



**UNIwersYTET
WSB MERITO
GDAŃSK**

Uniwersytet WSB Merito w Gdańsku

Wydział Biznesu

Program studiów

Dla kierunku

Zarządzanie

Studia Pierwszego

Studia: stacjonarne/ niestacjonarne

Profil: praktyczny

I. OGÓLNA CHARAKTERYSTYKA KIERUNKU STUDIÓW

Nazwa kierunku studiów	Zarządzanie	
Poziom studiów	Studia pierwszego	
Profil studiów	praktyczny	
Forma studiów	stacjonarne/ niestacjonarne	
Czas trwania studiów (w semestrach)	6 semestrów	
Łączna liczba punktów ECTS dla danej formy studiów	180 ECTS	
Łączna liczba godzin określona w programie studiów	Studia stacjonarne 4758 h	Studia niestacjonarne 4518 h
Tytuł zawodowy nadawany absolwentom	licencjat	
Wymiar praktyk zawodowych	960 h	
Język prowadzenia studiów	angielski	
Cykl kształcenia rozpoczynający się w roku	2025/2026	

II. EFEKTY UCZENIA SIĘ

Symbol efektu	Opis efektów uczenia się	Kod uniwersalnej charakterystyki
Wiedza absolwent zna i rozumie		
K_W01	w zaawansowanym stopniu powiązania między wiedzą przynależną do nauk o zarządzaniu i jakości z zakresu funkcjonowania przedsiębiorstwa oraz organizacji należących do sektora publicznego a innymi naukami	P6S_WG
K_W02	w zaawansowanym stopniu narzędzia komunikacji organizacji z rynkiem	P6S_WG
K_W03	w zaawansowanym stopniu kluczowe koncepcje teorii przedsiębiorstwa odnośnie powstawania, funkcjonowania, przekształcania i rozwoju organizacji gospodarczych a także w kontekście fundamentalnych dylematów współczesnej cywilizacji	P6S_WG/ WK
K_W04	w zaawansowanym stopniu relacje między podmiotami gospodarczymi a innymi instytucjami społecznymi tworzącymi ich otoczenie w skali krajowej i międzynarodowej	P6S_WG
K_W05	w zaawansowanym stopniu obszary funkcjonalne przedsiębiorstwa i relacje między nimi	P6S_WG
K_W06	w zaawansowanym stopniu role i zachowania organizacyjne z	P6S_WG

	uwzględnieniem relacji interpersonalnych, procesów grupowych, sposobów przeciwdziałania stresowi i wypaleniu zawodowemu oraz zjawisk patologicznych w miejscu pracy	
K_W07	w zaawansowanym stopniu role i funkcje procesu zarządzania	P6S_WG
K_W08	w zaawansowanym stopniu zagadnienia z zakresu finansów w odniesieniu do funkcjonowania przedsiębiorstwa	P6S_WG
K_W09	uwarunkowanie przedsiębiorczości w kontekście zasad i form ich tworzenia	P6S_WG/WK
K_W10	funkcje kierowania ludźmi w kontekście typu organizacji i zasięgu jej działania	P6S_WK
K_W11	w zaawansowanym stopniu pojęcie kultury organizacyjnej i ilustruje jej wpływ na sprawność działalności zespołowej i indywidualnej	P6S_WG/WK
K_W12	w zaawansowanym stopniu standardowe metody ilościowe wspomagające procesy podejmowania decyzji	P6S_WG
K_W13	w zaawansowanym stopniu typowe metody projektowania i przeprowadzania analiz w poszczególnych obszarach działalności przedsiębiorstwa (np. analizy rynku, analizy finansowej, poziomu jakości produktów itp.)	P6S_WG
K_W14	przepisy prawa regulujące funkcjonowanie podmiotów gospodarczych	P6S_WG/WK
K_W15	znaczenie norm i standardów w poszczególnych obszarach działalności organizacji (np. standardów rachunkowości, norm pracy, systemów i norm jakości itp.)	P6S_WK
K_W16	w zaawansowanym stopniu rolę i znaczenie struktur organizacyjnych oraz wskazuje wymiary strukturotwórcze	P6S_WG/WK
K_W17	w zaawansowanym stopniu dorobek psychologii zarządzania oraz socjologii organizacji i odnosi go do problemów zarządzania	P6S_WG/WK
K_W18	w zaawansowanym stopniu rolę przywództwa w organizacji	P6S_WG
K_W19	metody i techniki negocjacji	P6S_WK
K_W20	znaczenie własności intelektualnej (własności przemysłowej oraz praw autorskich i praw pokrewnych)	P6S_WK
Umiejętności absolwent potrafi		
K_U01	prowadzić działalność organizacji i rozwiązywać zadania typowe dla działalności zawodowej	P6S_UW
K_U02	dokonywać interpretacji (obserwacji, analizy i oceny) zjawisk i procesów organizacji oraz jej otoczenia	P6S_UW
K_U03	wykorzystać umiejętności z zakresu finansów w odniesieniu do funkcjonowania przedsiębiorstwa	P6S_UW
K_U04	wykorzystywać oraz oceniać metody, techniki i narzędzia służące zarządzaniu organizacją	P6S_UW/UO
K_U05	prognozować dynamikę kondycji organizacji w warunkach nie w pełni przewidywalnych	P6S_UW/UO
K_U06	określać kryteria i poziom mierników funkcjonowania organizacji	P6S_UW/UO
K_U07	uczestniczyć w procesach podejmowania decyzji operacyjnych i taktycznych oraz ocenie proponowanych rozwiązań	P6S_UW/UO
K_U08	stosować odpowiednie metody i narzędzia analityczne oraz systemy informatyczne wspomagające procesy podejmowania decyzji	P6S_UW
K_U09	posługiwać się normami i standardami w procesie zarządzania organizacją	P6S_UW
K_U10	wykorzystywać przepisy prawa oraz systemy znormalizowane przedsiębiorstwa (rachunkowości, bhp itp.) w celu uzasadniania konkretnych działań organizacji	P6S_UW

K_U11	wykorzystywać metody zarządzania zmianami w organizacji	P6S_UW
K_U12	wykorzystywać metody zarządzania projektami w organizacji	P6S_UW
K_U13	wybrać i stosować narzędzia informatyczne wspomagające pracę menadżera	P6S_UW
K_U14	posługiwać się technologiami informacyjnymi w celu gromadzenia, przetwarzania i analizowania danych	P6S_UW
K_U15	zarządzać czasem własnym oraz zespołu	P6S_UO
K_U16	interpretować i wpływać na zachowania organizacyjne	P6S_UO
K_U17	efektywnie zarządzać zasobami organizacji na poziomie operacyjnym i taktycznym	P6S_UU/UO
K_U18	prezentować zdobytą wiedzę oraz umiejętności w mowie i piśmie z wykorzystaniem m.in. narzędzi informacyjnych w tym w zaawansowanych technik informacyjno-komunikacyjnych	P6S_UK
K_U19	stosować komunikację interpersonalną w otoczeniu mono- i wielokulturowym oraz przekazywać wiedzę przy użyciu różnych środków przekazu informacji (w języku ojczystym i wybranym języku obcym)	P6S_UK
K_U20	przewodzić negocjacje i mediacje z efektywnym wykorzystaniem komunikacji interpersonalnej w środowisku mono- i wielokulturowym	P6S_UK
K_U21	posługiwać się językiem obcym również w zakresie nauk ekonomicznych na poziomie B2 Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego	P6S_UK
K_U22	interpretować wyniki analiz typowych dla działalności zawodowej oraz dokonywać ich krytycznej oceny i syntezy.	P6S_UW
K_U23	pracować w zespole i kierować jego pracami	P6S_UO
K_U24	samodzielnie zdobywać wiedzę	P6S_UU
Kompetencje społeczne absolwent jest gotów do		
K_K01	działania w sposób przedsiębiorczy, w tym inicjując oraz współorganizując zadania na rzecz środowiska społecznego.	P6S_KO
K_K02	krytycznej oceny posiadanej wiedzy, zasięganie opinii ekspertów i doskonalenia umiejętności zawodowych	P6S_KK
K_K03	etycznego postępowania w ramach wyznaczonych ról organizacyjnych i społecznych	P6S_KR
K_K04	brania odpowiedzialność za powierzone mu zadania	P6S_KO

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	

Economics	K_W01 K_W04 K_U02 K_K01 K_K04	Basic concepts in economics. Opportunity cost. Rarity, resources. The market and its elements. Demand and supply. Price and income elasticity of demand. Elasticity of supply. The consumer. Enterprise, costs, revenue and profit. Monopoly. Selected issues in macroeconomics
Managing remote team	K_W03 K_W05 K_W06 K_U07	Differences between a traditional team and a distributed team. Formal structure and informal relationships in a distributed team. Factors stabilising team ties (affection, trust, authority). Distributed team dynamics and the importance of generational differences. The phenomenon of diffusion of responsibility in the context of a distributed work mode. Techniques for organising work in a distributed team and their effectiveness.
Cyber security	K_W15 K_U02 K_U07 K_U08 K_K03 K_K04	Cyberspace and the digital economy. Introduction to information security. Cyber security, and risk management. Safe use of digital services. Legal aspects in cyber security. Disinformation in the digital world. Ethical issues. Development trends in cyber security.
Basic Finance	K_W01 K_W14 K_W08 K_U02 K_U03 K_U22 K_K02	Financial system in a market economy . Money . The banking system . Public finance - selected issues .
Basic Law	K_W04 K_W14 K_W15 K_U15 K_U19 K_U10 K_K04 K_K03	Tri-partite division of powers. Legislative authority. The executive branch. Judicial power. Sources of universally binding law. Constitution. Ratified international agreement. Law. Regulation implementing the Act. Acts of local law. General characteristics of criminal law, administrative law, private law.
Introduction to Business Management	K_W03 K_W14 K_W16 K_W06 K_U06 K_U01 K_U04 K_U07	The essence of business management. Management, administration, governance. Identification and analysis of the organisation's environment. The planning and decision-making process. Organising in the classical dimension. Organising in the dimension of organisational structures. Teamwork structures. Group management.

Psychology	K_W17 K_W10 K_U16 K_U17 K_U02 K_K02 K_K03	General regularities of psychological functioning of the individual in different areas of life. Basic human concepts, theories and research in psychology.
Communication and presentation workshops	K_W06 K_W02 K_U18 K_U19 K_K01	<i>Introduction to interpersonal communication</i> <i>Communication & identity</i> <i>Creating interpersonal relationship in communication</i> <i>Language as a bridge and a barieer in communication</i> <i>Importance of nonverbal communication</i> <i>Listening is far more than staying silent when somebody speaks</i> <i>interpersonal communication in Social Media</i>
Personal branding	K_W06 K_W20 K_W07 K_U04 K_U16 K_K04 K_K03	Defining your own style in shaping your image. Business image and its importance. What helps us build our own image and recognise the image in other people. Rules of dress code in business. The greats of this world - influence of famous people, fashion, culture, shtick, business on shaping the image of a contemporary manager. Conscious image building in the professional space.
Business etiquette	K_W01 K_W02 K_W03. K_W04 K_W05 K_W06 K_W07 K_W08 K_W09 K_U01 K_U02 K_U03 K_U04 K_U05 K_U06 K_U07 K_U08 K_U09 K_K01 K_K02,	Business etiquette - the international language of courtesy. Principles of diplomatic protocol. Communication of businessmen- verbal and non-verbal. Principles of savoir- vivre in everyday life: Discussion of all rules of good manners and behaviour in the modern world. Shaping appropriate patterns of behaviour in a business environment.

	K_K03 K_K04	
Introduction to studies	K_W15 K_W17 K_U23 K_U02 K_U24 K_K02	University rules, the structure of the university, student organisations operating at the university and compulsory computerisation in the course of education. Duties and rights of the student.
Basics of information technology and office applications	K_W07 K_W05 K_U04 K_U14 K_U08 K_K02 K_K01	Introduction to operating systems and office software. Word processing and word processors. Using spreadsheets. Creating and editing presentations. Creating and editing advanced text. Using IT tools to support management.
Principles of Marketing	K_W01 K_W02 K_W05 K_W13 K_W07 K_U02 K_U04 K_U01 K_U07 K_K01 K_K02 K_K03	The concept and evolution of marketing. The importance of a company's marketing orientation and the benefits of adopting it for those operating in today's competitive markets. The marketing information system and marketing research.
Methods of project writing	K_W09 K_W01 K_W05 K_W13 K_U02 K_U07 K_U13 K_U14 K_U18 K_K01	Methods and tools to support learning. Key principles of effective learning. Exploration and verification of information
Business plan	K_W03. K_W05 K_W02 K_W04 K_U01 K_U02 K_U14 K_U17 K_U06 K_K01 K_K04 K_K03	The essence, types, functions and uses of a business plan. Principles of development and construction, detailed structure, use and presentation of the business plan. Evaluation of the profitability of investments and evaluation of investment risks. Formulation of the idea of an enterprise (other organisation) or investment project. Draft business plan of an enterprise (other organisation) or investment project.

Basic of Quantitative Methods	K_W12 K_U08 K_U04 K_K02 K_K01 K_K04 K_K03	Basic methods of mathematical analysis and linear algebra. Properties of elementary functions, derivative, monotonicity and determination of extrema of functions of one variable. Matrix operations, solving systems of linear equations.
Basics of accountancy	K_W08 K_W14 K_W15 K_W09 K_U02 K_U03 K_U10 K_K04 K_K02	Accounting, features and functions of accounting, subject matter, subject and principles of accounting, accounting policy, balance sheet and balance sheet balance, classification of assets and liabilities. Documentation of business operations. Accounts and accounting records.
Negotiations and sales techniques	K_W06 K_W19 K_U20 K_U02 K_K02 K_K03	Determinants and determinants affecting the effectiveness of negotiation processes. Negotiation types, tactics and participants in negotiations., Use of presupposition and language of business influence. Typologies of negotiators.
Physical education	K_W01 K_U15 K_U24 K_K02	Basketball, volleyball, football - rules and strategies of the game Shaping the motor skills and fitness necessary for each team game.
Business Ethics	K_W04 K_W09 K_U02 K_U16 K_U24 K_K02 h K_K03	Business ethics in a humanistic perspective. Formation of ethical attitudes. Analysis of the conflicts of values and interests inherent in practising business and taking responsibility for decisions at the level of the economy as a whole, the company, the individual.
Corporate Finance	K_W01 K_U03 K_U04 K_K01	Principles and techniques of effective management of company resources, financial management in the short and long term, analysis of the current economic and financial situation of the company, preparation and evaluation of financial and investment plans, interpretation and analysis of the company's financial results, formation of the correct capital structure of the company.
Business English	K_W07 K_W10 K_W05 K_W01 K_U21 K_U02	Specialised vocabulary and business conversations.

	K_U18 K_U02 K_K02 K_K01 K_K03	
Small business accounting	K_W14 K_W15 K_W08 K_U07 K_U03 K_U10 K_K01 K_K02 K_K03 K_K04	Records and reporting of small business entities. Sources of law defining the tax reporting obligations of entities depending on the size and legal form of the entity.
Human Resources Management	K_W10 K_W06 K_U02 K_K03 K_K02	HRM. Strategic and operational dimensions of organisational people management, Development and training systems, motivation and appraisal, goal setting and HR policy implementation.
Market Research	K_W01 K_W05 K_W02 K_U02 K_U07 K_K02 K_K01	Different approaches to market research issues encountered in the literature; market as an object of research; market mechanism; market decisions (elements of decision-making); uncertainty and risk of market situations; objectives of market research
Meeting with the internship supervisor	Nie dotyczy	Meeting with the supervisor about an internship.
Internship	K_W01 K_W06 K_W12 K_W15 K_W07 K_U01 K_U02 K_U16 K_K02 K_K03	Legal basis and objects of the institutions. Legal status, ownership structure, object and scope of activity of the institution. The mission and strategy of the institution. Organisation of the economic entity and the scope of its activities. Organisational structure, decision-making powers and responsibilities of individual units. Organisational documentation of the institution. Statutes, regulations, instructions and rules of document circulation. Job responsibilities Familiarising oneself with the working methods of the post. Participating in the implementation of organisational tasks.
Repetition of faculty knowledge	K_W03 K_W16 K_W17 K_W02 K_W04 K_W13 K_W08	Repetition and consolidation of management knowledge from 3 years of undergraduate study.

	K_W14 K_W05 K_W01 K_W12 K_U04 K_U07 K_U16 K_U02 K_U06 K_U22 K_U03 K_U10 K_U08 K_K01 K_K02 K_K03	
Managing the business failure	K_W03 K_W17 K_U11 K_U04 K_K01 K_K04	What is failure and how to define it properly. Personal maturity and attitudes to failure. How to deal with failure. The pros and cons of success and failure. Assessing the usefulness of failure and business evolution. The developmental function of failure.
IT in Management	K_W03 K_W07 K_W05 K_U04 K_U14 K_U08 K_K04 K_K02 K_K01	Concepts of data, information, information and computer systems and the interrelationships between them, categories of information systems (along with their functionalities) used today as tools to support business management, selection of the type of information system in relation to the functions and characteristics of the business.
Organizational Behaviour	K_W06 K_W01 K_W10 K_U02	Determinants of individual, group and inter-organisational behaviour, systems for motivating desirable organisational behaviour and creating conditions for effective conflict resolution in organisations.
Quality Management	K_W05 K_W07 K_W03 K_W15 K_W12 K_U01 K_U02 K_U04 K_U07 K_U15 K_U14 K_U22 K_K01 K_K03 K_K04	Essence and characteristics of quality management. Basic concepts and definitions. Principles of quality management. Quality assessment criteria. Standardisation, certification.

General electives	K_W03 K_W04 K_W11 K_U02 K_U19 K_U13 K_K03 K_K04	Introduction to e-commerce: The meaning and concept of e-commerce, e-commerce and e-business, advantages and disadvantages of e-commerce, value chain in e-commerce.
Sociology	K_W04 K_W17 K_W11 K_W06 K_U02 K_U11 K_U22 K_K01	Sociology as a science of society. The individual in society, society in the individual. Culture and the economy. Social control and deviance. Groups and organisations. Transformations of the modern family. The nation, nationalism and the nation-state. Class, stratification and inequality. The argument over globalisation. Economy 4.0 and its social consequences.
Preparing the Student for the Job Market	K_W17 K_W14 K_U08 K_U18 K_U19 K_K01 K_K03	The concept and importance of career planning; Career development and consequences in personal and professional life; Changes in the labour market; International, geographical and occupational mobility; Competences as minimum standards; Careers and emotional competence - personality types and the labour market. Analysis of one's own professional needs and abilities. Concepts of career planning and navigating the contemporary labour market.
Implementation Project	K_W05 K_W13 K_W20 K_U02 K_U06 K_U22 K_U04 K_U06 K_U14 K_U13 K_U24 K_K01 K_K03 K_K04	The aim of the course is to use the acquired directional knowledge and to translate it into a real business project with business utility based on the preparation of a solution for implementation in a specific enterprise. The project will take into account different management areas challenging the organisation: acquiring knowledge and skills in the following areas: process management, human resources management, optimisation of production processes, financial analysis and synthesis, sales, marketing, distribution, communication and effective internal processes. Participation in the implementation of organisational tasks.
Project Management	K_W01 K_W03 K_W06 K_W13 K_U02 K_U05	Project planning and implementation. Project initiation process and project definition. Project parameters. Identification of project activities. Drawing up an implementation plan for a selected project. Feasibility plan. Organisational issues in

	K_U11 K_K02 K_K03	project implementation. Project environment - project stakeholder management process.
Business game	K_W02 K_W05 K_W09 K_W08 K_W01 K_U01 K_U02 K_U23 K_U17 K_U07 K_K01 K_K04	Five decision-making rounds within the simulation. Market potential: market size and value, competition. Competitive market shares: volume, value. Future production planning. Planning future sales. Marketing communication. Pricing strategies. Pricing methods from a customer and financial perspective. Distribution network management. Analysis of customers' purchase location preferences.
Change Management	K_W03 K_W04 K_W11 K_U02 K_U06 K_U19 K_U13 K_K03	Managing change in an organisation. Competencies and skills needed during the organisational change process. Diagnosing resistance and methods of overcoming it. The role of the Change Leader. Organisational culture and the change process.
SPECJALNOŚĆ: INTERNATIONAL BUSINESS		
International Financial Markets	K_W04 K_W08 K_W04 K_W08 K_W04 K_U02 K_U03 K_U02 K_K02	Model and effectiveness of monetary and fiscal policy. Components and determinants of balance of payments. Equilibrium, disequilibrium and adjustment in balance of payments. International parity concepts, purchasing power parity, Fisher effect, international Fisher effect, interest rate parity. Determination of exchange rates. Interest rate effect on exchange rate, inflation rate effect on exchange rate.. International currencies and global exchange reserves. Foreign exchange markets. Evolution of international monetary systems (gold standard, the Bretton Woods system, the post Bretton Woods system). Criteria, costs and benefits of optimum currency areas. Evolution of the theory of optimum currency area. International capital flows. Regulations over international capital flows. External debt causes and effects. External debt in developing economies. Financial programming of IMF. Emerging markets,

		capital flows and capital controls. Crises episodes of advanced and emerging market economies.
Multicultural Management	K_W04 K_W11 K_W02 K_U19 K_U20 K_U21 K_U16 K_U02 K_K04 K_K03	Introduction to multicultural management understanding the concept of "the culture" 6 dimension of culture values at work and their cultural bakground communication types according to the chosen countries carrier choices are influenced by culture how much sel is there in "self"? culture shock Introduction to multicultural management understanding the concept of "the culture" 6 dimension of culture values at work and their cultural bakground
International Marketing	K_W07 K_W02 K_U02 K_U04 K_K01 K_K04	<u>Brand Visual Identity</u> Global Brands Marketing Mix - 4 P Social Media Marketing Strategy Promotion and Advertisments
International Human Resources Management	K_W10 K_W11 K_U02 K_K01 K_K04	Key functions of IHRM Cultural aspects of IHRM Global mobility programmes Challenges of IHRM IHRM in mergers and aquisitions 3 dimensions of Morgan's model Effective IHRM implementation Global workforce planning Case study IHRM strategy by every process Diversity in global workplace Future trends in IHRM
International Trade	K_W09 K_W01 K_W02 K_W09 K_W07 K_U01 K_U21 K_U07 K_U09 K_U10	Introduction to international trade – basics, definitions, theories Current trends in international trade Foreign exchange, Institutional support for international business, WTO and trade liberalization Legal aspects of international business International Logistics The usefulness of free trade zones Global competitiveness: international

	K_K01 K_K04	marketing The pricing strategy for export items Analysis for estimating market potential
Sales techniques	K_W01 K_W03 K_W12 K_W08 K_W15 K_W19 K_U01 K_U02 K_U04 K_U19 K_U20 K_U16 K_K01 K_K02 K_K03 K_K04	The organization and its activity on the market. The importance of mission, vision and company values in the sale of goods and services.
SPECJALNOŚĆ: TOURISM AND HOTEL 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
SPECJALNOŚĆ: INTERNATIONAL BUSINESS BA BUSINESS AND MANAGEMENT TOP-UP Z UNIVERSITY OF NORTHAMPTON		
Business Project	K_W02 K_W09 K_U02 K_U14 K_U22	The concept, types, application and construction of a business project. Strategic analyses in business projects . Market analyses of a business project Investments, fixed and variable costs Financial plan of the project .

	K_U01 K_U03 K_U05 K_K03 K_K04 K_K01	Evaluation of the economic efficiency of the project
Accounting and Finance for Managers	K_W01 K_W03 K_W05 K_W16 K_U02 K_U03 K_U05 K_U06 K_U16 K_K01 K_K02 K_K03 K_K04	Introduction to Financial Accounting. Understanding Financial Statements. Budgeting and Financial Planning. Financial Analysis Techniques Advanced Financial Statement Analysis. Strategic Management Accounting. Advanced Budgeting and Forecasting. Advanced Capital Budgeting Techniques
Principles of Marketing Management	K_W02 K_W05 K_W13 K_U05 K_U1 K_U17 K_U19 K_U21 K_U23	Diagnosing the market, analysing the company's offer, creating the brand delivering the values Introduction to marketing, diagnosing the market, creating the brand, dilemmas on pricing strategies, segmentation&targeting, delivering the values.
Strategic Management	K_W8 K_W12 K_W13 K_W16 K_U02 K_U04 K_U06 K_K01 K_K04	The essence and elements of the strategy. Strategic analysis of the organization's environment. Methods of integrated analysis and types of strategies Balanced ScoreCard as a strategy implementation and monitoring tool. Advanced Strategic Analysis. Mergers and Acquisitions (M&A). Strategic Implementation and Control. Strategic Management Simulation
Strategic Human Resource Management	K_W01 K_W03 K_W05 K_W07 K_W14 K_W06 K_U01 K_U02 K_U03 K_U08 K_U09 K_K01 K_K02 K_K03	Definition and purpose of SHRM Differences between traditional HR and SHRM Overview of HRM's role in organizational strategy Understanding business strategy frameworks (e.g., Porter's Five Forces) Linking HR practices to strategic goals Case studies of HR-business alignment in successful companies Aligning individual and team performance with organizational goals Performance appraisal methods Continuous feedback and development culture Creating a learning culture Strategic skills development and succession planning HR metrics and analytics for strategic insights Using HR technology for better workforce

	K_K04	management Predictive analytics and data-driven HR strategies
Social Responsibility of Business	K_W03 K_W04 K_U22 K_U18 K_U01 K_K02 K_K03 K_K04	Business practices. Ethics in business. Corporate responsibility. Societal cooperation Corporate responsibility Piecing together case research Enterprise sampling research

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 91,1
	STUDIA NIESTACJONARNE Nie dotyczy
Łączna liczba punktów ECTS przyporządkowana zajęciom kształtującym umiejętności praktyczne	STUDIA STACJONARNE 119
	STUDIA NIESTACJONARNE 119
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	65
Łączna liczba punktów ECTS przyporządkowana praktykom zawodowym/zajęciom praktycznym	39

Wymiar zajęć z wychowania fizycznego	STUDIA STACJONARNE 60 h
--------------------------------------	--------------------------------

VI. WYMIAR, ZASADY I FORMY ODBYWANIA PRAKTYK ZAWODOWYCH

Wymiar: 960 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 OSIĄGANYCH 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			
Egzamin dyplomowy	x	x	x
Projekt wdrożeniowy	x	x	x

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