

SENAT

UCHWAŁA NR R.0000.200.2020

**SENATU UNIWERSYTETU EKONOMICZNEGO
WE WROCŁAWIU**

z dnia 24 września 2020 r.

w sprawie

ustalenia programu studiów podyplomowych *Zarządzanie i marketing*

Działając na podstawie § 30 pkt 12 Statutu Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu, Senat ustala:

§ 1

Program studiów podyplomowych *Zarządzanie i marketing*.

§ 2

Program studiów podyplomowych *Zarządzanie i marketing*, stanowi załącznik nr 1 do niniejszej uchwały.

§ 3

Uchwała wchodzi w życie z dniem jej podjęcia.

Rektor

prof. dr hab. Andrzej Kaleta

SENAT

Załącznik nr 1 do uchwały nr R.0000.200.2020 z 24 września 2020 r.

Nazwa studiów podyplomowych (kierunku):
SP Zarządzanie i Marketing, kierunek: Zarządzanie

Liczba godzin 186
(min. 140)

Liczba punktów ECTS 60
(min. 30)

Imię i nazwisko kierownika studiów:
dr hab. Barbara Mróz-Gorgoń, prof. UEW

e-mail:
barbara.mroz-gorgon@ue.wroc.pl

Telefon:
502 725 813

Pok./bud.
Bud. B pok. 7

1. Sylwetka absolwenta i cele studiów

Celem studiów jest zdobycie przez słuchaczy wiedzy i praktycznych umiejętności posługiwania się nowoczesnymi narzędziami zarządzania i marketingu w budowaniu przewagi konkurencyjnej firm. Warsztatowy charakter zajęć, praktyczne ćwiczenia i symulacje decyzyjne wprowadzą słuchaczy w obszary rozwiązywania rzeczywistych problemów rynkowych wyzwalając kreatywność myślenia i działania. Studia adresowane są do osób, które pragną zdobyć i poszerzyć wiedzę z zakresu nowoczesnego zarządzania marketingowego firmą i nabyć umiejętności praktycznego posługiwania się instrumentami marketingowymi w tworzeniu strategii firmy i w budowaniu jej przewagi konkurencyjnej.

Po ukończeniu studiów słuchacz otrzymuje świadectwo ukończenia studiów podyplomowych

2. Wymagania wstępne w zakresie wiedzy, umiejętności i kompetencji społecznych

1. Wiedza z zakresu problemów funkcjonowania gospodarki i przedsiębiorstw oraz organizacji społecznych i publicznych.
2. Umiejętność organizowania czasu, podejmowania dyskusji i prób rozwiązywania problemów natury ekonomicznej
3. Kreatywność działania i ambicje osiągnięcia sukcesu zawodowego

3. Efekty uczenia się na poziomie całego programu

Symbol	Opis efektów uczenia się	Odniesienie do charakterystyk poziomów 6-8 drugiego stopnia typowych dla kwalifikacji uzyskiwanych w ramach systemu szkolnictwa wyższego / charakterystyk poziomów drugiego stopnia typowych dla kwalifikacji o charakterze zawodowym
WIEDZA		
ZIMA_W1	Zna współczesne koncepcje i metody i narzędzia zarządzania, konkurowania i współpracy pomiędzy organizacjami gospodarczymi i non profit.	P7S_WG
ZIMA_W2	Dysponuje nowoczesną wiedzą z zakresu zarządzania marketingowego, komunikacji marketingowej, problemów decyzyjnych organizacji działającej w warunkach konkurencyjnego rynku, oceny skuteczności działań marketingowych	P7S_WK

SENAT

ZIMA_W3	Rozpoznaje strategiczne i operacyjne problemy decyzyjne związane z zarządzaniem marketingowym, ma wiedzę o metodach i technikach analizy strategicznej organizacji	P7S_WG
UMIEJĘTNOŚCI		
ZIMA_U1	Słuchacz potrafi diagnozować sytuację marketingową i formułować decyzje marketingowe z uwzględnieniem kryteriów skuteczności i efektywności działań	P7S_UK
ZIMA_U2	Słuchacz ma wykształcone umiejętności analizowania zależności przyczynowo – skutkowych w zachowaniach ludzi - klientów/ nabywców / konsumentów	P7S_UW, P7S-UD
ZIMA_U3	Słuchacz rozwiązuje problemy decyzyjne i badawcze z zakresu marketingu i na podstawie sformułowanych wniosków przedstawia rekomendacje dotyczące wdrożeń (o cechach praktycznej użyteczności) lub wskazuje kierunki dalszych badań	P7S_UK, P7S_UU
KOMPETENCJE SPOŁECZNE		
ZIMA_K1	Słuchacz gotów jest do krytycznej oceny posiadanej wiedzy i odbieranych treści	P7S_KK
ZIMA_K2	Słuchacz myśli i działa w sposób przedsiębiorczy	P7S_KD
ZIMA_K3	Słuchacz jest gotów do podejmowania ról i zadań przedsiębiorczych, podnoszenia kwalifikacji i przestrzegania zasad etyki w działaniu	P7S_KR

4. Program studiów 2020/2021

Lp.	Przedmiot / moduł	Przedmiot/moduł w języku angielskim	Liczba godzin łącznie	Liczba godzin teoretycznych	Liczba godzin praktycznych	Punkty ECTS
P1-	Marketing – aspekty międzynarodowe	Marketing – (international aspects)	10	5	5	3
P2-	Marketing (cases study)	Marketing (cases study)	10	2	8	4
P3-	Techniki kreatywne w marketingu	Creative Techniques in Marketing	10	3	7	3
P4-	Zarządzanie firmą	Company Management	10	5	5	3
P5-	Analiza danych marketingowych (wspomaganie komputerowe)	Analysis of Marketing Data (computer aided)	10	3	7	4
P6-	Finanse firmy – zarządzanie	Company Finance - Management	10	5	5	3
P7-	Zarządzanie strategiczne	Strategic Management	10	5	5	3
P8-	Controlling w zarządzaniu firmą	Controlling in Company Management	10	5	5	3
P9-	Podstawy rachunkowości	Accounting Basics	10	3	7	3
P10-	Zarządzanie relacjami z	Customer Relationship	10			

SENAT

	klientem (CRM)	Management (CRM)		5	5	3
P11-	Negocjacje w praktyce	Negotiations in Practice	10	3	7	3
P12-	Projektowanie badań marketingowych	Marketing Research (designing)	10	3	7	3
P13-	Wizerunek i promocja marki	Image and Brand Promotion	10	5	5	4
P14-	Segmentacja rynku – kryteria behawioralne – projektowanie	Market Segmentation - behavioral criteria - design	10	5	5	3
P15-	Marketing w Internecie – projektowanie działań	Marketing on the Internet - designing activities	10	2	8	3
P16-	Marketing społecznie odpowiedzialny (kampanie społeczne)	Socially Responsible Marketing (social campaigns)	10	3	7	3
P17-	Marketing w usługach – jakość obsługi klienta	Marketing in Services - quality of customer service	10	4	6	3
P18-	DESIGN THINKING – projektowanie innowacyjnych rozwiązań	DESIGN THINKING - designing innovative solutions	10	4	6	4
P19-	Zajęcia fakultatywne – trening	Optional Classes - Training	6	0	6	2
Suma:			186	70	116	60

W programie studiów dokonano zmian w zakresie powyżej 30% ogólnej liczby efektów uczenia się: TAK/NIE

5. Metody i narzędzia dydaktyczne

M1- Wykład z wykorzystaniem prezentacji multimedialnych
M2- Dyskusje zogniskowane, grupowe
M3- wykład z analizą przypadków i zastosowaniem ćwiczeń praktycznych
M4- Ćwiczenia warsztatowe.
M5- Symulacje decyzyjne

6. Sposoby weryfikacji efektów uczenia się

O1-dyskusja zogniskowana grupowa
O2-ćwiczenia indywidualne i zespołowe realizowane pod nadzorem prowadzącego
O3-analiza przypadków i rozwiązywanie problemów
O4-egzamin końcowy

7. Kwalifikacja cząstkowa PRK

Poziom 7_PRK