych przedsiębiorstw cyfrowych. Studenci poznają proces tworzenia kompletnych serwisów e-biznesowych, w tym dobór oprogramowania i narzędzi elektronicznych. Kluczowe zagadnienia to strategie promocji serwisów	

oraz metody analizy i pomiaru konwersji prowadzonych działań marketingowych. Program kładzie nacisk na planowanie i realizację biznesplanu oraz konsekwentną implementację założeń w praktyce, często w ramach projektów zespołowych.

Nazwa przedmiotu:				Digital Economy and Commerce		
Punkty ECTS:		Rok studiów:	Semestr:	Język wykładowy:		
3		2	3	angielski		
Forma zaliczenia przedmiotu:		Zaliczenie				
Forma zajęć			Liczba godzin	Forma prowadzenia zajęć		
Wykład typ 2			25	stacjonarna		
A. Skrócony opis przedmiotu						
Zrozumienie funkcjonowania podmiotów rynkowych w gospodarce cyfrowej jest kluczowe dla rozwoju współczesnego biznesu. Kurs przedstawia najważniejsze koncepcje biznesu cyfrowego, alternatywne strategie oraz ich wdrażanie. Studenci uczą się identyfikować szanse i ryzyka wynikające z technologii, zmieniających się postaw konsumentów, nowych modeli biznesowych i kanałów komunikacji. Przedmiot obejmuje analizę rynku e-commerce, zachowań konsumentów, modeli biznesu, łańcucha dostaw, e-procurement, marketingu cyfrowego, CRM, optymalizacji i pomiaru efektywności. Kurs kończy się opracowaniem modelu start-upu online.						
B. Wymagania wstępne						
Zna i rozumie podstawowe pojęcia marketingu.						
C. Przedmiotowe efekty uczenia się						
Wiedza						
					Kod KEU	
Zna i rozumie na zaawansowanym poziomie zagadnienia z zakresu e-commerce oraz jego interdyscyplinarny charakter.					08D -1P_W01	
Zna i rozumie zagadnienia dotyczące funkcjonowania różnych modeli biznesowych e-commerce w warunkach gospodarki cyfrowej oraz ich podstawowe elementy.					08D -1P_W02	
Zna i rozumie metody i narzędzia wykorzystywane w procesie projektowania, zarządzania i analizy działań e-commerce oraz e-marketingu.					08D -1P_W05	
Umiejętności						
					Kod KEU	
Potrafi analizować przyczyny i przebieg wybranych procesów oraz zjawisk gospodarczych i społecznych w celu tworzenia założeń i planów projektów e-commerce.					08D -1P_U03	

Potrafi wykorzystać zdobytą wiedzę do tworzenia cyfrowych modeli biznesowych, ścieżek klienta oraz planów komunikacji.	08D -1P_U06
Potrafi analizować efektywność marketingową firm działających w środowisku cyfrowym na podstawie wybranych metryk oraz proponować metody i techniki usprawnień.	08D -1P_U07
Kompetencje społeczne	
	Kod KEU
Jest gotów do myślenia w sposób przedsiębiorczy, uwzględniając obserwowane trendy rynkowe oraz potrzeby e-konsumentów.	08D -1P_K02
D. Ogólne treści programowe	
<p>Kurs wprowadza w zagadnienia funkcjonowania podmiotów rynkowych w gospodarce i handlu cyfrowym. Podkreśla rolę technologii, zmieniających się postaw konsumentów oraz nowych modeli biznesowych w identyfikowaniu szans i unikaniu ryzyk w dynamicznym środowisku globalnym. Studenci poznają podstawy biznesu cyfrowego, alternatywne strategie oraz ich wdrażanie. Program obejmuje analizę rynku e-commerce, zachowania konsumentów, modele biznesowe, zarządzanie łańcuchem dostaw, e-procurement, marketing cyfrowy oraz zarządzanie relacjami z klientami, w tym optymalizację i pomiar efektywności. Kurs kończy się opracowaniem modelu start-upu online.</p>	

Nazwa przedmiotu:	Digital Technologies		
Punkty ECTS:	Rok studiów:	Semestr:	Język wykładowy:
4	2	3	angielski
Forma zaliczenia przedmiotu:	Zaliczenie		
Forma zajęć		Liczba godzin	Forma prowadzenia zajęć
Ćwiczenia informatyczne		25	stacjonarna
A. Skrócony opis przedmiotu			
<p>Przedmiot „Digital Technologies” przedstawia kluczowe technologie cyfrowe wykorzystywane w nowoczesnych organizacjach biznesowych oraz ich wpływ na modele biznesowe, strategie i codzienne procesy zarządzania. Studenci poznają, jak rozwiązania takie jak chmura obliczeniowa, sztuczna inteligencja, analityka danych, platformy cyfrowe i media społecznościowe zmieniają funkcjonowanie firm i ich otoczenia rynkowego. Kurs łączy perspektywę organizacyjną, ludzką i technologiczną, pokazując zarówno możliwości, jak i wyzwania gospodarki cyfrowej.</p>			
B. Wymagania wstępne			
Zna i rozumie podstawowe pojęcia z zakresu gospodarki cyfrowej.			
C. Przedmiotowe efekty uczenia się			

Wiedza	
	Kod KEU
Zna i rozumie kluczowe technologie cyfrowe oraz ich zastosowanie w analizie struktur i procesów organizacji biznesowych, a także w projektowaniu modeli i strategii funkcjonowania w środowisku cyfrowym.	08D -1P_W05
Zna i rozumie w zaawansowanym stopniu rolę człowieka jako podmiotu tworzącego i wykorzystującego technologie cyfrowe w organizacjach biznesowych oraz zasady jego funkcjonowania w tych organizacjach, w tym w środowisku pracy hybrydowej i zdalnej.	08D -1P_W06
Zna i rozumie procesy zmian w organizacjach biznesowych i ich otoczeniu wynikające z rozwoju technologii cyfrowych, w tym przyczyny, przebieg, skalę i konsekwencje tych zmian, ze szczególnym uwzględnieniem przestrzeni cyfrowej oraz zależności między technologią, strategią i zachowaniami użytkowników.	08D -1P_W08
Umiejętności	
	Kod KEU
Potrafi dostrzec i interpretować zjawiska ekonomiczne i społeczne w stopniu niezbędnym do identyfikowania problemów zarządzania organizacją biznesową w warunkach gospodarki cyfrowej, w tym w obszarze aktywności w świecie cyfrowym (platformy, media społecznościowe, ekosystemy online).	08D -1P_U01
Potrafi wykorzystać wiedzę teoretyczną do szczegółowego opisu i analizy procesów i zjawisk gospodarczych i społecznych w zarządzaniu organizacją biznesową, z uwzględnieniem mapowania różnych grup interesariuszy oraz projektowania sposobów współpracy i przepływu informacji w cyfrowym środowisku biznesowym.	08D -1P_U02
Potrafi podejmować współpracę oraz interpersonalną komunikację w każdym otoczeniu biznesowym, z uwzględnieniem realiów gospodarki cyfrowej, wykorzystując odpowiednie narzędzia komunikacji online i offline (np. platformy współpracy, narzędzia wideokonferencji, środowiska wirtualne).	08D -1P_U10
Kompetencje społeczne	
	Kod KEU
Jest gotów do zaangażowania się w realizację działań na rzecz społeczności (organizacyjnej i lokalnej) w warunkach gospodarki cyfrowej oraz wykazania kreatywności i otwartości na innowacje technologiczne, często występując jako ich inicjator lub ambasador zmian cyfrowych.	08D -1P_K01
D. Ogólne treści programowe	
W ramach zajęć studenci zapoznają się z ewolucją technologii cyfrowych oraz ich zastosowaniami w zarządzaniu (systemy informacyjne, chmura, AI, IoT, social media, blockchain itp.). Zajęcia mają charakter praktyczno-analityczny: studenci mają możliwość poddania analizie ewolucji technologii oraz samodzielnej refleksji nad stanem i potencjałem ich aplikacji.	

Nazwa przedmiotu:	
	Foreign Language in Business

Punkty ECTS:	Rok studiów:	Semestr:	Język wykładowy:
4	2	3	polski
Forma zaliczenia przedmiotu:	Egzamin		
Forma zajęć	Liczba godzin	Forma prowadzenia zajęć	
Lektorat	60	stacjonarna	
A. Skrócony opis przedmiotu			
<p>Celem zajęć jest przygotowanie studentów do egzaminu na poziomie co najmniej B2 w zakresie języka z dziedziny biznesu, a także opanować zasady etykiety językowej na bazie znajomości norm socjokulturowych, aby w pełni wykorzystać język obcy jako narzędzie komunikowania się, poznania, formułowania i przekazywania treści specjalistycznych w środowisku pracy lub dalszych studiów. Zajęcia zapoznają studentów z szerokim repertuarem modeli zdań i reakcji językowych gotowych do zastosowania w różnorodnych sytuacjach komunikacyjnych (zarówno w komunikowaniu się bezpośrednim, jak i pośrednim), umożliwiają poznanie stosowanych w czasie zaliczenia i egzaminu końcowego technik sprawdzania stopnia opanowania poszczególnych sprawności językowych: mówienia, słuchania, czytania i pisanie.</p>			
B. Wymagania wstępne			
Potwierdzona znajomość języka obcego na poziomie A2/B1. Zaleca się kontynuację języka ze szkoły średniej zdawanego na maturze.			
C. Przedmiotowe efekty uczenia się			
Wiedza			
	Kod KEU		
Zna i rozumie zaawansowaną terminologię związaną z negocjacjami, marketingiem, zarządzaniem i relacjami z klientem w języku obcym.	08D -1P_W05		
Zna i rozumie mechanizmy komunikacji biznesowej w języku obcym.	08D -1P_W04		
Umiejętności			
	Kod KEU		
Potrafi skutecznie komunikować się w języku obcym w typowych sytuacjach zawodowych i biznesowych (rozmowy, prezentacje, negocjacje).	08D -1P_U10		
Potrafi przygotować poprawne językowo i stylistycznie dokumenty biznesowe (np. e-mail, list handlowy, raport, CV).	08D -1P_U11		
Potrafi korzystać ze źródeł informacji w języku obcym, w tym materiałów branżowych i analizować je w kontekście zawodowym.	08D -1P_U11		
Kompetencje społeczne			
	Kod KEU		
Jest gotów do prowadzenia komunikacji biznesowej w sposób profesjonalny i etyczny, respektujący zasady kultury organizacyjnej.	08D -1P_K04		

D. Ogólne treści programowe

1. Słownictwo i komunikacja ogólnobiznesowa 2. Korespondencja handlowa 3. Komunikacja ustna w miejscu pracy

Nazwa przedmiotu:			
Inbound Marketing			
Punkty ECTS:	Rok studiów:	Semestr:	Język wykładowy:
3	2	3	angielski
Forma zaliczenia przedmiotu:	Egzamin		
Forma zajęć	Liczba godzin	Forma prowadzenia zajęć	
Wykład typ 2	25	stacjonarna	
A. Skrócony opis przedmiotu			
<p>Przedmiot prezentuje nowoczesne podejście do pozyskiwania i utrzymywania klientów poprzez tworzenie wartościowych treści, projektowanie doświadczeń omnichannel oraz wykorzystanie analityki i automatyzacji marketingu. W trakcie zajęć studenci poznają rolę inbound marketingu w budowaniu przewagi konkurencyjnej firmy, z uwzględnieniem trendów takich jak hiperpersonalizacja, first-party data i etyka wykorzystania sztucznej inteligencji. Kurs łączy perspektywę strategiczną z praktyczną pracą na narzędziach wykorzystywanych w biznesie.</p>			
B. Wymagania wstępne			
Zna i rozumie podstawowe koncepcje związane z komunikacją marketingową i marketingiem treści.			
C. Przedmiotowe efekty uczenia się			
Wiedza			
			Kod KEU
Zna i rozumie zasady i reguły rządzące koncepcją inbound marketingu oraz jej rolę w budowaniu pozycji konkurencyjnej przedsiębiorstwa, z uwzględnieniem roli innowacji (w szczególności AI i automatyzacji) w procesach pozyskiwania i utrzymywania klientów.			08D -1P_W07
Zna i rozumie metody analizy zjawisk i procesów w ramach lejka inbound marketingu przez pryzmat klientów, rynku i przyszłych trendów, w tym narzędzia służące do pogłębionej analityki ruchu, zaangażowania i konwersji w kanałach cyfrowych (strona www, media społecznościowe, e-mail).			08D -1P_W12
Zna i rozumie w zaawansowanym stopniu narzędzia wspierające zarządzanie strategią inbound marketingu oraz możliwości ich zastosowania w praktyce cyfrowej, w tym w obszarze integracji systemów CRM, platform automatyzacji marketingu oraz narzędzi komunikacji online i offline.			08D -1P_W13

Umiejętności	
	Kod KEU
Potrafi projektować i planować działania inbound marketingowe, dobierając odpowiednie treści, kanały oraz narzędzia automatyzacji do celów biznesowych organizacji, z uwzględnieniem założeń strategii cyfrowej i doświadczenia klienta end-to-end.	08D -1P_U05
Potrafi wykorzystać umiejętności analityczne do oceny skuteczności działań inbound marketingowych, w szczególności realizowanych w mediach społecznościowych, na stronach internetowych i w kampaniach e-mail, oraz formułować rekomendacje optymalizacyjne.	08D -1P_U08
Potrafi aktywnie współdziałać i pracować w zespole (online i offline) przy tworzeniu i wdrażaniu strategii inbound marketingu, przyjmując różne role projektowe (np. strateg, analityk, content creator) i wykazując otwartość na różnorodne postawy i perspektywy interesariuszy.	08D -1P_U12
Kompetencje społeczne	
	Kod KEU
Jest gotów do myślenia w sposób przedsiębiorczy, krytycznie i etycznie w obszarze inbound marketingu, uwzględniając obserwowane trendy rynkowe (m.in. AI, personalizacja, prywatność danych, autentyczność komunikacji) oraz potrzebę ciągłego testowania i doskonalenia działań marketingowych.	08D -1P_K02
D. Ogólne treści programowe	
W ramach zajęć studenci zapoznają się z koncepcją inbound marketingu, etapami lejka (attract–engage–delight) oraz projektowaniem profili klientów i ścieżek klienta w kanałach online i offline. Omówione zostaną kluczowe taktyki (content marketing, SEO/SEM, social media, e-mail, marketing automation, lead nurturing) oraz ich integracja z systemami CRM i analityką cyfrową. Zajęcia mają charakter praktyczny – obejmują analizę case studies, pracę na wybranych narzędziach (np. platformy inbound/automation, systemy analityczne) oraz przygotowanie mini-strategii inbound dla wybranej organizacji.	

Nazwa przedmiotu:	Market Research and Data-Driven Decisions		
Punkty ECTS:	Rok studiów:	Semestr:	Język wykładowy:
3	2	3	angielski
Forma zaliczenia przedmiotu:	Egzamin		
Forma zajęć	Liczba godzin	Forma prowadzenia zajęć	
Ćwiczenia audytoryjne	15	stacjonarna	
Wykład typ 1	15	stacjonarna	

A. Skrócony opis przedmiotu	
<p>Celem przedmiotu jest przekazanie wiedzy na temat wykorzystania informacji uzyskanych z badań marketingowych w kontekście podejmowania w przedsiębiorstwie decyzji opartych na danych. W trakcie kursu przedstawione zostaną metody badań ilościowych i jakościowych, służące gromadzeniu danych. Szczegółowo omówione zostaną poszczególne etapy procesu badawczego. Efektem zajęć będzie rozwój kompetencji w zakresie projektowania i przeprowadzania badań marketingowych, a w szczególności umiejętności stosowania wybranych metod i technik badawczych.</p>	
B. Wymagania wstępne	
Zna i rozumie podstawowe zagadnienia z zakresu zarządzania i marketingu.	
C. Przedmiotowe efekty uczenia się	
Wiedza	
	Kod KEU
Zna i rozumie funkcjonowanie organizacji biznesowych oraz przyczyny, przebieg, skalę zmian zachodzących w ich otoczeniu, jak również wpływ tych zmian na prowadzenie działalności marketingowej, także w przestrzeni cyfrowej.	08D -1P_W08
Zna i rozumie zagadnienia z dziedziny nauk społecznych, w tym nauk o zarządzaniu i jakości, w szczególności dotyczące roli informacji w zarządzaniu firmą i podejmowaniu decyzji.	08D -1P_W01
Zna i rozumie zakres badań marketingowych oraz metody i narzędzia pozyskiwania informacji niezbędnych do kształtowania procesów i działań w organizacjach biznesowych.	08D -1P_W12
Umiejętności	
	Kod KEU
Potrafi dostrzec i interpretować zjawiska ekonomiczne i społeczne, w zakresie niezbędnym dla identyfikowania problemów badawczych.	08D -1P_U01
Potrafi przygotować badanie marketingowe dotyczące procesów uwarunkowań funkcjonowanie organizacji w otoczeniu ekonomicznym i społecznym z uwzględnieniem transformacji cyfrowej.	08D -1P_U03
Potrafi wykorzystywać metody jakościowe i ilościowe do badania zachowań klientów i innych podmiotów rynku tradycyjnego i online.	08D -1P_U08
Kompetencje społeczne	
	Kod KEU
Jest gotów do myślenia w sposób przedsiębiorczy, uwzględniając wyniki badań marketingowych.	08D -1P_K02
D. Ogólne treści programowe	
<p>Treści programowe obejmują przedstawienie, w jaki sposób informacje pozyskiwane w toku badań marketingowych mogą być stosowane do różnych problemów związanych z podejmowaniem decyzji w przedsiębiorstwie. W trakcie zajęć omawiany jest proces badania marketingowego i jego etapy, źródła informacji marketingowych oraz metody badań marketingowych ilościowe i jakościowe. Badania ilościowe obejmują pozyskiwanie danych ze źródeł pierwotnych, a badania jakościowe</p>	

koncentrują się na ocenie zachowań i ustaleniu motywów postępowania nabywców na rynku. Studenci poznają sposoby doboru próby i metody ustalania jej minimalnej liczebności, a także zasady konstrukcji narzędzi badawczych (m.in. kwestionariusza) oraz podstawowe zasady analizy danych i przygotowania raportu z badania.

Nazwa przedmiotu:				Marketing Communication		
Punkty ECTS:		Rok studiów:	Semestr:	Język wykładowy:		
6		2	3	angielski		
Forma zaliczenia przedmiotu:		Zaliczenie				
Forma zajęć			Liczba godzin	Forma prowadzenia zajęć		
Ćwiczenia audytoryjne			50	stacjonarna		
A. Skrócony opis przedmiotu						
<p>Przedmiot rozwija praktyczne kompetencje w zakresie komunikacji cyfrowej, obejmując projektowanie strategii, tworzenie treści, analizę danych oraz realizację kampanii online. Studenci poznają narzędzia, metody i techniki wykorzystywane przez marki, pracują projektowo, badają dynamikę platform, testują rozwiązania w praktyce i uczą się diagnozować oraz rozwiązywać problemy komunikacyjne w zmieniającym się środowisku cyfrowym.</p>						
B. Wymagania wstępne						
<p>Zna i rozumie podstawowe zasady komunikacji w mediach cyfrowych oraz funkcjonowania platform społecznościowych. Zna i rozumie podstawowe pojęcia dotyczące tworzenia treści online i pracy z narzędziami internetowymi.</p>						
C. Przedmiotowe efekty uczenia się						
Wiedza						
					Kod KEU	
Zna i rozumie narzędzia wykorzystywane w komunikacji marketingowej w środowisku cyfrowym, w tym narzędzia do planowania treści, analityki kampanii i monitoringu reakcji odbiorców.					08D -1P_W01	
Zna i rozumie relacje między marką a odbiorcami oraz czynniki wpływające na sposób odbioru komunikatów marketingowych w różnych kanałach online.					08D -1P_W04	
Zna i rozumie zasady projektowania strategii komunikacji marketingowej oraz ich adaptacji do specyfiki platform, celów biznesowych i zachowań odbiorców.					08D -1P_W13	
Umiejętności						
					Kod KEU	

Potrafi identyfikować problemy komunikacyjne marki i dobierać odpowiednie narzędzia oraz metody ich rozwiązywania, także z wykorzystaniem podejścia projektowego.	08D -1P_U07
Potrafi analizować efektywność komunikacji marketingowej, wykorzystując dane o zachowaniach odbiorców, wskaźniki skuteczności i wyniki kampanii.	08D -1P_U08
Potrafi współpracować w zespole przy tworzeniu i wdrażaniu działań komunikacji marketingowej, efektywnie uczestnicząc w realizacji projektów.	08D -1P_U12
Kompetencje społeczne	
	Kod KEU
Jest gotów do rozwijania swoich kompetencji w zakresie komunikacji marketingowej oraz dostosowywania działania do zmian technologicznych, trendów i oczekiwań odbiorców.	08D -1P_K03
D. Ogólne treści programowe	
Treści programowe obejmują zagadnienia komunikacji cyfrowej, w tym funkcjonowanie platform społecznościowych, relacje między markami, odbiorcami i społecznościami oraz projektowanie strategii komunikacyjnych. Obejmują również tworzenie treści multimedialnych, analizę danych komunikacyjnych, monitoring aktywności i wykorzystanie narzędzi cyfrowych. Studenci uczą się planowania kampanii, pracy zespołowej, prototypowania treści oraz rozwiązywania problemów komunikacyjnych w środowisku online.	

Nazwa przedmiotu:			
Bachelor Seminar			
Punkty ECTS:	Rok studiów:	Semestr:	Język wykładowy:
1	2	4	polski
Forma zaliczenia przedmiotu:	Zaliczenie		
Forma zajęć	Liczba godzin	Forma prowadzenia zajęć	
Seminarium licencjackie	6	stacjonarna/zdalna	
A. Skrócony opis przedmiotu			
Celem przedmiotu jest przygotowanie studenta do samodzielnego przygotowania pracy licencjackiej o charakterze zgodnym z praktycznym profilem studiów. W ramach realizacji celu student zapoznaje się z metodyką pisania prac, w tym z zasadami posługiwania się literaturą naukową, tworzenia przypisów oraz prowadzenia badań empirycznych, a także zdobywa umiejętność poprawnego formułowania i rozwijania problemów naukowych. Student współpracuje z promotorem w zakresie: opracowania koncepcji pracy licencjackiej, konsultowania struktury i treści pracy, weryfikowania poprawności merytorycznej i formalnej. Zajęcia obejmują zapoznanie z podstawami metodologii badań, zasadami korzystania z literatury naukowej, opracowywania przypisów i struktury pracy dyplomowej. Rozwijane są umiejętności analizy problemów badawczych, formułowania wniosków oraz redagowanych tekstów naukowych. Praca odbywa się we współpracy z promotorem, obejmując opracowanie koncepcji pracy, konsultacje merytoryczne i weryfikację formalną			

B. Wymagania wstępne	
Wymagania wstępne w seminariach poszczególnych promotorów są określone w dokumencie „Szczegółowe informacje o seminarium”.	
C. Przedmiotowe efekty uczenia się	
Wiedza	
	Kod KEU
Zna i rozumie metody badawcze, w tym w szczególności metodę studiów literaturowych.	08D -1P_W12
Zna i rozumie podstawowe pojęcia z zakresu ochrony własności przemysłowej i prawa autorskiego.	08D - 1P_W10
Umiejętności	
	Kod KEU
Potrafi samodzielnie planować i realizować własne uczenie się przez całe życie.	08D -1P_U09
Kompetencje społeczne	
	Kod KEU
-	-
D. Ogólne treści programowe	
Treści kształcenia w seminariach poszczególnych promotorów są określone w dokumencie „Szczegółowe informacje o seminarium”.	

Nazwa przedmiotu:	Internship		
Punkty ECTS:	Rok studiów:	Semestr:	Język wykładowy:
32	2	4	polski
Forma zaliczenia przedmiotu:	Zaliczenie		
Forma zajęć	Liczba godzin	Forma prowadzenia zajęć	
Praktyki studenckie - profil praktyczny	960	stacjonarna	
A. Skrócony opis przedmiotu			
Studenckie praktyki zawodowe stanowią praktyczne uzupełnienie procesu kształcenia. Celem praktyk zawodowych jest przygotowanie studenta do wykonywania zawodu zgodnego ze studiowanym kierunkiem.			

B. Wymagania wstępne	
Zna i rozumie podstawowe mechanizmy funkcjonowania różnych typów organizacji.	
C. Przedmiotowe efekty uczenia się	
Wiedza	
	Kod KEU
Zna i rozumie funkcjonowanie różnych typów organizacji w tym organizacji projektowych oraz elementy je konstytuujące (w tym struktury organizacyjne, procesy pracy, metody i techniki organizacji pracy) oraz relacje między nimi i wzajemne zależności.	08D -1P_W02, 08D -1P_W05
Umiejętności	
	Kod KEU
Potrafi aktywnie współdziałać i realizować role zawodowe w ramach prac zespołowych, w tym projektowych.	08D -1P_U12
Kompetencje społeczne	
	Kod KEU
Jest gotów do myślenia i działania w sposób przedsiębiorczy.	08D -1P_K02
D. Ogólne treści programowe	
Zapoznanie z funkcjonowaniem organizacji w wybranych komórkach organizacyjnych, zgodnie z kierunkowym programem praktyk oraz zaleceniami instytucji przyjmującej. Istotnym elementem praktyk jest rozpoznanie otoczenia organizacji i zdobycie wiedzy na temat podstawowych procesów organizacyjnych.	

Nazwa przedmiotu:	Bachelor Seminar		
Punkty ECTS:	Rok studiów:	Semestr:	Język wykładowy:
6	3	5	polski
Forma zaliczenia przedmiotu:	Zaliczenie		
Forma zajęć	Liczba godzin	Forma prowadzenia zajęć	
Seminarium licencjackie	30	stacjonarna/zdalna	
A. Skrócony opis przedmiotu			

<p>Celem przedmiotu jest przygotowanie studenta do samodzielnego przygotowania pracy licencjackiej o charakterze zgodnym z praktycznym profilem studiów. W ramach realizacji celu student zapoznaje się z metodyką pisania prac, w tym z zasadami posługiwania się literaturą naukową, tworzenia przypisów oraz prowadzenia badań empirycznych, a także zdobywa umiejętność poprawnego formułowania i rozwijania problemów naukowych. Student współpracuje z promotorem w zakresie: opracowania koncepcji pracy licencjackiej, konsultowania struktury i treści pracy, weryfikowania poprawności merytorycznej i formalnej. Zajęcia obejmują zapoznanie z podstawami metodologii badań, zasadami korzystania z literatury naukowej, opracowywania przypisów i struktury pracy dyplomowej. Rozwijane są umiejętności analizy problemów badawczych, formułowania wniosków oraz redagowania tekstów naukowych. Praca odbywa się we współpracy z promotorem, obejmując opracowanie koncepcji pracy, konsultacje merytoryczne i weryfikację formalną</p>	
B. Wymagania wstępne	
<p>Wymagania wstępne w seminariach poszczególnych promotorów są określone w dokumencie „Szczegółowe informacje o seminarium”.</p>	
C. Przedmiotowe efekty uczenia się	
Wiedza	
	Kod KEU
Zna i rozumie aktualne teorie, koncepcje, metody badawcze oraz praktyczne podejścia do analizy zjawisk organizacyjnych i zarządczych odpowiednich dla studiowanego kierunku.	08D -1P_W01
Zna i rozumie wybrane narzędzia badawcze, w tym techniki pozyskiwania danych, odpowiednie dla dziedziny i dyscyplin naukowych, właściwych dla studiowanego kierunku.	08D -1P_W12
Zna i rozumie podstawowe pojęcia i zasady z zakresu ochrony własności przemysłowej i prawa autorskiego oraz konieczność zarządzania zasobami własności intelektualnej.	08D - 1P_W10
Umiejętności	
	Kod KEU
Potrafi prawidłowo interpretować zjawiska społeczne (kulturowe, polityczne, prawne, ekonomiczne) specyficzne dla studiowanego kierunku studiów.	08D -1P_U01
Potrafi wykorzystać wiedzę teoretyczną do opisu i praktycznego analizowania jednostkowych procesów i zjawisk społecznych (kulturowych, politycznych, prawnych, gospodarczych) specyficznych dla studiowanego kierunku studiów.	08D -1P_U02
Potrafi właściwie analizować przyczyny i przebieg wybranych procesów i zjawisk społecznych (kulturowych, politycznych, prawnych, gospodarczych) specyficznych dla dziedziny i dyscyplin naukowych właściwych dla studiowanego kierunku studiów.	08D -1P_U03
Potrafi formułować i rozwiązywać problemy typowe dla działalności zawodowej związanej z kierunkiem studiów.	08D -1P_U07
Potrafi krytycznie analizować i oceniać złożone zjawiska społeczne z zastosowaniem właściwie dobranych metod badawczych.	08D -1P_U02
Potrafi przygotować pracę naukową w języku angielskim na tematy specjalistyczne właściwe dla studiowanego kierunku studiów, z wykorzystaniem podstawowych ujęć teoretycznych, a także różnych źródeł.	08D -1P_U11
Potrafi samodzielnie planować i realizować własne uczenie się przez całe życie.	08D -1P_U09

Kompetencje społeczne	
	Kod KEU
Jest gotów do myślenia i działania w sposób przedsiębiorczy w celu realizacji określonego zadania.	08D -1P_K02
Jest gotów do uznawania znaczenia wiedzy w rozwiązywaniu problemów poznawczych i praktycznych właściwych dla studiowanego kierunku oraz zasięgania opinii ekspertów.	08D -1P_K05
D. Ogólne treści programowe	
Treści kształcenia w seminariach poszczególnych promotorów są określone w dokumencie „Szczegółowe informacje o seminarium”.	

Nazwa przedmiotu:				Customer Behaviour and Experience			
Punkty ECTS:		Rok studiów:		Semestr:		Język wykładowy:	
3		3		5		angielski	
Forma zaliczenia przedmiotu:				Egzamin			
Forma zajęć				Liczba godzin		Forma prowadzenia zajęć	
Wykład typ 2				25		stacjonarna	
A. Skrócony opis przedmiotu							
Kurs ma na celu rozwinięcie całościowego zrozumienia zachowań klientów oraz projektowania doświadczeń w środowiskach cyfrowych. Studenci będą poznawać psychologiczne mechanizmy rządzące decyzjami konsumenckimi, strategiami poszukiwania informacji i kształtowaniem postaw, jednocześnie opanowując praktyczne ramy tworzenia wyjątkowych doświadczeń klienta. Kurs łączy podstawy teoretyczne z zastosowaniem narzędzi CX/UX, w tym mapowania ścieżki klienta, prototypowania i testów użyteczności. Po ukończeniu kursu studenci będą przygotowani do analizowania wzorców zachowań klientów oraz projektowania opartych na dowodach strategii doświadczeń w cyfrowych kontekstach biznesowych.							
B. Wymagania wstępne							
Wymagania wstępne w seminariach poszczególnych promotorów są określone w dokumencie „Szczegółowe informacje o seminarium”.							
C. Przedmiotowe efekty uczenia się							
Wiedza							
							Kod KEU

Zna i rozumie na zaawansowanym poziomie psychologiczne mechanizmy rządzące zachowaniem klientów w środowiskach cyfrowych, w tym procesy poznawcze percepcji, uczenia się, motywacji oraz strategię podejmowania decyzji.	08D -1P_W01
Zna i rozumie relacje między klientami a organizacjami w cyfrowych ekosystemach, w tym dynamikę więzi społecznych, mechanizmy wpływu oraz interakcje społeczności w środowiskach online.	08D -1P_W03, 08D -1P_W04
Zna i rozumie ramy i metodyki projektowania oraz oceny doświadczeń klienta, w tym mapowanie ścieżki klienta, analizę punktów styku oraz narzędzia pomiaru doświadczeń.	08D -1P_W01
Umiejętności	
	Kod KEU
Potrafi analizować i interpretować wzorce zachowań klientów, wykorzystując ramy teoretyczne oraz identyfikując mechanizmy psychologiczne i procesy podejmowania decyzji w cyfrowych kontekstach biznesowych.	08D -1P_U01, 08D -1P_U03
Potrafi projektować kompleksowe strategie doświadczeń klienta, wykorzystując profesjonalne narzędzia i metodyki, w tym mapy podróży klienta, prototypy oraz protokoły testów użyteczności.	08D -1P_U04
Potrafi podejmować efektywną współpracę i komunikację interpersonalną w multidyscyplinarnych zespołach pracujących nad projektami doświadczeń klienta w cyfrowych środowiskach biznesowych.	08D -1P_U01
Kompetencje społeczne	
	Kod KEU
Jest gotów do krytycznego oceniania wyników badań nad zachowaniami klientów oraz rozwiązań w zakresie projektowania doświadczeń, uznając znaczenie podejmowania decyzji opartych na dowodach oraz ciągłego doskonalenia.	08D -1P_K03
D. Ogólne treści programowe	
Treść kursu obejmuje psychologiczne podstawy zachowań konsumentów oraz projektowania doświadczeń klienta. W części poświęconej zachowaniom studenci poznają procesy poznawcze (percepcja, uwaga, uczenie się, pamięć), motywację i potrzeby konsumentów, strategię poszukiwania informacji, mechanizmy kształtowania postaw oraz procesy podejmowania decyzji, w tym wpływ heurystyk i błędów poznawczych. Analizowane są relacje między konsumentami a organizacjami, a także mechanizmy wpływu społecznego. W części poświęconej projektowaniu omawiane są koncepcje customer experience, user experience i użyteczności, a także metody tworzenia strategii CX/UX, identyfikacji punktów styku i momentów prawdy, techniki mapowania doświadczeń klienta, podstawy prototypowania oraz metody testów użyteczności.	

Nazwa przedmiotu:			
Innovative Business Models			
Punkty ECTS:	Rok studiów:	Semestr:	Język wykładowy:
2	3	5	angielski
Forma zaliczenia przedmiotu:		Zaliczenie	

Forma zajęć	Liczba godzin	Forma prowadzenia zajęć
Ćwiczenia audytoryjne	10	zdalna
Wykład typ 1	10	zdalna
A. Skrócony opis przedmiotu		
Kurs dostarcza wiedzy o rozwoju i innowacjach modeli biznesowych. Studenci poznają kluczowe pojęcia, elementy modeli, podejścia do innowacji oraz strategię ekspansji międzynarodowej. Na przykładach firm polskich i zagranicznych kurs pokazuje, jak innowacyjne modele wspierają adaptację i wykorzystanie nowych technologii. Obejmuje także ocenę skalowalności oraz wzorce typowe dla gospodarki cyfrowej.		
B. Wymagania wstępne		
Zna i rozumie podstawowe pojęcia ekonomiczne. Zna i rozumie podstawowe pojęcia z zakresu zarządzania.		
C. Przedmiotowe efekty uczenia się		
Wiedza		
		Kod KEU
Zna i rozumie zasady procesu innowacji oraz rodzaje innowacji w rozwoju modelu biznesowego i jego elementów.		08D -1P_W07
Zna i rozumie procesowy charakter tworzenia modeli biznesowych, ze szczególnym uwzględnieniem środowiska cyfrowego.		08D -1P_W05
Zna i rozumie funkcjonowanie wzorców modeli biznesowych oraz ich zastosowanie w środowisku cyfrowym.		08D -1P_W02
Umiejętności		
		Kod KEU
Potrafi rozpoznawać i analizować trendy i zjawiska rynkowe w celu opracowywania modeli biznesowych w warunkach rynku internetowego.		08D -1P_U03
Potrafi identyfikować i interpretować zjawiska występujące w środowisku cyfrowym, które mają wpływ na proces rozwoju modeli biznesowych.		08D -1P_U01
Potrafi analizować zjawiska zachodzące w otoczeniu organizacji, ze szczególnym uwzględnieniem roli interesariuszy, w celu opracowania innowacyjnych rozwiązań w zakresie rozwoju modelu biznesowego.		08D -1P_U02
Kompetencje społeczne		
		Kod KEU
Jest gotów do wykazywania kreatywności i otwartości na proces innowacji modeli biznesowych, często pełniąc rolę ich inicjatora.		08D -1P_K01
D. Ogólne treści programowe		
Kurs oferuje pogłębioną analizę innowacji i jej roli w kształtowaniu modeli biznesowych. Wprowadza pojęcie i typy innowacji, strukturę oraz elementy modeli biznesowych, a także dynamikę ewoluujących struktur rynkowych, takich jak B2C, B2B, C2B i C2C. Studenci poznają trendy wpływające na rozwój rynków wielostronnych, ekosystemów biznesowych i gospodarki		

współdzielenia oraz wzorce modeli platformowych. Szczególny nacisk położony jest na metody weryfikacji opłacalności rozwoju modeli biznesowych na rynkach międzynarodowych oraz wykorzystanie technologii informacyjnych do wdrażania różnych wzorców cyfrowych modeli biznesowych.

Nazwa przedmiotu:				Social Media Management		
Punkty ECTS:		Rok studiów:	Semestr:	Język wykładowy:		
5		3	5	angielski		
Forma zaliczenia przedmiotu:		Zaliczenie				
Forma zajęć			Liczba godzin		Forma prowadzenia zajęć	
Warsztaty			20		stacjonarna	
Wykład typ 2			15		stacjonarna	
A. Skrócony opis przedmiotu						
Funkcjonowanie marek w przestrzeni mediów społecznościowych nabrało bardzo profesjonalnego wymiaru, dzięki czemu staje się coraz bardziej wymagające, ale z drugiej strony umożliwia komunikację na poziomie wcześniej nieosiągalnym. Zajęcia będą doskonałą platformą nie tylko do zdobywania wiedzy o procesie zarządzania komunikacją w mediach społecznościowych, ale przede wszystkim pozwolą uczestnikom sprawnie tworzyć strategie umożliwiające osiągnięcie efektów.						
B. Wymagania wstępne						
Zna i rozumie podstawowe pojęcia marketingowe oraz ogólne zasady komunikacji medialnej w środowisku cyfrowym.						
C. Przedmiotowe efekty uczenia się						
Wiedza						
					Kod KEU	
Zna i rozumie procesy zmian zachodzących w organizacjach biznesowych oraz ich otoczeniu, ze szczególnym uwzględnieniem transformacji komunikacyjnej i strategicznej w przestrzeni mediów społecznościowych.					08D -1P_W08	
Zna i rozumie prawne i etyczne wymogi ochrony własności intelektualnej, przemysłowej i praw autorskich, w tym regulacje i zasady dotyczące planowania, publikacji oraz moderowania treści w mediach społecznościowych.					08D - 1P_W10	
Zna i rozumie metody analizy zjawisk i procesów komunikacyjnych zachodzących w mediach społecznościowych, uwzględniając narzędzia pogłębionej analityki strategii cyfrowych, aktywności operacyjnych oraz zachowań użytkowników.					08D -1P_W12	
Umiejętności						

	Kod KEU
Potrafi przewidywać skutki działań komunikacyjnych prowadzonych w mediach społecznościowych, wykorzystując metody analityczne oraz narzędzia z zakresu zarządzania i marketing automation.	08D -1P_U04
Potrafi stosować techniki organizacyjne i zasady zarządzania w celu realizacji zadań związanych z planowaniem, wdrażaniem i optymalizacją strategii komunikacji w mediach społecznościowych.	08D -1P_U05
Potrafi wykorzystywać umiejętności analityczne do interpretowania danych i wyników działań prowadzonych w mediach społecznościowych oraz przekładania ich na konkretne decyzje strategiczne i kreatywne.	08D -1P_U08
Kompetencje społeczne	
	Kod KEU
Jest gotów do krytycznej oceny własnej wiedzy oraz treści publikowanych i konsumowanych w przestrzeni mediów społecznościowych, kierując się rzetelnością, obiektywizmem i odpowiedzialnością komunikacyjną.	08D -1P_K03
D. Ogólne treści programowe	
Treści programowe obejmują kompleksowe zarządzanie komunikacją w mediach społecznościowych oraz rolę i ewolucję marketingu cyfrowego. Studenci poznają zasady audytu komunikacji, tworzenia strategii dla różnych platform (np. Facebook, Instagram, TikTok) oraz metody planowania i realizacji działań (content marketing, reklama, współpraca z influencerami). Poruszane zagadnienia obejmują analizę, pomiar efektywności i budowanie zaangażowania.	

Nazwa przedmiotu:			
Social Media Toolbox			
Punkty ECTS:			
Rok studiów:		Semestr:	Język wykładowy:
4		3	5
Forma zaliczenia przedmiotu:		Zaliczenie	
Forma zajęć		Liczba godzin	Forma prowadzenia zajęć
Warsztaty		25	zdalna
A. Skrócony opis przedmiotu			
Przedmiot rozwija praktyczne kompetencje w zakresie projektowania i optymalizacji treści w mediach społecznościowych. Obejmuje analizę algorytmów platform, prototypowanie formatów, pracę z trendami, analitykę oraz tworzenie treści dopasowanych do celów komunikacyjnych. Zajęcia mają charakter warsztatowy i oparte są na pracy z danymi, narzędziami AI i produkcją treści.			
B. Wymagania wstępne			
Zna i rozumie podstawowe zasady działania mediów społecznościowych oraz typowe formaty treści wykorzystywane na głównych platformach.			

Zna i rozumie podstawy analizy danych oraz potrafi korzystać z podstawowych narzędzi cyfrowych wspierających tworzenie i ocenę treści.	
C. Przedmiotowe efekty uczenia się	
Wiedza	
	Kod KEU
Zna i rozumie, jak użytkownicy, marki i twórcy oddziałują na siebie w mediach społecznościowych oraz jak interakcje te wpływają na formę, zasięg i odbiór treści.	08D -1P_W03
Zna i rozumie rolę zachowań odbiorców, mechanizmów angażowania społeczności i czynników ludzkich w kształtowaniu widoczności treści oraz dynamiki platform.	08D -1P_W06
Zna i rozumie zasady projektowania strategii treści w mediach społecznościowych oraz ich adaptacji do specyfiki kanałów, celów komunikacyjnych i potrzeb odbiorców.	08D -1P_W13
Umiejętności	
	Kod KEU
Potrafi wyszukiwać, analizować i selekcjonować informacje, trendy i inspiracje potrzebne do tworzenia angażujących treści w mediach społecznościowych.	08D -1P_U02
Potrafi wykorzystywać narzędzia i technologie platform społecznościowych do planowania, tworzenia, optymalizowania i oceny treści na podstawie danych.	08D -1P_U05
Potrafi efektywnie współpracować przy realizacji projektów social mediowych, pełniąc różne role w procesie planowania i produkcji treści.	08D -1P_U12
Kompetencje społeczne	
	Kod KEU
Jest gotów do działania w środowisku mediów społecznościowych w sposób odpowiedzialny, rzetelny i świadomy konsekwencji, wykazując samodzielność i profesjonalizm.	08D -1P_K04
D. Ogólne treści programowe	
Treści programowe obejmują kluczowe zagadnienia związane z projektowaniem treści i działaniami w mediach społecznościowych. Obejmują analizę mechaniki algorytmów, identyfikację sygnałów wpływających na widoczność treści, projektowanie nowoczesnych formatów, wykorzystanie narzędzi AI, pracę z trendami kulturowymi oraz analizę danych w panelach platform. Uwzględniają prototypowanie treści, storytelling dopasowany do kanału, planowanie zestawów treści, współpracę w zespołach kreatywnych oraz etyczne podejście do produkcji i dystrybucji treści.	

Nazwa przedmiotu:				
Bachelor Seminar				
Punkty ECTS:		Rok studiów:	Semestr:	Język wykładowy:
8		3	6	polski

Forma zaliczenia przedmiotu:	Egzamin	
Forma zajęć	Liczba godzin	Forma prowadzenia zajęć
Seminarium licencjackie	30	stacjonarna/zdalna
A. Skrócony opis przedmiotu		
Celem przedmiotu jest przygotowanie studenta do samodzielnego opracowania pracy licencjackiej. W zakresie realizacji celu, student zapoznaje się metodyką pisania prac (posługiwanie się literaturą, tworzenie przypisów, prowadzenie badań empirycznych), poprawnego stawiania i rozwijania problemów. Student współpracuje z promotorem w zakresie opracowania koncepcji pracy licencjackiej, konsultowania i weryfikowania treści pracy.		
B. Wymagania wstępne		
Wymagania wstępne w seminariach poszczególnych promotorów są określone w dokumencie „Szczegółowe informacje o seminarium”.		
C. Przedmiotowe efekty uczenia się		
Wiedza		
		Kod KEU
Zna i rozumie w zaawansowanym stopniu aktualne teorie, koncepcje, metody badawcze oraz praktyczne podejścia do analizy zjawisk organizacyjnych i zarządczych odpowiednich dla studiowanego kierunku.		08D -1P_W01, 08D -1P_W12
Zna i rozumie w zaawansowanym stopniu narzędzia badawcze, w tym techniki pozyskiwania danych, odpowiednich dla dziedziny i dyscyplin naukowych, właściwe dla studiowanego kierunku, pozwalających opisywać struktury i instytucje społeczne oraz procesy zachodzące w nich i między nimi.		08D -1P_W12
Zna i rozumie prawne i etyczne uwarunkowania związane ze zbieraniem materiałów źródłowych i pisanem pracy licencjackiej, ze szczególnym uwzględnieniem zasad ochrony własności przemysłowej i prawa autorskiego oraz potrzeby odpowiedzialnego zarządzania zasobami własności intelektualnej.		08D - 1P_W10
Umiejętności		
		Kod KEU
Potrafi prawidłowo analizować i interpretować zjawiska społeczne (kulturowe, polityczne, prawne, ekonomiczne) specyficzne dla studiowanego kierunku studiów, z wykorzystaniem właściwych metod i narzędzi analizy.		08D -1P_U02
Potrafi wykorzystać wiedzę teoretyczną do opisu i praktycznego analizowania jednostkowych procesów i zjawisk społecznych (kulturowych, politycznych, prawnych, gospodarczych) specyficznych dla studiowanego kierunku studiów oraz do formułowania własnych opinii i dokonywania oceny tych procesów i zjawisk społecznych.		08D -1P_U02
Potrafi właściwie analizować przyczyny i przebieg wybranych procesów i zjawisk społecznych (kulturowych, politycznych, prawnych, gospodarczych) specyficznych dla dziedziny i dyscyplin naukowych właściwych dla studiowanego kierunku studiów.		08D -1P_U03

Potrafi formułować i rozwiązywać problemy typowe dla działalności zawodowej związanej z kierunkiem studiów.	08D -1P_U07
Potrafi krytycznie analizować i oceniać złożone zjawiska społeczne z zastosowaniem właściwie dobranych metod badawczych.	08D -1P_U02
Potrafi przygotować pracę naukową w języku angielskim na tematy specjalistyczne właściwe dla studiowanego kierunku studiów, z wykorzystaniem podstawowych ujęć teoretycznych, a także różnych źródeł, jak również formułować, tezy dotyczące tych tematów.	08D -1P_U11
Potrafi samodzielnie planować i realizować własne uczenie się przez całe życie.	08D -1P_U09
Kompetencje społeczne	
	Kod KEU
Jest gotów do myślenia i działania w sposób przedsiębiorczy w celu realizacji określonego zadania.	08D -1P_K02
Jest gotów do uznawania znaczenia wiedzy w rozwiązywaniu problemów poznawczych i praktycznych właściwych dla studiowanego kierunku oraz zasięgania opinii ekspertów.	08D -1P_K05
D. Ogólne treści programowe	
Treści kształcenia w seminariach poszczególnych promotorów są określone w dokumencie „Szczegółowe informacje o seminarium”.	

Nazwa przedmiotu:	Influencer Marketing		
Punkty ECTS:	Rok studiów:	Semestr:	Język wykładowy:
3	3	6	angielski
Forma zaliczenia przedmiotu:	Egzamin		
Forma zajęć	Liczba godzin	Forma prowadzenia zajęć	
Wykład typ 1	15	stacjonarna	
Ćwiczenia audytoryjne	15	stacjonarna	
A. Skrócony opis przedmiotu			
Przedmiot przedstawia zasady projektowania i prowadzenia działań influencer marketingowych, łącząc wiedzę o komunikacji cyfrowej, algorytmach platform społecznościowych oraz etyce i bezpieczeństwie online. Studenci poznają mechanizmy współpracy z twórcami, analizują skuteczność kampanii i zdobywają praktyczne umiejętności planowania oraz optymalizacji działań z wykorzystaniem influencerów.			
B. Wymagania wstępne			

<p>Zna i rozumie podstawowe zasady funkcjonowania mediów społecznościowych oraz sposób, w jaki marki komunikują się z odbiorcami w środowisku cyfrowym.</p> <p>Zna i rozumie podstawowe pojęcia związane z marketingiem internetowym i tworzeniem treści online.</p>	
C. Przedmiotowe efekty uczenia się	
Wiedza	
	Kod KEU
Zna i rozumie specyfikę komunikacji pomiędzy influencerami, markami i odbiorcami oraz potrafi wskazać, jak elementy prawne i etyczne współpracy wpływają na autentyczność i odbiór kampanii.	08D - 1P_W10
Zna i rozumie typowe zagrożenia pojawiające się w kampaniach influencerskich, w tym nadużycia, manipulację informacją, brak oznaczeń współprac oraz ryzyka związane z ochroną danych twórców i odbiorców.	08D -1P_W11
Zna i rozumie sposoby, w jakie influencerzy budują zaangażowanie społeczności oraz jak mechanizmy zaufania i wiarygodności przekładają się na skuteczność działań marketingowych.	08D -1P_W03
Umiejętności	
	Kod KEU
Potrafi dobierać odpowiednie mierniki oceny kampanii z udziałem influencerów oraz interpretować dane dotyczące zasięgów, zaangażowania i konwersji, formułując praktyczne rekomendacje.	08D -1P_U05
Potrafi prowadzić komunikację z influencerami i odbiorcami kampanii w sposób uwzględniający ich styl, specyfikę platformy oraz wymagania marki, tworząc spójne i angażujące przekazy.	08D -1P_U10
Potrafi efektywnie współpracować przy realizacji kampanii influencerskich, dzieląc odpowiedzialności, koordynując terminy i wspierając pracę twórców oraz zespołu projektowego.	08D -1P_U12
Kompetencje społeczne	
	Kod KEU
Jest gotów do prowadzenia działań influencerskich w sposób przejrzysty i odpowiedzialny, dbając o oznaczenia współprac, rzetelność przekazu oraz ochronę odbiorców przed nadużyciami.	08D -1P_K05
D. Ogólne treści programowe	
<p>Treści programowe obejmują zagadnienia związane z rolą influencerów w komunikacji marketingowej oraz funkcjonowaniem platform społecznościowych. Omawiane są mechanizmy budowania relacji między twórcami, markami i odbiorcami, modele współpracy i typy treści wykorzystywane w działaniach influencerskich. Studenci poznają zasady planowania kampanii, analizę ich skuteczności oraz czynniki wpływające na decyzje odbiorców. Treści obejmują także aspekty etyczne, prawne, transparentność, bezpieczeństwo cyfrowe oraz odpowiedzialność w komunikacji online.</p>	



Nazwa przedmiotu:	Managing Innovation in a Modern World		
Punkty ECTS:	Rok studiów:	Semestr:	Język wykładowy:
3	3	6	angielski
Forma zaliczenia przedmiotu:	Zaliczenie		
Forma zajęć	Liczba godzin	Forma prowadzenia zajęć	
Wykład typ 2	25	stacjonarna	
A. Skrócony opis przedmiotu			
Przedmiot przedstawia współczesne podejścia do zarządzania innowacjami w organizacjach. Obejmuje teorie innowacji, strategie, procesy tworzenia i wdrażania nowych rozwiązań, czynniki psychologiczne i organizacyjne oraz rolę liderów innowacji. Zajęcia rozwijają umiejętność analizowania trendów, projektowania strategii i oceny efektywności działań innowacyjnych.			
B. Wymagania wstępne			
Zna i rozumie podstawowe pojęcia z zakresu zarządzania, funkcjonowania organizacji i procesów decyzyjnych. Zna i rozumie podstawy analizy otoczenia biznesowego oraz potrafi korzystać z informacji dotyczących trendów i zmian technologicznych.			
C. Przedmiotowe efekty uczenia się			
Wiedza			
	Kod KEU		
Zna i rozumie metody analizy zjawisk i procesów organizacyjnych oraz potrafi interpretować dane dotyczące innowacji, zmian oraz rozwoju produktów, usług lub modeli biznesowych.	08D -1P_W12		
Zna i rozumie metody i narzędzia opisu struktur organizacyjnych, procesów pracy i funkcjonowania organizacji, w tym w kontekście wdrażania i zarządzania innowacjami.	08D -1P_W05		
Zna i rozumie rolę jednostki w organizacji oraz czynniki wpływające na jej funkcjonowanie, szczególnie w zakresie kreatywności, współpracy i zachowań wspierających innowacyjność.	08D -1P_W06		
Umiejętności			
	Kod KEU		
Potrafi proponować rozwiązania organizacyjne oraz projektować strategie z wykorzystaniem metod i technik wspierających innowację, kreatywność i rozwój organizacyjny.	08D -1P_U07		
Potrafi analizować dane, trendy i zjawiska związane z innowacjami oraz wyciągać wnioski dotyczące procesów organizacyjnych.	08D -1P_U03		
Potrafi identyfikować, analizować i strukturyzować problemy organizacyjne, formułować wyzwania innowacyjne oraz diagnozować obszary wymagające zmian lub usprawnienia.	08D -1P_U06		

Kompetencje społeczne	
	Kod KEU
Jest gotów do działania etycznego i brania odpowiedzialności za decyzje oraz inicjatywy w obszarze innowacji, a także myślenia przedsiębiorczo i współpracowania w zespole.	08D -1P_K02
D. Ogólne treści programowe	
Treści programowe obejmują kluczowe zagadnienia zarządzania innowacjami: definicje i typy innowacji, teorie i modele ich powstawania, strategie innowacyjne, proces generowania i wdrażania pomysłów oraz czynniki organizacyjne i behawioralne wpływające na zdolność do innowacji. Kurs uwzględni narzędzia analizy strategicznej, metody generowania pomysłów, zarządzanie projektami innowacyjnymi, ocenę efektywności działań oraz etyczne aspekty współpracy i negocjacji w procesach innowacyjnych.	

Nazwa przedmiotu:				Social Media Ads and Analytics			
Punkty ECTS:		Rok studiów:		Semestr:		Język wykładowy:	
3		3		6		angielski	
Forma zaliczenia przedmiotu:				Zaliczenie			
Forma zajęć				Liczba godzin		Forma prowadzenia zajęć	
Wykład typ 2				25		stacjonarna	
A. Skrócony opis przedmiotu							
Przedmiot umożliwi studentom poznać zasady analityki mediów społecznościowych, rodzajów reklam na różnych platformach oraz czynników kluczowych dla ich widoczności i generowania pozytywnych reakcji. Na zajęciach zostaną zaprezentowane także najlepsze praktyki prowadzące do efektywnych konwersji. Program obejmuje omówienie aktualnych narzędzi służących do analizy aktywności online oraz sposobów na stałe poprawianie osiągniętych wyników.							
B. Wymagania wstępne							
Zna i rozumie podstawowe pojęcia z zakresu marketingu cyfrowego oraz ogólną strukturę i funkcjonalności popularnych platform social media.							
C. Przedmiotowe efekty uczenia się							
Wiedza							
						Kod KEU	
Zna i rozumie procesy zmian w środowisku mediów społecznościowych oraz ich wpływ na planowanie i optymalizację kampanii reklamowych, uwzględniając czynniki determinujące reakcje użytkowników i skuteczność przekazu.						08D -1P_W08	

Zna i rozumie prawne i etyczne wymogi związane z projektowaniem, targetowaniem i analizą reklam w mediach społecznościowych, w tym zasady ochrony danych, prywatności oraz odpowiedzialnego wykorzystania treści.	08D - 1P_W10
Zna i rozumie metody analizy statystyk i danych reklamowych w mediach społecznościowych oraz potrafi interpretować wskaźniki dotyczące zachowań użytkowników, efektywności kampanii i konwersji.	08D -1P_W12
Umiejętności	
	Kod KEU
Potrafi stosować techniki organizacyjne i zasady zarządzania kampaniami reklamowymi w mediach społecznościowych, uwzględniając założenia strategii marketingowej oraz planowane rezultaty działań analitycznych.	08D -1P_U05
Potrafi analizować problemy związane z efektywnością kampanii reklamowych w mediach społecznościowych oraz proponować metody ich optymalizacji z wykorzystaniem nowoczesnych narzędzi i podejść kreatywnych, w tym koncepcji Design Thinking.	08D -1P_U07
Potrafi wykorzystywać umiejętności analityczne do interpretacji danych pochodzących z platform społecznościowych i narzędzi monitoringu, przekładając wyniki na decyzje dotyczące targetowania, budżetowania i formatów reklamowych.	08D -1P_U08
Kompetencje społeczne	
	Kod KEU
Jest gotów do wykorzystywania obserwowanych trendów rynkowych do projektowania i wdrażania innowacyjnych kampanii reklamowych w mediach społecznościowych, uwzględniając ich zmienność oraz potencjał rozwojowy.	08D -1P_K02
D. Ogólne treści programowe	
Treści programowe koncentrują się na kompleksowym planowaniu, zarządzaniu i analizie płatnych kampanii reklamowych w mediach społecznościowych. Obejmują one aktualne trendy i statystyki dotyczące platform oraz zachowań odbiorców. Studenci poznają zasady wyboru i precyzyjnego targetowania grup docelowych oraz tworzenia angażujących formatów reklamowych z uwzględnieniem specyfiki poszczególnych sieci. Kluczowe zagadnienia to ustalanie i optymalizacja budżetów reklamowych, zarządzanie harmonogramami, strategie remarketingowe oraz wykorzystanie zaawansowanych narzędzi analitycznych (w tym monitoring i szczegółowa analiza danych wewnętrznych platform) do mierzenia efektywności i ciągłego doskonalenia wyników konwersji.	

Nazwa przedmiotu:	Przedmiot zewnętrzny		
Punkty ECTS:	Rok studiów:	Semestr:	Język wykładowy:
3	3	5	polski
Forma zaliczenia przedmiotu:	Zaliczenie		

Forma zajęć	Liczba godzin	Forma prowadzenia zajęć
Wykład typ 2	25	stacjonarna
A. Skrócony opis przedmiotu		
<p>Przedmiot do wyboru daje studentom możliwość rozwijania wiedzy w obszarach, które odpowiadają ich indywidualnym zainteresowaniom. Tematyka zajęć obejmuje wybrane zagadnienia z zakresu dyscypliny zarządzania i jakości, prezentowane z perspektywy uzupełniającej program studiów. Celem wykładu jest umożliwienie studentom świadomego poszerzenia kompetencji poprzez kontakt z tematami, które odzwierciedlają aktualne wyzwania organizacyjne lub nowe kierunki rozwoju w zarządzaniu. Zajęcia pozwalają zapoznać się z dodatkowymi kontekstami i praktycznymi problemami wybranego obszaru.</p>		
B. Wymagania wstępne		
Zaawansowana wiedza z zakresu nauki o zarządzaniu i jakości.		
C. Przedmiotowe efekty uczenia się		
Wiedza		
		Kod KEU
Zna i rozumie w zaawansowanym stopniu wybrane zagadnienia z obszaru nauk o zarządzaniu i jakości.		08D-1P_W02, 08D -1P_W07, 08D -1P_W12
Zna i rozumie podstawowe mechanizmy oraz czynniki z obszaru nauk o zarządzaniu wpływające na funkcjonowanie zagadnień omawianych w ramach wykładu.		08D -1P_W03, 08D -1P_W05, 08D -1P_W08
Umiejętności		
		Kod KEU
Potrafi samodzielnie analizować materiały, studia przypadków lub dane związane z tematyką wykładu oraz wyciągać wnioski adekwatne do poziomu kształcenia I stopnia studiów.		08D -1P_U03, 08D -1P_U06, 08D -1P_U07
Kompetencje społeczne		
		Kod KEU
-		-
D. Ogólne treści programowe		
Z uwagi na zróżnicowany charakter propozycji przedmiotów zewnętrznych, treści kształcenia zawarto w szczegółowych informacjach dotyczących przedmiotów.		

Nazwa przedmiotu:	Wykład oryginalny		
Punkty ECTS:	Rok studiów:	Semestr:	Język wykładowy:
3	3	6	polski
Forma zaliczenia przedmiotu:	Zaliczenie		
Forma zajęć	Liczba godzin	Forma prowadzenia zajęć	
Wykład typ 2	25	stacjonarna	
A. Skrócony opis przedmiotu			
Wykład oryginalny stanowi uzupełnienie programu studiów pierwszego stopnia. Jego celem jest przedstawienie wybranych zagadnień, koncepcji lub problemów oraz poszerzenie perspektywy, by lepiej rozumieć złożoność współczesnych zjawisk gospodarczych.			
B. Wymagania wstępne			
Zaawansowana wiedza z zakresu nauki o zarządzaniu i jakości.			
C. Przedmiotowe efekty uczenia się			
Wiedza			
	Kod KEU		
Zna i rozumie w zaawansowanym stopniu specyfikę nauk społecznych, ze szczególnym uwzględnieniem nauk o zarządzaniu i jakości.	08D-1P_W01, 08D-1P_W02, 08D -1P_W07		
Zna i rozumie w zaawansowanym stopniu elementy makrootoczenia, otoczenia konkurencyjnego, metody zarządzania relacjami wewnątrz organizacji oraz pomiędzy organizacją a jej otoczeniem.	08D -1P_W03, 08D -1P_W08		
Umiejętności			
	Kod KEU		
Potrafi zastosować podstawową wiedzę teoretyczną z zakresu nauk o zarządzaniu i jakości do identyfikowania, formułowania i rozwiązywania problemów organizacyjnych.	08D -1P_U02, 08D -1P_U06		
Kompetencje społeczne			
	Kod KEU		
-	-		
D. Ogólne treści programowe			
Z uwagi na zróżnicowany charakter propozycji wykładów oryginalnych, treści kształcenia zawarto w szczegółowych informacjach dotyczących przedmiotów.			

Nazwa przedmiotu:	Advanced Professional Growth: Mentoring and Psychology in Action		
Punkty ECTS:	Rok studiów:	Semestr:	Język wykładowy:
6	3	5/6	angielski
Forma zaliczenia przedmiotu:	Zaliczenie		
Forma zajęć		Liczba godzin	Forma prowadzenia zajęć
Ćwiczenia audytoryjne		25	stacjonarna
Wykład typ 2		25	stacjonarna
A. Skrócony opis przedmiotu			
Celem przedmiotu jest rozwinięcie kompetencji w strategicznym planowaniu kariery z wykorzystaniem narzędzi mentoringowych i psychologicznych. Studenci poznają teorię i praktykę mentoringu oraz jego różnice względem innych form wsparcia. Program obejmuje psychologiczne mechanizmy sukcesu, inteligencję emocjonalną, skuteczną komunikację i budowanie relacji profesjonalnych. Istotnym elementem jest zarządzanie dobrostanem i równowagą praca-życie.			
B. Wymagania wstępne			
Zna i rozumie podstawowe zasady funkcjonowania środowiska zawodowego. Jest otwarty na refleksję osobistą, przyjmowanie feedbacku oraz gotów do aktywnego uczestnictwa w warsztatach.			
C. Przedmiotowe efekty uczenia się			
Wiedza			
			Kod KEU
Zna i rozumie psychologiczne prawidłowości rządzące zachowaniami ludzi w środowisku zawodowym oraz metody budowania więzi społecznych			08D -1P_W04
Zna i rozumie zasady planowania strategii rozwoju kariery oraz rolę człowieka w kreowaniu własnej ścieżki zawodowej			08D -1P_W06
Zna i rozumie etyczne standardy w praktyce mentoringowej oraz zasady odpowiedzialnego funkcjonowania w relacjach zawodowych			08D - 1P_W10
Umiejętności			
			Kod KEU
Potrafi wykorzystać techniki mentoringowe i psychologiczne do wspierania rozwoju zawodowego własnego i innych osób			08D -1P_U05
Potrafi skutecznie komunikować się w relacjach profesjonalnych, prowadzić trudne rozmowy oraz budować sieci kontaktów zawodowych			08D -1P_U10

Potrafi aktywnie zarządzać planowaniem własnej kariery oraz współpracować w zespole, konstruktywnie podchodząc do rozwiązywania problemów	08D -1P_U12
Kompetencje społeczne	
	Kod KEU
Jest gotów do przedsiębiorczego podejścia w zarządzaniu własną karierą zawodową oraz dostosowywania strategii rozwoju do zmieniających się warunków rynku pracy	08D -1P_K02
D. Ogólne treści programowe	
<p>Przedmiot łączy strategię rozwoju zawodowego z narzędziami mentoringowymi i psychologicznymi. Program obejmuje fundamenty planowania kariery w kontekście współczesnego rynku pracy oraz adaptacyjne modele rozwoju. Studenci poznają teorię i praktykę mentoringu, różne jego rodzaje, modele strukturyzacji relacji rozwojowych oraz różnice między mentoringiem a innymi metodami wsparcia. Istotnym elementem są psychologiczne mechanizmy sukcesu zawodowego: teorie motywacji, inteligencja emocjonalna, <i>resilience</i>. Przedmiot rozwija umiejętności komunikacji interpersonalnej, asertywności, prowadzenia trudnych rozmów oraz budowania sieci kontaktów. Znacząca część dotyczy dobrostanu i równowagi praca-życie: profilaktyka wypalenia, zarządzanie energią, wyznaczanie granic, <i>mindfulness</i>.</p>	

Nazwa przedmiotu:			
Negotiation and Conflict Resolution			
Punkty ECTS:			
Rok studiów:		Semestr:	
Język wykładowy:			
6	3	5/6	angielski
Forma zaliczenia przedmiotu:			
Zaliczenie			
Forma zajęć		Liczba godzin	Forma prowadzenia zajęć
Ćwiczenia audytoryjne		25	stacjonarna
Wykład typ 2		25	zdalna
A. Skrócony opis przedmiotu			
<p>Celem kursu jest doskonalenie kompetencji w zakresie komunikacji biznesowej, negocjacji, rozwiązywania konfliktów oraz analizy i kontroli emocji. Prezentowane treści koncentrują się na negocjacjach, stanowiących bazę dla rozwoju tych umiejętności u marketera. Negocjacje są omawiane wieloaspektowo: jako kompetencja menedżerska, narzędzie do budowania kreatywnego dialogu z partnerami oraz instrument wymiany lub dystrybucji wartości.</p>			
B. Wymagania wstępne			
<p>Zna i rozumie podstawowe zasady komunikacji interpersonalnej oraz rolę dialogu i współpracy w środowisku biznesowym i społecznym.</p>			
C. Przedmiotowe efekty uczenia się			

Wiedza			
	Kod KEU		
Zna i rozumie rolę więzi społecznych w procesie negocjacji oraz potrafi rozpoznawać mechanizmy ich funkcjonowania jako podstawę budowania efektywnej komunikacji i zaufania między partnerami negocjacyjnymi.	08D -1P_W04		
Zna i rozumie w zaawansowanym stopniu znaczenie człowieka jako kluczowego podmiotu w negocjacjach oraz zasady jego funkcjonowania, zachowań i motywacji w sytuacjach konfliktu i współpracy.	08D -1P_W06		
Zna i rozumie normy, reguły i standardy obowiązujące w procesach negocjacyjnych, ze szczególnym uwzględnieniem zasad etycznych, profesjonalnych i innowacyjnych podejść do rozwiązywania konfliktów w środowisku biznesowym.	08D -1P_W07		
Umiejętności			
	Kod KEU		
Potrafi dostrzegać, analizować i interpretować zjawiska społeczne oraz komunikacyjne, które wpływają na przebieg negocjacji i powstawanie konfliktów, również w środowisku cyfrowym.	08D -1P_U01		
Potrafi rozwijać swoje kompetencje negocjacyjne i umiejętności rozwiązywania konfliktów w duchu uczenia się przez całe życie oraz inspirować innych do doskonalenia tych zdolności.	08D -1P_U09		
Potrafi aktywnie współdziałać i negocjować w zespole, zarówno online, jak i offline, przyjmując różne role, adaptując styl komunikacji oraz okazując tolerancję wobec odmiennych perspektyw i postaw.	08D -1P_U12		
Kompetencje społeczne			
	Kod KEU		
Jest gotów do dostrzegania roli specjalistycznej wiedzy w procesie negocjacji i rozwiązywania konfliktów oraz gdy sytuacja tego wymaga, jak również korzystania z opinii ekspertów.	08D -1P_K05		
D. Ogólne treści programowe			
Treści programowe obejmują teorię i praktykę negocjacji jako kluczowej kompetencji menedżerskiej. Studenci poznają techniki komunikacji biznesowej, zasady analizy i kontroli emocji oraz strategie tworzenia kreatywnego dialogu z partnerami. Omówione zostaną wieloaspektowe podejścia do negocjacji. Kluczowym elementem jest identyfikacja przyczyn konfliktów oraz metody ich rozwiązywania i zarządzania nimi. Program jest ilustrowany praktycznymi przykładami, strategiami i regułami komunikacji.			

Nazwa przedmiotu:	Neuromarketing		
Punkty ECTS:	Rok studiów:	Semestr:	Język wykładowy:
6	3	5/6	angielski

Forma zaliczenia przedmiotu:	Zaliczenie	
Forma zajęć	Liczba godzin	Forma prowadzenia zajęć
Ćwiczenia audytoryjne	25	stacjonarna
Wykład typ 2	25	zdalna
A. Skrócony opis przedmiotu		
Celem przedmiotu jest wprowadzenie w zagadnienia neuromarketingu w powiązaniu z marketingiem sensorycznym, koncentrując się na mechanizmach poznawczych i emocjonalnych wpływających na zachowania konsumentów. Obejmuje analizę reakcji odbiorców na bodźce marketingowe, interpretację danych z badań neuromarketingowych oraz wykorzystanie wiedzy o percepcji i emocjach w projektowaniu skutecznych działań rynkowych.		
B. Wymagania wstępne		
Zna i rozumie podstawowe zasady marketingu.		
C. Przedmiotowe efekty uczenia się		
Wiedza		
		Kod KEU
Zna i rozumie w zaawansowanym stopniu zagadnienia z zakresu neuromarketingu w ramach nauk społecznych, w tym szczególnie procesy poznawcze i emocjonalne wpływające na decyzje konsumenckie.		08D -1P_W01
Zna i rozumie poglądy na temat rozwoju koncepcji neuromarketingu, jego historycznego kształtowania się oraz kierunków, w których zmierzają współczesne badania nad zachowaniami konsumentów.		08D -1P_W09
Zna i rozumie metody i techniki pomiaru reakcji konsumentów charakterystyczne dla neuromarketingu, potrafi powiązać je z identyfikacją problemów marketingowych, w tym również z obszaru zarządzania sytuacjami kryzysowymi w mediach społecznościowych.		08D -1P_W14
Umiejętności		
		Kod KEU
Potrafi przewidywać skutki procesów i zjawisk dotyczących zachowań konsumentów oraz działań marketingowych, wykorzystując metody i narzędzia neuromarketingowe, a także uwzględniając możliwości zautomatyzowanych systemów marketing automation.		08D -1P_U04
Potrafi wykorzystać wiedzę z zakresu neuromarketingu w analizie i praktycznym funkcjonowaniu organizacji biznesowej, zwłaszcza w identyfikowaniu i strukturyzacji problemów marketingowych i komunikacyjnych, także w warunkach gospodarki cyfrowej.		08D -1P_U06
Potrafi przeanalizować możliwe rozwiązania problemów dotyczących zachowań konsumentów i efektywności działań marketingowych, a następnie proponuje metody i techniki wdrażania tych rozwiązań z wykorzystaniem narzędzi neuromarketingowych oraz zasad koncepcji Design Thinking		08D -1P_U07

Kompetencje społeczne	
	Kod KEU
Jest gotów do myślenia w sposób przedsiębiorczy, interpretując i wykorzystując obserwowane trendy rynkowe oraz wiedzę o mechanizmach poznawczych i emocjonalnych konsumentów wynikających z neuromarketingu.	08D -1P_K02
D. Ogólne treści programowe	
<p>Treści programowe obejmują istotę i rozwój neuromarketingu. Neurobiologiczne podstawy zachowań konsumentów: procesy poznawcze, emocje, percepcja. Marketing sensoryczny i rola bodźców wzrokowych, słuchowych, dotykowych, zapachowych i smakowych w decyzjach zakupowych. Metody badań neuromarketingowych: EEG, eye-tracking, GSR, analiza zachowań online. Interpretacja reakcji konsumentów i ich zastosowanie w projektowaniu działań marketingowych. Trendy i etyka neuromarketingu oraz marketingu sensorycznego.</p>	