

PROGRAM SPECJALNOŚCI

Nazwa specjalności: **Socjologia biznesu z elementami design thinking**

Liczba punktów ECTS	43
---------------------	----

Uzyskane kwalifikacje oraz uprawnienia zawodowe:

Po ukończeniu studiów w ramach specjalności absolwent posiada kompetencje twarde, takie jak obsługa programów statystycznych, zarządzanie zespołem, reakcje na zastrzeżenia, zarządzanie zasobami ludzkimi, zarządzanie przez cele, pozyskiwanie środków na prowadzenie działalności gospodarczej, zakładanie działalności gospodarczej, przygotowywanie biznesplanów, znajomość rynku konsumenckiego poprzez analizę megatrendów i badań socjologicznych w biznesie. Posiada też kompetencje miękkie takie jak: wysoko rozwinięte umiejętności negocjacyjne, zdolności analityczne, samodzielność i bardzo dobra organizacja czasu, techniki rozwiązywania konfliktów. Absolwent może podjąć pracę w ośrodkach badawczych, szkoleniowych, konsultingowych, organizacjach pozarządowych, administracji przedsiębiorstw sektora rządowego jak i samorządowego. Ponadto może starać się o zatrudnienie w organizacjach doradczych, szeroko pojętych działach HR przedsiębiorstw i korporacji, w działach zarządzania zasobami ludzkimi przedsiębiorstw o profilu działalności w kraju jak również poza jego granicami, gdzie będzie zajmował się doбором i szkoleniem pracowników. Absolwent posiada niezbędną wiedzę do prowadzenia działalności gospodarczej przy realizacji własnych, ambitnych i kreatywnych pomysłów w różnych branżach.

WIEDZA			Odniesienie do efektu kierunkowego	
W01	zna zasady funkcjonowania podmiotów w gospodarce rynkowej ze szczególnym uwzględnieniem ich roli we współczesnym społeczeństwie	P7U_W	P7S_WG	K_W02; K_W03; K_W06
W02	ma wiedzę na temat kultury organizacyjnej oraz zarządzania zasobami ludzkimi w organizacji i przedsiębiorstwie		P7S_WG	K_W02; K_W03
W03	ma wiedzę na temat norm etycznych obowiązujących w sektorze biznesu		P7S_WK	K_W07; K_K04
W04	zna podstawy prawa dotyczące funkcjonowania przedsiębiorstwa w obszarach prawa gospodarczego, cywilnego, finansowego		P7S_WK	K_W07
W05	zna narzędzia i metody przygotowania biznesplanów, pozyskiwania środków na prowadzenie firmy, zakładania działalności gospodarczej		P7S_WG	K_W07; K_U02
W06	ma wiedzę na temat technik i metod skutecznego prowadzenia negocjacji biznesowych, marketingu i reklamy		P7S_WG	K_W02; K_U04
W07	ma wiedzę z zakresu rozwiązywania sporów powstałych w trakcie prowadzonej przez niego działalności gospodarczej zarówno wewnątrz firmy jak również w środowisku biznesowym		P7S_WK	K_W02; K_K04

W08	posiada wiedzę nt. wskaźników analizy preferencji konsumenckich, megatrendów, preferencji konsumenckich, aby na tej podstawie zaspokajać potrzeby klienta		P7S_WG	K_W04; K_W06
W09	posiada pogłębioną wiedzę nt. możliwości budowania własnej marki (przedsiębiorstwa) w oparciu o design thinking		P7S_WG	K_W03; K_U01
W10	posiada wiedzę z zakresu prowadzenia negocjacji biznesowych, reklamy, sprzedaży jak również reakcji na obiekcje		P7S_WG	K_U04; K_K01
UMIEJĘTNOŚCI			Odniesienie do efektu kierunkowego	
U01	potrafi analizować zjawiska społeczne, zwłaszcza preferencje konsumenckie, aby na ich podstawie realizować własną strategię biznesową	P7U_U	P7S_UW	K_U01; K_U02
U02	posługuje się danymi statystycznymi nt. rynku kapitałowego, konsumenckiego i zmian w ich obszarach		P7S_UW	K_U01; K_U03
U03	potrafi wykorzystywać uzyskaną wiedzę z zakresu podstaw prawa do organizacji pracy własnej jak również zespołu, któremu przewodniczy		P7S_UW	K_U06; K_K03
U04	potrafi konstruować i przeprowadzać proces badawczy w oparciu o oczekiwania i analizę potrzeb klienta		P7S_UW	K_U03; K_U01
U05	potrafi wykorzystywać wiedzę z zakresu kompetencji miękkich, która umożliwi mu swobodne wypowiedzi publiczne, autoprezentację, kreowanie wizerunku własnego jak również firmy, której będzie przewodniczył		P7S_UK	K_U04; K_U05
U06	potrafi tworzyć kreatywne projekty i biznesplany w oparciu o megatrendy w gospodarce i marketing miast i regionów		P7S_UU	K_U02; K_U06
U07	potrafi przewodniczyć pracy zespołowej, komunikacji w przedsiębiorstwie, zarządzaniu projektami,		P7S_UO	K_U06; K_K03
U08	potrafi rozwiązywać problemy w zakresie konceptualizacji pomysłu, rejestrację działalności gospodarczej jak również pozyskiwania środków na prowadzenie firmy		P7S_UO	K_U02; K_W07
KOMPETENCJE SPOŁECZNE			Odniesienie do efektu kierunkowego	
K01	rozumie potrzebę procesu nauki, czyli ciągłego uczenia się i rozwijania własnych kompetencji	P7U_K	P7S_KK	K_K01
K02	jest gotów do odpowiedzialnego organizowania pracy własnej i zespołowej		P7S_KO	K_U06; K_K03
K03	jest gotów realizować i stawiać cele w oparciu o wiedzę jak również potrzeby rynku		P7S_KK	K_K02; K_K03
K04	jest gotów uwzględniać krytykę i różne perspektywy oraz merytorycznie argumentować własne decyzje		P7S_KK	K_K01; K_U04

K05	jest gotów przewidywać konsekwencje swoich decyzji w oparciu o normy społeczne jak i etyczne	P7S_KR	K_K04; K_K02
K06	jest gotów do odpowiedzialnego realizowania projektów biznesowych, projekty innowacyjne konstruowane w oparciu o własne zainteresowania jak i potrzeby klientów	P7S_KR	K_K03; K_U06
K07	zdaje sobie sprawę, że zdobyta prze niego wiedza, zwłaszcza umiejętności praktyczne, może zostać wykorzystana także w ramach działalności na rzecz szerszej społeczności i kształtowania społeczeństwa obywatelskiego	P7S_KR	K_K02; K_K03

Imię	Egzamin pisemny	Egzamin ustny	Praca pisemna (escj)	Referat	Udział w dyskusji	Projekt grupowy	Projekt indywidualny	Praca laboratoryjna	Zajęcia terenowe	Ćwiczenia w ramach zajęć	Gry dydaktyczne	E-learning	Efekt
W01				X	X					X			
W02	X	X			X					X			
W03		X			X		X			X	X		
W04					X					X			
W05					X	X	X			X			
W06						X		X		X	X		
W07					X	X				X	X		
W08					X	X				X	X		
W09			X		X	X				X			
W10		X			X					X			
U01					X		X			X			
U02					X	X				X			
U03			X		X	X							
U04			X		X								
U05					X		X			X	X		
U06						X	X			X	X		
U07						X				X			
U08				X	X		X						
K01					X		X			X			
K02					X	X				X			
K03				X	X	X				X			
K04				X	X		X						
K05					X		X			X			
K06					X		X			X			
K07					X	X				X			

Grupa przedmiotów/ przedmiot	Treści programowe	Efekty uczenia się dla grupy/przedmiotu
Etyka biznesu; Podstawy prawa cywilnego i gospodarczego; Zarządzanie sporem; Alternatywne metody rozwiązywania sporów; Podstawy prawne trzeciego sektora; Aksjologiczny wymiar pracy	Blok kursów obejmuje interdyscyplinarne zagadnienia z pogranicza etyki, prawa, zarządzania oraz nauk społecznych, koncentrując się na normatywnych i instytucjonalnych uwarunkowaniach funkcjonowania współczesnych organizacji oraz relacji społeczno-gospodarczych. Celem modułu jest rozwijanie kompetencji umożliwiających rozumienie procesów zachodzących w środowisku biznesowym i obywatelskim w perspektywie prawnej, aksjologicznej i komunikacyjnej, a także kształtowanie umiejętności analizy konfliktów oraz projektowania odpowiedzialnych praktyk organizacyjnych. W ramach bloku omawiane są podstawowe zagadnienia z zakresu etyki biznesu, ze szczególnym uwzględnieniem społecznej odpowiedzialności organizacji, etycznych aspektów podejmowania decyzji, relacji między interesariuszami oraz wpływu procesów gospodarczych na życie społeczne.	K_W01 – K_W04; K_W06; K_U01; K_U04; K_U06; K_K01 – K_K04;
Przemysł 4.0; Negocjacje biznesowe; Socjologia komunikacji i współpracy w zespole; Marketing miast i regionów; Zarządzanie projektami; Neuromarketing;	Blok kursów koncentruje się na współczesnych procesach transformacji gospodarczej, komunikacyjnej i organizacyjnej związanych z rozwojem gospodarki cyfrowej, zarządzania oraz marketingu społeczno-terytorialnego. Obejmuje zagadnienia związane z przemysłem i wpływem nowych technologii na organizacje, pracę i relacje społeczne, a także problematykę negocjacji biznesowych, komunikacji interpersonalnej i współpracy zespołowej w środowisku organizacyjnym. W ramach modułu analizowane są również strategie marketingu miast i regionów, zarządzanie projektami oraz psychologiczne i społeczne mechanizmy oddziaływania wykorzystywane w neuromarketingu. Celem bloku jest rozwijanie kompetencji analitycznych, komunikacyjnych i organizacyjnych niezbędnych do funkcjonowania w środowisku społeczno-gospodarczym, w sektorze publicznym, prywatnym i pozarządowym.	K_W01 – K_W07; K_U01 – K_U03; K_U06; K_K01; K_K04;
Wstęp do teorii i praktyki wywiadu i kontrwywiadu biznesowego; Megatrendy w światowej gospodarce i zarządzaniu;	Blok kursów obejmuje zagadnienia związane z funkcjonowaniem wywiadu i kontrwywiadu biznesowego oraz analizą współczesnych megatrendów gospodarczych i zarządczych. Celem modułu jest rozwijanie umiejętności analizy procesów ekonomicznych, identyfikacji zagrożeń i szans w otoczeniu organizacji oraz rozumienia globalnych przemian wpływających na strategie zarządzania i bezpieczeństwo informacyjne przedsiębiorstw.	K_W04 K_U02 - K_U04; K_K01 - K_K03;
Badania społeczne i marketingowe w biznesie; Wprowadzenie do Design	Blok kursów obejmuje zagadnienia związane z badaniami społecznymi i marketingowymi, projektowaniem innowacyjnych rozwiązań oraz	K_W01 – K-W06; K_U01 – K_U06; K_K01 – K_K04;

Thinking; Zarządzanie zasobami ludzkimi; Warsztat trenerski z elementami design thinking; Wprowadzenie do badań UX;	zarządzaniem zasobami ludzkimi we współczesnych organizacjach. W ramach modułu omawiane są podstawy metodologii badań marketingowych i UX, procesy projektowania zorientowanego na użytkownika z wykorzystaniem podejścia design thinking, a także kompetencje trenerskie i komunikacyjne wspierające pracę zespołową oraz rozwój organizacyjny. Celem bloku jest rozwijanie umiejętności analitycznych, projektowych i interpersonalnych niezbędnych w działalności biznesowej i badawczej.	
Psychologia biznesu; Kultura organizacyjna; Socjologia ekonomiczna; Public Relations; Podstawy marketingu; Socjologia designu i reklamy;	Blok kursów obejmuje zagadnienia związane z psychologicznymi, społecznymi i kulturowymi uwarunkowaniami funkcjonowania organizacji, rynku oraz komunikacji marketingowej. W ramach modułu analizowane są procesy kształtowania kultury organizacyjnej, relacje między gospodarką a strukturami społecznymi, mechanizmy public relations i marketingu, a także społeczne znaczenie designu i reklamy we współczesnej kulturze konsumpcyjnej. Celem bloku jest rozwijanie kompetencji analitycznych i komunikacyjnych umożliwiających rozumienie procesów społeczno-ekonomicznych oraz projektowanie skutecznych strategii wizerunkowych i marketingowych.	K_W01; K_K04; K_K02; K_K04

pieczęć i podpis Dyrektora

.....