

Program studiów  
**International Marketing**

*(nazwa kierunku)*

studia I stopnia

*(poziom)*

profil praktyczny

*(profil)*

**2023-2024**

*(początek obowiązywania – wskazanie roku akademickiego)*

Łódź 2023

**1. Nazwa kierunku studiów: International Marketing****2. Zwięzły opis kierunku**

Kierunek studiów licencjackich o profilu praktycznym w języku angielskim, International Marketing, oferowany jest z myślą o polskich i zagranicznych absolwentach szkół średnich dobrze posługujących się językiem angielskim oraz aspirujących do budowania swoich karier zawodowych w międzynarodowych firmach i organizacjach publicznych.

Program studiów obejmuje ponad 1100 godzin zajęć o tematyce marketingowej i biznesowej osadzonych w kontekście dorobku nauk społecznych. Z uwagi na praktyczny charakter kierunku, zajęcia prowadzone są przez nauczycieli akademickich posiadających doświadczenie zdobyte w firmach i organizacjach publicznych oraz wykładowców-praktyków zewnętrznych, będących pracownikami międzynarodowych firm, agencji doradczych, organizacji non-profit oraz instytucji publicznych szczebla lokalnego i centralnego.

Program studiów stanowi kompozycję przedmiotów z zakresu zarządzania i marketingu oraz specjalistycznych kursów kształtujących umiejętności praktyczne, umożliwiającym uczestnikom zapoznanie się z różnymi aspektami funkcjonowania organizacji na rynku międzynarodowym, takich jak zarządzanie marką i komunikacja marketingowa, zarządzanie zasobami ludzkimi, zarządzanie w środowisku wielokulturowym. Oprócz wiedzy i umiejętności zdobytych w toku zajęć związanych z marketingiem i zarządzaniem uczestnicy otrzymują liczne dodatkowe kompetencje, niezwykle ważne z punktu widzenia współczesnego rynku pracy, takie jak: komunikacja społeczna i sztuka prezentacji, negocjacje międzynarodowe, umiejętność twórczego rozwiązywania problemów menedżerskich czy zastosowanie analizy danych i technologii informacyjnych w podejmowaniu decyzji marketingowych. Zajęcia prowadzone są również w formie warsztatowej tak by studenci mogli realizować wieloetapowe projekty inspirowane realnymi problemami ze świata biznesu. Podejście to pozwoli ograniczyć liczbę egzaminów o charakterze teoretycznym, skupiając się na praktycznych umiejętnościach studenta. Przewidziano również 6 miesięcy praktyk w wybranych firmach i instytucjach.

**3. Poziom studiów: I stopnia****4. Profil studiów: profil praktyczny****5. Forma studiów: studia stacjonarne****6. Zasadnicze cele kształcenia, w tym nabywane kwalifikacje:**

Kierunek INTERNATIONAL MARKETING został stworzony z myślą o osobach, które pragną rozwinąć swoją karierę w różnego typu organizacjach: zarówno w międzynarodowych przedsiębiorstwach, jak również i w instytucjach publicznych, mediach czy agencjach reklamowych. Podstawowym celem jest:

- a) zapoznanie studentów w problematyką prowadzenia działalności marketingowej i okołomarketingowej w środowisku międzynarodowym,
- b) przekazanie praktycznej wiedzy na temat uwarunkowań, wyzwań oraz mechanizmów działań organizacji i zachowań różnych podmiotów z otoczenia okołobiznesowego,
- c) wykształcenie praktycznych umiejętności w zakresie prowadzenia własnej organizacji,
- d) przygotowanie do pracy w różnego typu organizacjach biznesowych lub okołobiznesowych,
- e) przygotowanie do podjęcia studiów II stopnia na różnych kierunkach pokrewnych w dziedzinie nauk społecznych,
- f) wykształcenie dodatkowych umiejętności komunikacyjnych w wybranym języku obcym na poziomie B2 Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego,
- g) wykształcenie umiejętności samodzielnego i analitycznego myślenia.

Program INTERNATIONAL MARKETING został tak skonstruowany, aby każdy uczestnik miał okazję wykształcić praktyczne umiejętności oraz samodzielnie zastosować i wdrożyć nowo zdobytą wiedzę. Zadania realizowane podczas zajęć pozwalają studentom rozwinąć praktyczne kompetencje w zakresie planowania działań marketingowych, przygotowywania strategii, komunikowania, analizy i krytycznej interpretacji informacji, współpracy z różnymi podmiotami, identyfikacji kluczowych wyzwań oraz szacowania ryzyka. Absolwent będzie umiał korzystać z informatycznych i statystycznych narzędzi, które są przydatne w realizacji różnego rodzaju projektów z zakresu marketingu oraz zarządzania organizacjami. Ukończenie tego kierunku pozwoli również rozwinąć umiejętności samodzielnego i analitycznego myślenia, krytycznego oceniania danych oraz prac teoretycznych, formułowania pytań i poszukiwania różnych źródeł informacji, pracy w zespole i kierowania grupą, a także dalszego podnoszenia swoich kwalifikacji.

**7. Tytuł zawodowy uzyskiwany przez absolwenta:** licencjat.

**8. Możliwości zatrudnienia i kontynuowania kształcenia:**

Absolwent kierunku INTERNATIONAL MARKETING może znaleźć zatrudnienie w organizacjach działających zarówno na rynkach lokalnych, jak i międzynarodowych, m.in. w przedsiębiorstwach, instytucjach rządowych i pozarządowych,

w administracji publicznej i mediach. Wysokie kompetencje językowe oraz wiedza biznesowa pozwolą na podjęcie pracy na różnych stanowiskach specjalistycznych np.: specjaliści ds. marketingu, zarządzania projektami marketingowymi (tzw. account manager), handlu, sprzedaży, promocji, analizy danych, planowania mediów. Absolwenci kierunku INTERNATIONAL MARKETING posiadają niezbędne kwalifikacje by aplikować o pracę w domach mediowych, agencjach interaktywnych, reklamowych, public relations, firmach badawczych. Studia pomagają w znalezieniu zatrudnienia zarówno w Polsce, jak i zagranicą. Kierunek INTERNATIONAL MARKETING został tak zorganizowany, aby promować samodzielność oraz przedsiębiorczość wśród młodych osób. Dlatego studenci zdobywają wiedzę i umiejętności pozwalające na założenie własnej działalności gospodarczej oraz na realizację własnych pomysłów biznesowych.

Zgodnie z klasyfikacją zawodów i specjalności na rynku pracy zawartą w Rozporządzeniu Ministra Rodziny i Polityki Społecznej z dn. 15 kwietnia 2022 r. absolwent kierunku INTERNATIONAL MARKETING jest szczególnie predysponowany do podjęcia zatrudnienia między innymi w następujących zawodach i specjalnościach zawodowych: (243101) Analityk trendów rynkowych (cool hunter); (243104) Menedżer marki (brand manager); (243106) Specjalista do spraw marketingu i handlu; (243108) Specjalista do spraw mediów interaktywnych; (243203) Specjalista do spraw public relations; (243201) Specjalista etyki biznesu; (333903) Promotor marki (trendsetter); (242223) Specjalista do spraw planowania strategicznego.

Absolwenci INTERNATIONAL MARKETING mają wystarczające podstawy teoretyczne, aby kontynuować kształcenie na studiach II stopnia na pokrewnych kierunkach związanych np. z socjologią, stosunkami międzynarodowymi, ekonomią, zarządzaniem, kulturoznawstwem itd.

### **9. Wymagania wstępne, oczekiwane kompetencje kandydata:**

Oferta studiów na kierunku International Marketing kierowana jest do absolwentów szkół średnich dowolnego typu. Kandydat powinien posiadać podstawową wiedzę z zakresu ekonomii, wiedzy o społeczeństwie oraz wykazywać się znajomością języka angielskiego na poziomie B2 w mowie i piśmie. Powinien cechować się kreatywnością, być otwartym na współpracę w zespołach interdyscyplinarnych i międzynarodowych. Kandydat powinien być zainteresowany obserwacją zmieniającego się świata społeczno-gospodarczego, ze szczególnym uwzględnieniem zmian zachodzących w świecie technologii cyfrowych.

### **10. Dziedziny i dyscypliny naukowe, do których odnoszą się efekty uczenia się:**

- Dziedzina nauk społecznych: 100%
- Dyscypliny naukowe: nauki o polityce i administracji (55%), nauki o zarządzaniu i jakości (35%), nauki o komunikacji społecznej i mediach (10%).
- Dyscyplina wiodąca: nauki o polityce i administracji

### 11. Kierunkowe efekty uczenia się:

Symbole efektów uczenia się dla kierunku	Opis kierunkowych efektów uczenia się na kierunku <i>International Marketing</i> Po ukończeniu studiów I stopnia absolwent:	Odniesienie do składnika opisu charakterystyk pierwszego i drugiego stopnia PRK
	<b>11.1 Wiedza</b>	
13IM-1P_W01	Zna i rozumie zaawansowaną terminologię i teorie z zakresu marketingu międzynarodowego	P6U_W P6S_WG
13IM-1P_W02	Zna zaawansowane metody, narzędzia i techniki pozyskiwania i analizy danych niezbędnych do opisywania i analizowania społeczeństw, instytucji publicznych, podmiotów prywatnych oraz procesów, których są uczestnikami	P6U_W P6S_WG
13IM-1P_W03	Zna i rozumie możliwości wykorzystania zaawansowanych technologii informacyjno-komunikacyjnych do analizy otoczenia międzynarodowego	P6U_W P6S_WG
13IM-1P_W04	Zna normy i reguły dotyczące funkcjonowania międzynarodowego środowiska polityczno-biznesowego	P6U_W P6S_WG
13IM-1P_W05	Zna i rozumie możliwości zastosowania zaawansowanych narzędzi marketingowych przez instytucje publiczne, organizacje pozarządowe oraz podmioty rynku politycznego	P6U_W P6S_WG
13IM-1P_W06	Zna uwarunkowania i modele zachowań konsumentów	P6U_W P6S_WG
13IM-1P_W07	Zna i rozumie problematykę zarządzania marką na rynkach międzynarodowych	P6U_W P6S_WG
13IM-1P_W08	Zna i rozumie zagadnienia z zakresu zakładania i prowadzenia własnej działalności gospodarczej	P6U_W P6S_WK
13IM-1P_W09	Zna i rozumie podstawowe zasady z zakresu ochrony własności intelektualnej i prawa autorskiego. Zna i rozumie pojęcia i zasady z zakresu ochrony własności przemysłowej i prawa autorskiego w ujęciu międzynarodowym	P6U_W P6S_WK
<b>11.2. Umiejętności</b>		
13IM-1P_U01	Potrafi w zaawansowany sposób identyfikować i interpretować zjawiska społeczno-gospodarcze występujące we współczesnym świecie z wykorzystaniem wiedzy z różnych dyscyplin nauk społecznych	P6U_U P6S_UW

13IM-1P_U02	Potrafi w zaawansowany sposób identyfikować i interpretować zachowania przedsiębiorstw, instytucji publicznych oraz konsumentów na rynkach zagranicznych oraz dostrzegać wpływ specyfiki kulturowej na decyzję podejmowane przez różnych uczestników rynku	P6U_U P6S_UW
13IM-1P_U03	Potrafi komunikować się z użyciem zaawansowanej terminologii z zakresu nauk społecznych, w szczególności marketingu międzynarodowego	P6U_U P6S_UK
13IM-1P_U04	Potrafi posługiwać się językiem innym niż język kształcenia na poziomie B2 Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego	P6U_U P6S_UK
13IM-1P_U05	Potrafi samodzielnie zdobywać wiedzę i poszerzać umiejętności badawcze, kierując się wskazaniem opiekuna naukowego	P6U_U P6S_UU
13IM-1P_U06	Potrafi współdziałać i pracować w grupie, przyjmując w niej różne role	P6U_U P6S_UO
13IM-1P_U07	Potrafi analizować dane liczbowe z wykorzystaniem zaawansowanych metod statystycznych	P6U_U P6S_UW
13IM-1P_U08	Potrafi posługiwać się językiem innym niż język kształcenia na poziomie B2+ Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego	P6U_U P6S_UK
<b>11.3. Kompetencje społeczne</b>		
13IM-1P_K01	Jest gotów do uznawania znaczenia wiedzy z dziedziny nauk społecznych w rozwiązywaniu problemów poznawczych i praktycznych	P6U_K P6S_KK
13IM-1P_K02	Jest gotów do myślenia i działania w sposób przedsiębiorczy	P6U_K P6S_KO
13IM-1P_K03	Jest gotów do przestrzegania zasad etyki zawodowej i wymagania tego od innych	P6U_K P6S_KR
13IM-1P_K04	Angażuje się w działalność na rzecz środowiska społecznego, wypełnia zobowiązania społeczne związane z wykonywanym zawodem	P6U_K P6S_KO

### **Efekt uczenia się z zakresu ochrony własności intelektualnej i prawa autorskiego**

13IM-1P_W09	Zna i rozumie podstawowe zasady z zakresu ochrony własności intelektualnej i prawa autorskiego. Zna i rozumie pojęcia i zasady z zakresu ochrony własności przemysłowej i prawa autorskiego w ujęciu międzynarodowym	P6S_WK
-------------	--	--------

Efekt uczenia się jest realizowany przede wszystkim w ramach obowiązkowego szkolenia oraz seminariów licencjackich i wszelkich zajęć w formie konwersatoriów.

## **12. Wnioski z analizy zgodności efektów uczenia się z potrzebami rynku pracy i otoczenia społecznego, wnioski z analizy wyników monitoringu karier zawodowych absolwentów oraz sprawdzone wzorce międzynarodowe przy jednoczesnym uwzględnieniu specyfiki kierunku**

Kierunek studiów I stopnia *International Marketing* odpowiada na potrzeby otoczenia społeczno-gospodarczego wobec coraz większych i coraz bardziej różnorodnych wyzwań dla polityki państwa w wielu sferach życia społecznego i ekonomicznego. Przeprowadzone analizy pokazały, że zarówno w służbie publicznej, jak i w organizacjach pozarządowych, które coraz aktywniej włączają się w rozwiązywanie problemów społecznych i realizację zadań publicznych w tym zakresie, potrzebni są wszechstronnie wykształceni specjaliści, znający różne aspekty polityki krajowej i międzynarodowej, w tym regulacje i standardy europejskie. Niezbędne jest również biegłe posługiwanie się językiem obcym (w przypadku IM – angielskim). Na tej podstawie zostały sformułowane zakładane efekty uczenia się i opracowany program studiów dla kierunku *International Marketing*. Program z dominującą rolą nauk o polityce i administracji oraz nauk o zarządzaniu i jakości ma charakter bardzo interdyscyplinarny. Uwzględniono w nim z jednej strony założenia praktycznego profilu kierunku i konieczność rozwijania kompetencji niezbędnych w wykonywaniu różnych zawodów, ale również starania by przygotować studentów do prowadzenia badań naukowych. Student ma możliwość – dzięki wprowadzeniu modułów wybieralnych – elastycznego i indywidualnego kształtowania własnej ścieżki dydaktycznej i rozwijania swoich zainteresowań.

## **13. Wskazanie związku studiów z misją uczelni i strategią rozwoju:**

Kierunek *International Marketing* odpowiada strategii rozwoju UŁ. Studia przyczyniają się do rozwoju Uczelni, miasta i regionu, gdyż są atrakcyjną ofertą kształcącą wykwalifikowaną kadrę oraz są dostosowane do zmieniającego się rynku pracy. Świadczy o tym praktyczny charakter uzyskiwanej wiedzy, który odpowiada na potrzebę kształcenia w konkretnych zawodach, co może zaowocować zwiększonym zainteresowaniem nauką wśród przyszłych studentów. Studiując na kierunku *International Marketing* student zdobywa umiejętności komunikowania się i profesjonalnego działania w różnych sferach biznesu, mediów oraz instytucji sektora publicznego. Student/ka ma możliwość wdrożenia własnej ścieżki kształcenia, która odpowiada

jego/jej oczekiwaniom dotyczącym procesu zdobywania wiedzy i kształtowania umiejętności przydatnych na współczesnym rynku pracy. Dzięki programowi monitorowania losów absolwentów WSMiP stale rozwija sieć instytucji partnerskich i doskonali program studiów, co skutkuje wzmacnianiem międzynarodowego i wielokulturowego charakteru miasta i przygotowaniem kreatywnych kadr dla regionu.

#### **14. Wskazanie wyraźnych różnic w stosunku do innych programów studiów o podobnie zdefiniowanych celach i efektach uczenia się prowadzonych w Uniwersytecie Łódzkim**

Studia na kierunku International Marketing zostały opracowane w oparciu o wieloletnie doświadczenie pracowników Wydziału Studiów Międzynarodowych i Politologicznych. Cechą wyróżniającą kierunek spośród innych ofert dostępnych na Uniwersytecie Łódzkim jest nastawienie na szczegółową analizę środowiska międzynarodowego oraz oceny jego wpływu na organizacje biznesowe. Usytuowanie kierunku w ramach nauk o polityce i administracji oraz nauk o zarządzaniu i jakości pozwala przekazać studentom kompletny zestaw narzędzi niezbędnych do funkcjonowania w międzynarodowym, wielokulturowym środowisku biznesowym. Stanowi to istotny wyróżnik względem kierunku Marketing (WZ) czy Business Management (WZ). Zajęcia na kierunku prowadzone są też przez praktyków z sektora prywatnego, publicznego i społecznego a studenci przygotowują prace nastawione na rozwiązywanie konkretnych i realnych problemów, w oparciu o zdobytą wiedzę. Interdyscyplinarne podejście do prowadzenia zajęć dydaktycznych pozwala studentom kierunku International Marketing spojrzeć na problemy współczesnego biznesu z szerszej, unikatowej perspektywy. Szczególny nacisk stawia się także, na metody aktywizujące i pracę w zespole, aby w przyszłości absolwent kierunku mógł bez trudu podjąć pracę w dużych instytucjach o charakterze biznesowym, politycznym lub społecznym.

#### **15. Plan studiów:**



## PLAN STUDIÓW

kierunek studiów: **International Marketing**  
 profil studiów: **praktyczny**  
 stopień: **I**  
 forma studiów: **stacjonarne**  
 specjalności: **n/d**  
 od roku: **2023/2024**

rok	semestr	Przedmiot	KOD	Szczegóły przedmiotu					Forma zaliczenia	ECTS	nazwa modułu do którego należy przedmiot**
				ilość godzin							
				wykładow	ćwiczeń konwers./semin.	ćwiczeń	lektoratów	Razem			
I	01	Economics		30		15		45	Z	4	MP
	01	Statistics and Demography			30			30	Z	5	MP
	01	International Business Law			30			30	Z	4	MP
	01	Effective Presentation and Communication			30			30	Z	4	MP
	01	Principles of Marketing			30			30	Z	5	MS
	01	Social and Psychological Issues in Consumer Behavior			30			30	Z	5	MS
	01	Fundamentals of Management			30			30	Z	5	MS
	<b>razem po 1. semestrze :</b>								<b>godzin: 225</b>	<b>p. ECTS: 32</b>	
	02	Economics		30		15		45	E	5	MP
	02	Information Technologies			30			30	Z	5	MP
	02	Foreign Language					60	60	Z	3	MW
	02	Physical Education				30		30	Z	0	MP
	02	Brand Management and Communication			30			30	Z	5	MS
	02	Creative and Critical Thinking			30			30	Z	5	MS
02	Principles of International Marketing			30			30	Z	5	MS	
<b>razem po 2. semestrze :</b>								<b>godzin: 255</b>	<b>p. ECTS: 28</b>		
II	03	Applied Data Analysis in Social Sciences – part I			30			30	Z	5	MP
	03	Foreign Language					60	E	4	MW	
	03	Physical Education				30		30	Z	0	MP
	03	Introduction to Social Media Communication			30			30	Z	5	MS
	03	Introduction to International Marketing Communications			30			30	Z	5	MS
	03	Public and Non-Profit Marketing			30			30	Z	5	MS
	03	Fundamentals of Human Resources Management			30			30	Z	5	MS
	<b>razem po 3. semestrze :</b>								<b>godzin: 240</b>	<b>p. ECTS: 29</b>	
III	04	Applied Data Analysis in Social Sciences – part II			30			30	Z	5	MP
	04	Basic Communication Skills Workshop			30			30	Z	3	MW
	04	European Integration			30			30	Z	4	MP
	04	International Economic Relations		30		15		45	E	5	MP
	04	Introduction to Project Management			30			30	Z	3	MS
	04	Internet Consumer Behavior			30			30	Z	5	MS
	04	Finance in Marketing Management			30			30	Z	3	MS
	04	B.A. Seminar and thesis preparation			30			30	Z	4	MS
<b>razem po 4. semestrze :</b>								<b>godzin: 255</b>	<b>p. ECTS: 32</b>		
III	05	B.A. Seminar and thesis preparation			30			30	Z	5	MS
	05	Internship						720	Z	24	MW
	<b>razem po 5. semestrze :</b>								<b>godzin: 750</b>	<b>p. ECTS: 29</b>	
	06	Advanced Communication Skills Workshop			30			30	Z	5	MW
	06	Political Marketing			30			30	Z	5	MS
	06	Entrepreneurship and Business Planning			30			30	Z	5	MS
	06	International Economic Organizations			30			30	Z	5	MP
	06	Sales, Export and Business Negotiations			30			30	Z	5	MS
06	B.A. Seminar and thesis preparation			30			30	Z	8	MS	
<b>razem po 6. semestrze :</b>								<b>godzin: 180</b>	<b>p. ECTS: 33</b>		
<b>RAZEM W CIĄGU TOKU STUDIÓW :</b>								<b>godzin: 1905</b>	<b>p. ECTS: 183</b>		

Moduł wybieralny:

rok	semestr	Przedmioty wybieralne ....	KOD	Szczegóły przedmiotu					Forma zaliczenia	ECTS
				ilość godzin						
				wykładow	ćwiczeń konw.	ćwiczeń/lektoratów	Razem			
I	02	Foreign Language				60	60	Z	3	
	03	Foreign Language				60	60	E	4	
II	04	Basic Communication Skills Workshop			30		30	Z	3	
	04	B.A. Seminar and thesis preparation			30		30	Z	4	
III	05	B.A. Seminar and thesis preparation			30		30	Z	5	
	05	Internship					720	Z	24	
	06	Advanced Communication Skills Workshop			30		30	Z	5	
	06	B.A. Seminar and thesis preparation			30		30	Z	8	
<b>RAZEM</b>								<b>990</b>	<b>56</b>	

## 16. Bilans punktów ECTS wraz ze wskaźnikami charakteryzującymi program studiów:

Łączna liczba punktów, którą student musi zdobyć, aby uzyskać określone kwalifikacje:

- a. w każdym roku akademickim student musi zdobyć co najmniej 60 punktów ECTS, łącznie w ciągu 6 semestrów nauki student musi zgromadzić 183 punkty;
- b. łączna liczba godzin zajęć, w tym praktyk, które student musi zrealizować w toku studiów: 1905 godzin;
- c. łączna liczba punktów ECTS, którą student musi uzyskać na zajęciach bezpośrednich (wymagających bezpośredniego udziału wykładowców i studentów): 159;
- d. łączna liczba punktów ECTS, którą student musi uzyskać w ramach zajęć kształtujących umiejętności praktyczne, w tym zajęć laboratoryjnych i projektowych: 145;
- e. łączna liczba punktów ECTS, którą student musi uzyskać w ramach zajęć do wyboru: 56;
- f. łączna liczba punktów ECTS, którą student musi uzyskać w ramach zajęć z dziedziny nauk humanistycznych: 5;
- g. minimalna liczba punktów ECTS, którą student musi uzyskać realizując moduły kształcenia w zakresie zajęć ogólnouczelnianych lub na innym kierunku studiów: program nie przewiduje.

#### **17. Opis procesu prowadzącego do uzyskania efektów uczenia się, w tym:**

**a) Opis poszczególnych przedmiotów lub modułów procesu kształcenia, zgodny z wymogami obowiązującymi w tym zakresie w Uniwersytecie Łódzkim, wraz z przypisanymi do nich punktami ECTS oraz sposoby weryfikacji i oceny osiągnięcia przez studenta zakładanych efektów uczenia się**

Weryfikacja osiągnięcia przez studenta zakładanych efektów uczenia się następuje w formie egzaminów i zaliczeń, zgodnie z planem studiów: w przypadku wykładów – egzamin lub zaliczenie (w zależności od typu wykładu), w przypadku ćwiczeń konwersatoryjnych – zaliczenie, w przypadku ćwiczeń stanowiących uzupełnienie wykładu: zaliczenie; w przypadku lektoratów: egzamin sprawdzający kompetencje językowe na poziomie B-2 Europejskiego Systemu Opisu Kompetencji Językowych; w przypadku seminariów - zaliczanie. Sposoby weryfikacji efektów uczenia odbywają się w szczególności poprzez: egzamin pisemny i ustny, kolokwium pisemne i ustne, prezentacja, referat, praca pisemna, projekt (indywidualny lub grupowy). Szczegółowe sposoby weryfikacji i oceny osiągnięcia efektów uczenia się właściwe dla przyjętych na WSMiP UŁ form zajęć ogólnie opisane są



- organizacje pozarządowe.

Dla praktyk zostały sformułowane efekty uczenia się i metody ich weryfikacji (wypełniony przez studenta dziennik praktyk i ocena wystawiona przez opiekuna praktyk w instytucji przyjmującej, sprawozdanie studenta i rozmowa podsumowująca praktykę z opiekunem kierunkowym).

#### d) Wykaz i wymiar szkoleń obowiązkowych

Student na I semestrze studiów pierwszego stopnia ma obowiązek odbyć następujące szkolenia:

1. Szkolenie z zakresu bezpieczeństwa i higieny pracy oraz ochrony przeciwpożarowej, dla studentów rozpoczynających studia I stopnia, zgodnie z Zarządzeniem Rektora UŁ;
2. Szkolenie w zakresie prawa autorskiego;
3. *Szkolenie biblioteczne* w Bibliotece Uniwersytetu Łódzkiego dla studentów I roku, realizowane w dwóch pierwszych miesiącach nauki. Szkolenie to dostarcza studentom praktycznych umiejętności korzystania z bogatych i różnorodnych zbiorów Biblioteki UŁ oraz bibliotek wydziałowych. Szkolenie to przybliży terminologię stosowaną w katalogach bibliotecznych, objaśnia procedury biblioteczne (od zapisu do biblioteki, poprzez wyszukiwanie, po korzystanie ze zbiorów), prezentuje tradycyjne i elektroniczne zasoby biblioteczne.

#### Załącznik nr 1 (Sylabusy przedmiotów)

Nazwa przedmiotu	<b>Applied Data Analysis in Social Sciences (Part 1 &amp; 2)</b>
Liczba godzin poszczególnych form zajęć przedmiotu	ćwiczenia: 30 godzin
Forma zaliczenia (egzamin, zaliczenie, zaliczenie na ocenę)	Zaliczenie na ocenę
Forma prowadzenia zajęć (stacjonarna, zdalna, hybrydowa)	stacjonarna

Język wykładowy	angielski
Punkty ECTS	5
Skrócony opis, stanowiący przybliżenie celów przedmiotu	Główne cele przedmiotu stanowią: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Zapoznanie studentów z głównymi problemami jakie student może napotkać podczas prowadzenia własnych badań.</li> <li>• Zapoznanie studentów z narzędziami do prowadzenia badań własnych.</li> </ul>
Wymagania wstępne, stanowiące określenie wiedzy i umiejętności, jakie musi posiadać student zapisujący się na dany przedmiot	Wiedza z matematyki i statystyki na poziomie rozszerzonym
Przedmiotowe efekty uczenia się określające jaką wiedzę, umiejętności i/lub kompetencje będzie posiadał każdy student uzyskujący punkty ECTS z danego przedmiotu wraz ze wskazaniem realizowanych w ramach przedmiotu kierunkowych oraz ewentualnie specjalnościowych efektów uczenia się (kody efektów, do których przyporządkowany został przedmiot w macierzy kompetencji zawartej w programie studiów)	<p>EU_1 Student zna i rozumie terminologię oraz metody pozyskiwania i analizy danych statystycznych (13IM-1P_W01, 13IM-1P_W02)</p> <p>EU_2 Student potrafi identyfikować i opisywać zjawiska społeczno-gospodarcze w oparciu o pozyskane dane (13IM-1P_U01, 13IM-1P_U03, 13IM-1P_U07)</p> <p>EU_3 Student potrafi rozwiązywać problemy statystyczne w oparciu o przedstawione dane (13IM-1P_U05, 13IM-1P_U06)</p> <p>EU_4 Student ma świadomość potrzeby dalszego samodoskonalenia oraz poszerzania wiedzy (13IM-1P_K01, 13IM-1P_K02 ,13IM-1P_K03)</p>

Nazwa przedmiotu	<b>Introduction to International Marketing Communications</b>
Liczba godzin poszczególnych form zajęć przedmiotu	Ćwiczenia konwersatoryjne: 30 godzin

Forma zaliczenia (egzamin, zaliczenie, zaliczenie na ocenę)	Zaliczenie z oceną
Forma prowadzenia zajęć (stacjonarna, zdalna, hybrydowa)	stacjonarna
Język wykładowy	angielski
Punkty ECTS	5
Skrócony opis, stanowiący przybliżenie celów przedmiotu	Główne cele przedmiotu stanowią: <ul style="list-style-type: none"> <li>• przedstawienie studentom podstawowej wiedzy z zakresu komunikacji marketingowej</li> <li>• omówienie podstaw zarządzania strategicznego w komunikacji marketingowej</li> </ul>
Wymagania wstępne, stanowiące określenie wiedzy i umiejętności, jakie musi posiadać student zapisujący się na dany przedmiot	Podstawowa wiedza z zakresu komunikacji i marketingu
Przedmiotowe efekty uczenia się określające jaką wiedzę, umiejętności i/lub kompetencje będzie posiadał każdy student uzyskujący punkty ECTS z danego przedmiotu wraz ze wskazaniem realizowanych w ramach przedmiotu kierunkowych oraz ewentualnie specjalnościowych efektów uczenia się (kody efektów, do których przyporządkowany został przedmiot w macierzy kompetencji zawartej w programie studiów)	<p>EU_1 Student zna i rozumie zasady prowadzenia skutecznej komunikacji marketingowej na rynku międzynarodowym (13IM-1P_W03, 13IM-1P_W05, 13IM-1P_W06, 13IM-1P_W07)</p> <p>EU_2 Student potrafi interpretować działania podmiotów na rynku międzynarodowym w oparciu o przedstawione dane oraz dokonywać ich oceny używając specjalistycznego języka (13IM-1P_U01, 13IM-1P_U02, 13IM-1P_U03, 13IM-1P_U05, 13IM-1P_U05)</p> <p>EU_3 Student jest gotów realizować społeczne zobowiązania i oczekuje tego od innych (13IM-1P_K01, 13IM-1P_K02, 13IM-1P_K03, 13IM-1P_K04)</p>

Nazwa przedmiotu	<b>Brand Management and Communication</b>
Liczba godzin poszczególnych form zajęć przedmiotu	Ćwiczenia konwersatoryjne: 30 godzin
Forma zaliczenia (egzamin, zaliczenie, zaliczenie na ocenę)	zaliczenie z oceną
Forma prowadzenia zajęć (stacjonarna, zdalna, hybrydowa)	stacjonarna
Język wykładowy	angielski
Punkty ECTS	5
Skrócony opis, stanowiący przybliżenie celów przedmiotu	Główne cele przedmiotu stanowią: <ul style="list-style-type: none"> <li>• przedstawienie podstawowych pojęć z zakresu zarządzania marką</li> <li>• studia przypadków</li> </ul>
Wymagania wstępne, stanowiące określenie wiedzy i umiejętności, jakie musi posiadać student zapisujący się na dany przedmiot	Podstawowa wiedza z zakresu komunikacji i marketingu
Przedmiotowe efekty uczenia się określające jaką wiedzę, umiejętności i/lub kompetencje będzie posiadał każdy student uzyskujący punkty ECTS z danego przedmiotu wraz ze wskazaniem realizowanych w ramach przedmiotu kierunkowych oraz ewentualnie specjalnościowych efektów uczenia się (kody efektów, do których przyporządkowany został przedmiot w macierzy	EU_1 Student zna i rozumie zasady funkcjonowania podmiotów w środowisku międzynarodowym (13IM-1P_W04, 13IM-1P_W05, 13IM-1P_W07) EU_2 Student potrafi interpretować oraz oceniać działania podmiotów w zakresie zarządzania marką (13IM-1P_U01, 13IM-1P_U02, 13IM-1P_U03, 13IM-1P_U05, 13IM-1P_U06) EU_3 Student jest gotów do stałego poszerzania swojej wiedzy i umiejętności w oparciu o najnowsze dane (13IM-1P_K01, 13IM-1P_K02, 13IM-1P_K03)

kompetencji zawartej w programie studiów)	
---	--

Nazwa przedmiotu	<b>Social and Psychological Issues in Consumer Behaviour</b>
Liczba godzin poszczególnych form zajęć przedmiotu	Ćwiczenia konwersatoryjne 30 godzin
Forma zaliczenia (egzamin, zaliczenie, zaliczenie na ocenę)	zaliczeniem z oceną
Forma prowadzenia zajęć (stacjonarna, zdalna, hybrydowa)	stacjonarna
Język wykładowy	angielski
Punkty ECTS	5
Skrócony opis, stanowiący przybliżenie celów przedmiotu	<p>Główne cele przedmiotu stanowią:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• zapoznanie studentów z głównymi koncepcjami i teoriami wykorzystywanymi do informowania, przekonywania i wpływania na decyzje zakupowe konsumentów oraz sposobami ich wykorzystania przez marketerów w ich działaniach marketingowych.</li> <li>• studenci dowiedzą się, jak marketerzy identyfikują i wykorzystują w praktyce różne teorie i koncepcje, wpływając na sposób przetwarzania informacji przez konsumentów oraz jak warunkują sposoby zaspokajania potrzeb, tworzenia oczekiwań, a w efekcie kształtują wybory produktów i procesy zakupowe konsumentów.</li> </ul>
Wymagania wstępne, stanowiące określenie wiedzy i umiejętności, jakie musi posiadać student zapisujący się na dany przedmiot	Wiedza z zakresu przedsiębiorczości i wiedzy o społeczeństwie.



<p>Przedmiotowe efekty uczenia się określające jaką wiedzę, umiejętności i/lub kompetencje będzie posiadał każdy student uzyskujący punkty ECTS z danego przedmiotu wraz ze wskazaniem realizowanych w ramach przedmiotu kierunkowych oraz ewentualnie specjalnościowych efektów uczenia się (kody efektów, do których przyporządkowany został przedmiot w macierzy kompetencji zawartej w programie studiów)</p>	<p>EU_1 Student zna i rozumie zasady funkcjonowania konsumentów w środowisku społecznym (13IM-1P_W02, 13IM-1P_W05, 13IM-1P_W06)</p> <p>EU_2 Student potrafi interpretować zachowania konsumentów w oparciu o pozyskane dane (13IM-1P_U01, 13IM-1P_U02)</p> <p>EU_3 Student potrafi dokonać oceny zachowań konsumentów używając specjalistycznego języka (13IM-1P_U03, 13IM-1P_U05)</p> <p>EU_4 Student kształtuje w sobie postawę ciągłego doskonalenia umiejętności (13IM-1P_K01, 13IM-1P_K02, 13IM-1P_K03, 13IM-1P_K04)</p>
---	---

Nazwa przedmiotu	<b>Effective Communication and Presentation</b>
Liczba godzin poszczególnych form zajęć przedmiotu	Ćwiczenia konwersatoryjne: 30 godzin
Forma zaliczenia (egzamin, zaliczenie, zaliczenie na ocenę)	zaliczenie z oceną
Forma prowadzenia zajęć (stacjonarna, zdalna, hybrydowa)	stacjonarna
Język wykładowy	angielski
Punkty ECTS	4
Skrócony opis, stanowiący przybliżenie celów przedmiotu	<p>Główne cele przedmiotu stanowią:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• przedstawienie efektywnych metod komunikacji werbalnej i niewerbalnej</li> <li>• doskonalenie umiejętności efektywnego prezentowania przed szerszą publicznością</li> </ul>

Wymagania wstępne, stanowiące określenie wiedzy i umiejętności, jakie musi posiadać student zapisujący się na dany przedmiot	Język angielski na poziomie B2
Przedmiotowe efekty uczenia się określające jaką wiedzę, umiejętności i/lub kompetencje będzie posiadał każdy student uzyskujący punkty ECTS z danego przedmiotu wraz ze wskazaniem realizowanych w ramach przedmiotu kierunkowych oraz ewentualnie specjalnościowych efektów uczenia się (kody efektów, do których przyporządkowany został przedmiot w macierzy kompetencji zawartej w programie studiów)	<p>EU_1 Student zna i rozumie terminologię z zakresu międzynarodowego środowiska biznesowego (13IM-1P_W03, 13IM-1P_W04, 13IM-1P_W08)</p> <p>EU_2 Student potrafi samodzielnie zdobywać wiedzę i kształtować umiejętności niezbędne do efektywnej komunikacji (13IM-1P_U05, 13IM-1P_U06)</p> <p>EU_3 Student uznaje konieczność ciągłego doskonalenia swoich umiejętności komunikacyjnych (13IM-1P_K02, 13IM-1P_K03)</p>

Nazwa przedmiotu	<b>Principles of Marketing</b>
Liczba godzin poszczególnych form zajęć przedmiotu	Ćwiczenia konwersatoryjne: 30 godzin
Forma zaliczenia (egzamin, zaliczenie, zaliczenie na ocenę)	zaliczenie z oceną
Forma prowadzenia zajęć (stacjonarna, zdalna, hybrydowa)	stacjonarna
Język wykładowy	angielski
Punkty ECTS	5
Skrócony opis, stanowiący przybliżenie celów przedmiotu	Główne cele przedmiotu stanowią:

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• zapoznanie studentów z podstawową terminologią z zakresu marketingu</li> <li>• zapoznanie studentów z najważniejszymi teoriami z zakresu współczesnego marketingu</li> </ul>
Wymagania wstępne, stanowiące określenie wiedzy i umiejętności, jakie musi posiadać student zapisujący się na dany przedmiot	Wiedza z zakresu ekonomii i przedsiębiorczości
Przedmiotowe efekty uczenia się określające jaką wiedzę, umiejętności i/lub kompetencje będzie posiadał każdy student uzyskujący punkty ECTS z danego przedmiotu wraz ze wskazaniem realizowanych w ramach przedmiotu kierunkowych oraz ewentualnie specjalnościowych efektów uczenia się (kody efektów, do których przyporządkowany został przedmiot w macierzy kompetencji zawartej w programie studiów)	<p>EU_1 Student zna i rozumie terminologię z zakresu marketingu (13IM-1P_W01, 13IM-1P_W05, 13IM-1P_W06)</p> <p>EU_2 Student potrafi identyfikować i interpretować działania marketingowe przedsiębiorstw (13IM-1P_U02, 13IM-1P_U03, 13IM-1P_U06)</p> <p>EU_3 Student jest gotów uznać potrzebę ciągłego pogłębiania swojej wiedzy (13IM-1P_K01, 13IM-1P_K02, 13IM-1P_K03, 13IM-1P_K04)</p>

Nazwa przedmiotu	<b>International Economic Relations</b>
Liczba godzin poszczególnych form zajęć przedmiotu	wykład: 30 godzin, ćwiczenia: 15 godzin
Forma zaliczenia (egzamin, zaliczenie, zaliczenie na ocenę)	egzamin
Forma prowadzenia zajęć (stacjonarna, zdalna, hybrydowa)	stacjonarna

Język wykładowy	angielski
Punkty ECTS	5
Skrócony opis, stanowiący przybliżenie celów przedmiotu	Główny cel przedmiotu stanowi: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Poznanie podstaw teoretycznych ekonomii międzynarodowej i zasad rządzących współczesną gospodarką światową oraz uzyskanie umiejętności potrzebnych do analizy zachowań podmiotów międzynarodowych stosunków gospodarczych</li> </ul>
Wymagania wstępne, stanowiące określenie wiedzy i umiejętności, jakie musi posiadać student zapisujący się na dany przedmiot	Znajomość języka angielskiego w mowie i piśmie na poziomie wyższym średniozaawansowanym.
Przedmiotowe efekty uczenia się określające jaką wiedzę, umiejętności i/lub kompetencje będzie posiadał każdy student uzyskujący punkty ECTS z danego przedmiotu wraz ze wskazaniem realizowanych w ramach przedmiotu kierunkowych oraz ewentualnie specjalnościowych efektów uczenia się (kody efektów, do których przyporządkowany został przedmiot w macierzy kompetencji zawartej w programie studiów)	<p>EU_1 Student zna i rozumie zasady funkcjonowania międzynarodowych stosunków ekonomicznych (13IM-1P_W01, 13IM-1P_W04)</p> <p>EU_2 Student potrafi identyfikować zjawiska zachodzące na rynku międzynarodowym i interpretować ich znaczenie (13IM-1P_U01)</p> <p>EU_3 Jest gotów krytycznie ocenić otrzymywane informacje oraz stan własnej wiedzy (13IM-1P_K01)</p>

Nazwa przedmiotu	<b>B.A. Seminar and thesis preparation (Parts 1, 2, 3)</b>
Liczba godzin poszczególnych form zajęć przedmiotu	Ćwiczenia konwersatoryjne: 30 godzin
Forma zaliczenia (egzamin, zaliczenie, zaliczenie na ocenę)	Zaliczenie z oceną

Forma prowadzenia zajęć (stacjonarna, zdalna, hybrydowa)	stacjonarna
Język wykładowy	Polski
Punkty ECTS	Semestr 4: 4  Semestr 5: 4  Semestr 6: 8
Skrócony opis, stanowiący przybliżenie celów przedmiotu	Główne cele przedmiotu stanowią:  <ul style="list-style-type: none"> <li>• zaznajomienie studenta z wymogami przygotowania pracy dyplomowej</li> <li>• przygotowanie przez studenta pracy dyplomowej</li> </ul>
Wymagania wstępne, stanowiące określenie wiedzy i umiejętności, jakie musi posiadać student zapisujący się na dany przedmiot	Znajomość angielskiego w mowie i piśmie na poziomie B2
Przedmiotowe efekty uczenia się określające jaką wiedzę, umiejętności i/lub kompetencje będzie posiadał każdy student uzyskujący punkty ECTS z danego przedmiotu wraz ze wskazaniem realizowanych w ramach przedmiotu kierunkowych oraz ewentualnie specjalnościowych efektów uczenia się (kody efektów, do których przyporządkowany został przedmiot w macierzy kompetencji zawartej w programie studiów)	EU_1 Student zna i rozumie terminologię z zakresu marketingu międzynarodowego (13IM-1P_W01, 13IM-1P_W02, 13IM-1P_W07)  EU_2 Student zna i rozumie zasady ochrony własności intelektualnej oraz wykorzystania źródeł w pracy naukowej (13IM-1P_W09)  EU_3 Student potrafi identyfikować i interpretować zjawiska zachodzące w międzynarodowej przestrzeni biznesowej i społecznej (13IM-1P_U02, 13IM-1P_U03, 13IM-1P_U05)  EU_3 Student jest gotów poszerzać swoją wiedzę i umiejętności oraz kompetencje społeczne (13IM-1P_K01, 13IM-1P_K03, 13IM-1P_K04)

Nazwa przedmiotu	<b>Political Marketing</b>
------------------	----------------------------

Liczba godzin poszczególnych form zajęć przedmiotu	Ćwiczenia konwersatoryjne: 30 godzin
Forma zaliczenia (egzamin, zaliczenie, zaliczenie na ocenę)	Zaliczenie z oceną
Forma prowadzenia zajęć (stacjonarna, zdalna, hybrydowa)	stacjonarna
Język wykładowy	angielski
Punkty ECTS	5
Skrócony opis, stanowiący przybliżenie celów przedmiotu	Główne cele przedmiotu stanowią: <ul style="list-style-type: none"> <li>• przedstawienie zasad organizowania i przeprowadzania kampanii wyborczych</li> <li>• przedstawienie narzędzi stosowanych w ramach kampanii wyborczych</li> </ul>
Wymagania wstępne, stanowiące określenie wiedzy i umiejętności, jakie musi posiadać student zapisujący się na dany przedmiot	Podstawowa wiedza z zakresu wiedzy o społeczeństwie
Przedmiotowe efekty uczenia się określające jaką wiedzę, umiejętności i/lub kompetencje będzie posiadał każdy student uzyskujący punkty ECTS z danego przedmiotu wraz ze wskazaniem realizowanych w ramach przedmiotu kierunkowych oraz ewentualnie specjalnościowych efektów uczenia się (kody efektów, do których przyporządkowany został przedmiot w macierzy kompetencji zawartej w programie studiów)	EU_1 Student zna metody i techniki prowadzenia komunikacji w ramach kampanii wyborczych (13IM-1P_W02, 13IM-1P_W04) EU_2 Student zna i rozumie zasady prowadzenia komunikacji z elektoratem (13IM-1P_W05, 13IM-1P_W06) EU_3 Student potrafi interpretować działania prowadzone przez partie polityczne (13IM-1P_U01, 13IM-1P_U05) EU_4 Student jest gotów krytycznie oceniać przekazy pochodzące od partii politycznych (13IM-1P_K01, 13IM-1P_K02)

Nazwa przedmiotu	<b>Creative and Critical Thinking</b>
Liczba godzin poszczególnych form zajęć przedmiotu	Ćwiczenia konwersatoryjne: 30 godzin
Forma zaliczenia (egzamin, zaliczenie, zaliczenie na ocenę)	Zaliczenie z oceną
Forma prowadzenia zajęć (stacjonarna, zdalna, hybrydowa)	stacjonarna
Język wykładowy	angielski
Punkty ECTS	5
Skrócony opis, stanowiący przybliżenie celów przedmiotu	Główne cele przedmiotu stanowią: <ul style="list-style-type: none"> <li>• wyposażenie studentów w umiejętność rozwoju krytycznego myślenia i kreatywnego podejścia do rozwiązywania problemów w środowisku zawodowym</li> <li>• studenci nabędą umiejętności, które zapewnią podstawy do rygorystycznego badania zjawisk społecznych z ciekawością, nonkonformizmem i nieszablonowym myśleniem.</li> </ul>
Wymagania wstępne, stanowiące określenie wiedzy i umiejętności, jakie musi posiadać student zapisujący się na dany przedmiot	Umiejętności analizowania skomplikowanych tekstów w języku angielskim.
Przedmiotowe efekty uczenia się określające jaką wiedzę, umiejętności i/lub kompetencje będzie posiadał każdy student uzyskujący punkty ECTS z danego przedmiotu wraz ze wskazaniem realizowanych w ramach przedmiotu kierunkowych oraz ewentualnie specjalnościowych	EU_1 Student zna i rozumie zasady krytycznej oceny otrzymywanych informacji (13IM-1P_W01, 13IM-1P_W02) EU_2 Student potrafi dokonać krytycznej analizy otrzymywanych informacji (13IM-1P_U01, 13IM-1P_U06) EU_3 Student uznaje potrzebę ciągłego pogłębiania i weryfikowania swojej wiedzy (13IM-1P_K01) EU_4 Student jest gotów działać na rzecz społeczności (13IM-1P_K04)

efektów uczenia się (kody efektów, do których przyporządkowany został przedmiot w macierzy kompetencji zawartej w programie studiów)	
--	--

Nazwa przedmiotu	<b>Public and non-profit marketing</b>
Liczba godzin poszczególnych form zajęć przedmiotu	Ćwiczenia konwersatoryjne: 30 godzin
Forma zaliczenia (egzamin, zaliczenie, zaliczenie na ocenę)	Zaliczenie z oceną
Forma prowadzenia zajęć (stacjonarna, zdalna, hybrydowa)	stacjonarna
Język wykładowy	angielski
Punkty ECTS	5
Skrócony opis, stanowiący przybliżenie celów przedmiotu	Główny cel przedmiotu stanowi: <ul style="list-style-type: none"> <li>• zaznajomienie studentów z warunkami zastosowania narzędzi marketingowych w kontekście organizacji non-profit</li> </ul>
Wymagania wstępne, stanowiące określenie wiedzy i umiejętności, jakie musi posiadać student zapisujący się na dany przedmiot	Znajomość podstawowych koncepcji z zakresu zarządzania
Przedmiotowe efekty uczenia się określające jaką wiedzę, umiejętności i/lub kompetencje będzie posiadał każdy student uzyskujący punkty ECTS z danego przedmiotu wraz ze wskazaniem realizowanych w ramach przedmiotu kierunkowych oraz	EU_1 Student zna i rozumie zasady komunikacji marketingowej organizacji non profit (13IM-1P_W05) EU_2 Student potrafi identyfikować i interpretować działania podejmowane przez organizacje non profit w zakresie komunikacji marketingowej (13IM-1P_U02, 13IM-1P_U03) EU_3 Student jest gotów przestrzegać zasad etyki zawodowej (13IM-1P_K03)



ewentualnie specjalnościowych efektów uczenia się (kody efektów, do których przyporządkowany został przedmiot w macierzy kompetencji zawartej w programie studiów)	EU_4 Student jest gotów angażować się w działania na rzecz środowiska społecznego (13IM-1P_K04)
--	---

Nazwa przedmiotu	<b>Introduction to Project Management</b>
Liczba godzin poszczególnych form zajęć przedmiotu	Ćwiczenia konwersatoryjne: 30 godzin
Forma zaliczenia (egzamin, zaliczenie, zaliczenie na ocenę)	Zaliczenie z oceną
Forma prowadzenia zajęć (stacjonarna, zdalna, hybrydowa)	stacjonarna
Język wykładowy	angielski
Punkty ECTS	3
Skrócony opis, stanowiący przybliżenie celów przedmiotu	Główne cele przedmiotu stanowią: <ul style="list-style-type: none"> <li>• zaznajomienie studentów z zasadami planowania projektów według modelu kaskadowego</li> <li>• przybliżenie studentom innych modeli zarządzania projektami</li> </ul>
Wymagania wstępne, stanowiące określenie wiedzy i umiejętności, jakie musi posiadać student zapisujący się na dany przedmiot	Znajomość podstawowych pojęć z zakresu zarządzania biznesowego, zarządzania zasobami ludzkimi, zarządzania publicznego oraz marketingu.
Przedmiotowe efekty uczenia się określające jaką wiedzę, umiejętności i/lub kompetencje będzie posiadał każdy student uzyskujący punkty ECTS z danego	EU_1 Student zna i rozumie zasady zarządzania projektami (13IM-1P_W02, 13IM-1P_W05) EU_2 Student potrafi pracować w grupie, realizując różne zadania (13IM-1P_U06)

przedmiotu wraz ze wskazaniem realizowanych w ramach przedmiotu kierunkowych oraz ewentualnie specjalnościowych efektów uczenia się (kody efektów, do których przyporządkowany został przedmiot w macierzy kompetencji zawartej w programie studiów)	EU_3 Student jest gotów stale doskonalić swoje umiejętności zawodowe (13IM-1P_K02)
--	--

Nazwa przedmiotu	<b>Economics</b>
Liczba godzin poszczególnych form zajęć przedmiotu	wykład: 30 godzin, ćwiczenia: 15 godzin
Forma zaliczenia (egzamin, zaliczenie, zaliczenie na ocenę)	Semestr I: zaliczenie z oceną Semestr II: egzamin
Forma prowadzenia zajęć (stacjonarna, zdalna, hybrydowa)	stacjonarna
Język wykładowy	angielski
Punkty ECTS	Semestr I: 4 Semestr II: 5
Skrócony opis, stanowiący przybliżenie celów przedmiotu	Główne cele przedmiotu stanowią: <ul style="list-style-type: none"> <li>• zaznajomienie studentów z podstawowymi koncepcjami z zakresu mikroekonomii</li> <li>• zaznajomienie studentów z podstawowymi koncepcjami z zakresu makroekonomii</li> </ul>
Wymagania wstępne, stanowiące określenie wiedzy i umiejętności,	Podstawowa wiedza z zakresu przedsiębiorczości

jakie musi posiadać student zapisujący się na dany przedmiot	
Przedmiotowe efekty uczenia się określające jaką wiedzę, umiejętności i/lub kompetencje będzie posiadał każdy student uzyskujący punkty ECTS z danego przedmiotu wraz ze wskazaniem realizowanych w ramach przedmiotu kierunkowych oraz ewentualnie specjalnościowych efektów uczenia się (kody efektów, do których przyporządkowany został przedmiot w macierzy kompetencji zawartej w programie studiów)	<p>EU_1 Student zna i rozumie terminologię z zakresu mikro – i makro- ekonomii (13IM-1P_W01, 13IM-1P_W02, 13IM-1P_W04, 13IM-1P_W06)</p> <p>EU_2 Student potrafi interpretować zjawiska z zakresu mikro- i makro- ekonomii (13IM-1P_U01, 13IM-1P_U02, 13IM-1P_U03, 13IM-1P_U07)</p> <p>EU_3 Student jest gotów stale poszerzać swoją wiedzę i umiejętności (13IM-1P_K01)</p>

Nazwa przedmiotu	<b>Finance in Marketing Management</b>
Liczba godzin poszczególnych form zajęć przedmiotu	Ćwiczenia konwersatoryjne: 30 godzin
Forma zaliczenia (egzamin, zaliczenie, zaliczenie na ocenę)	Zaliczenie z oceną
Forma prowadzenia zajęć (stacjonarna, zdalna, hybrydowa)	stacjonarna
Język wykładowy	angielski
Punkty ECTS	3
Skrócony opis, stanowiący przybliżenie celów przedmiotu	<p>Główne cele przedmiotu stanowią:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• zaprezentowanie studentom podstawowych koncepcji z zakresu finansów w sektorze biznesowym</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>nabycie przez studentów podstawowych umiejętności z zakresu analizy finansowej</li> </ul>
Wymagania wstępne, stanowiące określenie wiedzy i umiejętności, jakie musi posiadać student zapisujący się na dany przedmiot	Podstawowa wiedza z zakresu ekonomii.
Przedmiotowe efekty uczenia się określające jaką wiedzę, umiejętności i/lub kompetencje będzie posiadał każdy student uzyskujący punkty ECTS z danego przedmiotu wraz ze wskazaniem realizowanych w ramach przedmiotu kierunkowych oraz ewentualnie specjalnościowych efektów uczenia się (kody efektów, do których przyporządkowany został przedmiot w macierzy kompetencji zawartej w programie studiów)	<p>EU_1 Student zna i rozumie terminologię z zakresu finansów i zarządzania przedsiębiorstwem (13IM-1P_W01, 13IM-1P_W03, 13IM-1P_W04, 13IM-1P_W08)</p> <p>EU_2 Student potrafi identyfikować i interpretować działania przedsiębiorstw na rynkach międzynarodowych (13IM-1P_U01, 13IM-1P_U07)</p> <p>EU_3 Student uznaje potrzebę stałego pogłębiania wiedzy oraz doskonalenia umiejętności (13IM-1P_K01, 13IM-1P_K02)</p>

Nazwa przedmiotu	<b>Statistics and Demography</b>
Liczba godzin poszczególnych form zajęć przedmiotu	Ćwiczenia konwersatoryjne: 30 godzin
Forma zaliczenia (egzamin, zaliczenie, zaliczenie na ocenę)	Zaliczenie z oceną
Forma prowadzenia zajęć (stacjonarna, zdalna, hybrydowa)	stacjonarna
Język wykładowy	angielski
Punkty ECTS	5

Skrócony opis, stanowiący przybliżenie celów przedmiotu	<p>Główne cele przedmiotu stanowią:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• podstawowym celem zajęć jest wskazanie możliwości wykorzystania podstawowych metod analizy statystycznej do analizy danych społeczno-demograficznych</li> <li>• przedstawienie przemian demograficznych oraz procesów ludnościowych zachodzących w Polsce, Europie i na świecie.</li> </ul>
Wymagania wstępne, stanowiące określenie wiedzy i umiejętności, jakie musi posiadać student zapisujący się na dany przedmiot	Podstawowe umiejętności matematyczne
Przedmiotowe efekty uczenia się określające jaką wiedzę, umiejętności i/lub kompetencje będzie posiadał każdy student uzyskujący punkty ECTS z danego przedmiotu wraz ze wskazaniem realizowanych w ramach przedmiotu kierunkowych oraz ewentualnie specjalnościowych efektów uczenia się (kody efektów, do których przyporządkowany został przedmiot w macierzy kompetencji zawartej w programie studiów)	<p>EU_1 Student zna i rozumie pojęcia z zakresu analizy statystycznej i demografii (13IM-1P_W01, 13IM-1P_W02)</p> <p>EU_2 Student potrafi identyfikować i analizować procesy demograficzne w różnych krajach i regionach (13IM-1P_U01, 13IM-1P_U07)</p>

Nazwa przedmiotu	<b>Fundamentals of Human Resources Management</b>
Liczba godzin poszczególnych form zajęć przedmiotu	Ćwiczenia konwersatoryjne: 30 godzin
Forma zaliczenia (egzamin, zaliczenie, zaliczenie na ocenę)	Zaliczenie z oceną

Forma prowadzenia zajęć (stacjonarna, zdalna, hybrydowa)	stacjonarna
Język wykładowy	angielski
Punkty ECTS	5
Skrócony opis, stanowiący przybliżenie celów przedmiotu	Główne cele przedmiotu stanowią: <ul style="list-style-type: none"> <li>• zapoznanie studentów z podstawowymi pojęciami i teoriami z zakresu zarządzania zasobami ludzkimi</li> <li>• omówienie roli zarządzania zasobami ludzkimi w nowoczesnym przedsiębiorstwie</li> </ul>
Wymagania wstępne, stanowiące określenie wiedzy i umiejętności, jakie musi posiadać student zapisujący się na dany przedmiot	Znajomość podstawowych pojęć z zakresu zarządzania
Przedmiotowe efekty uczenia się określające jaką wiedzę, umiejętności i/lub kompetencje będzie posiadał każdy student uzyskujący punkty ECTS z danego przedmiotu wraz ze wskazaniem realizowanych w ramach przedmiotu kierunkowych oraz ewentualnie specjalnościowych efektów uczenia się (kody efektów, do których przyporządkowany został przedmiot w macierzy kompetencji zawartej w programie studiów)	<p>EU_1 Student zna i rozumie terminologię z zakresu zarządzania zasobami ludzkimi (13IM-1P_W03, 13IM-1P_W04)</p> <p>EU_2 Student zna i rozumie zasady funkcjonowania przedsiębiorstw na rynku międzynarodowym (13IM-1P_W06, 13IM-1P_W08)</p> <p>EU_3 Student potrafi identyfikować i interpretować zachowania przedsiębiorstw w zakresie zarządzania zasobami ludzkimi (P13IM-1P_U02, 13IM-1P_U03, 13IM-1P_U06)</p> <p>EU_4 Student jest gotów do krytycznej oceny własnej wiedzy i otrzymywanych informacji (13IM-1P_K01, 13IM-1P_K02, 13IM-1P_K03)</p>

Nazwa przedmiotu	<b>European Integration</b>
------------------	-----------------------------

Liczba godzin poszczególnych form zajęć przedmiotu	Ćwiczenia konwersatoryjne: 30 godzin
Forma zaliczenia (egzamin, zaliczenie, zaliczenie na ocenę)	Zaliczenie z oceną
Forma prowadzenia zajęć (stacjonarna, zdalna, hybrydowa)	stacjonarna
Język wykładowy	angielski
Punkty ECTS	4
Skrócony opis, stanowiący przybliżenie celów przedmiotu	Główne cele przedmiotu stanowią: <ul style="list-style-type: none"> <li>• zapoznanie studentów z historią integracji europejskiej po II Wojnie Światowej</li> <li>• omówienie najważniejszych wydarzeń, roli państw i instytucji w procesie integracji</li> </ul>
Wymagania wstępne, stanowiące określenie wiedzy i umiejętności, jakie musi posiadać student zapisujący się na dany przedmiot	Wiedza z historii nowożytnej na poziomie liceum ogólnokształcącego
Przedmiotowe efekty uczenia się określające jaką wiedzę, umiejętności i/lub kompetencje będzie posiadał każdy student uzyskujący punkty ECTS z danego przedmiotu wraz ze wskazaniem realizowanych w ramach przedmiotu kierunkowych oraz ewentualnie specjalnościowych efektów uczenia się (kody efektów, do których przyporządkowany został przedmiot w macierzy kompetencji zawartej w programie studiów)	EU_1 Student zna i rozumie pojęcia i zasady integracji państw europejskich (13IM-1P_W01, 13IM-1P_W04, 13IM-1P_W09) EU_2 Student potrafi identyfikować i interpretować zjawiska związane z procesami integracji na kontynencie europejskim (13IM-1P_U01)

Nazwa przedmiotu	<b>International Business Law</b>
Liczba godzin poszczególnych form zajęć przedmiotu	Ćwiczenia konwersatoryjne: 30 godzin
Forma zaliczenia (egzamin, zaliczenie, zaliczenie na ocenę)	Zaliczenie z oceną
Forma prowadzenia zajęć (stacjonarna, zdalna, hybrydowa)	stacjonarna
Język wykładowy	angielski
Punkty ECTS	4
Skrócony opis, stanowiący przybliżenie celów przedmiotu	<p>Główne cele przedmiotu stanowią:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• dostarczenie studentom podstaw dotyczących kluczowych zagadnień z zakresu międzynarodowego prawa gospodarczego, które mogą być wykorzystane w ich pracy zawodowej, jak również w dalszej specjalizacji w zakresie działalności gospodarczej na rynku międzynarodowym</li> <li>• kluczowe dziedziny wiedzy to: prawo konsumenckie, odpowiedzialność za produkt, prawo gwarancyjne, dochodzenie roszczeń zbiorowych, alternatywne metody rozwiązywania sporów, wykroczenia korporacyjne, ład korporacyjny, pomoc publiczna i handlu elektronicznego.</li> </ul>
Wymagania wstępne, stanowiące określenie wiedzy i umiejętności, jakie musi posiadać student zapisujący się na dany przedmiot	Podstawowa wiedza z zakresu wiedzy o społeczeństwie i przedsiębiorczości
Przedmiotowe efekty uczenia się określające jaką wiedzę, umiejętności i/lub kompetencje będzie posiadał każdy student uzyskujący punkty ECTS z danego	<p>EU_1 Student zna i rozumie podstawową terminologię i zasady funkcjonowania międzynarodowego prawa gospodarczego (13IM-1P_W04, 13IM-1P_W09)</p> <p>EU_2 Student potrafi interpretować zjawiska zachodzące w handlu zagranicznym (13IM-1P_U02)</p>



przedmiotu wraz ze wskazaniem realizowanych w ramach przedmiotu kierunkowych oraz ewentualnie specjalnościowych efektów uczenia się (kody efektów, do których przyporządkowany został przedmiot w macierzy kompetencji zawartej w programie studiów)	EU_3 Student jest gotów przestrzegać zasad etyki zawodowej i oczekuje tego od innych (13IM-1P_K03)
--	--

Nazwa przedmiotu	<b>International Economic Organizations</b>
Liczba godzin poszczególnych form zajęć przedmiotu	Ćwiczenia konwersatoryjne: 30 godzin
Forma zaliczenia (egzamin, zaliczenie, zaliczenie na ocenę)	Zaliczenie z oceną
Forma prowadzenia zajęć (stacjonarna, zdalna, hybrydowa)	stacjonarna
Język wykładowy	angielski
Punkty ECTS	5
Skrócony opis, stanowiący przybliżenie celów przedmiotu	Główne cele przedmiotu stanowią: <ul style="list-style-type: none"> <li>• zaznajomienie studentów z najważniejszymi instytucjami ekonomicznymi, kształtującymi współczesne stosunki gospodarcze</li> <li>• kształtowanie umiejętności analizy zjawisk ekonomicznych w środowisku międzynarodowym</li> </ul>
Wymagania wstępne, stanowiące określenie wiedzy i umiejętności, jakie musi posiadać student zapisujący się na dany przedmiot	Podstawowa wiedza z zakresu makroekonomii

Przedmiotowe efekty uczenia się określające jaką wiedzę, umiejętności i/lub kompetencje będzie posiadał każdy student uzyskujący punkty ECTS z danego przedmiotu wraz ze wskazaniem realizowanych w ramach przedmiotu kierunkowych oraz ewentualnie specjalnościowych efektów uczenia się (kody efektów, do których przyporządkowany został przedmiot w macierzy kompetencji zawartej w programie studiów)	EU_1 Student zna i rozumie zasady funkcjonowania międzynarodowych organizacji ekonomicznych (13IM-1P_W01, 13IM-1P_W02)
	EU_2 Student zna i rozumie normy regulujące zasady funkcjonowania międzynarodowego środowiska biznesowego (13IM-1P_W04, 13IM-1P_W05)
	EU_3 Student potrafi identyfikować i interpretować procesy zachodzące w międzynarodowym środowisku biznesowym (13IM-1P_U01, 13IM-1P_U02, 13IM-1P_U05)
	EU_4 Student uznaje potrzebę ciągłego pogłębiania swojej wiedzy (13IM-1P_K01)

Nazwa przedmiotu	<b>Entrepreneurship and Business Planning</b>
Liczba godzin poszczególnych form zajęć przedmiotu	Ćwiczenia konwersatoryjne: 30 godzin
Forma zaliczenia (egzamin, zaliczenie, zaliczenie na ocenę)	Zaliczenie z oceną
Forma prowadzenia zajęć (stacjonarna, zdalna, hybrydowa)	stacjonarna
Język wykładowy	angielski
Punkty ECTS	5
Skrócony opis, stanowiący przybliżenie celów przedmiotu	<p>Główne cele przedmiotu stanowią:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• rozwój u studentów ducha przedsiębiorczości , kreatywności oraz innowacyjności. Zajęcia mają charakter warsztatowy oraz interaktywne.</li> <li>• zadaniem studentów jest przygotowanie i opracowania marketingowej oraz finansowej koncepcji małej firmy , której byliby zarówno założycielami jak i menadżerami .Studenci</li> </ul>

	muszą znaleźć oryginalny pomysł na taką firmę oraz opracować jej plan działania i rozwoju w perspektywie 3 lat.
Wymagania wstępne, stanowiące określenie wiedzy i umiejętności, jakie musi posiadać student zapisujący się na dany przedmiot	Wiedza z zakresu przedsiębiorczości
Przedmiotowe efekty uczenia się określające jaką wiedzę, umiejętności i/lub kompetencje będzie posiadał każdy student uzyskujący punkty ECTS z danego przedmiotu wraz ze wskazaniem realizowanych w ramach przedmiotu kierunkowych oraz ewentualnie specjalnościowych efektów uczenia się (kody efektów, do których przyporządkowany został przedmiot w macierzy kompetencji zawartej w programie studiów)	<p>EU_1 Student zna i rozumie zasady funkcjonowania przedsiębiorstw na rynku międzynarodowym (13IM-1P_W03, 13IM-1P_W04)</p> <p>EU_2 Student zna i rozumie zagadnienia związane z zakładaniem i prowadzeniem własnej działalności gospodarczej (13IM-1P_W05, 13IM-1P_W08)</p> <p>EU_3 Student potrafi identyfikować i interpretować zachowania przedsiębiorstw, instytucji publicznych oraz konsumentów na rynkach zagranicznych (13IM-1P_U02, 13IM-1P_U06)</p> <p>EU_4 Student jest gotów do działania w sposób przedsiębiorczy, nastawiony na realizację określonych celów (13IM-1P_K02, 13IM-1P_K03, 13IM-1P_K04)</p>

Nazwa przedmiotu	<b>Sales, Export and Business Negotiations</b>
Liczba godzin poszczególnych form zajęć przedmiotu	Ćwiczenia konwersatoryjne: 30 godzin
Forma zaliczenia (egzamin, zaliczenie, zaliczenie na ocenę)	Zaliczenie z oceną
Forma prowadzenia zajęć (stacjonarna, zdalna, hybrydowa)	stacjonarna
Język wykładowy	angielski
Punkty ECTS	5

Skrócony opis, stanowiący przybliżenie celów przedmiotu	<p>Główne cele przedmiotu stanowią:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• zapoznanie studentów ze strategiami i stylami negocjacji – w tym znajomością technik negocjacyjnych i skutecznej obrony przed manipulacją w kontekście biznesowym i międzykulturowym.</li> <li>• zajęcia pomagają im zrozumieć skuteczne strategie negocjacji oraz poprawiają ich umiejętności komunikacyjne, kładąc nacisk na efektywne wykorzystanie perswazji i budowanie relacji. Oprócz teorii i analizy przypadków prezentowanych na zajęciach, studenci ćwiczą negocjacje w symulacjach podczas scenek sytuacyjnych.</li> </ul>
Wymagania wstępne, stanowiące określenie wiedzy i umiejętności, jakie musi posiadać student zapisujący się na dany przedmiot	Angielski ogólny na poziomie minimum B2/C1, angielski biznesowy na poziomie minimum B1
Przedmiotowe efekty uczenia się określające jaką wiedzę, umiejętności i/lub kompetencje będzie posiadał każdy student uzyskujący punkty ECTS z danego przedmiotu wraz ze wskazaniem realizowanych w ramach przedmiotu kierunkowych oraz ewentualnie specjalnościowych efektów uczenia się (kody efektów, do których przyporządkowany został przedmiot w macierzy kompetencji zawartej w programie studiów)	<p>EU_1 Student zna i rozumie zasady skutecznego komunikowania się w przestrzeni międzynarodowej (13IM-1P_W03, 13IM-1P_W04)</p> <p>EU_2 Student potrafi interpretować zachowania różnych podmiotów na rynkach międzynarodowych używając różnych narzędzi (13IM-1P_U02, 13IM-1P_U03, 13IM-1P_U06)</p> <p>EU_3 Student jest gotów do analizy problemów w sposób interdyscyplinarny (13IM-1P_K02, 13IM-1P_K04)</p> <p>EU_4 Student jest gotów przestrzegać standardów etycznych w pracy zawodowej (13IM-1P_K03)</p>

Nazwa przedmiotu	<b>Foreign Language (Parts 1,2)</b>
------------------	-------------------------------------

Liczba godzin poszczególnych form zajęć przedmiotu	Lektorat: 60 godzin
Forma zaliczenia (egzamin, zaliczenie, zaliczenie na ocenę)	Semestr II: Zaliczenie z oceną Semestr III: Egzamin
Forma prowadzenia zajęć (stacjonarna, zdalna, hybrydowa)	stacjonarna
Język wykładowy	angielski
Punkty ECTS	Semestr II: 3 Semestr III: 4
Skrócony opis, stanowiący przybliżenie celów przedmiotu	Główny cel przedmiotu stanowi: <ul style="list-style-type: none"> <li>• wykształcenie umiejętności w wybranym przez studenta języku obcym w mowie i piśmie na poziomie B2</li> </ul>
Wymagania wstępne, stanowiące określenie wiedzy i umiejętności, jakie musi posiadać student zapisujący się na dany przedmiot	Podstawowa umiejętność komunikacji w mowie i piśmie w wybranym języku obcym
Przedmiotowe efekty uczenia się określające jaką wiedzę, umiejętności i/lub kompetencje będzie posiadał każdy student uzyskujący punkty ECTS z danego przedmiotu wraz ze wskazaniem realizowanych w ramach przedmiotu kierunkowych oraz ewentualnie specjalnościowych efektów uczenia się (kody efektów, do których przyporządkowany został przedmiot w macierzy kompetencji zawartej w programie studiów)	EU_1 Student potrafi posługiwać się językiem obcym na poziomie B2 w mowie i piśmie (13IM-1P_U04)

Nazwa przedmiotu	<b>Basic Communication Skills Workshop</b>
Liczba godzin poszczególnych form zajęć przedmiotu	Ćwiczenia konwersatoryjne: 30 godzin
Forma zaliczenia (egzamin, zaliczenie, zaliczenie na ocenę)	Zaliczenie z oceną
Forma prowadzenia zajęć (stacjonarna, zdalna, hybrydowa)	stacjonarna
Język wykładowy	angielski
Punkty ECTS	3
Skrócony opis, stanowiący przybliżenie celów przedmiotu	Główne cele przedmiotu stanowią: <ul style="list-style-type: none"> <li>• ugruntowanie wiedzy i umiejętności komunikacyjnych w mowie i piśmie w wybranym przez studenta języku obcym</li> <li>• rozwijanie umiejętności komunikacji w języku obcym w międzynarodowym środowisku</li> </ul>
Wymagania wstępne, stanowiące określenie wiedzy i umiejętności, jakie musi posiadać student zapisujący się na dany przedmiot	Umiejętności komunikacyjne w mowie i piśmie w wybranym przez studenta języku obcym na poziomie B2
Przedmiotowe efekty uczenia się określające jaką wiedzę, umiejętności i/lub kompetencje będzie posiadał każdy student uzyskujący punkty ECTS z danego przedmiotu wraz ze wskazaniem realizowanych w ramach przedmiotu kierunkowych oraz ewentualnie specjalnościowych efektów uczenia się (kody efektów, do których przyporządkowany został przedmiot w macierzy	EU_1 Student potrafi adekwatnie do sytuacji komunikować się używając języka obcego, w zakresie języka ogólnego i specjalistycznego (13IM-1P_U04)

kompetencji zawartej w programie studiów)	
---	--

Nazwa przedmiotu	<b>Advanced Communication Skills Workshop</b>
Liczba godzin poszczególnych form zajęć przedmiotu	Ćwiczenia konwersatoryjne: 30 godzin
Forma zaliczenia (egzamin, zaliczenie, zaliczenie na ocenę)	Zaliczenie z oceną
Forma prowadzenia zajęć (stacjonarna, zdalna, hybrydowa)	stacjonarna
Język wykładowy	angielski
Punkty ECTS	5
Skrócony opis, stanowiący przybliżenie celów przedmiotu	Główne cele przedmiotu stanowią: <ul style="list-style-type: none"> <li>• ugruntowanie wiedzy i umiejętności komunikacyjnych w mowie i piśmie w wybranym przez studenta języku obcym w międzynarodowym środowisku</li> <li>• rozwijanie umiejętności komunikacji w języku obcym w międzynarodowym środowisku biznesowym</li> </ul>
Wymagania wstępne, stanowiące określenie wiedzy i umiejętności, jakie musi posiadać student zapisujący się na dany przedmiot	Umiejętności komunikacyjne w mowie i piśmie w wybranym przez studenta języku obcym na poziomie B2
Przedmiotowe efekty uczenia się określające jaką wiedzę, umiejętności i/lub kompetencje będzie posiadał każdy student uzyskujący punkty ECTS z danego przedmiotu wraz ze wskazaniem realizowanych w ramach przedmiotu kierunkowych oraz	EU_1 Student zna i rozumie pojęcia z zakresu biznesu międzynarodowego w wybranym języku obcym (13IM-1P_U08) EU_2 Student potrafi samodzielnie analizować treści w wybranym języku obcym (13IM-1P_U05, 13IM-1P_U06) EU_3 Student jest gotowy stale poszerzać swoją wiedzę i umiejętności (13IM-1P_K02, 13IM-1P_K03)

ewentualnie specjalnościowych efektów uczenia się (kody efektów, do których przyporządkowany został przedmiot w macierzy kompetencji zawartej w programie studiów)	
--	--

Nazwa przedmiotu	<b>Fundamentals of Management</b>
Liczba godzin poszczególnych form zajęć przedmiotu	Ćwiczenia konwersatoryjne: 30 godzin
Forma zaliczenia (egzamin, zaliczenie, zaliczenie na ocenę)	Zaliczenie z oceną
Forma prowadzenia zajęć (stacjonarna, zdalna, hybrydowa)	stacjonarna
Język wykładowy	angielski
Punkty ECTS	5
Skrócony opis, stanowiący przybliżenie celów przedmiotu	Główne cele przedmiotu stanowią: <ul style="list-style-type: none"> <li>• zapoznanie uczestników z podstawowymi pojęciami i teoriami z zakresu nauk o zarządzaniu.</li> <li>• zapoznanie uczestników z podstawowymi zasadami zarządzania przedsiębiorstwem w środowisku międzynarodowym</li> </ul>
Wymagania wstępne, stanowiące określenie wiedzy i umiejętności, jakie musi posiadać student zapisujący się na dany przedmiot	Znajomość języka angielskiego w stopniu komunikatywnym
Przedmiotowe efekty uczenia się określające jaką wiedzę, umiejętności i/lub kompetencje będzie posiadał każdy student	EU_1 Student zna i rozumie wybrane metody analizowania danych źródłowych (13IM-1P_W02, 13IM-1P_W03) EU_2 Student zna i rozumie normy i reguły funkcjonowania przedsiębiorstw i innych podmiotów w środowisku



uzyskujący punkty ECTS z danego przedmiotu wraz ze wskazaniem realizowanych w ramach przedmiotu kierunkowych oraz ewentualnie specjalnościowych efektów uczenia się (kody efektów, do których przyporządkowany został przedmiot w macierzy kompetencji zawartej w programie studiów)	międzynarodowym (13IM-1P_W04, 13IM-1P_W05, 13IM-1P_W06) EU_3 Student zna i rozumie problematykę zarządzania w podmiotach międzynarodowych (13IM-1P_W07, 13IM-1P_W08, 13IM-1P_W09) EU_4 Student potrafi identyfikować i interpretować zmiany zachodzące w środowisku międzynarodowym (13IM-1P_U01, 13IM-1P_U02, 13IM-1P_U03) EU_5 Student jest gotów analizować i rozwiązywać problemy w sposób interdyscyplinarny (13IM-1P_K01, 13IM-1P_K02, 13IM-1P_K03)
--	--

Nazwa przedmiotu	<b>Information Technologies</b>
Liczba godzin poszczególnych form zajęć przedmiotu	Ćwiczenia konwersatoryjne: 30 godzin
Forma zaliczenia (egzamin, zaliczenie, zaliczenie na ocenę)	Zaliczenie z oceną
Forma prowadzenia zajęć (stacjonarna, zdalna, hybrydowa)	stacjonarna
Język wykładowy	angielski
Punkty ECTS	5
Skrócony opis, stanowiący przybliżenie celów przedmiotu	Główne cele przedmiotu stanowią: <ul style="list-style-type: none"> <li>• umożliwienie studentom poznania zastosowań technologii komputerowych i wykorzystania różnych pakietów oprogramowania do wykonywania zadań</li> <li>• zapoznanie studentów z powszechnie używanymi narzędziami informatycznymi do wspomagania modelowania, analizy i prezentacji problemów biznesowych</li> </ul>

Wymagania wstępne, stanowiące określenie wiedzy i umiejętności, jakie musi posiadać student zapisujący się na dany przedmiot	Obsługa komputera na poziomie podstawowym
Przedmiotowe efekty uczenia się określające jaką wiedzę, umiejętności i/lub kompetencje będzie posiadał każdy student uzyskujący punkty ECTS z danego przedmiotu wraz ze wskazaniem realizowanych w ramach przedmiotu kierunkowych oraz ewentualnie specjalnościowych efektów uczenia się (kody efektów, do których przyporządkowany został przedmiot w macierzy kompetencji zawartej w programie studiów)	<p>EU_1 Student zna i rozumie zasady analizy danych z użyciem wybranych narzędzi IT (13IM-1P_W02, 13IM-1P_W03, 13IM-1P_W09)</p> <p>EU_2 Student potrafi komunikować się z użyciem specjalistycznego języka narzędzi IT (13IM-1P_U03)</p> <p>EU_3 Student potrafi samodzielnie zdobywać wiedzę i umiejętności z użyciem narzędzi IT (13IM-1P_U05, 13IM-1P_U06)</p> <p>EU_4 Student jest gotów przestrzegać etyki i przyjętych norm społecznych w przestrzeni cyfrowej (13IM-1P_K03)</p>

Nazwa przedmiotu	<b>Principles of International Marketing</b>
Liczba godzin poszczególnych form zajęć przedmiotu	Ćwiczenia konwersatoryjne: 30 godzin
Forma zaliczenia (egzamin, zaliczenie, zaliczenie na ocenę)	Zaliczenie z oceną
Forma prowadzenia zajęć (stacjonarna, zdalna, hybrydowa)	stacjonarna
Język wykładowy	angielski
Punkty ECTS	5
Skrócony opis, stanowiący przybliżenie celów przedmiotu	<p>Główny cel przedmiotu stanowi:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• zapoznanie studentów z kluczowymi zasadami</li> </ul>

	obowiązującymi w międzynarodowym biznesie -w nowoczesnej, globalnej gospodarce.
Wymagania wstępne, stanowiące określenie wiedzy i umiejętności, jakie musi posiadać student zapisujący się na dany przedmiot	Podstawowa wiedza w zakresie marketingu
Przedmiotowe efekty uczenia się określające jaką wiedzę, umiejętności i/lub kompetencje będzie posiadał każdy student uzyskujący punkty ECTS z danego przedmiotu wraz ze wskazaniem realizowanych w ramach przedmiotu kierunkowych oraz ewentualnie specjalnościowych efektów uczenia się (kody efektów, do których przyporządkowany został przedmiot w macierzy kompetencji zawartej w programie studiów)	<p>EU_1 Student zna i rozumie pojęcia oraz narzędzia niezbędne do analizy podmiotów w przestrzeni międzynarodowej (13IM-1P_W01, 13IM-1P_W02, 13IM-1P_W03)</p> <p>EU_2 Student zna i rozumie zasady funkcjonowania przedsiębiorstw na rynku międzynarodowym (13IM-1P_W04, 13IM-1P_W08, 13IM-1P_W09)</p> <p>EU_3 Student zna i rozumie zasady komunikacji marketingowej w środowisku międzynarodowym (13IM-1P_W05, 13IM-1P_W06, 13IM-1P_W07)</p> <p>EU_4 Student potrafi identyfikować i interpretować działania przedsiębiorstw na rynku międzynarodowym (13IM-1P_U01, 13IM-1P_U02, 13IM-1P_U03)</p> <p>EU_5 Student jest gotów uznać potrzebę stałego pogłębiania wiedzy (13IM-1P_K01)</p>

Nazwa przedmiotu	<b>Introduction to Social Media Communication</b>
Liczba godzin poszczególnych form zajęć przedmiotu	Ćwiczenia konwersatoryjne: 30 godzin
Forma zaliczenia (egzamin, zaliczenie, zaliczenie na ocenę)	Zaliczenie z oceną
Forma prowadzenia zajęć (stacjonarna, zdalna, hybrydowa)	stacjonarna
Język wykładowy	angielski

Punkty ECTS	5
Skrócony opis, stanowiący przybliżenie celów przedmiotu	Główne cele przedmiotu stanowią: <ul style="list-style-type: none"> <li>• zapoznanie studentów z mediami społecznościowymi jako narzędziem komunikacyjnym dla podmiotów prywatnych i publicznych</li> <li>• nabycie przez studentów umiejętności analizy studiów przypadków wykorzystania mediów społecznościowych przez różne podmioty</li> </ul>
Wymagania wstępne, stanowiące określenie wiedzy i umiejętności, jakie musi posiadać student zapisujący się na dany przedmiot	Wiedza z zakresu marketingu międzynarodowego na poziomie podstawowym
Przedmiotowe efekty uczenia się określające jaką wiedzę, umiejętności i/lub kompetencje będzie posiadał każdy student uzyskujący punkty ECTS z danego przedmiotu wraz ze wskazaniem realizowanych w ramach przedmiotu kierunkowych oraz ewentualnie specjalnościowych efektów uczenia się (kody efektów, do których przyporządkowany został przedmiot w macierzy kompetencji zawartej w programie studiów)	<p>EU_1 Student zna i rozumie reguły komunikacji za pośrednictwem mediów społecznościowych (13IM-1P_W01, 13IM-1P_W03, 13IM-1P_W09)</p> <p>EU_2 Student zna i rozumie korzyści i zagrożenia płynące z wykorzystania mediów społecznościowych do komunikacji z otoczeniem (13IM-1P_W04, 13IM-1P_W05, 13IM-1P_W06, 13IM-1P_W07)</p> <p>EU_3 Student potrafi interpretować i oceniać działania podejmowane przez różne podmioty w mediach społecznościowych (13IM-1P_U01, 13IM-1P_U02)</p> <p>EU_4 Student jest gotów do krytycznej analizy przekazów płynących z mediów społecznościowych (13IM-1P_K01)</p>

Nazwa przedmiotu	<b>Internship</b>
Liczba godzin poszczególnych form zajęć przedmiotu	Praktyki studenckie: 720 godzin

Forma zaliczenia (egzamin, zaliczenie, zaliczenie na ocenę)	Zaliczenie z oceną
Forma prowadzenia zajęć (stacjonarna, zdalna, hybrydowa)	stacjonarna
Język wykładowy	angielski
Punkty ECTS	24
Skrócony opis, stanowiący przybliżenie celów przedmiotu	Główne cele przedmiotu stanowią: <ul style="list-style-type: none"> <li>• ugruntowanie wiedzy i umiejętności w zakresie marketingu międzynarodowego</li> <li>• kształtowanie umiejętności niezbędnych do pracy w sektorze prywatnym i publicznym</li> </ul>
Wymagania wstępne, stanowiące określenie wiedzy i umiejętności, jakie musi posiadać student zapisujący się na dany przedmiot	Nie dotyczy
Przedmiotowe efekty uczenia się określające jaką wiedzę, umiejętności i/lub kompetencje będzie posiadał każdy student uzyskujący punkty ECTS z danego przedmiotu wraz ze wskazaniem realizowanych w ramach przedmiotu kierunkowych oraz ewentualnie specjalnościowych efektów uczenia się (kody efektów, do których przyporządkowany został przedmiot w macierzy kompetencji zawartej w programie studiów)	EU_1 Student potrafi analizować działania podejmowane przez przedsiębiorstwa i ich interesariuszy (13IM-1P_U02) EU_2 Student potrafi komunikować się językiem typowym dla danego przedsiębiorstwa (13IM-1P_U03) EU_3 Student potrafi samodzielnie pracować i zdobywać umiejętności (13IM-1P_U05, 13IM-1P_U06, 13IM-1P_U07) EU_4 Student jest gotów działać na rzecz realizacji zobowiązań społecznych związanych z wykonywaną pracą (13IM-1P_K02, 13IM-1P_K03, 13IM-1P_K04)

Nazwa przedmiotu	<b>Internet Consumer Behavior</b>
Liczba godzin poszczególnych form zajęć przedmiotu	Ćwiczenia konwersatoryjne: 30 godzin
Forma zaliczenia (egzamin, zaliczenie, zaliczenie na ocenę)	Zaliczenie z oceną
Forma prowadzenia zajęć (stacjonarna, zdalna, hybrydowa)	stacjonarna
Język wykładowy	angielski
Punkty ECTS	5
Skrócony opis, stanowiący przybliżenie celów przedmiotu	Główne cele przedmiotu stanowią: <ul style="list-style-type: none"> <li>• analiza zachowań konsumentów w Internecie</li> <li>• przedstawienie czynników wpływających na zachowania konsumentów i firm w Internecie</li> </ul>
Wymagania wstępne, stanowiące określenie wiedzy i umiejętności, jakie musi posiadać student zapisujący się na dany przedmiot	Znajomość pojęć z zakresu marketingu międzynarodowego, podstaw zarządzania oraz ekonomii.
Przedmiotowe efekty uczenia się określające jaką wiedzę, umiejętności i/lub kompetencje będzie posiadał każdy student uzyskujący punkty ECTS z danego przedmiotu wraz ze wskazaniem realizowanych w ramach przedmiotu kierunkowych oraz ewentualnie specjalnościowych efektów uczenia się (kody efektów, do których przyporządkowany został przedmiot w macierzy	<p>EU_1 Student zna i rozumie możliwości wykorzystania nowoczesnych technologii w komunikacji marketingowej (13IM-1P_W03, 13IM-1P_W09)</p> <p>EU_2 Student zna i rozumie czynniki oddziałujące na decyzje podejmowane przez różne podmioty w przestrzeni cyfrowej (13IM-1P_W04, 13IM-1P_W06)</p> <p>EU_3 Student potrafi interpretować i oceniać działania różnych podmiotów w przestrzeni cyfrowej (13IM-1P_U01, 13IM-1P_U02)</p> <p>EU_4 Student potrafi analizować dane z wykorzystaniem narzędzi IT (13IM-1P_U07)</p> <p>EU_5 Student jest gotów uznać znaczenie aktualnej wiedzy w zarządzaniu przedsiębiorstwem (13IM-1P_K01)</p>

---

kompetencji zawartej w programie studiów)	
---	--