

Plan studiów

Wydział Inżynierii Zarządzania

Kierunek studiów: **Zarządzanie**

Specjalność: **Zarządzanie produktem i e-commerce**

studia drugiego stopnia niestacjonarne

Rok akademicki 2026/2027 - I rok

	Lp	Nazwa zajęć	Kod zajęć	liczba godzin tygodniowo							liczba godzin w semestrze	ECTS	
				W	Ć	L	P	Ps	T	S			
semestr 1	1	Język obcy *	L2za1n.100a, L2za1n.100n, L2za1n.100r		2							16	2
	2	HES I	H2w1n.001, H2w1n.002, H2w1n.003	2								16	2
	3	Nowoczesne koncepcje zarządzania [E]	Z2za1n.001	2	1							24	4
	4	Przedsiębiorczość i źródła finansowania działalności gospodarczej	Z2za1n.002	2	2							32	4
	5	Kapitał wiedzy w dobie gospodarki cyfrowej	Z2za1n.003	2	2							32	4
	6	Zarządzanie strategiczne	Z2za1n.004	1	1							16	3
	7	Marketing międzynarodowy [E]	Z2za1n.005	1	1							16	3
	8	Prawo handlowe i cywilne	Z2za1n.006	1	1							16	3
	9	Modele biznesowe w e-commerce i platformy cyfrowe	Z2za1n.009	1	1				1			24	3
	10	Zachowania e-konsumentów	Z2za1n.010	1	1							16	2
				13			13				208	30	
semestr 2	11	HES II	H2w2n.001, H2w2n.002	1	2							24	3
	12	Zarządzanie konfliktem i kryzysem w organizacji	Z2za2n.001	1	2							24	3
	13	Statystyczna analiza danych	Z2za2n.002	1				2				24	3
	14	Zarządzanie zmianą [E]	Z2za2n.003	1	2							24	5
	15	Strategie personalne i płacowe	Z2za2n.004	1	2							24	3
	16	Zarządzanie procesami	Z2za2n.005	1				2				24	5
	17	Zarządzanie logistyczne	Z2za2n.006	1	1							16	2
	18	Zarządzanie marką i współtworzenie wartości	Z2za2n.009	2	2							32	4
	19	Doświadczenie klienta w ekosystemie platformowym	Z2za2n.010						2			16	2
				9			17				208	30	
semestr 3	20	Zarządzanie przepływem wartości w przedsiębiorstwie [E]	Z2za3n.001	1	2							24	5
	21	Handel międzynarodowy i internacjonalizacja przedsiębiorstw	Z2za3n.002	2	2							32	4
	22	Metody i narzędzia cyfrowe antycypacji przyszłości	Z2za3n.003	1				2				24	3
	23	Zarządzanie marketingowe [E]	Z2za3n.004	1	1							16	3
	24	Seminarium dyplomowe 1	Z2za3n.102							2		16	4
	25	Marketing B2B i innowacje w zarządzaniu produktem	Z2za3n.008	2	2							32	4
	26	Strategie produktowo-cenowe	Z2za3n.009	2	2							32	4
	27	Analityka danych i optymalizacja konwersji	Z2za3n.010	1				2				24	3
				10			15				200	30	
semestr 4	28	Audyt i controlling	Z2za4n.001	1	2							24	4
	29	Merchandising cyfrowy i zarządzanie uwagą w e-commerce	Z2za4n.003	2				2				32	4
	30	Innovation management / инновационный менеджмент	Z2za4n.101 Z2za4n.102	2								16	2
	31	Seminarium dyplomowe 2	Z2za4n.202							2		16	2
	32	Praca dyplomowa	Z2za4n.302										15
	33	Praktyka zawodowa	Z2za4n.401										3
				5			6				88	30	
Σ				37			51				704	120	

praktyka zawodowa - realizowana w wymiarze 2 tygodni (75 godzin)