

KATALOG PRZEDMIOTÓW

Kierunek:	Zarządzanie
Forma:	niestacjonarne interaktywne
Rodzaj:	licencjackie
Język:	polski
Specjalność:	specjalista ds. reklamy internetowej
Jednostka organizacyjna:	Wyższa Szkoła Biznesu - National-Louis University
Czas trwania:	6 Semestrów
Liczba ECTS w programie:	181
Liczba godzin:	1800 (wykład: 429, ćwiczenia: 285, inne: 1086)



EKONOMIA MENEDŻERSKA	4
PODSTAWY FINANSÓW	5
PODSTAWY ORGANIZACJI	6
POZYSKIWANIE INFORMACJI I OCHRONA WŁASNOŚCI INTELEKTUALNEJ	7
STATYSTYKA	9
WPROWADZENIE DO STUDIÓW	10
NARZĘDZIA INFORMATYKI	11
PODSTAWY EKONOMII	12
PODSTAWY ZARZĄDZANIA	13
WPROWADZENIE DO PSYCHOLOGII	14
WSTĘP DO MATEMATYKI WYŻSZEJ	15
INTERMEDIATE ENGLISH /1	16
INTERMEDIATE ARABIC /1	17
INTERMEDIATE FRENCH /1	18
INTERMEDIATE GERMAN /1	19
INTERMEDIATE RUSSIAN /1	20
INTERMEDIATE SLOVAK /1	21
INTERMEDIATE HUNGARIAN /1	22
ZARZĄDZANIE JAKOŚCIĄ	23
ZARZĄDZANIE PROJEKTAMI	24
ZARZĄDZANIE ZASOBAMI LUDZKIMI	25
INTERMEDIATE ENGLISH /2	26
INTERMEDIATE ARABIC /2	27
INTERMEDIATE FRENCH /2	28
INTERMEDIATE GERMAN /2	29
INTERMEDIATE RUSSIAN /2	30
INTERMEDIATE SLOVAK /2	31
INTERMEDIATE HUNGARIAN /2	32
MARKETING CYFROWY	33
ZARZĄDZANIE DYSTRYBUCJĄ I SPRZEDAŻĄ	35
KOMUNIKACJA INTERPERSONALNA	36
MYŚLENIE KRYTYCZNE I KREATYWNE	37
PODSTAWY MARKETINGU	38
PODSTAWY PRAWA	39
RACHUNKOWOŚĆ FINANSOWA	40
ZASTOSOWANIE ARKUSZY KALKULACYJNYCH	41



WYŻSZA SZKOŁA BIZNESU
NATIONAL-LOUIS UNIVERSITY

Wyższa Szkoła Biznesu - National Louis University
z siedzibą w Nowym Sączu
ul. Zielona 27
33-300 Nowy Sącz, Małopolska
tel.: +18 44 99 100
e-mail: biuro@wsb-nlu.edu.pl

PRAKTYKA	42
BADANIA MARKETINGOWE	43
PROJEKT LICENCJACKI	44
SYSTEMY INFORMATYCZNE	52
ZACHOWANIA ORGANIZACYJNE	53
GRAFIKA KOMPUTEROWA	54
MEDIA SPOŁECZNOŚCIOWE	55



Ekonomia menedżerska

Kod: ECO_1_001.100

ECTS: 6

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

Forma zaliczenia przedmiotu: Z/E

Opis przedmiotu:

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

Treści programowe:

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



Podstawy finansów

Kod: FIN_1_006.100

ECTS: 6

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

Forma zaliczenia przedmiotu: Z/E

Opis przedmiotu:

Podstawy finansów przedsiębiorstw to podstawowy kurs każdego studium biznesowego lub ekonomicznego i powinien być warunkiem wstępnym każdego innego kursu finansowego. Dwie główne części kursu dotyczą kluczowej koncepcji wartości pieniądza w czasie i podstawowych sprawozdań finansowych. Pierwsza część zapewnia studentom narzędzia do obliczania przyszłości i bieżącej wartości przepływów pieniężnych lub strumieni przepływów pieniężnych, które pozwalają na porównanie przepływów pieniężnych generowanych przez różne propozycje inwestycyjne w różnych okresach. W drugiej części dokonano przeglądu podstawowych sprawozdań finansowych i oceny wyników finansowych przy użyciu wskaźników finansowych. Celem tego kursu jest zaoferowanie zagadnień z podstaw finansów, w tym wzorów matematycznych, a także narzędzi analizy finansowej, które są niezbędne do studiowania każdego innego kursu finansowego. Dlatego ważne jest, aby uzyskać pełną biegłość we wszystkich podstawowych koncepcjach. Kurs zapewnia studentom teorię i praktykę, ponieważ połączenie ich gwarantuje głębokie zrozumienie materiału.

Treści programowe:

1. Wartość pieniądza w czasie (kapitalizacja prosta, złożona i ciągła, renta wieczysta i okresowa).
2. Ocena opłacalności projektów inwestycyjnych (NPV, IRR).
3. Kredyt bankowy i kredyt kupiecki.
4. Sprawozdania finansowe.
5. Wskaźniki finansowe (rentowności, płynności, efektywności, zadłużenia).



Podstawy organizacji

Kod: BUS_1_011.100

ECTS: 6

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

Forma zaliczenia przedmiotu: E

Opis przedmiotu:

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

Treści programowe:

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



Pozyskiwanie informacji i ochrona własności intelektualnej

Kod: GEN_1_021.100

ECTS: 3

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

Forma zaliczenia przedmiotu: Z/E

Opis przedmiotu:

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

Treści programowe:

I. Część teoretyczna:

1. Prawo własności intelektualnej i jego miejsce w systemie prawnym.
2. Geneza i źródła prawa autorskiego w Polsce.
3. Zakres podmiotowy prawa autorskiego.
4. Zakres przedmiotowy prawa autorskiego.
5. Autorskie prawa majątkowe.
6. Ograniczenia autorskich praw majątkowych.
7. Autorskie prawa osobiste.
8. Plagiat - pojęcie i istota plagiatu, odpowiedzialność cywilna i karna z tytułu popełnienia plagiatu.
9. Rodzaje odpowiedzialności z tytułu naruszenia autorskich praw osobistych i majątkowych.
10. Prawa pokrewne - pojęcie i charakter oraz rodzaje praw pokrewnych.
11. Ochrona własności przemysłowej - ogólna charakterystyka. Struktura i zadania Urzędu Patentowego.
12. Prawo patentowe - pojęcie wynalazku oraz jego kategorie, przesłanki zdolności patentowej.
13. Prawo znaków towarowych - pojęcie, funkcje i rodzaje znaków towarowych oraz procedura rejestracji znaku towarowego w Polsce.
14. Prawo wzorów przemysłowych - pojęcie oraz przesłanki zdolności rejestrowej wzoru przemysłowego, procedura rejestracji wzoru przemysłowego w Polsce.
15. Ochrona baz danych - pojęcie bazy danych, podmiot i treść prawa sui generis do baz danych, czas ochrony bazy danych, ochrona baz danych w ustawie o prawie autorskim i prawach pokrewnych.

II. Część praktyczna:

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

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

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

2. Imperium Google'a.

- Zwiększenie efektywności wyszukiwania informacji.
- Wyszukiwarki i multiwyszukiwarki zasobów naukowych.
- 3. Bazy naukowe/wielod dziedzinowe dostępne w WSB-NLU.
 - Bazy na licencji krajowej: Elsevier, Springer, Science, Nature, ISI Web of Science.
 - Bazy prenumerowane przez bibliotekę WSB-NLU.

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

- narzędzia uniwersalne i specjalistyczne, strategie wyszukiwawcze (SearchEdu.com, Google Scholar,



WYŻSZA SZKOŁA BIZNESU
NATIONAL-LOUIS UNIVERSITY

Wyższa Szkoła Biznesu - National Louis University
z siedzibą w Nowym Sączu
ul. Zielona 27
33-300 Nowy Sącz, Małopolska
tel.: +18 44 99 100
e-mail: biuro@wsb-nlu.edu.pl

BASE, CEON i in.).

- Informacja specjalistyczna i biznesowa (bazy dziedzinowe, informacja organizacji pozarządowych i in.)
- Subject Gateway- zasoby o kontrolowanej jakości,
- Open Access – przykłady (DOJA- Directory of Open Access Journal, Open DOAR, Repozytoria dziedzinowe i instytucjonalne).



Statystyka

Kod: MAT_1_007.100

ECTS: 6

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

Forma zaliczenia przedmiotu: Z/E

Opis przedmiotu:

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

Treści programowe:

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



Wprowadzenie do studiów

Kod: GEN_1_023.100

ECTS: 1

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

Forma zaliczenia przedmiotu: Z

Opis przedmiotu:

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

Treści programowe:

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



Narzędzia informatyki

Kod: ICT_1_007.100

ECTS: 3

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

Forma zaliczenia przedmiotu: Z/E

Opis przedmiotu:

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

Treści programowe:

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



Podstawy ekonomii

Kod: ECO_1_004.100

ECTS: 6

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

Forma zaliczenia przedmiotu: Z/E

Opis przedmiotu:

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

Treści programowe:

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



Podstawy zarządzania

Kod: BUS_1_012.100

ECTS: 6

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

Forma zaliczenia przedmiotu: Z/E

Opis przedmiotu:

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

Treści programowe:

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



Wprowadzenie do psychologii

Kod: PSY_1_022.100

ECTS: 6

Liczba godzin: 30 (wykład: 30)

Forma zaliczenia przedmiotu: E

Opis przedmiotu:

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

Treści programowe:

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



Wstęp do matematyki wyższej

Kod: MAT_1_009.100

ECTS: 6

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

Forma zaliczenia przedmiotu: Z/E

Opis przedmiotu:

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

Treści programowe:

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



Intermediate English /1

Code: GEN_1_003.100

ECTS: 3

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

Assignments type: Z/E/bp

Course description:

Student posługujący się językiem obcym na poziomie średniozaawansowanym: 1. Rozumie główne przesłanie prostych tekstów na znane sobie tematy, w tym dotyczących pracy, w czasach teraźniejszych i przeszłych. 2. Radzi sobie z większością sytuacji zachodzących podczas podróży w miejsca, w których używa się angielskiego. 3. Potrafi tworzyć proste i spójne teksty na tematy znane lub leżące we własnym obszarze zainteresowań. 4. Umie opisywać doświadczenia, wydarzenia, pragnienia i aspiracje i zwięźle przedstawić swoje opinie i plany.

Content:

1. Czasy teraźniejsze, słownictwo związane ze środowiskiem pracy.
2. Czasy przeszłe - relacjonowanie wydarzeń; dnia.
3. Wyrażanie przyszłości; opisywanie zamiarów, aspiracji, dążeń, planów.
4. Czasowniki modalne: prośby, groźby, obietnice.
5. Wyrażanie opinii.



Intermediate Arabic /1

Code: GEN_1_011.100

ECTS: 3

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

Assignments type: Z/E/bp

Course description:

Student posługujący się językiem obcym na poziomie średniozaawansowanym: 1. Rozumie główne przesłanie prostych tekstów na znane sobie tematy, w tym dotyczących pracy, w czasach teraźniejszych i przeszłych. 2. Radzi sobie z większością sytuacji zachodzących podczas podróży w miejsca, w których używa się angielskiego. 3. Potrafi tworzyć proste i spójne teksty na tematy znane lub leżące we własnym obszarze zainteresowań. 4. Umie opisywać doświadczenia, wydarzenia, pragnienia i aspiracje i zwięźle przedstawić swoje opinie i plany.

Content:

1. Czasy teraźniejsze, słownictwo związane ze środowiskiem pracy.
2. Czasy przeszłe - relacjonowanie wydarzeń; dnia.
3. Wyrażanie przyszłości; opisywanie zamiarów, aspiracji, dążeń, planów.
4. Czasowniki modalne: prośby, groźby, obietnice.
5. Wyrażanie opinii.



Intermediate French /1

Code: GEN_1_005.100

ECTS: 3

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

Assignments type: Z/E/bp

Course description:

Student posługujący się językiem obcym na poziomie średniozaawansowanym: 1. Rozumie główne przesłanie prostych tekstów na znane sobie tematy, w tym dotyczących pracy, w czasach teraźniejszych i przeszłych. 2. Radzi sobie z większością sytuacji zachodzących podczas podróży w miejsca, w których używa się angielskiego. 3. Potrafi tworzyć proste i spójne teksty na tematy znane lub leżące we własnym obszarze zainteresowań. 4. Umie opisywać doświadczenia, wydarzenia, pragnienia i aspiracje i zwięźle przedstawić swoje opinie i plany.

Content:

1. Czasy teraźniejsze, słownictwo związane ze środowiskiem pracy.
2. Czasy przeszłe - relacjonowanie wydarzeń; dnia.
3. Wyrażanie przyszłości; opisywanie zamiarów, aspiracji, dążeń, planów.
4. Czasowniki modalne: prośby, groźby, obietnice.
5. Wyrażanie opinii.



Intermediate German /1

Code: GEN_1_007.100

ECTS: 3

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

Assignments type: Z/E/bp

Course description:

Student posługujący się językiem obcym na poziomie średniozaawansowanym: 1. Rozumie główne przesłanie prostych tekstów na znane sobie tematy, w tym dotyczących pracy, w czasach teraźniejszych i przeszłych. 2. Radzi sobie z większością sytuacji zachodzących podczas podróży w miejsca, w których używa się angielskiego. 3. Potrafi tworzyć proste i spójne teksty na tematy znane lub leżące we własnym obszarze zainteresowań. 4. Umie opisywać doświadczenia, wydarzenia, pragnienia i aspiracje i zwięźle przedstawić swoje opinie i plany.

Content:

1. Czasy teraźniejsze, słownictwo związane ze środowiskiem pracy.
2. Czasy przeszłe - relacjonowanie wydarzeń; dnia.
3. Wyrażanie przyszłości; opisywanie zamiarów, aspiracji, dążeń, planów.
4. Czasowniki modalne: prośby, groźby, obietnice.
5. Wyrażanie opinii.



Intermediate Russian /1

Code: GEN_1_009.100

ECTS: 3

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

Assignments type: Z/E/bp

Course description:

Student posługujący się językiem obcym na poziomie średniozaawansowanym: 1. Rozumie główne przesłanie prostych tekstów na znane sobie tematy, w tym dotyczących pracy, w czasach teraźniejszych i przeszłych. 2. Radzi sobie z większością sytuacji zachodzących podczas podróży w miejsca, w których używa się angielskiego. 3. Potrafi tworzyć proste i spójne teksty na tematy znane lub leżące we własnym obszarze zainteresowań. 4. Umie opisywać doświadczenia, wydarzenia, pragnienia i aspiracje i zwięźle przedstawić swoje opinie i plany.

Content:

1. Czasy teraźniejsze, słownictwo związane ze środowiskiem pracy.
2. Czasy przeszłe - relacjonowanie wydarzeń; dnia.
3. Wyrażanie przyszłości; opisywanie zamiarów, aspiracji, dążeń, planów.
4. Czasowniki modalne: prośby, groźby, obietnice.
5. Wyrażanie opinii.



Intermediate Slovak /1

Code: GEN_1_060.100

ECTS: 3

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

Assignments type: Z/E/bp

Course description:

Student posługujący się językiem obcym na poziomie średniozaawansowanym: 1. Rozumie główne przesłanie prostych tekstów na znane sobie tematy, w tym dotyczących pracy, w czasach teraźniejszych i przeszłych. 2. Radzi sobie z większością sytuacji zachodzących podczas podróży w miejsca, w których używa się angielskiego. 3. Potrafi tworzyć proste i spójne teksty na tematy znane lub leżące we własnym obszarze zainteresowań. 4. Umie opisywać doświadczenia, wydarzenia, pragnienia i aspiracje i zwięźle przedstawić swoje opinie i plany.

Content:

1. Czasy teraźniejsze, słownictwo związane ze środowiskiem pracy.
2. Czasy przeszłe - relacjonowanie wydarzeń; dnia.
3. Wyrażanie przyszłości; opisywanie zamiarów, aspiracji, dążeń, planów.
4. Czasowniki modalne: prośby, groźby, obietnice.
5. Wyrażanie opinii.



WYŻSZA SZKOŁA BIZNESU
NATIONAL-LOUIS UNIVERSITY

Wyższa Szkoła Biznesu - National Louis University
z siedzibą w Nowym Sączu
ul. Zielona 27
33-300 Nowy Sącz, Małopolska
tel.: +18 44 99 100
e-mail: biuro@wsb-nlu.edu.pl

Intermediate Hungarian /1

Code: GEN_1_113.100

ECTS: 3

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

Assignments type: Z/E/bp

Course description: -

Content: -



Zarządzanie jakością

Kod: BUS_1_026.100

ECTS: 6

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

Forma zaliczenia przedmiotu: Z/E

Opis przedmiotu:

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

Treści programowe:

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



Zarządzanie projektami

Kod: BUS_1_020.100

ECTS: 6

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

Forma zaliczenia przedmiotu: Z/E

Opis przedmiotu:

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

Treści programowe:

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



Zarządzanie zasobami ludzkimi

Kod: BUS_1_025.100

ECTS: 6

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

Forma zaliczenia przedmiotu: E

Opis przedmiotu:

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

Treści programowe:

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



Intermediate English /2

Code: GEN_1_004.100

ECTS: 3

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

Assignments type: Z/E/bp

Course description:

Student posługujący się językiem obcym na poziomie średniozaawansowanym: 1. Rozumie główne przesłanie prostych tekstów na znane sobie tematy, w tym dotyczących pracy, w czasach teraźniejszych i przeszłych. 2. Radzi sobie z większością sytuacji zachodzących podczas podróży w miejsca, w których używa się angielskiego. 3. Potrafi tworzyć proste i spójne teksty na tematy znane lub leżące we własnym obszarze zainteresowań. 4. Umie opisywać doświadczenia, wydarzenia, pragnienia i aspiracje i zwięźle przedstawić swoje opinie i plany.

Content:

1. Czasy teraźniejsze, słownictwo związane ze środowiskiem pracy.
2. Czasy przeszłe - relacjonowanie wydarzeń; dnia.
3. Wyrażanie przyszłości; opisywanie zamiarów, aspiracji, dążeń, planów.
4. Czasowniki modalne: prośby, groźby, obietnice.
5. Wyrażanie opinii.



Intermediate Arabic /2

Code: GEN_1_012.100

ECTS: 3

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

Assignments type: Z/E/bp

Course description:

Student posługujący się językiem obcym na poziomie średniozaawansowanym: 1. Rozumie główne przesłanie prostych tekstów na znane sobie tematy, w tym dotyczących pracy, w czasach teraźniejszych i przeszłych. 2. Radzi sobie z większością sytuacji zachodzących podczas podróży w miejsca, w których używa się angielskiego. 3. Potrafi tworzyć proste i spójne teksty na tematy znane lub leżące we własnym obszarze zainteresowań. 4. Umie opisywać doświadczenia, wydarzenia, pragnienia i aspiracje i zwięźle przedstawić swoje opinie i plany.

Content:

1. Czasy teraźniejsze, słownictwo związane ze środowiskiem pracy.
2. Czasy przeszłe - relacjonowanie wydarzeń; dnia.
3. Wyrażanie przyszłości; opisywanie zamiarów, aspiracji, dążeń, planów.
4. Czasowniki modalne: prośby, groźby, obietnice.
5. Wyrażanie opinii.



Intermediate French /2

Code: GEN_1_006.100

ECTS: 3

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

Assignments type: Z/E/bp

Course description:

Student posługujący się językiem obcym na poziomie średniozaawansowanym: 1. Rozumie główne przesłanie prostych tekstów na znane sobie tematy, w tym dotyczących pracy, w czasach teraźniejszych i przeszłych. 2. Radzi sobie z większością sytuacji zachodzących podczas podróży w miejsca, w których używa się angielskiego. 3. Potrafi tworzyć proste i spójne teksty na tematy znane lub leżące we własnym obszarze zainteresowań. 4. Umie opisywać doświadczenia, wydarzenia, pragnienia i aspiracje i zwięźle przedstawić swoje opinie i plany.

Content:

1. Czasy teraźniejsze, słownictwo związane ze środowiskiem pracy.
2. Czasy przeszłe - relacjonowanie wydarzeń; dnia.
3. Wyrażanie przyszłości; opisywanie zamiarów, aspiracji, dążeń, planów.
4. Czasowniki modalne: prośby, groźby, obietnice.
5. Wyrażanie opinii.



Intermediate German /2

Code: GEN_1_008.100

ECTS: 3

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

Assignments type: Z/E/bp

Course description:

Student posługujący się językiem obcym na poziomie średniozaawansowanym: 1. Rozumie główne przesłanie prostych tekstów na znane sobie tematy, w tym dotyczących pracy, w czasach teraźniejszych i przeszłych. 2. Radzi sobie z większością sytuacji zachodzących podczas podróży w miejsca, w których używa się angielskiego. 3. Potrafi tworzyć proste i spójne teksty na tematy znane lub leżące we własnym obszarze zainteresowań. 4. Umie opisywać doświadczenia, wydarzenia, pragnienia i aspiracje i zwięźle przedstawić swoje opinie i plany.

Content:

1. Czasy teraźniejsze, słownictwo związane ze środowiskiem pracy.
2. Czasy przeszłe - relacjonowanie wydarzeń; dnia.
3. Wyrażanie przyszłości; opisywanie zamiarów, aspiracji, dążeń, planów.
4. Czasowniki modalne: prośby, groźby, obietnice.
5. Wyrażanie opinii.



Intermediate Russian /2

Code: GEN_1_010.100

ECTS: 3

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

Assignments type: Z/E/bp

Course description:

Student posługujący się językiem obcym na poziomie średniozaawansowanym: 1. Rozumie główne przesłanie prostych tekstów na znane sobie tematy, w tym dotyczących pracy, w czasach teraźniejszych i przeszłych. 2. Radzi sobie z większością sytuacji zachodzących podczas podróży w miejsca, w których używa się angielskiego. 3. Potrafi tworzyć proste i spójne teksty na tematy znane lub leżące we własnym obszarze zainteresowań. 4. Umie opisywać doświadczenia, wydarzenia, pragnienia i aspiracje i zwięźle przedstawić swoje opinie i plany.

Content:

1. Czasy teraźniejsze, słownictwo związane ze środowiskiem pracy.
2. Czasy przeszłe - relacjonowanie wydarzeń; dnia.
3. Wyrażanie przyszłości; opisywanie zamiarów, aspiracji, dążeń, planów.
4. Czasowniki modalne: prośby, groźby, obietnice.
5. Wyrażanie opinii.



Intermediate Slovak /2

Code: GEN_1_061.100

ECTS: 3

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

Assignments type: Z/E/bp

Course description:

Student posługujący się językiem obcym na poziomie średniozaawansowanym: 1. Rozumie główne przesłanie prostych tekstów na znane sobie tematy, w tym dotyczących pracy, w czasach teraźniejszych i przeszłych. 2. Radzi sobie z większością sytuacji zachodzących podczas podróży w miejsca, w których używa się angielskiego. 3. Potrafi tworzyć proste i spójne teksty na tematy znane lub leżące we własnym obszarze zainteresowań. 4. Umie opisywać doświadczenia, wydarzenia, pragnienia i aspiracje i zwięźle przedstawić swoje opinie i plany.

Content:

1. Czasy teraźniejsze, słownictwo związane ze środowiskiem pracy.
2. Czasy przeszłe - relacjonowanie wydarzeń; dnia.
3. Wyrażanie przyszłości; opisywanie zamiarów, aspiracji, dążeń, planów.
4. Czasowniki modalne: prośby, groźby, obietnice.
5. Wyrażanie opinii.



WYŻSZA SZKOŁA BIZNESU
NATIONAL-LOUIS UNIVERSITY

Wyższa Szkoła Biznesu - National Louis University
z siedzibą w Nowym Sączu
ul. Zielona 27
33-300 Nowy Sącz, Małopolska
tel.: +18 44 99 100
e-mail: biuro@wsb-nlu.edu.pl

Intermediate Hungarian /2

Code: GEN_1_114.100

ECTS: 3

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

Assignments type: Z/E/bp

Course description: -

Content: -

Marketing cyfrowy

Kod: ICT_1_023.100

ECTS: 6

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

Forma zaliczenia przedmiotu: Z/E

Opis przedmiotu:

Digital Marketing = Marketing cyfrowy to koncepcja polegająca na wykorzystaniu mediów cyfrowych w celu dotarcia do konsumentów. Wyróżnić można kanały komunikacji takie jak: poczta elektroniczna, media społecznościowe, treści (content marketing), optymalizacja dla wyszukiwarek internetowych (SEM). W czasach rozwoju nowoczesnych technologii informatycznych i wirtualnej rzeczywistości, coraz więcej firm decyduje się na promowanie swoich usług za pomocą internetu i mediów społecznościowych. W trakcie realizowania przedmiotu student, przede wszystkim rozwinię swoje umiejętności z metod wykorzystywania internetu w procesie marketingu. Nauczy się jak kształtować strategię firmy i reklamować jej usługi i produkty w środowisku internetu.

Treści programowe:

1. Rynek reklamy internetowej:
 - struktura rynku - znajomość segmentów rynku reklamy internetowej, ich wielkość, tendencja wzrostowa / spadkowa,
 - dane i liczby (udział rynku reklamy internetowej w strukturze wydatków mediowych, wielkość poszczególnych segmentów, trendy i tendencje),
 - czynniki wpływające na rozwój rynku reklamy internetowej.
2. Kanały komunikacji w Internecie – rodzaje i koncepcje klasyfikacji:
 - koncepcja podziału kanałów komunikacji na earned, owned i paid media,
 - umiejętność klasyfikacji kanałów w ramach tej koncepcji.
3. Podstawowe pojęcia: domena, URL, User Generated Content, Web 2.0.
4. Podstawowe modele zakupu i emisji reklamy w sieci:
 - znajomość i umiejętność interpretacji modeli emisji: RON, ROS, ROC;
 - znajomość i umiejętność interpretacji modeli zakupu: FF, CPM, CPC, CPL, CPD, CPS, eCPM;
 - istota i praktyczne zastosowanie wskaźników CTR i CR.
5. Podstawowe narzędzia i wskaźniki:
 - istota i praktyczne zastosowanie wskaźników wizyta i odsłona;
 - znajomość podstawowych możliwości, zastosowań i różnic pomiędzy narzędziami takimi jak: Brand24, Facebook Pixel, Google AdWords, Google Analytics, Google Keyword Tool, Google Trends, Google URL Builder, Senuto, PBI MegaPanel, PBI Pl@net, SoTrender, TGI.
6. Marketing offline vs online:
 - znajomość i rozumienie koncepcji multichannel i omnichannel,
 - znajomość podstawowych zależności i związków przyczynowo-skutkowych związanych z konsumpcją mediów online i offline.
7. Koncepcje i modele związane z SEO i PPC:
 - znajomość podstawowych koncepcji związanych z SEM, takich jak longtail,
 - umiejętność umiejscowienia obszaru SEO wśród innych dyscyplin marketingu w Internecie (w tym w strukturze rynku).
8. SEM / SEO / PPC.
9. Wyniki wyszukiwania i pozycjonowanie w wyszukiwarce:
 - znajomość największych wyszukiwarek w Polsce i na świecie,
 - mechanika działania wyszukiwarki,
 - znajomość wyszukiwarki Google - indeksacja, możliwości, filtrowanie wyników.
10. Analityka: umiejętność analizy raportów SEO i interpretacji podstawowych wskaźników.
11. Definiowanie słów kluczowych:
 - wybór słów kluczowych i ich dopasowanie (w tym wykluczające słowa kluczowe),
 - Google Keyword Tool.
12. Pomiar skuteczności i KPI:



- znajomość mechanizmów optymalizacji reklamy AdWords i interpretacji danych liczbowych z panelu AdWords;
 - interpretacja danych liczbowych, w tym umiejętność dokonywania prostych przeliczeń - np. "Koszt kampanii to X, ilość wygenerowanych klików to Y. Oblicz CPC".
13. Współpraca z agencją - podstawowe zagadnienia:
- znajomość podstawowych procesów związanych z reklamą internetową, takich jak: planowanie mediów, tworzenie strony internetowej, zakup domeny,
 - umiejętność interpretacji i znajomość elementów briefu agencyjnego i mediowego,
 - znajomość podstawowych pojęć i zagadnień związanych z kreacją w Internecie (przykładowo: piksel, RGB, rozmiar pliku),
 - znajomość podstawowych pojęć i zagadnień technicznych (przykładowo: CSS, HTML, IP),
 - znajomość podstawowych rodzajów i rozszerzeń plików wykorzystywanych w marketingu internetowym (np. SWF).



Zarządzanie dystrybucją i sprzedażą

Kod: MKT_1_006.100

ECTS: 6

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

Forma zaliczenia przedmiotu: Z/E

Opis przedmiotu:

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

Treści programowe:

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



Komunikacja interpersonalna

Kod: GEN_1_018.100

ECTS: 3

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

Forma zaliczenia przedmiotu: Z/E

Opis przedmiotu:

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

Treści programowe:

1. Pojęcie komunikacji interpersonalnej: podstawowe składowe procesy komunikacji, cechy tego procesu, typy i formy komunikacji.
2. Komunikacja interpersonalna a przemiany kulturowe i cywilizacyjne współczesnego świata. Konsekwencje dla porozumiewania się w przestrzeni relacji międzyludzkich.
3. Funkcje komunikacji. Funkcja impresywna i jej wartość w osiągnięciu efektu komunikacyjnego. Reguły i techniki wpływanie na innych, wykorzystywane w przestrzeni komunikacji. Charakterystyka wybranych technik manipulacyjnych, perswazyjnych, erystycznych i retorycznych. Techniki zachowań asertywnych.
4. Komunikacja werbalna. Środki językowe a sprawność i skuteczność komunikowania. Dobór środków ze względu na partnera komunikacji. Emocjonalizacja i aksjologizacja zachowań językowych w procesie komunikacji.
5. Komunikacja niewerbalna. Charakterystyka gestów komunikacyjnych. Poza słowami – rola ciała w uzyskaniu efektu komunikacyjnego.
6. Bariery w procesie komunikowania się i sposoby ich pokonywania. Czynniki utrudniające proces komunikowania się. Mowa ciała w przełamywaniu barier komunikacyjnych.
7. Etyka w komunikacji. Zasady savoir-vivre regulujące poprawną komunikację.
8. Egzemplifikacja zachowań komunikacyjnych: diagnozowanie sytuacji, analiza, ocena, pod kątem efektywnego porozumiewania się, np. analiza zachowania komunikacyjnego osób publicznych; negocjacje; własny udział w przestrzeni dyskursu prywatnego i publicznego; komunikacja w przestrzeni komercyjnej.
9. Komunikacja w Internecie. Profesjonalne tworzenie tekstów dla Internetu.
10. Poprawne formy komunikacji interpersonalnej; co powinno ułatwić pełnienie ról zawodowych oraz prawidłowe funkcjonowanie społeczne – podsumowanie.



Myślenie krytyczne i kreatywne

Kod: GEN_1_019.100

ECTS: 3

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

Forma zaliczenia przedmiotu: Z/E

Opis przedmiotu:

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

Treści programowe:

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



Podstawy marketingu

Kod: MKT_1_004.100

ECTS: 6

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

Forma zaliczenia przedmiotu: Z/E

Opis przedmiotu:

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

Treści programowe:

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



Podstawy prawa

Kod: GEN_1_020.100

ECTS: 6

Liczba godzin: 30 (wykład: 30)

Forma zaliczenia przedmiotu: E

Opis przedmiotu:

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

Treści programowe:

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



Rachunkowość finansowa

Kod: ACC_1_001.100

ECTS: 6

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

Forma zaliczenia przedmiotu: Z/E

Opis przedmiotu:

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

Treści programowe:

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



Zastosowanie arkuszy kalkulacyjnych

Kod: ICT_1_017.100

ECTS: 6

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

Forma zaliczenia przedmiotu: Z/E

Opis przedmiotu:

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

Treści programowe:

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



Praktyka

Kod: GEN_1_032.100

ECTS: 20

Liczba godzin: 900 (projekt: 900)

Forma zaliczenia przedmiotu: Z

Opis przedmiotu:

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

Treści programowe:

1. Studenckie praktyki zawodowe mają na celu:
 - a) praktyczne przygotowanie do wykonywania zawodu, w tym umiejętności wykorzystania zdobytej wiedzy w pracy zawodowej,
 - b) kształtowanie umiejętności niezbędnych w przyszłej pracy zawodowej, w tym m.in. umiejętności: analitycznych, organizacyjnych, pracy w zespole, nawiązywania kontaktów, prowadzenia negocjacji, a także przygotowanie studenta do samodzielności i odpowiedzialności za powierzone mu zadania,
 - c) zapoznanie studentów ze specyfiką środowiska zawodowego, zasadami funkcjonowania podmiotów gospodarczych, społecznych, organów administracji rządowej, samorządu terytorialnego i innych jednostek organizacyjnych w życiu gospodarczo – społecznym, pogłębienie wiedzy o poszczególnych branżach gospodarki,
 - d) zapoznanie się z techniką prowadzenia dokumentacji na poszczególnych stanowiskach pracy,
 - e) poznanie zasad organizacji pracy, struktur organizacyjnych, podziału kompetencji,
 - f) zdobycie doświadczenia, wiedzy o rynku pracy oraz umiejętności wymaganych w pracy, a także dokonanie samooceny w zakresie umiejętności studentów w celu zwiększenia możliwości skutecznego konkurowania na rynku pracy,
 - g) stworzenie warunków do aktywizacji zawodowej studentów na rynku pracy.
2. Dodatkowym celem praktyki może być zebranie materiałów i danych przydatnych do realizacji założeń projektu licencjackiego.



Badania marketingowe

Kod: MKT_1_001.100

ECTS: 6

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

Forma zaliczenia przedmiotu: Z/E

Opis przedmiotu:

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

Treści programowe:

1. Istota badań marketingowych

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

2. Metody i techniki badań marketingowych:

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

3. Próba badawcza:

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

4. Pomiar w badaniach marketingowych:

- * skale pomiarowe;
- * narzędzia badawcze;
- * budowa kwestionariusza;

5. Analiza i wnioskowanie w badaniach marketingowych:

- * analiza danych ilościowych i jakościowych;
- * interpretacja wyników badań;
- * raport z badań.



Projekt licencjacki

Kod: GEN_1_029.100

ECTS: 10

Liczba godzin: 30 (projekt: 30)

Forma zaliczenia przedmiotu: Z

Opis przedmiotu:

Student przygotowuje samodzielnie projekt, wybierając z puli projektów do wyboru (związanych z kierunkiem). Projekt jest prezentowany podczas egzaminu dyplomowego, który kończy studia pierwszego stopnia. Wytyczne: Projekt licencjacki ma być samodzielnym opracowaniem praktycznego zagadnienia, prezentującym osiągnięte efekty uczenia się podczas studiów. Powinien on potwierdzać umiejętne wykorzystanie nabytych w trakcie studiów kompetencji i wzmocnienie ich potencjału w twórczym działaniu projektowym. Celem projektu licencjackiego powinno być przeprowadzenie autorskich badań empirycznych w zakresie konkretnego zagadnienia z obszaru specjalności wybranej przez studenta. Projekt może zostać opracowany indywidualnie lub w dwu-osobowych zespołach. Temat projektu licencjackiego powinien być zgodny z kierunkiem oraz specjalnością, powinien być oryginalny i nie pokrywać się z projektami i zadaniami ocenianymi w ramach innych przedmiotów w programie studiów. Temat projektu proponuje student, a zatwierdza przydzielony mu opiekun. Projekt licencjacki powinien składać się z trzech części: 1. Prezentacja koncepcji, problemu badawczego, opis sposobu wykonania projektu (rozwiązania problemu), krótki opis obiektu badań; 2. Opis przeprowadzenia badań, poszczególnych zadań, faz realizacji projektu; 3. Wnioski szczegółowe i ogólne. Projekt licencjacki jest przygotowywany zgodnie z wymogami edytorskimi obowiązującymi na Uczelni. Projekt powinien być złożony w CloudA w odpowiednim module, w Zadaniach. W przypadku pracy zespołowej, projekt składają wszyscy członkowie grupy.

Treści programowe:

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

Pytania do egzaminu dyplomowego

Kierunek: Zarządzanie, I stopień (studia licencjackie)

Przedmioty kierunkowe

Podstawy zarządzania

1. Proszę przedstawić funkcje zarządzania.
2. Proszę wymienić i scharakteryzować role menedżerskie.
3. Proszę przedstawić metody zespołowego podejmowania decyzji.
4. Proszę scharakteryzować style kierowania według koncepcji siatki kierowniczej Blake'a i Mouton.
5. Proszę dokonać analizy koncepcji SMART.

Podstawy ekonomii

1. Opisz funkcjonowanie rynku, jako mechanizmu regulującego alokację zasobów w gospodarce w kontekście rzadkości zasobów. Podaj główne determinanty podaży i popytu na podstawie dowolnego przykładu.
2. Wymień funkcje państwa w gospodarce. Podaj przykłady interwencji państwa w mechanizm rynkowy wraz z opisaniem skutków.
3. Na podstawie modelu ruchu okrężnego w gospodarce scharakteryzuj główne sposoby pomiaru aktywności gospodarczej wraz z głównymi miarami rachunków narodowych.
4. Scharakteryzuj współczesny rynek pieniądza. Opisz powiązanie rynku pieniądza ze zjawiskiem inflacji/deflacji. Jakie skutki wywołuje zmiana poziomu cen w gospodarce?
5. Scharakteryzuj determinanty wzrostu gospodarczego w krótkim i długim okresie. Zwróć szczególną uwagę na czynnik praca. Wykorzystaj charakterystyki rynku pracy.

Wprowadzenie do psychologii

1. Czym jest psychologia?



2. Jakie cele wyróżniamy w psychologii?
3. Immanuel Kant i jego praca nad temperamentem.
4. Kierunki we współczesnej psychologii i opis jednego z nich.
5. Piramida Masłowa: charakterystyka.

Wstęp do matematyki wyższej

1. Podaj przykład zastosowania układu równań liniowych w analizie ekonomicznej. Zidentyfikuj podstawowe metody dla rozwiązywania układów równań liniowych.
2. Przedstaw przykłady zastosowań funkcji liniowych w analizie ekonomicznej.
3. Omów koncepcję pochodnej funkcji. Podaj przykłady zastosowań pochodnej w analizie ekonomicznej.
4. Podaj przykłady zastosowań rachunku macierzowego w modelowaniu ekonomicznym.
5. Omów metodę rozwiązywania układów równań typu Cramera.

Narzędzia informatyki

1. Omów różnicę między wersją źródłową a wykonawczą programu komputerowego. Co to jest kompilacja? Czy zawsze programy są kompilowane?
2. Zdefiniuj pojęcia: adres IP, domena, DNS. Omów zależności między tymi pojęciami. Czym różni się statyczne adresowanie IP od dynamicznego?
3. Omów pojęcie systemu zarządzania relacyjną bazą danych (struktura, operacje). Co jest rezultatem zapytania (query) do bazy? Co to jest raport?
4. Co to jest macierz dyskowa (RAID)?
5. Podczas skanowania (wprowadzania do komputera obiektów graficznych) stosuje się często techniki OCR i OMR? Na czym one polegają i jakie mają zastosowanie?

Podstawy organizacji

1. Proszę dokonać analizy pojęcia organizacja.
2. Proszę dokonać analizy etapów cyklu życia według L. Greinera.
3. Proszę scharakteryzować pojęcie kultury organizacyjnej i jej składniki.
4. Proszę przedstawić przejawy patologii organizacyjnej.
5. Proszę przedstawić różnicę pomiędzy pojęciem efektywności a skuteczności.

Ekonomia menedżerska

1. Scharakteryzuj podstawowe struktury rynkowe. Wykorzystaj dowolny przykład rynku właściwego.
2. Scharakteryzuj koncepcję elastyczności popytu. Przedstaw relację pomiędzy prostą cenową elastycznością popytu a narzutem na koszty (marżą).
3. Scharakteryzuj podstawowe kategorie kosztów produkcji w krótkim i długim okresie. Na tym tle przedstaw ideę optimum technicznego i ekonomicznego.
4. Przedstaw istotę teorii wyboru konsumenta posługując się kryterium użyteczności krańcowej oraz teorią obojętności. Wyjaśnij znaczenie ryzyka w podejmowaniu decyzji.
5. Przedstaw istotę analizy kosztów i korzyści. W jaki sposób ująć problem wyceny w przypadku dóbr publicznych i efektów zewnętrznych.

Podstawy finansów

1. Omów koncepcję wartości pieniądza w czasie.
2. Co to jest renta okresowa i jakie ma zastosowanie w praktyce?
3. Co to jest rzeczywista roczna stopa procentowa i do czego służy?
4. Omówić metody spłaty kredytu bankowego.
5. Przedstawić podstawowe grupy wskaźników finansowych.

Pozyskiwanie informacji i ochrona własności intelektualnej

1. Czy jest własność intelektualna i jakie są jej charakterystyczne cechy?
2. Czym są autorskie prawa osobiste i jaki jest ich podział?
3. Czym jest plagiat i jaki jest jego ogólny podział?
4. Czym są autorskie prawa majątkowe?
5. Jakim ograniczeniom podlegają autorskie prawa majątkowe?

Statystyka

1. Przedstaw podstawowe tabelaryczne i graficzne narzędzia statystyki opisowej stosowane w analizie danych. Podaj przykłady ich zastosowań w biznesie.
2. Przedstaw podstawowe numeryczne miary statystyki opisowej stosowane w analizie danych. Podaj przykłady ich zastosowań w biznesie.
3. Omów koncepcję zmiennej losowej i rozkładu prawdopodobieństwa. Podaj przykłady rozkładów



dyskretnych i ciągłych oraz ich zastosowań w biznesie.

4. Przedstaw koncepcję i podstawowe własności rozkładu normalnego w statystyce. Podaj przykłady jego zastosowań w biznesie.

5. Wyjaśnij koncepcję wnioskowania statystycznego. Omów pokrótce i podaj przykłady estymacji przedziałowej i testowania hipotez statystycznych.

Podstawy marketingu

1. Proszę scharakteryzować marketing-mix.

2. Proszę wymienić najważniejsze instrumenty promocji-mix.

3. Proszę zdefiniować strukturę produktu wg. T. Levitta.

4. Proszę przedstawić i scharakteryzować rodzaje reklamy Internetowej.

5. Proszę podać definicję marketingu. Czym charakteryzuje się współczesne podejście?

Myślenie krytyczne i kreatywne

1. Myślenie kreatywne: 6 kapeluszy - co to za metoda szukania rozwiązań i jakie ma zalety?

2. Fishbone (diagram Ishikawy) - na czym polega ta metoda stosowana w zarządzaniu i jaki jest cel jej stosowania?

3. Jakie mają zalety, a jakie wady metody heurystyczne, w porównaniu z algorytmami, podczas rozwiązywania różnych problemów?

4. Jaki jest sens poszukiwania kreatywnych rozwiązań opierając się na losowanych słowach?

5. Co to znaczy, że nasza racjonalność jest ograniczona? Jakie są na to przykłady?

Komunikacja interpersonalna

1. Funkcje komunikacji interpersonalnej.

2. Perswazja i manipulacja w komunikacji interpersonalnej.

3. Reguły wpływania na ludzi w komunikacji interpersonalnej.

4. Bariery w komunikacji interpersonalnej.

5. Style porozumiewania się w komunikacji interpersonalnej.

Podstawy prawa

1. Kim jest osoba prawna i jakie ma atrybuty?

2. Co to jest stosunek administracyjnoprawny i jaki są jego główne cechy?

3. Czym różni się zdolność prawna od zdolności do czynności prawnych osoby fizycznej?

4. Czym jest luka w prawie i jakie może przybrać postacie?

5. Jaki system prawa występuje w Polsce i jakie są jego główne założenia?

Rachunkowość finansowa

1. Co to jest bilans?

2. Co to jest rachunek zysków i strat?

3. Czym są nadrzędne zasady rachunkowości? Wymień przynajmniej 3 i je krótko wyjaśnij.

4. Co to są środki trwałe?

5. Wyjaśnij pojęcie umorzenia środków trwałych i amortyzacji oraz podaj przykładowe metody amortyzacji.

Zarządzanie projektami

1. Proszę przedstawić znaczenie procesu planowania w zarządzaniu projektami.

2. Proszę dokonać charakterystyki etapów cyklu życia projektu.

3. Proszę przeprowadzić analizę porównawczą dwóch metod wykorzystywanych w zarządzaniu projektami: diagramów Gantta i metody CPM.

4. Proszę scharakteryzować możliwe sytuacje konfliktowe w zespole projektowym i podejścia do rozwiązywania konfliktów.

5. Proszę dokonać analizy struktur projektowych.

Zarządzanie zasobami ludzkimi

1. Jakie są główne cele zarządzania zasobami ludzkimi w przedsiębiorstwach/organizacjach i w jaki sposób się je osiąga?

2. Wyjaśnij istotę strategicznego zarządzania zasobami ludzkimi (strategiczne zsl).

3. W jakim celu prowadzi się analizę pracy i na czym polega to badanie?

4. Proszę omówić wartościowanie stanowisk pracy oraz jego zastosowanie w przedsiębiorstwie.

5. Proszę omówić koncepcję wynagradzania pracowników Total rewards.

Zarządzanie jakością

1. Omów różne definicje jakości w produkcji i usługach.

2. Przedstaw koncepcję kosztów jakości. Podaj przykłady różnych kategorii kosztów jakości.



3. Wymień nowoczesne podejścia do zarządzania jakością. Omów jedno z tych podejść w szczegółach.
4. Wyjaśnij podstawowe aspekty metod Statystycznego Sterowania Procesami i Analizy Wydolności Procesów.
5. Omów pięć wybranych narzędzi stosowanych w kontroli jakości.
Zachowania organizacyjne
 1. Czym różnią się liderzy od menedżerów?
 2. Czym są „role zespołowe” i jak wpływają na dynamikę pracy w zespole?
 3. Zaufanie: jak ważne jest budowanie zaufania wśród liderów i podwładnych lub wśród członków zespołu?
 4. Jak liderzy powinni wyrażać swoje zachowania i decyzje nastawione na pracowników?
 5. Proszę porównać cechy tradycyjnych grup roboczych z cechami dobrych zespołów.

Badania marketingowe

1. Badania neuromarketingowe, a więc badania marketingowe przy wykorzystaniu narzędzi neurobiologów pozwalają na analizę zachowań konsumentów. Wymień min. 3 narzędzia neurobiologów wykorzystywane w badaniach marketingowych i omów ich zastosowanie, wskaż, jakie istotne dane z punktu widzenia biznesu pozwalają uzyskać w kontekście działań marketingowych i nie tylko?
2. Prowadząc badania marketingowe biznes często korzysta ze współczesnych rozwiązań technologicznych umożliwiających m.in. do analizy ruchu użytkowników na stronie www. Oczywiście systemy informatyczne dają o wiele więcej możliwości, ale w tym pytaniu prosimy uzasadnić znaczenie wykorzystania w badaniach marketingowych systemów informatycznych działających tak, jak opisano powyżej.
3. Prowadząc badania marketingowe biznes często korzysta ze współczesnych rozwiązań technologicznych umożliwiających m.in. monitorowanie wypowiedzi internautów w Mediach Społecznościowych (także poza profilem firmowym). Oczywiście systemy informatyczne dają o wiele więcej możliwości, ale w tym pytaniu prosimy uzasadnić znaczenie wykorzystania w badaniach marketingowych systemów informatycznych działających tak, jak opisano powyżej.
4. Czy pomimo świadomości, jak duże znaczenie mogą mieć badania marketingowe w kontekście tworzenia strategii działań firmy, a zwłaszcza działań marketingowych są sytuacje, które usprawiedliwiają managerów, gdy zdecydują się pominąć etap, jakim są badania marketingowe? Uzasadnij.
5. W kontekście pomiaru skuteczności badań marketingowych mówimy o dwóch komplementarnych podejściach mierniki marketingowe i modelowanie miksu marketingowego. Co daje komplementarne stosowanie tych obu podejść i semantyczna prezentacja ustaleń? Uzasadnij.

Systemy informatyczne

1. Omów cykl życia systemu informatycznego charakteryzując krótko poszczególne etapy.
2. Wymień zadania administratora systemu informatycznego.
3. Omów zagadnienie ochrony danych w systemie informatycznym.
4. Omów podstawowe metody wdrażania systemów informatycznych.
5. Omów procedurę zakupu gotowego systemu informatycznego.

Przedmioty specjalnościowe

Finanse przedsiębiorstw

1. Omówić główne źródła finansowania przedsiębiorstwa.
2. Przedstawić metody oceny opłacalności projektów inwestycyjnych.
3. Co to jest średni ważony koszt kapitału i do czego służy?
4. Omówić rolę kapitału obrotowego netto w zarządzaniu płynnością finansową przedsiębiorstwa.
5. Co to jest cykl konwersji gotówki i do czego służy?

Ergonomia w kształtowaniu warunków pracy

1. Czym zajmuje się ergonomia i jakie dziedziny nauki składają się na wiedzę ergonomiczną?
2. Czym zajmuje się ergonomia korekcyjna a czym koncepcyjna?
3. Jakie są zalecenia ergonomii dot. przerwy w pracy a jak te kwestie reguluje kodeks pracy?
4. Zdefiniować materialne warunki pracy oraz podstawowe grupy czynników środowiska pracy, oddziałujących na ustrój człowieka
5. Jak rozumieć pojęcie kultury bezpieczeństwa i jakie działania zarządcze są z nimi związane?

Interakcja człowiek-komputer

1. Podaj cechy dobrze zaprojektowanego interfejsu.



2. Podaj cechy źle zaprojektowanego interfejsu.
3. Podaj definicję użyteczności (norma ISO).
4. Co opisuje Teoria Normana w zakresie działania użytkownika.
5. Co wynika z Prawa Rasmussena odnośnie zachowania człowieka sterującego systemem.

Bazy danych

1. Wymień i scharakteryzuj typy połączeń(związków) między tabelami bazy danych. Podaj przykład działania na podstawie „biblioteki”.
2. Opisz czym są diagramy ERD(modele konceptualne). Na podstawie dowolnego przykładu przedstaw graficznie stopnie oraz opcjonalność związku w diagramach ERD.
3. Wykorzystując notację Martina stwórz model konceptualny dla sklepu internetowego. Opisz wykorzystane w diagramie rodzaje związków.
4. Scharakteryzuj model hierarchiczny i sieciowy baz danych. Przedstaw graficznie przykłady użycia modeli na podstawie „uczelni”. Wymień różnice między modelem hierarchicznym a sieciowym baz danych.
5. Scharakteryzuj czym jest model relacyjny baz danych. Podaj główne cechy relacyjnego modelu baz danych. Wymień i opisz rodzaje kluczy występujących w relacyjnych bazach danych.

Psychologia ogólna: emocje i motywacje

1. Jaką funkcję pełnią emocje?
2. Co odróżnia emocje od nastroju, temperamentu i innych pojęć efektywnych?
3. Ilu procesów poznawczych potrzeba do wzbudzenia emocji?
4. Jak wyjaśnić dowody na powszechność zdarzeń poprzedzających emocje?
5. Na czym polegają indywidualne różnice w efektywności emocjonalnej?

Zastosowanie arkuszy kalkulacyjnych

1. Objaśnij, do czego służy funkcja ILE.LICZB arkusza kalkulacyjnego Excel.
2. Na czym polega adresowanie bezwzględne w formułach arkusza Excel?
3. Czy funkcja ŚREDNIA może zawierać argumenty będące konkretnymi liczbami czy argumentem może być jedynie zakres arkusza?
4. Jakie wartości zwracane są przez funkcję logiczną ORAZ?
5. Do czego używana jest funkcja WYSZUKAJ.PIONOWO?

Podstawy logistyki

1. Czym jest logistyka?
2. Jakie są cele zarządzania zapasami?
3. Wymień jakie strumienie wyróżniamy w podstawowym modelu systemu logistycznego?
4. Podaj przykład logistycznej decyzji strategicznej.
5. Scharakteryzuj Suplly Chain Management / Zarządzanie łańcuchem dostaw?

Raportowanie i analiza danych

1. Proszę opisać zawartość standardów wizualizacyjnych organizacji.
2. Podaj po trzy przykłady edytorów tekstów i oprogramowania do projektowania prezentacji.
3. Czym jest motyw a czym szablon w narzędziach MS Office?
4. Czym są bloki konstrukcyjne w edytorze Word?
5. Czym jest korespondencja seryjna i jak można tę funkcjonalność wykorzystać?

Zagrożenia i ryzyko zawodowe

1. Dokonaj analizy podstawowych elementów analizy ryzyka zawodowego.
2. Do czego służą listy kontrolne w analizie ryzyka zawodowego.
3. Scharakteryzuj wyznaczanie dopuszczalności ryzyka zawodowego według wybranej metody ryzyka zawodowego (np: PN-N 18002, PHA, Risk Score itp.).
4. Wymień elementy planu działań korygujących i zapobiegających zagrożeniom.
5. Wymień przykładowe grupy czynników szkodliwych, uciążliwych i niebezpiecznych w środowisku pracy oraz metody ich ograniczania.

Zarządzanie dystrybucją i sprzedażą

1. Proszę przedstawić logistyczną zasadę 7W.
2. Czym jest dystrybucja?
3. Co określa strukturę kanału dystrybucji?
4. Proszę zdefiniować pojęcie strategii sprzedaży. Co decyduje o jej sukcesie?
5. Proszę podać i scharakteryzować etapy sprzedaży

Prawo pracy



1. Wymień i omów elementy umowy o pracę.
2. Co może być przyczyną rozwiązania umowy o pracę bez zachowania okresu wypowiedzenia – omów tę kwestię na wybranym przykładzie.
3. W jakiej sytuacji pracodawca może ponownie zawrzeć z tym samym pracownikiem umowę na okres próbny?
4. Wskaż różnice pomiędzy umową o pracę a umową cywilnoprawną, np. umową zlecenia.
5. Co to jest urlop na poszukiwanie pracy – komu przysługuje, w jakim wymiarze, czy za niewykorzystany urlop na poszukiwanie pracy pracodawca ma obowiązek wypłacić pracownikowi ekwiwalent pieniężny?

Negocjacje

1. Czym charakteryzują się trzy płaszczyzny negocjacji (merytoryczna, społeczna i psychologiczna) i dlaczego są tak istotne w procesie negocjacji? Uzasadnij.
2. Czym charakteryzują się 4 fazy negocjacji (przygotowawcza, wstępna, zasadnicza, końcowa) i dlaczego tak istotne jest pamiętanie o nich wszystkich w procesie negocjacji? Uzasadnij.
3. Negocjacje to, „sekwencja wzajemnych posunięć, poprzez które strony dążą do osiągnięcia możliwie korzystnego rozwiązania częściowego konfliktu interesów, przy czym muszą one posiadać świadomość częściowej wspólnoty interesów, bez czego nie byłoby możliwe rozpoczęcie rozmów” (Gracz L., Słupińska K., 2018, za: Nęcki Z., 1994, s. 17). Czy w dobie współczesnych nam czasów ta definicja jest prawdziwa zwłaszcza w kontekście tzw. częściowej wspólnoty i możliwości rozpoczęcia rozmów? Uzasadnij.
4. Jakie są 3 cechy negocjacji wg Grażyny Rosa i dlaczego odgrywają tak ogromną rolę?
5. Co charakteryzuje techniki negocjacyjne i inżynierię negocjacji? Co je od siebie odróżnia? Opisz i powiedz, ku któremu podejściu Ty bardziej się skłaniasz i dlaczego?

Ewidencyjne ujęcie przychodów i kosztów

1. Jakie znasz metody obliczania wyniku finansowego? Omów jedną z nich.
2. Omów różnice pomiędzy kosztami rodzajowymi i funkcjonalnymi.
3. Wymień kilka kosztów nie stanowiących kosztów uzyskania przychodu (NKUP).
4. Wymień rodzaje kosztów.
5. Kiedy podatek VAT jest kosztem uzyskania przychodu?

Media społecznościowe

1. Czy Personal Branding w Mediach Społecznościowych ma znaczenie tylko w kontekście indywidualnych osób, czy także biznesu? Jeśli tak to, dlaczego?
2. Kampania promująca Lody Ekipa firmy Koral stała się niezwykle głośna i przyczyniła się do zdumiewającego sukcesu firmy. Sukcesu, o którym w zasadzie mówili wszyscy. Jakie znaczenie w kontekście tej kampanii miało wykorzystanie tzw. influencer marketingu oraz przekazów opartych nie tylko na grafice statycznej, ale ze szczególnym uwzględnieniem takiego Medium Społecznościowego jak YouTube? (twarzami tej kampani stali się Friz i Ekipa, a więc influencerzy rozpoznawalni wśród dzieci w wieku ok. 7-13 lat)
3. Jakie znaczenie ma Real Time Marketing w kontekście działania firmy? Czy, a jeśli tak to, dlaczego warto uwzględniać tego typu działania w swojej polityce marketingowej? Jakie to może mieć znaczenie, dla firmy?
4. W Mediach Społecznościowych krążył kiedyś mem, że Chuck Norise przeczytał cały Internet. Doskonale zdajemy sobie sprawę, że jest to niemożliwe, ale wiemy też, że są narzędzia pozwalające na wypowiedzi internautów w Internecie i to nie tylko na naszych stronach, czy profilach w Mediach Społecznościowych (np. Brand24). Dlaczego tak ważne jest monitorowanie wypowiedzi internautów w sieci Internet z punktu widzenia firm?
5. Jakie czynniki powinny decydować o tym, w jakich Mediach Społecznościowych dana firma buduje swoją obecność i zasięg? A może we współczesnych nam czasach, aby istnieć w świadomości konsumentów trzeba być we wszystkich Mediach Społecznościowych? Uzasadnij swoją wypowiedź.

Organizacja systemu bezpieczeństwa i ochrony pracy

1. Co to jest Instrukcja BHP, kto ma obowiązek jej opracowania, czy należy ją opracować dla każdego stanowiska pracy, co powinna zawierać?
2. Czy pracownicy zatrudnienia na podstawie umów cywilnoprawnych, np. umowy zlecenia mają obowiązek odbyć szkolenie z zakresu BHP oraz badania lekarskie – kto o tym decyduje, kto ponosi koszty takiego szkolenia i badań – omów problematykę.
3. Na czym polega ocena ryzyka zawodowego – kto ma obowiązek jej opracowania, kto ma obowiązek



poinformowania o takiej ocenie i kogo, kto jest odpowiedzialny za właściwe przeprowadzenia takiej oceny, czy prawo nakłada obowiązek przeprowadzenia takiej oceny dla każdego stanowiska pracy – omów problematykę.

4. Co może zrobić pracownik, jeżeli warunki pracy nie odpowiadają przepisom BHP i stwarzają zagrożenie dla zdrowia i życia pracownika albo gdy wykonywana przez niego praca grozi takim niebezpieczeństwem innym osobom – omów problematykę.

5. Co to jest Komisja Bezpieczeństwa i Higieny pracy – kto i kiedy ma obowiązek jej powołania, kto jest jej przewodniczącym, jak często odbywają się posiedzenia tej komisji?

Systemy teleinformatyczne w transporcie.

1. Przedstaw istotę systemu teleinformatycznego.

2. Dokonaj analizy znaczenia systemu teleinformatycznego w budowaniu przewagi konkurencyjnej firmy transportowej.

3. Wymień i scharakteryzuj jeden z popularnych systemów planowania czasu pracy kierowców.

4. Wymień i scharakteryzuj jeden z popularnych systemów zarządzania flotą i organizacji tras.

5. Wymień i scharakteryzuj jeden z popularnych systemów związanych z giełdą transportową.

Grafika komputerowa

1. Porównaj właściwości i zastosowanie grafiki rastrowej i wektorowej.

2. Opisz właściwości i obszary zastosowań przestrzeni barw RGB, CMY, CMYK

3. Opisz sposób przeliczania współrzędnych barw z przestrzeni barw RGB do CMY i CMYK

4. Porównaj właściwości formatów plików grafiki rastrowej: gif, png, jpg.

5. Omów konstrukcję Koła barw i zasady jego użycia do doboru barw.

KPA i jego rola w pracy urzędnika

1. Co należy rozumieć pod pojęciem organu administracji publicznej?

2. Czym jest właściwość organu administracji publicznej i jakie są jej rodzaje?

3. Co głosi zasada praworządności i jakie są skutki jej naruszenia w postępowaniu administracyjnym ?

4. Czym jest decyzja administracyjna i jakie są jej cechy?

5. Jakie podmioty zalicza się do uczestników na prawach strony w postępowaniu administracyjnym i jakie są ich uprawnienia?

Wypadki przy pracy i choroby zawodowe

1. Scharakteryzuj pojęcie „zasad bezpieczeństwa i higieny pracy”.

2. Scharakteryzuj pojęcia i wskaż różnice pomiędzy „wypadkiem przy pracy” oraz „wypadkiem w drodze do pracy lub z pracy”.

3. Przedstaw procedurę zgłoszenia wypadku przy pracy oraz dalsze postępowanie z tym związane.

4. Wyjaśnij czym jest choroba zawodowa i podaj przykłady chorób zawodowych.

5. Odpowiedzialność pracodawcy w zakresie wypadków przy pracy i chorób zawodowych.

Podatkowe aspekty prowadzenia działalności gospodarczej

1. Wymień obowiązujące formy opodatkowania działalności gospodarczej i omów wybraną.

2. Wymień znane Ci ulgi i odliczenia podatkowe dla podatku CIT.

3. Wymień znane Ci ulgi i odliczenia podatkowe dla podatku PIT.

4. Omów ryczałtową formę opodatkowania?

5. Wymień rodzaje kosztów finansowych.

Zarządzanie przedsiębiorstwem transportowym

1. Omów przepisy związane z ogólnymi warunkami przewozu towarów.

2. Omów proces zakładania przedsiębiorstwa transportowego.

3. Znaczenie i zakres kontroli w transporcie drogowym.

4. Podstawowe regulacje prawne odnośnie czasu pracy kierowcy w kontekście zarządzania przedsiębiorstwem transportowym.

5. Zidentyfikuj i scharakteryzuj najważniejsze trendy w branży transportowej.

Zarządzanie produktem i kształtowanie marki

1. Proszę scharakteryzować atrybuty produktów.

2. Proszę dokonać klasyfikacji produktów wg. podziału ze względu na materialność i sposób konsumpcji.

3. Proszę scharakteryzować pozycjonowanie produktu.

4. Proszę przedstawić funkcje i wyróżniki marki.

5. Proszę przedstawić zalety i wady silnych marek.

Organizacja wydarzeń



1. Co to jest event, jakie rodzaje eventów można wyróżnić? Jakie jest kulturowe i gospodarcze znaczenie wydarzeń? Czym jest branża MICE?
 2. Jakie mogą być korzyści z zastosowania wiedzy z zakresu zarządzania projektami do organizacji eventów? Jakie zasady i znane narzędzia z zarządzania projektami można z powodzeniem wykorzystać do zarządzania eventami.
 3. Proszę omówić budżet wydarzenia, jako jedno z najbardziej podstawowych narzędzi planowania i kontroli dla menedżerów eventów. Jaki jest cel jego tworzenia i jakie są główne aspekty procesu tworzenia i realizacji budżetu?
 4. Proszę omówić znaczenie planowania zasobów ludzkich w organizacji eventów.
 5. Proszę omówić kluczowe kwestie związane z logistyką w odniesieniu do organizacji wydarzeń.
- Wybrane aspekty zarządzania przedsiębiorstwem turystycznym i hotelarskim
1. Proszę opisać typologię podmiotów gospodarki turystycznej. Proszę charakteryzować specyficzne cechy i różnice pomiędzy jednostek gospodarczymi zaliczanymi do hotelarstwa oraz biur podróży.
 2. Proszę opisać zasoby przedsiębiorstwa turystycznego ze szczególnym uwzględnieniem specyfiki podmiotów reprezentujących branżę hotelarską, gastronomiczną oraz biur podróży.
 3. Proszę zaprezentować organizację zarządzania przedsiębiorstwem hotelowym. Proszę przedstawić różnice pomiędzy modelem amerykańskim, europejskim i polskim.
 4. Proszę przedstawić główne instrumenty zarządzania zasobami ludzkimi w przedsiębiorstwie turystycznym i hotelarskim. Proszę zwrócić szczególną uwagę na specyficzne, charakterystyczne dla sektora usług turystycznych narzędzia ZZL.
 5. Proszę przedstawić problematykę zarządzania jakością w przedsiębiorstwach sektora turystycznego. Proszę wymienić metody pomiaru jakości w jednostkach sektora usług turystycznych oraz opisać system Total Quality Management.



Systemy informatyczne

Kod: ICT_1_013.100

ECTS: 6

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

Forma zaliczenia przedmiotu: E

Opis przedmiotu:

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

Treści programowe:

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



Zachowania organizacyjne

Kod: BUS_1_017.100

ECTS: 6

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

Forma zaliczenia przedmiotu: Z/E

Opis przedmiotu:

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

Treści programowe:

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



Grafika komputerowa

Kod: GRS_1_003.100

ECTS: 6

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

Forma zaliczenia przedmiotu: Z/E

Opis przedmiotu:

W części wykładowej kurs daje teoretyczne podstawy wybranych dziedzin grafiki komputerowej obejmując m.in. podstawy postrzegania, teorię barwy i elementy estetyki. Zaznajamia zarazem pokrótce z historią grafiki komputerowej, jej związkami z innymi dziedzinami. Ponadto kurs obejmuje wiele aspektów użytkowej grafiki komputerowej jakimi są wykorzystywany sprzęt, formaty plików graficznych, stosowanie barw. Kurs obejmuje także elementarne aspekty teoretyczne tworzenia grafiki jak: podstawowe algorytmy stosowane w grafice komputerowej, transformacje w przestrzeni 2D i 3D oraz wybrane aspekty i metody renderingu. Część ćwiczeniowa kursu jest praktyczną realizacją wybranych zagadnień grafiki komputerowej, zobrazowanych w nietrywialnej pracy graficznej oraz prostej animacji.

Treści programowe:

1. Historia grafiki komputerowej.
2. Podstawy postrzegania.
3. Przestrzenie i modele barw.
4. Praktyka używania barw.
5. Właściwości grafiki rastrowej i wektorowej.
6. Formaty plików graficznych.
7. Sprzęt w grafice komputerowej.
8. Grafika w kreowaniu i utrwalaniu marki.
9. Oprogramowanie graficzne: Photoshop, Gimp, Corel, Illustrator.



Media społecznościowe

Kod: ICT_1_005.100

ECTS: 6

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

Forma zaliczenia przedmiotu: Z/E

Opis przedmiotu:

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

Treści programowe:

1. Media Społecznościowe – pojęcia, typy, rodzaje i wybrane definicje.
2. Cechy mediów społecznościowych.
3. Strategie i formy aktywności w ramach mediów społecznościowych, a budowanie zasięgów.
4. Media społecznościowe – budowanie społeczności, odnawianie i/lub kształtowanie relacji, budowanie wizerunku osoby lub firmy.
5. Media społecznościowe w strategii marketingowej firmy.
6. Czy rzeczywiście trzeba być wszędzie? Czym kierować się przy doborze Social Media i form reklamy.
7. Funpage, reklamy, formy aktywizacji użytkowników, jak m.in. grywalizacja, marketing wirusowy.
8. Social Media i ich zastosowanie w badaniach marketingowych.
9. Social Media Marketing i Social Media Marketing mix.
10. Social Media jako narzędzie do targetowania przekazów i pozyskiwania klientów, czy też zwolenników.
11. Hate versus budowanie pozytywnego wizerunku.
12. Trollowanie w Social Media.
13. #hashtag.
14. Media Społecznościowe jako źródło wiedzy – możliwości i zagrożenia.
15. Co zrobić, by czegoś nie przegapić, czyli... systemy pozwalające monitorować aktywność internautów w Social Media (wewnętrzne i zewnętrzne jak Brand 24).



WYŻSZA SZKOŁA BIZNESU
NATIONAL-LOUIS UNIVERSITY

Wyższa Szkoła Biznesu - National Louis University
z siedzibą w Nowym Sączu
ul. Zielona 27
33-300 Nowy Sącz, Małopolska
tel.: +18 44 99 100
e-mail: biuro@wsb-nlu.edu.pl