

PAŃSTWOWA AKADEMIA NAUK STOSOWANYCH W GŁOGOWIE

INSTYTUT EKONOMICZNY

SYLABUS / KARTA PRZEDMIOTU



INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE																	
Nazwa przedmiotu (modułu)		Podstawy działalności biznesowej												Kod przedmiotu		21	
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot										Instytut Ekonomiczny							
Poziom kształcenia		Studia drugiego stopnia						Profil studiów			praktyczny						
Kierunek studiów		Ekonomia biznesu						Specjalność									
Moduł kształcenia		Kierunkowy						Język wykładowy			polski						
Semestr		II						Forma zaliczenia			Egzamin						
WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ DYDAKTYCZNYCH																	
STUDIA STACJONARNE									STUDIA NIESTACJONARNE								
Wykład			Ćwiczenia			Laboratorium			Wykład			Ćwiczenia			Laboratorium		
15	E2	2							9	E2	2						
			15	ZO2	2							9	ZO2	2			
SUMARYCZNY WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ																	
STUDIA STACJONARNE									STUDIA NIESTACJONARNE								
Wykład						15			Wykład						9		
Ćwiczenia						15			Ćwiczenia						9		
Razem						30			Razem						18		
Praca własna studenta						20			Praca własna studenta						32		
Razem						50			Razem						50		
ECTS						2			ECTS						2		
CEL PRZEDMIOTU																	
Zapoznanie studentów z zasadami prowadzenia działalności gospodarczej. Zwiększenie zdolności dotyczących identyfikacji możliwości rozwoju działalności gospodarczej. Rozwinięcie zdolności metodycznego podchodzenia do potrzeb klientów.																	
WYMAGANIA WSTĘPNE																	
Wiedza ogólnoeconomiczna, zainteresowanie przedsiębiorstwami.																	
EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU																	
KOD		OPIS												EFEKT			
Wiedza																	
W1		Zna zasady określania kompetencji oraz planowania rozwoju organizacji												K_W11 K_W20			
W2		Wybiera odpowiednią formę prowadzenia działalności												K_W15 K_W20			
W3		Zna reguły projektowania pomysłu biznesowego												K_W19 K_W20			
W4		Wybiera odpowiednią formę prowadzenia działalności												K_W20			
Umiejętności																	
U1		Planuje formalno-prawne ramy działalności przedsiębiorstwa												K_U06 K_U20			
U2		Identyfikuje pomysł biznesowy												K_U20			
Kompetencje																	
K1		Wykazuje chęć współpracy z interesariuszami podczas planowania działalności biznesowej												K_K07 K_K15 K_K17			
K2		Wykazuje postawę otwartości i zrozumienia dla przedsiębiorczości												K_K15 K_K17			
TREŚCI KSZTAŁCENIA																	
TEMAT												30			18		
Wykład												15			9		

1	Organizacja i zarządzanie. Rola, kompetencje i kwalifikacje przedsiębiorców, menedżerów zarządzającymi współczesnymi przedsiębiorstwami. Rola kierownika w procesie zarządzania i decyzje kierownicze. Zarządzanie jako proces: funkcja planowania, organizowania, motywowania i kontroli. Projektowanie i wdrażanie zmian.	4	2
2	Projektowanie struktur organizacyjnych. Analiza strategiczna otoczenia makro i mikro przedsiębiorstwa, analiza otoczenia konkurencyjnego, zarządzanie projektowaniem organizacji. Istota projektu biznesowego i jego rola w zarządzaniu.	4	2
3	Planowanie działalności biznesowej z uwzględnieniem czynników zewnętrznych (wskaźniki mikro- i makroekonomiczne) oraz wewnętrznych przedsiębiorstwa, w postaci: wizji, misji, celów i procesów biznesowych.	4	2
4	Techniki zarządzania projektem biznesowym. Zarządzanie jako proces - projektowanie i wdrażania zmian.	3	3
Ćwiczenia		15	9
1	Organizacja i zarządzanie. Rola, kompetencje i kwalifikacje przedsiębiorców, menedżerów zarządzającymi współczesnymi przedsiębiorstwami. Rola kierownika w procesie zarządzania i decyzje kierownicze. Zarządzanie jako proces: funkcja planowania, organizowania, motywowania i kontroli. Projektowanie i wdrażanie zmian. Aspekty praktyczne.	4	2
2	Projektowanie struktur organizacyjnych. Analiza strategiczna otoczenia makro i mikro przedsiębiorstwa, analiza otoczenia konkurencyjnego, zarządzanie projektowaniem organizacji. Istota projektu biznesowego i jego rola w zarządzaniu. Aspekty praktyczne.	4	2
3	Planowanie działalności biznesowej z uwzględnieniem czynników zewnętrznych (wskaźniki mikro- i makroekonomiczne) oraz wewnętrznych przedsiębiorstwa, w postaci: wizji, misji, celów i procesów biznesowych. Aspekty praktyczne.	4	2
4	Techniki zarządzania projektem biznesowym. Zarządzanie jako proces - projektowanie i wdrażania zmian - w praktyce.	3	3
METODY DYDAKTYCZNE			
wykład z wykorzystaniem prezentacji multimedialnej, przykłady praktyczne, case stude.			
KRYTERIA OCENY			
Wykład			
Egzamin.			
Ćwiczenia			
Kolokwium w postaci projektu - prezentacji.			
WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ			
KOD	OPIS	EFEKT	
Wiedza		Wykład	
W1	Zna zasady określania kompetencji oraz planowania rozwoju organizacji	K_W11 K_W20	
W2	Wybiera odpowiednią formę prowadzenia działalności	K_W15 K_W20	
W3	Zna reguły projektowania pomysłu biznesowego	K_W19 K_W20	
W4	Wybiera odpowiednią formę prowadzenia działalności	K_W20	
Umiejętności		Wykład	
U1	Planuje formalno-prawne ramy działalności przedsiębiorstwa	K_U06 K_U20	
U2	Identyfikuje pomysł biznesowy	K_U20	
Kompetencje		Wykład	
K1	Wykazuje chęć współpracy z interesariuszami podczas planowania działalności biznesowej	K_K07 K_K15 K_K17	
K2	Wykazuje postawę otwartości i zrozumienia dla przedsiębiorczości	K_K15 K_K17	
Wiedza		Ćwiczenia	
W1	Zna zasady określania kompetencji oraz planowania rozwoju organizacji	K_W11 K_W20	
W2	Wybiera odpowiednią formę prowadzenia działalności	K_W15 K_W20	
W3	Zna reguły projektowania pomysłu biznesowego	K_W19 K_W20	
W4	Wybiera odpowiednią formę prowadzenia działalności	K_W20	
Umiejętności		Ćwiczenia	

U1	Planuje formalno-prawne ramy działalności przedsiębiorstwa		K_U06 K_U20		
U2	Identyfikuje pomysł biznesowy		K_U20		
Kompetencje Ćwiczenia					
K1	Wykazuje chęć współpracy z interesariuszami podczas planowania działalności biznesowej		K_K07 K_K15 K_K17		
K2	Wykazuje postawę otwartości i zrozumienia dla przedsiębiorczości		K_K15 K_K17		
FORMY OCENY					
Dla każdego z efektów kształcenia określonego dla przedmiotu w zakresie wiedzy, umiejętności i kompetencji, na ocenę:					
2,0	student uzyskuje poniżej 51% maksymalnej liczby punktów	4,0	student uzyskuje od 71% do 80% maksymalnej liczby punktów		
3,0	student uzyskuje od 51% do 60% maksymalnej liczby punktów	4,5	student uzyskuje od 81% do 90% maksymalnej liczby punktów		
3,5	student uzyskuje od 61% do 70% maksymalnej liczby punktów	5,0	student uzyskuje powyżej 90% maksymalnej liczby punktów		
Kryteria oceniania wg skali:					
bardzo dobry	bdb	5	zakładane efekty zostały w pełni osiągnięte		
dobry plus	db+	4,5	zakładane efekty zostały osiągnięte z niewielkimi niedociągnięciami		
dobry	db	4	zakładane efekty zostały osiągnięte jednak z pewnymi brakami, które można szybko uzupełnić		
dostateczny plus	dst+	3,5	zakładane efekty zostały osiągnięte z istotnymi brakami, ale dopuszczalnymi na minimalnym wymaganym		
dostateczny	dst	3	zakładane efekty zostały osiągnięte z istotnymi brakami		
niedostateczny	ndst	2	zakładane efekty nie zostały uzyskane		
NAKLAD PRACY WŁASNEJ STUDENTA					
		Forma aktywności		Średnia liczba godzin na zrealizowanie aktywności	
		Godziny zajęć (wg planu studiów) z nauczycielem		30	18
Praca własna	1	Przygotowanie do zajęć		5	8
	2	Czytanie wskazanej literatury		5	8
	3	Przygotowanie pracy pisemnej, raportu, prezentacji, demonstracji, itp.		5	8
	4	Przygotowanie do egzaminu / zaliczenia		5	8
		Suma godzin:		50	50
		Punkty ECTS:		2	2
LITERATURA					
Podstawowa					
1	Sobiecki R., Podstawy przedsiębiorczości w pytaniach i odpowiedziach, Warszawa Difin 2022.				
2	Hermaniuk T., Biznes plan, Warszawa Difin 2021.				
Uzupelniająca					
1	R. Griffin, Podstawy zarządzania organizacjami, Wydawnictwo Naukowe PWN 2024				
2	Mućko P., Jak założyć i prowadzić własną firmę, Warszawa CeDeWu 2020.				
3	Piecuch T., Przedsiębiorczość: podstawy teoretyczne, C.H. Beck, Warszawa 2010.				
4	Marecki K., Wieloch M. (red.), Biznesplan: elementy planowania działalności rozwojowej, Szkoła Główna Handlowa. Oficyna Wydawnicza, Warszawa 2008.				

PAŃSTWOWA AKADEMIA NAUK STOSOWANYCH W GŁOGOWIE

INSTYTUT EKONOMICZNY

SYLABUS / KARTA PRZEDMIOTU



INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE															
Nazwa przedmiotu (modułu)		Zarządzanie publiczne w otoczeniu biznesu										Kod przedmiotu		22	
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot										Instytut Ekonomiczny					
Poziom kształcenia		Studia drugiego stopnia				Profil studiów				praktyczny					
Kierunek studiów		Ekonomia biznesu				Specjalność									
Moduł kształcenia		Kierunkowy				Język wykładowy				polski					
Semestr		II				Forma zaliczenia				Egzamin					
WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ DYDAKTYCZNYCH															
STUDIA STACJONARNE								STUDIA NIESTACJONARNE							
Wykład		Ćwiczenia		Laboratorium				Wykład		Ćwiczenia		Laboratorium			
15	E2	2						9	E2	2					
SUMARYCZNY WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ															
STUDIA STACJONARNE								STUDIA NIESTACJONARNE							
Wykład				15				Wykład				9			
Razem				15				Razem				9			
Praca własna studenta				35				Praca własna studenta				41			
Razem				50				Razem				50			
ECTS				2				ECTS				2			
CEL PRZEDMIOTU															
<p>Celem przedmiotu jest zaznajomienie studenta z współczesnymi koncepcjami zarządzania publicznego. Student nabędzie umiejętności niezbędne do wykorzystywania metod i narzędzi zarządzania w organizacjach sektora publicznego. New Public Management jest koncepcją zarządzania, która adoptuje sprawdzone rozwiązania biznesowe w zarządzaniu publicznym. Organizacje publiczne funkcjonują w otoczeniu biznesowym stąd konieczność obserwacji zachowań biznesowych i czerpania z nich najlepsze doświadczenia.</p>															
WYMAGANIA WSTĘPNE															
<p>Student powinien posiadać podstawową wiedzę w zakresie ekonomicznych uwarunkowań funkcjonowania organizacji publicznych. Powinien mieć umiejętności analityczne i syntetyczne oraz chęć współpracy w grupie.</p>															
EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU															
KOD	OPIS										EFEKT				
Wiedza															
W1	Student zna i rozumie zasady działania podmiotów publicznych oraz instytucji, ze szczególnym uwzględnieniem nowoczesnych koncepcji zarządzania.										K_W02 K_W04 K_W06 K_W11 K_W14				
W2	Student ma pogłębioną wiedzę o ewolucji teorii organizacji i zarządzania, rozumie współzależności zachodzące pomiędzy współczesnymi podmiotami gospodarczymi a instytucjami publicznymi.										K_W02 K_W04 K_W06 K_W11 K_W14				
W3	Student zna metody i narzędzia wykorzystywane w nowoczesnym zarządzaniu, a także zna techniki pozyskiwania informacji niezbędnych do procesów decyzyjnych.										K_W02 K_W04 K_W06 K_W11 K_W14				
Umiejętności															
U1	Student potrafi prawidłowo wyjaśniać i interpretować zdarzenia gospodarcze zachodzące w różnego rodzaju podmiotach gospodarczych i publicznych.										K_U01 K_U02 K_U03 K_U12 K_U13				

U2	Student potrafi opisać warunki otoczenia zewnętrznego i wewnętrznego oraz prawidłowo zaprojektować strukturę organizacyjną dostosowaną do warunków funkcjonowania każdej organizacji.	K_U01 K_U02 K_U03 K_U12 K_U13	
U3	Student potrafi wykorzystać posiadaną wiedzę z zakresu nowoczesnych koncepcji zarządzania do formułowania strategii i na jej podstawie do rozwiązywania złożonych i nietypowych problemów w zmieniających się warunkach.	K_U01 K_U02 K_U03 K_U12 K_U13	
Kompetencje			
K1	Student ma świadomość znaczenia wiedzy z zakresu nowoczesnego zarządzania, rozumie zmienność otoczenia, co rodzi potrzebę ciągłego interdyscyplinarnego samokształcenia i rozwoju nabytych umiejętności.	K_K01 K_K03 K_K04 K_K07	
K2	Student potrafi właściwie oceniać zmienność otoczenia i na tej podstawie zorganizować odpowiednie działania.	K_K01 K_K03 K_K04 K_K07	
TREŚCI KSZTAŁCENIA			
TEMAT		15	9
Wykład		15	9
1	Wprowadzenie do nowoczesnych metod zarządzania.	3	3
2	Poszukiwanie nowoczesnych rozwiązań w zarządzaniu w odniesieniu do organizacji biznesowych i społecznych.	4	2
3	System wdrażania i realizacji założeń nowoczesnej firmy	4	2
4	Istota systemów kontrolnych skuteczności zarządzania dla organizacji ze specyficznym systemem zarządzania.	4	2
METODY DYDAKTYCZNE			
Prezentacje na nośnikach komputerowych w ppt., wykorzystanie filmów instruktażowych, praca z wykorzystaniem technik komputerowych.			
KRYTERIA OCENY			
Wykład			
Egzamin w formie testu z pytaniami otwartymi i zamkniętymi lub egzamin ustny.			
WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ			
KOD	OPIS	EFEKT	
Wiedza Wykład			
W1	Student zna i rozumie zasady działania podmiotów publicznych oraz instytucji, ze szczególnym uwzględnieniem nowoczesnych koncepcji zarządzania.	K_W02 K_W04 K_W06 K_W11 K_W14	
W2	Student ma pogłębioną wiedzę o ewolucji teorii organizacji i zarządzania, rozumie współzależności zachodzące pomiędzy współczesnymi podmiotami gospodarczymi a instytucjami publicznymi.	K_W02 K_W04 K_W06 K_W11 K_W14	
W3	Student zna metody i narzędzia wykorzystywane w nowoczesnym zarządzaniu, a także zna techniki pozyskiwania informacji niezbędnych do procesów decyzyjnych.	K_W02 K_W04 K_W06 K_W11 K_W14	
Umiejętności Wykład			
U1	Student potrafi prawidłowo wyjaśniać i interpretować zdarzenia gospodarcze zachodzące w różnego rodzaju podmiotach gospodarczych i publicznych.	K_U01 K_U02 K_U03 K_U12 K_U13	
U2	Student potrafi opisać warunki otoczenia zewnętrznego i wewnętrznego oraz prawidłowo zaprojektować strukturę organizacyjną dostosowaną do warunków funkcjonowania każdej organizacji.	K_U01 K_U02 K_U03 K_U12 K_U13	
U3	Student potrafi wykorzystać posiadaną wiedzę z zakresu nowoczesnych koncepcji zarządzania do formułowania strategii i na jej podstawie do rozwiązywania złożonych i nietypowych problemów w zmieniających się warunkach.	K_U01 K_U02 K_U03 K_U12 K_U13	
Kompetencje Wykład			

K1	Student ma świadomość znaczenia wiedzy z zakresu nowoczesnego zarządzania, rozumie zmienność otoczenia, co rodzi potrzebę ciągłego interdyscyplinarnego samokształcenia i rozwoju nabytych umiejętności.	K_K01 K_K03 K_K04 K_K07
K2	Student potrafi właściwie oceniać zmienność otoczenia i na tej podstawie zorganizować odpowiednie działania.	K_K01 K_K03 K_K04 K_K07

FORMY OCENY

Dla każdego z efektów kształcenia określonego dla przedmiotu w zakresie wiedzy, umiejętności i kompetencji, na ocenę:

2,0	student uzyskuje poniżej 51% maksymalnej liczby punktów	4,0	student uzyskuje od 71% do 80% maksymalnej liczby punktów
3,0	student uzyskuje od 51% do 60% maksymalnej liczby punktów	4,5	student uzyskuje od 81% do 90% maksymalnej liczby punktów
3,5	student uzyskuje od 61% do 70% maksymalnej liczby punktów	5,0	student uzyskuje powyżej 90% maksymalnej liczby punktów

Kryteria oceniania wg skali:

bardzo dobry	bdb	5	zakładane efekty zostały w pełni osiągnięte
dobry plus	db+	4,5	zakładane efekty zostały osiągnięte z niewielkimi niedociągnięciami
dobry	db	4	zakładane efekty zostały osiągnięte jednak z pewnymi brakami, które można szybko uzupełnić
dostateczny plus	dst+	3,5	zakładane efekty zostały osiągnięte z istotnymi brakami, ale dopuszczalnymi na minimalnym wymaganym
dostateczny	dst	3	zakładane efekty zostały osiągnięte z istotnymi brakami
niedostateczny	ndst	2	zakładane efekty nie zostały uzyskane

NAKLAD PRACY WŁASNEJ STUDENTA

		Forma aktywności	Średnia liczba godzin na zrealizowanie aktywności	
		Godziny zajęć (wg planu studiów) z nauczycielem	15	9
PW	1	Czytanie wskazanej literatury	10	10
	2	Przygotowanie pracy pisemnej, raportu, prezentacji, demonstracji, itp.	25	31
		Suma godzin:	50	50
		Punkty ECTS:	2	2

LITERATURA

Podstawowa

1	Zarządzanie publiczne. Public Governance 3 (57)/2021, Warszawa Wydawnictwo naukowe Scholar
2	S. Owsiak, Finanse publiczne : a nowe zarządzanie gospodarcze w Unii Europejskiej, wyd. PWN, Warszawa 2018.
3	Hausner J., Zarządzanie publiczne. Podręcznik akademicki, Warszawa Wydawnictwo naukowe Scholar 2008.
4	Nowe zarządzanie publiczne, red.T. Lubińska, Wydawnictwo Difin, Warszawa 2009

PAŃSTWOWA AKADEMIA NAUK STOSOWANYCH W GŁOGOWIE

INSTYTUT EKONOMICZNY

SYLABUS / KARTA PRZEDMIOTU



INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE																			
Nazwa przedmiotu (modułu)		Zarządzanie i analiza strategiczna												Kod przedmiotu		23			
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot										Instytut Ekonomiczny									
Poziom kształcenia		Studia drugiego stopnia						Profil studiów				praktyczny							
Kierunek studiów		Ekonomia biznesu						Specjalność											
Moduł kształcenia		Kierunkowy						Język wykładowy				polski							
Semestr		II						Forma zaliczenia				Egzamin							
WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ DYDAKTYCZNYCH																			
STUDIA STACJONARNE										STUDIA NIESTACJONARNE									
Wykład		Ćwiczenia		Laboratorium						Wykład		Ćwiczenia		Laboratorium					
15	E2	2								9	E2	2							
			15	ZO2	2								9	ZO2	2				
SUMARYCZNY WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ																			
STUDIA STACJONARNE										STUDIA NIESTACJONARNE									
Wykład		15								Wykład		9							
Ćwiczenia		15								Ćwiczenia		9							
Razem		30								Razem		18							
Praca własna studenta		20								Praca własna studenta		32							
Razem		50								Razem		50							
ECTS		2								ECTS		2							
CEL PRZEDMIOTU																			
<p>Celem przedmiotu jest przekazanie studentom praktycznej wiedzy i wyrobienie w nich umiejętności do formułowania wniosków i podejmowania decyzji w zakresie zarządzania i analiz. Zarządzanie strategiczne to także proces informacyjno-decyzyjny, który jest wspierany przez takie funkcje przedsiębiorstwa jak planowanie, organizacja, motywacja i kontrola. Ma wspomagać rozwiązywanie problemów dotyczących jego rozwoju i przetrwania, uwzględniając przy tym wpływ otoczenia.</p>																			
WYMAGANIA WSTĘPNE																			
<p>Student powinien posiadać podstawową wiedzę w zakresie ekonomicznych uwarunkowań funkcjonowania organizacji oraz zasad organizacji i zarządzania. Powinien mieć umiejętności analityczne i syntetyczne oraz chęć współpracy w grupie</p>																			
EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU																			
KOD		OPIS												EFEKT					
Wiedza																			
W1		Student ma wiedzę o współzależnościach zachodzących pomiędzy różnymi organizacjami oraz o zmiennym otoczeniu, które wpływa na te współzależności												K_W04 K_W05 K_W11					
W2		Student ma wiedzę o rodzajach powiązań ekonomiczno-społecznych w ramach współczesnej gospodarki i o rządzących nimi prawidłowościach oraz wie jak zbudować skuteczną strategię												K_W04 K_W05 K_W11 K_W14					
W3		Student ma pogłębioną wiedzę w zakresie zasad zarządzania strategicznego przedsiębiorstwem, analizy strategicznej i planowania strategicznego												K_W07 K_W11 K_W14					
W4		Student zna i rozumie teorie i metody analizy strategicznej, zna zasady planowania strategicznego oraz formułowania strategii												K_W11 K_W14					
W5		Student zna metody analiz strategicznej wykorzystywanej w konkurencyjnych przedsiębiorstwach, oraz zna metody budowania przewagi konkurencyjnej												K_W11 K_W14 K_W20					
Umiejętności																			

U1	Student potrafi opisywać i analizować skutki zmian gospodarczych z wykorzystaniem narzędzi i metod analizy strategicznej i na tej podstawie formułować własne strategie	K_U02 K_U10	
U2	Student potrafi wykorzystać swoją wiedzę przy formułowaniu strategii konkurencyjnej i na tej podstawie rozwiązywać problemy z tego zakresu w oparciu o analizę strategiczną (np. SWOT)	K_U03 K_U04 K_U12	
U3	Student potrafi wykorzystać posiadaną wiedzę do rozwiązywania strategicznych problemów decyzyjnych w oparciu o rzeczywiste metody poznane podczas praktyk zawodowych	K_U05 K_U13 K_U19	
U4	Student ma opanowany warsztat metod ilościowych wykorzystywanych w planowaniu strategicznym oraz potrafi wykorzystać do tego techniki informacyjno-komunikacyjne	K_U08 K_U12 K_U18	
U5	Student potrafi adaptować metody analizy strategiczne do rozwiązywania różnych dylematów decyzyjnych	K_U19	
Kompetencje			
K1	Student wykazuje się postawą przedsiębiorczą, staje się strategiem samodzielnie myślącym i podejmującym trafne decyzje	K_K01 K_K03	
K2	Student posiada zdolności uczestniczenia w przygotowaniu i realizacji różnych projektów o znaczeniu strategicznym dla przedsiębiorstwa, jak również posiada świadomość skutków podejmowanych przez siebie decyzji w oparciu o analizy strategiczne	K_K03 K_K07 K_K17	
K3	Student jest zainteresowany podejściem strategicznym w każdym aspekcie swojego funkcjonowania oraz jest zainteresowanym stałym doskonaleniem narzędzi analitycznych	K_K03 K_K07 K_K17	
K4	Student ma świadomość znaczenia planowania strategicznego oraz formułowania odpowiednich strategii zarządzania dla budowania przewagi konkurencyjnej w zmiennym otoczeniu społeczno-gospodarczym	K_K07 K_K15 K_K17	
K5	Student stale doskonali swoje osobiste umiejętności podejścia strategicznego wspartego techniką komputerową	K_K07 K_K14 K_K17	
TREŚCI KSZTAŁCENIA			
TEMAT		30	18
Wykład		15	9
1	Koncepcja zarządzania strategicznego. Ewolucja nauk o zarządzaniu strategicznym.	3	3
2	Typologia strategii zarządzania. Rodzaje strategii, pozycja strategiczna, przewaga konkurencyjna, strategie konkurowania.	4	2
3	Proces zarządzania. Uwarunkowania podejmowania decyzji strategicznych. Planowanie i analiza strategiczna.	4	2
4	Kontrola strategiczna, jej rodzaje i znaczenie w zarządzaniu przedsiębiorstwem.	4	2
Ćwiczenia		15	9
1	Koncepcja zarządzania strategicznego. Ewolucja nauk o zarządzaniu strategicznym.	3	3
2	Typologia strategii zarządzania. Rodzaje strategii, pozycja strategiczna, przewaga konkurencyjna, strategie konkurowania.	4	2
3	Proces zarządzania. Uwarunkowania podejmowania decyzji strategicznych. Planowanie i analiza strategiczna.	4	2
4	Kontrola strategiczna, jej rodzaje i znaczenie w zarządzaniu przedsiębiorstwem.	4	2
METODY DYDAKTYCZNE			
Prezentacje na nośnikach komputerowych w ppt., praca w excel z wykorzystaniem profesjonalnego oprogramowania do analizy strategicznej eBIZCOM			
KRYTERIA OCENY			
Wykład			
Egzamin ustny oraz projekt zaliczeniowy w postaci rozwiązania konkretnego praktycznego problemu decyzyjnego związanego z zarządzaniem strategicznym organizacją			
Ćwiczenia			
Egzamin ustny oraz projekt zaliczeniowy w postaci rozwiązania konkretnego praktycznego problemu decyzyjnego związanego z zarządzaniem strategicznym organizacją			

WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ

KOD	OPIS	EFEKT
Wiedza Wykład		
W1	Student ma wiedzę o współzależnościach zachodzących pomiędzy różnymi organizacjami oraz o zmiennym otoczeniu, które wpływa na te współzależności	K_W04 K_W05 K_W11
W2	Student ma wiedzę o rodzajach powiązań ekonomiczno-społecznych w ramach współczesnej gospodarki i o rządzących nimi prawidłowościach oraz wie jak zbudować skuteczną strategię	K_W04 K_W05 K_W11 K_W14
W3	Student ma pogłębioną wiedzę w zakresie zasad zarządzania strategicznego przedsiębiorstwem, analizy strategicznej i planowania strategicznego	K_W07 K_W11 K_W14
W4	Student zna i rozumie teorie i metody analizy strategicznej, zna zasady planowania strategicznego oraz formułowania strategii	K_W11 K_W14
W5	Student zna metody analiz strategicznej wykorzystywanej w konkurencyjnych przedsiębiorstwach, oraz zna metody budowania przewagi konkurencyjnej	K_W11 K_W14 K_W20
Umiejętności Wykład		
U1	Student potrafi opisywać i analizować skutki zmian gospodarczych z wykorzystaniem narzędzi i metod analizy strategicznej i na tej podstawie formułować własne strategie	K_U02 K_U10
U2	Student potrafi wykorzystać swoją wiedzę przy formułowaniu strategii konkurencyjnej i na tej podstawie rozwiązywać problemy z tego zakresu w oparciu o analizę strategiczną (np. SWOT)	K_U03 K_U04 K_U12
U3	Student potrafi wykorzystać posiadaną wiedzę do rozwiązywania strategicznych problemów decyzyjnych w oparciu o rzeczywiste metody poznane podczas praktyk zawodowych	K_U05 K_U13 K_U19
U4	Student ma opanowany warsztat metod ilościowych wykorzystywanych w planowaniu strategicznym oraz potrafi wykorzystać do tego techniki informacyjno-komunikacyjne	K_U08 K_U12 K_U18
U5	Student potrafi adaptować metody analizy strategiczne do rozwiązywania różnych dylematów decyzyjnych	K_U19
Kompetencje Wykład		
K1	Student wykazuje się postawą przedsiębiorczą, staje się strategiem samodzielnie myślącym i podejmującym trafne decyzje	K_K01 K_K03
K2	Student posiada zdolności uczestniczenia w przygotowaniu i realizacji różnych projektów o znaczeniu strategicznym dla przedsiębiorstwa, jak również posiada świadomość skutków podejmowanych przez siebie decyzji w oparciu o analizy strategiczne	K_K03 K_K07 K_K17
K3	Student jest zainteresowany podejściem strategicznym w każdym aspekcie swojego funkcjonowania oraz jest zainteresowanym stałym doskonaleniem narzędzi analitycznych	K_K03 K_K07 K_K17
K4	Student ma świadomość znaczenia planowania strategicznego oraz formułowania odpowiednich strategii zarządzania dla budowania przewagi konkurencyjnej w zmiennym otoczeniu społeczno-gospodarczym	K_K07 K_K15 K_K17
K5	Student stale doskonali swoje osobiste umiejętności podejścia strategicznego wspartego techniką komputerową	K_K07 K_K14 K_K17
Wiedza Ćwiczenia		
W1	Student ma wiedzę o współzależnościach zachodzących pomiędzy różnymi organizacjami oraz o zmiennym otoczeniu, które wpływa na te współzależności	K_W04 K_W05 K_W11
W2	Student ma wiedzę o rodzajach powiązań ekonomiczno-społecznych w ramach współczesnej gospodarki i o rządzących nimi prawidłowościach oraz wie jak zbudować skuteczną strategię	K_W04 K_W05 K_W11 K_W14
W3	Student ma pogłębioną wiedzę w zakresie zasad zarządzania strategicznego przedsiębiorstwem, analizy strategicznej i planowania strategicznego	K_W07 K_W11 K_W14
W4	Student zna i rozumie teorie i metody analizy strategicznej, zna zasady planowania strategicznego oraz formułowania strategii	K_W11 K_W14

W5	Student zna metody analiz strategicznej wykorzystywanej w konkurencyjnych przedsiębiorstwach, oraz zna metody budowania przewagi konkurencyjnej		K_W11 K_W14 K_W20		
Umiejętności Ćwiczenia					
U1	Student potrafi opisywać i analizować skutki zmian gospodarczych z wykorzystaniem narzędzi i metod analizy strategicznej i na tej podstawie formułować własne strategie		K_U02 K_U10		
U2	Student potrafi wykorzystać swoją wiedzę przy formułowaniu strategii konkurencyjnej i na tej podstawie rozwiązywać problemy z tego zakresu w oparciu o analizę strategiczną (np. SWOT)		K_U03 K_U04 K_U12		
U3	Student potrafi wykorzystać posiadaną wiedzę do rozwiązywania strategicznych problemów decyzyjnych w oparciu o rzeczywiste metody poznane podczas praktyk zawodowych		K_U05 K_U13 K_U19		
U4	Student ma opanowany warsztat metod ilościowych wykorzystywanych w planowaniu strategicznym oraz potrafi wykorzystać do tego techniki informacyjno-komunikacyjne		K_U08 K_U12 K_U18		
U5	Student potrafi adaptować metody analizy strategicznej do rozwiązywania różnych dylematów decyzyjnych		K_U19		
Kompetencje Ćwiczenia					
K1	Student wykazuje się postawą przedsiębiorczą, staje się strategiem samodzielnie myślącym i podejmującym trafne decyzje		K_K01 K_K03		
K2	Student posiada zdolności uczestniczenia w przygotowaniu i realizacji różnych projektów o znaczeniu strategicznym dla przedsiębiorstwa, jak również posiada świadomość skutków podejmowanych przez siebie decyzji w oparciu o analizy strategiczne		K_K03 K_K07 K_K17		
K3	Student jest zainteresowany podejściem strategicznym w każdym aspekcie swojego funkcjonowania oraz jest zainteresowanym stałym doskonaleniem narzędzi analitycznych		K_K03 K_K07 K_K17		
K4	Student ma świadomość znaczenia planowania strategicznego oraz formułowania odpowiednich strategii zarządzania dla budowania przewagi konkurencyjnej w zmiennym otoczeniu społeczno-gospodarczym		K_K07 K_K15 K_K17		
K5	Student stale doskonali swoje osobiste umiejętności podejścia strategicznego wspartego techniką komputerową		K_K07 K_K14 K_K17		
FORMY OCENY					
Dla każdego z efektów kształcenia określonego dla przedmiotu w zakresie wiedzy, umiejętności i kompetencji, na ocenę:					
2,0	student uzyskuje poniżej 51% maksymalnej liczby punktów	4,0	student uzyskuje od 71% do 80% maksymalnej liczby punktów		
3,0	student uzyskuje od 51% do 60% maksymalnej liczby punktów	4,5	student uzyskuje od 81% do 90% maksymalnej liczby punktów		
3,5	student uzyskuje od 61% do 70% maksymalnej liczby punktów	5,0	student uzyskuje powyżej 90% maksymalnej liczby punktów		
Kryteria oceniania wg skali:					
bardzo dobry	bdb	5	zakładane efekty zostały w pełni osiągnięte		
dobry plus	db+	4,5	zakładane efekty zostały osiągnięte z niewielkimi niedociągnięciami		
dobry	db	4	zakładane efekty zostały osiągnięte jednak z pewnymi brakami, które można szybko uzupełnić		
dostateczny plus	dst+	3,5	zakładane efekty zostały osiągnięte z istotnymi brakami, ale dopuszczalnymi na minimalnym wymaganym		
dostateczny	dst	3	zakładane efekty zostały osiągnięte z istotnymi brakami		
niedostateczny	ndst	2	zakładane efekty nie zostały uzyskane		
NAKLAD PRACY WŁASNEJ STUDENTA					
		Forma aktywności		Średnia liczba godzin na zrealizowanie aktywności	
		Godziny zajęć (wg planu studiów) z nauczycielem		30	18
Praca własna	1	Przygotowanie do zajęć		3	5
	2	Czytanie wskazanej literatury		3	5
	3	Przygotowanie pracy pisemnej, raportu, prezentacji, demonstracji, itp.		3	5
	4	Przygotowanie projektu		3	5
	5	Przygotowanie pracy semestralnej		4	6
	6	Przygotowanie do egzaminu / zaliczenia		4	6
		Suma godzin:		50	50
		Punkty ECTS:		2	2

LITERATURA**Podstawowa**

1	Zarządzanie strategiczne w przedsiębiorstwie. / Z. Pięćcinek. - Warszawa Wydawnictwo Naukowe PWN 2022
2	Analiza strategiczna przedsiębiorstwa / Grażyna Gierszewska, Maria Romanowska. - Warszawa: Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, 2021
3	Zarządzanie strategiczne w teorii i praktyce firmy. / Adam Stabryła. -Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN, 2022

Uzupełniająca

1	Planowanie i strategie biznesowe / Paul M. Elkin. - Warszawa: Wolters Kulwer, 2010.
---	---

PAŃSTWOWA AKADEMIA NAUK STOSOWANYCH W GŁOGOWIE

INSTYTUT EKONOMICZNY

SYLABUS / KARTA PRZEDMIOTU



INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE																			
Nazwa przedmiotu (modułu)			Marketing i badania rynku												Kod przedmiotu		24		
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot										Instytut Ekonomiczny									
Poziom kształcenia			Studia drugiego stopnia						Profil studiów			praktyczny							
Kierunek studiów			Ekonomia biznesu						Specjalność										
Moduł kształcenia			Kierunkowy						Język wykładowy			polski							
Semestr			I						Forma zaliczenia			Egzamin							
WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ DYDAKTYCZNYCH																			
STUDIA STACJONARNE										STUDIA NIESTACJONARNE									
Wykład		Ćwiczenia		Laboratorium						Wykład		Ćwiczenia		Laboratorium					
30	E1	3								18	E1	3							
			15	ZO1	3								9	ZO1	3				
SUMARYCZNY WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ																			
STUDIA STACJONARNE										STUDIA NIESTACJONARNE									
Wykład						30				Wykład						18			
Ćwiczenia						15				Ćwiczenia						9			
Razem						45				Razem						27			
Praca własna studenta						30				Praca własna studenta						48			
Razem						75				Razem						75			
ECTS						3				ECTS						3			
CEL PRZEDMIOTU																			
Zapoznanie studentów z marketingową koncepcją funkcjonowania przedsiębiorstwa na rynku. Zapoznanie studentów z narzędziami marketingu mix i strategiami zarządzania marketingowego oraz metodologią badań marketingowych i badań rynku.																			
WYMAGANIA WSTĘPNE																			
Znajomość podstawowej problematyki ekonomicznej.																			
EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU																			
KOD	OPIS														EFEKT				
Wiedza																			
W1	Student ma wiedzę z zakresu genezy, historii i rozwoju marketingu.														K_W03				
W2	Student zna narzędzia marketingu mix (produkt, cena, dystrybucja, promocja).														K_W03				
W3	Ma wiedzę z zakresu analiz portfelowych.														K_W06				
W4	Ma wiedzę na temat metodologii badań marketingowych i badań rynku.														K_W07 K_W13				
W5	Ma wiedzę z zakresu strategii marketingowych i planu marketingowego.														K_W15				
Umiejętności																			
U1	Potrafi przeprowadzić segmentację rynku, z wykorzystaniem różnych, istotnych kryteriów.														K_U02 K_U18				
U2	Posiada umiejętność implementacji nowoczesnych koncepcji marketingowych (marketing doświadczeń, marketing wartość dla klienta) w zarządzaniu marketingowym przedsiębiorstwem.														K_U07 K_U13 K_U20				
U3	Potrafi przeprowadzić pogłębioną analizę otoczenia firmy, mikro i makrootoczenia.														K_U14 K_U18 K_U20				
U4	Potrafi przeprowadzić i zaprojektować badania marketingowe i badania rynku, a następnie dokonać analizy wyników.														K_U18 K_U19 K_U20				
Kompetencje																			

K1	Ma świadomość znaczenia etyki i uczciwości w marketingu.	K_K02	
K2	Ma świadomość konieczności doskonalenia swojej wiedzy w związku ze zmiennością uwarunkowań zewnętrznych i wewnętrznych.	K_K15 K_K17	
TREŚCI KSZTAŁCENIA			
TEMAT		45	27
Wykład		30	18
1	Geneza i istota marketingu, orientacje w działalności przedsiębiorstwa. Segmentacja rynku: pojęcie i rola segmentacji rynku, kryteria segmentacji, ocena atrakcyjności segmentów rynku.	8	4
2	Strategie marketingowe w zarządzaniu przedsiębiorstwem. Analiza konkurencji i zastosowanie metod portfelowych. Metodologia badań marketingowych i badań rynku.	8	4
3	Produkt jako element marketingu. Istota i funkcje produktu, klasyfikacja produktów, cykl rynkowego życia produktu. Polityka cen w przedsiębiorstwie: miejsce i funkcje cen w marketingu, podstawy kształtowania polityki cenowej w przedsiębiorstwie.	7	5
4	Dystrybucja produktów: pojęcie i funkcje dystrybucji, kanały dystrybucji - ich rodzaje i struktura. Polityka promocji: miejsce promocji w koncepcji marketingu-mix, kształtowanie programu promocyjnego przedsiębiorstwa.	7	5
Ćwiczenia		15	9
1	Segmentacja rynku: pojęcie i rola segmentacji rynku, kryteria segmentacji, ocena atrakcyjności segmentów rynku. Aspekty praktyczne.	6	3
2	Strategie marketingowe w zarządzaniu przedsiębiorstwem. Analiza konkurencji i zastosowanie metod portfelowych. Metodologia badań marketingowych i badań rynku. Aspekty praktyczne.	3	2
3	Produkt jako element marketingu. Istota i funkcje produktu, klasyfikacja produktów, cykl rynkowego życia produktu. Polityka cen w przedsiębiorstwie: miejsce i funkcje cen w marketingu, podstawy kształtowania polityki cenowej w przedsiębiorstwie. Aspekty	3	2
4	Dystrybucja produktów: pojęcie i funkcje dystrybucji, kanały dystrybucji - ich rodzaje i struktura. Polityka promocji: miejsce promocji w koncepcji marketingu-mix, kształtowanie programu promocyjnego przedsiębiorstwa. Aspekty praktyczne.	3	2
METODY DYDAKTYCZNE			
Wykłady z prezentacjami multimedialnymi. Ćwiczenia z wykorzystaniem metod aktywizujących. Dyskusja na zajęciach. Projekty indywidualne, grupowe. Praca w zespołach zadaniowych. Case studie.			
KRYTERIA OCENY			
Wykład			
Egzamin.			
Ćwiczenia			
Zadanie projektowe na zaliczenie ćwiczeń.			
WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ			
KOD	OPIS	EFEKT	
Wiedza		Wykład	
W1	Student ma wiedzę z zakresu genezy, historii i rozwoju marketingu.	K_W03	
W2	Student zna narzędzia marketingu mix (produkt, cena, dystrybucja, promocja).	K_W03	
W3	Ma wiedzę zakresu analiz portfelowych.	K_W06	
W4	Ma wiedzę na temat metodologii badań marketingowych i badań rynku.	K_W07 K_W13	
W5	Ma wiedzę z zakresu strategii marketingowych i planu marketingowego.	K_W15	
Umiejętności		Wykład	
U1	Potrafi przeprowadzić segmentację rynku, z wykorzystaniem różnych, istotnych kryteriów.	K_U02 K_U18	
U2	Posiada umiejętność implementacji nowoczesnych koncepcji marketingowych (marketing doświadczeń, marketing wartość dla klienta) w zarządzaniu marketingowym przedsiębiorstwem.	K_U07 K_U13 K_U20	

U3	Potrafi przeprowadzić pogłębioną analizę otoczenia firmy, mikro i makrootoczenia.	K_U14 K_U18 K_U20		
U4	Potrafi przeprowadzić i zaprojektować badania marketingowe i badania rynku, a następnie dokonać analizy wyników.	K_U18 K_U19 K_U20		
Kompetencje Wykład				
K1	Ma świadomość znaczenia etyki i uczciwości w marketingu.	K_K02		
K2	Ma świadomość konieczności doskonalenia swojej wiedzy w związku ze zmiennością uwarunkowań zewnętrznych i wewnętrznych.	K_K15 K_K17		
Wiedza Ćwiczenia				
W1	Student ma wiedzę z zakresu genezy, historii i rozwoju marketingu.	K_W03		
W2	Student zna narzędzia marketingu mix (produkt, cena, dystrybucja, promocja).	K_W03		
W3	Ma wiedzę zakresu analiz portfelowych.	K_W06		
W4	Ma wiedzę na temat metodologii badań marketingowych i badań rynku.	K_W07 K_W13		
W5	Ma wiedzę z zakresu strategii marketingowych i planu marketingowego.	K_W15		
Umiejętności Ćwiczenia				
U1	Potrafi przeprowadzić segmentację rynku, z wykorzystaniem różnych, istotnych kryteriów.	K_U02 K_U18		
U2	Posiada umiejętność implementacji nowoczesnych koncepcji marketingowych (marketing doświadczeń, marketing wartość dla klienta) w zarządzaniu marketingowym przedsiębiorstwem.	K_U07 K_U13 K_U20		
U3	Potrafi przeprowadzić pogłębioną analizę otoczenia firmy, mikro i makrootoczenia.	K_U14 K_U18 K_U20		
U4	Potrafi przeprowadzić i zaprojektować badania marketingowe i badania rynku, a następnie dokonać analizy wyników.	K_U18 K_U19 K_U20		
Kompetencje Ćwiczenia				
K1	Ma świadomość znaczenia etyki i uczciwości w marketingu.	K_K02		
K2	Ma świadomość konieczności doskonalenia swojej wiedzy w związku ze zmiennością uwarunkowań zewnętrznych i wewnętrznych.	K_K15 K_K17		
FORMY OCENY				
Dla każdego z efektów kształcenia określonego dla przedmiotu w zakresie wiedzy, umiejętności i kompetencji, na ocenę:				
2,0	student uzyskuje poniżej 51% maksymalnej liczby punktów	4,0	student uzyskuje od 71% do 80% maksymalnej liczby punktów	
3,0	student uzyskuje od 51% do 60% maksymalnej liczby punktów	4,5	student uzyskuje od 81% do 90% maksymalnej liczby punktów	
3,5	student uzyskuje od 61% do 70% maksymalnej liczby punktów	5,0	student uzyskuje powyżej 90% maksymalnej liczby punktów	
Kryteria oceniania wg skali:				
bardzo dobry	bdb	5	zakładane efekty zostały w pełni osiągnięte	
dobry plus	db+	4,5	zakładane efekty zostały osiągnięte z niewielkimi niedociągnięciami	
dobry	db	4	zakładane efekty zostały osiągnięte jednak z pewnymi brakami, które można szybko uzupełnić	
dostateczny plus	dst+	3,5	zakładane efekty zostały osiągnięte z istotnymi brakami, ale dopuszczalnymi na minimalnym wymaganym	
dostateczny	dst	3	zakładane efekty zostały osiągnięte z istotnymi brakami	
niedostateczny	ndst	2	zakładane efekty nie zostały uzyskane	
NAKLAD PRACY WŁASNEJ STUDENTA				
		Forma aktywności	Średnia liczba godzin na zrealizowanie aktywności	
		Godziny zajęć (wg planu studiów) z nauczycielem	45	27
Praca własna	1	Przygotowanie do zajęć	10	15
	2	Czytanie wskazanej literatury	10	13
	3	Przygotowanie projektu	5	10
	4	Przygotowanie do egzaminu / zaliczenia	5	10
		Suma godzin:	75	75
		Punkty ECTS:	3	3
LITERATURA				
Podstawowa				
1	Kotler P., Marketing. Poznań Rebis 2021.			

2	Błoński K. (red.), Działania marketingowe organizacji. Warszawa PWE 2020.
3	Lutostański M.J., Badanie rynku: jak zrozumieć konsumenta. Warszawa Wydawnictwo Naukowe PWN 2022.
Uzupełniająca	
1	K. Mazurek-Łopacińska, Badania marketingowe: metody, nowe technologie, obszary aplikacji. Warszawa PWE 2016.
2	Kotler P., Marketing 5.0 technologie next tech. Warszawa MT Biznes 2021.
3	Scott D.M., Nowe zasady marketingu i PR: jak poprzez social media, podcasty, content marketing oraz sztuczną inteligencję dotrzeć bezpośrednio do kupujących. Warszawa MT Biznes 2022.

PAŃSTWOWA AKADEMIA NAUK STOSOWANYCH W GŁOGOWIE

INSTYTUT EKONOMICZNY

SYLABUS / KARTA PRZEDMIOTU



INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE																		
Nazwa przedmiotu (modułu)			Zaawansowana analiza ekonomiczna											Kod przedmiotu		25		
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot											Instytut Ekonomiczny							
Poziom kształcenia			Studia drugiego stopnia						Profil studiów			praktyczny						
Kierunek studiów			Ekonomia biznesu						Specjalność									
Moduł kształcenia			Kierunkowy						Język wykładowy			polski						
Semestr			IV						Forma zaliczenia			Egzamin						
WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ DYDAKTYCZNYCH																		
STUDIA STACJONARNE									STUDIA NIESTACJONARNE									
Wykład			Ćwiczenia			Laboratorium			Wykład			Ćwiczenia			Laboratorium			
15	E4	4							9	E4	4							
						15	ZO4	4							9	ZO4	4	
SUMARYCZNY WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ																		
STUDIA STACJONARNE									STUDIA NIESTACJONARNE									
Wykład			15						Wykład			9						
Laboratorium			15						Laboratorium			9						
Razem			30						Razem			18						
Praca własna studenta			70						Praca własna studenta			82						
Razem			100						Razem			100						
ECTS			4						ECTS			4						
CEL PRZEDMIOTU																		
Poznanie i opanowanie umiejętności wykorzystania współczesnych metod stosowanych w analizie ekonomicznej, a także nabycie umiejętności prezentacji wyników badań i ich interpretacji.																		
WYMAGANIA WSTĘPNE																		
Umiejętność wnioskowanie statystycznego oraz umiejętności z zakresu inżynierii finansowej a także oraz poprawna interpretacja zjawisk gospodarczych w aktualnym prawnym otoczeniu.																		
EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU																		
KOD	OPIS											EFEKT						
Wiedza																		
W1	Zna i rozumie w stopniu zaawansowanym istotę nauk ekonomicznych i relacji między innymi dyscyplinami w procesie analizowania i wnioskowania.											K_W01 K_W02 K_W05 K_W14						
W2	Zna i rozumie w zaawansowanym stopniu zasady działania podmiotów gospodarczych oraz instytucji, ze szczególnym uwzględnieniem mechanizmów ich funkcjonowania, zwłaszcza przedsiębiorstw, banków, zakładów ubezpieczeń, instytucji rynków finansowych i jednostek sektora finansów publicznych.											K_W01 K_W02 K_W05 K_W14						
W3	Ma wiedzę, w pogłębionym stopniu, o rodzajach powiązań ekonomiczno-społecznych w ramach współczesnej gospodarki i o rządzących nimi prawidłowościach oraz wie jak wykorzystać instrumentarium analizy ekonomicznej, w tym systemy informacyjne i informatyczne pozwalające opisywać i objaśniać procesy gospodarcze i reguły oraz prawidłowości nimi rządzące.											K_W01 K_W02 K_W05 K_W14						
W4	Zna w zaawansowanym stopniu współczesne metody stosowane w analizie ekonomicznej i systemy wspomagające procesy ocenne i interpretacyjne oraz wizualizujące efekty analiz.											K_W01 K_W02 K_W05 K_W14						
W5	Zna w zaawansowanym stopniu funkcjonowanie nowoczesnych form organizacyjnoprawnych w procesach analityczno-ocennych.											K_W01 K_W02 K_W05 K_W14						

Umiejętności			
U1	Potrafi prawidłowo wyjaśniać i interpretować, w celach analitycznych, zdarzenia gospodarcze w ujęciu tak historycznym jak i prospektywnym.	K_U01 K_U02 K_U05 K_U08 K_U13	
U2	Potraf szczegółowo opisywać i analizować wpływ i skutki zmian gospodarczych z wykorzystaniem instrumentarium stosowanego w analizie ekonomicznej.	K_U01 K_U02 K_U05 K_U08 K_U13	
U3	Ma opanowane metody ilościowe oraz scoringowe wsparte technikami informatycznymi w procesach czynności analitycznych.	K_U01 K_U02 K_U05 K_U08 K_U13	
U4	Potrafi pracować w zespołach interdyscyplinarnych w ramach prac analitycznych, kierować pracą indywidualną i zespołową. Potrafi także pełnić formę lidera w zespole analitycznym, wyznaczać kierunki prac i doskonalić swój warsztat analityka gospodarczego.	K_U01 K_U02 K_U05 K_U08 K_U13	
U5	Potrafi, w ramach prac analitycznych, komunikować się na tematy specjalistyczne z różnymi interesariuszami, a wyniki badań dostosowując do możliwości percepcyjnych odbiorców.	K_U01 K_U02 K_U05 K_U08 K_U13	
Kompetencje			
K1	Ma świadomość znaczenia wiedzy z zakresu dyscyplin :ekonomia i finanse, nauki o zarządzaniu i jakości w procesie prac analitycznych, w tym interpretacji zjawisk a także rozumienia wydarzeń społeczno-gospodarczych i ich zmienności, co rodzi potrzebę interdyscyplinarnego samokształcenia i rozwoju nabytych umiejętności.	K_K01 K_K02 K_K07 K_K08 K_K16	
K2	Charakteryzuje się odpowiedzialnością zawodową, w tym przestrzeganiem zasad etyki zawodowej i dbałością o dorobek i tradycje zawodu ekonomisty. Promuje kulturę i działa pro jakościowo w dziedzinie zawodowej ekonomisty.	K_K01 K_K02 K_K07 K_K08 K_K16	
K3	Posiada zdolności uczestniczenia w przygotowaniu i realizacji różnych projektów, jak również posiada świadomość skutków podejmowanych przez siebie decyzji.	K_K01 K_K02 K_K07 K_K08 K_K16	
K4	Ma świadomość skutków przemian zachodzących w otoczeniu społeczno-politycznym.	K_K01 K_K02 K_K07 K_K08 K_K16	
K5	Aktywnie śledzi ewolucję prawa gospodarczego, krajowego i unijnego.	K_K01 K_K02 K_K07 K_K08 K_K16	
TREŚCI KSZTAŁCENIA			
TEMAT		30	18
Wykład		15	9
1	Przegląd metod stosowanych w analizie ekonomicznej	5	3
2	Analiza wrażliwości za pomocą dźwigni (operacyjnej, finansowej, superdźwigni)	3	2
3	Analiza wskaźnikowa	4	2
4	Modele dyskryminacyjne, logitowe i punktowe	3	2
Laboratorium		15	9
1	Przegląd metod stosowanych w analizie ekonomicznej	3	3
2	Analiza wrażliwości za pomocą dźwigni (operacyjnej, finansowej, superdźwigni)	4	2
3	Analiza wskaźnikowa	4	2
4	Modele dyskryminacyjne, logitowe i punktowe	4	2
METODY DYDAKTYCZNE			
Excel, Programy specjalistyczne (eBIZCom do analiz finansowych, program autorski do analizy finansowej), rzutnik i plansze w PDF, konwersacje, projekty zespołowe, wzorce gotowych analiz.			
KRYTERIA OCENY			
Wykład			
Egzamin pisemny z zadaniami, zaliczenie ćwiczeń - projekt zespołowy oraz sprawdzian pisemny			

Laboratorium		
Egzamin pisemny z zadaniami, zaliczenie ćwiczeń - projekt zespołowy oraz sprawdzian pisemny		
WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ		
KOD	OPIS	EFEKT
Wiedza		Wykład
W1	Zna i rozumie w stopniu zaawansowanym istotę nauk ekonomicznych i relacji między innymi dyscyplinami w procesie analizowania i wnioskowania.	K_W01 K_W02 K_W05 K_W14
W2	Zna i rozumie w zaawansowanym stopniu zasady działania podmiotów gospodarczych oraz instytucji, ze szczególnym uwzględnieniem mechanizmów ich funkcjonowania, zwłaszcza przedsiębiorstw, banków, zakładów ubezpieczeń, instytucji rynków finansowych i jednostek sektora finansów publicznych.	K_W01 K_W02 K_W05 K_W14
W3	Ma wiedzę, w pogłębionym stopniu, o rodzajach powiązań ekonomiczno-społecznych w ramach współczesnej gospodarki i o rządzących nimi prawidłowościach oraz wie jak wykorzystać instrumentarium analizy ekonomicznej, w tym systemy informacyjne i informatyczne pozwalające opisywać i objaśniać procesy gospodarcze i reguły oraz prawidłowości nimi rządzące.	K_W01 K_W02 K_W05 K_W14
W4	Zna w zaawansowanym stopniu współczesne metody stosowane w analizie ekonomicznej i systemy wspomagające procesy ocenne i interpretacyjne oraz wizualizujące efekty analiz.	K_W01 K_W02 K_W05 K_W14
W5	Zna w zaawansowanym stopniu funkcjonowanie nowoczesnych form organizacyjnoprawnych w procesach analityczno-ocennych.	K_W01 K_W02 K_W05 K_W14
Umiejętności		Wykład
U1	Potrafi prawidłowo wyjaśniać i interpretować, w celach analitycznych, zdarzenia gospodarcze w ujęciu tak historycznym jak i prospektywnym.	K_U01 K_U02 K_U05 K_U08 K_U13
U2	Potraf szczegółowo opisywać i analizować wpływ i skutki zmian gospodarczych z wykorzystaniem instrumentarium stosowanego w analizie ekonomicznej.	K_U01 K_U02 K_U05 K_U08 K_U13
U3	Ma opanowane metody ilościowe oraz scoringowe wsparte technikami informatycznymi w procesach czynności analitycznych.	K_U01 K_U02 K_U05 K_U08 K_U13
U4	Potrafi pracować w zespołach interdyscyplinarnych w ramach prac analitycznych, kierować pracą indywidualną i zespołową. Potrafi także pełnić formę lidera w zespole analitycznym, wyznaczać kierunki prac i doskonalić swój warsztat analityka gospodarczego.	K_U01 K_U02 K_U05 K_U08 K_U13
U5	Potrafi , w ramach prac analitycznych, komunikować się na tematy specjalistyczne z różnymi interesariuszami, a wyniki badań dostosowując do możliwości percepcyjnych odbiorców.	K_U01 K_U02 K_U05 K_U08 K_U13
Kompetencje		Wykład
K1	Ma świadomość znaczenia wiedzy z zakresu dyscyplin :ekonomia i finanse, nauki o zarządzaniu i jakości w procesie prac analitycznych, w tym interpretacji zjawisk a także rozumienia wydarzeń społeczno-gospodarczych i ich zmienności, co rodzi potrzebę interdyscyplinarnego samokształcenia i rozwoju nabytych umiejętności.	K_K01 K_K02 K_K07 K_K08 K_K16
K2	Charakteryzuje się odpowiedzialnością zawodową, w tym przestrzeganiem zasad etyki zawodowej i dbałością o dorobek i tradycje zawodu ekonomisty. Promuje kulturę i działa projąkociowo w dziedzinie zawodowej ekonomisty.	K_K01 K_K02 K_K07 K_K08 K_K16
K3	Posiada zdolności uczestniczenia w przygotowaniu i realizacji różnych projektów, jak również posiada świadomość skutków podejmowanych przez siebie decyzji.	K_K01 K_K02 K_K07 K_K08 K_K16
K4	Ma świadomość skutków przemian zachodzących w otoczeniu społeczno-politycznym.	K_K01 K_K02 K_K07 K_K08 K_K16

K5	Aktywnie śledzi ewolucję prawa gospodarczego, krajowego i unijnego.	K_K01 K_K02 K_K07 K_K08 K_K16
Wiedza Laboratorium		
W1	Zna i rozumie w stopniu zaawansowanym istotę nauk ekonomicznych i relacji między innymi dyscyplinami w procesie analizowania i wnioskowania.	K_W01 K_W02 K_W05 K_W14
W2	Zna i rozumie w zaawansowanym stopniu zasady działania podmiotów gospodarczych oraz instytucji, ze szczególnym uwzględnieniem mechanizmów ich funkcjonowania, zwłaszcza przedsiębiorstw, banków, zakładów ubezpieczeń, instytucji rynków finansowych i jednostek sektora finansów publicznych.	K_W01 K_W02 K_W05 K_W14
W3	Ma wiedzę, w pogłębionym stopniu, o rodzajach powiązań ekonomiczno-społecznych w ramach współczesnej gospodarki i o rządzących nimi prawidłowościach oraz wie jak wykorzystać instrumentarium analizy ekonomicznej, w tym systemy informacyjne i informatyczne pozwalające opisywać i objaśniać procesy gospodarcze i reguły oraz prawidłowości nimi rządzące.	K_W01 K_W02 K_W05 K_W14
W4	Zna w zaawansowanym stopniu współczesne metody stosowane w analizie ekonomicznej i systemy wspomagające procesy ocenne i interpretacyjne oraz wizualizujące efekty analiz.	K_W01 K_W02 K_W05 K_W14
W5	Zna w zaawansowanym stopniu funkcjonowanie nowoczesnych form organizacyjnoprawnych w procesach analityczno-ocennych.	K_W01 K_W02 K_W05 K_W14
Umiejętności Laboratorium		
U1	Potrafi prawidłowo wyjaśniać i interpretować, w celach analitycznych, zdarzenia gospodarcze w ujęciu tak historycznym jak i prospektywnym.	K_U01 K_U02 K_U05 K_U08 K_U13
U2	Potraf szczegółowo opisywać i analizować wpływ i skutki zmian gospodarczych z wykorzystaniem instrumentarium stosowanego w analizie ekonomicznej.	K_U01 K_U02 K_U05 K_U08 K_U13
U3	Ma opanowane metody ilościowe oraz scoringowe wsparte technikami informatycznymi w procesach czynności analitycznych.	K_U01 K_U02 K_U05 K_U08 K_U13
U4	Potrafi pracować w zespołach interdyscyplinarnych w ramach prac analitycznych, kierować pracą indywidualną i zespołową. Potrafi także pełnić formę lidera w zespole analitycznym, wyznaczać kierunki prac i doskonalić swój warsztat analityka gospodarczego.	K_U01 K_U02 K_U05 K_U08 K_U13
U5	Potrafi, w ramach prac analitycznych, komunikować się na tematy specjalistyczne z różnymi interesariuszami, a wyniki badań dostosowując do możliwości percepcyjnych odbiorców.	K_U01 K_U02 K_U05 K_U08 K_U13
Kompetencje Laboratorium		
K1	Ma świadomość znaczenia wiedzy z zakresu dyscyplin :ekonomia i finanse, nauki o zarządzaniu i jakości w procesie prac analitycznych, w tym interpretacji zjawisk a także rozumienia wydarzeń społeczno-gospodarczych i ich zmienności, co rodzi potrzebę interdyscyplinarnego samokształcenia i rozwoju nabytych umiejętności.	K_K01 K_K02 K_K07 K_K08 K_K16
K2	Charakteryzuje się odpowiedzialnością zawodową, w tym przestrzeganiem zasad etyki zawodowej i dbałością o dorobek i tradycje zawodu ekonomisty. Promuje kulturę i działa pro jakościowo w dziedzinie zawodowej ekonomisty.	K_K01 K_K02 K_K07 K_K08 K_K16
K3	Posiada zdolności uczestniczenia w przygotowaniu i realizacji różnych projektów, jak również posiada świadomość skutków podejmowanych przez siebie decyzji.	K_K01 K_K02 K_K07 K_K08 K_K16
K4	Ma świadomość skutków przemian zachodzących w otoczeniu społeczno-politycznym.	K_K01 K_K02 K_K07 K_K08 K_K16

K5	Aktywnie śledzi ewolucję prawa gospodarczego, krajowego i unijnego.	K_K01 K_K02 K_K07 K_K08 K_K16
-----------	---	--

FORMY OCENY

Dla każdego z efektów kształcenia określonego dla przedmiotu w zakresie wiedzy, umiejętności i kompetencji, na ocenę:

2,0	student uzyskuje poniżej 51% maksymalnej liczby punktów	4,0	student uzyskuje od 71% do 80% maksymalnej liczby punktów
3,0	student uzyskuje od 51% do 60% maksymalnej liczby punktów	4,5	student uzyskuje od 81% do 90% maksymalnej liczby punktów
3,5	student uzyskuje od 61% do 70% maksymalnej liczby punktów	5,0	student uzyskuje powyżej 90% maksymalnej liczby punktów

Kryteria oceniania wg skali:

bardzo dobry	bdb	5	zakładane efekty zostały w pełni osiągnięte
dobry plus	db+	4,5	zakładane efekty zostały osiągnięte z niewielkimi niedociągnięciami
dobry	db	4	zakładane efekty zostały osiągnięte jednak z pewnymi brakami, które można szybko uzupełnić
dostateczny plus	dst+	3,5	zakładane efekty zostały osiągnięte z istotnymi brakami, ale dopuszczalnymi na minimalnym wymaganym
dostateczny	dst	3	zakładane efekty zostały osiągnięte z istotnymi brakami
niedostateczny	ndst	2	zakładane efekty nie zostały uzyskane

NAKLAD PRACY WŁASNEJ STUDENTA

		Forma aktywności	Średnia liczba godzin na zrealizowanie aktywności	
		Godziny zajęć (wg planu studiów) z nauczycielem	30	18
Praca własna	1	Przygotowanie do zajęć	10	12
	2	Czytanie wskazanej literatury	10	20
	3	Przygotowanie pracy pisemnej, raportu, prezentacji, demonstracji, itp.	20	20
	4	Przygotowanie do egzaminu / zaliczenia	30	30
		Suma godzin:	100	100
		Punkty ECTS:	4	4

LITERATURA

Podstawowa

1	Podstawy analizy ekonomicznej, F. Bławat, CeDeWu, 2020.
2	Analiza finansowa, przewidywanie bankructwa i analiza trudności finansowych, teoria, przykłady zadania, R. Kowalak Wydawnictwo UE Wrocław 2022.
3	Jerzemowska M. (red.) Analiza ekonomiczna w przedsiębiorstwie. Warszawa PWE 2018.

Uzupełniająca

1	Podstawy analizy ekonomiczno-finansowej w jednostkach samorządu terytorialnego / Magdalena Kowalczyk. - Warszawa: Difin, 2017.
2	Analiza i ocena kondycji finansowej przedsiębiorstwa z wykorzystaniem rachunku przepływów pieniężnych / Tomasz Maślanka, Iwona Mazur-Maślanka. - Wydanie I. - Warszawa : CeDeWu, 2021.

PAŃSTWOWA AKADEMIA NAUK STOSOWANYCH W GŁOGOWIE

INSTYTUT EKONOMICZNY

SYLABUS / KARTA PRZEDMIOTU



INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE																	
Nazwa przedmiotu (modułu)		Ubezpieczenia w biznesie												Kod przedmiotu		26	
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot										Instytut Ekonomiczny							
Poziom kształcenia		Studia drugiego stopnia						Profil studiów			praktyczny						
Kierunek studiów		Ekonomia biznesu						Specjalność									
Moduł kształcenia		Kierunkowy						Język wykładowy			polski						
Semestr		II						Forma zaliczenia			Egzamin						
WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ DYDAKTYCZNYCH																	
STUDIA STACJONARNE									STUDIA NIESTACJONARNE								
Wykład			Ćwiczenia			Laboratorium			Wykład			Ćwiczenia			Laboratorium		
15	E2	2							9	E2	2						
			15	ZO2	2							9	ZO2	2			
SUMARYCZNY WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ																	
STUDIA STACJONARNE									STUDIA NIESTACJONARNE								
Wykład			15						Wykład			9					
Ćwiczenia			15						Ćwiczenia			9					
Razem			30						Razem			18					
Praca własna studenta			20						Praca własna studenta			32					
Razem			50						Razem			50					
ECTS			2						ECTS			2					
CEL PRZEDMIOTU																	
<p>Student pozna specyfikę rynku ubezpieczeń z punktu widzenia strony popytowej - podmiotów korzystających z ochrony ubezpieczeniowej, jak i od strony podaźowej - zakładów ubezpieczeń, prowadzących działalność gospodarczą. Nabędzie praktyczne umiejętności wykorzystywania dostępnych na rynku rozwiązań i pakietów ubezpieczeniowych.</p>																	
WYMAGANIA WSTĘPNE																	
Wiedza ogólnoeconomiczna, umiejętności logicznego myślenia, zdolności analityczne i współpraca w grupie.																	
EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU																	
KOD	OPIS												EFEKT				
Wiedza																	
W1	Student zna pojęcia związane z ubezpieczeniami. Zna i rozumie zasady funkcjonowania ubezpieczeń, ich rolę, rodzaje i możliwości ich zastosowania w działalności biznesowej.												K_W02 K_W11				
W2	Student zna zasady i cele stosowania regulacji działalności ubezpieczeniowej oraz organizację działalności zakładów ubezpieczeń.												K_W02 K_W11				
W3	Student zna strukturę podmiotową na rynku ubezpieczeń, ma wiedzę o podstawowych podmiotach z zakresu ubezpieczeń, ich kompetencjach i obowiązkach.												K_W02 K_W11				
W4	Student zna zasady konstrukcji produktów ubezpieczeniowych.												K_W02 K_W11				
Umiejętności																	
U1	Potrafi prawidłowo ocenić oferty ubezpieczeniowe.												K_U08 K_U13				
U2	Potrafi prawidłowo zastosować przepisy prawa ubezpieczeniowego do analizy i oceny konkretnego zdarzenia. Potrafi poruszać się po OWU i je interpretować.												K_U08 K_U13 K_U15				
U3	Student potrafi przeanalizować rodzaje ubezpieczeń i możliwości ich zastosowania w działalności biznesowej.												K_U13 K_U20				
Kompetencje																	

K1	Student potrafi myśleć i działać w sposób kreatywny i przedsiębiorczy w dziedzinie ubezpieczeń, współdziałać w zespole w zakresie budowania oferty ubezpieczeniowej.	K_K07	
TREŚCI KSZTAŁCENIA			
TEMAT		30	18
Wykład		15	9
1	Ubezpieczenia jako instrument zarządzania ryzykiem w biznesie: ryzyko w działalności biznesowej, pojęcie ubezpieczeń, geneza ubezpieczeń, klasyfikacja ubezpieczeń, funkcje ubezpieczeń, formy rozpraszania ryzyka, zasady funkcjonowania ubezpieczeń;	3	2
2	Zastosowanie umów ubezpieczenia w przebiegu transakcji handlowych: zastosowanie ubezpieczeń w procesie podejmowania decyzji biznesowych, ryzyko w transakcjach handlowych, znaczenie zwyczajów handlowych w odniesieniu do ryzyka biznesowego;	4	2
3	Struktura podmiotowa rynku ubezpieczeń gospodarczych. Organizacja działalności zakładu ubezpieczeń.	4	2
4	Produkt ubezpieczeniowy jako przedmiot obrotu na rynku. Umowa ubezpieczenia.	4	3
Ćwiczenia		15	9
1	Ubezpieczenia jako instrument zarządzania ryzykiem w biznesie: ryzyko w działalności biznesowej, pojęcie ubezpieczeń, geneza ubezpieczeń, klasyfikacja ubezpieczeń, funkcje ubezpieczeń, formy rozpraszania ryzyka, zasady funkcjonowania ubezpieczeń. Przykłady praktyczne.	3	2
2	Zastosowanie umów ubezpieczenia w przebiegu transakcji handlowych: zastosowanie ubezpieczeń w procesie podejmowania decyzji biznesowych, ryzyko w transakcjach handlowych, znaczenie zwyczajów handlowych w odniesieniu do ryzyka biznesowego. Przykłady praktyczne, ćwiczenia z wykorzystaniem dokumentów ubezpieczeniowych oraz	4	2
3	Struktura podmiotowa rynku ubezpieczeń gospodarczych. Organizacja działalności zakładu ubezpieczeń - analiza zagadnienia na przykładzie.	4	2
4	Produkt ubezpieczeniowy jako przedmiot obrotu na rynku. Umowa ubezpieczenia. Ćwiczenia - identyfikacja dokumentacji ubezpieczeniowej.	4	3
METODY DYDAKTYCZNE			
Wykłady z prezentacjami multimedialnymi, case study, praca w grupach, praca na dokumentach ubezpieczeniowych. Portale instytucji ubezpieczeniowych oraz kalkulatory ubezpieczeniowe online.			
KRYTERIA OCENY			
Wykład			
Egzamin pisemny.			
Ćwiczenia			
Zaliczenie ćwiczeń - prezentacje przygotowywane indywidualnie lub w zespołach.			
WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ			
KOD	OPIS	EFEKT	
Wiedza Wykład			
W1	Student zna pojęcia związane z ubezpieczeniami. Zna i rozumie zasady funkcjonowania ubezpieczeń, ich rolę, rodzaje i możliwości ich zastosowania w działalności biznesowej.	K_W02 K_W11	
W2	Student zna zasady i cele stosowania regulacji działalności ubezpieczeniowej oraz organizację działalności zakładów ubezpieczeń.	K_W02 K_W11	
W3	Student zna strukturę podmiotową na rynku ubezpieczeń, ma wiedzę o podstawowych podmiotach z zakresu ubezpieczeń, ich kompetencjach i obowiązkach.	K_W02 K_W11	
W4	Student zna zasady konstrukcji produktów ubezpieczeniowych.	K_W02 K_W11	
Umiejętności Wykład			
U1	Potrafi prawidłowo ocenić oferty ubezpieczeniowe.	K_U08 K_U13	
U2	Potrafi prawidłowo zastosować przepisy prawa ubezpieczeniowego do analizy i oceny konkretnego zdarzenia. Potrafi poruszać się po OWU i je interpretować.	K_U08 K_U13 K_U15	

U3	Student potrafi przeanalizować rodzaje ubezpieczeń i możliwości ich zastosowania w działalności biznesowej.	K_U13 K_U20		
Kompetencje Wykład				
K1	Student potrafi myśleć i działać w sposób kreatywny i przedsiębiorczy w dziedzinie ubezpieczeń, współdziałać w zespole w zakresie budowania oferty ubezpieczeniowej.	K_K07		
Wiedza Ćwiczenia				
W1	Student zna pojęcia związane z ubezpieczeniami. Zna i rozumie zasady funkcjonowania ubezpieczeń, ich rolę, rodzaje i możliwości ich zastosowania w działalności biznesowej.	K_W02 K_W11		
W2	Student zna zasady i cele stosowania regulacji działalności ubezpieczeniowej oraz organizację działalności zakładów ubezpieczeń.	K_W02 K_W11		
W3	Student zna strukturę podmiotową na rynku ubezpieczeń, ma wiedzę o podstawowych podmiotach z zakresu ubezpieczeń, ich kompetencjach i obowiązkach.	K_W02 K_W11		
W4	Student zna zasady konstrukcji produktów ubezpieczeniowych.	K_W02 K_W11		
Umiejętności Ćwiczenia				
U1	Potrafi prawidłowo ocenić oferty ubezpieczeniowe.	K_U08 K_U13		
U2	Potrafi prawidłowo zastosować przepisy prawa ubezpieczeniowego do analizy i oceny konkretnego zdarzenia. Potrafi poruszać się po OWU i je interpretować.	K_U08 K_U13 K_U15		
U3	Student potrafi przeanalizować rodzaje ubezpieczeń i możliwości ich zastosowania w działalności biznesowej.	K_U13 K_U20		
Kompetencje Ćwiczenia				
K1	Student potrafi myśleć i działać w sposób kreatywny i przedsiębiorczy w dziedzinie ubezpieczeń, współdziałać w zespole w zakresie budowania oferty ubezpieczeniowej.	K_K07		
FORMY OCENY				
Dla każdego z efektów kształcenia określonego dla przedmiotu w zakresie wiedzy, umiejętności i kompetencji, na ocenę:				
2,0	student uzyskuje poniżej 51% maksymalnej liczby punktów	4,0	student uzyskuje od 71% do 80% maksymalnej liczby punktów	
3,0	student uzyskuje od 51% do 60% maksymalnej liczby punktów	4,5	student uzyskuje od 81% do 90% maksymalnej liczby punktów	
3,5	student uzyskuje od 61% do 70% maksymalnej liczby punktów	5,0	student uzyskuje powyżej 90% maksymalnej liczby punktów	
Kryteria oceniania wg skali:				
bardzo dobry	bdb	5	zakładane efekty zostały w pełni osiągnięte	
dobry plus	db+	4,5	zakładane efekty zostały osiągnięte z niewielkimi niedociągnięciami	
dobry	db	4	zakładane efekty zostały osiągnięte jednak z pewnymi brakami, które można szybko uzupełnić	
dostateczny plus	dst+	3,5	zakładane efekty zostały osiągnięte z istotnymi brakami, ale dopuszczalnymi na minimalnym wymaganym	
dostateczny	dst	3	zakładane efekty zostały osiągnięte z istotnymi brakami	
niedostateczny	ndst	2	zakładane efekty nie zostały uzyskane	
NAKLAD PRACY WŁASNEJ STUDENTA				
		Forma aktywności	Średnia liczba godzin na zrealizowanie aktywności	
		Godziny zajęć (wg planu studiów) z nauczycielem	30	18
Praca własna	1	Przygotowanie do zajęć	5	10
	2	Czytanie wskazanej literatury	5	10
	3	Przygotowanie pracy pisemnej, raportu, prezentacji, demonstracji, itp.	5	5
	4	Przygotowanie do egzaminu / zaliczenia	5	7
		Suma godzin:	50	50
		Punkty ECTS:	2	2
LITERATURA				
Podstawowa				
1	Gajek L., Podstawy ubezpieczeń majątkowych. Warszawa Wydawnictwo Naukowe PWN 2022.			
2	Monkiewicz J. (red.) Ubezpieczenia cyfrowe: możliwości, oczekiwania, wyzwania. Warszawa Wydawnictwo naukowe PWN 2022.			
3	Iwanicz-Drozdowska M. (red.) Ubezpieczenia. Warszawa PWE 2018.			

Uzupełniająca	
1	Cycoń M., Ubezpieczenia gospodarcze i społeczne. Zbiór zadań. Warszawa Poltekst 2020.
2	G. Szygurska-Walczak, Ubezpieczenia społeczne, Warszawa 2019.

PAŃSTWOWA AKADEMIA NAUK STOSOWANYCH W GŁOGOWIE

INSTYTUT EKONOMICZNY

SYLABUS / KARTA PRZEDMIOTU



INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE															
Nazwa przedmiotu (modułu)		Gospodarka wirtualna i e-commerce										Kod przedmiotu		27	
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot										Instytut Ekonomiczny					
Poziom kształcenia		Studia drugiego stopnia				Profil studiów				praktyczny					
Kierunek studiów		Ekonomia biznesu				Specjalność									
Moduł kształcenia		Kierunkowy				Język wykładowy				polski					
Semestr		III				Forma zaliczenia				Zaliczenie z oceną					
WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ DYDAKTYCZNYCH															
STUDIA STACJONARNE								STUDIA NIESTACJONARNE							
Wykład		Ćwiczenia		Laboratorium				Wykład		Ćwiczenia		Laboratorium			
15	ZO3	1						9	ZO3	1					
SUMARYCZNY WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ															
STUDIA STACJONARNE								STUDIA NIESTACJONARNE							
Wykład		15				Wykład		9							
Razem		15				Razem		9							
Praca własna studenta		15				Praca własna studenta		21							
Razem		30				Razem		30							
ECTS		1				ECTS		1							
CEL PRZEDMIOTU															
Celem przedmiotu jest przekazanie studentom praktycznej wiedzy na temat gospodarki wirtualnej i e-commerce. Studenci będą potrafili świadomie wykorzystywać możliwości jakie daje e-commerce, zarówno jako nabywcy jak i jako sprzedawcy															
WYMAGANIA WSTĘPNE															
Ogólne wiadomości z geografii ekonomicznej i technologii informatycznych															
EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU															
KOD	OPIS										EFEKT				
Wiedza															
W1	Ma pogłębioną wiedzę o współzależnościach zachodzących zarówno między podmiotami gospodarczymi w skali kraju i w skali międzynarodowej, jak i wewnątrz tych podmiotów oraz instytucji.										K_W04 K_W05 K_W09 K_W16 K_W17				
W2	Ma wiedzę, w pogłębionym stopniu, o rodzajach powiązań ekonomiczno-społecznych w ramach współczesnej gospodarki i o rządzących nimi prawidłowościach oraz wie jak wykorzystać instrumentarium analizy ekonomicznej, w tym systemy informacyjne i informatyczne pozwalające opisywać i objaśniać procesy gospodarcze i reguły oraz prawidłowości nimi rządzące, a także potrafi rozwiązywać problemy z zakresu analizy oraz organizacji i zarządzania.										K_W04 K_W05 K_W09 K_W16 K_W17				
W3	Zna i rozumie dylematy współczesnej cywilizacji na etapie globalizacji, zna prawne, ekonomiczne i etyczne uwarunkowania i bariery związane z kierunkiem studiów. Zna fundamentalne zasady powstawania i transformacji podmiotów oraz rozwiązania organizacyjne a także bezpieczeństwa w zakresie ochrony praw autorskich.										K_W04 K_W05 K_W09 K_W16 K_W17				
W4	Rozumie zmiany w zakresie wirtualizacji życia gospodarczego i funkcjonowania e-commerce.										K_W04 K_W05 K_W09 K_W16 K_W17				

W5	Rozumie tworzenie się, cechy i funkcjonowanie społeczeństwa informacyjnego (sieciowego).	K_W04 K_W05 K_W09 K_W16 K_W17	
Umiejętności			
U1	Potrafi prawidłowo wyjaśniać i interpretować zdarzenia gospodarcze zachodzące w różnego rodzaju podmiotach gospodarczych i pozagospodarczych.	K_U01 K_U05 K_U14 K_U19 K_U20	
U2	potrafi dokonywać świadomych i przemyślanych transakcji handlowych na platformach ecommerce	K_U01 K_U05 K_U14 K_U19 K_U20	
U3	potrafi wyszukiwać i porównywać informacje gospodarcze dostępne na interencje na potrzeby podejmowania decyzji menedżerskich	K_U01 K_U05 K_U14 K_U19 K_U20	
U4	Ma opanowany warsztat metod ilościowych poprawnie dobranych do badań w otoczeniu zaawansowanej techniki informacyjno-komunikacyjnej.	K_U01 K_U05 K_U14 K_U19 K_U20	
U5	Potrafi w pogłębiony sposób zaprezentować wiedzę z zakresu nauk ekonomicznych w formie opracowań pisemnych i prezentacji multimedialnych.	K_U01 K_U05 K_U14 K_U19 K_U20	
U6	Potrafi wykorzystać wnioski płynące z analiz ekonomiczno-statystycznych.	K_U01 K_U05 K_U14 K_U19 K_U20	
U7	Potrafi wykorzystać sugestie doradców i analityków we własnych decyzjach biznesowych.	K_U01 K_U05 K_U14 K_U19 K_U20	
Kompetencje			
K1	Potrafi właściwie oceniać przemiany zachodzące w otoczeniu społeczno-politycznym.	K_K09 K_K12 K_K13 K_K14 K_K15	
K2	Jest zainteresowany tworzeniem się społeczeństwa informacyjnego i gospodarki opartej na wiedzy (mądrości).	K_K09 K_K12 K_K13 K_K14 K_K15	
K3	Rozumie niezbędność procesów wirtualizacji funkcjonowania gospodarki i współczesnego społeczeństwa.	K_K09 K_K12 K_K13 K_K14 K_K15	
K4	Jest zainteresowany zaletami i wadami Internetu oraz innych sieci komputerowych.	K_K09 K_K12 K_K13 K_K14 K_K15	
K5	Doskonali swoje osobiste umiejętności posługiwania się algorytmami komputerowymi (internetowymi).	K_K09 K_K12 K_K13 K_K14 K_K15	
TREŚCI KSZTAŁCENIA			
TEMAT		15	9
Wykład		15	9
1	Pojęcie i cechy społeczeństwa informacyjnego, gospodarki opartej na wiedzy i na mądrości	3	3
2	Pojęcie i cechy gospodarki wirtualnej i e-commerce	3	2
3	Formy gospodarki wirtualnej i e-commerce. Wykorzystanie gospodarcze Internetu	4	2
4	Uwarunkowania i przyszłość gospodarki wirtualnej i e-commerce.	5	2
METODY DYDAKTYCZNE			
W trakcie zajęć wykorzystane będą narzędzia niezbędne do realizacji wykładów multimedialnych, takie jak power point, prezzi, a także wybrane platformy zakupowe			
KRYTERIA OCENY			

Wykład		
Warunkiem zaliczenia jest uzyskanie pozytywnej oceny z pisemnego zaliczenia na koniec semestru, z pytaniami otwartymi.		
WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ		
KOD	OPIS	EFEKT
Wiedza Wykład		
W1	Ma pogłębioną wiedzę o współzależnościach zachodzących zarówno między podmiotami gospodarczymi w skali kraju i w skali międzynarodowej, jak i wewnątrz tych podmiotów oraz instytucji.	K_W04 K_W05 K_W09 K_W16 K_W17
W2	Ma wiedzę, w pogłębionym stopniu, o rodzajach powiązań ekonomiczno-społecznych w ramach współczesnej gospodarki i o rządzących nimi prawidłowościach oraz wie jak wykorzystać instrumentarium analizy ekonomicznej, w tym systemy informacyjne i informatyczne pozwalające opisywać i objaśniać procesy gospodarcze i reguły oraz prawidłowości nimi rządzące, a także potrafi rozwiązywać problemy z zakresu analizy oraz organizacji i zarządzania.	K_W04 K_W05 K_W09 K_W16 K_W17
W3	Zna i rozumie dylematy współczesnej cywilizacji na etapie globalizacji, zna prawne, ekonomiczne i etyczne uwarunkowania i bariery związane z kierunkiem studiów. Zna fundamentalne zasady powstawania i transformacji podmiotów oraz rozwiązania organizacyjne a także bezpieczeństwa w zakresie ochrony praw autorskich.	K_W04 K_W05 K_W09 K_W16 K_W17
W4	Rozumie zmiany w zakresie wirtualizacji życia gospodarczego i funkcjonowania e-commerce.	K_W04 K_W05 K_W09 K_W16 K_W17
W5	Rozumie tworzenie się, cechy i funkcjonowanie społeczeństwa informacyjnego (sieciowego).	K_W04 K_W05 K_W09 K_W16 K_W17
Umiejętności Wykład		
U1	Potrafi prawidłowo wyjaśniać i interpretować zdarzenia gospodarcze zachodzące w różnego rodzaju podmiotach gospodarczych i pozagospodarczych.	K_U01 K_U05 K_U14 K_U19 K_U20
U2	potrafi dokonywać świadomych i przemyślanych transakcji handlowych na platformach ecommerce	K_U01 K_U05 K_U14 K_U19 K_U20
U3	potrafi wyszukiwać i porównywać informacje gospodarcze dostępne na interencie na potrzeby podejmowania decyzji menedżerskich	K_U01 K_U05 K_U14 K_U19 K_U20
U4	Ma opanowany warsztat metod ilościowych poprawnie dobranych do badań w otoczeniu zaawansowanej techniki informacyjno-komunikacyjnej.	K_U01 K_U05 K_U14 K_U19 K_U20
U5	Potrafi w pogłębiony sposób zaprezentować wiedzę z zakresu nauk ekonomicznych w formie opracowań pisemnych i prezentacji multimedialnych.	K_U01 K_U05 K_U14 K_U19 K_U20
U6	Potrafi wykorzystać wnioski płynące z analiz ekonomiczno-statystycznych.	K_U01 K_U05 K_U14 K_U19 K_U20
U7	Potrafi wykorzystać sugestie doradców i analityków we własnych decyzjach biznesowych.	K_U01 K_U05 K_U14 K_U19 K_U20
Kompetencje Wykład		
K1	Potrafi właściwie oceniać przemiany zachodzące w otoczeniu społeczno-politycznym.	K_K09 K_K12 K_K13 K_K14 K_K15

K2	Jest zainteresowany tworzeniem się społeczeństwa informacyjnego i gospodarki opartej na wiedzy (mądrości).	K_K09 K_K12 K_K13 K_K14 K_K15
K3	Rozumie niezbędność procesów wirtualizacji funkcjonowania gospodarki i współczesnego społeczeństwa.	K_K09 K_K12 K_K13 K_K14 K_K15
K4	Jest zainteresowany zaletami i wadami Internetu oraz innych sieci komputerowych.	K_K09 K_K12 K_K13 K_K14 K_K15
K5	Doskonalili swoje osobiste umiejętności posługiwania się algorytmami komputerowymi (internetowymi).	K_K09 K_K12 K_K13 K_K14 K_K15

FORMY OCENY

Dla każdego z efektów kształcenia określonego dla przedmiotu w zakresie wiedzy, umiejętności i kompetencji, na ocenę:

2,0	student uzyskuje poniżej 51% maksymalnej liczby punktów	4,0	student uzyskuje od 71% do 80% maksymalnej liczby punktów
3,0	student uzyskuje od 51% do 60% maksymalnej liczby punktów	4,5	student uzyskuje od 81% do 90% maksymalnej liczby punktów
3,5	student uzyskuje od 61% do 70% maksymalnej liczby punktów	5,0	student uzyskuje powyżej 90% maksymalnej liczby punktów

Kryteria oceniania wg skali:

bardzo dobry	bdb	5	zakładane efekty zostały w pełni osiągnięte
dobry plus	db+	4,5	zakładane efekty zostały osiągnięte z niewielkimi niedociągnięciami
dobry	db	4	zakładane efekty zostały osiągnięte jednak z pewnymi brakami, które można szybko uzupełnić
dostateczny plus	dst+	3,5	zakładane efekty zostały osiągnięte z istotnymi brakami, ale dopuszczalnymi na minimalnym wymaganym
dostateczny	dst	3	zakładane efekty zostały osiągnięte z istotnymi brakami
niedostateczny	ndst	2	zakładane efekty nie zostały uzyskane

NAKLAD PRACY WŁASNEJ STUDENTA

		Forma aktywności	Średnia liczba godzin na zrealizowanie aktywności	
		Godziny zajęć (wg planu studiów) z nauczycielem	15	9
PW	1	Przygotowanie do zajęć	5	11
	2	Przygotowanie do egzaminu / zaliczenia	10	10
		Suma godzin:	30	30
		Punkty ECTS:	1	1

LITERATURA

Podstawowa

1 | Blogi i wirtualne społeczności - wykorzystanie w marketingu, G. Mazurek, Kraków 2018.

Uzupełniająca

1 | Cyberkolonializm, K. Gawkowski, Gliwice 2018.

PAŃSTWOWA AKADEMIA NAUK STOSOWANYCH W GŁOGOWIE

INSTYTUT EKONOMICZNY

SYLABUS / KARTA PRZEDMIOTU



INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE															
Nazwa przedmiotu (modułu)			Finanse menedżerskie										Kod przedmiotu		28
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot			Instytut Ekonomiczny												
Poziom kształcenia			Studia drugiego stopnia						Profil studiów			praktyczny			
Kierunek studiów			Ekonomia biznesu						Specjalność						
Moduł kształcenia			Kierunkowy						Język wykładowy			polski			
Semestr			III						Forma zaliczenia			Egzamin			
WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ DYDAKTYCZNYCH															
STUDIA STACJONARNE								STUDIA NIESTACJONARNE							
Wykład		Ćwiczenia		Laboratorium				Wykład		Ćwiczenia		Laboratorium			
15	E3	2						9	E3	2					
			15	ZO3	2						9	ZO3	2		
SUMARYCZNY WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ															
STUDIA STACJONARNE								STUDIA NIESTACJONARNE							
Wykład		15						Wykład		9					
Ćwiczenia		15						Ćwiczenia		9					
Razem		30						Razem		18					
Praca własna studenta		20						Praca własna studenta		32					
Razem		50						Razem		50					
ECTS		2						ECTS		2					
CEL PRZEDMIOTU															
<p>Celem nauczania przedmiotu jest przekazanie praktycznej wiedzy studentom na temat technik wykorzystywanych przez menedżerów do zarządzania finansami. Studenci opanują umiejętność oceny kondycji finansowej przedsiębiorstwa, zajmującej ważne miejsce wśród zadań menedżera. Pozyskają wiedzę i umiejętności wykorzystywania analiz finansowych w procesach decyzyjnych jest częścią sukcesu nowoczesnej organizacji.</p>															
WYMAGANIA WSTĘPNE															
<p>Student powinien posiadać podstawową wiedzę w zakresie ekonomicznych uwarunkowań funkcjonowania organizacji, finansów przedsiębiorstwa oraz analiz ekonomiczno-finansowych. Powinien mieć umiejętności analityczne i syntetyczne oraz chęć współpracy w grupie.</p>															
EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU															
KOD	OPIS											EFEKT			
Wiedza															
W1	Student zna i rozumie w zaawansowany sposób zasady działania podmiotów gospodarczych oraz społecznych, oraz rozumie konieczność znajomości technik zarządzania finansami											K_W02 K_W04 K_W06 K_W11 K_W13			
W2	Student ma pogłębioną wiedzę o przepływach pieniężnych pomiędzy różnymi podmiotami w szczególności funkcjonowaniu rynków finansowych											K_W02 K_W04 K_W06 K_W11 K_W13			
W3	Student ma pogłębioną wiedzę w zakresie zasad zarządzania finansami, funkcjonowania rynków finansowych oraz inwestowania											K_W02 K_W04 K_W06 K_W11 K_W13			
Umiejętności															
U1	Student potrafi prawidłowo wyjaśniać i interpretować zdarzenia gospodarcze wpływające na finanse przedsiębiorstw oraz potrafi sobie z tym poradzić											K_U01 K_U02 K_U03 K_U05 K_U10			

U2	Student potrafi szczegółowo opisywać i analizować skutki decyzji finansowych wynikających ze zmian gospodarczych, potrafi do analiz wykorzystać narzędzia i metody analiz finansowych	K_U01 K_U02 K_U03 K_U05 K_U10	
U3	Student potrafi wykorzystać swoją wiedzę przy formułowaniu i rozwiązywaniu złożonych problemów z zakresu zarządzania finansami podmiotów gospodarczych oraz rozwiązywać problemy z tego zakresu w oparciu o poprawnie przygotowaną analizę finansową	K_U01 K_U02 K_U03 K_U05 K_U10	
Kompetencje			
K1	Student ma świadomość znaczenia wiedzy z zakresu finansów dla rozumienia związków przyczynowo-skutkowych wydarzeń społeczno-gospodarczych i sytuacji finansowej przedsiębiorstwa co rodzi potrzebę interdyscyplinarnego samokształcenia i rozwoju nabytych umiejętności.	K_K01 K_K03 K_K04 K_K07	
K2	Student Identyfikuje i rozstrzyga dylematy decyzyjne związane z sytuacją finansową przedsiębiorstwa przy uwzględnieniu zachowań etycznych w warunkach społecznie odpowiedzialnego biznesu	K_K01 K_K03 K_K04 K_K07	
TREŚCI KSZTAŁCENIA			
TEMAT		30	18
Wykład		15	9
1	Rynki finansowe, ich rodzaje i funkcje	3	2
2	Wybrane instrumenty finansowe	4	2
3	Finanse międzynarodowe	4	2
4	Analizy finansowe	4	3
Ćwiczenia		15	9
1	Rynki finansowe, ich rodzaje i funkcje - zajęcia praktyczne	3	2
2	Wybrane instrumenty finansowe - zajęcia praktyczne	4	2
3	Finanse międzynarodowe - zajęcia praktyczne	4	2
4	Analizy finansowe - zajęcia praktyczne	4	3
METODY DYDAKTYCZNE			
Prezentacje na nośnikach komputerowych w ppt., krótkie filmiki instruktarzowe, praca w excel z wykorzystaniem oprogramowania specjalistycznego eBIZCOM "Analiza finansowa"			
KRYTERIA OCENY			
Wykład			
Egzamin pisemny lub ustny, dopuszcza się również egzamin w formie prezentacji projektu indywidualnego na ocenę.			
Ćwiczenia			
Zaliczenie na podstawie przygotowanego projektu indywidualnego, na ocenę.			
WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ			
KOD	OPIS	EFEKT	
Wiedza Wykład			
W1	Student zna i rozumie w zaawansowany sposób zasady działania podmiotów gospodarczych oraz społecznych, oraz rozumie konieczność znajomości technik zarządzania finansami	K_W02 K_W04 K_W06 K_W11 K_W13	
W2	Student ma pogłębioną wiedzę o przepływach pieniężnych pomiędzy różnymi podmiotami w szczególności funkcjonowaniu rynków finansowych	K_W02 K_W04 K_W06 K_W11 K_W13	
W3	Student ma pogłębioną wiedzę w zakresie zasad zarządzania finansami, funkcjonowania rynków finansowych oraz inwestowania	K_W02 K_W04 K_W06 K_W11 K_W13	
Umiejętności Wykład			
U1	Student potrafi prawidłowo wyjaśniać i interpretować zdarzenia gospodarcze wpływające na finanse przedsiębiorstw oraz potrafi sobie z tym poradzić	K_U01 K_U02 K_U03 K_U05 K_U10	

U2	Student potrafi szczegółowo opisywać i analizować skutki decyzji finansowych wynikających ze zmian gospodarczych, potrafi do analiz wykorzystać narzędzia i metody analiz finansowych	K_U01 K_U02 K_U03 K_U05 K_U10	
U3	Student potrafi wykorzystać swoją wiedzę przy formułowaniu i rozwiązywaniu złożonych problemów z zakresu zarządzania finansami podmiotów gospodarczych oraz rozwiązywać problemy z tego zakresu w oparciu o poprawnie przygotowaną analizę finansową	K_U01 K_U02 K_U03 K_U05 K_U10	
Kompetencje Wykład			
K1	Student ma świadomość znaczenia wiedzy z zakresu finansów dla rozumienia związków przyczynowo-skutkowych wydarzeń społeczno-gospodarczych i sytuacji finansowej przedsiębiorstwa co rodzi potrzebę interdyscyplinarnego samokształcenia i rozwoju nabytych umiejętności.	K_K01 K_K03 K_K04 K_K07	
K2	Student Identyfikuje i rozstrzyga dylematy decyzyjne związane z sytuacją finansową przedsiębiorstwa przy uwzględnieniu zachowań etycznych w warunkach społecznie odpowiedzialnego biznesu	K_K01 K_K03 K_K04 K_K07	
Wiedza Ćwiczenia			
W1	Student zna i rozumie w zaawansowany sposób zasady działania podmiotów gospodarczych oraz społecznych, oraz rozumie konieczność znajomości technik zarządzania finansami	K_W02 K_W04 K_W06 K_W11 K_W13	
W2	Student ma pogłębioną wiedzę o przepływach pieniężnych pomiędzy różnymi podmiotami w szczególności funkcjonowaniu rynków finansowych	K_W02 K_W04 K_W06 K_W11 K_W13	
W3	Student ma pogłębioną wiedzę w zakresie zasad zarządzania finansami, funkcjonowania rynków finansowych oraz inwestowania	K_W02 K_W04 K_W06 K_W11 K_W13	
Umiejętności Ćwiczenia			
U1	Student potrafi prawidłowo wyjaśniać i interpretować zdarzenia gospodarcze wpływające na finanse przedsiębiorstw oraz potrafi sobie z tym poradzić	K_U01 K_U02 K_U03 K_U05 K_U10	
U2	Student potrafi szczegółowo opisywać i analizować skutki decyzji finansowych wynikających ze zmian gospodarczych, potrafi do analiz wykorzystać narzędzia i metody analiz finansowych	K_U01 K_U02 K_U03 K_U05 K_U10	
U3	Student potrafi wykorzystać swoją wiedzę przy formułowaniu i rozwiązywaniu złożonych problemów z zakresu zarządzania finansami podmiotów gospodarczych oraz rozwiązywać problemy z tego zakresu w oparciu o poprawnie przygotowaną analizę finansową	K_U01 K_U02 K_U03 K_U05 K_U10	
Kompetencje Ćwiczenia			
K1	Student ma świadomość znaczenia wiedzy z zakresu finansów dla rozumienia związków przyczynowo-skutkowych wydarzeń społeczno-gospodarczych i sytuacji finansowej przedsiębiorstwa co rodzi potrzebę interdyscyplinarnego samokształcenia i rozwoju nabytych umiejętności.	K_K01 K_K03 K_K04 K_K07	
K2	Student Identyfikuje i rozstrzyga dylematy decyzyjne związane z sytuacją finansową przedsiębiorstwa przy uwzględnieniu zachowań etycznych w warunkach społecznie odpowiedzialnego biznesu	K_K01 K_K03 K_K04 K_K07	
FORMY OCENY			
Dla każdego z efektów kształcenia określonego dla przedmiotu w zakresie wiedzy, umiejętności i kompetencji, na ocenę:			
2,0	student uzyskuje poniżej 51% maksymalnej liczby punktów	4,0	student uzyskuje od 71% do 80% maksymalnej liczby punktów
3,0	student uzyskuje od 51% do 60% maksymalnej liczby punktów	4,5	student uzyskuje od 81% do 90% maksymalnej liczby punktów
3,5	student uzyskuje od 61% do 70% maksymalnej liczby punktów	5,0	student uzyskuje powyżej 90% maksymalnej liczby punktów
Kryteria oceniania wg skali:			
bardzo dobry	bdb	5	zakładane efekty zostały w pełni osiągnięte
dobry plus	db+	4,5	zakładane efekty zostały osiągnięte z niewielkimi niedociągnięciami
dobry	db	4	zakładane efekty zostały osiągnięte jednak z pewnymi brakami, które można szybko uzupełnić
dostateczny plus	dst+	3,5	zakładane efekty zostały osiągnięte z istotnymi brakami, ale dopuszczalnymi na minimalnym wymaganym
dostateczny	dst	3	zakładane efekty zostały osiągnięte z istotnymi brakami

niedostateczny	ndst	2	zakładane efekty nie zostały uzyskane	
NAKLAD PRACY WŁASNEJ STUDENTA				
		Forma aktywności		Średnia liczba godzin na zrealizowanie aktywności
		Godziny zajęć (wg planu studiów) z nauczycielem		30
PW	1	Czytanie wskazanej literatury		5
	2	Przygotowanie pracy pisemnej, raportu, prezentacji, demonstracji, itp.		10
	3	Przygotowanie projektu		5
		Suma godzin:		50
		Punkty ECTS:		2
LITERATURA				
Podstawowa				
1	Finanse / Stanisław Owsiak. Warszawa PWE 2021.			
2	Finanse menedżerskie: kreowanie wartości dla akcjonariuszy / Gabriel Hawawini, Claude Viallet - Warszawa: Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, 2007.			
3	Finanse : instytucje, instrumenty, podmioty, rynki, regulacje / red. Marian Podstawka - Warszawa : Wydawnictwo Naukowe PWN, 2022.			
Uzupełniająca				
1	Gorynia M., Przedsiębiorstwo w biznesie międzynarodowym. Aspekty ekonomiczne, finansowe i menedżerskie. Warszawa Wydawnictwo naukowe PWN 2021.			
2	Elementy nauki o finansach: kategorie i instrumenty finansowe / Krzysztof Jajuga. - Warszawa: Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, 2007.			

PAŃSTWOWA AKADEMIA NAUK STOSOWANYCH W GŁOGOWIE

INSTYTUT EKONOMICZNY

SYLABUS / KARTA PRZEDMIOTU



INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE																	
Nazwa przedmiotu (modułu)		Badania preferencji i zachowań konsumentów												Kod przedmiotu		29	
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot										Instytut Ekonomiczny							
Poziom kształcenia		Studia drugiego stopnia						Profil studiów				praktyczny					
Kierunek studiów		Ekonomia biznesu						Specjalność									
Moduł kształcenia		Kierunkowy						Język wykładowy				polski					
Semestr		II						Forma zaliczenia				Egzamin					
WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ DYDAKTYCZNYCH																	
STUDIA STACJONARNE									STUDIA NIESTACJONARNE								
Wykład			Ćwiczenia			Laboratorium			Wykład			Ćwiczenia			Laboratorium		
30	E2	2							18	E2	2						
			15	ZO2	2							9	ZO2	2			
SUMARYCZNY WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ																	
STUDIA STACJONARNE									STUDIA NIESTACJONARNE								
Wykład						30			Wykład						18		
Ćwiczenia						15			Ćwiczenia						9		
Razem						45			Razem						27		
Praca własna studenta						5			Praca własna studenta						23		
Razem						50			Razem						50		
ECTS						2			ECTS						2		
CEL PRZEDMIOTU																	
Przekazanie praktycznej wiedzy z zakresu zachowań konsumenta na rynku. Student będzie potrafił prawidłowo identyfikować i analizować czynniki mające wpływ na zachowanie konsumentów na rynku; w tym analiza modeli zachowań konsumenta oraz postaw i zachowań konsumenta. Student opanuje umiejętność prowadzenia badań zachowań konsumenta i wykorzystywania narzędzi badawczych stosowanych w tego typu badaniach.																	
WYMAGANIA WSTĘPNE																	
Podstawowa wiedza z zakresu marketingu i badań marketingowych.																	
EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU																	
KOD	OPIS												EFEKT				
Wiedza																	
W1	Zna metody i techniki badań zachowań konsumenta na rynku i potrafi przeanalizować jego decyzje, metody budowy kwestionariusza, metody redukcji i analizy danych oraz metody prezentacji i oceny wyników badania. Potrafi zdiagnozować wpływ czynników kulturowych na postawy konsumenta na rynku i styl życia.												K_W05 K_W07 K_W10				
W2	Student posiada wiedzę z zakresu terminologii stosowanej w marketingu, potrafi definiować podstawowe pojęcia marketingu oraz zachowań konsumenta na rynku												K_W06 K_W11				
W3	Ma rozszerzoną wiedzę o człowieku jako podmiocie uczestniczącym w życiu gospodarczym i społecznym.												K_W10				
W4	Zna zastosowanie metod analitycznych i systemów wspomagających procesy podejmowania decyzji w warunkach ryzyka i niepewności.												K_W13				
Umiejętności																	
U1	Student posiada umiejętność analizowania pozyskanego materiału empirycznego oraz przygotowania prezentacji z wyników badań rynkowych.												K_U02 K_U05 K_U14				

U2	Posiada umiejętność zdiagnozowania zachowań konsumenta na rynku, selekcjonowania metod badawczych pod kątem ich przydatności do rozwiązania konkretnego problemu badawczego i zweryfikowania hipotez badawczych, opracowania koncepcji badań dotyczących zachowań konsumenta na rynku, skonstruowania instrumentu pomiarowego, przeprowadzenia badań.	K_U05 K_U14	
U3	Ma opanowany warsztat metod ilościowych poprawnie dobranych do badań.	K_U05	
U4	Potrafi w pogłębiony sposób zaprezentować wiedzę z zakresu zachowań konsumenta na rynku oraz czynniki mające wpływ na postawy konsumenta w procesie podejmowania decyzji zakupu.	K_U05 K_U19	
Kompetencje			
K1	Jest zdolny do pracy w grupie społecznej.	K_K03 K_K04	
K2	Student posiada zdolność do stosowania wiedzy i umiejętności w praktycznej działalności przedsiębiorstwa w obszarze przeprowadzania badań rynkowych.	K_K03 K_K04	
TREŚCI KSZTAŁCENIA			
TEMAT		45	27
Wykład		30	18
1	Analiza zachowań konsumenta na rynku. Wpływ czynników na postawy konsumenta na rynku. Metody i techniki badania preferencji oraz poziomu zadowolenia klientów.	7	4
2	Pozyskiwanie i utrzymanie klientów. Typologia klientów. Obsługa klienta jako wartość w zarządzaniu relacjami przedsiębiorstwo – klient.	7	4
3	Wartość relacji z klientem – uwarunkowania, mierniki. Kształtowanie lojalności klientów wobec firmy. Jakość a rentowność relacji. Programy lojalnościowe.	8	5
4	Proces kreowania lojalności klientów. Projektowanie programu lojalnościowego. Analiza i wybór systemu wspierającego zarządzanie relacjami z klientami (studia przypadków).	8	5
Ćwiczenia		15	9
1	Analiza zachowań konsumenta na rynku. Wpływ czynników na postawy konsumenta na rynku. Metody i techniki badania preferencji oraz poziomu zadowolenia klientów. Aspekty praktyczne.	3	2
2	Pozyskiwanie i utrzymanie klientów. Typologia klientów. Obsługa klienta jako wartość w zarządzaniu relacjami przedsiębiorstwo – klient. Analiza wybranych modeli relacji. Aspekty praktyczne.	3	2
3	Wartość relacji z klientem – uwarunkowania, mierniki. Kształtowanie lojalności klientów wobec firmy. Jakość a rentowność relacji. Programy lojalnościowe. Aspekty praktyczne.	4	2
4	Proces kreowania lojalności klientów. Projektowanie programu lojalnościowego. Analiza i wybór systemu wspierającego zarządzanie relacjami z klientami (studia przypadków). Aspekty praktyczne.	5	3
METODY DYDAKTYCZNE			
Wykład: konwencjonalny i problemowy. Projekt: dyskusje grupowe, burza mózgów, prace indywidualne, prace grupowe, metoda projektu, studia przypadków.			
KRYTERIA OCENY			
Wykład			
Egzamin pisemny z pytaniami otwartymi i zamkniętymi.			
Ćwiczenia			
Projekt zaliczeniowy, aktywność, obecność na zajęciach.			
WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ			
KOD	OPIS	EFEKT	
Wiedza Wykład			
W1	Zna metody i techniki badań zachowań konsumenta na rynku i potrafi przeanalizować jego decyzje, metody budowy kwestionariusza, metody redukcji i analizy danych oraz metody prezentacji i oceny wyników badania. Potrafi zdiagnozować wpływ czynników kulturowych na postawy konsumenta na rynku i styl życia.	K_W05 K_W07 K_W10	

W2	Student posiada wiedzę z zakresu terminologii stosowanej w marketingu, potrafi definiować podstawowe pojęcia marketingu oraz zachowań konsumenta na rynku	K_W06 K_W11
W3	Ma rozszerzoną wiedzę o człowieku jako podmiocie uczestniczącym w życiu gospodarczym i społecznym.	K_W10
W4	Zna zastosowanie metod analitycznych i systemów wspomagających procesy podejmowania decyzji w warunkach ryzyka i niepewności.	K_W13
Umiejętności Wykład		
U1	Student posiada umiejętność analizowania pozyskanego materiału empirycznego oraz przygotowania prezentacji z wyników badań rynkowych.	K_U02 K_U05 K_U14
U2	Posiada umiejętność zdiagnozowania zachowań konsumenta na rynku, selekcjonowania metod badawczych pod kątem ich przydatności do rozwiązania konkretnego problemu badawczego i zweryfikowania hipotez badawczych, opracowania koncepcji badań dotyczących zachowań konsumenta na rynku, skonstruowania instrumentu pomiarowego, przeprowadzenia badań.	K_U05 K_U14
U3	Ma opanowany warsztat metod ilościowych poprawnie dobranych do badań.	K_U05
U4	Potrafi w pogłębiony sposób zaprezentować wiedzę z zakresu zachowań konsumenta na rynku oraz czynniki mające wpływ na postawy konsumenta w procesie podejmowania decyzji zakupu.	K_U05 K_U19
Kompetencje Wykład		
K1	Jest zdolny do pracy w grupie społecznej.	K_K03 K_K04
K2	Student posiada zdolność do stosowania wiedzy i umiejętności w praktycznej działalności przedsiębiorstwa w obszarze przeprowadzania badań rynkowych.	K_K03 K_K04
Wiedza Ćwiczenia		
W1	Zna metody i techniki badań zachowań konsumenta na rynku i potrafi przeanalizować jego decyzje, metody budowy kwestionariusza, metody redukcji i analizy danych oraz metody prezentacji i oceny wyników badania. Potrafi zdiagnozować wpływ czynników kulturowych na postawy konsumenta na rynku i styl życia.	K_W05 K_W07 K_W10
W2	Student posiada wiedzę z zakresu terminologii stosowanej w marketingu, potrafi definiować podstawowe pojęcia marketingu oraz zachowań konsumenta na rynku	K_W06 K_W11
W3	Ma rozszerzoną wiedzę o człowieku jako podmiocie uczestniczącym w życiu gospodarczym i społecznym.	K_W10
W4	Zna zastosowanie metod analitycznych i systemów wspomagających procesy podejmowania decyzji w warunkach ryzyka i niepewności.	K_W13
Umiejętności Ćwiczenia		
U1	Student posiada umiejętność analizowania pozyskanego materiału empirycznego oraz przygotowania prezentacji z wyników badań rynkowych.	K_U02 K_U05 K_U14
U2	Posiada umiejętność zdiagnozowania zachowań konsumenta na rynku, selekcjonowania metod badawczych pod kątem ich przydatności do rozwiązania konkretnego problemu badawczego i zweryfikowania hipotez badawczych, opracowania koncepcji badań dotyczących zachowań konsumenta na rynku, skonstruowania instrumentu pomiarowego, przeprowadzenia badań.	K_U05 K_U14
U3	Ma opanowany warsztat metod ilościowych poprawnie dobranych do badań.	K_U05
U4	Potrafi w pogłębiony sposób zaprezentować wiedzę z zakresu zachowań konsumenta na rynku oraz czynniki mające wpływ na postawy konsumenta w procesie podejmowania decyzji zakupu.	K_U05 K_U19
Kompetencje Ćwiczenia		
K1	Jest zdolny do pracy w grupie społecznej.	K_K03 K_K04
K2	Student posiada zdolność do stosowania wiedzy i umiejętności w praktycznej działalności przedsiębiorstwa w obszarze przeprowadzania badań rynkowych.	K_K03 K_K04
FORMY OCENY		
Dla każdego z efektów kształcenia określonego dla przedmiotu w zakresie wiedzy, umiejętności i kompetencji, na ocenę:		
2,0	student uzyskuje poniżej 51% maksymalnej liczby punktów	4,0 student uzyskuje od 71% do 80% maksymalnej liczby punktów

3,0	student uzyskuje od 51% do 60% maksymalnej liczby punktów	4,5	student uzyskuje od 81% do 90% maksymalnej liczby punktów
3,5	student uzyskuje od 61% do 70% maksymalnej liczby punktów	5,0	student uzyskuje powyżej 90% maksymalnej liczby punktów
Kryteria oceniania wg skali:			
bardzo dobry	bdb	5	zakładane efekty zostały w pełni osiągnięte
dobry plus	db+	4,5	zakładane efekty zostały osiągnięte z niewielkimi niedociągnięciami
dobry	db	4	zakładane efekty zostały osiągnięte jednak z pewnymi brakami, które można szybko uzupełnić
dostateczny plus	dst+	3,5	zakładane efekty zostały osiągnięte z istotnymi brakami, ale dopuszczalnymi na minimalnym wymaganym
dostateczny	dst	3	zakładane efekty zostały osiągnięte z istotnymi brakami
niedostateczny	ndst	2	zakładane efekty nie zostały uzyskane
NAKLAD PRACY WŁASNEJ STUDENTA			
		Forma aktywności	Średnia liczba godzin na zrealizowanie aktywności
		Godziny zajęć (wg planu studiów) z nauczycielem	45 27
Praca własna	1	Przygotowanie do zajęć	1 5
	2	Czytanie wskazanej literatury	1 8
	3	Przygotowanie projektu	1 5
	4	Przygotowanie do egzaminu / zaliczenia	2 5
		Suma godzin:	50 50
		Punkty ECTS:	2 2
LITERATURA			
Podstawowa			
1	Stasiuk K., Psychologia konsumenta. Warszawa Wydawnictwo Naukowe PWN 2022.		
2	Burlit A., Zachowania konsumentów: wybrane problemy, Warszawa 2020.		
3	Bartosik-Purgat A., Zachowania konsumentów, PWN, Warszawa 2017.		
Uzupełniająca			
1	Bartłomowicz T., Bąk A., Badanie preferencji i zachowań konsumentów z wykorzystaniem metod mikroekonometrii i programu R, Wrocław UE 2021.		

PAŃSTWOWA AKADEMIA NAUK STOSOWANYCH W GŁOGOWIE

INSTYTUT EKONOMICZNY

SYLABUS / KARTA PRZEDMIOTU



INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE																	
Nazwa przedmiotu (modułu)			Wizualizacja wyników w biznesie												Kod przedmiotu		30
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot			Instytut Ekonomiczny														
Poziom kształcenia			Studia drugiego stopnia						Profil studiów			praktyczny					
Kierunek studiów			Ekonomia biznesu						Specjalność								
Moduł kształcenia			Kierunkowy						Język wykładowy			polski					
Semestr			III						Forma zaliczenia			Egzamin					
WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ DYDAKTYCZNYCH																	
STUDIA STACJONARNE									STUDIA NIESTACJONARNE								
Wykład			Ćwiczenia			Laboratorium			Wykład			Ćwiczenia			Laboratorium		
15	E3	1							9	E3	1						
						15	ZO3	1							9	ZO3	1
SUMARYCZNY WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ																	
STUDIA STACJONARNE									STUDIA NIESTACJONARNE								
Wykład			15						Wykład			9					
Laboratorium			15						Laboratorium			9					
Razem			30						Razem			18					
Praca własna studenta									Praca własna studenta			12					
Razem			30						Razem			30					
ECTS			1						ECTS			1					
CEL PRZEDMIOTU																	
<p>Celem nauczania jest wyposażenie studenta w praktyczną wiedzę i umiejętności przygotowania oraz prezentowania profesjonalnej prezentacji wykorzystujące techniki multimedialne. Zarówno program excel jak i power point są standardowymi narzędziami służącymi wizualizacji zestawień finansowych. Dostosowanie odpowiednich grafów do prezentacji wyniku daje lepszy efekt zrozumienia ostatecznych wyników analiz.</p>																	
WYMAGANIA WSTĘPNE																	
<p>Od studenta wymaga się posiadania wiedzy w zakresie finansów, wskaźników ekonomicznych oraz podstawowy warsztat pakietu Office.</p>																	
EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU																	
KOD		OPIS												EFEKT			
Wiedza																	
W1		Student zna metody i narzędzia, a także techniki prezentacji danych aby informacja był zrozumiała dla odbiorcy												K_W06 K_W11 K_W14 K_W17 K_W18			
W2		Student ma pogłębioną wiedzę w zakresie zasad zarządzania przedsiębiorstwem, analiz finansowych i prezentacji wyników												K_W06 K_W11 K_W14 K_W17 K_W18			
Umiejętności																	
U1		Student ma opanowany warsztat analityczny i wykorzystując techniki informatyczne potrafi sporządzić czytelną prezentację												K_U05 K_U06 K_U13 K_U14 K_U19			
U2		Student potrafi w czytelny i zrozumiały sposób zaprezentować wiedzę z danego zakresu n w formie opracowań pisemnych i prezentacji multimedialnych.												K_U05 K_U06 K_U13 K_U14 K_U19			

U3	Student potrafi w raportach wykorzystać wnioski płynące z analiz ekonomiczno-statystycznych ogólnodostępnych	K_U05 K_U06 K_U13 K_U14 K_U19	
Kompetencje			
K1	Student wykazuje się postawą przedsiębiorczą, potrafi zwizualizować różne dane analityczne i wziąć odpowiedzialność za ich rzetelność	K_K03 K_K04 K_K07 K_K11 K_K13	
K2	Student posiada zdolności uczestniczenia w przygotowaniu i realizacji różnych projektów, potrafi zebrać odpowiedni materiał analityczny oraz zaprezentować go w formie graficznej	K_K03 K_K04 K_K07 K_K11 K_K13	
K3	Student jest zainteresowany zaletami i wadami Internetu oraz potrafi segregować dostępne w nim informacje i fakty	K_K03 K_K04 K_K07 K_K11 K_K13	
TREŚCI KSZTAŁCENIA			
TEMAT		30	18
Wykład		15	9
1	Wprowadzenie do prezentacji wyników finansowych.	3	3
2	Przygotowanie i agregacja danych finansowych do analiz.	4	2
3	Wykorzystanie narzędzie pakietu Office do sporządzenie wykresów obrazujących analizowane dane.	4	2
4	Przygotowanie ostatecznego raportu wraz z tabelami, wykresami oraz interpretacją wyników finansowych.	4	2
Laboratorium		15	9
1	Wybór formy prezentacji wyników finansowych w zależności od adresatów - praca	3	3
2	Przygotowanie i agregacja danych finansowych do analiz - praca warsztatowa	4	2
3	Wykorzystanie narzędzie pakietu Office do sporządzenie wykresów obrazujących analizowane dane - praca warsztatowa	4	2
4	Sporządzenie i prezentacja raportu wraz z tabelami, wykresami oraz interpretacją wyników finansowych - praca warsztatowa	4	2
METODY DYDAKTYCZNE			
W pracy warsztatowej wykorzystane są programy MS Office, w szczególności power point oraz excel.			
KRYTERIA OCENY			
Wykład			
Egzamin praktyczny w formie projektu indywidualnego na ocenę, wraz z prezentacją multimedialną			
Laboratorium			
Przygotowanie i opis projektu indywidualnego na ocenę.			
WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ			
KOD	OPIS	EFEKT	
Wiedza Wykład			
W1	Student zna metody i narzędzia, a także techniki prezentacji danych aby informacja był zrozumiała dla odbiorcy	K_W06 K_W11 K_W14 K_W17 K_W18	
W2	Student ma pogłębioną wiedzę w zakresie zasad zarządzania przedsiębiorstwem, analiz finansowych i prezentacji wyników	K_W06 K_W11 K_W14 K_W17 K_W18	
Umiejętności Wykład			
U1	Student ma opanowany warsztat analityczny i wykorzystując techniki informatyczne potrafi sporządzić czytelną prezentację	K_U05 K_U06 K_U13 K_U14 K_U19	
U2	Student potrafi w czytelny i zrozumiały sposób zaprezentować wiedzę z danego zakresu n w formie opracowań pisemnych i prezentacji multimedialnych.	K_U05 K_U06 K_U13 K_U14 K_U19	

U3	Student potrafi w raportach wykorzystać wnioski płynące z analiz ekonomiczno-statystycznych ogólnodostępnych	K_U05 K_U06 K_U13 K_U14 K_U19
Kompetencje Wykład		
K1	Student wykazuje się postawą przedsiębiorczą, potrafi zwizualizować różne dane analityczne i wziąć odpowiedzialność za ich rzetelność	K_K03 K_K04 K_K07 K_K11 K_K13
K2	Student posiada zdolności uczestniczenia w przygotowaniu i realizacji różnych projektów, potrafi zebrać odpowiedni materiał analityczny oraz zaprezentować go w formie graficznej	K_K03 K_K04 K_K07 K_K11 K_K13
K3	Student jest zainteresowany zaletami i wadami Internetu oraz potrafi segregować dostępne w nim informacje i fakty	K_K03 K_K04 K_K07 K_K11 K_K13
Wiedza Laboratorium		
W1	Student zna metody i narzędzia, a także techniki prezentacji danych aby informacja był zrozumiała dla odbiorcy	K_W06 K_W11 K_W14 K_W17 K_W18
W2	Student ma pogłębioną wiedzę w zakresie zasad zarządzania przedsiębiorstwem, analiz finansowych i prezentacji wyników	K_W06 K_W11 K_W14 K_W17 K_W18
Umiejętności Laboratorium		
U1	Student ma opanowany warsztat analityczny i wykorzystując techniki informatyczne potrafi sporządzić czytelną prezentację	K_U05 K_U06 K_U13 K_U14 K_U19
U2	Student potrafi w czytelny i zrozumiały sposób zaprezentować wiedzę z danego zakresu n w formie opracowań pisemnych i prezentacji multimedialnych.	K_U05 K_U06 K_U13 K_U14 K_U19
U3	Student potrafi w raportach wykorzystać wnioski płynące z analiz ekonomiczno-statystycznych ogólnodostępnych	K_U05 K_U06 K_U13 K_U14 K_U19
Kompetencje Laboratorium		
K1	Student wykazuje się postawą przedsiębiorczą, potrafi zwizualizować różne dane analityczne i wziąć odpowiedzialność za ich rzetelność	K_K03 K_K04 K_K07 K_K11 K_K13
K2	Student posiada zdolności uczestniczenia w przygotowaniu i realizacji różnych projektów, potrafi zebrać odpowiedni materiał analityczny oraz zaprezentować go w formie graficznej	K_K03 K_K04 K_K07 K_K11 K_K13
K3	Student jest zainteresowany zaletami i wadami Internetu oraz potrafi segregować dostępne w nim informacje i fakty	K_K03 K_K04 K_K07 K_K11 K_K13
FORMY OCENY		
Dla każdego z efektów kształcenia określonego dla przedmiotu w zakresie wiedzy, umiejętności i kompetencji, na ocenę:		
2,0	student uzyskuje poniżej 51% maksymalnej liczby punktów	4,0 student uzyskuje od 71% do 80% maksymalnej liczby punktów
3,0	student uzyskuje od 51% do 60% maksymalnej liczby punktów	4,5 student uzyskuje od 81% do 90% maksymalnej liczby punktów
3,5	student uzyskuje od 61% do 70% maksymalnej liczby punktów	5,0 student uzyskuje powyżej 90% maksymalnej liczby punktów
Kryteria oceniania wg skali:		
bardzo dobry	bdb	5 zakładane efekty zostały w pełni osiągnięte
dobry plus	db+	4,5 zakładane efekty zostały osiągnięte z niewielkimi niedociągnięciami
dobry	db	4 zakładane efekty zostały osiągnięte jednak z pewnymi brakami, które można szybko uzupełnić
dostateczny plus	dst+	3,5 zakładane efekty zostały osiągnięte z istotnymi brakami, ale dopuszczalnymi na minimalnym wymaganym
dostateczny	dst	3 zakładane efekty zostały osiągnięte z istotnymi brakami
niedostateczny	ndst	2 zakładane efekty nie zostały uzyskane
NAKŁAD PRACY WŁASNEJ STUDENTA		

		Forma aktywności	Średnia liczba godzin na zrealizowanie aktywności	
		Godziny zajęć (wg planu studiów) z nauczycielem	30	18
PW	1	Przygotowanie pracy pisemnej, raportu, prezentacji, demonstracji, itp.	0	6
	2	Przygotowanie projektu	0	6
		Suma godzin:	30	30
		Punkty ECTS:	1	1
LITERATURA				
Podstawowa				
1	Wayne W.L., Microsoft Excel 2019: analiza i modelowanie danych biznesowych, Warszawa APN Promise 2019.			
2	Russo M., Kompletny przewodnik po DAX: analiza biznesowa przy użyciu Microsoft Power BI, SQL Server Analysis Services i Excel, Warszawa APN Promise 2020.			
Uzupelniająca				
1	Dominiak-Michalska B., Poradnik design thinking czyli jak wykorzystać myślenie projektowe w biznesie, Gliwice Helion 2022.			

PAŃSTWOWA AKADEMIA NAUK STOSOWANYCH W GŁOGOWIE

INSTYTUT EKONOMICZNY

SYLABUS / KARTA PRZEDMIOTU



INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE															
Nazwa przedmiotu (modułu)		Analiza koniunktury gospodarczej										Kod przedmiotu		31	
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot										Instytut Ekonomiczny					
Poziom kształcenia		Studia drugiego stopnia				Profil studiów				praktyczny					
Kierunek studiów		Ekonomia biznesu				Specjalność									
Moduł kształcenia		Kierunkowy				Język wykładowy				polski					
Semestr		III				Forma zaliczenia				Egzamin					
WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ DYDAKTYCZNYCH															
STUDIA STACJONARNE								STUDIA NIESTACJONARNE							
Wykład		Ćwiczenia		Laboratorium				Wykład		Ćwiczenia		Laboratorium			
15	E3	1						9	E3	1					
SUMARYCZNY WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ															
STUDIA STACJONARNE								STUDIA NIESTACJONARNE							
Wykład		15				Wykład		9							
Razem		15				Razem		9							
Praca własna studenta		15				Praca własna studenta		21							
Razem		30				Razem		30							
ECTS		1				ECTS		1							
CEL PRZEDMIOTU															
Celem przedmiotu jest nauczenie słuchaczy rozumienia przebiegu koniunktury gospodarczej. Studenci będą potrafili prawidłowo odczytywać, antycypować i rozumieć sygnały z otoczenia makro i na ich podstawie prognozować zachodzące w długim okresie zmiany															
WYMAGANIA WSTĘPNE															
Podstawowa wiedza z mikroeconomii oraz makroeconomii.															
EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU															
KOD	OPIS										EFEKT				
Wiedza															
W1	Zna i rozumie zasady działania podmiotów gospodarczych oraz instytucji, ze szczególnym uwzględnieniem mechanizmów ich funkcjonowania, zwłaszcza. przedsiębiorstw, banków, zakładów ubezpieczeń, instytucji rynków finansowych i jednostek sektora finansów publicznych.										K_W02 K_W04 K_W05 K_W09 K_W11				
W2	Ma pogłębioną wiedzę o współzależnościach zachodzących zarówno między podmiotami gospodarczymi w skali kraju i w skali międzynarodowej, jak i wewnątrz tych podmiotów oraz instytucji.										K_W02 K_W04 K_W05 K_W09 K_W11				
W3	Ma wiedzę, w pogłębionym stopniu, o rodzajach powiązań ekonomiczno-społecznych w ramach współczesnej gospodarki i o rządzących nimi prawidłowościach oraz wie jak wykorzystać instrumentarium analizy ekonomicznej, w tym systemy informacyjne i informatyczne pozwalające opisywać i objaśniać procesy gospodarcze i reguły oraz prawidłowości nimi rządzące, a także potrafi rozwiązywać problemy z zakresu analizy oraz organizacji i zarządzania.										K_W02 K_W04 K_W05 K_W09 K_W11				
W4	Zna i rozumie dylematy współczesnej cywilizacji na etapie globalizacji, zna prawne, ekonomiczne i etyczne uwarunkowania i bariery związane z kierunkiem studiów. Zna fundamentalne zasady powstawania i transformacji podmiotów oraz rozwiązania organizacyjne a także bezpieczeństwa w zakresie ochrony praw autorskich.										K_W02 K_W04 K_W05 K_W09 K_W11				

W5	Ma pogłębioną wiedzę w zakresie zasad zarządzania przedsiębiorstwem, funkcjonowania instytucji i rynków finansowych oraz inwestowania.	K_W02 K_W04 K_W05 K_W09 K_W11	
Umiejętności			
U1	Potrafi prawidłowo wyjaśniać i interpretować zdarzenia gospodarcze zachodzące w różnego rodzaju podmiotach gospodarczych i pozagospodarczych. Umie wykorzystać otrzymane wnioski w praktyce gospodarczej.	K_U01 K_U02 K_U17 K_U18 K_U20	
U2	Potrafi szczegółowo opisywać i analizować skutki zmian gospodarczych z wykorzystaniem narzędzi i metod z zakresu ekonomii i nauk pokrewnych oraz formułować własne opinie i zalecenia.	K_U01 K_U02 K_U17 K_U18 K_U20	
U3	Potrafi przygotować metody i algorytmy w działalności tak oceniającej, jak i prognostycznej a także modyfikować technologie utrwalania i przetwarzania informacji gospodarczych (kwalitatywnych i kwantytatywnych).	K_U01 K_U02 K_U17 K_U18 K_U20	
U4	Potrafi właściwie interpretować wskaźniki statystyczno-ekonomiczne i formy wizualizacji danych (wykresy). Umie formułować na tej bazie prognozy gospodarcze i oceny.	K_U01 K_U02 K_U17 K_U18 K_U20	
U5	Potrafi wykorzystać sugestie doradców i analityków we własnych decyzjach biznesowych, przy jednoczesnej samodzielności formułowania wniosków.	K_U01 K_U02 K_U17 K_U18 K_U20	
Kompetencje			
K1	Potrafi właściwie oceniać przemiany zachodzące w otoczeniu społeczno-politycznym. Wie jakie mogą być ich konsekwencje dla biznesu i otoczenia społecznego.	K_K09 K_K11 K_K12 K_K13 K_K17	
K2	Propaguje zainteresowanie wpływem działalności gospodarczej na środowisko przyrodnicze i postawy proekologiczne. Upowszechnia wiedzę ekonomiczną w swoim otoczeniu.	K_K09 K_K11 K_K12 K_K13 K_K17	
K3	Jest zainteresowany tworzeniem się społeczeństwa informacyjnego i gospodarki opartej na wiedzy (mądrości). Korzysta praktycznie ze zmian w tym zakresie.	K_K09 K_K11 K_K12 K_K13 K_K17	
K4	Rozumie niezbędność procesów wirtualizacji funkcjonowania gospodarki i współczesnego społeczeństwa. Potrafi wykorzystać dorobek wirtualizacji i umie zabezpieczyć się przed zjawiskami negatywnymi.	K_K09 K_K11 K_K12 K_K13 K_K17	
K5	Aktywnie śledzi ewolucję prawa gospodarczego, krajowego i unijnego. Wykorzystuje krytycznie różne źródła informacji.	K_K09 K_K11 K_K12 K_K13 K_K17	
TREŚCI KSZTAŁCENIA			
TEMAT		15	9
Wykład		15	9
1	Pojęcie i fazy cykli koniunkturalnych. Cykle koniunkturalne a polityki ekonomiczne.	3	3
2	Przegląd wybranych teorii cyklu koniunkturalnego. Analiza sposobów interpretacji cykli koniunkturalnych we współczesnej ekonomii.	5	2
3	Wybrane metody, techniki oraz wskaźniki badania koniunktury gospodarczej i ich dyskusja.	4	2
4	Sposoby interpretacji wskaźników koniunktury gospodarczej.	3	2
METODY DYDAKTYCZNE			
W procesie dydaktycznym wykorzystane są narzędzia niezbędne do realizacji wykładów multimedialnych oraz techniki i metody statystyczno-ekonometryczne niezbędne do prezentacji i analizy cykli koniunkturalnych.			
KRYTERIA OCENY			
Wykład			
Warunkiem zaliczenia jest otrzymanie pozytywnej oceny z egzaminu w formie rozwiązań praktycznych zadań.			
WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ			
KOD	OPIS	EFEKT	

Wiedza Wykład		
W1	Zna i rozumie zasady działania podmiotów gospodarczych oraz instytucji, ze szczególnym uwzględnieniem mechanizmów ich funkcjonowania, zwłaszcza. przedsiębiorstw, banków, zakładów ubezpieczeń, instytucji rynków finansowych i jednostek sektora finansów publicznych.	K_W02 K_W04 K_W05 K_W09 K_W11
W2	Ma pogłębioną wiedzę o współzależnościach zachodzących zarówno między podmiotami gospodarczymi w skali kraju i w skali międzynarodowej, jak i wewnątrz tych podmiotów oraz instytucji.	K_W02 K_W04 K_W05 K_W09 K_W11
W3	Ma wiedzę, w pogłębionym stopniu, o rodzajach powiązań ekonomiczno-społecznych w ramach współczesnej gospodarki i o rządzących nimi prawidłowościach oraz wie jak wykorzystać instrumentarium analizy ekonomicznej, w tym systemy informacyjne i informatyczne pozwalające opisywać i objaśniać procesy gospodarcze i reguły oraz prawidłowości nimi rządzące, a także potrafi rozwiązywać problemy z zakresu analizy oraz organizacji i zarządzania.	K_W02 K_W04 K_W05 K_W09 K_W11
W4	Zna i rozumie dylematy współczesnej cywilizacji na etapie globalizacji, zna prawne, ekonomiczne i etyczne uwarunkowania i bariery związane z kierunkiem studiów. Zna fundamentalne zasady powstawania i transformacji podmiotów oraz rozwiązania organizacyjne a także bezpieczeństwa w zakresie ochrony praw autorskich.	K_W02 K_W04 K_W05 K_W09 K_W11
W5	Ma pogłębioną wiedzę w zakresie zasad zarządzania przedsiębiorstwem, funkcjonowania instytucji i rynków finansowych oraz inwestowania.	K_W02 K_W04 K_W05 K_W09 K_W11
Umiejętności Wykład		
U1	Potrafi prawidłowo wyjaśniać i interpretować zdarzenia gospodarcze zachodzące w różnego rodzaju podmiotach gospodarczych i pozagospodarczych. Umie wykorzystać otrzymane wnioski w praktyce gospodarczej.	K_U01 K_U02 K_U17 K_U18 K_U20
U2	Potrafi szczegółowo opisywać i analizować skutki zmian gospodarczych z wykorzystaniem narzędzi i metod z zakresu ekonomii i nauk pokrewnych oraz formułować własne opinie i zalecenia.	K_U01 K_U02 K_U17 K_U18 K_U20
U3	Potrafi przygotować metody i algorytmy w działalności tak oceniającej, jak i prognostycznej a także modyfikować technologie utrwalania i przetwarzania informacji gospodarczych (kwalitatywnych i kwantytatywnych).	K_U01 K_U02 K_U17 K_U18 K_U20
U4	Potrafi właściwie interpretować wskaźniki statystyczno-ekonomiczne i formy wizualizacji danych (wykresy). Umie formułować na tej bazie prognozy gospodarcze i oceny.	K_U01 K_U02 K_U17 K_U18 K_U20
U5	Potrafi wykorzystać sugestie doradców i analityków we własnych decyzjach biznesowych, przy jednoczesnej samodzielności formułowania wniosków.	K_U01 K_U02 K_U17 K_U18 K_U20
Kompetencje Wykład		
K1	Potrafi właściwie oceniać przemiany zachodzące w otoczeniu społeczno-politycznym. Wie jakie mogą być ich konsekwencje dla biznesu i otoczenia społecznego.	K_K09 K_K11 K_K12 K_K13 K_K17
K2	Propaguje zainteresowanie wpływem działalności gospodarczej na środowisko przyrodnicze i postawy proekologiczne. Upowszechnia wiedzę ekonomiczną w swoim otoczeniu.	K_K09 K_K11 K_K12 K_K13 K_K17
K3	Jest zainteresowany tworzeniem się społeczeństwa informacyjnego i gospodarki opartej na wiedzy (mądrości). Korzysta praktycznie ze zmian w tym zakresie.	K_K09 K_K11 K_K12 K_K13 K_K17
K4	Rozumie niezbędność procesów wirtualizacji funkcjonowania gospodarki i współczesnego społeczeństwa. Potrafi wykorzystać dorobek wirtualizacji i umie zabezpieczyć się przed zjawiskami negatywnymi.	K_K09 K_K11 K_K12 K_K13 K_K17

K5	Aktywnie śledzi ewolucję prawa gospodarczego, krajowego i unijnego. Wykorzystuje krytycznie różne źródła informacji.		K_K09 K_K11 K_K12 K_K13 K_K17		
FORMY OCENY					
Dla każdego z efektów kształcenia określonego dla przedmiotu w zakresie wiedzy, umiejętności i kompetencji, na ocenę:					
2,0	student uzyskuje poniżej 51% maksymalnej liczby punktów	4,0	student uzyskuje od 71% do 80% maksymalnej liczby punktów		
3,0	student uzyskuje od 51% do 60% maksymalnej liczby punktów	4,5	student uzyskuje od 81% do 90% maksymalnej liczby punktów		
3,5	student uzyskuje od 61% do 70% maksymalnej liczby punktów	5,0	student uzyskuje powyżej 90% maksymalnej liczby punktów		
Kryteria oceniania wg skali:					
bardzo dobry	bdb	5	zakładane efekty zostały w pełni osiągnięte		
dobry plus	db+	4,5	zakładane efekty zostały osiągnięte z niewielkimi niedociągnięciami		
dobry	db	4	zakładane efekty zostały osiągnięte jednak z pewnymi brakami, które można szybko uzupełnić		
dostateczny plus	dst+	3,5	zakładane efekty zostały osiągnięte z istotnymi brakami, ale dopuszczalnymi na minimalnym wymaganym		
dostateczny	dst	3	zakładane efekty zostały osiągnięte z istotnymi brakami		
niedostateczny	ndst	2	zakładane efekty nie zostały uzyskane		
NAKLAD PRACY WŁASNEJ STUDENTA					
		Forma aktywności		Średnia liczba godzin na zrealizowanie aktywności	
		Godziny zajęć (wg planu studiów) z nauczycielem		15	9
PW	1	Przygotowanie do zajęć		5	6
	2	Czytanie wskazanej literatury		5	5
	3	Przygotowanie do egzaminu / zaliczenia		5	10
		Suma godzin:		30	30
		Punkty ECTS:		1	1
LITERATURA					
Podstawowa					
1	Oblicza polskiego etatyizmu gospodarczego, S. Czaja, B. Fiedor, Wrocław 2021.				
2	Analiza koniunktury i badanie rynków, M. Lubiński, Warszawa 2002.				
Uzupełniająca					
1	Koniunktura gospodarcza świata i Polski, red. J. Biskup, Warszawa 2010.				
2	Rynek usług finansowych a koniunktura gospodarcza, J. Garczarczyk, Warszawa CeDeWu 2018.				

PAŃSTWOWA AKADEMIA NAUK STOSOWANYCH W GŁOGOWIE

INSTYTUT EKONOMICZNY

SYLABUS / KARTA PRZEDMIOTU



INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE													
Nazwa przedmiotu (modułu)		Standaryzacja działalności gospodarczej								Kod przedmiotu		32	
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot				Instytut Ekonomiczny									
Poziom kształcenia		Studia drugiego stopnia				Profil studiów				praktyczny			
Kierunek studiów		Ekonomia biznesu				Specjalność							
Moduł kształcenia		Kierunkowy				Język wykładowy				polski			
Semestr		IV				Forma zaliczenia				Zaliczenie z oceną			
WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ DYDAKTYCZNYCH													
STUDIA STACJONARNE							STUDIA NIESTACJONARNE						
Wykład		Ćwiczenia		Laboratorium			Wykład		Ćwiczenia		Laboratorium		
		15	ZO4	2					9	ZO4	2		
SUMARYCZNY WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ													
STUDIA STACJONARNE							STUDIA NIESTACJONARNE						
		Ćwiczenia		15					Ćwiczenia		9		
		Razem		15					Razem		9		
Praca własna studenta				45			Praca własna studenta				51		
		Razem		60					Razem		60		
		ECTS		2					ECTS		2		
CEL PRZEDMIOTU													
Celem przedmiotu jest wyrobienie u słuchaczy praktycznych umiejętności posługiwania się metodami standaryzacji działalności gospodarczej we współczesnych systemach ekonomicznych.													
WYMAGANIA WSTĘPNE													
Podstawowa wiedza z mikroekonomii, makroekonomii, prawa gospodarczego i ekologicznego.													
EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU													
KOD	OPIS										EFEKT		
Wiedza													
W1	Zna i rozumie zasady działania podmiotów gospodarczych oraz instytucji, ze szczególnym uwzględnieniem mechanizmów ich funkcjonowania, zwłaszcza. przedsiębiorstw, banków, zakładów ubezpieczeń, instytucji rynków finansowych i jednostek sektora finansów publicznych. Rozumie problem ujednoczania niektórych form aktywności gospodarczej.										K_W02 K_W08 K_W09 K_W10 K_W11		
W2	Bardzo dobrze zna i rozumie regulacje w zakresie norm prawnych, społecznych i etycznych dotyczących poszczególnych podmiotów gospodarki. Wie o międzynarodowej działalności standaryzacyjnej.										K_W02 K_W08 K_W09 K_W10 K_W11		
W3	Ma rozszerzoną wiedzę o człowieku jako podmiocie uczestniczącym w życiu gospodarczym i społecznym. Wie o potrzebie wprowadzania rozwiązań standaryzowanych.										K_W02 K_W08 K_W09 K_W10 K_W11		
Umiejętności													
U1	Potrafi wykorzystać swoją wiedzę przy formułowaniu i rozwiązywaniu złożonych problemów z zakresu zarządzania zasobami podmiotu gospodarczego oraz rozwiązywać problemy z tego zakresu w oparciu o poprawnie zweryfikowane dane faktograficzne. Rozumie standaryzacyjne znaczenie regulacji prawno-gospodarczych.										K_U03 K_U06 K_U12 K_U13 K_U15		
U2	Potrafi przygotowywać plany działalności zawodowej w warunkach turbulentnych oraz dokonywać stosownych korekt. Docenia praktyczne walory standaryzacji.										K_U03 K_U06 K_U12 K_U13 K_U15		

U3	Potrafi wykorzystać posiadaną wiedzę z zakresu ekonomii do formułowania i rozwiązywania złożonych i nietypowych problemów oraz w sposób innowacyjny wykonywać zadania w zmieniających się warunkach. Umie wdrażać rozwiązania standaryzacyjne w praktyce działalności gospodarczej.	K_U03 K_U06 K_U12 K_U13 K_U15	
Kompetencje			
K1	Identyfikuje i rozstrzyga dylematy oraz obowiązki związane z wykonywaniem zawodu ekonomisty i menedżera, w warunkach społecznie odpowiedzialnego biznesu. Rozumie zalety i wady standaryzacji.	K_K03 K_K05 K_K08 K_K11 K_K17	
K2	Propaguje zainteresowanie wpływem działalności gospodarczej na środowisko przyrodnicze i postawy proekologiczne.	K_K03 K_K05 K_K08 K_K11 K_K17	
K3	Aktywnie śledzi ewolucję prawa gospodarczego, krajowego i unijnego. Skutecznie wdraża obowiązujące regulacje.	K_K03 K_K05 K_K08 K_K11 K_K17	
TREŚCI KSZTAŁCENIA			
TEMAT		15	9
Ćwiczenia		15	9
1	Standardy, normy i zasady w gospodarce. Obligatoryjne i fakultatywne formy regulacji działalności gospodarczej. Sposoby przestrzegania regulacji prawno-instytucjonalnych. Rola regulacyjna państwa. Instytucje weryfikacji przestrzegania prawa.	5	3
2	Krajowe i międzynarodowe normy i standardy zarządzania jakością, w tym ISO 9001.	4	2
3	Krajowe i międzynarodowe normy i standardy zarządzania środowiskowego, w tym ISO 14	4	2
4	Prawne regulowanie warunków pracy, w tym bezpieczeństwa i higieny pracy.	2	2
METODY DYDAKTYCZNE			
W procesie dydaktycznym wykorzystaną metody i techniki pozwalające w sposób multimedialny dokonać prezentacji i oceny (interpretacji) standardów i norm stosowanych w procesach gospodarowania i życiu gospodarczym.			
KRYTERIA OCENY			
Ćwiczenia			
Warunkiem zaliczenia jest pozytywna ocena z projektu indywidualnego na zadany temat praktyczny			
WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ			
KOD	OPIS	EFEKT	
Wiedza		Ćwiczenia	
W1	Zna i rozumie zasady działania podmiotów gospodarczych oraz instytucji, ze szczególnym uwzględnieniem mechanizmów ich funkcjonowania, zwłaszcza. przedsiębiorstw, banków, zakładów ubezpieczeń, instytucji rynków finansowych i jednostek sektora finansów publicznych. Rozumie problem ujednoczenia niektórych form aktywności gospodarczej.	K_W02 K_W08 K_W09 K_W10 K_W11	
W2	Bardzo dobrze zna i rozumie regulacje w zakresie norm prawnych, społecznych i etycznych dotyczących poszczególnych podmiotów gospodarki. Wie o międzynarodowej działalności standaryzacyjnej.	K_W02 K_W08 K_W09 K_W10 K_W11	
W3	Ma rozszerzoną wiedzę o człowieku jako podmiocie uczestniczącym w życiu gospodarczym i społecznym. Wie o potrzebie wprowadzania rozwiązań standaryzowanych.	K_W02 K_W08 K_W09 K_W10 K_W11	
Umiejętności		Ćwiczenia	
U1	Potrafi wykorzystać swoją wiedzę przy formułowaniu i rozwiązywaniu złożonych problemów z zakresu zarządzania zasobami podmiotu gospodarczego oraz rozwiązywać problemy z tego zakresu w oparciu o poprawnie zweryfikowane dane faktograficzne. Rozumie standaryzacyjne znaczenie regulacji prawno-gospodarczych.	K_U03 K_U06 K_U12 K_U13 K_U15	
U2	Potrafi przygotowywać plany działalności zawodowej w warunkach turbulentnych oraz dokonywać stosownych korekt. Docenia praktyczne walory standaryzacji.	K_U03 K_U06 K_U12 K_U13 K_U15	

U3	Potrafi wykorzystać posiadaną wiedzę z zakresu ekonomii do formułowania i rozwiązywania złożonych i nietypowych problemów oraz w sposób innowacyjny wykonywać zadania w zmieniających się warunkach. Umie wdrażać rozwiązania standaryzacyjne w praktyce działalności gospodarczej.		K_U03 K_U06 K_U12 K_U13 K_U15		
Kompetencje Ćwiczenia					
K1	Identyfikuje i rozstrzyga dylematy oraz obowiązki związane z wykonywaniem zawodu ekonomisty i menedżera, w warunkach społecznie odpowiedzialnego biznesu. Rozumie zalety i wady standaryzacji.		K_K03 K_K05 K_K08 K_K11 K_K17		
K2	Propaguje zainteresowanie wpływem działalności gospodarczej na środowisko przyrodnicze i postawy proekologiczne.		K_K03 K_K05 K_K08 K_K11 K_K17		
K3	Aktywnie śledzi ewolucję prawa gospodarczego, krajowego i unijnego. Skutecznie wdraża obowiązujące regulacje.		K_K03 K_K05 K_K08 K_K11 K_K17		
FORMY OCENY					
Dla każdego z efektów kształcenia określonego dla przedmiotu w zakresie wiedzy, umiejętności i kompetencji, na ocenę:					
2,0	student uzyskuje poniżej 51% maksymalnej liczby punktów	4,0	student uzyskuje od 71% do 80% maksymalnej liczby punktów		
3,0	student uzyskuje od 51% do 60% maksymalnej liczby punktów	4,5	student uzyskuje od 81% do 90% maksymalnej liczby punktów		
3,5	student uzyskuje od 61% do 70% maksymalnej liczby punktów	5,0	student uzyskuje powyżej 90% maksymalnej liczby punktów		
Kryteria oceniania wg skali:					
bardzo dobry	bdb	5	zakładane efekty zostały w pełni osiągnięte		
dobry plus	db+	4,5	zakładane efekty zostały osiągnięte z niewielkimi niedociągnięciami		
dobry	db	4	zakładane efekty zostały osiągnięte jednak z pewnymi brakami, które można szybko uzupełnić		
dostateczny plus	dst+	3,5	zakładane efekty zostały osiągnięte z istotnymi brakami, ale dopuszczalnymi na minimalnym wymaganym		
dostateczny	dst	3	zakładane efekty zostały osiągnięte z istotnymi brakami		
niedostateczny	ndst	2	zakładane efekty nie zostały uzyskane		
NAKŁAD PRACY WŁASNEJ STUDENTA					
		Forma aktywności		Średnia liczba godzin na zrealizowanie aktywności	
		Godziny zajęć (wg planu studiów) z nauczycielem		15	9
PW	1	Czytanie wskazanej literatury		10	20
	2	Przygotowanie projektu		35	31
		Suma godzin:		60	60
		Punkty ECTS:		2	2
LITERATURA					
Podstawowa					
1	Zarządzanie jakością, A. Matuszak-Flejszman, Poznań 2022.				
2	System zarządzania jakością według normy ISO 9001:2015, M. Bugdal, Gliwice 2018.				
3	Zarządzanie jakością. Standardy i zasady, J. Łunarski, Warszawa 2012.				

PAŃSTWOWA AKADEMIA NAUK STOSOWANYCH W GŁOGOWIE

INSTYTUT EKONOMICZNY

SYLABUS / KARTA PRZEDMIOTU



INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE															
Nazwa przedmiotu (modułu)		Cyberbezpieczeństwo										Kod przedmiotu		33	
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot										Instytut Ekonomiczny					
Poziom kształcenia		Studia drugiego stopnia					Profil studiów			praktyczny					
Kierunek studiów		Ekonomia biznesu					Specjalność								
Moduł kształcenia		Kierunkowy					Język wykładowy			polski					
Semestr		I					Forma zaliczenia			Zaliczenie z oceną					
WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ DYDAKTYCZNYCH															
STUDIA STACJONARNE								STUDIA NIESTACJONARNE							
Wykład		Ćwiczenia		Laboratorium				Wykład		Ćwiczenia		Laboratorium			
15	ZO1	2						9	ZO1	2					
SUMARYCZNY WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ															
STUDIA STACJONARNE								STUDIA NIESTACJONARNE							
Wykład		15				Wykład		9							
Razem		15				Razem		9							
Praca własna studenta		35				Praca własna studenta		41							
Razem		50				Razem		50							
ECTS		2				ECTS		2							
CEL PRZEDMIOTU															
Celem przedmiotu jest przekazanie praktycznej wiedzy na temat zagadnień związanych z systemami bezpieczeństwa. Student opanuje umiejętność analizowania zjawisk związanych z procesem informatyzacji i technologii w życiu społecznym oraz ich zastosowania w praktyce gospodarczej															
WYMAGANIA WSTĘPNE															
brak wymagań wstępnych															
EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU															
KOD	OPIS										EFEKT				
Wiedza															
W1	Student rozumie zagrożenia wynikające ze stosowania systemów informatycznych w prowadzeniu działalności gospodarczej, w szczególności wykorzystywaniu systemów informatycznych w sprzedaży, a także ochronę danych osobowych i wrażliwych własnej organizacji.										K_W16 K_W17				
W2	Student zna możliwości wykorzystywania systemów zintegrowanych do skutecznego zarządzania oraz zna możliwości zabezpieczeń tych systemów przez niepowołanym włamaniami się do nich.										K_W16 K_W17				
Umiejętności															
U1	Student potrafi przygotować odpowiednie procedury dla członków zespołu chroniące dane wrażliwe przed atakami hakerskimi i nieuprawnionym dostępem.										K_U06 K_U09				
U2	Student opanował umiejętność odczytywania sygnałów świadczących o prawdopodobnych próbach wyłudzenia danych poufnych i zapobiegania ich realizacji.										K_U06 K_U09				
U3	Student potrafi w jasny i przejrzysty sposób przedstawić członkom zespołu zagrożenia płynące z wykorzystywanie systemów informatycznych w działalności gospodarczej.										K_U06 K_U09				
Kompetencje															
K1	Student jest otwarty na nowoczesne rozwiązania informatyczne, doskonali się w tym zakresie i rozwija swoją wiedzę.										K_K11 K_K12				

K2	Student chętnie korzysta z nowoczesnych technik informatycznych w celu wizualizacji i wirtualizacji projektów i zadań realizowanych przez członków organizacji.		K_K11 K_K12	
TREŚCI KSZTAŁCENIA				
TEMAT			15	9
Wykład			15	9
1	Znaczenie i wyzwania cyberbezpieczeństwa		4	2
2	Cyberbezpieczeństwo w ujęciu danych osobowych oraz informacji niejawnych		4	2
3	Zabezpieczenia w cyberbezpieczeństwie		4	2
4	Przykłady cyberataków		3	3
METODY DYDAKTYCZNE				
Prezentacje multimedialne, filmy instruktażowe i gotowe instrukcje procedur cyberbezpieczeństwa.				
KRYTERIA OCENY				
Wykład				
Przygotowanie indywidualnego projektu (instrukcji) cyberbezpieczeństwa na zadany temat				
WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ				
KOD	OPIS			EFEKT
		Wiedza	Wykład	
W1	Student rozumie zagrożenia wynikające ze stosowania systemów informatycznych w prowadzeniu działalności gospodarczej, w szczególności wykorzystywaniu systemów informatycznych w sprzedaży, a także ochronę danych osobowych i wrażliwych własnej organizacji.			K_W16 K_W17
W2	Student zna możliwości wykorzystywania systemów zintegrowanych do skutecznego zarządzania oraz zna możliwości zabezpieczeń tych systemów przez niepowołanym włamaniami się do nich.			K_W16 K_W17
		Umiejętności	Wykład	
U1	Student potrafi przygotować odpowiednie procedury dla członków zespołu chroniące dane wrażliwe przed atakami hakerskimi i nieuprawnionym dostępem.			K_U06 K_U09
U2	Student opanował umiejętność odczytywania sygnałów świadczących o prawdopodobnych próbach wyłudzenia danych poufnych i zapobiegania ich realizacji.			K_U06 K_U09
U3	Student potrafi w jasny i przejrzysty sposób przedstawić członkom zespołu zagrożenia płynące z wykorzystywania systemów informatycznych w działalności gospodarczej.			K_U06 K_U09
		Kompetencje	Wykład	
K1	Student jest otwarty na nowoczesne rozwiązania informatyczne, doskonalą się w tym zakresie i rozwija swoją wiedzę.			K_K11 K_K12
K2	Student chętnie korzysta z nowoczesnych technik informatycznych w celu wizualizacji i wirtualizacji projektów i zadań realizowanych przez członków organizacji.			K_K11 K_K12
FORMY OCENY				
Dla każdego z efektów kształcenia określonego dla przedmiotu w zakresie wiedzy, umiejętności i kompetencji, na ocenę:				
2,0	student uzyskuje poniżej 51% maksymalnej liczby punktów	4,0	student uzyskuje od 71% do 80% maksymalnej liczby punktów	
3,0	student uzyskuje od 51% do 60% maksymalnej liczby punktów	4,5	student uzyskuje od 81% do 90% maksymalnej liczby punktów	
3,5	student uzyskuje od 61% do 70% maksymalnej liczby punktów	5,0	student uzyskuje powyżej 90% maksymalnej liczby punktów	
Kryteria oceniania wg skali:				
bardzo dobry	bdb	5	zakładane efekty zostały w pełni osiągnięte	
dobry plus	db+	4,5	zakładane efekty zostały osiągnięte z niewielkimi niedociągnięciami	
dobry	db	4	zakładane efekty zostały osiągnięte jednak z pewnymi brakami, które można szybko uzupełnić	
dostateczny plus	dst+	3,5	zakładane efekty zostały osiągnięte z istotnymi brakami, ale dopuszczalnymi na minimalnym wymaganym	
dostateczny	dst	3	zakładane efekty zostały osiągnięte z istotnymi brakami	
niedostateczny	ndst	2	zakładane efekty nie zostały uzyskane	
NAKLAD PRACY WŁASNEJ STUDENTA				
Forma aktywności			Średnia liczba godzin na zrealizowanie aktywności	
Godziny zajęć (wg planu studiów) z nauczycielem			15	9

PW	1	Przygotowanie do zajęć	15	13
	2	Czytanie wskazanej literatury	8	12
	3	Przygotowanie projektu	12	16
		Suma godzin:	50	50
		Punkty ECTS:	2	2
LITERATURA				
Podstawowa				
1	Rozporządzenie (UE) 2019/881 w sprawie ENISA (Agencji Unii Europejskiej ds. Cyberbezpieczeństwa) oraz certyfikacji cyberbezpieczeństwa w zakresie technologii informacyjno-komunikacyjnych (akt o cyberbezpieczeństwie)			
2	Cyberbezpieczeństwo jako podstawa bezpiecznego państwa i społeczeństwa w XXI wieku, red. M. Górka, Warszawa 2014.			
3	Tanner N.H., Blue team i cyberbezpieczeństwo. Zestaw narzędzi dla specjalistów od zabezpieczeń w sieci, Gliwice Helion 2021.			
Uzupełniająca				
1	Rosenthal C., Inżynieria chaosu. Odporność systemów w praktyce, Gliwice Helion 2022.			

PAŃSTWOWA AKADEMIA NAUK STOSOWANYCH W GŁOGOWIE

INSTYTUT EKONOMICZNY

SYLABUS / KARTA PRZEDMIOTU



INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE															
Nazwa przedmiotu (modułu)			Społeczna odpowiedzialność biznesu									Kod przedmiotu		34	
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot			Instytut Ekonomiczny												
Poziom kształcenia			Studia drugiego stopnia						Profil studiów			praktyczny			
Kierunek studiów			Ekonomia biznesu						Specjalność						
Moduł kształcenia			Kierunkowy						Język wykładowy			polski			
Semestr			III						Forma zaliczenia			Zaliczenie z oceną			
WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ DYDAKTYCZNYCH															
STUDIA STACJONARNE								STUDIA NIESTACJONARNE							
Wykład		Ćwiczenia		Laboratorium				Wykład		Ćwiczenia		Laboratorium			
15	ZO3	1						9	ZO3	1					
SUMARYCZNY WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ															
STUDIA STACJONARNE								STUDIA NIESTACJONARNE							
Wykład				15				Wykład				9			
Razem				15				Razem				9			
Praca własna studenta				15				Praca własna studenta				21			
Razem				30				Razem				30			
ECTS				1				ECTS				1			
CEL PRZEDMIOTU															
Celem przedmiotu jest przekazanie praktycznej wiedzy na temat etycznego działającego przedsiębiorstwa. Student posiada umiejętność wdrażania do praktyki modelu społecznie odpowiedzialnego biznesu. Nabędzie umiejętności formułowania na podstawie zdobytej wiedzy własnych opinii dotyczących społecznych inicjatyw przedsiębiorstw.															
WYMAGANIA WSTĘPNE															
Znajomość podstawowych pojęć ekonomicznych, znajomość podstaw zarządzania i finansów.															
EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU															
KOD		OPIS										EFEKT			
Wiedza															
W1		Słuchacz ma pogłębioną wiedzę na temat ekonomicznych, społecznych i ekologicznych aspektów CSR w działalności przedsiębiorstwa, zna i rozumie uwarunkowania prawne funkcjonowania społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw.										K_W10 K_W15			
W2		Słuchacz zna i rozumie w zaawansowanym stopniu, jak podwyższyć efektywność gospodarowania przedsiębiorstwa poprzez menedżerskie wykorzystanie koncepcji CSR.										K_W10 K_W15			
W3		Słuchacz ma pogłębioną wiedzę, w jaki sposób identyfikować interesariuszy oraz określić relacje między nimi a przedsiębiorstwem.										K_W10 K_W15			
Umiejętności															
U1		Słuchacz potrafi krytycznie analizować samodzielnie zgromadzone i opracowane informacje z zakresu działań CSR.										K_U01 K_U09 K_U11			
U2		Słuchacz potrafi wykorzystać wiedzę do sformułowania alternatywnych decyzji w zakresie CSR oraz jak podejmować decyzje z zakresu relacji z otoczeniem.										K_U01 K_U09 K_U11			
U3		Słuchacz opanował umiejętność budowania strategii konkurencji i konkurowania na rynku w zgodzie z zasadami etyki i poszanowania środowiska naturalnego.										K_U01 K_U09 K_U11			
U4		Słuchacz posiada umiejętność podejmowania decyzji strategicznych i wdrażania ich w praktyce biznesowej na bazie założeń i zasad koncepcji CSR.										K_U01 K_U09 K_U11			

U5	Słuchacz potrafi wykorzystać poznaną terminologię do poprawnego formułowania wypowiedzi w mowie i piśmie, dotyczącej społecznej odpowiedzialności biznesu. Potrafi przedstawić i merytorycznie obronić własne stanowisko w dyskusji.	K_U01 K_U09 K_U11	
Kompetencje			
K1	Słuchacz posiada zdolności uczestniczenia w przygotowaniu i realizacji różnych projektów społecznie odpowiedzialnych oraz potrafi ponosić odpowiedzialność za podejmowane zadania.	K_K04 K_K06 K_K17	
K2	Słuchacz propaguje i przestrzega postawy etyczne, rozpowszechnia zainteresowanie wpływem działalności gospodarczej na środowisko przyrodnicze, wykazuje wrażliwość społeczną oraz propaguje postawy aktywne społecznie a także rozumie potrzebę angażowania się w działalność społecznie odpowiedzialną.	K_K04 K_K06 K_K17	
K3	Słuchacz jest gotów do prowadzenia działalności gospodarczej w sposób społecznie odpowiedzialny, etyczny z poszanowaniem dorobku i tradycji zawodu wśród swoich pracowników i w najbliższym otoczeniu.	K_K04 K_K06 K_K17	
TREŚCI KSZTAŁCENIA			
TEMAT		15	9
Wykład		15	9
1	Uwarunkowania organizacji budującej etyczne przedsiębiorstwo. Zdefiniowanie podstawowych pojęć. Struktura otoczenia organizacji.	2	1
2	Pozytywne interpretacje oraz negatywne podejście (Libertarianie-Milton Friedman) do koncepcji społecznej odpowiedzialności biznesu	1	1
3	Pojęcie, rodzaje oraz koncepcje powstania społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw (CSR). Koncepcja zrównoważonego rozwoju. Miejsce aspektów środowiskowych w koncepcji społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstwa.	3	2
4	Modele, strategie CSR wykorzystywane przez przedsiębiorstwa. Ekonomiczne, społeczne i ekologiczne aspekty CSR w działalności przedsiębiorstw. Początki społecznej odpowiedzialności w Polsce.	3	2
5	Społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstwa jako sfera decyzji menedżerskich. Odpowiedzialność społeczna jako źródło przewagi konkurencyjnej.	3	1
6	Społeczna odpowiedzialność biznesu w praktyce. Społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstwa - nowe trendy.	3	2
METODY DYDAKTYCZNE			
Wykład, prezentacja multimedialna, studium przypadku, dyskusja.			
KRYTERIA OCENY			
Wykład			
Obecność i aktywność na zajęciach, przygotowanie zespołowego projektu na zadany temat, kolokwium na koniec semestru z zadaniami praktycznymi.			
WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ			
KOD	OPIS	EFEKT	
Wiedza Wykład			
W1	Słuchacz ma pogłębioną wiedzę na temat ekonomicznych, społecznych i ekologicznych aspektów CSR w działalności przedsiębiorstwa, zna i rozumie uwarunkowania prawne funkcjonowania społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw.	K_W10 K_W15	
W2	Słuchacz zna i rozumie w zaawansowanym stopniu, jak podwyższyć efektywność gospodarowania przedsiębiorstwa poprzez menedżerskie wykorzystanie koncepcji CSR.	K_W10 K_W15	
W3	Słuchacz ma pogłębioną wiedzę, w jaki sposób identyfikować interesariuszy oraz określić relacje między nimi a przedsiębiorstwem.	K_W10 K_W15	
Umiejętności Wykład			
U1	Słuchacz potrafi krytycznie analizować samodzielnie zgromadzone i opracowane informacje z zakresu działań CSR.	K_U01 K_U09 K_U11	
U2	Słuchacz potrafi wykorzystać wiedzę do sformułowania alternatywnych decyzji w zakresie CSR oraz jak podejmować decyzje z zakresu relacji z otoczeniem.	K_U01 K_U09 K_U11	

U3	Słuchacz opanował umiejętność budowania strategii konkurencji i konkurowania na rynku w zgodzie z zasadami etyki i poszanowania środowiska naturalnego.	K_U01 K_U09 K_U11
U4	Słuchacz posiada umiejętność podejmowania decyzji strategicznych i wdrażania ich w praktyce biznesowej na bazie założeń i zasad koncepcji CSR.	K_U01 K_U09 K_U11
U5	Słuchacz potrafi wykorzystać poznaną terminologię do poprawnego formułowania wypowiedzi w mowie i piśmie, dotyczącej społecznej odpowiedzialności biznesu. Potrafi przedstawić i merytorycznie obronić własne stanowisko w dyskusji.	K_U01 K_U09 K_U11

Kompetencje | Wykład

K1	Słuchacz posiada zdolności uczestniczenia w przygotowaniu i realizacji różnych projektów społecznie odpowiedzialnych oraz potrafi ponosić odpowiedzialność za podejmowane zadania.	K_K04 K_K06 K_K17
K2	Słuchacz propaguje i przestrzega postawy etyczne, rozpowszechnia zainteresowanie wpływem działalności gospodarczej na środowisko przyrodnicze, wykazuje wrażliwość społeczną oraz propaguje postawy aktywne społecznie a także rozumie potrzebę angażowania się w działalność społecznie odpowiedzialną.	K_K04 K_K06 K_K17
K3	Słuchacz jest gotów do prowadzenia działalności gospodarczej w sposób społecznie odpowiedzialny, etyczny z poszanowaniem dorobku i tradycji zawodu wśród swoich pracowników i w najbliższym otoczeniu.	K_K04 K_K06 K_K17

FORMY OCENY

Dla każdego z efektów kształcenia określonego dla przedmiotu w zakresie wiedzy, umiejętności i kompetencji, na ocenę:

2,0	student uzyskuje poniżej 51% maksymalnej liczby punktów	4,0	student uzyskuje od 71% do 80% maksymalnej liczby punktów
3,0	student uzyskuje od 51% do 60% maksymalnej liczby punktów	4,5	student uzyskuje od 81% do 90% maksymalnej liczby punktów
3,5	student uzyskuje od 61% do 70% maksymalnej liczby punktów	5,0	student uzyskuje powyżej 90% maksymalnej liczby punktów

Kryteria oceniania wg skali:

bardzo dobry	bdb	5	zakładane efekty zostały w pełni osiągnięte
dobry plus	db+	4,5	zakładane efekty zostały osiągnięte z niewielkimi niedociągnięciami
dobry	db	4	zakładane efekty zostały osiągnięte jednak z pewnymi brakami, które można szybko uzupełnić
dostateczny plus	dst+	3,5	zakładane efekty zostały osiągnięte z istotnymi brakami, ale dopuszczalnymi na minimalnym wymaganym
dostateczny	dst	3	zakładane efekty zostały osiągnięte z istotnymi brakami
niedostateczny	ndst	2	zakładane efekty nie zostały uzyskane

NAKLAD PRACY WŁASNEJ STUDENTA

		Forma aktywności	Średnia liczba godzin na zrealizowanie aktywności	
		Godziny zajęć (wg planu studiów) z nauczycielem	15	9
Praca własna	1	Przygotowanie do zajęć	3	4
	2	Czytanie wskazanej literatury	2	4
	3	Przygotowanie pracy pisemnej, raportu, prezentacji, demonstracji, itp.	2	4
	4	Przygotowanie projektu	2	3
	5	Przygotowanie pracy semestralnej	3	3
	6	Przygotowanie do egzaminu / zaliczenia	3	3
		Suma godzin:	30	30
		Punkty ECTS:	1	1

LITERATURA

Podstawowa

1	Bogulewicz K., Społeczna odpowiedzialność biznesu. Nowa wartość konkurencyjna, PWE, Warszawa, 2019.
2	Gasparski W. (red.), Biznes, etyka, odpowiedzialność, PWN, Warszawa, 2018.
3	Zinczuk B., Społeczna odpowiedzialność biznesu w perspektywie zmian i wyzwań współczesnej gospodarki, Lublin UMCS 2020.

Uzupełniająca

1	Krasnodomska J. (red.), Społeczna odpowiedzialność biznesu w rachunkowości. Teoria i praktyka, Difin, Warszawa, 2017.
2	Filek J., Społeczna odpowiedzialność biznesu jako nowa wersja umowy społecznej, Kraków Księgarnia Akademicka 2014.