



**UNIwersYTET
WSB MERITO
GDAŃSK**

Uniwersytet WSB Merito w Gdańsku

Wydział Biznesu

Program studiów

Dla kierunku

Zarządzanie

Drugiego Stopnia

Studia: stacjonarne/ niestacjonarne

Profil: praktyczny

I. OGÓLNA CHARAKTERYSTYKA KIERUNKU STUDIÓW

Nazwa kierunku studiów	Zarządzanie	
Poziom studiów	Studia drugiego stopnia	
Profil studiów	praktyczny	
Forma studiów	stacjonarne/ niestacjonarne	
Czas trwania studiów (w semestrach)	4 semestry	
Łączna liczba punktów ECTS dla danej formy studiów	100 ECTS	
Łączna liczba godzin określona w programie studiów	Studia stacjonarne 2506 h	Studia niestacjonarne 2506 h
Tytuł zawodowy nadawany absolwentom	magister	
Wymiar praktyk zawodowych	480 h	
Język prowadzenia studiów	angielski	
Cykl kształcenia rozpoczynający się w roku	2026/2027	

II. EFEKTY UCZENIA SIĘ

Symbol efektu	Opis efektów uczenia się	Kod uniwersalnej charakterystyki
Wiedza absolwent zna i rozumie		
K_W01	w pogłębionym stopniu treści współczesnych doktryn ekonomicznych i teorii zarządzania posługując się terminologią nauk ekonomicznych	P7S_WG
K_W02	w pogłębionym stopniu współczesne koncepcje organizacji pracy, zna metodykę projektowania struktur organizacyjnych oraz implementacji ich wzorców	P7S_WG
K_W03	(w świetle współczesnych ujęć teoretycznych) ekonomiczne i zarządcze skutki różnic kulturowych w skali organizacji	P7S_WK
K_W04	w pogłębionym stopniu pojęcia oraz znaczenia własności intelektualnej (własności przemysłowej oraz praw autorskich i praw pokrewnych), a także rozumie konieczność zarządzania nimi	P7S_WG
K_W05	w pogłębionym stopniu współczesne koncepcje zarządzania systemami gospodarczymi i organizacjami oraz narzędzia kooperacji i konkurencji między nimi	P7S_WG

K_W06	w pogłębionym stopniu istotę koncepcji zrównoważonego rozwoju gospodarczego w kontekście fundamentalnych dylematów współczesnej cywilizacji.	P7S_WG
K_W07	w pogłębionym stopniu znaczenie społecznej odpowiedzialności biznesu i wskazuje na jej przejawy w praktyce	P7S_WG/WK
K_W08	w pogłębionym stopniu zasady rachunkowości, w tym rachunkowości zarządczej i analiz finansowych w kontekście tworzenia i rozwoju różnych form przedsiębiorczości	P7S_WG
K_W09	style przywództwa i ich uwarunkowania	P7S_WK
K_W10	w pogłębionym stopniu metodologii badań naukowych i zasady instrumentów analitycznych w zakresie nauk ekonomicznych	P7S_WG
K_W11	w pogłębionym stopniu zastosowanie wybranych metod ilościowych i ekonometrycznych wspomagających procesy podejmowania decyzji	P7S_WG/WK
K_W12	w pogłębionym stopniu metody analiz w poszczególnych obszarach działalności przedsiębiorstwa (np. analiza rynku, analiza finansowa, analiza poziomu jakości produktów itp.)	P7S_WG
K_W13	w pogłębionym stopniu zaawansowane metody analiz w poszczególnych obszarach działalności organizacji	P7S_WG
K_W14	w pogłębionym stopniu przepisy prawa (w tym dyrektywy i rozporządzenia UE) regulujące funkcjonowanie podmiotów gospodarczych oraz przepływ towarów, usług i ludzi na rynku europejskim	P7S_WG
K_W15	w pogłębionym stopniu istotę i znaczenie procesów restrukturyzacyjnych organizacji stanowiące fundamentalne dylematy współczesnej cywilizacji	P7S_WG/WK
K_W16	metody analizy strategicznej organizacji i jej otoczenia	P7S_WK
K_W17	w pogłębionym stopniu strategię negocjacyjną i jej wykorzystuje w tworzeniu i rozwoju form przedsiębiorczości	P7S_WG/WK
Umiejętności absolwent potrafi		
K_U01	podejmować i prowadzić działalność gospodarczą przedsiębiorstw, a także działalność organizacji nienastawionych na zysk	P7S_UW
K_U02	dokonywać obserwacji, analizy i interpretacji zjawisk oraz procesów w organizacji	P7S_UW
K_U03	identyfikować i formułować (strukturalizować) i rozwiązywać problemy pozwalające na analizę złożonych procesów i zdarzeń w skali organizacji	P7S_UW
K_U04	dobierać metody i narzędzia służące do opisu oraz analizy problemów i obszarów działalności organizacji i jej otoczenia	P7S_UW
K_U05	modelować i przewidywać przebieg wybranych procesów w organizacji	P7S_UW
K_U06	prognozować, określać i stosować kryteria oraz poziomy mierników oceny funkcjonowania organizacji	P7S_UW
K_U07	uczestniczyć w procesach podejmowania decyzji strategicznych oraz ocenie proponowanych rozwiązań z wykorzystaniem zaawansowanych metod i narzędzi i technik informacyjno-komunikacyjnych	P7S_UW
K_U08	integrować wiedzę z różnych dziedzin w celu tworzenia innowacyjnych rozwiązań	P7S_UW
K_U09	dokonać całościowej diagnozy sytuacji oraz analizy i krytycznej oceny możliwych wariantów strategii	P7S_UW

K_U10	posługiwać się normami i standardami w procesach zarządzania organizacją	P7S_UW
K_U11	posługiwać się przepisami prawa krajowego oraz europejskiego w zakresie działalności gospodarczej w celu podejmowania oraz uzasadniania konkretnych działań i decyzji	P7S_UW
K_U12	opracowywać i wdrażać koncepcję zarządzania zmianami w organizacji, w tym identyfikuje źródła oporów przeciwko zmianom i opracowuje strategie radzenia sobie z nimi	P7S_UW
K_U13	wyjaśniać i charakteryzować zagadnienia z zakresu analizy finansowej w celu podejmowania decyzji biznesowych	P7S_UW
K_U14	projektować i wdrażać systemy zarządzania kapitałem ludzkim w organizacji, w tym systemy motywacyjne	P7S_UO/UU
K_U15	zarządzać projektami w organizacji krajowej lub międzynarodowej	P7S_UO
K_U16	dobierać i zarządzać zasobami organizacji na poziomie strategicznym	P7S_UO
K_U17	prezentować zdobytą wiedzę i umiejętności w mowie i piśmie z wykorzystaniem m.in. narzędzi informacyjnych, w tym zaawansowanych technik informacyjno-komunikacyjnych	P7S_UK
K_U18	stosować komunikację interpersonalną - otoczenie mono- i wielokulturowe	P7S_UK
K_U19	przewodzić negocjacje i mediacje z efektywnym wykorzystaniem komunikacji interpersonalnej w środowisku mono- i wielokulturowym	P7S_UK
K_U20	posługiwać się językiem obcym również w zakresie nauk ekonomicznych na poziomie B2+ Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego	P7S_UK
K_U21	pracować w zespole i kierować jego pracami	P7S_UO
K_U22	samodzielnie zdobywać i doskonalić wiedzę oraz umiejętności zawodowe	P7S_UU
Kompetencje społeczne absolwent jest gotów do		
K_K01	uczestniczenia w inicjatywach społecznych	P7S_KO
K_K02	działania w sposób przedsiębiorczy	P7S_KO
K_K03	wykazywania etycznej postawy i wrażliwości społecznej w ramach wyznaczonych ról organizacyjnych i społecznych	P7S_KR
K_K04	brania odpowiedzialności za powierzone mu zadania	P7S_KR
K_K05	samodzielnego podejmowania decyzji w sytuacjach kryzysowych (np. konfliktu społecznego) oraz zasięgania opinii ekspertów w przypadku trudności z samodzielnym rozwiązywaniem problemów.	P7S_KK

III. ZAJĘCIA LUB GRUPY ZAJĘĆ NIEZALEŻNIE OD FORMY PROWADZENIA WRAZ Z PRZYPISANIEM DO NICH EFEKTÓW UCZENIA SIĘ I TREŚCI PROGRAMOWYCH ZAPEWNIAJĄCYCH UZYSKANIE EFEKTÓW

ZAJĘCIA LUB GRUPY ZAJĘĆ	ODNIESIENIE DO KIERUNKOWYCH EFEKTÓW UCZENIA SIĘ	TREŚCI PROGRAMOWE
MODUŁY ZAJĘĆ (przedmioty kierunkowe)		
BHP	Nie dotyczy	Health and safety principles. Dangers and hazards to health and life at work.
Communication and team management	K_W02 K_W17 K_W03 K_U18 K_U19 K_K03 K_K04	Interpersonal communication: essence, types, models of effective communication, levels of communication in the workplace. Team building and management, team roles, maturity of group members. The elements that make up a good relationship in a team. Effective communication as a team management tool - communication techniques tailored to team members. Age, cultural and generational diversity and its importance in communication processes. Creative problem solving and conflict management. Causes of conflicts in teams and strategies for resolving them Challenges and strategies for communication in teams. Acceptance of diversity in the work environment.
Methodology and Research Design	K_W10 K_U02 K_U04 K_U08 K_K04	Introduction to the issues of preparing and writing a master's thesis • Identification of the research problem • Selection and determination of the thesis topic • Formulation of the research hypothesis and the purpose of the research • Structure of the thesis • Examples of topics and work plans Substantive and formal requirements for the master's thesis • Selection and use of research methods • Survey research and its significance • Selection and use of sources, their availability and timeliness • Correct analysis, synthesis and inference • Editorial requirements for writing a text - style, technique of writing the thesis, footnotes, tables, charts, diagrams, drawings, lists and appendices • PLAGIAT program Structure of the work and the structure of its elements • Elements of the Introduction – examples • Forms of conclusion • Bibliography/ List of Sources Preparation for the defense of the master's thesis Technique of answering questions Presentation of selected topics of the final thesis and its structure as well as parts of the text

Business Law	K_W14 K_U11 K_U17 K_U18 K_K02	Basic Concepts of Jurisprudence Making and applying the law Elements of Constitutional Law Elements of civil law Elements of criminal law Elements of administrative law Elements of commercial law Elements of labour law
Psychology	K_W16 K_W09 K_W07 K_W04 K_W02 K_W01 K_U21 K_U10	Fundamentals of Management Psychology: Psychological aspects of managerial activity - personality and competence profile of the manager 3/4 Leadership styles - behaviorist and situational theories - psychological determinants of effectiveness Leadership - new dimensions of leadership and the functioning of employees Organizational Processes: Formal and Informal Groups Group processes – tasks and characteristics of teams Teamwork – characteristics of effective teams Dysfunctional syndromes Psychology of work - attitudes towards work, determinants of motivation to work
Sustainable development and social responsibility of business	K_W04 K_W07 K_W06 K_U01 K_U03 K_U07 K_K03 K_K04	A strategic approach to social governance The concept and principles of CSR, ESG Sustainability Models Stakeholder Theory - Mapping Norms and standards supporting the ESG strategy Supply Chain Management Global Challenges Impacting Organizations Non-financial reporting Risk management - compliance Environmental Challenges - Carbon Footprint Best practices - analysis of the effectiveness of companies' operations
Strategic Management	K_W13 K_W16 K_W08 K_W12 K_W13 K_U06 K_U02 K_U04 K_U06 K_K01 K_K04	Essence and elements of the strategy Strategic analysis of the organization's environment Analysis of the organization's potential Methods of integrated analysis and types of strategies Balanced ScoreCard as a tool for strategy implementation and monitoring

Quantitative Methods in Business Management	K_W12 K_U02 K_U05 K_U04 K_K02 K_K04	Simple Interest, Compound Interest, Effective Rate, Variable Interest Rate Time Value of Money, Discounting, Equivalent Capitals Annuity Account, Annuity Initial Value, Annuity End Value, Upfront Annuity , Deferred Annuity, Savings and Pension Funds Loans, principle of equivalence of the amount of debt and instalments, decomposition of instalments, principal and interest part of instalments, current debt, loan repayment amortisation table
Business English	K_W01 K_U20 K_K02	Interview. Education. SWOT analysis. Job interview. Educational background. SWOT. Work-related professional vocabulary. Employment. Collocations. Job vocabulary. Employment. Collocations. The aim of the course is to acquire knowledge and skills in the following areas: Specialist vocabulary and business conversations. Interview. Education. SWOT analysis. Job interview. Educational background. SWOT. Work-related professional vocabulary. Employment. Collocations. Job vocabulary. Employment. Collocations. Business environment. Forms of ownership. Law in business. Business industry. Company ownership. Company law
Management concepts	K_W01 K_W02 K_W05 K_W09 K_U02 K_U04	The aim of the course is to acquire knowledge and skills in the following areas: Trends of changes in contemporary management and their sources. A modern approach to organizational structures. Management concepts focused on quality, processes and results. Trends of changes in contemporary management and their sources A modern approach to organizational structures Outsourcing and cooperation between organizations Quality-oriented management concepts Process- and result-oriented management concepts
Labour market and social policy	K_W02 K_W06 K_U03 K_U11 K_U22 K_K03 K_K04	The aim of the course is to acquire knowledge and skills in the field of: Functioning of social policy in Poland. The immediate external environment and labour market mechanisms. Contemporary socio-economic realities. The subject and essence of social policy - origins and basic issues

		Theoretical approach to the elements of the labour market Contemporary labour market – problems and phenomena Labour market policy actors Labour market policy instruments Education Policy Health policy Poverty and social exclusion prevention policy
Dissertation	K_W05 K_W01 K_W10 K_W13 K_U03 K_U04 K_U22 K_U02 K_U17 K_U02 K_K02 K_K04 K_K03	Reading and analysing thesis writing standards and performance evaluation criteria Identifying, analyzing, and evaluating potential job topics Formulation of the research problem Identification and evaluation of possible research tools Preparation of a preliminary work plan
Process Management	K_W05 K_U03 K_K02	The process and essence of process management on the example of the IT industry Identification and recording of the course of main processes and auxiliary processes. Visibility of process management processes Criteria for assessing the course of process management processes and process maturity of the company Selected methods and principles of process management process improvement on the example of IT industry Presentation and analysis of process management processes on the example of the IT industry - case study
Leadership	K_W02 K_W09 K_U01 K_U07 K_U18 K_U21 K_K04 K_K03 K_K02	The role of a leader in a turbulent environment Managerial cycle and delegation of responsibility The Developmental Importance of Feedback How to encourage development when supporting in crises
Crisis management and organization resistance	K_W01 K_W02	Crisis management – the essence of the concept, the perspective and the scale of occurrence

	K_W07 K_W10 K_W06 K_W12 K_U02 K_U03 K_U04 K_U06 K_U01 K_U18 K_K02 K_K03 K_K04	Recognizing a crisis situation. Sources and types of crises Crisis as a decision-making situation in a company. Phases of crisis management. Tackling the crisis strategically Crisis in the organization and its role in the process of organizational development. Risk in crisis management. Contemporary concepts of crisis management (the concept of vulnerability, resilience, adaptation).
Digital transformation of business	K_W05 K_U03 K_K02	The process and essence of digital business transformation Identification and recording of the course of main processes and auxiliary processes. Exposure of digital business transformation processes Criteria for assessing the course of digital business transformation processes and process maturity of the company Selected methods and principles of improving digital business transformation processes Presentation and analysis of digital business transformation processes
Statistical and econometric tools in management	K_W11 K_W12 K_U17 K_U05 K_K04 K_K01	Random Variables - Concept and Distributions Descriptive analysis of the structure of mass phenomena. Statistical Inference in Structure Analysis Methods of analysis of the interdependence of mass phenomena. Construction of linear single-equation models Linear Multiequation Models Use of multi-equation models Laboratory - presentation of the discussed issues with the use of IT techniques.
Meeting with an internship supervisor	Nie dotyczy	Explaining an internship regulations.
Internship	K_W01 K_W02 K_W12 K_W07 K_U21 K_U18 K_U07 K_U03 K_U08 K_U16 K_U03 K_U16	Legal basis and subject matter of the institution's activities. Legal status, ownership structure, subject matter and scope of the institution's activities. Mission and strategy of the institution. The organization of the business entity and the scope of its activities. Organizational structure, decision-making powers and responsibilities of individual units. Organizational documentation of the institution. Statutes, regulations, instructions and rules for the circulation of documents. Perform assigned tasks on your own Participation in group projects.

	K_U19 K_K02 K_K03 K_K01	Analysing financial and accounting processes. Prioritization of tasks and priorities. Task execution sequence recommendations. Self-service for customers. Creating reports on completed tasks to the supervisor.
General electives	Nie dotyczy	The subject presents the most important methods and techniques used by managers in the process of managing organizations. The presented issues concern methods and techniques: facilitating decision-making for managers in the planning stage, optimizing activities in the organizing stage, increasing employee involvement in the motivating stage and increasing the effectiveness of the controlling stage. During the course, the basic characteristics of individual methods and techniques, their main ideas, procedures and effects that can be obtained using a given method or technique are presented. In addition, the lecture presents methods and techniques that increase the creativity of employees, the so-called. heuristic methods.
SPECJALNOŚĆ: INTERNATIONAL BUSINESS MANAGEMENT		
Foreign Investments	K_W01 K_W05 K_W01 K_W05 K_W08 K_U13 K_K04 K_U05 K_U06	Market Structure and Institutions. Market participants, trends toward automated trading, controls over trading. Determination of Spot Exchange - Exchanges rates and macroeconomic news announcements, asset models of the spot exchange rate, the monetary model, Foreign Exchange Market -Theory of exchange market efficiency, interpreting efficient market studies, empirical evidence on spot market efficiency, technical trading models The Eurocurrency Market - Origins of the market, market dimensions and location, pricing Eurocurrency deposits and loans, risks of Eurocurrency deposits, interest rate risk in Eurocurrency loans The Eurobond Market - Origins of the market, market dimensions and currency composition, regulatory and institutional features, primary market practices, the gray market, onshore-offshore arbitrage
Global Dimensions of Business	K_W03 K_W02 K_W16 K_U01 K_U02 K_U04 K_U15	Globalization National Differences in Political, Economic, and Legal Systems National Differences in Economic Development Differences in Culture Ethics, CSR and Sustainability International Trade: Theor

	K_K03 K_K04 K_K02	International Trade: Politics Regional Economic Integration Foreign Direct Investment The Foreign Exchange Market The International Monetary System Business, War, and the Environment Strategy of International Business Organization of International Business Entry Strategy and Strategic Alliances Global Production
International Environment of Business	K_W1 K_W1 K_W1 K_W16 K_W3 K_U04 K_U02 K_U21 K_U17 K_U02 K_K04 K_K03	Introduction to International Environment of Business The Global Economic Environment The Political and Legal Environments The Cultural Environment of Business International Business Ethics and Social Responsibility
International Marketing	K_W01 K_W05 K_W05 K_W02 K_U02 K_U07 K_U07 K_K02 K_K04	Global Brands Marketing Mix - 4 P Social Media Marketing Strategy Promotion and Advertisements Brand Visual Identity
Mergers & Acquisitions	K_W01 K_W05 K_W05 K_U02 K_U02 K_U09 K_K03 K_K04 K_K02	Mergers & Acquisitions - concept, types, motives, legal constraints, and process Assessing strategic directions on M&A activity Valuation and financing of M&A transactions. Evaluating effects of M&A transactions. Hostile takeovers and defensive measures. Preventive antitakeover measures and their consequences
Business and Financial Strategy	K_W16 K_W01 K_W05 K_U02 K_U09 K_U07 K_K02 K_K04	Components of company strategy and its drivers Factors impacting company strategy – PESTEL model Critical role of innovations – innovative disruption Breakthrough digital technologies in selected market segment (eg. finance, healthcare, fashion) Factors global competitiveness Startups and business models Startup presentation – individual tasks
Intercultural Management	K_W03 K_U04 K_U02	Culture and Intercultural Management Intercultural Contacts Communication across Cultures, Managing Intercultural Interactions

	K_U19 K_U18 K_U03 K_U21 K_U17 K_K03 K_K04	
SPECJALNOŚĆ: IT PROJECT MANAGEMENT		
Information and Communication in IT Projects	K_W09 K_W12 K_W12 K_W02 K_U02 K_U06 K_U02 K_U03 K_U05 K_K04	Team roles in project (Belbin test) IT system requirements specification Prioritizing requirements Estimating requirements Flowchart Kanban board
IT Projects Methodology	K_W03 K_W13 K_W09 K_U01 K_U04 K_U08 K_U11 K_U08 K_K01 K_K01 K_K02 K_K03	Introduction to project management and methodologies Project initiation and planning Project execution and monitoring Risk management and quality assurance Change management and communication
Leadership in Projects	K_W07 K_W09 K_W16 K_W01 K_W05 K_W12 K_U05 K_U09 K_U11 K_U10 K_U02 K_K01 K_K03 K_K04	Role of a Project Manager with Leadership Skills Project Cost and Quality Management Risk Management Planning Project Implementation Project Evaluations
Planning in IT Projects	K_W03 K_W13 K_U04 K_U16 K_U01 K_U12 K_U14	Introduction to IT project planning Defining project scope and objectives Creating project schedules and work breakdown structures Resource allocation and risk management Communication and stakeholder engagement Adapting plans and continuous improvement

	K_U23 K_K04 K_K03 K_K01	
Agile Methodologies	K_W01 K_W01 K_W09 K_U04 K_U04 K_U06 K_K04 K_K01 K_K02	An introduction to Agile (Agile values & principles); Differences between the Traditional Project Management and Agile Implementing an Agile: Creating an Agile Environment; Servant Leadership Scrum Kanban Recap and consultation. Test
Controlling IT Projects	K_W03 K_W13 K_W08 K_U02 K_U04 K_U08 K_U08 K_K01 K_K04 K_K03 K_K01	Introduction to Project Control in IT Monitoring Project Progress Change Management and Scope Control Risk Management and Issue Tracking Cost and Resource Management Quality Assurance and Communication
Intercultural Management	K_W03 K_U04 K_U02 K_U19 K_U18 K_U03 K_U21 K_U17 K_K03 K_K04	Culture and Intercultural Management Intercultural Contacts Communication across Cultures, Managing Intercultural Interactions
SPECJALNOŚĆ: DIGITAL MARKETING		
Law on the Internet	K_W01 K_W14 K_W04 K_U02 K_U04 K_U11 K_K02 K_K03	Personal Data Protection and Online Privacy Copyright in the Digital World Liability for Online Content Law and E-commerce Online Marketing Regulations Legal Aspects of Blockchain Technology Combating Illegal Content and Cybercrime
Marketing automation and community management	K_W05 K_W16 K_W02 K_W04 K_U05	Legal Aspects in E-marketing and Marketing Automation Lead Generation and Nurturing in Marketing and Sales Campaigns

	K_U07 K_U08 K_U12 K_U02 K_U07 K_K03 K_K02 K_K04	Communication Personalization and Creation of Marketing and Sales Content Data Analysis and Reporting in Marketing Automation
Cross-channel marketing and strategy management	K_W03 K_W04 K_W02 K_W05 K_U02 K_U04 K_U05 K_U17 K_U16 K_K02 K_K03 K_K04	Communication in Modern Marketing and Consistency in Cross-channel Marketing Channel Integration and Message Personalization in Cross-channel Marketing Campaign Management Using Cross-channel Marketing Analysis, Measurement of Results, and Optimization of Marketing Strategy
Digital communication and content creation	K_W02 K_W01 K_W04 K_U17 K_U04 K_U07 K_U05 K_U09 K_U02 K_U06 K_K02 K_K03 K_K04	Digital Communication and Content Marketing in a Company's Marketing and Sales Strategy Digital Communication and Content Marketing Tools for Brand Awareness Building Principles of Creating Marketing Content Based on Content Marketing Promotion and Distribution of Marketing Content Objectives and Analysis of Online Communication and Content Marketing Activities within the Company
Basics of linguistics and journalism	K_W03 K_W07 K_U18 K_U02 K_K01 K_K02 K_K03	Language Workshops Group Collaboration – Workshop Knowledge of Technologies Used in Media and Public Relations Journalistic Information Sources Media Content Analysis
Content marketing	K_W05 K_W01 K_W02 K_W04 K_W16 K_U17 K_U04	Content Marketing Tools for Brand Awareness Building Principles of Creating Marketing Content Based on Content Marketing Promotion and Distribution of Marketing Content

	K_U07 K_U05 K_U09 K_U02 K_U06 K_K02 K_K03 K_K04	Objectives and Analysis of Content Marketing Activities within the Company
Creating websites and mobile applications	K_W05 K_W15 K_W06 _W15 K_U03 K_U21 K_K02 K_K04	Fundamentals of IDE Tool Usage Basics of Website Creation Website Development Without Programming Knowledge Hosting Website Maintenance Basics of Version Control System Usage
SPECJALNOŚĆ: MANAGEMENT 5.0.		
Human-centric leadership	K_W02 K_W04 K_W05 K_W07 K_W08 K_U01 K_U02 K_U04 K_U07 K_U08 K_K02 K_K01 K_K04	Emotional intelligence, adaptive leadership, employee engagement, leading through change, and building trust in digital transformation
Collaborative human-machine work environments	K_W01 K_W01 K_W09 K_U04 K_U04 K_U06 K_K04 K_K01 K_K02	Human-machine interfaces, ethical AI, cobot integration, augmented reality for workplace training, and cognitive augmentation
Sustainable business strategies and ESG in Industry 5.0	K_W04 K_W07 K_W06 K_U01	Sustainable production practices, circular economy, reducing environmental footprints, and creating value through social responsibility.
Advanced data analytics and AI for decision making	K_W03 K_W13 K_W08 K_U02 K_U04	Data ethics, predictive analytics, AI-driven decision support, hyper-personalization, and real-time data visualization.

	K_U08 K_U08 K_K01 K_K04 K_K03 K_K01	
Digital skills development and workforce resilience	K_W09 K_W12 K_W12 K_W02 K_U02 K_U06 K_U02 K_U03 K_U05 K_K04	Upskilling and reskilling, adaptive learning, digital fluency, personalized learning paths, and resilience-building.
Designing smart, flexible and inclusive workspaces	K_W07 K_W09 K_W16 K_W01 K_W05 K_W12 K_U05 K_U09 K_U11 K_U10 K_U02 K_K01 K_K03 K_K04	Flexible workspace design, remote work technologies, inclusivity in design, environmental comfort, and health monitoring.
SPECJALNOŚĆ: INTERNATIONAL TOURISM MANAGEMENT		
Hospitality Market and Products	K_W01 K_W14 K_W06 K_U18 K_U01 K_U07 K_K04	Characteristics of the hotel market. Reminder of the basic concepts of the market. Supply and demand. Supply of the hotel market. Facilities creating supply on the hotel market. Typology and standardization of the hotel base. Analysis of the hotel database. Tricity hotel base. The market of hotel services in the voivodeship and in the country. Segmentation of hotel facilities. The size and structure of the hotel base. Hotel market demand. Representatives of the demand for hotel services. Characteristics and segmentation of hotel customers. Divisions into domestic and international, individual and group, leisure and business, etc.

		Hotel product. Hotel service as a product - characteristics. Product levels: core product, extended product, etc. Hotel product and the needs of tourists. Analysis of customer needs in the context of the offer of hotel facilities. Creating a hotel product in facilities of various profiles: business, spa, leisure, etc.
Cultural Heritage and Diversity	K_W03 K_W01 K_W04 K_U02 K_U08 K_U09 K_U18 K_K03 K_K03 K_K04	Introduction to cultural heritage and diversity Cultural heritage preservation and management Cultural diversity and identity formation Colonialism, power, and cultural heritage Diversity and social justice Heritage tourism and globalization
Finance Management in Hospitality Business	K_W08 K_U02 K_U03 K_U03 K_U07 K_U08 K_K01 K_K04	Equity and foreign capital as a source of financing the company's activity. Short-term enterprise financing instruments. Long-term enterprise financing instruments. Company's loan policy. Company's capital and property structure. Corporate finance strategies. The structure of capital in the profitability of the company. The specificity of financial management in tourist companies.
Sales Management in Tourism Hospitality	K_W12 K_W14 K_U07 K_U08 K_K02 K_K04	The marketing mix elements essence. Marketing mix management in product and service creation. Sales management by goals. Strategic goals. Mission, vision and the organization values. Sales promotion styles: commercial promotion, consumer promotion and promotion addressed to own sales departments, promotion addressed to decision-makers. Packaging and offering products and services in direct and indirect sales. The essence of up-selling, cross-selling and down-selling and its impact on increasing the organization's revenues.

		The essence of online sales management. Optimal use: SEM marketing, intranet, social media, blogs, buzz marketing, YouTube presentations, group purchases, online intermediaries, newsletters, e-marketing; Marketing analysis of a selected product or service. Determining the role and purpose of existence in the process of creating the company's mission. Creating sales offers for products and services. Creating a complementary sales offer for a given tourist product. Presentation of the method of selling a given product offered on the Internet, indicating the positive and negative aspects of such activities, argumentation.
Management of Hotel Units	K_W07 K_W18 K_W17 K_W07 K_W05 K_U16 K_U17 K_U07 K_U04 K_K01 K_K03	Management-definition, styles, levels Manager –definition, roles, tasks, skills Hotel – definition, organizational structure Management in hotel units Management of ROOMS DIVISION (FO + HK) Management of F & B Department (service+kitchen) Management of ADMIN DEPARTMENT (GM+Acc+HR) Management of Sales & Marketing Department Management of SPA Department Management of Maintenance Department Management of Security Department Management of OTHER Departments (it, parking)
Marketing in Hospitality Business	K_W01 K_W05 K_W02 K_W05 K_U02 K_U07 K_U07 K_K02 K_K04	<u>Brand Visual Identity</u> Brands in Hospitality Business Marketing Mix - 4 P Social Media for hotels and restaurants Marketing Plan Promotion and Advertisements

IV. PRZYPORZĄDKOWANIE KIERUNKU STUDIÓW DO DYSYCYPLIN NAUKOWYCH

L.p.	Dyscypliny naukowe	% PUNKTÓW ECTS
1.	Nauki o zarządzaniu i jakości (dyscyplina wiodąca)	100

V. PODSTAWOWE WSKAŹNIKI ECTS OKREŚLONE DLA PROGRAMU STUDIÓW

Nazwa wskaźnika	Liczba punktów ECTS/Liczba godzin
łączna liczba punktów ECTS, jaką student musi uzyskać w ramach zajęć prowadzonych z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich lub innych osób prowadzących zajęcia	STUDIA STACJONARNE 50
	STUDIA NIESTACJONARNE Nie dotyczy
łączna liczba punktów ECTS przyporządkowana zajęciom kształtującym umiejętności praktyczne	STUDIA STACJONARNE 76
	STUDIA NIESTACJONARNE 76
łączna liczba punktów ECTS, jaką student musi uzyskać w ramach zajęć z dziedziny nauk humanistycznych lub nauk społecznych – w przypadku kierunków studiów przyporządkowanych do dyscyplin w ramach dziedzin innych niż odpowiednio nauki humanistyczne lub nauki społeczne	5 ECTS
łączna liczba punktów ECTS przyporządkowana zajęciom do wyboru	68
łączna liczba punktów ECTS przyporządkowana praktykom zawodowym/zajęciom praktycznym	20
Wymiar zajęć z wychowania fizycznego	STUDIA STACJONARNE Nie dotyczy

VI. WYMIAR, ZASADY I FORMY ODBYWANIA PRAKTYK ZAWODOWYCH

Wymiar: 480 h godzin praktyk zawodowych.

Student wyznaczoną liczbę godzin (łącznie) musi odbyć do końca trybu kształcenia.

Student ma możliwość zorganizowania praktyki indywidualnie bądź z pomocą Biura Obsługi Studenta.

Student udający się na odbycie praktyk zawodowych, powinien wypełnić oświadczenie wstępne, na podstawie którego tworzona jest umowa oraz skierowanie (dla pracodawcy) jak również zaświadczenie o odbytej praktyce, program praktyk, karta czasu pracy praktykanta oraz efekty uczenia się. Po zakończonych praktykach student dostarcza całą dokumentację na uczelnię, gdzie jest ona opiniowana przez Opiekuna praktyk zawodowych.

VII. SPOSOBY WERYFIKACJI I OCENY EFEKTÓW UCZENIA SIĘ OSIĄGANÝCH PRZEZ STUDENTA W TRAKCIE CAŁEGO CYKLU KSZTAŁCENIA DLA DANEGO KIERUNKU STUDIÓW

Metoda weryfikacji/Obszary	Wiedza	Umiejętności	Kompetencje społeczne
Test, kolokwium	x	x	
Egzamin pisemny	x	x	
Egzamin ustny	x	x	
Projekt	x	x	x
Referat	x	x	
Prezentacja	x	x	
Esej	x	x	
Wypowiedź ustna indywidualna	x	x	
Uczestnictwo w dyskusji	x	x	
Studium przypadku (<i>case study</i>)	x	x	x
Raport, sprawozdanie z zadania terenowego	x	x	x
Zadania praktyczne	x	x	x
Samodzielne rozwiązywanie zadań	x	x	x
Aktywny udział w zajęciach	x	x	
Obserwacja studentów przez nauczyciela akademickiego	x	x	x
Praca dyplomowa			
Praca magisterska	x	x	
Egzamin dyplomowy	x	x	x

Formy i metody prowadzenia zajęć oraz kryteria oceny i jej składowe dla poszczególnych zajęć określa karta przedmiotu.