



UNIWERSYTET
EKONOMICZNY
W POZNANIU

Program studiów

Kierunek:	Innovation Management
Poziom kształcenia:	studia drugiego stopnia
Forma studiów:	stacjonarne
Rok akademicki:	2022/23

Spis treści

Charakterystyka kierunku	3
Wskaźniki programu	6
Efekty uczenia się	7
Plan studiów	9
Warunki realizacji programu studiów	11
Sylabusy	13

Charakterystyka kierunku

Informacje podstawowe

Nazwa kierunku:	Innovation Management
Poziom:	studia drugiego stopnia
Profil:	ogólnoakademicki
Forma:	stacjonarne
Tytuł zawodowy nadawany absolwentom:	magister
Liczba godzin zajęć:	1200
Czas trwania studiów (liczba semestrów):	4
Liczba punktów ECTS konieczna do ukończenia studiów:	120
Język kształcenia:	język angielski
Poziom Polskiej Ramy Kwalifikacji:	7
Dyrektor studiów w zakresie:	zarządzania

Dziedzina/-y nauki, do której/-ych przyporządkowany jest kierunek studiów

Dziedzina nauk społecznych, Dziedzina nauk ścisłych i przyrodniczych, Dziedzina nauk humanistycznych

Przyporządkowanie kierunku do dziedzin oraz dyscyplin, do których odnoszą się efekty uczenia się

Nauki o zarządzaniu i jakości	54%
Ekonomia i finanse	38%
Informatyka	4%
Filozofia	4%

Dyscyplina wiodąca

Nauki o zarządzaniu i jakości

Wskazanie związku z misją Uczelni i jej strategią rozwoju

Program kierunku studiów *Innovation management* bezpośrednio nawiązuje do głównych treści misji oraz założeń dotyczących rozwoju uczelni, zapisanych w strategii Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu. Założenia programowe zostały tak opracowane, by kształcić studentów na przyszłych samodzielnych pracowników, liderów oraz liderki, kompetentnych do rozwiązywania złożonych problemów związanych z wprowadzaniem innowacji w przedsiębiorstwach, ale także organizacjach rządowych i pozarządowych. Będą oni wyposażeni w umiejętności do kreatywnego, ale także krytycznego poszukiwania właściwych narzędzi związanych z wprowadzaniem innowacji, które współcześnie są wykorzystywane zarówno w podmiotach komercyjnych, jak i niekomercyjnych. Wiedza, umiejętności i kompetencje absolwentów kierunku *Innovation management* bazują na innowacyjnych rozwiązaniach, wykorzystujących najnowsze technologie, przede wszystkim w odniesieniu do tzw. gospodarki cyfrowej. Jednocześnie absolwenci tego kierunku będą wykazywać się dużą wrażliwością na sprawy zarówno gospodarcze, jak i społeczne, a także świadomością i gotowością do dalszego rozwoju zawodowego. Absolwenci kierunku *innovation management* to ludzie przedsiębiorczy, zdolni zarówno do pracy na samodzielnych stanowiskach menedżerskich, jak i do tworzenia nowych miejsc pracy, jako przedsiębiorcy.

Opis kierunku, w szczególności cele kształcenia oraz możliwości zatrudnienia (typowe miejsca pracy) i kontynuacji kształcenia przez absolwentów studiów

Zarządzanie innowacjami to obszar dyscypliny zarządzania, który na przestrzeni lat rozwijał się bardzo dynamicznie. Zagadnienia innowacyjności gospodarki stały się integralną częścią działalności biznesowej i wyrażają się nie tylko w

poszukiwaniu innowacyjnych produktów, nowych modeli biznesowych, ale także w stale rosnących budżetach na B+R. Zasadniczym i nadrzędnym celem kształcenia na kierunku *innovation management* będzie przygotowanie jego absolwentów do sprawnego funkcjonowania na dynamicznie zmieniającym się rynku pracy. Absolwenci kierunku *innovation management* na UEP zostaną przygotowani prowadzenia działań proinnowacyjnych nie tylko w przedsiębiorstwach komercyjnych, ale także w podmiotach nienastawionych na zysk. Ponadto na rynku pracy wyróżniać ich będzie wysoka świadomość potrzeby łączenia wiedzy o nowoczesnych technologiach i ich wpływu na zachowania nabywców. Kierunek opiera się na 4 obszarach wiedzy, umiejętności i kompetencji: znajomości prawideł gospodarki cyfrowej związanych z wykorzystaniem nowych technologii, kreatywności powiązanej z rozumieniem procesów innowacyjnych, ekonomii behawioralnej powiązanej ze znajomością zachowań nabywców oraz społecznie odpowiedzialnego zarządzania wspierającego procesy innowacyjne.

Absolwent studiów magisterskich na kierunku *innovation management* zostanie przygotowany do pracy na stanowiskach: E-commerce manager, E-marketing manager, Social media coordinator, R&D manager, Project manager, Brand manager, R&D Department specialist, Digital marketing manager, Product manager, Data analytics manager, Business development manager, specjalista ds. marketingu i strategii online, specjalista działu sprzedaży i marketingu, specjalista działu e-commerce i mediów społecznościowych czy też przedstawiciel handlowy. Ponadto absolwent nabeędzie umiejętności założenia i rozwoju własnej firmy.

Absolwent tego kierunku będzie potrafił analizować dane pochodzące ze stron i platform internetowych pod kątem podejmowania strategicznych decyzji. Zostanie przygotowany do analizowania zachowań nabywców poprzez udział w badaniach prowadzonych w laboratoriach Uczelni, w tym ShopLab i ConsumerLab.

Absolwenci stopnia kierunku *innovation management* będą posiadać interdyscyplinarną wiedzę teoretyczną i praktyczną dotyczącą marketingu na poziomie zarówno operacyjnym, jak i menadżerskim w zakresie:

- zasady tworzenia, funkcjonowania i projektowania innowacji, ich uwarunkowań, modyfikacji i doskonalenia aktualnych makrotrendów rynkowych, społecznych, kulturowych i technologicznych;
- nowoczesnych koncepcji zarządzania innowacjami i kreatywnego myślenia, w tym techniki *creative tension*, wartości dla klienta w Internecie i innych,
- założeń ekonomii behawioralnej, w tym zmian w zachowaniach konsumentów i użytkowników Internetu;
- metod i technik gromadzenia, analizowania danych rynkowych, prognozowania zjawisk i procesów gospodarczych oraz w pogłębionym stopniu rozumienia potrzeby ciągłego doskonalenia się;
- wpływu innowacji marketingowych, na gospodarkę, środowisko naturalne i społeczeństwo, a także wyzwań etycznych, które im towarzyszą.

W ramach kierunku wśród absolwentów wykształcone zostaną umiejętności:

- pogłębionego wykorzystania metod zarządzania innowacjami w szerokiej perspektywie strategicznej;
- pozyskiwania, analizy i oceny informacji rynkowych;
- prognozowania i modelowania złożonych procesów społeczno-gospodarczych z wykorzystaniem zaawansowanych metod ilościowych oraz jakościowych, ze szczególnym uwzględnieniem technik informacyjno-komunikacyjnych;
- myślenia kreatywnego, w tym techniki *creative tension* i tworzenia wartości dla klienta w Internecie, tworzenia nowych rozwiązań biznesowych;
- założenia i poprowadzić własnego przedsiębiorstwa, w szczególności projektować jego działania rynkowe z wykorzystaniem narzędzi internetowych;
- koordynowania grupowego opracowywania projektów oraz kierowania pracą zespołu;
- projektowania produktów i zarządzania marką z uwzględnieniem zasad rozwoju zrównoważonego.

W ramach kierunku wśród absolwentów zostaną rozwinięte kompetencje społeczne w zakresie:

- krytycznej oceny posiadanej wiedzy i odbieranych treści; dalszego kształcenia się oraz systematycznego zapoznawania się z czasopismami naukowymi i popularno-naukowymi z zakresu nauk o zarządzaniu i ekonomii; sprawnego dokonywania samooceny własnych kompetencji i doskonalenia umiejętności;
- podejmowania odpowiedzialności za wspólnie realizowane zadania, inicjowania działań na rzecz interesu społecznego, wypełniania zobowiązań społecznych, inspirowania i organizowania działalności na rzecz środowiska społecznego oraz podtrzymania etosu zawodowego;
- stosowania zasad uczciwości intelektualnej w działaniach własnych i innych osób; ma świadomość problemów etycznych w kontekście rzetelności badawczej;
- efektywnego uzupełniania nabytej wiedzy i umiejętności, w tym działania w sposób przedsiębiorczy;
- przestrzegania i rozwijania zasad etyki zawodowej oraz działania na rzecz przestrzegania tych zasad.

Przedstawiciele Światowego Forum Ekonomicznego analizując rynek pracy wytypowali listę tzw. zawodów stabilnych lub zawodów przyszłościowych. Na liście tej znalazły się m.in. takie zawody zgodne z profilem wiedzy, umiejętności i kompetencji przypisanych do kierunku *innovation management*, takie jak: specjalista ds. marketingu i strategii online, specjalista działu sprzedaży i marketingu, specjalista działu e-commerce i mediów społecznościowych oraz przedstawiciel

handlowy. Ta lista pokrywa się z listą zawodów poszukiwanych przez polskich pracodawców.

Wskaźniki programu

łączna liczba punktów ECTS, jaką student musi uzyskać w ramach zajęć prowadzonych z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich lub innych osób prowadzących zajęcia
53,82
łączna liczba punktów ECTS, jaką student musi uzyskać w ramach zajęć z dziedziny nauk humanistycznych, nie mniejszą niż 5 punktów ECTS
5 (przedmioty: Ethics, Philosophy of law)
łączna liczba punktów ECTS, jaką student musi uzyskać w ramach zajęć o charakterze praktycznym, w tym zajęć laboratoryjnych, warsztatowych i projektowych
57,47
łączna liczba punktów ECTS, jaką student musi uzyskać w ramach zajęć z języka obcego
120
łączna liczba punktów ECTS, jaką student musi uzyskać w ramach praktyk zawodowych na kierunku studiów o profilu praktycznym, a w przypadku kierunku studiów o profilu ogólnoakademickim - jeżeli program kształcenia na tych studiach przewiduje praktyki
0
liczba punktów ECTS w ramach zajęć do wyboru (nie mniej niż 30% punktów ECTS koniecznej do ukończenia studiów)
21

Efekty uczenia się

Wiedza

Kod	Opis kierunkowego efektu uczenia się	PRK
K2_W01	absolwent zna i rozumie w pogłębionym stopniu fakty, obiekty i zjawiska w zakresie nauk ekonomicznych, ze szczególnym uwzględnieniem dyscypliny nauki o zarządzaniu i jakości oraz rozumie ich relacje z innymi dyscyplinami nauk	P7S_WG
K2_W02	absolwent zna i rozumie mechanizmy wzajemnego oddziaływania sfery gospodarczej, społecznej, polityczno-prawnej, technologicznej i środowiska naturalnego w gospodarce opartej na wiedzy	P7S_WG
K2_W03	absolwent zna i rozumie cele, funkcje i procesy zarządzania, metody podejmowania decyzji oraz techniki wspomagające proces podejmowania decyzji	P7S_WG
K2_W04	absolwent zna i rozumie zasady tworzenia i rozwoju indywidualnych oraz kolektywnych form przedsiębiorczości	P7S_WG
K2_W05	absolwent zna i rozumie zachowania nabywców, metody ich badania oraz główne tendencje rozwojowe ekonomii behawioralnej	P7S_WG
K2_W06	absolwent zna i rozumie w sposób pogłębiony wybrane metody analizy danych rynkowych, w szczególności ilościowych, umożliwiających analizę zjawisk rynkowych w sposób przydatny dla uczestnika życia gospodarczego	P7S_WG
K2_W07	absolwent zna i rozumie w sposób pogłębiony techniki kreatywnego myślenia	P7S_WG
K2_W08	absolwent zna i rozumie w pogłębionym stopniu prawo gospodarcze, zasady ochrony własności przemysłowej i prawa autorskiego, a także prawo i etykę w zakresie stosowania nowoczesnych technologii,	P7S_WG, P7S_WK
K2_W09	absolwent zna i rozumie zasady tworzenia, funkcjonowania i projektowania innowacji, ich uwarunkowań, modyfikacji i doskonalenia	P7S_WK
K2_W10	absolwent zna i rozumie wpływ działalności gospodarczej na środowisko naturalne i społeczeństwo, a także towarzyszące jej wyzwania etyczne	P7S_WK

Umiejętności

Kod	Opis kierunkowego efektu uczenia się	PRK
K2_U01	absolwent potrafi analizować procesy i zjawiska społeczno-gospodarcze, jak również formułować opinie i wnioski dotyczące tych procesów i zjawisk, ze szczególnym uwzględnieniem badań zachowań nabywców; potrafi formułować i rozwiązywać złożone i nietypowe problemy przez właściwy dobór źródeł i informacji, dokonywanie oceny, krytycznej analizy i syntezy tych informacji	P7S_UW
K2_U02	absolwent potrafi prognozować i modelować złożone procesy społeczno-gospodarcze z wykorzystaniem zaawansowanych metod ilościowych oraz jakościowych, ze szczególnym uwzględnieniem technik informacyjno-komunikacyjnych; potrafi formułować i testować hipotezy związane z prostymi problemami badawczymi	P7S_UW
K2_U03	absolwent potrafi myśleć kreatywnie i tworzyć nowe rozwiązania biznesowe, potrafi założyć i poprowadzić własne przedsiębiorstwo, w szczególności projektować jego działania rynkowe	P7S_UW
K2_U04	absolwent potrafi przygotowywać prace pisemne wyjaśniające zjawiska oraz procesy społeczno-gospodarcze zachodzące w przedsiębiorstwie i w innych instytucjach oraz w ich otoczeniu, a także projektować rozwiązania wybranych problemów	P7S_UK

Kod	Opis kierunkowego efektu uczenia się	PRK
K2_U05	absolwent potrafi komunikatywnie wyrażać własne opinie na temat zjawisk społeczno-gospodarczych, formułować samodzielnie wnioski badawcze oraz proponować rozwiązania określonych problemów społeczno-gospodarczych w języku angielskim; potrafi prowadzić debatę	P7S_UK
K2_U06	absolwent potrafi biegle wykorzystywać nowoczesne narzędzia informatyczne do tworzenia prezentacji wyników analiz społeczno-gospodarczych w języku angielskim tak, aby komunikować się na tematy specjalistyczne ze zróżnicowanymi kręgami odbiorców	P7S_UK
K2_U07	absolwent potrafi koordynować grupowe opracowywanie projektów oraz kierować pracą zespołu	P7S_UO
K2_U08	absolwent potrafi samodzielnie planować i realizować własne uczenie się przez całe życie i ukierunkowywać innych w tym zakresie	P7S_UU

Kompetencje społeczne

Kod	Opis kierunkowego efektu uczenia się	PRK
K2_K01	absolwent jest gotów do krytycznej oceny posiadanej wiedzy i odbieranych treści; jest gotów precyzyjnie formułować pytania; doskonale rozumie potrzebę dalszego kształcenia się oraz systematycznego zapoznawania się z czasopismami naukowymi i popularno- naukowymi z zakresu nauk o zarządzaniu i ekonomii; sprawnie dokonuje samooceny własnych kompetencji i doskonali umiejętności, rozwija dorobek zawodu	P7S_KK, P7S_KR
K2_K02	absolwent jest gotów do podejmowania odpowiedzialności za wspólnie realizowane zadania, inicjowania działań na rzecz interesu społecznego, wypełniania zobowiązań społecznych, inspirowania i organizowania działalności na rzecz środowiska społecznego oraz podtrzymania etosu zawodowego	P7S_KO, P7S_KR
K2_K03	absolwent jest gotów do stosowania zasad uczciwości intelektualnej w działaniach własnych i innych osób; ma świadomość problemów etycznych w kontekście rzetelności badawczej,	P7S_KR
K2_K04	absolwent jest gotów do jest gotów do efektywnego uzupełniania nabytej wiedzy i umiejętności,	P7S_KK
K2_K05	absolwent jest gotów do profesjonalnego rozwiązywania problemów oraz podejmowania odpowiedzialność za proponowane przez siebie rozwiązania; jest gotów do myślenia i działania w sposób przedsiębiorczy	P7S_KO
K2_K06	absolwent jest gotów do przestrzegania i rozwijania zasad etyki zawodowej oraz działania na rzecz przestrzegania tych zasad	P7S_KR

Plan studiów

Semestr 1

Przedmiot	Wykład/Ćwiczenia	Punkty ECTS	Forma weryfikacji	Kod	Blok
Management theories	30/15	4	Egzamin	1	A
Strategic planning	30/30	4	Egzamin	1	A
Behavioural economics	15/30	5	Egzamin	1	B
Principles of entrepreneurship	30/15	4	Zaliczenie	1	A
Marketing	30/15	4	Zaliczenie	1	B
Creativity in management	30/0	3	Zaliczenie	1	C
Knowledge based economy	15/15	3	Egzamin	1	A
Qualitative methods in market analysis	15/15	3	Zaliczenie	1	B
Suma	330	30			

Semestr 2

Przedmiot	Wykład/Ćwiczenia	Punkty ECTS	Forma weryfikacji	Kod	Blok
International business	30/0	3	Zaliczenie	1	B
Innovative process and product management	15/30	4	Zaliczenie	1	B
Enterprise information systems	15/45	5	Egzamin	1	B
Marketing data analysis	15/45	5	Egzamin	1	A
Innovative project management	15/30	4	Zaliczenie	1	B
Wykład kierunkowy do wyboru	30/0	3		0	B
Logistics	30/0	3	Zaliczenie	0	B
Total Quality Management	30/0	3	Zaliczenie	0	B
Sensory analysis in food product design	30/0	3	Zaliczenie	0	B
Packaging design and development	30/0	3	Zaliczenie	0	B
Seminarium	0/15	3	Zaliczenie	1	C
Smart city	15/30	3	Zaliczenie	1	B
Suma	330	30			

Semestr 3

Przedmiot	Wykład/Ćwiczenia	Punkty ECTS	Forma weryfikacji	Kod	Blok
ShopLab research	15/30	4	Egzamin	1	B
Ethics	15/15	3	Zaliczenie	1	A
E-marketing	15/15	3	Zaliczenie	1	C
Database technology in business	0/30	3	Zaliczenie	1	C
Wykłady z bloku C do wyboru	90/0	9		0	C
Business Intelligence	30/0	3	Zaliczenie	0	C
Innovative brand management	30/0	3	Zaliczenie	0	C
Marketing Metrics	30/0	3	Zaliczenie	0	C
Multimedia applications in business	30/0	3	Zaliczenie	0	C
Sustainable management	30/0	3	Zaliczenie	0	C
Merchandising	15/15	3	Egzamin	1	B
Seminarium	0/15	5	Zaliczenie	1	C
Suma	270	30			

Semestr 4

Przedmiot	Wykład/Ćwiczenia	Punkty ECTS	Forma weryfikacji	Kod	Blok
Seminarium	0/30	9	Zaliczenie	1	C
Ecoinnovations in management	15/15	3	Egzamin	1	C
Financing innovation process	15/15	2	Zaliczenie	1	B
Value creation	15/15	2	Zaliczenie	1	B
Philosophy of law	30/0	2	Zaliczenie	1	A
Methods of regional analysis	0/30	3	Zaliczenie	1	B
Wykłady z bloku C do wyboru	90/0	9		0	C
Leadership in international business	30/0	3	Zaliczenie	0	C
Data mining in management	30/0	3	Zaliczenie	0	C
Social media	30/0	3	Zaliczenie	0	C
Creating value for customers	30/0	3	Zaliczenie	0	C
Suma	270	30			

0 - Do wyboru
 1 - Obowiązkowy
 2 - Techniczny do wyboru
 3 - Kierunkowy do wyboru
 4 - Humanistyczny do wyboru

Warunki realizacji programu studiów

Udokumentowanie, że w ramach programu studiów o profilu ogólnoakademickim - co najmniej 75% godzin zajęć prowadzonych jest przez nauczycieli akademickich zatrudnionych w tej uczelni jako podstawowym miejscu pracy

Zgodnie z proponowaną obsadą zajęć co najmniej 75% godzin zajęć będzie prowadzonych przez nauczycieli akademickich zatrudnionych w Uczelni jako podstawowym miejscu pracy.

Planowany przydział i wymiar zajęć dla nauczycieli akademickich oraz innych osób, proponowanych do prowadzenia zajęć, z uwzględnieniem liczby godzin zajęć przydzielonych nauczycielowi akademickiemu zatrudnionemu w uczelni jako podstawowym miejscu pracy

1200 godzin, w tym co najmniej 900 godzin zajęć (75% z 1200 godzin) będzie prowadzonych przez nauczycieli akademickich zatrudnionych w UEP jako podstawowym miejscu pracy, co wynika z corocznie zatwierdzanej obsady zajęć.

Planowany przydział i wymiar zajęć dla nauczycieli akademickich oraz innych osób, proponowanych do prowadzenia zajęć, z uwzględnieniem zajęć kształtujących umiejętności praktyczne w ramach studiów o profilu praktycznym lub zajęć związanych z prowadzoną w uczelni działalnością naukową w ramach studiów o profilu ogólnoakademickim

Zdecydowana większość zajęć realizowanych na kierunku Innovation Management ma bezpośredni związek z prowadzoną na Uniwersytecie Ekonomicznym w Poznaniu działalnością naukowo-badawczą. Oznacza to, że przekazywane studentom treści bazują nie tylko na literaturze przedmiotu, ale także na własnych osiągnięciach badawczych nauczycieli akademickich. W przypadku sporej części przedmiotów studenci zostaną włączeni w działalność badawczą, celem wyrobienia w nich umiejętności poszukiwania informacji, ich przetwarzania oraz wnioskowania.

Swoje zainteresowania i pasje naukowe studenci będą mogli rozwijać w Studenckich Kołach Naukowych, które działają pod opieką nauczycieli akademickich zaangażowanych w realizację programu nauczania. Umiejętności praktyczne związane z prowadzoną działalnością naukową w wiodącej dyscyplinie naukowej, uwzględniające najnowsze osiągnięcia naukowe, kształtowane są na przedmiotach, których łączna liczba godzin wynosi 648 przy 65 punktach ECTS.

Wymiar, zasady i forma odbywania praktyk zawodowych dla kierunku studiów o profilu praktycznym, a w przypadku kierunku studiów o profilu ogólnoakademickim - jeżeli program studiów na tych studiach przewiduje praktyki

Program nie przewiduje obowiązkowych praktyk zawodowych.

Sposób uwzględnienia wyników analizy zgodności zakładanych efektów uczenia się z potrzebami rynku pracy

Co roku przedstawiciele Instytutu Marketingu diagnozują potrzeby rynku pracy pod kątem możliwości modyfikacji programu studiów, w tym także efektów uczenia się przypisanych do kierunku *innovation management*.

W ramach analizy zgodności zakładanych efektów uczenia się z potrzebami rynku pracy zdiagnozowano popularne stanowiska pracy, a także potrzeby rynku pracy w odniesieniu do efektów uczenia się w zakresie umiejętności i kompetencji. Na liście dwudziestu zawodów, na które rośnie i rosnąć będzie zapotrzebowanie do 2025 roku, zgodnie z raportem The Future of Jobs Report October 2020, World Economic Forum, znalazły się takie zawody, jak: analitycy danych i naukowcy, specjaliści ds. marketingu cyfrowego i strategii, specjaliści ds. rozwoju biznesu, menedżerowie usług biznesowych i administracji, doradcy strategiczni, analitycy zarządzania i organizacji, specjaliści ds. rozwoju organizacji.

Do nowych stanowisk i miejsc pracy tzw. „jutra” zaliczono w tym samym raporcie: menedżera ds. wzrostu/rozwaju, specjalistę ds. marketingu cyfrowego, specjalistę ds. cyfrowych, specjalistę ds. e-commerce, menedżer ds. handlu, dyrektora działu cyfrowego, konsultanta ds. marketingu, menedżera ds. marketingu cyfrowego, dyrektora ds. marketingu.

Piętnaście najlepszych umiejętności na 2025 rok, wśród których znalazły się: myślenie analityczne i innowacje, aktywne uczenie się, rozwiązywanie złożonych problemów, krytyczne myślenie i analiza, kreatywność, oryginalność i inicjatywa, przywództwo i wpływ społeczny, wykorzystanie, monitorowanie i kontrola technologii, projektowanie i programowanie technologii, odporność, tolerancja na stres i elastyczność, argumentowanie, rozwiązywanie problemów, inteligencja emocjonalna, rozwiązywanie problemów i kreowanie doświadczeń użytkownika, orientacja na usługi, analiza i ocena systemów, perswazja i negocjacje, uwzględniono w takich efektach, jak: K2_W03; K2_W04, K2_W05, K2_W07, K2_U01; K2_U02; K2_K03; K2_U07, K2_U08; K2_U01 oraz K2_U05.

Wyniki tych analiz są omawiane wspólnie na zebraniach Instytutu Marketingu oraz Instytutu Zarządzania i w razie potrzeby składany jest wniosek o modyfikację kierunku.

Sylabusy



Karta opisu przedmiotu (syllabus) Kierunek studiów: Innovation Management

Nazwa przedmiotu Management theories		
Nazwa przedmiotu w języku angielskim Management theories		
Kod przedmiotu UEPIMS.21A.12822.22	Rok / semestr 1 / 1	Forma zaliczenia Egzamin
Specjalność Wszystkie	Profil kształcenia ogólnoakademicki	Poziom kształcenia studia drugiego stopnia
Forma studiów stacjonarne	Język wykładowy Angielski	Przedmiot Obowiązkowy
Godziny Wykłady: 30 Ćwiczenia: 15	Liczba punktów ECTS 4	Blok zajęciowy A

Cele uczenia się dla przedmiotu

C1	Be able to name and discuss basic theoretical foundations (paradigms, theories, models, concepts) of managerial theories, such as the theory of employee behavior and how it affects the effectiveness of employee's work
C2	Be able to outline strengths and weaknesses of each managerial theory and their applicability in given managerial situations, for example to be able to chose a correct managerial style in a situation of conflict between employees
C3	Be able to analyze given managerial situation within the framework of particular theory, for example to use the decision making models accordingly to their prescribed
C4	Be able to identify a theory behind an actual business behavior and suggest solutions to observed problems, for example to chose correct motivational means according to the reason for low motivation among employees
C5	Be able to explain the reasons for and the potential outcomes of, certain management decisions, for example how the decision to expand globally affects the organizational culture and diversity management

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się
Wiedzy		
W1	To describe and to analyze economic, legal, political and social environment of companies and other organizations	K2_W02, K2_W10
W2	To forecast the influence of economic and financial decisions in the wider context of business or organization management, to estimate the effect of economic and financial decisions on the processes of a company or an organization, the motivation of company's human resources, product and service quality, customer satisfaction, brand strength, corporate social responsibility	K2_W03
W3	To describe the main economic theories and theoretical models, to adapt them to the theoretical and practical issues	K2_W01

Umiejętności		
U1	To be able to analyze a company or an organization as an integral unit	K2_U01, K2_U02
U2	To be able to plan and to organize manufacturing, service provision and other company's business processes in short and long term, in national and international markets	K2_U03
U3	To select and to apply in practice theories and models of company's or organization's business organization, planning, management, motivation and control, and to justify the choice in a written and oral form	K2_U04, K2_U05
Kompetencje społecznych		
K1	To apply a systematic, critical and constructive thinking in problem identification and solving	K2_K01, K2_K05
K2	To develop independent learning skills necessary to continue studies on a higher level	K2_K04
K3	To communicate and to work effectively in an intercultural and interdisciplinary group or team	K2_K05, K2_K06

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Cele uczenia się dla przedmiotu	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	Evolution of managerial science: early stages	C1, C4	W1, W3, U3, K1, K2, K3
2.	Classical theories of organization management. School of scientific governing	C1, C2, C4	W1, W3, U1, U3, K1, K2, K3
3.	Human relationship theories: experiments of Hawthorne	C1, C2, C3, C4, C5	W1, W2, W3, U1, U2, U3, K1, K2, K3
4.	School of behaviorism and participation theory	C1, C2, C3, C4, C5	W1, W2, W3, U1, U2, U3, K1, K2, K3
5.	The concepts of power and authority in organizations; leadership theories	C1, C2, C3, C4, C5	W1, W2, W3, U1, U2, U3, K1, K2, K3
6.	Motivation theories	C1, C2, C3, C4, C5	W1, W2, W3, U1, U2, U3, K1, K2, K3
7.	Theory of strategic management	C1, C2, C3, C4, C5	W1, W2, W3, U1, U2, U3, K1, K2, K3
8.	Theory of group behavior	C1, C2, C3, C4, C5	W1, W3, U3, K1, K2, K3
9.	Decision making theories	C1, C2, C3, C4, C5	W2, U3, K1, K2, K3
10.	Communication in organizations	C1, C2, C3, C4, C5	W1, W2, W3, U1, U2, K1, K2, K3
11.	Organizational culture	C1, C2, C3, C4, C5	W1, W2, W3, U1, U2, U3, K1, K2, K3
12.	Change and innovation management	C1, C2, C3, C4, C5	W1, W2, W3, U1, U2, U3, K1, K2, K3
13.	Knowledge management	C1, C2, C3, C4, C5	W1, W2, W3, U1, U2, U3, K1, K2, K3

Wymagania wstępne	Management, Human Resources Management
-------------------	--

Metody nauczania	Wykład konwencjonalny, Wykład konwersatoryjny, Wykład z prezentacją multimedialną, Dyskusja, Analiza przypadków, Metody e-learningowe
Sposób zaliczenia	Egzamin pisemny testowy, Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Projekt grupowy / praca w grupie

Rozliczenie punktów ECTS

Forma aktywności studenta	Średnia liczba godzin przeznaczonych na zrealizowane aktywności*	
Uczestnictwo w ćwiczeniach	15	
Uczestnictwo w wykładach	30	
Przygotowanie do ćwiczeń	15	
Przygotowanie projektu	30	
Przeprowadzenie badań literaturowych	20	
Przygotowanie do egzaminu	10	
Łączny nakład pracy studenta		
	Liczba godzin 120	ECTS 4
Zajęcia z bezpośrednim udziałem nauczyciela	Liczba godzin 45	ECTS 1.5
Nakład pracy związany z zajęciami o charakterze praktycznym	Liczba godzin 45	ECTS 1.5

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Opis sposobu sprawdzenia osiągnięcia efektów uczenia się

Kod efektu uczenia się dla przedmiotu	Metoda sprawdzenia		
	Egzamin pisemny testowy	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach	Projekt grupowy / praca w grupie
W1	x	x	x
W2	x	x	x
W3	x	x	x
U1		x	x
U2		x	x
U3		x	x
K1		x	x
K2		x	x
K3		x	x



Karta opisu przedmiotu (syllabus) Kierunek studiów: Innovation Management

Nazwa przedmiotu Strategic planning		
Nazwa przedmiotu w języku angielskim Strategic planning		
Kod przedmiotu UEPIMS.21A.12787.22	Rok / semestr 1 / 1	Forma zaliczenia Egzamin
Specjalność Wszystkie	Profil kształcenia ogólnoakademicki	Poziom kształcenia studia drugiego stopnia
Forma studiów stacjonarne	Język wykładowy Angielski	Przedmiot Obowiązkowy
Godziny Wykłady: 30 Ćwiczenia: 30	Liczba punktów ECTS 4	Blok zajęciowy A

Cele uczenia się dla przedmiotu

C1	Getting familiar with the nature of strategy and strategic planning
C2	Transferring knowledge related to corporate strategy formulation, including environmental aspects of innovations
C3	Enabling students to be capable of preparing innovative strategic projects

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się
Wiedzy		
W1	Explains the nature of strategy and the scope of strategic planning	K2_W04, K2_W06, K2_W07, K2_W09
W2	Differentiates strategy types	K2_W04, K2_W06, K2_W07, K2_W09
Umiejętności		
U1	Matches appropriate strategies to existing circumstances and environmental aspects of innovations	K2_U01, K2_U02, K2_U04
U2	Prepares in English innovative improvements project related to strategic planning	K2_U01, K2_U03, K2_U04, K2_U05, K2_U07
Kompetencji społecznych		
K1	Identifies problems related to strategy formulation	K2_K02, K2_K03, K2_K06
K2	Working in team solves problems related to strategy formulation	K2_K02, K2_K05

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Cele uczenia się dla przedmiotu	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	Strategic planning- introduction	C1	W1
2.	Identification of strategic planning and corporate strategy	C1	W1, W2
3.	Externally influenced strategic choices of a company: Environment analysis methods - PEST method and scenario method	C2	W2, U1, U2, K2
4.	Externally influenced strategic choices of a company: Sector environment analysis	C2	W2, U1, K1, K2
5.	Externally influenced strategic choices of a company: Strategic groups analysis	C2, C3	W2, U1, U2, K1, K2
6.	Internally influenced strategic choices of a company: Value chain analysis and resource-based view of the firm. Competitive advantage of the firm. Life Cycle Thinking	C2, C3	W2, U1, U2, K1, K2
7.	Defining the company position in the environment - its competitive and strategic aspect using portfolio analysis	C2, C3	W2, U1, U2, K1, K2
8.	Stakeholders analysis	C2, C3	W2, U1, U2, K1, K2
9.	Defining the company position in the environment - its competitive and strategic aspect using SWOT/TOWS analysis	C2, C3	U1, U2, K1, K2
10.	Company vision and mission statement	C2, C3	W2, U1, U2
11.	Alternative development strategies and their evaluation in the context of company's competitive and strategic position	C2, C3	W2, U1, U2, K1, K2
12.	Defining enterprise's functional strategies	C2, C3	W2, U1, U2, K1, K2

Wymagania wstępne	Basic knowledge on management
Metody nauczania	Metoda projektów , Wykład z prezentacją multimedialną, Dyskusja, Analiza przypadków
Sposób zaliczenia	Egzamin pisemny z otwartymi pytaniami, Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Projekt grupowy / praca w grupie, Przygotowanie prezentacji

Rozliczenie punktów ECTS

Forma aktywności studenta	Średnia liczba godzin przeznaczonych na zrealizowane aktywności*
Uczestnictwo w wykładach	30
Uczestnictwo w ćwiczeniach	30
Przygotowanie do egzaminu	15
Przygotowanie projektu	30
Przygotowanie prezentacji multimedialnej	10

Łączny nakład pracy studenta	Liczba godzin 115	ECTS 4
Zajęcia z bezpośrednim udziałem nauczyciela	Liczba godzin 60	ECTS 2
Nakład pracy związany z zajęciami o charakterze praktycznym	Liczba godzin 60	ECTS 2

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Opis sposobu sprawdzenia osiągnięcia efektów uczenia się

Kod efektu uczenia się dla przedmiotu	Metoda sprawdzenia			
	Egzamin pisemny z otwartymi pytaniami	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach	Projekt grupowy / praca w grupie	Przygotowanie prezentacji
W1	x			
W2	x			
U1		x	x	
U2			x	x
K1		x	x	
K2		x	x	



Karta opisu przedmiotu (sylabus) Kierunek studiów: Innovation Management

Nazwa przedmiotu Behavioural economics		
Nazwa przedmiotu w języku angielskim Behavioural economics		
Kod przedmiotu UEPIMS.21B.12788.22	Rok / semestr 1 / 1	Forma zaliczenia Egzamin
Specjalność Wszystkie	Profil kształcenia ogólnoakademicki	Poziom kształcenia studia drugiego stopnia
Forma studiów stacjonarne	Język wykładowy Angielski	Przedmiot Obowiązkowy
Godziny Wykłady: 15 Ćwiczenia: 30	Liczba punktów ECTS 5	Blok zajęciowy B

Cele uczenia się dla przedmiotu

C1	Przedstawienie podstawowych koncepcji i modeli w ramach ekonomii behawioralnej
C2	Zapoznanie z przesłankami i uwarunkowaniami determinującymi zachowania nabywców
C3	Zapoznanie ze znaczeniem różnych aspektów związanych z ochroną środowiska w kontekście kształtowania zachowań nabywców
C4	Zdobycie umiejętności interpretowania i wyjaśniania zjawisk determinujących zachowania nabywców
C5	Zapoznanie z narzędziami służącymi do pomiaru zachowań nabywców

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się
Wiedzy		
W1	Posiada pogłębioną wiedzę na temat ekonomii behawioralnej i ich znaczenia dla przedsiębiorstwa	K2_W02, K2_W04, K2_W07
W2	Rozumie wpływ zachowań nabywców na działalność gospodarczą oraz środowisko naturalne	K2_W07, K2_W10
W3	Posiada pogłębioną wiedzę o ewolucji poglądów związanych z zachowaniami nabywców i ich znaczenia dla działalności gospodarczej	K2_W09
W4	Posiada wiedzę a temat współczesnych trendów w zachowaniach nabywców	K2_W09, K2_W10
W5	Posiada wiedzę na temat obsługi narzędzi służących do pomiaru zachowań nabywców	K2_W05
Umiejętności		
U1	Potrafi prawidłowo interpretować i wyjaśniać zjawiska dotyczące zachowań nabywców	K2_U01

U2	Potrafi identyfikować i analizować źródła oraz przebieg podstawowych procesów determinujących zachowania nabywców	K2_U03
U3	Posługuje się narzędziami służącymi do pomiaru zachowań nabywców	K2_U02
Kompetencje społecznych		
K1	Rozumie potrzebę postępowania w życiu zawodowym w sposób etyczny i społecznie odpowiedzialny z uwzględnieniem wielokierunkowych skutków społecznych swojej działalności	K2_K02
K2	Potrafi działać w grupie dążąc do realizacji wspólnego celu grupy	K2_K04, K2_K05

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Cele uczenia się dla przedmiotu	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	Fundamenty ekonomii behawioralnej	C1	W1, W2
2.	Istota i strategiczne znaczenie zachowania nabywców	C1, C3	W3
3.	Modele strukturalne wyjaśniające zachowania nabywców	C1	W3
4.	Modele sekwencyjne wyjaśniające zachowania nabywców	C1, C5	W3
5.	Potrzeby jako podstawa zachowań nabywców	C1, C5	W1, W2, U1, U2, K1
6.	Proces podejmowania decyzji o zakupie	C1, C5	W1, W2, U1, U2, K1
7.	Motywacja a zachowanie nabywców	C1, C2, C3, C5	W1, W2, U1, U2, K1
8.	Postawy w zachowaniach nabywców	C1, C3, C4	W1, W2, U1, U2, K1
9.	Emocje w zachowaniach nabywców	C4	W1, W4, W5, U1, U2, K1
10.	Znaczenie grup odniesienia w zachowaniach nabywców	C4	W1, W3
11.	Różnice kulturowe w zachowaniach nabywców	C2, C4	W3, W4
12.	Paradoks wyboru	C2, C4	W3, W4
13.	Konsumpcja i środowisko	C3	W2
14.	Technologia a zachowania nabywców	C4	W3
15.	Współczesne trendy w zachowaniach nabywców	C3, C4	W3, W4, U2, K1

Wymagania wstępne	Knowledge of microeconomics and the basics of marketing
Metody nauczania	Analiza tekstów , Metoda projektów , Burza mózgów, Wykład konwersatoryjny, Wykład z prezentacją multimedialną, Dyskusja, Analiza przypadków
Sposób zaliczenia	Egzamin pisemny testowy, Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Projekt grupowy / praca w grupie, Przeprowadzenie badań, Przygotowanie prezentacji

Rozliczenie punktów ECTS

Forma aktywności studenta	Średnia liczba godzin przeznaczonych na zrealizowane aktywności*
---------------------------	--

Uczestnictwo w ćwiczeniach	30	
Uczestnictwo w wykładach	15	
Przygotowanie do egzaminu	15	
Zbieranie informacji do zadanej pracy	20	
Przygotowanie prezentacji multimedialnej	20	
Przygotowanie do ćwiczeń	10	
Przygotowanie raportu	20	
Konsultacje z prowadzącym/i zajęcia	5	
Łączny nakład pracy studenta	Liczba godzin 135	ECTS 5
Zajęcia z bezpośrednim udziałem nauczyciela	Liczba godzin 50	ECTS 2
Nakład pracy związany z zajęciami o charakterze praktycznym	Liczba godzin 50	ECTS 2

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Opis sposobu sprawdzenia osiągnięcia efektów uczenia się

Kod efektu uczenia się dla przedmiotu	Metoda sprawdzenia				
	Egzamin pisemny testowy	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach	Projekt grupowy / praca w grupie	Przeprowadzenie badań	Przygotowanie prezentacji
W1	x	x			
W2	x	x			
W3	x	x			
W4	x	x			
W5			x		x
U1	x		x	x	x
U2	x		x	x	x
U3			x	x	
K1	x		x	x	x
K2			x		x



Karta opisu przedmiotu (sylabus) Kierunek studiów: Innovation Management

Nazwa przedmiotu Principles of entrepreneurship		
Nazwa przedmiotu w języku angielskim Principles of entrepreneurship		
Kod przedmiotu UEPIMS.21A.12789.22	Rok / semestr 1 / 1	Forma zaliczenia Zaliczenie
Specjalność Wszystkie	Profil kształcenia ogólnoakademicki	Poziom kształcenia studia drugiego stopnia
Forma studiów stacjonarne	Język wykładowy Angielski	Przedmiot Obowiązkowy
Godziny Wykłady: 30 Ćwiczenia: 15	Liczba punktów ECTS 4	Blok zajęciowy A

Cele uczenia się dla przedmiotu

C1	Zdobycie wiedzy na temat istoty przedsiębiorczości, głównych definicji i teorii.
C2	Zdobycie kompetencji do oceny możliwości i ograniczeń tworzenia nowej firmy oraz rozwoju firmy istniejącej, włączając firmy rodzinne.
C3	Zdobycie umiejętności uruchamiania nowej firmy dzięki uczestnictwu w wirtualnej symulacji prowadzenia nowej firmy oraz przygotowaniu projektu nowego przedsiębiorstwa.

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się
Wiedzy		
W1	Student zdobywa wiedzę o istocie przedsiębiorczości oraz o procesie tworzenia i rozwoju nowej firmy.	K2_W01
W2	Student potrafi zidentyfikować możliwości i ograniczenia tworzenia nowej firmy, student porównuje i opisuje możliwości tworzenia nowej formy i rozwoju firmy istniejącej.	K2_W06
W3	Student umie podejmować decyzje związane z tworzeniem nowej firmy, potrafi wybrać właściwą strategię nowej firmy oraz analizuje wyniki jej wdrażania.	K2_W03, K2_W04
Umiejętności		
U1	Student analizuje istotę definicji przedsiębiorczości, potrafi porównać wspólne elementy i różnice różnych teorii i podejść.	K2_U01
U2	Student ocenia rynkową wartość nisz biznesowych i pomysłów na nową firmę.	K2_U02
U3	Student wybiera niszę rynkową dla swojej nowej firmy, przygotowuje, wdraża i udoskonala strategię biznesową, organizuje pracę zespołową.	K2_U03, K2_U07
Kompetencji społecznych		

K1	Student jest wrażliwy na społeczny i ekonomiczny wpływ przedsiębiorców i firm.	K2_K06
K2	Student rozwija swoje kompetencje do pracy zespołowej, dyskusji w grupie, prezentacji własnych poglądów. Student akceptuje różne opinie innych osób.	K2_K05

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Cele uczenia się dla przedmiotu	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	Przedsiębiorczość - główne koncepcje i teorie, rola przedsiębiorczości we współczesnej gospodarce	C1	W1, U1, K1
2.	Innowacje jako istota przedsiębiorczości	C1	W1, U1, K1
3.	Przedsiębiorczość jako tworzenie ryzyka i podejmowanie go	C1	W1, U1, K1
4.	Możliwości rynkowe i austriacka szkoła przedsiębiorczości	C1	W1, U1, K1
5.	Proces tworzenia nowych firm	C2	W2, U2, K1
6.	Etapy procesu tworzenia nowych firm	C2	W2, U2, K1
7.	Finansowanie tworzenia nowych firm	C2	W2, U2, K1
8.	Przedsiębiorstwa rodzinne - możliwości i ograniczenia ich działania	C2	W2, U2, K1
9.	Symulacja gry biznesowej - wprowadzenie	C3	W3, U3, K2
10.	Symulacja gry biznesowej - decyzje na 1szą i 2gą rundę decyzyjną	C3	W3, U3, K2
11.	Symulacja gry biznesowej - decyzje na 3cią i 4tą rundę decyzyjną	C3	W3, U3, K2
12.	Symulacja gry biznesowej - decyzje na 5tą i 6tą rundę decyzyjną	C3	W3, U3, K2
13.	Symulacja gry biznesowej - decyzje na 7mą i 8mą rundę decyzyjną	C3	W3, U3, K2
14.	Symulacja gry biznesowej - decyzje na 9tą i 10tą rundę decyzyjną	C3	W3, U3, K2
15.	Prezentacja studentów projektów nowej firmy	C3	W3, U3, K2

Wymagania wstępne	no requirements
Metody nauczania	Metoda projektów , Wykład konwersatoryjny, Dyskusja, Gra dydaktyczna
Sposób zaliczenia	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Projekt indywidualny, Projekt grupowy / praca w grupie, Przeprowadzenie badań, Przygotowanie prezentacji, Udział w wirtualnej symulacji prowadzenia własnej firmy

Rozliczenie punktów ECTS

Forma aktywności studenta	Średnia liczba godzin przeznaczonych na zrealizowane aktywności*
Uczestnictwo w wykładach	30

Uczestnictwo w ćwiczeniach	15	
Konsultacje z prowadzącym/i zajęcia	5	
Przygotowanie projektu	40	
Przygotowanie do ćwiczeń	10	
Łączny nakład pracy studenta		
	Liczba godzin 100	ECTS 4
Zajęcia z bezpośrednim udziałem nauczyciela	Liczba godzin 50	ECTS 2
Nakład pracy związany z zajęciami o charakterze praktycznym	Liczba godzin 55	ECTS 2

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Opis sposobu sprawdzenia osiągnięcia efektów uczenia się

Kod efektu uczenia się dla przedmiotu	Metoda sprawdzenia					
	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach	Projekt indywidualny	Projekt grupowy / praca w grupie	Przeprowadzenie badań	Przygotowanie prezentacji	Udział w wirtualnej symulacji prowadzenia własnej firmy
W1	x					
W2	x		x	x		
W3		x	x		x	
U1	x					
U2	x		x	x		
U3		x	x		x	
K1	x					
K2		x	x		x	



Karta opisu przedmiotu (sylabus) Kierunek studiów: Innovation Management

Nazwa przedmiotu Marketing		
Nazwa przedmiotu w języku angielskim Marketing		
Kod przedmiotu UEPIMS.21B.27.22	Rok / semestr 1 / 1	Forma zaliczenia Zaliczenie
Specjalność Wszystkie	Profil kształcenia ogólnoakademicki	Poziom kształcenia studia drugiego stopnia
Forma studiów stacjonarne	Język wykładowy Angielski	Przedmiot Obowiązkowy
Godziny Wykłady: 30 Ćwiczenia: 15	Liczba punktów ECTS 4	Blok zajęciowy B

Cele uczenia się dla przedmiotu

C1	Understanding of the role of modern marketing in dynamic environment.
C2	Development of skills of analysing and solving marketing challenges and problems.
C3	Acquisition of skills of internal and external analysis of marketing forces.
C4	Presentation of up-to-date marketing instruments and conditions of their implementation.

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się
Wiedzy		
W1	Student is familiar with the importance and the role of marketing in the challenging environment.	K2_W01, K2_W02, K2_W03
W2	Student knows the methods of environment analysis.	K2_W03, K2_W06
W3	Student understands which marketing tools to use depending on internal and external conditions.	K2_W03, K2_W06, K2_W07
Umiejętności		
U1	Student can correctly interpret marketing forces and assess market opportunities.	K2_U01, K2_U02, K2_U03, K2_U05
U2	Student applies appropriate methods of environment analysis.	K2_U01, K2_U02, K2_U05
U3	Student selects relevant tools to achieve marketing goals.	K2_U03, K2_U05
Kompetencji społecznych		
K1	Student is able to identify and solve marketing problems in group.	K2_K01, K2_K04, K2_K05

K2	Student initiates application of methods and tools according to marketing goals.	K2_K01, K2_K05
K3	Student seeks for new solutions to achieve marketing goals and answer its challenges.	K2_K04

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Cele uczenia się dla przedmiotu	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	Introduction to marketing - core concepts, functions.	C1	W1, U1
2.	Forces challenging today's marketing.	C1, C2	W1, U1
3.	Analysis of company's macroenvironment - methods and tools.	C1, C2, C3	W1, W2, W3, U1, U2
4.	Analysis of company's microenvironment - methods and tools.	C2, C3	W2, U1, U2
5.	Consumer behaviour and its changing determinants.	C1, C2, C3	W1, W2, U1, U2, K1
6.	Defining marketing aims and goals.	C2, C3	U1, K1
7.	Segmentation and targeting.	C2, C3, C4	W3, U1, U3, K1, K2, K3
8.	Introduction to branding.	C1, C4	W1, K1
9.	Powerful positioning.	C4	W3, U3, K1, K2, K3
10.	Structure of marketing tools - marketing Mix 4Ps v. modern components of the Mix.	C1, C4	W3, U2
11.	Product management.	C2, C4	W3, U3, K1, K2, K3
12.	Distribution and price management.	C4	W3, U3, K1, K2, K3
13.	Integrated Marketing Communication.	C2, C4	W3, U3, K1, K2, K3
14.	Customer relationship management.	C1, C3, C4	W1, W3, U3, K3
15.	Marketing Control and measurement of effectiveness.	C1, C2	W1, U1, K2

Wymagania wstępne	English at B2 level
Metody nauczania	Analiza tekstów , Metoda projektów , Burza mózgów, Wykład konwersatoryjny, Wykład z prezentacją multimedialną, Dyskusja, Analiza przypadków
Sposób zaliczenia	Sprawdzian pisemny testowy, Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Projekt grupowy / praca w grupie, Przygotowanie prezentacji

Rozliczenie punktów ECTS

Forma aktywności studenta	Średnia liczba godzin przeznaczonych na zrealizowane aktywności*
Uczestnictwo w ćwiczeniach	15
Uczestnictwo w wykładach	30
Zbieranie informacji do zadanej pracy	10

Przygotowanie projektu	30	
Przygotowanie do sprawdzianu/ kolokwium	15	
Przygotowanie prezentacji multimedialnej	10	
Łączny nakład pracy studenta	Liczba godzin 110	ECTS 4
Zajęcia z bezpośrednim udziałem nauczyciela	Liczba godzin 45	ECTS 1.5
Nakład pracy związany z zajęciami o charakterze praktycznym	Liczba godzin 45	ECTS 1.5

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Opis sposobu sprawdzenia osiągnięcia efektów uczenia się

Kod efektu uczenia się dla przedmiotu	Metoda sprawdzenia			
	Sprawdzian pisemny testowy	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach	Projekt grupowy / praca w grupie	Przygotowanie prezentacji
W1	x	x	x	
W2	x		x	
W3	x	x	x	
U1	x		x	
U2		x	x	
U3		x	x	
K1			x	
K2			x	
K3			x	x



Karta opisu przedmiotu (syllabus) Kierunek studiów: Innovation Management

Nazwa przedmiotu Creativity in management		
Nazwa przedmiotu w języku angielskim Creativity in management		
Kod przedmiotu UEPIMS.21C.12790.22	Rok / semestr 1 / 1	Forma zaliczenia Zaliczenie
Specjalność Wszystkie	Profil kształcenia ogólnoakademicki	Poziom kształcenia studia drugiego stopnia
Forma studiów stacjonarne	Język wykładowy Angielski	Przedmiot Obowiązkowy
Godziny Wykłady: 30 Ćwiczenia: 0	Liczba punktów ECTS 3	Blok zajęciowy C

Cele uczenia się dla przedmiotu

C1	Indication of the importance of creativity in the knowledge based economy.
C2	Developing the ability of creative thinking.
C3	Developing skills for implementing ideas.

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się
Wiedzy		
W1	Student defines creativity, and indicates its role in the economy.	K2_W01, K2_W02, K2_W04
W2	Student lists and explains the various creative techniques.	K2_W03, K2_W06, K2_W07
Umiejętności		
U1	Student uses creative techniques to solve problems.	K2_U01, K2_U02, K2_U06, K2_U07
U2	Student evaluates and implements creative ideas.	K2_U03, K2_U04, K2_U05
Kompetencji społecznych		
K1	Student is sensitive to the ethics of creating new ideas.	K2_K02, K2_K03, K2_K06
K2	Student identifies problems and take their creative solutions.	K2_K01, K2_K04, K2_K05

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Cele uczenia się dla przedmiotu	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	The nature and role of creativity	C1	W1, U1, K2
2.	Creativity and Intelligence	C1	W1, U1, K2
3.	Creative environment	C1	W1, K2
4.	Intellectual capital in crativity	C2	W1, W2, U1, K2
5.	Creative techniques	C2	W1, W2, U2, K1, K2
6.	Troubleshooting	C2, C3	W1, W2, U1, U2, K1, K2
7.	The search for ideas	C2, C3	W1, W2, U1, U2, K1, K2
8.	The selection of ideas	C2, C3	W1, W2, U1, U2, K1, K2
9.	Development of the concept	C2, C3	W1, W2, U1, U2, K1, K2
10.	Testing ideas and solutions	C2, C3	W2, U2, K1, K2
11.	Testing ideas and solutions	C2, C3	W2, U2, K1, K2
12.	Testing ideas and solutions	C2, C3	W2, U2, K1, K2
13.	Environmental consequences of innovation	C2	W2, U2, K1, K2
14.	Ethical consequences of innovation	C2	W2, U2, K1, K2
15.	Social consequences of innovation	C2	W2, U2, K1, K2

Wymagania wstępne	Principles of management Principles of marketing
Metody nauczania	Metoda projektów , Burza mózgów, Wykład konwersatoryjny, Dyskusja
Sposób zaliczenia	Sprawdzian pisemny z otwartymi pytaniami, Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Projekt grupowy / praca w grupie

Rozliczenie punktów ECTS

Forma aktywności studenta	Średnia liczba godzin przeznaczonych na zrealizowane aktywności*	
Uczestnictwo w wykładach	30	
Konsultacje z prowadzącym/i zajęcia	10	
Zbieranie informacji do zadanej pracy	10	
Przygotowanie do sprawdzianu/ kolokwium	15	
Przygotowanie projektu	20	
Łączny nakład pracy studenta	Liczba godzin 85	ECTS 3
Zajęcia z bezpośrednim udziałem nauczyciela	Liczba godzin 40	ECTS 1.5
Nakład pracy związany z zajęciami o charakterze praktycznym	Liczba godzin 20	ECTS 0.5

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Opis sposobu sprawdzenia osiągnięcia efektów uczenia się

Kod efektu uczenia się dla przedmiotu	Metoda sprawdzenia		
	Sprawdzian pisemny z otwartymi pytaniami	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach	Projekt grupowy / praca w grupie
W1	x	x	x
W2	x	x	x
U1	x	x	x
U2	x	x	x
K1		x	x
K2		x	x



Karta opisu przedmiotu (sylabus) Kierunek studiów: Innovation Management

Nazwa przedmiotu Knowledge based economy		
Nazwa przedmiotu w języku angielskim Knowledge based economy		
Kod przedmiotu UEPIMS.21A.12791.22	Rok / semestr 1 / 1	Forma zaliczenia Egzamin
Specjalność Wszystkie	Profil kształcenia ogólnoakademicki	Poziom kształcenia studia drugiego stopnia
Forma studiów stacjonarne	Język wykładowy Angielski	Przedmiot Obowiązkowy
Godziny Wykłady: 15 Ćwiczenia: 15	Liczba punktów ECTS 3	Blok zajęciowy A

Cele uczenia się dla przedmiotu

C1	To develop general understanding of today's economic landscape
----	--

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się
Wiedzy		
W1	Student zna kluczowe pojęcia z zakresu ekonomii wiedzy, gospodarki postindustrialnej, handlu międzynarodowego	K2_W01, K2_W02, K2_W09, K2_W10
Umiejętności		
U1	Student demonstruje znajomość zjawisk i powiązań łączących zdarzenia na poziomie mikro z megatrendami w gospodarce światowej	K2_U02, K2_U03, K2_U08
Kompetencje społecznych		
K1	Student jest wrażliwy na różnice pomiędzy bliskoznacznym lecz nie tożsamymi pojęciami z obszaru ekonomii wiedzy	K2_K01, K2_K02, K2_K04

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Cele uczenia się dla przedmiotu	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	Definition of Knowledge-based Economy (KBE) and related concepts	C1	W1, U1, K1
2.	A Review of History of Economic Development	C1	W1, U1, K1
3.	Cultural diversity and national cultures across the world	C1	W1, U1, K1
4.	Skills and competences for ta KBA economy	C1	W1, U1, K1

5.	Knowledge society	C1	W1, U1, K1
6.	Competitive forces in a KBE	C1	W1, U1, K1
7.	Research and Development and a KBA	C1	U1, K1
8.	Innovations and Creativity in a KBA	C1	W1, U1
9.	Entrepreneurship in a KBA	C1	W1, U1
10.	Creative Economy	C1	W1, U1
11.	Creative Industries and Knowledge-intensive Services	C1	W1, U1
12.	Measurement of KBA	C1	W1, U1
13.	Intellectual Capital and Intellectual Property Management	C1	W1, U1
14.	Case studies in a KBA	C1	W1, U1
15.	Revision	C1	W1, U1, K1

Wymagania wstępne	Basic knowledge on economics
Metody nauczania	Metoda projektów , Dyskusja, Analiza przypadków
Sposób zaliczenia	Egzamin pisemny testowy, Egzamin ustny, Esej / referat, Projekt grupowy / praca w grupie, Przygotowanie prezentacji

Rozliczenie punktów ECTS

Forma aktywności studenta	Średnia liczba godzin przeznaczonych na zrealizowane aktywności*	
Uczestnictwo w wykładach	15	
Uczestnictwo w ćwiczeniach	15	
Przygotowanie projektu	30	
Przygotowanie referatu	30	
Łączny nakład pracy studenta	Liczba godzin 90	ECTS 3
Zajęcia z bezpośrednim udziałem nauczyciela	Liczba godzin 30	ECTS 1
Nakład pracy związany z zajęciami o charakterze praktycznym	Liczba godzin 45	ECTS 1.5

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Opis sposobu sprawdzenia osiągnięcia efektów uczenia się

Kod efektu uczenia się dla przedmiotu	Metoda sprawdzenia				
	Egzamin pisemny testowy	Egzamin ustny	Esej / referat	Projekt grupowy / praca w grupie	Przygotowanie prezentacji
W1	x	x	x		

U1		x	x	x	
K1		x	x		x



Karta opisu przedmiotu (sylabus) Kierunek studiów: Innovation Management

Nazwa przedmiotu Qualitative methods in market analysis		
Nazwa przedmiotu w języku angielskim Qualitative methods in market analysis		
Kod przedmiotu UEPIMS.21B.12812.22	Rok / semestr 1 / 1	Forma zaliczenia Zaliczenie
Specjalność Wszystkie	Profil kształcenia ogólnoakademicki	Poziom kształcenia studia drugiego stopnia
Forma studiów stacjonarne	Język wykładowy Angielski	Przedmiot Obowiązkowy
Godziny Wykłady: 15 Ćwiczenia: 15	Liczba punktów ECTS 3	Blok zajęciowy B

Cele uczenia się dla przedmiotu

C1	,Zapoznanie studentów z metodami jakościowymi badań rynku
C2	nabycie przez studentów umiejętności przygotowania, realizacji i analizy wyników uzyskanych za pomocą różnych metod stosowanych w badaniach jakościowych

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się
Wiedzy		
W1	student charakteryzuje metody jakościowe badań rynku	K2_W05
Umiejętności		
U1	Student analizuje zachowania konsumentów i przedsiębiorstw wykorzystując metody jakościowe badań rynku	K2_U01
Kompetencje społecznych		
K1	Student identyfikuje i rozwiązuje problemy badawcze wykorzystując metody jakościowe badań rynku	K2_K01

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Cele uczenia się dla przedmiotu	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	Badania jakościowe - istota, etapy, zastosowania. Podstawowe metody.	C1	W1
2.	Zogniskowany wywiad grupowy - istota i przygotowanie badania. Organizacja i przeprowadzenia badania.	C1, C2	W1, U1

3.	Rola moderatora	C1, C2	W1, U1
4.	Projektowanie badania z wykorzystaniem wywiadów grupowych	C1, C2	W1, U1
5.	Dobór próby	C2	W1, U1
6.	Scenariusz wywiadu	C1, C2	W1, U1
7.	Analiza wyników badań jakościowych	C2	W1, U1
8.	Techniki projekcyjne	C1, C2	W1, U1
9.	Indywidualny wywiad pogłębiony	C1, C2	W1, U1
10.	Metoda obserwacji. Badania etnograficzne	C1, C2	W1, U1
11.	Aspekty etyczna prowadzenia badań jakościowych. Współpraca z agencją badawczą. Kierunki rozwoju badań jakościowych	C1	W1
12.	Ocena stron internetowych - zastosowanie wywiadów grupowych	C2	U1, K1
13.	Ocena koncepcji nowego produktu - zastosowanie wywiadów grupowych	C2	U1, K1
14.	Zachowania konsumentów na rynku usług kulturalnych	C2	U1, K1
15.	Usługi publiczne - zastosowanie badań jakościowych	C2	U1, K1

Wymagania wstępne	marketing research, marketing
Metody nauczania	Metoda projektów , Wykład z prezentacją multimedialną, Analiza przypadków, Ćwiczenia laboratoryjne
Sposób zaliczenia	Sprawdzian pisemny testowy, Sprawdzian pisemny z otwartymi pytaniami, Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Projekt grupowy / praca w grupie, Przeprowadzenie badań, Przygotowanie prezentacji

Rozliczenie punktów ECTS

Forma aktywności studenta	Średnia liczba godzin przeznaczonych na zrealizowane aktywności*	
Uczestnictwo w wykładach	15	
Uczestnictwo w ćwiczeniach	15	
Przygotowanie do ćwiczeń	5	
Przygotowanie projektu	10	
Konsultacje z prowadzącym/i zajęcia	3	
Przeprowadzenie badań empirycznych	2	
Przygotowanie do sprawdzianu/ kolokwium	15	
Przygotowanie raportu	10	
Łączny nakład pracy studenta	Liczba godzin 75	ECTS 3

Zajęcia z bezpośrednim udziałem nauczyciela	Liczba godzin 33	ECTS 1
Nakład pracy związany z zajęciami o charakterze praktycznym	Liczba godzin 37	ECTS 1

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Opis sposobu sprawdzenia osiągnięcia efektów uczenia się

Kod efektu uczenia się dla przedmiotu	Metoda sprawdzenia					
	Sprawdzian pisemny testowy	Sprawdzian pisemny z otwartymi pytaniami	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach	Projekt grupowy / praca w grupie	Przeprowadzenie badań	Przygotowanie prezentacji
W1	x	x	x	x		
U1	x		x	x	x	x
K1	x		x	x	x	x



Karta opisu przedmiotu (sylabus)

Kierunek studiów: Innovation Management

Nazwa przedmiotu International business		
Nazwa przedmiotu w języku angielskim International business		
Kod przedmiotu UEPIMS.22B.1477.22	Rok / semestr 1 / 2	Forma zaliczenia Zaliczenie
Specjalność Wszystkie	Profil kształcenia ogólnoakademicki	Poziom kształcenia studia drugiego stopnia
Forma studiów stacjonarne	Język wykładowy Angielski	Przedmiot Obowiązkowy
Godziny Wykłady: 30 Ćwiczenia: 0	Liczba punktów ECTS 3	Blok zajęciowy B

Cele uczenia się dla przedmiotu

C1	introduce components comprising international business environment
C2	introduce the scope and scale of international business
C3	explore the specificity of firms operations and strategies in an international context
C4	identify consequences that changes in the international business environment have on business strategies and operations
C5	encourage critical thinking and reflection on the role of international business in global economy and society

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się
Wiedzy		
W1	demonstrates understanding of individual components comprising international business environment and significance of their evolution for firms' cross-border operations	K2_W02, K2_W08
W2	evaluates the phenomenon of 'international business' in the global context	K2_W01, K2_W03, K2_W09
W3	appreciates the distinctiveness and complexity of international business operations and strategies	K2_W01, K2_W02, K2_W03, K2_W10
W4	explains key concepts and principles underpinning contemporary international business practice	K2_W01, K2_W02, K2_W04, K2_W10
W5	evaluates the role of international businesses in global economy and society	K2_W02, K2_W04, K2_W10
Umiejętności		

U1	demonstrates understanding of individual components comprising international business environments	K2_U01, K2_U02, K2_U03
U2	employs relevant conceptual tools to analyse and explain the complexity of international business environment	K2_U01, K2_U02, K2_U04, K2_U05
U3	explains the impacts of evolution and change in international business environment on firms' cross-border operations and strategies	K2_U01, K2_U02, K2_U04
U4	demonstrates understanding of mechanisms and success factors driving international trade and investment strategies	K2_U03, K2_U04, K2_U05
U5	is able to undertake independent research, scan and organise data, abstract information from it and competently communicate it to varied audiences	K2_U03, K2_U04, K2_U05, K2_U06, K2_U07, K2_U08
Kompetencje społecznych		
K1	applies their knowledge of social and cultural imperatives and barriers when working internationally and within international teams	K2_K01, K2_K02
K2	appreciates the complexity of societal and environmental consequences of international business operations	K2_K01

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Cele uczenia się dla przedmiotu	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	introduction - module aims, assessment and key focal points	C1	W1, W2, U1, K2
2.	International business scale and scope	C2, C3	W3, W5, U2, U3, K2
3.	Globalisation and international business	C3, C4, C5	W2, W4, W5, U2, U3, K2
4.	Society and culture in international business	C1, C4, C5	W1, W4, W5, U1, U2, U3, U5, K1, K2
5.	International political environment and the role of the state	C1, C4, C5	W1, W4, W5, U1, U2, U3, U5, K2
6.	International economic environments	C1, C4, C5	W1, W4, W5, U1, U2, U3, U5, K2
7.	International trade theory and practice	C2, C3	W2, W4, U2, U3, K2
8.	Regional economic cooperation and trading blocks	C2, C3, C4	W1, W2, W4, U2, U3, U5, K1, K2
9.	Government influence on international trade and investment	C1, C2, C4	W1, W4, W5, U1, U3, U5
10.	Emerging economies in international business context	C2, C3, C5	W2, W3, W4, W5, U1, U4, U5, K2
11.	Country attractiveness and firm internationalisation	C2, C3, C4	W1, W2, W3, W4, U1, U2, U3, U4, U5, K2
12.	International expansion of the firm	C2, C3, C4	W1, W2, W4, U1, U3, U4, K1
13.	International business strategies	C2, C3, C4	W1, W3, W4, U1, U3, U4, K1, K2
14.	Organisation and structures of multinational firms	C2, C3, C4	W1, W3, W4, U1, U3, U4, K1, K2

15.	International marketing, supply chain and human resources management	C2, C3, C4	W1, W2, W3, W4, U1, U2, U3, U4, U5, K1, K2
-----	--	------------	--

Wymagania wstępne	tbc
Metody nauczania	Analiza tekstów , Metoda projektów , Wykład konwencjonalny, Wykład konwersatoryjny, Wykład z prezentacją multimedialną, Dyskusja, Gra dydaktyczna, Analiza przypadków, Metody e-learningowe
Sposób zaliczenia	Sprawdzian pisemny z otwartymi pytaniami, Esej / referat, Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Projekt grupowy / praca w grupie, Przygotowanie prezentacji

Rozliczenie punktów ECTS

Forma aktywności studenta	Średnia liczba godzin przeznaczonych na zrealizowane aktywności*	
Uczestnictwo w wykładach	30	
Przygotowanie projektu	30	
Przygotowanie do ćwiczeń	45	
Przygotowanie do sprawdzianu/ kolokwium	30	
Łączny nakład pracy studenta	Liczba godzin 135	ECTS 3
Zajęcia z bezpośrednim udziałem nauczyciela	Liczba godzin 30	ECTS 1
Nakład pracy związany z zajęciami o charakterze praktycznym	Liczba godzin 30	ECTS 1

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Opis sposobu sprawdzenia osiągnięcia efektów uczenia się

Kod efektu uczenia się dla przedmiotu	Metoda sprawdzenia				
	Sprawdzian pisemny z otwartymi pytaniami	Esej / referat	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach	Projekt grupowy / praca w grupie	Przygotowanie prezentacji
W1	x	x	x	x	x
W2	x	x	x	x	
W3	x	x	x	x	x
W4	x	x	x	x	x
W5	x	x	x	x	x
U1	x	x	x	x	x
U2	x	x	x	x	x
U3	x	x	x	x	x

U4	x	x	x	x	x
U5		x	x	x	x
K1		x	x	x	x
K2		x	x	x	x



Karta opisu przedmiotu (sylabus)

Kierunek studiów: Innovation Management

Nazwa przedmiotu Innovative process and product management		
Nazwa przedmiotu w języku angielskim Innovative process and product management		
Kod przedmiotu UEPIMS.22B.12792.22	Rok / semestr 1 / 2	Forma zaliczenia Zaliczenie
Specjalność Wszystkie	Profil kształcenia ogólnoakademicki	Poziom kształcenia studia drugiego stopnia
Forma studiów stacjonarne	Język wykładowy Angielski	Przedmiot Obowiązkowy
Godziny Wykłady: 15 Ćwiczenia: 30	Liczba punktów ECTS 4	Blok zajęciowy B

Cele uczenia się dla przedmiotu

C1	Students are being introduced the principles and basic concepts of innovation management
C2	Students are acquainted with the determinants of innovation process management
C3	Students have skills in managing the process of launching a new product on the market
C4	Students are familiarized with the basic principles of selection elements marketing-mix-dependent in innovation process

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się
Wiedzy		
W1	Student knows the basic principles and concepts of innovation management	K2_W01, K2_W02, K2_W03, K2_W04, K2_W09
W2	Student knows the basic classifications of environmental factors, ie. the macro-, mezo- and microenvironment	K2_W02, K2_W03, K2_W04, K2_W05, K2_W09, K2_W10
W3	Student knows the principles of innovation process	K2_W03, K2_W04, K2_W05, K2_W06, K2_W07, K2_W09, K2_W10
W4	Student knows the concept of the marketing-mix depending on the type of product and retail format	K2_W02, K2_W05, K2_W06, K2_W07, K2_W09
Umiejętności		
U1	Student can use the various factors of environment to formulate a coherent concept of innovation	K2_U01, K2_U03, K2_U04

U2	Student is able to identify technological and consumption trends in innovation process	K2_U01, K2_U03, K2_U04, K2_U05
U3	Student is able to define the target groups for product innovation	K2_U02, K2_U03, K2_U04, K2_U05
U4	Student is able to formulate the marketing-mix tailored to different types of innovation	K2_U04, K2_U05, K2_U06, K2_U07, K2_U08
Kompetencji społecznych		
K1	Student is able to defend her/his opinion in the discussion, to listen to the other students and to accept formulated ideas and proposals	K2_K01, K2_K04, K2_K05
K2	Student acts ethically	K2_K02, K2_K03, K2_K06

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Cele uczenia się dla przedmiotu	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	Introduction - basic requirements	C1, C2	W1, U1, K2
2.	Definition and types of innovation	C1	W1, U1, K2
3.	Types of product	C1, C3	W1, W2, U1, U2, K1, K2
4.	Factors of macroenvironment	C1, C2	W1, W2, U1, U2, K1, K2
5.	Factors of microenvironment	C1, C2	W1, W2, U1, U2, K1, K2
6.	Types of innovation processes	C2, C3	W3, U1, U2, U3, K1, K2
7.	Product innovation management	C3	W2, W3, U2, U3, K1, K2
8.	Product life cycle	C2, C4	W2, W3, W4, U2, U3, U4, K1, K2
9.	Technology hype cycle	C2, C4	W2, W3, W4, U2, U3, U4, K1, K2
10.	Stages of innovation process - marketing approach	C3, C4	W3, W4, U3, U4, K1, K2
11.	ECR concept as an organizational innovation	C2, C3	W2, W3, U2, U4, K1, K2
12.	Launching a new product - goals formulating	C2, C3, C4	W3, W4, U3, U4, K1, K2
13.	Launching a new product - "roadmap"	C2, C3, C4	W3, W4, U3, U4, K1, K2
14.	Sources of innovation financing	C2, C3	W2, W3, U1, U2, U3, K1, K2
15.	Innovation process control	C1, C2, C3, C4	W1, W2, W3, W4, U1, U2, U3, U4, K1, K2

Wymagania wstępne	Marketing, Market research, Principles of management
Metody nauczania	Metoda projektów , Burza mózgów, Wykład konwencjonalny, Wykład konwersatoryjny, Wykład z prezentacją multimedialną, Dyskusja, Analiza przypadków, Konwersatorium językowe
Sposób zaliczenia	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Projekt grupowy / praca w grupie, Przygotowanie prezentacji

Rozliczenie punktów ECTS

Forma aktywności studenta	Średnia liczba godzin przeznaczonych na zrealizowane aktywności*	
Uczestnictwo w ćwiczeniach	30	
Uczestnictwo w wykładach	15	
Przygotowanie prezentacji multimedialnej	10	
Przygotowanie projektu	35	
Zbieranie informacji do zadanej pracy	30	
Łączny nakład pracy studenta	Liczba godzin 120	ECTS 4
Zajęcia z bezpośrednim udziałem nauczyciela	Liczba godzin 45	ECTS 1.5
Nakład pracy związany z zajęciami o charakterze praktycznym	Liczba godzin 65	ECTS 2

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Opis sposobu sprawdzenia osiągnięcia efektów uczenia się

Kod efektu uczenia się dla przedmiotu	Metoda sprawdzenia		
	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach	Projekt grupowy / praca w grupie	Przygotowanie prezentacji
W1	x	x	
W2	x	x	x
W3	x	x	x
W4	x	x	x
U1	x	x	x
U2	x	x	x
U3	x	x	x
U4	x	x	x
K1	x	x	x
K2	x	x	x



Karta opisu przedmiotu (syllabus) Kierunek studiów: Innovation Management

Nazwa przedmiotu Enterprise information systems		
Nazwa przedmiotu w języku angielskim Enterprise information systems		
Kod przedmiotu UEPIMS.22B.12793.22	Rok / semestr 1 / 2	Forma zaliczenia Egzamin
Specjalność Wszystkie	Profil kształcenia ogólnoakademicki	Poziom kształcenia studia drugiego stopnia
Forma studiów stacjonarne	Język wykładowy Angielski	Przedmiot Obowiązkowy
Godziny Wykłady: 15 Ćwiczenia: 45	Liczba punktów ECTS 5	Blok zajęciowy B

Cele uczenia się dla przedmiotu

C1	Zapoznanie studentów z funkcjonalnościami i scenariuszami aplikacyjnymi dla systemów wspomagających pracę przedsiębiorstwa, a także z kierunkami ewolucji wspomnianych systemów
C2	Zapoznanie z wybranymi systemami wspomagającymi pracę przedsiębiorstwa oraz ich funkcjonalnościami, szczególnie w zakresie wspierania procesów biznesowych oraz analizy danych
C3	Analiza typowych procesów biznesowych w przedsiębiorstwach oraz sposobu ich implementacji w systemach wspomagających zarządzanie

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się
Wiedzy		
W1	Student zna klasy systemów informacyjnych dla przedsiębiorstw, ich funkcjonalności oraz scenariusze aplikacyjne. Potrafi zdefiniować ścieżkę rozwoju wspomnianych systemów.	K2_W09
W2	Student zna relacje między różnymi podmiotami występującymi na rynku oraz potrafi zdefiniować wymagania dla systemów informatycznych jakie mogłyby wspomagać funkcjonowanie wspomnianych relacji (w modelu B2B albo B2C)	K2_W02
W3	Student zna rodzaje przedsiębiorstw występujących w gospodarce oraz potrafi zdefiniować wymagania dla systemów informatycznych wspomagających te przedsiębiorstwa	K2_W09
W4	Student potrafi wskazać i omówić różnice między różnymi systemami informatycznymi, a także porównać podobnej klasy systemy dostarczane przez różnych dostawców	K2_W06
Umiejętności		
U1	Student potrafi wykorzystać systemy informatyczne dla wsparcia procesów biznesowych w przedsiębiorstwie	K2_U06

U2	Student potrafi, na podstawie przeprowadzonej analizy wymagań użytkownika, wskazać system informatyczny, jaki mógłby być zastosowany dla rozwiązania problemów i wsparcia efektywności przedsiębiorstwa	K2_U03
U3	Student potrafi wykorzystać systemy informatyczne omawiane na zajęciach, w szczególności system SAP ERP	K2_U03, K2_U06
U4	Student potrafi prowadzić dyskusję w zakresie problemów związanych z problematyką integracji danych oraz ewolucji systemów informatycznych (i ich powiązań)	K2_U05, K2_U08
Kompetencje społecznych		
K1	Student potrafi samodzielnie pogłębiać i aktualizować swoją wiedzę w dziedzinie systemów informatycznych dla przedsiębiorstw	K2_K01, K2_K04
K2	Student jest świadomy znaczenia wsparcia informatycznego procesów biznesowych w przedsiębiorstwach	K2_K01
K3	Student potrafi pracować w grupie w celu rozwiązania problemu gospodarczego przedsiębiorstwa	K2_K02, K2_K05
K4	Student posiada świadomość problemów natury społecznej i etycznej związanych z wdrożeniami systemów informatycznych w przedsiębiorstwach	K2_K02, K2_K06

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Cele uczenia się dla przedmiotu	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	Wprowadzenie do systemów informatycznych dla przedsiębiorstw. Typy i funkcjonalności systemów informatycznych dla przedsiębiorstw.	C1, C2	W1, W4, U2, K2
2.	Architektura systemów informatycznych wspomagających przedsiębiorstwa.	C1	W1, W4, U2, U4, K1
3.	Systemy informatyczne dla przedsiębiorstw - dostawcy, funkcjonalności, znaczenie rynkowe.	C1	W1, W4, U2, K2
4.	Implementacja systemów informatycznych w przedsiębiorstwach. Problemy i wyzwania.	C3	W1, W2, U1, U4, K1, K3
5.	Wsparcie dla procesów biznesowych w systemach klasy MRP/ERP.	C3	W2, U1, K1
6.	SAP: wprowadzenie do systemu SAP. Nawigacja po systemie SAP.	C2, C3	W2, W3, U1, U3, K1, K3
7.	SAP: sprzedaż i dystrybucja. Zarządzanie relacjami z klientami.	C2, C3	W2, W3, U1, U3, K1, K3
8.	SAP: zarządzanie łańcuchem dostaw. Zarządzanie relacjami z dostawcami.	C2, C3	W2, W3, U1, U3, K1, K3
9.	SAP: planowanie produkcji. Prognozowanie. Zarządzanie magazynem.	C2, C3	W2, W3, U1, U3, K1, K3
10.	SAP: zarządzanie zasobami ludzkimi.	C2, C3	W2, W3, U1, U3, K1, K3
11.	SAP: finanse i controlling.	C2, C3	W2, W3, U1, U3, K1, K3
12.	Analiza danych: Tableau.	C2	W1, U1, U3, K1, K2
13.	Implementacja systemów informatycznych - studia przypadków.	C2, C3	W2, W3, U2, U4, K1, K3

14.	Nowe trendy w zakresie projektowania i funkcjonalności systemów informatycznych dla przedsiębiorstw.	C1	W1, W4, U4, K1
15.	Bezpieczeństwo i problemy etyczne we wdrożeniach oraz podczas wykorzystania systemów informatycznych.	C2	W3, U4, K4

Wymagania wstępne	Basic knowledge from the area of information systems, databases, computer networks, software engineering. The knowledge on business processes within companies. Capability of using MS Office solutions (Word, Excel, Powerpoint).
Metody nauczania	Analiza tekstów , Metoda projektów , Burza mózgów, Wykład z prezentacją multimedialną, Dyskusja, Analiza przypadków, Rozwiązywanie zadań, Ćwiczenia laboratoryjne, Metody e-learningowe
Sposób zaliczenia	Egzamin pisemny z otwartymi pytaniami, Sprawdzian pisemny z otwartymi pytaniami, Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Projekt grupowy / praca w grupie, Zadania na aktywność podczas laboratorium.

Rozliczenie punktów ECTS

Forma aktywności studenta	Średnia liczba godzin przeznaczonych na zrealizowane aktywności*	
Uczestnictwo w ćwiczeniach	45	
Uczestnictwo w wykładach	15	
Przygotowanie do ćwiczeń	15	
Przygotowanie do sprawdzianu/ kolokwium	30	
Przeprowadzenie badań empirycznych lub literaturowych	15	
Przygotowanie do egzaminu	15	
Łączny nakład pracy studenta		
	Liczba godzin 135	ECTS 5
Zajęcia z bezpośrednim udziałem nauczyciela		
	Liczba godzin 60	ECTS 2
Nakład pracy związany z zajęciami o charakterze praktycznym		
	Liczba godzin 60	ECTS 2

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Opis sposobu sprawdzenia osiągnięcia efektów uczenia się

Kod efektu uczenia się dla przedmiotu	Metoda sprawdzenia				
	Egzamin pisemny z otwartymi pytaniami	Sprawdzian pisemny z otwartymi pytaniami	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach	Projekt grupowy / praca w grupie	Zadania na aktywność podczas laboratorium.
W1	x	x	x	x	x
W2	x	x	x	x	x
W3	x	x	x	x	x

W4	x	x	x	x	x
U1	x	x			x
U2	x	x	x		x
U3	x	x			x
U4	x	x	x	x	x
K1	x	x			
K2	x	x			
K3		x	x	x	
K4	x	x			



Karta opisu przedmiotu (sylabus) Kierunek studiów: Innovation Management

Nazwa przedmiotu Marketing data analysis		
Nazwa przedmiotu w języku angielskim Marketing data analysis		
Kod przedmiotu UEPIMS.22A.12802.22	Rok / semestr 1 / 2	Forma zaliczenia Egzamin
Specjalność Wszystkie	Profil kształcenia ogólnoakademicki	Poziom kształcenia studia drugiego stopnia
Forma studiów stacjonarne	Język wykładowy Angielski	Przedmiot Obowiązkowy
Godziny Wykłady: 15 Ćwiczenia: 45	Liczba punktów ECTS 5	Blok zajęciowy A

Cele uczenia się dla przedmiotu

C1	Zapoznanie z wykorzystaniem statystyki w działalności gospodarczej
C2	Stosowanie analiz statystycznych i interpretacja wyników

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się
Wiedzy		
W1	Umie wskazać źródła danych do analiz statystycznych	K2_W06
W2	Zna podstawowe metody służące do badania struktur zbiorowości statystycznych	K2_W06
W3	Zna podstawowe metody analizy rozwoju zjawisk społeczno-ekonomicznych w czasie	K2_W06
W4	Zna podstawowe metody analizy zależności między zmiennymi	K2_W06
Umiejętności		
U1	Umie wykorzystać wiedzę statystyczną do zaplanowania poszczególnych etapów analizy statystycznej	K2_U01
U2	umie pozyskać dane do realizacji różnych analiz statystycznych	K2_U01
U3	umie przeprowadzić analizę zjawisk społeczno-ekonomicznych za pomocą poznanych metod	K2_U01
U4	potrafi interpretować wyniki analiz statystycznych	K2_U01
Kompetencji społecznych		
K1	Student zna i przestrzega zasad etyki badań	K2_K02

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Cele uczenia się dla przedmiotu	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	Statystyka i jej miejsce w podejmowaniu decyzji biznesowych	C1	W2
2.	Źródła danych statystycznych	C1, C2	W1, U1, U2
3.	Miary tendencji centralnej	C2	W2, U1, U2, U3, K1
4.	Wariancja i odchylenie standardowe	C2	W2, U1, U3, U4, K1
5.	Skośność i kurtoza	C2	W2, W4, U1, U2, U3, U4, K1
6.	Kompleksowa analiza struktury	C2	W2, U3, U4, K1
7.	Korelacje	C2	W4, U3, U4, K1
8.	Regresja liniowa	C2	W4, U3, U4, K1
9.	Rozwój zjawiska w czasie - indeksy	C2	W3, U3, U4, K1
10.	Rozwój zjawiska w czasie - metody naiwne i średnie ruchome	C2	W3, U3, U4, K1
11.	Analiza tendencji rozwojowej, modele trendu, sezonowość	C2	W3, U3, U4, K1

Wymagania wstępne	Marketing
Metody nauczania	Wykład konwencjonalny, Wykład z prezentacją multimedialną, Rozwiązywanie zadań, Ćwiczenia laboratoryjne
Sposób zaliczenia	Egzamin pisemny z otwartymi pytaniami, Sprawdzian pisemny testowy, Sprawdzian ustny, Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Projekt grupowy / praca w grupie

Rozliczenie punktów ECTS

Forma aktywności studenta	Średnia liczba godzin przeznaczonych na zrealizowane aktywności*	
Uczestnictwo w ćwiczeniach	45	
Uczestnictwo w wykładach	15	
Przygotowanie do sprawdzianu/ kolokwium	15	
Przygotowanie do ćwiczeń	45	
Przygotowanie do egzaminu	15	
Łączny nakład pracy studenta	Liczba godzin 135	ECTS 5
Zajęcia z bezpośrednim udziałem nauczyciela	Liczba godzin 60	ECTS 2
Nakład pracy związany z zajęciami o charakterze praktycznym	Liczba godzin 45	ECTS 1.5

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Opis sposobu sprawdzenia osiągnięcia efektów uczenia się

Kod efektu uczenia się dla przedmiotu	Metoda sprawdzenia				
	Egzamin pisemny z otwartymi pytaniami	Sprawdzian pisemny testowy	Sprawdzian ustny	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach	Projekt grupowy / praca w grupie
W1				x	x
W2	x	x		x	x
W3	x	x		x	x
W4	x	x		x	x
U1				x	x
U2				x	x
U3	x		x	x	x
U4	x	x		x	x
K1				x	x



Karta opisu przedmiotu (sylabus) Kierunek studiów: Innovation Management

Nazwa przedmiotu Innovative project management		
Nazwa przedmiotu w języku angielskim Innovative project management		
Kod przedmiotu UEPIMS.22B.12795.22	Rok / semestr 1 / 2	Forma zaliczenia Zaliczenie
Specjalność Wszystkie	Profil kształcenia ogólnoakademicki	Poziom kształcenia studia drugiego stopnia
Forma studiów stacjonarne	Język wykładowy Angielski	Przedmiot Obowiązkowy
Godziny Wykłady: 15 Ćwiczenia: 30	Liczba punktów ECTS 4	Blok zajęciowy B

Cele uczenia się dla przedmiotu

C1	Getting familiar with the nature of innovative projects
C2	Getting familiar with the proces of innovative project management
C3	Enabling students to be capable of planning and executing innovative projects

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się
Wiedzy		
W1	Explains the nature of innovative projects and the scope of innovative project management	K2_W04, K2_W07, K2_W09
W2	Differentiates innovative project types	K2_W03, K2_W09
Umiejętności		
U1	Matches appropriate projects to existing circumstances and environmental aspects of innovations	K2_U01, K2_U03, K2_U05, K2_U07
U2	Prepares in English innovative business projects	K2_U02, K2_U03, K2_U04, K2_U05, K2_U07
Kompetencji społecznych		
K1	Identifies problems related to innovative project planning and implementation	K2_K01, K2_K04, K2_K05
K2	Working in team solves problems related to innovative project management	K2_K04, K2_K05

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Cele uczenia się dla przedmiotu	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	The nature of innovative projects and innovative project management	C1, C2	W1, W2
2.	Innovative projects typology	C2, C3	W2, U1
3.	Innovative project environment	C2, C3	U1, K1
4.	The process of innovative project management	C2, C3	W1, K1
5.	Preliminary project planning	C2, C3	U1, U2, K1, K2
6.	Detailed project planning	C2, C3	U1, U2, K1, K2
7.	Project Organization	C2, C3	U1, U2, K1, K2
8.	Implementation and project monitoring	C2, C3	U1, U2, K1, K2
9.	Project closure	C2, C3	U1, U2, K1, K2
10.	Project portfolio management	C2, C3	U1, U2, K1, K2
11.	Project management office	C2, C3	U1, U2, K1, K2
12.	Project risk management	C2, C3	U1, U2, K1, K2
13.	Project management communication	C2, C3	U1, U2, K1, K2
14.	Solving problems and conflicts related to innovative project management	C2, C3	U1, U2, K1, K2
15.	Project management culture	C2, C3	U1, U2, K1, K2

Wymagania wstępne	Basic knowledge on management
Metody nauczania	Metoda projektów , Wykład z prezentacją multimedialną, Dyskusja, Analiza przypadków, Rozwiązywanie zadań
Sposób zaliczenia	Sprawdzian pisemny z otwartymi pytaniami, Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Projekt grupowy / praca w grupie, Przygotowanie prezentacji

Rozliczenie punktów ECTS

Forma aktywności studenta	Średnia liczba godzin przeznaczonych na zrealizowane aktywności*	
Uczestnictwo w ćwiczeniach	30	
Uczestnictwo w wykładach	15	
Przygotowanie projektu	30	
Przygotowanie do sprawdzianu/ kolokwium	15	
Przygotowanie do ćwiczeń	15	
Przygotowanie prezentacji multimedialnej	15	
Łączny nakład pracy studenta	Liczba godzin 120	ECTS 4
Zajęcia z bezpośrednim udziałem nauczyciela	Liczba godzin 45	ECTS 1.5

Nakład pracy związany z zajęciami o charakterze praktycznym	Liczba godzin 60	ECTS 2
---	---------------------	-----------

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Opis sposobu sprawdzenia osiągnięcia efektów uczenia się

Kod efektu uczenia się dla przedmiotu	Metoda sprawdzenia			
	Sprawdzian pisemny z otwartymi pytaniami	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach	Projekt grupowy / praca w grupie	Przygotowanie prezentacji
W1	x			
W2	x		x	
U1			x	x
U2			x	x
K1		x	x	
K2		x	x	



Karta opisu przedmiotu (sylabus) Kierunek studiów: Innovation Management

Nazwa przedmiotu Logistics			
Nazwa przedmiotu w języku angielskim Logistics			
Kod przedmiotu UEPIMS.22B.12796.22	Rok / semestr 1 / 2	Forma zaliczenia Zaliczenie	
Specjalność Wszystkie	Profil kształcenia ogólnoakademicki	Poziom kształcenia studia drugiego stopnia	
Forma studiów stacjonarne	Język wykładowy Angielski	Przedmiot Do wyboru	
Godziny Wykłady: 30 Ćwiczenia: 0	Liczba punktów ECTS 3	Blok zajęciowy B	

Cele uczenia się dla przedmiotu

C1	Przekazanie wiedzy z zakresu zarządzania logistyką
----	--

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się
Wiedzy		
W1	has a basic knowledge of logistics management	K2_W01
Umiejętności		
U1	is selecting dequate tools and methods in logistics management	K2_U02
Kompetencji społecznych		
K1	is demonstrating the initiative in withdrawing the deepend subject from the scope of the logistics management	K2_K01

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Cele uczenia się dla przedmiotu	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	Tools of logistics management	C1	W1, U1, K1
2.	Supply chain management	C1	W1, U1, K1
3.	Consumer relationship management	C1	W1, U1, K1
4.	Network coordination in supply chains	C1	W1, U1, K1
5.	Sustainability and CSR versus logistics management	C1	W1, U1, K1
6.	Stock management	C1	W1, U1, K1

7.	Reverse logistics	C1	W1, U1, K1
8.	Public relation in logistics management as an aspect of environmental policy	C1	W1, U1, K1
9.	ECR	C1	W1, U1, K1
10.	Relationship management in supply chains	C1	W1, U1, K1
11.	Supply chain strategies	C1	W1, U1, K1
12.	Risk management in supply chains	C1	W1, U1, K1
13.	Virtual organization versus logistics management	C1	W1, U1, K1
14.	Supply chain partnership	C1	W1, U1, K1
15.	Ecologistics	C1	W1, U1, K1

Wymagania wstępne	logistics bases
Metody nauczania	Wykład konwersatoryjny, Wykład z prezentacją multimedialną, Dyskusja, Analiza przypadków
Sposób zaliczenia	Sprawdzian pisemny z otwartymi pytaniami, Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach

Rozliczenie punktów ECTS

Forma aktywności studenta	Średnia liczba godzin przeznaczonych na zrealizowane aktywności*	
Uczestnictwo w wykładach	30	
Przeprowadzenie badań empirycznych lub literaturowych	30	
Przygotowanie do sprawdzianu/ kolokwium	20	
Łączny nakład pracy studenta	Liczba godzin 80	ECTS 3
Zajęcia z bezpośrednim udziałem nauczyciela	Liczba godzin 30	ECTS 1
Nakład pracy związany z zajęciami o charakterze praktycznym	Liczba godzin 30	ECTS 1

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Opis sposobu sprawdzenia osiągnięcia efektów uczenia się

Kod efektu uczenia się dla przedmiotu	Metoda sprawdzenia	
	Sprawdzian pisemny z otwartymi pytaniami	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach
W1	x	x
U1	x	x
K1	x	x



Karta opisu przedmiotu (syllabus) Kierunek studiów: Innovation Management

Nazwa przedmiotu Total Quality Management		
Nazwa przedmiotu w języku angielskim Total Quality Management		
Kod przedmiotu UEPIMS.22B.13140.22	Rok / semestr 1 / 2	Forma zaliczenia Zaliczenie
Specjalność Wszystkie	Profil kształcenia ogólnoakademicki	Poziom kształcenia studia drugiego stopnia
Forma studiów stacjonarne	Język wykładowy Angielski	Przedmiot Do wyboru
Godziny Wykłady: 30 Ćwiczenia: 0	Liczba punktów ECTS 3	Blok zajęciowy B

Cele uczenia się dla przedmiotu

C1	Przekazanie wiedzy na temat kompleksowego podejścia do zarządzania
C2	Zapoznanie z praktycznym rozróżnianiem i zastosowaniem standardów zarządzania
C3	Przygotowanie do wdrożenia w organizacji systemu zarządzania w aspekcie TQM

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się
Wiedzy		
W1	Student zna zasady zarządzania jakością, definiuje pojęcie jakości, klienta i zainteresowanych stron	K2_W01
W2	Student opisuje i rozpoznaje systemy zarządzania, uzasadnia wdrożenie systemu zarządzania w organizacji	K2_W05
W3	Student formułuje zasady wdrażania i utrzymania systemów zarządzania w organizacji	K2_W01, K2_W03
Umiejętności		
U1	Student opracowuje projekt wdrożenia systemu zarządzania w organizacji	K2_U01
U2	Student stosuje narzędzia rozwiązywania problemów w organizacji	K2_U01
Kompetencje społecznych		
K1	Student rozwiązuje problemy w zakresie spełniania oczekiwań klientów i zainteresowanych stron	K2_K02
K2	Student wykazuje inicjatywę modelowania systemów zarządzania w organizacji	K2_K05

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Cele uczenia się dla przedmiotu	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	Istota jakości, zapewnienia jakości i zarządzania jakością w organizacji; Guru jakości: Deming, Juran, Crosby, Ishikawa; Podstawowe definicje TQM	C1	W1, U2, K2
2.	Istota i założenia kompleksowego zarządzania jakością; Nagrody jakości; Koncepcje TQM	C1	W1, U2, K2
3.	Standardy jakościowe i instytucje je ustanawiające; Geneza i cele normalizacji; Podział norm; Działalność jednostek normalizacyjnych (ISO, IEC, ITU, CEN, CENELEC, ETS, PKN)	C1, C3	W1, U2, K1, K2
4.	Wymagania prawne dotyczące jakości; Dyrektywy Nowego Podejścia	C3	W1, U1, K1
5.	Systemowe podejście do jakości; charakterystyka norm ISO serii 9000	C1, C3	W3, U1, U2, K1
6.	Wymagania w zakresie zastosowania procesowego podejścia	C2, C3	W2, W3, U2, K1
7.	Wymagania dotyczące planowania działań i odpowiedzialności	C2, C3	W1, W2, U2, K1
8.	Zarządzanie zasobami w organizacji	C1, C3	W1, U1, K1
9.	Planowanie realizacji wyrobu i nadzór nad jego realizacją	C1, C3	W1, U1, K1
10.	Pomiary i analiza procesów, wyrobów, dostawców i klientów w aspekcie TQM	C1, C3	W1, U1, K2
11.	Audyty i certyfikacja systemu zarządzania w organizacji	C1, C3	W1, U2, K2
12.	Kompleksowe zarządzanie poprzez integrację systemów zarządzania jakością, środowiskowego i bezpieczeństwem	C1, C2	W3, U1, K2
13.	Systemowe podejście do zarządzania środowiskowego w aspekcie TQM	C1, C2, C3	W2, W3, U2, K2
14.	Systemowe podejście do zarządzania bezpieczeństwem w aspekcie TQM	C1, C2, C3	W2, W3, U2, K2
15.	Narzędzia i techniki doskonalenia działań w organizacji	C1, C3	W1, U2, K1

Wymagania wstępne	Podstawowa wiedza z zakresu organizacji i zarządzania.
Metody nauczania	Wykład konwencjonalny, Wykład z prezentacją multimedialną, Dyskusja, Analiza przypadków
Sposób zaliczenia	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Projekt indywidualny, Projekt grupowy / praca w grupie, Przygotowanie prezentacji

Rozliczenie punktów ECTS

Forma aktywności studenta	Średnia liczba godzin przeznaczonych na zrealizowane aktywności*
---------------------------	--

Uczestnictwo w wykładach	30	
Konsultacje z prowadzącym/i zajęcia	20	
Przygotowanie projektu	20	
Przygotowanie prezentacji multimedialnej	10	
Łączny nakład pracy studenta		
	Liczba godzin 80	ECTS 3
Zajęcia z bezpośrednim udziałem nauczyciela	Liczba godzin 50	ECTS 2
Nakład pracy związany z zajęciami o charakterze praktycznym	Liczba godzin 20	ECTS 0.5

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Opis sposobu sprawdzenia osiągnięcia efektów uczenia się

Kod efektu uczenia się dla przedmiotu	Metoda sprawdzenia			
	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach	Projekt indywidualny	Projekt grupowy / praca w grupie	Przygotowanie prezentacji
W1	x	x	x	x
W2	x	x	x	x
W3	x	x	x	x
U1	x	x	x	x
U2	x	x	x	x
K1	x		x	
K2	x		x	



Karta opisu przedmiotu (sylabus) Kierunek studiów: Innovation Management

Nazwa przedmiotu Sensory analysis in food product design		
Nazwa przedmiotu w języku angielskim Sensory analysis in food product design		
Kod przedmiotu UEPIMS.22B.13141.22	Rok / semestr 1 / 2	Forma zaliczenia Zaliczenie
Specjalność Wszystkie	Profil kształcenia ogólnoakademicki	Poziom kształcenia studia drugiego stopnia
Forma studiów stacjonarne	Język wykładowy Angielski	Przedmiot Do wyboru
Godziny Wykłady: 30 Ćwiczenia: 0	Liczba punktów ECTS 3	Blok zajęciowy B

Cele uczenia się dla przedmiotu

C1	Present students the objectives of the sensory analysis and its application in food product design
C2	Introduce students to emerging methods of obtaining aromas, their identification and application in food production
C3	Discuss the role of aromas in marketing
C4	Understand the principles of sensory testing
C5	Present students the sensory tests used in different stages of food product design

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się
Wiedzy		
W1	Student knows the basics and objectives of sensory analysis	K2_W02
W2	Student characterises the aromas and flavors, know the aims of their application and the scope, discuss the modern methods of aromas production	K2_W02
W3	Student characterises application of aromas in products' marketing	K2_W02, K2_W05
W4	Student knows the methods and methodology of sensory testing in product design and development	K2_W05, K2_W06
Umiejętności		
U1	Student analyses the application of aromas in food production and promotion	K2_U01
U2	Student identifies advantages and limitations of the sensory methods to solve problems related to the particular stages of product development process	K2_U01
U3	Student analyses and interprets the data and factors influencing sensory measurements	K2_U01

Kompetencji społecznych		
K1	Students understands the importance of sensory research and reliability of the results in innovation and developing of new products	K2_K01

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Cele uczenia się dla przedmiotu	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	Sensory analysis - definition, the role and application in product design and development	C1	W1
2.	Physiology and functions of human senses	C1	W1
3.	Definition and classification of aromas used in food production	C2	W2
4.	The role of aromas in food production	C2	W2
5.	Flavor as the discriminant of food quality	C2	W2
6.	The role of aromas in products' marketing	C3	W3, U1
7.	Methodology of sensory evaluation	C4	W4
8.	Difference testing - aims, selected methods, application in product design and development	C5	W4, U2
9.	Descriptive analysis - aims, selected methods, application in product design and development	C5	W4, U2
10.	Consumer sensory testing - preference and acceptance tests	C5	W4, U2
11.	Principles of planning sensory research	C4	U2
12.	Factors affecting sensory measurements	C4	U3
13.	Linking consumer, sensory and product data	C1, C4	U3, K1
14.	Sensory data analysis. Guidelines for reporting results.	C4, C5	U3, K1

Wymagania wstępne	
Metody nauczania	Metoda projektów , Wykład z prezentacją multimedialną, Dyskusja, Analiza przypadków
Sposób zaliczenia	Sprawdzian pisemny z otwartymi pytaniami, Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Projekt grupowy / praca w grupie

Rozliczenie punktów ECTS

Forma aktywności studenta	Średnia liczba godzin przeznaczonych na zrealizowane aktywności*
Uczestnictwo w wykładach	30
Przygotowanie do sprawdzianu/ kolokwium	15
Konsultacje z prowadzącym/i zajęcia	15
Przeprowadzenie badań empirycznych	15
Przygotowanie raportu	15

Łączny nakład pracy studenta	Liczba godzin 90	ECTS 3
Zajęcia z bezpośrednim udziałem nauczyciela	Liczba godzin 45	ECTS 1.5
Nakład pracy związany z zajęciami o charakterze praktycznym	Liczba godzin 30	ECTS 1

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Opis sposobu sprawdzenia osiągnięcia efektów uczenia się

Kod efektu uczenia się dla przedmiotu	Metoda sprawdzenia		
	Sprawdzian pisemny z otwartymi pytaniami	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach	Projekt grupowy / praca w grupie
W1	x		
W2	x		
W3			x
W4	x		x
U1			x
U2		x	
U3			x
K1		x	x



Karta opisu przedmiotu (syllabus) Kierunek studiów: Innovation Management

Nazwa przedmiotu Packaging design and development		
Nazwa przedmiotu w języku angielskim Packaging design and development		
Kod przedmiotu UEPIMS.22B.13142.22	Rok / semestr 1 / 2	Forma zaliczenia Zaliczenie
Specjalność Wszystkie	Profil kształcenia ogólnoakademicki	Poziom kształcenia studia drugiego stopnia
Forma studiów stacjonarne	Język wykładowy Angielski	Przedmiot Do wyboru
Godziny Wykłady: 30 Ćwiczenia: 0	Liczba punktów ECTS 3	Blok zajęciowy B

Cele uczenia się dla przedmiotu

C1	Zapoznanie studenta z podstawową wiedzą dotyczącą technicznego obszaru projektowania opakowań produktów.
C2	Zapoznanie studenta z procesem projektowania opakowań w oparciu o wymagania produktu, klienta i rynku.
C3	Wykształcenie podstawowych umiejętności projektowania opakowań na poziomie prototypu.
C4	Wykształcenie umiejętności procesowego podejścia do projektowania opakowań produktów.
C5	Rozwijanie umiejętności pracy zespołowej i prezentacji projektu.

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się
Wiedzy		
W1	Student posiada poszerzoną wiedzę dotyczącą funkcji opakowań, materiałów opakowaniowych i form konstrukcyjnych.	K2_W02
W2	Student posiada pogłębioną wiedzę odnośnie przygotowania i oceny warstwy wizualnej opakowań.	K2_W08, K2_W09, K2_W10
W3	Student ma wiedzę o wpływie opakowań na konsumenta, rynek i środowisko przyrodnicze.	K2_W02, K2_W09, K2_W10
W4	Student zna wybrane metody gromadzenia i analizowania danych rynkowych na potrzeby projektowania opakowań.	K2_W01, K2_W06
Umiejętności		
U1	Student potrafi analizować i wykorzystywać informacje z zakresu prawa, ekonomii, marketingu oraz zagadnień materiałowo-technicznych do zaprojektowania prototypu opakowania.	K2_U01
U2	Student potrafi pracować w grupie i zarządzać projektem.	K2_U01

U3	Student potrafi zaprojektować prototyp opakowania zgodnie z założonymi funkcjami i omówić proces jego projektowania.	K2_U01
Kompetencje społecznych		
K1	Projektuje opakowania mając pełną świadomość etycznego wymiaru swojej pracy.	K2_K06
K2	Student ma świadomość potrzeby ciągłego uzupełniania swojej wiedzy i umiejętności na potrzeby przyszłego projektowania opakowań towarów.	K2_K01, K2_K06

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Cele uczenia się dla przedmiotu	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	Podstawowe informacje dotyczące opakowań i etykiet. Funkcje opakowań i ich rola. Rynek opakowań i materiałów opakowaniowych.	C1	W1
2.	Prawne aspekty znakowania produktów i opakowań. Znakowanie i certyfikacja opakowań.	C2	W3, W4, U1, K1, K2
3.	Bezpieczeństwo opakowań do kontaktu z żywnością i kosmetykami.	C1, C2	W3, W4, U1, K1, K2
4.	Rodzaje i właściwości podstawowych materiałów opakowaniowych. Rola opakowań w gospodarce obiegu zamkniętego. Metody recyklingu materiałów opakowaniowych.	C1, C2	W1, W3, W4, U1, K1, K2
5.	Podstawowe formy opakowań, rodzaje zamknięć i sposobów dozowania.	C1	W1
6.	Dobór opakowań do wybranych grup produktów (case study).	C1, C2, C3, C4, C5	W1, U2, U3, K1
7.	Warstwa wizualna i emocjonalna w projektowaniu opakowań.	C2	W2, U3, K1
8.	Innowacje opakowaniowe. Opakowania aktywne i inteligentne.	C1, C2	W2, U1, K1, K2
9.	Opakowania w łańcuchach logistycznych i systemach dystrybucji.	C1, C2	W2, U1, K2
10.	Wymagania techniczne projektowania opakowań dla sieci handlowych.	C1, C2	W1, U1, K2
11.	Procesowe podejście do projektowania opakowań (case study).	C3, C4, C5	W4, U2, U3, K2

Wymagania wstępne	Podstawy Marketingu, Podstawy Zarządzania Projektem, Zachowania Konsumentów.
Metody nauczania	Metoda projektów, Wykład konwencjonalny, Wykład konwersatoryjny, Wykład z prezentacją multimedialną, Dyskusja, Analiza przypadków, Metody e-learningowe
Sposób zaliczenia	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Projekt grupowy / praca w grupie, Przeprowadzenie badań, Przygotowanie prezentacji

Rozliczenie punktów ECTS

Forma aktywności studenta	Średnia liczba godzin przeznaczonych na zrealizowane aktywności*
---------------------------	--

Uczestnictwo w wykładach	30	
Konsultacje z prowadzącym/i zajęcia	15	
Przygotowanie projektu	20	
Przygotowanie prezentacji multimedialnej	5	
Przeprowadzenie badań empirycznych lub literaturowych	20	
Łączny nakład pracy studenta		
	Liczba godzin 90	ECTS 3
Zajęcia z bezpośrednim udziałem nauczyciela		
	Liczba godzin 45	ECTS 1.5
Nakład pracy związany z zajęciami o charakterze praktycznym		
	Liczba godzin 40	ECTS 1.5

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Opis sposobu sprawdzenia osiągnięcia efektów uczenia się

Kod efektu uczenia się dla przedmiotu	Metoda sprawdzenia			
	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach	Projekt grupowy / praca w grupie	Przeprowadzenie badań	Przygotowanie prezentacji
W1	x	x		x
W2	x	x		x
W3	x	x		x
W4	x	x	x	x
U1	x	x	x	x
U2		x		x
U3		x		x
K1		x		x
K2	x	x	x	



Karta opisu przedmiotu (syllabus) Kierunek studiów: Innovation Management

Nazwa przedmiotu Seminarium		
Nazwa przedmiotu w języku angielskim Seminar		
Kod przedmiotu UEPIMS.22C.5157.22	Rok / semestr 1 / 2	Forma zaliczenia Zaliczenie
Specjalność Wszystkie	Profil kształcenia ogólnoakademicki	Poziom kształcenia studia drugiego stopnia
Forma studiów stacjonarne	Język wykładowy Angielski	Przedmiot Obowiązkowy
Godziny Wykłady: 0 Ćwiczenia: 15	Liczba punktów ECTS 3	Blok zajęciowy C

Cele uczenia się dla przedmiotu

C1	Getting Acquainted with the basic literature in the field of the seminar
C2	Developing the ability to present ideas and thoughts in group workshops
C3	Developing the ability to plan students' own long-life learning and orienting the others in this area
C4	Preparing a master thesis
C5	Preparing a master thesis

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się
Wiedzy		
W1	Student knows the basic theoretical achievements in the field of the seminar	K2_W01, K2_W02
W2	Student knows the rules of defining the research problem and preparation workthesis	K2_W03, K2_W07, K2_W10
W3	Student knows the basic methods of scientific research in the field of the seminar, enabling the preparation of a thesis	K2_W03, K2_W04, K2_W05, K2_W06
W4	Student knows the basic bibliographic databases and statistical information relevant for the present seminar	K2_W05, K2_W08, K2_W09, K2_W10
Umiejętności		
U1	Student can perform a literature query and critically evaluate harvested information	K2_U01, K2_U02
U2	Student is able to define the research problem, formulate a thesis, hypothesis or research targets, and to design theoretical or empirical research	K2_U03, K2_U04, K2_U06
U3	Student can prepare a written essay or presentation of the range of the seminar	K2_U04, K2_U05, K2_U06

U4	Student can work in a team	K2_U06, K2_U07, K2_U08
Kompetencje społecznych		
K1	Student proceeds ethically	K2_K02, K2_K03, K2_K06
K2	Student is able to plan long-life learning and to orient others in this area	K2_K01, K2_K03, K2_K04, K2_K05

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Cele uczenia się dla przedmiotu	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	Rules for thesis formulating	C1	W1, W2, U1, U2, K1, K2
2.	Basic bibliographic databases and statistical information relevant for the present seminar	C2	W3, W4, U1, U2, K1, K2
3.	Research methodology in the scope of the seminar	C2, C3	W3, U2, K1, K2
4.	Research methodology in the scope of the seminar	C2, C3	W3, U2, K1, K2
5.	Research methodology in the scope of the seminar	C2, C3	W3, U2, K1, K2
6.	The discussion on the implementation of theses in master thesis	C3, C5	W2, W3, U2, U4, K1, K2
7.	The discussion on the implementation of theses in master thesis	C3, C5	W2, W3, U2, U4, K1, K2
8.	The discussion on the implementation of theses in master thesis	C3, C5	W2, W3, U2, U4, K1, K2
9.	The discussion on the implementation of theses in master thesis	C3, C5	W2, W3, U2, U4, K1, K2
10.	Preparing presentations on the theoretical aspects of the thesis	C3, C4, C5	W3, W4, U3, U4, K1, K2
11.	Preparing a presentation on the methodological aspects related to the thesis	C3, C4, C5	W3, W4, U3, U4, K1, K2
12.	Reporting the research results	C3, C4, C5	W2, W3, W4, U2, U3, U4, K1, K2
13.	Presentation of the final version of the thesis	C1, C2, C3, C4, C5	W1, W2, W3, W4, U1, U2, U3, U4, K1, K2
14.	Presentation of the final version of the thesis	C1, C2, C3, C4, C5	W1, W2, W3, W4, U1, U2, U3, U4, K1, K2
15.	Presentation of the final version of the thesis	C1, C2, C3, C4, C5	W1, W2, W3, W4, U1, U2, U3, U4, K1, K2

Wymagania wstępne	
Metody nauczania	Analiza tekstów , Seminarium, Burza mózgów, Dyskusja, Analiza przypadków, Konwersatorium językowe
Sposób zaliczenia	Esej / referat, Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Projekt grupowy / praca w grupie, Przeprowadzenie badań, Przygotowanie prezentacji, oddanie gotowej pracy

Rozliczenie punktów ECTS

Forma aktywności studenta	Średnia liczba godzin przeznaczonych na zrealizowane aktywności*	
Uczestnictwo w seminarium	15	
Konsultacje z prowadzącym/i zajęcia	15	
Przeprowadzenie badań empirycznych lub literaturowych	30	
Łączny nakład pracy studenta	Liczba godzin 60	ECTS 3
Zajęcia z bezpośrednim udziałem nauczyciela	Liczba godzin 30	ECTS 1
Nakład pracy związany z zajęciami o charakterze praktycznym	Liczba godzin 30	ECTS 1

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Opis sposobu sprawdzenia osiągnięcia efektów uczenia się

Kod efektu uczenia się dla przedmiotu	Metoda sprawdzenia					
	Esej / referat	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach	Projekt grupowy / praca w grupie	Przeprowadzenie badań	Przygotowanie prezentacji	oddanie gotowej pracy
W1	x	x	x			
W2	x	x	x			
W3		x		x	x	
W4		x	x	x	x	
U1		x	x		x	
U2		x		x	x	
U3	x	x	x			
U4		x	x	x		
K1		x	x	x	x	
K2		x	x		x	



Karta opisu przedmiotu (sylabus) Kierunek studiów: Innovation Management

Nazwa przedmiotu Smart city		
Nazwa przedmiotu w języku angielskim Smart city		
Kod przedmiotu UEPIMS.22B.12138.22	Rok / semestr 1 / 2	Forma zaliczenia Zaliczenie
Specjalność Wszystkie	Profil kształcenia ogólnoakademicki	Poziom kształcenia studia drugiego stopnia
Forma studiów stacjonarne	Język wykładowy Angielski	Przedmiot Obowiązkowy
Godziny Wykłady: 15 Ćwiczenia: 30	Liczba punktów ECTS 3	Blok zajęciowy B

Cele uczenia się dla przedmiotu

C1	Presentation of the main assumptions of the concept of Smart City in the management of local government units - cities
C2	Familiarize students with smart city tools
C3	Acquire the ability to use the ideas and tools of a smart city in achieving the local government units objectives.

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się
Wiedzy		
W1	Student has knowledge of the major challenges of urban development in the 21st century.	K2_W01, K2_W02
W2	The student knows the theoretical assumptions of the smart city concept and can distinguish it from other urban development concepts.	K2_W01, K2_W02
W3	Student is able to characterize the main dimensions of smart city idea.	K2_W01, K2_W02
W4	Student knows how to measure city intelligence.	K2_W01, K2_W02
Umiejętności		
U1	The student is able to develop the assumptions of a smart city development strategy.	K2_U01, K2_U02
U2	The student is able to identify the determinants connected with the development of the smart city idea.	K2_U01, K2_U02
U3	Student can connect the idea of smart city with the concept of urban marketing.	K2_U01, K2_U02
Kompetencje społecznych		

K1	The student identifies and is able to solve problems associated with the use of smart city in the group.	K2_K01, K2_K02
K2	Student demonstrates the initiative in selecting smart city tools.	K2_K01, K2_K02

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Cele uczenia się dla przedmiotu	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	Challenges for cities and regions in XXI century.	C1	W1
2.	The Idea of Smart City and its theoretical assumptions.	C1	W2, U2
3.	The role of technology and innovations in Smart City idea.	C1	W2, U2
4.	The Smart City dimensions.	C2	W3
5.	Tools of city intelligence evaluation.	C1, C3	W4
6.	The marketing of Smart City.	C3	W2, U3, K2
7.	The proces of Smart City strategy design.	C3	W3, U1, K1, K2
8.	The Smart City in practice - Polish and worldwide examples.	C2, C3	W1, U1, U2, K1, K2
9.	Students presentations.	C1	W1, W2, W3, W4, U1, U2, U3, K1, K2

Wymagania wstępne	Basic knowledge in management of local government units
Metody nauczania	Analiza tekstów , Metoda projektów , Burza mózgów, Dyskusja, Analiza przypadków, Rozwiązywanie zadań, Metody e-learningowe
Sposób zaliczenia	Projekt grupowy / praca w grupie

Rozliczenie punktów ECTS

Forma aktywności studenta	Średnia liczba godzin przeznaczonych na zrealizowane aktywności*	
Uczestnictwo w wykładach	15	
Uczestnictwo w ćwiczeniach	30	
Konsultacje z prowadzącym/i zajęcia	5	
Przygotowanie do ćwiczeń	15	
Przygotowanie projektu	10	
Przygotowanie prezentacji multimedialnej	5	
Zbieranie informacji do zadanej pracy	10	
Łączny nakład pracy studenta	Liczba godzin 90	ECTS 3
Zajęcia z bezpośrednim udziałem nauczyciela	Liczba godzin 50	ECTS 2

Nakład pracy związany z zajęciami o charakterze praktycznym	Liczba godzin 40	ECTS 1.5
---	---------------------	-------------

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Opis sposobu sprawdzenia osiągnięcia efektów uczenia się

Kod efektu uczenia się dla przedmiotu	Metoda sprawdzenia
	Projekt grupowy / praca w grupie
W1	x
W2	x
W3	x
W4	x
U1	x
U2	x
U3	x
K1	x
K2	x



Karta opisu przedmiotu (sylabus)

Kierunek studiów: Innovation Management

Nazwa przedmiotu ShopLab research		
Nazwa przedmiotu w języku angielskim ShopLab research		
Kod przedmiotu UEPIMS.24B.12797.22	Rok / semestr 2 / 3	Forma zaliczenia Egzamin
Specjalność Wszystkie	Profil kształcenia ogólnoakademicki	Poziom kształcenia studia drugiego stopnia
Forma studiów stacjonarne	Język wykładowy Angielski	Przedmiot Obowiązkowy
Godziny Wykłady: 15 Ćwiczenia: 30	Liczba punktów ECTS 4	Blok zajęciowy B

Cele uczenia się dla przedmiotu

C1	umiejętność zaplanowania badań eyetrackingowych
C2	umiejętność interpretacji wyników badań eyetrackingowych

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się
Wiedzy		
W1	student wie, na czym polegają badania ilościowe i jakościowe	K2_W05, K2_W06
W2	student zna źródła informacji gospodarczych pochodzących z badań rynku	K2_W05, K2_W06
W3	student zna mierniki używane w badaniach eyetrackingowych	K2_W06
Umiejętności		
U1	umie zaplanować badania eyetrackingowe	K2_U01
U2	umie przeprowadzić badania eyetrackingowe	K2_U01
U3	umie przeprowadzić podstawowe analizy używając specjalistycznego oprogramowania eyetrackingowego	K2_U01
Kompetencji społecznych		
K1	postępuje w badaniach zgodnie z etyką badacza	K2_K03

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Cele uczenia się dla przedmiotu	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	1. Wykorzystanie Marketing Intelligence w biznesie	C1	W1

2.	Różnice między badaniami ilościowymi i jakościowymi	C1	W1, W2
3.	Techniki badań jakościowych	C1	W1
4.	Źródła danych w ilościowych badaniach rynku	C1	W2, K1
5.	Sprzęt używany w badaniach eyetrackingowych	C1	U1, K1
6.	Specyfika badań eyetrackingowych, podstawowe mierniki	C1, C2	W3, U1
7.	projektowanie badań eyetrackingowych	C1, C2	U1, U2, U3, K1
8.	Analiza danych z badań eyetrackingowych	C2	W3, U3, K1

Wymagania wstępne	Marketing, Statistics
Metody nauczania	Wykład konwersatoryjny, Wykład z prezentacją multimedialną, Dyskusja, Ćwiczenia laboratoryjne
Sposób zaliczenia	Egzamin pisemny testowy, Esej / referat, Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Projekt grupowy / praca w grupie, Przeprowadzenie badań

Rozliczenie punktów ECTS

Forma aktywności studenta	Średnia liczba godzin przeznaczonych na zrealizowane aktywności*	
Uczestnictwo w ćwiczeniach	30	
Uczestnictwo w wykładach	15	
Przygotowanie do ćwiczeń	30	
Przygotowanie projektu	30	
Łączny nakład pracy studenta		
	Liczba godzin 105	ECTS 4
Zajęcia z bezpośrednim udziałem nauczyciela	Liczba godzin 45	ECTS 1.5
Nakład pracy związany z zajęciami o charakterze praktycznym	Liczba godzin 60	ECTS 2

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Opis sposobu sprawdzenia osiągnięcia efektów uczenia się

Kod efektu uczenia się dla przedmiotu	Metoda sprawdzenia				
	Egzamin pisemny testowy	Esej / referat	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach	Projekt grupowy / praca w grupie	Przeprowadzenie badań
W1	x	x	x		
W2	x	x	x		
W3	x	x		x	x

U1		x		x	x
U2		x		x	x
U3		x		x	x
K1		x		x	x



Karta opisu przedmiotu (syllabus) Kierunek studiów: Innovation Management

Nazwa przedmiotu Ethics		
Nazwa przedmiotu w języku angielskim Ethics		
Kod przedmiotu UEPIMS.24A.12798.22	Rok / semestr 2 / 3	Forma zaliczenia Zaliczenie
Specjalność Wszystkie	Profil kształcenia ogólnoakademicki	Poziom kształcenia studia drugiego stopnia
Forma studiów stacjonarne	Język wykładowy Angielski	Przedmiot Obowiązkowy
Godziny Wykłady: 15 Ćwiczenia: 15	Liczba punktów ECTS 3	Blok zajęciowy A

Cele uczenia się dla przedmiotu

C1	przekazanie wiedzy na temat najważniejszych ustaleń z zakresu etyki ogólnej i etyk szczegółowych
C2	ukazanie studentom podstaw aksjologicznych kultury zachodniej
C3	przedstawienie problematyki dylematów etycznych w kontekście przemian kulturowych (rola imperatywów kategoriycznych)
C4	przedstawienie dyskusji nad możliwością moralnego poznania i formułowania sądów moralnych
C5	kształtowanie erudycji i autonomii intelektualnej studentów

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się
Wiedzy		
W1	Student potrafi scharakteryzować główne problemy i stanowiska etyczne	K2_W02, K2_W08, K2_W10
W2	Student odnajduje filozoficzne źródła funkcjonowania zjawisk moralnych	K2_W02, K2_W07, K2_W08, K2_W09, K2_W10
W3	Student opisuje najważniejsze współcześnie problemy i kwestie w kontekście ustaleń z zakresu etyki	K2_W02, K2_W10
W4	Student kategoryzuje idee filozoficzne (zwłaszcza ideę dobra) według ich przynależności do kantowskich dziedzin filozofii	K2_W02, K2_W10
W5	Student potrafi przedstawić powiązania między ustaleniami etycznymi a zdobyczami nauk empirycznych	K2_W01, K2_W02, K2_W08, K2_W09, K2_W10
Umiejętności		

U1	Student rozpoznaje aksjologiczne zaplecze działań ludzkich, podejmowanych w ramach różnych dziedzin kultury	K2_U01, K2_U02, K2_U05, K2_U08
U2	Student dyskutuje na tematy z zakresu praktyki społecznej w odniesieniu do poznanych koncepcji etycznych	K2_U08
U3	Student kwestionuje tzw. „oczywistości”	K2_U01, K2_U03, K2_U08
U4	Student używa prawidłowo terminologii filozoficznej z zakresu etyki ogólnej i etyk szczegółowych (etyki indywidualnej i społecznej)	K2_U01, K2_U03, K2_U08
U5	Student dyskutuje na temat współczesnych zadań etyki ogólnej	K2_U01, K2_U08
Kompetencje społecznych		
K1	Student potrafi wykorzystać prezentowaną wiedzę w przygotowywaniu projektów z zakresu etyki ogólnej	K2_K01, K2_K02, K2_K03, K2_K05, K2_K06
K2	Student respektuje zasady społeczeństwa opartego na wiedzy	K2_K01, K2_K02, K2_K03, K2_K04, K2_K05, K2_K06
K3	Student szanuje normy związane z tworzeniem etycznych kampanii marketingowych	K2_K01, K2_K02, K2_K03, K2_K05, K2_K06
K4	Student jest otwarty na dyskusję na temat współczesnych dylematów etycznych (w kontekście kwestii utrzymania pokoju, ochrony środowiska, osiągnięć medycyny, budowania sprawiedliwego ustroju gospodarczego i społecznego, etyki nauki)	K2_K01, K2_K02, K2_K03, K2_K04, K2_K05, K2_K06
K5	Student jest wrażliwy na kwestie związane z etosem praw człowieka	K2_K02, K2_K03, K2_K05, K2_K06

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Cele uczenia się dla przedmiotu	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	Wprowadzenie - definicje pojęć: kultura, wartości, światopogląd, filozofia, etyka	C2	W2, U3, U4, K1, K5
2.	Rodzaje i perspektywy refleksji etycznej	C2	W2, W3, U1, U3, U5, K1, K4
3.	Sfera prywatna i publiczna. Refleksja etyczna społeczeństwa obywatelskiego	C2	W2, W3, U1, U3, K2, K5
4.	Filozofia moralności. Wprowadzenie do etyki biznesu	C5	W3, U1, K1, K2, K4
5.	Rodzaje i modele odpowiedzialności	C2, C3, C4	W2, W3, W5, U1, U2, U4, U5, K5
6.	Znaczenie CSR. Teoria interesariuszy	C2, C3, C4	W2, W3, W5, U1, U2, U5, K1, K3, K4, K5
7.	Zrównoważona konsumpcja. Etyka zawodowa, etyka menadżerska	C1, C5	W2, W3, W5, U1, U2, U5, K1, K3, K4, K5
8.	Etos praw człowieka (prawo do wolności, prawa obywatelskie, prawa społeczne)	C1, C2, C4	W1, W3, W5, U2, U5, K1, K2, K4, K5
9.	Etyka badań i odpowiedzialności (prawa zwierząt, ekologia, odpowiedzialność za produkt i środowisko)	C2, C4	W1, W3, W5, U2, U3, U5, K1, K2, K3, K4

10.	CSR - konflikty moralne, moralne dylematy	C2, C3	W3, W5, U2, U4, K2, K3, K4
11.	CSR - dylematy moralne	C2, C3	W3, W5, U2, U4, K2, K3, K4
12.	Projekt grupowy „Wyzwania etyczne”	C4, C5	W3, W4, U2, U5, K1, K3, K4, K5
13.	Projekt grupowy „Wyzwania etyczne”	C4, C5	W3, W4, U2, U5, K1, K3, K4, K5
14.	Projekt grupowy „Wyzwania etyczne”	C4, C5	W3, W4, U2, U5, K1, K3, K4, K5
15.	Projekt grupowy "Wyzwania etyczne"	C4, C5	W3, W4, U2, U5, K1, K3, K4, K5

Wymagania wstępne	Student has basic knowledge from philosophy and sociology
Metody nauczania	Wykład konwersatoryjny, Wykład z prezentacją multimedialną, Dyskusja, Analiza przypadków
Sposób zaliczenia	Sprawdzian pisemny z otwartymi pytaniami, Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Projekt grupowy / praca w grupie

Rozliczenie punktów ECTS

Forma aktywności studenta	Średnia liczba godzin przeznaczonych na zrealizowane aktywności*	
Uczestnictwo w wykładach	15	
Uczestnictwo w ćwiczeniach	15	
Przeprowadzenie badań literaturowych	15	
Przygotowanie projektu	15	
Przygotowanie do ćwiczeń	15	
Przygotowanie do sprawdzianu/ kolokwium	10	
Łączny nakład pracy studenta		
	Liczba godzin 85	ECTS 3
Zajęcia z bezpośrednim udziałem nauczyciela	Liczba godzin 30	ECTS 1
Nakład pracy związany z zajęciami o charakterze praktycznym	Liczba godzin 30	ECTS 1

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Opis sposobu sprawdzenia osiągnięcia efektów uczenia się

Kod efektu uczenia się dla przedmiotu	Metoda sprawdzenia		
	Sprawdzian pisemny z otwartymi pytaniami	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach	Projekt grupowy / praca w grupie
W1	x		

W2	x	x	
W3	x	x	x
W4	x		
W5	x	x	x
U1	x		
U2		x	x
U3		x	x
U4	x		x
U5		x	
K1			x
K2		x	x
K3		x	x
K4		x	x
K5		x	x



Karta opisu przedmiotu (sylabus) Kierunek studiów: Innovation Management

Nazwa przedmiotu E-marketing		
Nazwa przedmiotu w języku angielskim E-marketing		
Kod przedmiotu UEPIMS.24C.11065.22	Rok / semestr 2 / 3	Forma zaliczenia Zaliczenie
Specjalność Wszystkie	Profil kształcenia ogólnoakademicki	Poziom kształcenia studia drugiego stopnia
Forma studiów stacjonarne	Język wykładowy Angielski	Przedmiot Obowiązkowy
Godziny Wykłady: 15 Ćwiczenia: 15	Liczba punktów ECTS 3	Blok zajęciowy C

Cele uczenia się dla przedmiotu

C1	Zdobycie wiedzy na temat możliwości wykorzystania Internetu w działaniach marketingowych przedsiębiorstw
C2	Przedstawienie różnic pomiędzy marketingiem tradycyjnym a marketingiem internetowym
C3	Zdobycie umiejętności wykorzystywania Internetu w marketingu i sprzedaży przez przedsiębiorstwa z różnych branż

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się
Wiedzy		
W1	Ma pogłębioną wiedzę o wpływie Internetu na działania marketingowe i sprzedażowe przedsiębiorstw	K2_W02, K2_W04, K2_W05, K2_W09
W2	Zna sposoby wykorzystywania Internetu w działaniach różnych typów przedsiębiorstw	K2_W02, K2_W08
W3	Ma pogłębioną wiedzę na temat wybranych strategii i narzędzi e-marketingu	K2_W06, K2_W08, K2_W09
Umiejętności		
U1	Potrafi prawidłowo wyjaśniać i interpretować zjawiska zachodzące w przedsiębiorstwie w związku z rozwojem Internetu	K2_U01
U2	Potrafi pozyskiwać dane o kliencie z Internetu	K2_U02, K2_U03, K2_U06
U3	Posiada umiejętność przygotowania ustnych wystąpień wspomaganych prezentacją multimedialną dotyczącą wykorzystywania Internetu w działaniach marketingowych przez różne typy przedsiębiorstw	K2_U05, K2_U06, K2_U07, K2_U08
Kompetencji społecznych		

K1	Jest świadom i docenia znaczenie Internetu w działalności przedsiębiorstw	K2_K01, K2_K04
K2	Rozumie potrzebę ciągłego doksztalcania się z uwagi na dynamikę zmian w gospodarce, w tym zwłaszcza w sferze e-marketingu	K2_K01, K2_K04
K3	Potrafi współdziałać, przyjmując właściwe role w grupie z uwzględnieniem relacji społecznych	K2_K02, K2_K05, K2_K06

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Cele uczenia się dla przedmiotu	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	Fundamenty e-marketingu	C1, C2	W1, U1, K1, K2
2.	Narzędzia e-marketingu	C1	W1, W2, W3, U2, K1, K2
3.	E-mail marketing	C1, C2	W3, U1, U2, K1
4.	Automatyzacja marketingu	C1, C2	W3, U1, U2, K1
5.	Wykorzystanie gier w e-marketingu	C1, C3	W3, U1
6.	Fundamenty mediów społecznych	C2, C3	W1, W2, U1, K1, K2
7.	Narzędzia mediów społecznych	C3	W3, U1, U2
8.	Monitoring mediów społecznych	C3	W3, U1, U2, K1, K2
9.	Plan marketingowy w mediach społecznych	C2, C3	W1, W2, U1, K1, K2
10.	E-konsument	C3	W1, U2
11.	E-marketing w e-handlu	C1, C3	W1, W3
12.	Podstawy pozycjonowania	C1, C3	W2, U2, K2
13.	Content marketing	C1	W2
14.	E-marketing - najlepsze praktyki	C1, C3	W1, W2, K1
15.	Trendy w e-marketingu	C1, C2, C3	W1, W2, W3, U1, K1, K2

Wymagania wstępne	
Metody nauczania	Metoda projektów , Wykład konwersatoryjny, Wykład z prezentacją multimedialną, Dyskusja, Analiza przypadków
Sposób zaliczenia	Sprawdzian pisemny testowy, Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Projekt grupowy / praca w grupie, Przeprowadzenie badań, Przygotowanie prezentacji

Rozliczenie punktów ECTS

Forma aktywności studenta	Średnia liczba godzin przeznaczonych na zrealizowane aktywności*
Uczestnictwo w ćwiczeniach	15
Uczestnictwo w wykładach	15
Przygotowanie do ćwiczeń	5
Przygotowanie projektu	20
Przygotowanie prezentacji multimedialnej	10

Przygotowanie do sprawdzianu/ kolokwium	25	
Łączny nakład pracy studenta	Liczba godzin 90	ECTS 3
Zajęcia z bezpośrednim udziałem nauczyciela	Liczba godzin 30	ECTS 1
Nakład pracy związany z zajęciami o charakterze praktycznym	Liczba godzin 35	ECTS 1

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Opis sposobu sprawdzenia osiągnięcia efektów uczenia się

Kod efektu uczenia się dla przedmiotu	Metoda sprawdzenia				
	Sprawdzian pisemny testowy	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach	Projekt grupowy / praca w grupie	Przeprowadzenie badań	Przygotowanie prezentacji
W1	x	x	x		x
W2	x	x	x	x	x
W3	x	x	x		x
U1	x	x	x	x	x
U2		x	x	x	x
U3			x	x	x
K1	x	x		x	
K2	x	x		x	
K3		x	x	x	x



Karta opisu przedmiotu (sylabus) Kierunek studiów: Innovation Management

Nazwa przedmiotu Database technology in business		
Nazwa przedmiotu w języku angielskim Database technology in business		
Kod przedmiotu UEPIMS.24C.12800.22	Rok / semestr 2 / 3	Forma zaliczenia Zaliczenie
Specjalność Wszystkie	Profil kształcenia ogólnoakademicki	Poziom kształcenia studia drugiego stopnia
Forma studiów stacjonarne	Język wykładowy Angielski	Przedmiot Obowiązkowy
Godziny Wykłady: 0 Ćwiczenia: 30	Liczba punktów ECTS 3	Blok zajęciowy C

Cele uczenia się dla przedmiotu

C1	Poznanie pojęć z zakresu baz danych oraz przetwarzania i modelowania danych
C2	Nabycie umiejętności wydawania zapytań w języku SQL do baz danych
C3	Nabycie umiejętności zastosowania baz danych do rozwiązywania problemów biznesowych
C4	Nabycie umiejętności zastosowania narzędzi informatycznych do przetwarzania i modelowania danych

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się
Wiedzy		
W1	Zna pojęcia z zakresu baz danych oraz przetwarzania i modelowania danych	K2_W03, K2_W07
W2	Zna metody przetwarzania i modelowania danych opisujących struktury i zjawiska gospodarcze	K2_W03, K2_W06
W3	Zna narzędzia informatyczne do przetwarzania i modelowania danych opisujących struktury i zjawiska gospodarcze	K2_W06
Umiejętności		
U1	Potrafi wykorzystywać narzędzia informatyczne do przetwarzania i modelowania danych opisujących struktury i zjawiska społeczno-gospodarcze	K2_U01, K2_U02, K2_U06
U2	Potrafi ocenić jakość modeli danych opisujących struktury i zjawiska społeczno-gospodarcze	K2_U01, K2_U05
U3	Potrafi efektywnie wykorzystywać i projektować bazy danych na potrzeby opisu struktur i zjawisk społeczno-gospodarczych	K2_U01, K2_U02
Kompetencji społecznych		

K1	Jest świadomy przydatności baz danych oraz narzędzi przetwarzania danych do zarządzania strukturami gospodarczymi oraz do badania zjawisk gospodarczych	K2_K01, K2_K05
K2	Potrafi samodzielnie uzupełniać posiadaną wiedzę w zakresie przetwarzania i modelowania danych opisujących struktury i zjawiska społeczno-gospodarcze	K2_K04

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Cele uczenia się dla przedmiotu	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	Wprowadzenie do baz danych: dane, baza danych, system zarządzania bazą danych, system bazy danych, modelowanie danych, relacyjny model danych	C1, C3	W1, W2, W3, U3, K1, K2
2.	Model związków encji (E/R) - podstawowe pojęcia - encja, atrybut, związek, typy związków: jeden-wiele, wiele-wiele, jeden-jeden, opcjonalność/obowiązkowość związku	C1, C3, C4	W1, W2, U2, U3, K1, K2
3.	Transformacja modelu związków encji do relacyjnego modelu danych - reguły transformacji encji i atrybutów, transformacja poszczególnych typów związku, reguły transformacji związków opcjonalnych i obowiązkowych	C1, C3, C4	W1, W2, W3, U1, U2, U3, K1
4.	Język SQL: rodzaje struktur w bazie danych, polecenia definicji tabel (DDL), typy danych	C2, C3, C4	W1, W2, W3, U1, U3, K1
5.	Język SQL: ograniczenia integralnościowe, klucz podstawowy, klucz obcy, klucz unikalny, obowiązkowość kolumn, ograniczenia typu check	C2, C3, C4	W1, W3, U1, U3, K1
6.	Język SQL: polecenia do manipulacji danymi (DML)	C2, C3, C4	W1, W2, U3, K1, K2
7.	Język SQL: składnia języka, typy poleceń, operacje selekcji i projekcji, operatory, aliasy, sortowanie wyników	C1, C2, C3, C4	W1, W2, U1, U3, K1, K2
8.	Język SQL: funkcje jednowierszowe, wartość pusta, przetwarzanie warunkowe	C2, C3, C4	W2, W3, U1, U3, K1, K2
9.	Język SQL: grupowanie danych, funkcje grupowe	C2, C3, C4	W2, W3, U1, U3, K2
10.	Język SQL: łączenie tabel, typy złączeń	C2, C3, C4	W2, W3, U1, U3, K2
11.	Język SQL: podzapytania, typy podzapytań, operatory warunkowe	C2, C3, C4	W2, W3, U1, U3, K2
12.	Język SQL: podzapytania nieskorelowane i skorelowane, funkcje grupowe w podzapytaniach	C2, C3, C4	W2, W3, U1, U3, K2

Wymagania wstępne	Basic computer & Internet skills
Metody nauczania	Wykład z prezentacją multimedialną, Rozwiązywanie zadań, Ćwiczenia laboratoryjne, Metody e-learningowe
Sposób zaliczenia	Sprawdzian pisemny z otwartymi pytaniami, Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Projekt grupowy / praca w grupie

Rozliczenie punktów ECTS

Forma aktywności studenta	Średnia liczba godzin przeznaczonych na zrealizowane aktywności*	
Uczestnictwo w ćwiczeniach	30	
Przygotowanie do sprawdzianu/ kolokwium	20	
Przygotowanie do ćwiczeń	30	
Łączny nakład pracy studenta	Liczba godzin 80	ECTS 3
Zajęcia z bezpośrednim udziałem nauczyciela	Liczba godzin 30	ECTS 1
Nakład pracy związany z zajęciami o charakterze praktycznym	Liczba godzin 30	ECTS 1

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Opis sposobu sprawdzenia osiągnięcia efektów uczenia się

Kod efektu uczenia się dla przedmiotu	Metoda sprawdzenia		
	Sprawdzian pisemny z otwartymi pytaniami	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach	Projekt grupowy / praca w grupie
W1	x	x	
W2	x		x
W3	x	x	x
U1	x		x
U2		x	x
U3	x		x
K1		x	x
K2	x		



Karta opisu przedmiotu (sylabus)

Kierunek studiów: Innovation Management

Nazwa przedmiotu Business Intelligence		
Nazwa przedmiotu w języku angielskim Business Intelligence		
Kod przedmiotu UEPIMS.24C.7942.22	Rok / semestr 2 / 3	Forma zaliczenia Zaliczenie
Specjalność Wszystkie	Profil kształcenia ogólnoakademicki	Poziom kształcenia studia drugiego stopnia
Forma studiów stacjonarne	Język wykładowy Angielski	Przedmiot Do wyboru
Godziny Wykłady: 30 Ćwiczenia: 0	Liczba punktów ECTS 3	Blok zajęciowy C

Cele uczenia się dla przedmiotu

C1	Nabycie umiejętności analizowania dużych wolumenów danych
C2	Poznanie metodologii podejmowania decyzji
C3	Poznanie koncepcji analityki biznesowej i możliwości jej zastosowania

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się
Wiedzy		
W1	Zna narzędzia informatyczne służące do przechowywania dużych wolumenów danych	K2_W04
W2	Zna narzędzia informatyczne służące do przetwarzania dużych wolumenów danych	K2_W05
W3	Zna metody analizy dużych wolumenów danych	K2_W05
Umiejętności		
U1	Potrafi przetwarzać duże wolumeny danych	K2_U05
U2	Potrafi analizować duże wolumeny danych	K2_U02, K2_U05
U3	Potrafi interpretować wyniki przeprowadzonych analiz	K2_U01
Kompetencje społecznych		
K1	Posiada umiejętność prezentacji wyników przeprowadzonych doświadczeń	K2_K02
K2	Potrafi pracować w grupie	K2_K02, K2_K06
K3	Posiada zdolność zbierania informacji	K2_K01

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Cele uczenia się dla przedmiotu	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	Wprowadzenie do Business Intelligence	C1, C2, C3	W1, U1, U2
2.	Tworzenie analiz	C1, C2, C3	W1, U1
3.	Filtrowanie danych na cele analiz	C1, C2	W2, U2, U3
4.	Filtrowanie danych na cele analiz	C1, C2	W2, U2, U3
5.	Wybieranie i grupowanie danych na cele analiz	C1, C2	W2, U1, U3
6.	Modyfikowanie i formatowanie widoków	C2	W3, U1, U2
7.	Modyfikowanie i formatowanie widoków	C1, C2	W3, U3
8.	Studium przypadku I	C2	W3, U2, U3
9.	Praca z widokami analiz	C1, C2	U1, U2
10.	Praca z widokami analiz	C2	U2, U3
11.	Wizualizacja danych przy użyciu mierników i map	C2, C3	U1, U3
12.	Wizualizacja danych przy użyciu mierników i map	C2, C3	U1, K1
13.	Tworzenie aplikacji mobilnych	C2	W3, K2, K3
14.	Studium przypadku II	C1, C2	W1, U1, U2, K1

Wymagania wstępne	Computer skills, database theory, database applications, statistical data analysis, programming skills
Metody nauczania	Wykład z prezentacją multimedialną, Dyskusja, Analiza przypadków, Rozwiązywanie zadań, Ćwiczenia laboratoryjne
Sposób zaliczenia	Projekt indywidualny, Projekt grupowy / praca w grupie

Rozliczenie punktów ECTS

Forma aktywności studenta	Średnia liczba godzin przeznaczonych na zrealizowane aktywności*	
Uczestnictwo w wykładach	30	
Przygotowanie do sprawdzianu/ kolokwium	30	
Przeprowadzenie badań empirycznych lub literaturowych	30	
Łączny nakład pracy studenta	Liczba godzin 90	ECTS 3
Zajęcia z bezpośrednim udziałem nauczyciela	Liczba godzin 30	ECTS 1
Nakład pracy związany z zajęciami o charakterze praktycznym	Liczba godzin 30	ECTS 1

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Opis sposobu sprawdzenia osiągnięcia efektów uczenia się

Kod efektu uczenia się dla przedmiotu	Metoda sprawdzenia	
	Projekt indywidualny	Projekt grupowy / praca w grupie
W1	x	
W2	x	
W3	x	
U1	x	
U2	x	
U3	x	
K1	x	x
K2	x	x
K3	x	x



Karta opisu przedmiotu (sylabus) Kierunek studiów: Innovation Management

Nazwa przedmiotu Innovative brand management		
Nazwa przedmiotu w języku angielskim Innovative brand management		
Kod przedmiotu UEPIMS.24C.12801.22	Rok / semestr 2 / 3	Forma zaliczenia Zaliczenie
Specjalność Wszystkie	Profil kształcenia ogólnoakademicki	Poziom kształcenia studia drugiego stopnia
Forma studiów stacjonarne	Język wykładowy Angielski	Przedmiot Do wyboru
Godziny Wykłady: 30 Ćwiczenia: 0	Liczba punktów ECTS 3	Blok zajęciowy C

Cele uczenia się dla przedmiotu

C1	Presentation of brand management concept, its directions of development to current achievements and areas of application.
C2	Introduction of up-to-date methods and innovative techniques supporting brand management decisions including social, financial and technological aspects.
C3	Acquisition of skills to interpret and explain elements of brand management process.
C4	Explanation of determinants and factors influencing branding and brand management.

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się
Wiedzy		
W1	Student has in depth knowledge about the essence of brand management process and factors influencing its development.	K2_W01, K2_W02, K2_W03
W2	Student knows selected, modern methods and techniques used in brand management.	K2_W03, K2_W06, K2_W09
W3	Student understands the impact of external and internal factors on brand management process.	K2_W02, K2_W10
Umiejętności		
U1	Student can identify and analyse the sources of brand success.	K2_U01, K2_U03
U2	Student selects and know how to implement relevant techniques of brand creation and maintaining.	K2_U02, K2_U03, K2_U05
U3	Student is able to recognize the changes and their impact on brand management.	K2_U01, K2_U02
Kompetencje społecznych		

K1	Student correctly identifies and resolves dilemmas connected with performing the profession of a brand management.	K2_K01, K2_K04, K2_K05
K2	Students identifies and is able to solve brand management problems or challenges in group.	K2_K01, K2_K02, K2_K03

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Cele uczenia się dla przedmiotu	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	The role of brands in today's environment	C1	W1
2.	Added value created by innovations and innovative approach to brand management	C1, C2	W1, W2, W3, U1
3.	The steps of innovative brand management process	C1, C3	W1
4.	Brand identity v. brand image	C1, C3	W1, W2, U1, U2
5.	Innovative brand positioning	C1	W1, W2, U1, U2, U3, K1
6.	Creation of experience around and with the brand	C2, C4	W1, W2, W3, U1, U2, U3, K1
7.	Brand architecture and brand extension	C1, C3	W1, W2, U2, K1
8.	Brand communication - traditional v. modern tools	C1, C2, C3, C4	W2, W3, U1, U2, U3, K1, K2
9.	The role of globalisation in brand management	C1, C4	W1, W3, U3
10.	Brand strategies review	C1	W1, U1
11.	New areas of brand implementation	C1, C4	W1, U3
12.	The financial value of brands	C1, C2	W3, U1, U3
13.	The social value of brands and brand communities	C2, C4	W3, U1, U3, K1, K2
14.	Innovative trends in brand development and management	C2, C4	W1, W2, W3, U1, U2, U3, K1, K2
15.	Ethics in brand management	C4	W1, W3, U3, K1, K2

Wymagania wstępne	marketing related courses, English on B2 level
Metody nauczania	Burza mózgów, Wykład konwersatoryjny, Wykład z prezentacją multimedialną, Dyskusja, Analiza przypadków
Sposób zaliczenia	Sprawdzian pisemny testowy, Sprawdzian pisemny z otwartymi pytaniami, Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Projekt grupowy / praca w grupie

Rozliczenie punktów ECTS

Forma aktywności studenta	Średnia liczba godzin przeznaczonych na zrealizowane aktywności*
Uczestnictwo w wykładach	30
Przeprowadzenie badań literaturowych	15
Przygotowanie do sprawdzianu/ kolokwium	10
Konsultacje z prowadzącym/i zajęcia	5

Zbieranie informacji do zadanej pracy	15	
Łączny nakład pracy studenta	Liczba godzin 75	ECTS 3
Zajęcia z bezpośrednim udziałem nauczyciela	Liczba godzin 35	ECTS 1
Nakład pracy związany z zajęciami o charakterze praktycznym	Liczba godzin 0	ECTS 0

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Opis sposobu sprawdzenia osiągnięcia efektów uczenia się

Kod efektu uczenia się dla przedmiotu	Metoda sprawdzenia			
	Sprawdzian pisemny testowy	Sprawdzian pisemny z otwartymi pytaniami	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach	Projekt grupowy / praca w grupie
W1	x	x		
W2	x	x	x	
W3	x	x	x	x
U1	x	x	x	
U2	x	x		x
U3	x	x	x	
K1	x		x	x
K2	x		x	x



Karta opisu przedmiotu (sylabus) Kierunek studiów: Innovation Management

Nazwa przedmiotu Marketing Metrics		
Nazwa przedmiotu w języku angielskim Marketing Metrics		
Kod przedmiotu UEPIMS.24C.13132.22	Rok / semestr 2 / 3	Forma zaliczenia Zaliczenie
Specjalność Wszystkie	Profil kształcenia ogólnoakademicki	Poziom kształcenia studia drugiego stopnia
Forma studiów stacjonarne	Język wykładowy Angielski	Przedmiot Do wyboru
Godziny Wykłady: 30 Ćwiczenia: 0	Liczba punktów ECTS 3	Blok zajęciowy C

Cele uczenia się dla przedmiotu

C1	To provide the knowledge and skills related to the acquire, analysis and management of marketing data
----	---

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się
Wiedzy		
W1	The student defines the meaning and explains the importance of marketing data in company operations	K2_W02, K2_W10
W2	The student enumerates and distinguishes the areas of application and usage of marketing data	K2_W02, K2_W06
W3	The student characterizes marketing metrics and assigns these to each area of application and usage of marketing data	K2_W06
Umiejętności		
U1	The student discusses the possibility and legitimacy of acquiring and analyzing marketing data in a company	K2_U01, K2_U05
U2	The student appropriately selects and calculates marketing metrics	K2_U01, K2_U08
U3	The student analyzes the results of calculations of marketing metrics	K2_U01, K2_U05
Kompetencje społecznych		
K1	The student understands the need for acting in an ethical and socially responsible manner in their professional life and takes into account the social impact of their activities	K2_K02, K2_K03, K2_K04, K2_K05, K2_K06

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Cele uczenia się dla przedmiotu	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	The essence and functions of marketing data in company operations	C1	W1, U1, K1
2.	Effectiveness and efficiency in marketing	C1	W1, U1, K1
3.	Obtaining and analyzing data of customer acquisition	C1	W2, W3, U2, U3, K1
4.	Customer retention data acquisition and analysis	C1	W2, W3, U2, U3, K1
5.	Customer loss data acquisition and analysis	C1	W2, W3, U2, U3, K1
6.	Obtaining and analyzing data of competition intensity on the market	C1	W2, W3, U2, U3, K1
7.	Brand and product management data acquisition and analysis	C1	W2, W3, U2, U3, K1
8.	Price management data acquisition and analysis	C1	W2, W3, U2, U3, K1
9.	Distribution channel management data acquisition and analysis	C1	W2, W3, U2, U3, K1
10.	Marketing communication management data acquisition and analysis	C1	W2, W3, U2, U3, K1
11.	Marketing data management	C1	W1, U1, K1

Wymagania wstępne	marketing fundamentals
Metody nauczania	Wykład konwersatoryjny, Dyskusja, Analiza przypadków, Rozwiązywanie zadań
Sposób zaliczenia	Sprawdzian pisemny testowy, Sprawdzian pisemny z otwartymi pytaniami, Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Projekt grupowy / praca w grupie

Rozliczenie punktów ECTS

Forma aktywności studenta	Średnia liczba godzin przeznaczonych na zrealizowane aktywności*	
Uczestnictwo w wykładach	30	
Przygotowanie do sprawdzianu/ kolokwium	30	
Konsultacje z prowadzącym/i zajęcia	15	
Przeprowadzenie badań empirycznych	15	
Łączny nakład pracy studenta		
	Liczba godzin 90	ECTS 3
Zajęcia z bezpośrednim udziałem nauczyciela	Liczba godzin 45	ECTS 1.5
Nakład pracy związany z zajęciami o charakterze praktycznym	Liczba godzin 15	ECTS 0.5

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Opis sposobu sprawdzenia osiągnięcia efektów uczenia się

Kod efektu uczenia się dla przedmiotu	Metoda sprawdzenia			
	Sprawdzian pisemny testowy	Sprawdzian pisemny z otwartymi pytaniami	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach	Projekt grupowy / praca w grupie
W1	x	x		
W2	x	x		
W3	x	x		
U1	x	x	x	x
U2	x	x		x
U3	x	x		x
K1	x	x	x	x



Karta opisu przedmiotu (syllabus) Kierunek studiów: Innovation Management

Nazwa przedmiotu Multimedia applications in business		
Nazwa przedmiotu w języku angielskim Multimedia applications in business		
Kod przedmiotu UEPIMS.24C.12803.22	Rok / semestr 2 / 3	Forma zaliczenia Zaliczenie
Specjalność Wszystkie	Profil kształcenia ogólnoakademicki	Poziom kształcenia studia drugiego stopnia
Forma studiów stacjonarne	Język wykładowy Angielski	Przedmiot Do wyboru
Godziny Wykłady: 30 Ćwiczenia: 0	Liczba punktów ECTS 3	Blok zajęciowy C

Cele uczenia się dla przedmiotu

C1	Poznanie podstawowych narzędzi i technik multimedialnych
C2	Poznanie możliwości i zasad stosowania systemów multimedialnych w biznesie
C3	Zapoznanie się z najnowszymi technikami wirtualnej i wzbogaconej rzeczywistości
C4	Poznanie możliwości działalności biznesowej z wykorzystaniem najnowszych technik i narzędzi multimedialnych

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się
Wiedzy		
W1	Zna techniki i narzędzia multimedialne użyteczne w rozwiązywaniu problemów biznesowych	K2_W01, K2_W02, K2_W09, K2_W10
W2	Potrafi ocenić możliwości, ograniczenia i potencjalny zakres zastosowań technik multimedialnych	K2_W01, K2_W02, K2_W06, K2_W08, K2_W10
W3	Zna główne kierunki rozwoju technik, aplikacji i usług multimedialnych	K2_W01, K2_W02, K2_W06, K2_W09, K2_W10
W4	Rozumie biznesowe konsekwencje stosowania technik multimedialnych	K2_W02, K2_W08, K2_W09, K2_W10
Umiejętności		
U1	Potrafi ocenić jakość oraz przydatność technik i narzędzi multimedialnych w biznesie	K2_U02, K2_U03, K2_U05, K2_U06
U2	Potrafi dobrać rozwiązania techniczne w zakresie systemów multimedialnych do konkretnych problemów społeczno-gospodarczych	K2_U03, K2_U05, K2_U06

U3	Potrafi analizować zmiany zachodzące w społeczeństwie na skutek wprowadzania nowoczesnych technologii i narzędzi	K2_U02, K2_U03, K2_U05, K2_U06
U4	Posiada umiejętności językowe pozwalające na swobodne komunikowanie się w zakresie technik i narzędzi multimedialnych	K2_U05, K2_U06
Kompetencje społecznych		
K1	Ma pełną świadomość poziomu swojej wiedzy i umiejętności w zakresie technik i narzędzi multimedialnych i ich obszarów zastosowań	K2_K01, K2_K04, K2_K05
K2	Rozumie potrzebę nieustannego i systematycznego zapoznawania się z najnowocześniejszymi osiągnięciami technologicznymi	K2_K01, K2_K04, K2_K05
K3	Rozumie korzyści i zagrożenia społeczne wynikające z powszechnego stosowania narzędzi i usług multimedialnych	K2_K01, K2_K02, K2_K03, K2_K06

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Cele uczenia się dla przedmiotu	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	Wprowadzenie do tematyki wykorzystania technik multimedialnych w biznesie	C1, C2	W1, U1, U4, K1, K2
2.	Cyfrowa reprezentacja treści multimedialnych	C1	W1, W2, U1, U2, U4, K1, K2
3.	Standardy w dziedzinie multimediiów	C1, C2	W1, W2, W3, U1, U2, U4, K1, K2
4.	Metody i standardy opisu treści multimedialnych za pomocą metadanych	C1, C2	W1, W2, U1, U2, U4, K1, K2
5.	Metody dostarczania treści i aplikacji multimedialnych -nośniki danych i sieci	C1, C2, C4	W1, W2, W3, U1, U2, U3, U4, K1, K2
6.	Sieci społecznościowe - aspekty techniczne, ekonomiczne i społeczne	C1, C2, C4	W1, W2, W3, W4, U1, U2, U3, U4, K1, K2, K3
7.	Komunikacja multimedialna - standardy i aplikacje	C1, C2, C3, C4	W1, W2, W3, W4, U1, U2, U3, U4, K1, K2, K3
8.	Multimedialna prezentacja danych biznesowych	C1, C2, C3	W1, W2, W3, U1, U2, U3, U4, K1, K2
9.	Nowoczesne platformy prowadzenia biznesu - telewizja interaktywna i systemy mobilne	C1, C2, C3, C4	W1, W2, W3, W4, U1, U2, U3, U4, K1, K2, K3
10.	Wirtualna rzeczywistość - techniki i zastosowania	C1, C2, C3, C4	W1, W2, W3, W4, U1, U2, U3, U4, K1, K2, K3
11.	Wzbogacona rzeczywistość - techniki i zastosowania	C2, C3, C4	W1, W2, W3, W4, U1, U2, U3, U4, K1, K2, K3
12.	Gry komputerowe - technologie i rynek	C2, C3, C4	W1, W2, W3, U2, U3, U4, K1, K2, K3
13.	Telepraca i teleobecność i ich wpływ rynek pracy	C2, C3, C4	W1, W2, W3, W4, U1, U2, U3, U4, K1, K2, K3
14.	Narzędzia i techniki projektowania aplikacji multimedialnych	C1, C2, C3	W1, W2, W3, U1, U2, U4, K1, K2
15.	Prawo autorskie w odniesieniu do treści multimedialnych	C1, C2	W1, W4, U2, U4, K1, K2, K3

Wymagania wstępne	Basic skills in the use of computers and the Internet
Metody nauczania	Wykład konwencjonalny, Wykład konwersatoryjny, Wykład z prezentacją multimedialną, Dyskusja, Analiza przypadków, Metody e-learningowe
Sposób zaliczenia	Sprawdzian pisemny testowy, Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Quiz na platformie moodle

Rozliczenie punktów ECTS

Forma aktywności studenta	Średnia liczba godzin przeznaczonych na zrealizowane aktywności*	
Uczestnictwo w wykładach	30	
Przygotowanie do sprawdzianu/ kolokwium	20	
Przeprowadzenie badań empirycznych lub literaturowych	30	
Łączny nakład pracy studenta		
	Liczba godzin 80	ECTS 3
Zajęcia z bezpośrednim udziałem nauczyciela	Liczba godzin 30	ECTS 1
Nakład pracy związany z zajęciami o charakterze praktycznym	Liczba godzin 30	ECTS 1

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Opis sposobu sprawdzenia osiągnięcia efektów uczenia się

Kod efektu uczenia się dla przedmiotu	Metoda sprawdzenia		
	Sprawdzian pisemny testowy	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach	Quiz na platformie moodle
W1	x		x
W2	x		x
W3	x		x
W4	x		x
U1	x		x
U2	x		x
U3	x		x
U4	x	x	x
K1	x		x
K2	x		x
K3	x		x



Karta opisu przedmiotu (sylabus) Kierunek studiów: Innovation Management

Nazwa przedmiotu Sustainable management		
Nazwa przedmiotu w języku angielskim Sustainable management		
Kod przedmiotu UEPIMS.24C.12804.22	Rok / semestr 2 / 3	Forma zaliczenia Zaliczenie
Specjalność Wszystkie	Profil kształcenia ogólnoakademicki	Poziom kształcenia studia drugiego stopnia
Forma studiów stacjonarne	Język wykładowy Angielski	Przedmiot Do wyboru
Godziny Wykłady: 30 Ćwiczenia: 0	Liczba punktów ECTS 3	Blok zajęciowy C

Cele uczenia się dla przedmiotu

C1	To acquaint students with the concept of sustainable development in the organization and management theory
C2	To identify the relationships between the social, economic and environmental surrounding and the activities of the company
C3	Acquiring the ability to recognize the type of effects resulting from human activities and to measure these effects
C4	Acquiring the ability to use knowledge in the field of sustainable development in the process of enterprise management

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się
Wiedzy		
W1	Student knows the concept of sustainable development and understands the relationships between the social, economic and environmental vicinity.	K2_W02, K2_W10
W2	Student recognizes the effects arising in the environment due to human activity and has knowledge of their measurement.	K2_W06
W3	Student has the knowledge on the use of the concept of sustainable development in business management.	K2_W02
Umiejętności		
U1	Student recognizes the social, economic and environmental surroundings and identify relationships between them.	K2_U01, K2_U05
U2	Student is able to identify the relationship between the environment and economic activities of man.	K2_U02

U3	Student is able to model the processes of social, economic and environmental surroundings using the methods and techniques of quantitative and qualitative analysis.	K2_U02
U4	He can suggest solutions to problems arising in the environment due to human economic activity.	K2_U03
Kompetencje społecznych		
K1	Understands the need for improving knowledge in the field of sustainable development and inspire others to update their knowledge in the framework of sustainable development.	K2_K01
K2	Student is aware of the consequences of economic decisions and know how to prioritize the objectives.	K2_K05
K3	Student can plan the sustainable development of the organization.	K2_K05

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Cele uczenia się dla przedmiotu	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	The concept of sustainable development	C1, C2	W1, U1, K1
2.	Sustainable development indicators	C3	W2, U2
3.	The effects of human economic activity, including external effects and methods of measurement	C3	W2, U3, K2
4.	Planning and modeling of sustainable development	C1, C2	W1, U3, U4
5.	The concept of sustainable development in business management	C4	W3, U2, U4, K3

Wymagania wstępne	Basic knowledge in the field of management science, including business management
Metody nauczania	Analiza tekstów , Wykład konwersatoryjny, Wykład z prezentacją multimedialną, Dyskusja, Analiza przypadków
Sposób zaliczenia	Sprawdzian pisemny testowy, Sprawdzian pisemny z otwartymi pytaniami, Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Projekt grupowy / praca w grupie

Rozliczenie punktów ECTS

Forma aktywności studenta	Średnia liczba godzin przeznaczonych na zrealizowane aktywności*	
Uczestnictwo w wykładach	30	
Przygotowanie do sprawdzianu/ kolokwium	30	
Przeprowadzenie badań empirycznych lub literaturowych	30	
Łączny nakład pracy studenta		
	Liczba godzin 90	ECTS 3
Zajęcia z bezpośrednim udziałem nauczyciela	Liczba godzin 30	ECTS 1
Nakład pracy związany z zajęciami o charakterze praktycznym	Liczba godzin 30	ECTS 1

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Opis sposobu sprawdzenia osiągnięcia efektów uczenia się

Kod efektu uczenia się dla przedmiotu	Metoda sprawdzenia			
	Sprawdzian pisemny testowy	Sprawdzian pisemny z otwartymi pytaniami	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach	Projekt grupowy / praca w grupie
W1	x	x	x	x
W2	x	x	x	x
W3	x	x	x	x
U1	x	x	x	x
U2	x	x	x	x
U3	x	x	x	x
U4	x	x	x	x
K1	x		x	x
K2	x		x	x
K3	x		x	x



Karta opisu przedmiotu (sylabus) Kierunek studiów: Innovation Management

Nazwa przedmiotu Merchandising		
Nazwa przedmiotu w języku angielskim Merchandising		
Kod przedmiotu UEPIMS.24B.726.22	Rok / semestr 2 / 3	Forma zaliczenia Egzamin
Specjalność Wszystkie	Profil kształcenia ogólnoakademicki	Poziom kształcenia studia drugiego stopnia
Forma studiów stacjonarne	Język wykładowy Angielski	Przedmiot Obowiązkowy
Godziny Wykłady: 15 Ćwiczenia: 15	Liczba punktów ECTS 3	Blok zajęciowy B

Cele uczenia się dla przedmiotu

C1	Zapoznanie studentów z genezą merchandisingu, istotą, znaczeniem i przesłankami stosowania, zarówno dla producenta, jak i dla detalisty
C2	Zaznajomienie studentów z technikami merchandisingu detalisty oraz producenta
C3	Nabycie umiejętności wykonania planogramu w programie Space Planning by Intactix oraz floorplanu w programie Floor Planning by Intactix oraz umiejętności wykorzystywania narzędzi analitycznych dostępnych w tych aplikacjach

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się
Wiedzy		
W1	Student określa genezę merchandisingu, umie zinterpretować pojęcie „merchandising”, potrafi określić znaczenie merchandisingu w systemie zarządzania przedsiębiorstwem handlowym. Zna przesłanki stosowania merchandisingu.	K2_W03
W2	Wymienia i charakteryzuje techniki merchandisingu detalisty oraz typowe działania producenta w tym obszarze	K2_W03
W3	Zna metodykę sporządzania planogramów i floorplanów	K2_W03
W4	Objaśnia zasady wewnętrznsklepowych zachowań nabywców i identyfikuje metody ich badania	K2_W05
Umiejętności		
U1	Tworzy rozwiązania merchandisingowe adekwatne do strategii przedsiębiorstwa	K2_U03
U2	Projektuje planogram i floorplan	K2_U03
Kompetencji społecznych		

K1	Identyfikuje problemy związane z oddziaływaniem detalisty na zachowania nabywców	K2_K06
K2	Jest świadomy konieczności ciągłego dokształcania się	K2_K04

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Cele uczenia się dla przedmiotu	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	Geneza, pojęcie i cechy merchandisingu	C1	W1
2.	Obszary zastosowań merchandisingu (merchandising producenta i detalisty)	C1	W2
3.	Zachowania zakupowe nabywców indywidualnych jako przesłanka stosowania merchandisingu. Determinanty zakupów impulsowych	C1	W4, K1
4.	Działania merchandisingowe producenta	C1	W2
5.	Sterowanie ruchem nabywców w sklepie (cele, instrumenty, metody)	C2	W2, W4, K1
6.	Plan zagospodarowania powierzchni sklepu (determinanty, struktura powierzchni, układ urządzeń sprzedażowych, rozmieszczenie grup towarowych na sali sprzedażowej)	C2	W2, W3, U1, K2
7.	Budowanie ekspozycji towarów w obrębie regału	C2	W2
8.	Metodyka sporządzania planogramów i floorplanów	C2, C3	W3
9.	Wizualizacja wewnętrzna sklepu	C2	W2
10.	Organizacja centrów handlowych	C2	W2
11.	Wykonanie planogramu dla wybranej kategorii towarów	C3	U2
12.	Wykonanie floorplanu dla wybranego formatu sklepu	C3	U2
13.	Ocena efektów stosowania merchandisingu	C1	W1

Wymagania wstępne	Knowledge in the field of marketing, retail management, consumer behaviour
Metody nauczania	Wykład konwersatoryjny, Wykład z prezentacją multimedialną, Analiza przypadków, Ćwiczenia laboratoryjne
Sposób zaliczenia	Egzamin pisemny testowy, Egzamin pisemny z otwartymi pytaniami, Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Projekt indywidualny

Rozliczenie punktów ECTS

Forma aktywności studenta	Średnia liczba godzin przeznaczonych na zrealizowane aktywności*
Uczestnictwo w ćwiczeniach	15
Uczestnictwo w wykładach	15
Przygotowanie do ćwiczeń	10
Przygotowanie projektu	15

Przeprowadzenie badań empirycznych lub literaturowych	10	
Przygotowanie do egzaminu	25	
Łączny nakład pracy studenta	Liczba godzin 90	ECTS 3
Zajęcia z bezpośrednim udziałem nauczyciela	Liczba godzin 30	ECTS 1
Nakład pracy związany z zajęciami o charakterze praktycznym	Liczba godzin 40	ECTS 1.5

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Opis sposobu sprawdzenia osiągnięcia efektów uczenia się

Kod efektu uczenia się dla przedmiotu	Metoda sprawdzenia			
	Egzamin pisemny testowy	Egzamin pisemny z otwartymi pytaniami	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach	Projekt indywidualny
W1	x	x		
W2	x	x		x
W3				x
W4		x		
U1				x
U2				x
K1			x	
K2			x	



Karta opisu przedmiotu (sylabus) Kierunek studiów: Innovation Management

Nazwa przedmiotu Seminarium		
Nazwa przedmiotu w języku angielskim Seminar		
Kod przedmiotu UEPIMS.24C.5157.22	Rok / semestr 2 / 3	Forma zaliczenia Zaliczenie
Specjalność Wszystkie	Profil kształcenia ogólnoakademicki	Poziom kształcenia studia drugiego stopnia
Forma studiów stacjonarne	Język wykładowy Angielski	Przedmiot Obowiązkowy
Godziny Wykłady: 0 Ćwiczenia: 15	Liczba punktów ECTS 5	Blok zajęciowy C

Cele uczenia się dla przedmiotu

C1	Getting Acquainted with the basic literature in the field of the seminar
C2	Building a scientific methodology for preparing the thesis
C3	Developing the ability to present ideas and thoughts in group workshops
C4	Developing the ability to plan students' own long-life learning and orienting the others in this area
C5	Preparing a master thesis

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się
Wiedzy		
W1	Student knows the basic theoretical achievements in the field of the seminar	K2_W01, K2_W02
W2	Student knows the rules of defining the research problem and preparation work thesis	K2_W03, K2_W07, K2_W10
W3	Student knows the basic methods of scientific research in the field of the seminar, enabling the preparation of a thesis	K2_W03, K2_W04, K2_W05, K2_W06
W4	Student knows the basic bibliographic databases and statistical information relevant for the present seminar	K2_W05, K2_W08, K2_W09, K2_W10
Umiejętności		
U1	Student can perform a literature query and critically evaluate harvested information	K2_U01, K2_U02
U2	Student is able to define the research problem, formulate a thesis, hypothesis or research targets, and to design theoretical or empirical research	K2_U03, K2_U04, K2_U06
U3	Student can prepare a written essay or presentation of the range of the seminar	K2_U04, K2_U05, K2_U06

U4	Student can work in a team	K2_U06, K2_U07, K2_U08
Kompetencje społecznych		
K1	Student proceeds ethically	K2_K02, K2_K03, K2_K06
K2	Student is able to plan long-life learning and to orient others in this area	K2_K01, K2_K03, K2_K05

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Cele uczenia się dla przedmiotu	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	Rules for thesis formulating	C1	W1, W2, U1, U2, K1, K2
2.	Basic bibliographic databases and statistical information relevant for the present seminar	C2	W3, W4, U1, U2, K1, K2
3.	Research methodology in the scope of the seminar	C2, C3	W3, U2, K1, K2
4.	Research methodology in the scope of the seminar	C2, C3	W3, U2, K1, K2
5.	Research methodology in the scope of the seminar	C2, C3	W3, U2, K1, K2
6.	The discussion on the implementation of theses in master thesis	C3, C5	W2, W3, U2, U4, K1, K2
7.	The discussion on the implementation of theses in master thesis	C3, C5	W2, W3, U2, U4, K1, K2
8.	The discussion on the implementation of theses in master thesis	C3, C5	W2, W3, U2, U4, K1, K2
9.	The discussion on the implementation of theses in master thesis	C3, C5	W2, W3, U2, U4, K1, K2
10.	Preparing presentations on the theoretical aspects of the thesis	C3, C4, C5	W3, W4, U3, U4, K1, K2
11.	Preparing a presentation on the methodological aspects related to the thesis	C3, C4, C5	W3, W4, U3, U4, K1, K2
12.	Reporting the research results	C3, C4, C5	W2, W3, W4, U2, U3, U4, K1, K2
13.	Presentation of the final version of the thesis	C1, C2, C3, C4, C5	W1, W2, W3, W4, U1, U2, U3, U4, K1, K2
14.	Presentation of the final version of the thesis	C1, C2, C3, C4, C5	W1, W2, W3, W4, U1, U2, U3, U4, K1, K2
15.	Presentation of the final version of the thesis	C1, C2, C3, C4, C5	W1, W2, W3, W4, U1, U2, U3, U4, K1, K2

Wymagania wstępne	Examination subjects according to the study plan
Metody nauczania	Analiza tekstów , Seminarium, Burza mózgów, Dyskusja, Analiza przypadków, Konwersatorium językowe
Sposób zaliczenia	Esej / referat, Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Projekt grupowy / praca w grupie, Przeprowadzenie badań, Przygotowanie prezentacji, oddanie gotowej pracy, putting the finished master thesis

Rozliczenie punktów ECTS

Forma aktywności studenta	Średnia liczba godzin przeznaczonych na zrealizowane aktywności*	
Uczestnictwo w seminarium	15	
Przygotowanie pracy dyplomowej	10	
Konsultacje z prowadzącym/i zajęcia	45	
Przeprowadzenie badań empirycznych lub literaturowych	60	
Łączny nakład pracy studenta	Liczba godzin 130	ECTS 5
Zajęcia z bezpośrednim udziałem nauczyciela	Liczba godzin 60	ECTS 2
Nakład pracy związany z zajęciami o charakterze praktycznym	Liczba godzin 60	ECTS 2

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Opis sposobu sprawdzenia osiągnięcia efektów uczenia się

Kod efektu uczenia się dla przedmiotu	Metoda sprawdzenia					
	Esej / referat	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach	Projekt grupowy / praca w grupie	Przeprowadzenie badań	Przygotowanie prezentacji	oddanie gotowej pracy, putting the finished master thesis
W1	x	x	x			
W2	x	x	x			
W3		x		x	x	
W4		x	x	x	x	
U1		x	x		x	
U2		x		x	x	
U3	x	x	x			
U4		x	x	x		
K1		x	x	x	x	
K2		x	x		x	



Karta opisu przedmiotu (syllabus) Kierunek studiów: Innovation Management

Nazwa przedmiotu Seminarium		
Nazwa przedmiotu w języku angielskim Seminar		
Kod przedmiotu UEPIMS.28C.5157.22	Rok / semestr 2 / 4	Forma zaliczenia Zaliczenie
Specjalność Wszystkie	Profil kształcenia ogólnoakademicki	Poziom kształcenia studia drugiego stopnia
Forma studiów stacjonarne	Język wykładowy Angielski	Przedmiot Obowiązkowy
Godziny Wykłady: 0 Ćwiczenia: 30	Liczba punktów ECTS 9	Blok zajęciowy C

Cele uczenia się dla przedmiotu

C1	Getting Acquainted with the basic literature in the field of the seminar
C2	Building a scientific methodology for preparing the thesis
C3	Developing the ability to present ideas and thoughts in group workshops
C4	Developing the ability to plan students' own long-life learning and orienting the others in this area
C5	Preparing a master thesis

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się
Wiedzy		
W1	Student knows the basic theoretical achievements in the field of the seminar	K2_W01, K2_W02
W2	Student knows the rules of defining the research problem and preparation workthesis	K2_W03, K2_W07, K2_W10
W3	Student knows the basic methods of scientific research in the field of the seminar, enabling the preparation of a thesis	K2_W03, K2_W04, K2_W05, K2_W06
W4	Student knows the basic bibliographic databases and statistical information relevant for the present seminar	K2_W05, K2_W08, K2_W09, K2_W10
Umiejętności		
U1	Student can perform a literature query and critically evaluate harvested information	K2_U01, K2_U02
U2	Student is able to define the research problem, formulate a thesis, hypothesis or research targets, and to design theoretical or empirical research	K2_U03, K2_U04, K2_U06
U3	Student can prepare a written essay or presentation of the range of the seminar	K2_U04, K2_U05, K2_U06

U4	Student can work in a team	K2_U06, K2_U07, K2_U08
Kompetencje społecznych		
K1	Student proceeds ethically	K2_K02, K2_K03, K2_K06
K2	Student is able to plan long-life learning and to orient others in this area	K2_K01, K2_K03, K2_K05

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Cele uczenia się dla przedmiotu	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	Rules for thesis formulating	C1	W1, W2, U1, U2, K1, K2
2.	Basic bibliographic databases and statistical information relevant for the present seminar	C2	W3, W4, U1, U2, K1, K2
3.	Research methodology in the scope of the seminar	C2, C3	W3, U2, K1, K2
4.	Research methodology in the scope of the seminar	C2, C3	W3, U2, K1, K2
5.	Research methodology in the scope of the seminar	C2, C3	W3, U2, K1, K2
6.	The discussion on the implementation of theses in master thesis	C3, C5	W2, W3, U2, U4, K1, K2
7.	The discussion on the implementation of theses in master thesis	C3, C5	W2, W3, U2, U4, K1, K2
8.	The discussion on the implementation of theses in master thesis	C3, C5	W2, W3, U2, U4, K1, K2
9.	The discussion on the implementation of theses in master thesis	C3, C5	W2, W3, U2, U4, K1, K2
10.	Preparing presentations on the theoretical aspects of the thesis	C3, C4, C5	W3, W4, U3, U4, K1, K2
11.	Preparing a presentation on the methodological aspects related to the thesis	C3, C4, C5	W3, W4, U3, U4, K1, K2
12.	Reporting the research results	C3, C4, C5	W2, W3, W4, U2, U3, U4, K1, K2
13.	Presentation of the final version of the thesis	C1, C2, C3, C4, C5	W1, W2, W3, W4, U1, U2, U3, U4, K1, K2
14.	Presentation of the final version of the thesis	C1, C2, C3, C4, C5	W1, W2, W3, W4, U1, U2, U3, U4, K1, K2
15.	Presentation of the final version of the thesis	C1, C2, C3, C4, C5	W1, W2, W3, W4, U1, U2, U3, U4, K1, K2

Wymagania wstępne	
Metody nauczania	Analiza tekstów , Seminarium, Burza mózgów, Dyskusja, Analiza przypadków, Konwersatorium językowe
Sposób zaliczenia	Esej / referat, Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Projekt grupowy / praca w grupie, Przeprowadzenie badań, Przygotowanie prezentacji, oddanie gotowej pracy

Rozliczenie punktów ECTS

Forma aktywności studenta	Średnia liczba godzin przeznaczonych na zrealizowane aktywności*	
Uczestnictwo w seminarium	30	
Konsultacje z prowadzącym/i zajęcia	30	
Zbieranie informacji do zadanej pracy	20	
Przeprowadzenie badań empirycznych lub literaturowych	170	
Przygotowanie pracy dyplomowej	50	
Łączny nakład pracy studenta	Liczba godzin 300	ECTS 9
Zajęcia z bezpośrednim udziałem nauczyciela	Liczba godzin 60	ECTS 2
Nakład pracy związany z zajęciami o charakterze praktycznym	Liczba godzin 170	ECTS 6

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Opis sposobu sprawdzenia osiągnięcia efektów uczenia się

Kod efektu uczenia się dla przedmiotu	Metoda sprawdzenia					
	Esej / referat	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach	Projekt grupowy / praca w grupie	Przeprowadzenie badań	Przygotowanie prezentacji	oddanie gotowej pracy
W1	x	x	x			
W2	x	x	x			
W3		x		x	x	
W4		x	x	x	x	
U1		x	x		x	
U2		x		x	x	
U3	x	x	x			
U4		x	x	x		
K1	x	x	x	x	x	
K2		x	x		x	



Karta opisu przedmiotu (syllabus) Kierunek studiów: Innovation Management

Nazwa przedmiotu Ecoinnovations in management		
Nazwa przedmiotu w języku angielskim Ecoinnovations in management		
Kod przedmiotu UEPIMS.28C.12799.22	Rok / semestr 2 / 4	Forma zaliczenia Egzamin
Specjalność Wszystkie	Profil kształcenia ogólnoakademicki	Poziom kształcenia studia drugiego stopnia
Forma studiów stacjonarne	Język wykładowy Angielski	Przedmiot Obowiązkowy
Godziny Wykłady: 15 Ćwiczenia: 15	Liczba punktów ECTS 3	Blok zajęciowy C

Cele uczenia się dla przedmiotu

C1	To provide knowledge of the basics of eco-innovation
C2	Acquisition by the students practical skills of using specialist program for assessment of ecoinnovativeness

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się
Wiedzy		
W1	The student knows and understands the specifics of eco-innovation, can name and describe actions taken in their regard.	K2_W09
W2	Student describes the importance of eco-innovations and their costs and benefits.	K2_W09, K2_W10
Umiejętności		
U1	The student is able to diagnose the socio-economic phenomena on the basis of knowledge from different sources with respect to the eco-innovation.	K2_U01
U2	Student performs assessment of ecoinnovativeness using specialized computer program and choose the best possible options.	K2_U02
U3	Student is able to interpret the results of investigation and prepare a report.	K2_U06
Kompetencje społecznych		
K1	The student interacts with other project team members	K2_K05
K2	The student is aware of the obligation to creatively find answers to the challenges of the modern economy and shaping the patterns of attitudes towards new phenomena and problems.	K2_K01
K3	Student presents the results of research using professional terminology.	K2_K05

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Cele uczenia się dla przedmiotu	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	The concept and the basic objectives of EU environmental policy	C1	W1, U1, K2
2.	Sustainable development and the need for ecoinnovations	C1	W1, U1, K2
3.	Ecoinnovation: definitions and classifications	C1	W1, U1, K2
4.	The issue of ecoinnovation in the EU and OECD	C1	W1, U1, K2
5.	Taxonomy of ecoinnovations	C1	W1, U1, K2
6.	Diversity of ecoinnovations	C1	W1, U1, K2
7.	Environmental management and ecoinnovations Eco-innovation as of shaping the image of the company Eco-innovation as of shaping the image of the company	C1	W1, U1, K2
8.	Ecoinnovation as of shaping the image of the company	C1	W1, U1, K2
9.	Ecodesign for Ecoinnovation	C1	W1, U1, K2
10.	Ecoinnovations in cities	C1	W1, U1, K2
11.	Green Public Procurements	C1	W1, U1, K2
12.	Ecological product life cycle	C1, C2	W2, U1, U2, K1, K2
13.	Life Cycle Assessment and Ecodesign for Ecoinnovation	C2	W2, U2, K1
14.	Assessment of ecoinnovativeness	C2	W2, U2, U3, K1
15.	Presentation of ecoinnovativeness research results	C1	W1, W2, U1, U3, K1, K3

Wymagania wstępne	no requirements
Metody nauczania	Wykład z prezentacją multimedialną, Ćwiczenia laboratoryjne
Sposób zaliczenia	Egzamin pisemny testowy, Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Projekt indywidualny, Projekt grupowy / praca w grupie, Przeprowadzenie badań, Przygotowanie prezentacji

Rozliczenie punktów ECTS

Forma aktywności studenta	Średnia liczba godzin przeznaczonych na zrealizowane aktywności*
Uczestnictwo w ćwiczeniach	15
Uczestnictwo w wykładach	15
Konsultacje z prowadzącym/i zajęcia	3
Przygotowanie projektu	10
Przygotowanie do sprawdzianu/ kolokwium	10
Przeprowadzenie badań empirycznych lub literaturowych	10

Przygotowanie do ćwiczeń	15	
Przygotowanie prezentacji multimedialnej	5	
Łączny nakład pracy studenta	Liczba godzin 83	ECTS 3
Zajęcia z bezpośrednim udziałem nauczyciela	Liczba godzin 33	ECTS 1
Nakład pracy związany z zajęciami o charakterze praktycznym	Liczba godzin 35	ECTS 1

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Opis sposobu sprawdzenia osiągnięcia efektów uczenia się

Kod efektu uczenia się dla przedmiotu	Metoda sprawdzenia					
	Egzamin pisemny testowy	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach	Projekt indywidualny	Projekt grupowy / praca w grupie	Przeprowadzenie badań	Przygotowanie prezentacji
W1	x	x				
W2		x				x
U1	x	x				
U2		x			x	
U3		x			x	
K1		x		x		
K2		x	x			
K3		x				x



Karta opisu przedmiotu (sylabus)

Kierunek studiów: Innovation Management

Nazwa przedmiotu Financing innovation process		
Nazwa przedmiotu w języku angielskim Financing innovation process		
Kod przedmiotu UEPIMS.28B.12805.22	Rok / semestr 2 / 4	Forma zaliczenia Zaliczenie
Specjalność Wszystkie	Profil kształcenia ogólnoakademicki	Poziom kształcenia studia drugiego stopnia
Forma studiów stacjonarne	Język wykładowy Angielski	Przedmiot Obowiązkowy
Godziny Wykłady: 15 Ćwiczenia: 15	Liczba punktów ECTS 2	Blok zajęciowy B

Cele uczenia się dla przedmiotu

C1	Dostarczenie wiedzy z zakresu nowoczesnych metod finansowania innowacji
C2	Zainteresowanie zjawiskami gospodarczymi zachodzącymi w otoczeniu współczesnych przedsiębiorstw innowacyjnych
C3	Kształtowanie umiejętności postrzegania procesów zachodzących we współczesnych organizacjach gospodarczych z perspektywy innowacyjnych przedsiębiorstw
C4	Wskazanie możliwości finansowania nowych innowacyjnych przedsiębiorstw

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się
Wiedzy		
W1	Student ma pogłębioną wiedzę o tworzeniu i funkcjonowaniu relacji pomiędzy przedsiębiorstwami i innymi instytucjami otoczenia, w tym o formach międzyorganizacyjnego konkutowania i kooperowania z uwzględnieniem aspektów regionalnych, międzynarodowych i globalnych	K2_W01, K2_W02, K2_W03
W2	Student posiada poszerzoną wiedzę o relacjach zachodzących pomiędzy naukami o zarządzaniu i pokrewnymi naukami w zakresie umożliwiającym analizowanie i ocenianie istoty procesów gospodarczych	K2_W01
W3	Student zna w sposób pogłębiony metody diagnozowania zjawisk i procesów zachodzących w przedsiębiorstwach i innych instytucjach oraz szacowania ich wartości, potencjału rynkowego i strategicznego	K2_W02, K2_W03, K2_W06, K2_W10
W4	Student posiada wiedzę o wartości przedsiębiorstwa i innych instytucji, czynnikach ją kształtujących i metodach wyceny	K2_W03, K2_W06, K2_W08
Umiejętności		
U1	Student potrafi prawidłowo interpretować i wyjaśniać zjawiska społeczno-gospodarcze, w tym bieżące wydarzenia w otoczeniu przedsiębiorstw i innych instytucji	K2_U02, K2_U05

U2	Student potrafi samodzielnie proponować rozwiązania problemów występujących w przedsiębiorstwie i innych instytucjach stosując wiedzę oraz znane metody i techniki wspomagające proces podejmowania decyzji gospodarczych	K2_U01, K2_U02, K2_U04, K2_U05, K2_U06
U3	Student potrafi komunikatywnie wyrażać własne opinie na temat zjawisk społeczno-gospodarczych, formułować samodzielnie wnioski badawcze oraz proponować rozwiązania określonych problemów społeczno-gospodarczych	K2_U01, K2_U02, K2_U03, K2_U04, K2_U05, K2_U06
U4	Student posiada umiejętności językowe zgodne z wymaganiami określonymi dla poziomu B2+ Europejskiego Systemu Kształcenia Językowego	K2_U05, K2_U06, K2_U08
Kompetencje społecznych		
K1	Student potrafi zdobywać wiedzę z różnych dziedzin i umiejętnie je łączyć w celu rozwiązywania problemów związanych z wykonywanym zawodem w organizacjach społeczno-gospodarczych	K2_K01, K2_K04, K2_K05
K2	Student potrafi myśleć w perspektywie długookresowej wyznaczając ścieżki swojego rozwoju zawodowego oraz rozwoju organizacji, w której wykonuje swój zawód	K2_K01, K2_K02, K2_K04, K2_K05

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Cele uczenia się dla przedmiotu	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	Wprowadzenie do finansowania start-upów	C1, C2	W1, U3, U4, K1, K2
2.	Faza Wczesnego etapu finansowania	C3, C4	W1, U3, U4, K1
3.	Budżetowanie projektów komercjalizacji wiedzy i technologii	C1, C2, C3	W2, U1, U2, U3, U4, K1, K2
4.	Analiza finansowa projektów komercjalizacji wiedzy i technologii	C1	W1, U1, U2, U3, U4, K1, K2
5.	Wsparcie dla innowacyjnych przedsiębiorstw oraz firm rozpoczynających działalność w Polsce z funduszy europejskich	C1, C2, C4	W1, U1, U3, U4, K1
6.	Finansowanie badań i rozwoju z grantów rządowych	C3, C4	W1, W2, U3, U4, K1
7.	Finansowanie ekoinnowacji	C3, C4	W1, U3, U4, K1
8.	Finansowanie badań i rozwoju z programu Horyzont 2020	C3, C4	W1, U3, U4, K1, K2
9.	Zjawisko crowdfundingu w finansowaniu procesu innowacji	C3, C4	W1, U3, U4, K1
10.	Rola aniołów biznesu w procesie finansowania innowacji	C3, C4	W1, U3, U4, K1
11.	Propozycja wartości projektów innowacyjnych	C3	W3, W4, U2, U3, U4, K1, K2
12.	Wycena Start-Upu	C1, C2	W4, U2, U4, K1
13.	Znaczenie funduszy kapitału podwyższonego ryzyka w procesie finansowania innowacji	C1, C3, C4	W4, U1, U4, K2
14.	Fundusze Venture Capital	C1, C3, C4	W4, U1, U4, K2
15.	Pomiar wartości i zarządzanie wartością firmy innowacyjnej	C2, C3	W2, W3, W4, U2, U4, K1, K2

Wymagania wstępne	Students are expected to know the issues carried out in the classes such as: Corporate Finance, Fundamentals of Finance Management
Metody nauczania	Metoda projektów , Burza mózgów, Wykład z prezentacją multimedialną, Dyskusja, Analiza przypadków, Rozwiązywanie zadań
Sposób zaliczenia	Sprawdzian pisemny testowy, Sprawdzian pisemny z otwartymi pytaniami, Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Projekt grupowy / praca w grupie, Przeprowadzenie badań, Przygotowanie prezentacji

Rozliczenie punktów ECTS

Forma aktywności studenta	Średnia liczba godzin przeznaczonych na zrealizowane aktywności*	
Uczestnictwo w wykładach	15	
Uczestnictwo w ćwiczeniach	15	
Przygotowanie prezentacji multimedialnej	2	
Przygotowanie projektu	6	
Przeprowadzenie badań literaturowych	10	
Przeprowadzenie badań empirycznych	2	
Łączny nakład pracy studenta		
	Liczba godzin 50	ECTS 2
Zajęcia z bezpośrednim udziałem nauczyciela		
	Liczba godzin 30	ECTS 1
Nakład pracy związany z zajęciami o charakterze praktycznym		
	Liczba godzin 23	ECTS 0.5

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Opis sposobu sprawdzenia osiągnięcia efektów uczenia się

Kod efektu uczenia się dla przedmiotu	Metoda sprawdzenia					
	Sprawdzian pisemny testowy	Sprawdzian pisemny z otwartymi pytaniami	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach	Projekt grupowy / praca w grupie	Przeprowadzenie badań	Przygotowanie prezentacji
W1	x	x	x	x		x
W2	x	x	x	x		x
W3	x	x		x	x	x
W4	x	x	x	x	x	x
U1	x	x		x		x
U2	x	x		x		x
U3	x	x	x	x	x	x
U4	x	x	x	x		x

K1	x	x		x		x
K2	x	x		x		x



Karta opisu przedmiotu (sylabus) Kierunek studiów: Innovation Management

Nazwa przedmiotu Value creation		
Nazwa przedmiotu w języku angielskim Value creation		
Kod przedmiotu UEPIMS.28B.12806.22	Rok / semestr 2 / 4	Forma zaliczenia Zaliczenie
Specjalność Wszystkie	Profil kształcenia ogólnoakademicki	Poziom kształcenia studia drugiego stopnia
Forma studiów stacjonarne	Język wykładowy Angielski	Przedmiot Obowiązkowy
Godziny Wykłady: 15 Ćwiczenia: 15	Liczba punktów ECTS 2	Blok zajęciowy B

Cele uczenia się dla przedmiotu

C1	Zapoznanie słuchaczy z koncepcją i narzędziami zarządzania wartością przedsiębiorstwa
C2	Wyrobienie umiejętności wykorzystania finansowych narzędzi zarządzania wartością przedsiębiorstwa

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się
Wiedzy		
W1	Potrafi zdefiniować pojęcie, standardy, źródła, obszary, nośniki wartości przedsiębiorstwa	K2_W03
W2	Zna genezę koncepcji zarządzania wartością przedsiębiorstwa oraz poszczególnych narzędzi	K2_W03
W3	Identyfikuje czynniki kształtujące wartość przedsiębiorstwa	K2_W03
W4	Zna wybrane finansowe narzędzia zarządzania wartością przedsiębiorstwa	K2_W03
W5	Potrafi wskazać związek i różnicę między wyceną a zarządzaniem wartością przedsiębiorstwa	K2_W03
W6	Identyfikuje podstawowe elementy systemu zarządzania wartością przedsiębiorstwa	K2_W03
Umiejętności		
U1	Wykorzystuje wybrane finansowe narzędzia zarządzania wartością przedsiębiorstwa	K2_U01
U2	Ocenia przydatność poszczególnych mierników wartości kreowanej	K2_U01
U3	Potrafi wybrać odpowiednie narzędzie do specyficznych cech i sytuacji przedsiębiorstwa	K2_U01
Kompetencje społecznych		

K1	Angażuje się w dyskusję o praktycznych aspektach wykorzystania finansowych narzędzi zarządzania wartością przedsiębiorstwa	K2_K04
----	--	--------

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Cele uczenia się dla przedmiotu	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	Wartość przedsiębiorstwa i jej źródła, cel działania przedsiębiorstwa i koncepcja zarządzania wartością przedsiębiorstwa (VBM)	C1	W1, W2
2.	Wycena a kształtowanie wartości przedsiębiorstwa	C1	W1, W2, W5
3.	Standardy wartości i ich stosowanie	C1	W1
4.	Obszary i nośniki wartości przedsiębiorstwa	C1	W1, W3
5.	Dezagregacja nośników wartości - sposoby jej podwyższania	C1	W1, W3
6.	Metody wyceny a finansowe narzędzia zarządzania wartością przedsiębiorstwa	C1	W2, W5, K1
7.	Miary oparte na danych księgowych w zarządzaniu wartością przedsiębiorstwa	C1	W2, U2, U3, K1
8.	Geneza i historia mierników VBM	C1	W2, U3
9.	Zysk ekonomiczny	C1, C2	W4, U1, U2, U3, K1
10.	EVA i MVA	C1, C2	W4, U1, U2, U3, K1
11.	CFROI i CVA	C1, C2	W4, U1, U2, U3, K1
12.	CVA firmy FWC AB	C1, C2	W4, U1, U2, K1
13.	SVA A. Rappaporta	C1, C2	W4, U1, U2, K1
14.	Ekonomiczna wartość dodana dla właścicieli (SEVA)	C1, C2	W4, U1, U2, K1
15.	Mierniki VBM jako podstawa systemu motywacyjnego	C1, C2	W4, U1, U3, K1

Wymagania wstępne	microeconomics, accountancy, corporate finance, financial analysis
Metody nauczania	Wykład konwencjonalny, Wykład konwersatoryjny, Dyskusja, Analiza przypadków, Rozwiązywanie zadań
Sposób zaliczenia	Sprawdzian pisemny testowy, Sprawdzian pisemny z otwartymi pytaniami, Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Projekt grupowy / praca w grupie

Rozliczenie punktów ECTS

Forma aktywności studenta	Średnia liczba godzin przeznaczonych na zrealizowane aktywności*
Uczestnictwo w wykładach	15
Uczestnictwo w ćwiczeniach	15
Przygotowanie do ćwiczeń	10
Przygotowanie do sprawdzianu/ kolokwium	20

Łączny nakład pracy studenta	Liczba godzin 60	ECTS 2
Zajęcia z bezpośrednim udziałem nauczyciela	Liczba godzin 30	ECTS 1
Nakład pracy związany z zajęciami o charakterze praktycznym	Liczba godzin 15	ECTS 0.5

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Opis sposobu sprawdzenia osiągnięcia efektów uczenia się

Kod efektu uczenia się dla przedmiotu	Metoda sprawdzenia			
	Sprawdzian pisemny testowy	Sprawdzian pisemny z otwartymi pytaniami	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach	Projekt grupowy / praca w grupie
W1	x	x		
W2	x	x		
W3	x	x		
W4	x	x		
W5	x	x		
W6	x	x		
U1	x	x		
U2	x	x	x	
U3	x	x	x	
K1	x		x	x



Karta opisu przedmiotu (sylabus) Kierunek studiów: Innovation Management

Nazwa przedmiotu Philosophy of law		
Nazwa przedmiotu w języku angielskim Philosophy of law		
Kod przedmiotu UEPIMS.28A.12807.22	Rok / semestr 2 / 4	Forma zaliczenia Zaliczenie
Specjalność Wszystkie	Profil kształcenia ogólnoakademicki	Poziom kształcenia studia drugiego stopnia
Forma studiów stacjonarne	Język wykładowy Angielski	Przedmiot Obowiązkowy
Godziny Wykłady: 30 Ćwiczenia: 0	Liczba punktów ECTS 2	Blok zajęciowy A

Cele uczenia się dla przedmiotu

C1	Zaznajomienie studentów z aktami prawnymi regulującymi problematykę prawa gospodarczego
C2	Przekazanie wiedzy z zakresu podstawowych instytucji prawa zobowiązań, prawa handlowego, prawa rzeczowego oraz prawa własności intelektualnej
C3	Nabycie umiejętności analizowania przez studentów treści umów handlowych

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się
Wiedzy		
W1	Student znajduje w wybranych aktach prawnych regulacje dotyczące zagadnień prawa gospodarczego	K2_W02, K2_W08
W2	Student potrafi scharakteryzować podstawowe instytucje z zakresu prawa zobowiązań, prawa handlowego, prawa rzeczowego oraz prawa własności intelektualnej	K2_W02, K2_W08
W3	Student formułuje odpowiednie zapisy treści umów handlowych	K2_W02, K2_W08
Umiejętności		
U1	Student dobiera odpowiednie zapisy do treści umowy handlowej	K2_U01, K2_U04, K2_U05
U2	Student interpretuje normy z przepisów prawa	K2_U01
Kompetencje społecznych		
K1	Student dba o własne interesy jako uczestnik obrotu gospodarczego, a także okazuje wsparcie dla podmiotów niezorientowanych w obowiązujących przepisach prawa	K2_K01, K2_K02, K2_K05, K2_K06
K2	Student jest zorientowany na samodzielne podejmowanie czynności faktycznych i prawnych w obrocie gospodarczym	K2_K01, K2_K05

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Cele uczenia się dla przedmiotu	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	Pojęcie i treść stosunku zobowiązaniowego	C1	W2, K1
2.	Skutki niewykonania zobowiązania	C1	K1, K2
3.	Umowa sprzedaży	C1, C2, C3	W1, W2, W3, U1, U2, K1, K2
4.	Umowa zlecenia i umowa o dzieło	C1, C2, C3	W1, W2, W3, U1, U2, K1, K2
5.	Umowa o roboty budowlane	C1, C2, C3	W1, W2, W3, U1, U2, K1, K2
6.	Umowa ubezpieczenia	C1, C2, C3	W1, W2, W3, U1, U2, K1, K2
7.	Własność i inne prawa rzeczowe	C1, C2	W1, U2, K2
8.	Spółki prawa handlowego	C1, C2	W1, W2, U2, K2
9.	Prawo autorskie	C1, C2	W1, W2, U2, K1, K2
10.	Prawo własności przemysłowej	C1, C2	W1, W2, U2, K1, K2

Wymagania wstępne	Student has basic knowledge in the economic turnover
Metody nauczania	Analiza tekstów , Wykład konwencjonalny, Wykład z prezentacją multimedialną, Dyskusja, Analiza przypadków
Sposób zaliczenia	Sprawdzian pisemny testowy, Sprawdzian pisemny z otwartymi pytaniami

Rozliczenie punktów ECTS

Forma aktywności studenta	Średnia liczba godzin przeznaczonych na zrealizowane aktywności*	
Uczestnictwo w wykładach	30	
Przeprowadzenie badań empirycznych lub literaturowych	5	
Przygotowanie do sprawdzianu/ kolokwium	25	
Łączny nakład pracy studenta	Liczba godzin 60	ECTS 2
Zajęcia z bezpośrednim udziałem nauczyciela	Liczba godzin 30	ECTS 1
Nakład pracy związany z zajęciami o charakterze praktycznym	Liczba godzin 5	ECTS 0

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Opis sposobu sprawdzenia osiągnięcia efektów uczenia się

Kod efektu uczenia się dla przedmiotu	Metoda sprawdzenia	
	Sprawdzian pisemny testowy	Sprawdzian pisemny z otwartymi pytaniami

W1	x	x
W2	x	x
W3	x	x
U1	x	x
U2	x	x
K1	x	x
K2	x	x



Karta opisu przedmiotu (sylabus) Kierunek studiów: Innovation Management

Nazwa przedmiotu Methods of regional analysis		
Nazwa przedmiotu w języku angielskim Methods of regional analysis		
Kod przedmiotu UEPIMS.28B.12808.22	Rok / semestr 2 / 4	Forma zaliczenia Zaliczenie
Specjalność Wszystkie	Profil kształcenia ogólnoakademicki	Poziom kształcenia studia drugiego stopnia
Forma studiów stacjonarne	Język wykładowy Angielski	Przedmiot Obowiązkowy
Godziny Wykłady: 0 Ćwiczenia: 30	Liczba punktów ECTS 3	Blok zajęciowy B

Cele uczenia się dla przedmiotu

C1	Introducing the assumptions of selected methods of spatial analysis within the scope of regional studies
C2	Making students aware of the opportunities and limitations in the application of spatial analysis methods in regional studies
C3	Developing students' skills in obtaining and verification of spatial data

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się
Wiedzy		
W1	Students know basic methods of regional analysis	K2_W06
W2	Students understand the meaning of quantitative methods in regional analysis	K2_W02, K2_W06
Umiejętności		
U1	Students are able to apply selected quantitative methods in economic and spatial analysis	K2_U01, K2_U02
U2	Students choose appropriate methods of regional analysis to solve particular socio-economic problems	K2_U02
U3	Students are able to obtain and verify the utility of statistical data to solve particular socio-economic problems	K2_U02
Kompetencje społecznych		
K1	Students are open for new technologies and analytical tools	K2_K04, K2_K05

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Cele uczenia się dla przedmiotu	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	Methods of regional analysis - basic terms and classifications	C1, C2	W1, W2, U1, U2
2.	Sources of spatial and statistical data	C3	U3
3.	Statistical measures in regional studies	C1, C2	W1, U1, U2, K1
4.	Methods of classification	C1, C2	W1, U1, U2, K1
5.	Methods of cartographic presentation	C1, C2	W1, U1, U2, K1
6.	Geographical information systems in practice	C1, C2	W1, U1, U2, K1

Wymagania wstępne	Students know the fundamentals of mathematics, statistics, IT (basic operations in spreadsheets and GIS tools)
Metody nauczania	Wykład z prezentacją multimedialną, Dyskusja, Ćwiczenia laboratoryjne
Sposób zaliczenia	Sprawdzian pisemny testowy, Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Projekt indywidualny, Przeprowadzenie badań

Rozliczenie punktów ECTS

Forma aktywności studenta	Średnia liczba godzin przeznaczonych na zrealizowane aktywności*	
Uczestnictwo w ćwiczeniach	30	
Przygotowanie do sprawdzianu/ kolokwium	30	
Przygotowanie do ćwiczeń	15	
Łączny nakład pracy studenta	Liczba godzin 75	ECTS 3
Zajęcia z bezpośrednim udziałem nauczyciela	Liczba godzin 30	ECTS 1
Nakład pracy związany z zajęciami o charakterze praktycznym	Liczba godzin 30	ECTS 1

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Opis sposobu sprawdzenia osiągnięcia efektów uczenia się

Kod efektu uczenia się dla przedmiotu	Metoda sprawdzenia			
	Sprawdzian pisemny testowy	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach	Projekt indywidualny	Przeprowadzenie badań
W1	x	x	x	x
W2	x	x	x	x
U1	x	x	x	x
U2	x	x	x	x

U3	x	x	x	x
K1		x	x	x



Karta opisu przedmiotu (sylabus) Kierunek studiów: Innovation Management

Nazwa przedmiotu Leadership in international business		
Nazwa przedmiotu w języku angielskim Leadership in international business		
Kod przedmiotu UEPIMS.28C.12809.22	Rok / semestr 2 / 4	Forma zaliczenia Zaliczenie
Specjalność Wszystkie	Profil kształcenia ogólnoakademicki	Poziom kształcenia studia drugiego stopnia
Forma studiów stacjonarne	Język wykładowy Angielski	Przedmiot Do wyboru
Godziny Wykłady: 30 Ćwiczenia: 0	Liczba punktów ECTS 3	Blok zajęciowy C

Cele uczenia się dla przedmiotu

C1	zaznajomienie studentów z istotą, funkcjami oraz teoriami przywództwa
C2	zapoznanie studentów ze specyfiką przywództwa
C3	ukazanie zależności pomiędzy liderem a grupą
C4	zdobycie przez studentów umiejętności diagnozy oraz oceny mocnych i słabych stron przywództwa

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się
Wiedzy		
W1	student potrafi przedstawić teorie przywództwa	K2_W03, K2_W04
W2	student potrafi przedstawić zależności pomiędzy liderem a zespołem	K2_W03
W3	the listener is able to diagnose and assess the strengths and weaknesses of different leadership styles and situations	K2_W02, K2_W03, K2_W04
W4	student potrafi ocenić mocne i słabe strony różnych stylów przewodzenia w różnych sytuacjach oraz potrafi zaplanować zmianę	K2_W03, K2_W07, K2_W10
Umiejętności		
U1	student potrafi zinterpretować złożoność zagadnienia przywództwa w organizacji	K2_U03, K2_U05, K2_U08
U2	student samodzielnie i krytycznie myśli, diagnozuje i analizuje problemy, syntezuje pozyskiwane informacje oraz buduje otwartość na różne poglądy,	K2_U01, K2_U03, K2_U04, K2_U06
U3	student potrafi wskazać rekomendacje dla skutecznego działania w biznesie w kontekście przywódczym	K2_U03, K2_U05, K2_U08

U4	student współpracuje z innymi słuchaczami w trakcie zespołowego wykonywania zadań projektowych	K2_U07, K2_U08
Kompetencje społecznych		
K1	student jest wrażliwy na kontekst i specyfikę przewodzenia	K2_K01, K2_K05
K2	student rozumie konieczność ciągłego kształcenia w dynamicznie zmieniającej się praktyce zarządzania oraz zdobywa umiejętność pracy zespołowej	K2_K01, K2_K03, K2_K04
K3	student rozwija świadomość odpowiedzialności za wspólnie realizowane zadania, związane z pracą zespołową oraz nabędzie chęć do podejmowania zadań, podejmowania odpowiedzialności, chęć dzielenia się własną wiedzą, , nabędzie zrozumienie i akceptację zasad zachowania w grupie	K2_K02, K2_K04, K2_K05
K4	student nabędzie chęć aby wziąć odpowiedzialność, chęć dzielenia się swoją wiedzą, nabędzie zrozumienie i akceptację zasad zachowania w grupie	K2_K02, K2_K04, K2_K05

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Cele uczenia się dla przedmiotu	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	Istota przywództwa w biznesie międzynarodowym. Teorie przywództwa.	C1, C3	W1, W2, W4, U1, K1, K2
2.	Cechy charakterystyczne przywództwa i przywódców oraz ich efektywność. Rola przywództwa w zarządzaniu biznesem międzynarodowym.	C2, C4	W2, U1, K2
3.	Zarządzanie zespołem. Uwarunkowania kulturowe pracy zespołowej.	C1, C2, C3	W2, U2, U3, K1, K3
4.	Komunikacja w biznesie. Coaching i jego rola. zarządzanie talentami. Relacje z otoczeniem.	C2	W2, U1, U4, K2
5.	Rozwój osobisty lidera. Zagadnienie inteligencji emocjonalnej w zarządzaniu. Etyczne aspekty przewodzenia.	C3	W1, W3, U2, K2, K4

Wymagania wstępne	No
Metody nauczania	Metoda projektów , Burza mózgów, Wykład z prezentacją multimedialną, Analiza przypadków
Sposób zaliczenia	Projekt grupowy / praca w grupie, Przeprowadzenie badań

Rozliczenie punktów ECTS

Forma aktywności studenta	Średnia liczba godzin przeznaczonych na zrealizowane aktywności*	
Uczestnictwo w wykładach	30	
Przeprowadzenie badań empirycznych lub literaturowych	25	
Przygotowanie projektu	20	
Łączny nakład pracy studenta	Liczba godzin 75	ECTS 3

Zajęcia z bezpośrednim udziałem nauczyciela	Liczba godzin 30	ECTS 1
Nakład pracy związany z zajęciami o charakterze praktycznym	Liczba godzin 45	ECTS 1.5

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Opis sposobu sprawdzenia osiągnięcia efektów uczenia się

Kod efektu uczenia się dla przedmiotu	Metoda sprawdzenia	
	Projekt grupowy / praca w grupie	Przeprowadzenie badań
W1	x	
W2	x	x
W3	x	x
W4	x	x
U1	x	x
U2	x	x
U3	x	x
U4	x	x
K1	x	x
K2	x	x
K3	x	x
K4	x	x



Karta opisu przedmiotu (syllabus) Kierunek studiów: Innovation Management

Nazwa przedmiotu Data mining in management		
Nazwa przedmiotu w języku angielskim Data mining in management		
Kod przedmiotu UEPIMS.28C.12810.22	Rok / semestr 2 / 4	Forma zaliczenia Zaliczenie
Specjalność Wszystkie	Profil kształcenia ogólnoakademicki	Poziom kształcenia studia drugiego stopnia
Forma studiów stacjonarne	Język wykładowy Angielski	Przedmiot Do wyboru
Godziny Wykłady: 30 Ćwiczenia: 0	Liczba punktów ECTS 3	Blok zajęciowy C

Cele uczenia się dla przedmiotu

C1	Poznanie wybranych metod wizualizacji i raportowania danych statystycznych
C2	Poznanie wybranych metod z zakresu Data Mining przydatnych w zarządzaniu
C3	Poznanie możliwości wykorzystania oprogramowania R w zakresie wizualizacji, raportowania tabelarycznego oraz Data Mining w zarządzaniu

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się
Wiedzy		
W1	Zna metody i techniki wizualizacji danych statystycznych	K2_W05, K2_W08
W2	Zna metody i procedury raportowania tabelarycznego danych statystycznych	K2_W05, K2_W08
W3	Zna wybrane metody Data Mining w zarządzaniu	K2_W05, K2_W08
W4	Zna profesjonalne narzędzia informatyczne przydatne do wizualizacji, raportowania oraz Data Mining w zarządzaniu	K2_W05, K2_W08
Umiejętności		
U1	Potrafi przygotować profesjonalną prezentację wyników swoich analiz w postaci wykresów	K2_U01, K2_U02, K2_U03
U2	Potrafi przygotować profesjonalną prezentację wyników swoich analiz w postaci raportów tabelarycznych	K2_U01, K2_U02, K2_U03
U3	Potrafi interpretować wyniki przeprowadzonych analiz	K2_U01, K2_U02, K2_U03
U4	Potrafi zastosować wybrane metody Data Mining w zarządzaniu	K2_U01, K2_U02, K2_U04
Kompetencje społecznych		

K1	Potrafi samodzielnie uzupełniać posiadaną wiedzę w zakresie profesjonalnego oprogramowania wykorzystywanego do wizualizacji i raportowania danych oraz w obszarze Data Mining w zarządzaniu	K2_K01, K2_K05
K2	Potrafi realizować projekty związane z wizualizacją, raportowaniem oraz zastosowaniem metod Data Mining w zarządzaniu	K2_K01, K2_K05
K3	Jest świadomy przydatności metod wizualizacji, raportowania oraz Data Mining do opisu zjawisk w obszarze zarządzania	K2_K01, K2_K05

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Cele uczenia się dla przedmiotu	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	Wprowadzenie do technik prezentacji danych statystycznych w R	C1, C3	W1, W4, U1, U3, K1, K2, K3
2.	Prezentacja danych jednowymiarowych - dane jakościowe i ilościowe w programie R	C1, C3	W1, W4, U1, U3, K1, K2, K3
3.	Prezentacja danych wielowymiarowych - dane jakościowe i ilościowe w programie R	C1, C3	W1, W4, U1, U3, K1, K2, K3
4.	Wprowadzenie to tworzenia raportów tabelarycznych w R	C1, C3	W2, W4, U2, U3, K1, K2, K3
5.	Złożone raporty tabelaryczne w R	C1, C3	W2, W4, U2, U3, K1, K2, K3
6.	Prezentacja pierwszego projektu (miniaturka)	C1, C3	W1, W2, W4, U1, U2, U3, K1, K2, K3
7.	Wprowadzenie do Data Mining	C2, C3	W3, W4, U3, U4, K1, K2, K3
8.	Analiza koszykowa w zarządzaniu	C2, C3	W3, W4, U3, U4, K1, K2, K3
9.	Drzewa decyzyjne	C2, C3	W3, W4, U3, U4, K1, K2, K3
10.	Analiza RFM w zarządzaniu	C2, C3	W3, W4, U3, U4, K1, K2, K3
11.	Conjoint analysis w zarządzaniu	C2, C3	W3, W4, U3, U4, K1, K2, K3
12.	Analiza korespondencji	C2, C3	W3, W4, U3, U4, K1, K2, K3
13.	Regresja logistyczna w zarządzaniu	C2, C3	W3, W4, U3, U4, K1, K2, K3
14.	Analiza czynnikowa w R	C2, C3	W3, W4, U3, U4, K1, K2, K3
15.	Prezentacja drugiego projektu (miniaturka)	C2, C3	W3, W4, U3, U4, K1, K2, K3

Wymagania wstępne	Knowledge of basic qualitative and quantitative methods. Knowledge of basic IT tools - Excel
Metody nauczania	Metoda projektów , Burza mózgów, Wykład z prezentacją multimedialną, Dyskusja, Analiza przypadków, Rozwiązywanie zadań, Ćwiczenia laboratoryjne, Metody e-learningowe

Sposób zaliczenia	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Projekt grupowy / praca w grupie, Przeprowadzenie badań, Przygotowanie prezentacji
-------------------	--

Rozliczenie punktów ECTS

Forma aktywności studenta	Średnia liczba godzin przeznaczonych na zrealizowane aktywności*	
Uczestnictwo w wykładach	30	
Przygotowanie projektu	30	
Przygotowanie do ćwiczeń	30	
Łączny nakład pracy studenta		
	Liczba godzin 90	ECTS 3
Zajęcia z bezpośrednim udziałem nauczyciela	Liczba godzin 30	ECTS 1
Nakład pracy związany z zajęciami o charakterze praktycznym	Liczba godzin 30	ECTS 1

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Opis sposobu sprawdzenia osiągnięcia efektów uczenia się

Kod efektu uczenia się dla przedmiotu	Metoda sprawdzenia			
	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach	Projekt grupowy / praca w grupie	Przeprowadzenie badań	Przygotowanie prezentacji
W1	x	x	x	x
W2	x	x	x	x
W3	x	x	x	x
W4	x	x	x	x
U1	x	x	x	x
U2	x	x	x	x
U3	x	x	x	x
U4	x	x	x	x
K1	x	x	x	x
K2	x	x	x	x
K3	x	x	x	x



Karta opisu przedmiotu (sylabus)

Kierunek studiów: Innovation Management

Nazwa przedmiotu Social media			
Nazwa przedmiotu w języku angielskim Social media			
Kod przedmiotu UEPIMS.28C.12334.22	Rok / semestr 2 / 4	Forma zaliczenia Zaliczenie	
Specjalność Wszystkie	Profil kształcenia ogólnoakademicki	Poziom kształcenia studia drugiego stopnia	
Forma studiów stacjonarne	Język wykładowy Angielski	Przedmiot Do wyboru	
Godziny Wykłady: 30 Ćwiczenia: 0	Liczba punktów ECTS 3	Blok zajęciowy C	

Cele uczenia się dla przedmiotu

C1	1
C2	Presentation of social media from the perspective of companies and institutions
C3	Understanding the tools to support action in social media

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się
Wiedzy		
W1	Define the concept of social media, social marketing	K2_W01, K2_W04, K2_W06
W2	Describes the function and users of various social networking sites	K2_W02, K2_W06
W3	He knows the tools to support action in social media	K2_W09
Umiejętności		
U1	Student is able to identify ways to promote in social media	K2_U01
U2	He can take advantage of social media in the perspective of brand building	K2_U06, K2_U07
U3	He can choose the tool and evaluation criteria to the objectives of social media	K2_U06, K2_U07, K2_U08
Kompetencji społecznych		
K1	It is focused on building a marketing communication based on dialogue	K2_K05
K2	Identifies the importance of social media in today`s marketing	K2_K05, K2_K06
K3	The student can as a team develop ideas for promotions in social media	K2_K01, K2_K05

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Cele uczenia się dla przedmiotu	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	Development of social media in the world	C1	W1, K1
2.	The impact of social media on interpersonal communication	C1	W2
3.	The use of social media in communication B2C and G2C	C2	W2, U1, U2
4.	Create profiles and pages on social networks, management and optimization	C3	W3, U3
5.	Marketing without cost?	C2	W1, K1
6.	Promotion of products and services in social media.	C3	W1, K1, K3
7.	Social Media in the perspective of online marketing	C3	U1
8.	Building the brand in Social Media	C2	W1, W2
9.	Monitoring of the brand in social media.	C3	W3, U3
10.	Crisis management in social media	C2	W3, U2, U3
11.	Measuring the effectiveness of social media	C3	W2, W3, U2, U3, K2

Wymagania wstępne	
Metody nauczania	Analiza tekstów , Burza mózgów, Wykład konwencjonalny, Wykład konwersatoryjny, Wykład z prezentacją multimedialną, Dyskusja, Analiza przypadków, Rozwiązywanie zadań, Metody e-learningowe, Konwersatorium językowe
Sposób zaliczenia	Sprawdzian pisemny z otwartymi pytaniami, Sprawdzian ustny, Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Projekt indywidualny, Projekt grupowy / praca w grupie, Przeprowadzenie badań, Przygotowanie prezentacji

Rozliczenie punktów ECTS

Forma aktywności studenta	Średnia liczba godzin przeznaczonych na zrealizowane aktywności*	
Uczestnictwo w wykładach	30	
Przygotowanie do sprawdzianu/ kolokwium	6	
Przygotowanie projektu	30	
Przygotowanie prezentacji multimedialnej	10	
Łączny nakład pracy studenta	Liczba godzin 76	ECTS 3
Zajęcia z bezpośrednim udziałem nauczyciela	Liczba godzin 30	ECTS 1
Nakład pracy związany z zajęciami o charakterze praktycznym	Liczba godzin 30	ECTS 1

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Opis sposobu sprawdzenia osiągnięcia efektów uczenia się

Kod efektu uczenia się dla przedmiotu	Metoda sprawdzenia						
	Sprawdzian pisemny z otwartymi pytaniami	Sprawdzian ustny	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach	Projekt indywidualny	Projekt grupowy / praca w grupie	Przeprowadzenie badań	Przygotowanie prezentacji
W1	x		x				
W2	x			x			
W3	x						x
U1	x		x				
U2	x	x					
U3	x	x					
K1	x				x		
K2	x					x	
K3	x			x			



Karta opisu przedmiotu (sylabus)

Kierunek studiów: Innovation Management

Nazwa przedmiotu Creating value for customers		
Nazwa przedmiotu w języku angielskim Creating value for customers		
Kod przedmiotu UEPIMS.28C.13133.22	Rok / semestr 2 / 4	Forma zaliczenia Zaliczenie
Specjalność Wszystkie	Profil kształcenia ogólnoakademicki	Poziom kształcenia studia drugiego stopnia
Forma studiów stacjonarne	Język wykładowy Angielski	Przedmiot Do wyboru
Godziny Wykłady: 30 Ćwiczenia: 0	Liczba punktów ECTS 3	Blok zajęciowy C

Cele uczenia się dla przedmiotu

C1	Students learn about the essence of value creation in e-commerce and user behavior on the Internet
C2	Presentation of trends in the creation and development of e-commerce
C3	Presentation of tools to support the creation and development of e-commerce

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się
Wiedzy		
W1	Define the concept of e-business, e-commerce, online store	K2_W01
W2	He describes behavior of buyers on the Internet	K2_W04, K2_W05
W3	He knows a tool to support the functioning of e-commerce	K2_W05, K2_W06
Umiejętności		
U1	Can indicate corporate purposes, depending on the business model	K2_U03, K2_U05
U2	He can draw conclusions on the basis of primary data on user activity	K2_U06
U3	He can choose the tool and evaluation criteria to the objectives set in e-commerce	K2_U05, K2_U06
Kompetencji społecznych		
K1	Can independently identify the business models of e-commerce	K2_K01
K2	Identifies the needs of potential customers e-commerce	K2_K03, K2_K05
K3	Can a team to develop ideas of improving the functioning of ecommerce	K2_K04, K2_K05

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Cele uczenia się dla przedmiotu	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	Internet as a platform for trading in today economy	C2	W1, U1, K1
2.	The development of online business models	C1	W1, U1, K1
3.	Identify business objectives in different companies at different stages of business	C2	W1, U1, K1
4.	The evolution of the process of making purchase decisions	C3	W2, U2, K2
5.	Behavior of buyers online	C3	W2, U2, K2
6.	Identify customer needs e-commerce	C1	W2, U2, K2
7.	Parameter setting business objectives related to consumer behavior online	C1	W2, W3, U3
8.	Conduct quantitative primary research network	C1	W3, U3
9.	Qualitative research on the Internet	C3	U3, K2, K3
10.	Eyetracking in the study of utility websites	C3	W2, U2, K2, K3
11.	The use of online tools in the creation and development of e-commerce	C3	U2, U3, K3

Wymagania wstępne	Ability to use a computer with internet access
Metody nauczania	Analiza tekstów , Metoda projektów , Metoda sytuacyjna, Burza mózgów, Wykład konwencjonalny, Wykład konwersatoryjny, Wykład z prezentacją multimedialną, Dyskusja, Analiza przypadków, Rozwiązywanie zadań, Cwiczenia laboratoryjne, Metody e-learningowe
Sposób zaliczenia	Esej / referat, Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Projekt indywidualny, Projekt grupowy / praca w grupie, Przeprowadzenie badań

Rozliczenie punktów ECTS

Forma aktywności studenta	Średnia liczba godzin przeznaczonych na zrealizowane aktywności*	
Uczestnictwo w wykładach	30	
Przygotowanie projektu	60	
Łączny nakład pracy studenta	Liczba godzin 90	ECTS 3
Zajęcia z bezpośrednim udziałem nauczyciela	Liczba godzin 30	ECTS 1
Nakład pracy związany z zajęciami o charakterze praktycznym	Liczba godzin 60	ECTS 2

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Opis sposobu sprawdzenia osiągnięcia efektów uczenia się

Kod efektu uczenia się dla przedmiotu	Metoda sprawdzenia				
	Esej / referat	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach	Projekt indywidualny	Projekt grupowy / praca w grupie	Przeprowadzenie badań
W1			x		
W2		x		x	
W3			x		
U1		x		x	
U2	x				x
U3			x		
K1					x
K2		x		x	
K3			x		x