

UCHWAŁA NR 419 /XXIV/XV/2019
Senatu Politechniki Białostockiej
z dnia 18 kwietnia 2019 roku

- w sprawie ustalenia programu studiów podyplomowych Podyplomowe Studia Menedżerskie dla Inżynierów

Senat Politechniki Białostockiej, działając na podstawie art. 28 ust. 1 pkt 11 i 15 lit. a ustawy z dnia 20 lipca 2018 roku Prawo o szkolnictwie wyższym i nauce (Dz. U. poz. 1668, z późn. zm.), postanawia:

§ 1

Ustalić program studiów podyplomowych Podyplomowe Studia Menedżerskie dla Inżynierów, stanowiący załącznik do niniejszej uchwały.

§ 2

Uchwała wchodzi w życie z dniem podjęcia.

REKTOR

prof. dr hab. inż. Lech Dzieńis



Załącznik do Uchwały Nr 418/XXIII/XV/2019 Senatu PB



WYDZIAŁ INŻYNIERII ZARZĄDZANIA
POLITECHNIKI BIAŁOSTOCKIEJ

PROGRAM PODYPLOMOWYCH STUDIÓW MENEDŻERSKICH DLA INŻYNIERÓW

PO KIEROWNIK
SEKCJI JAKOŚCI KSZTAŁCENIA
Politechniki Białostockiej
Joanna Krętowska
dr inż. Joanna Krętowska

Białystok, 2019

PROFESOR
ds. Kształcenia i Wspierania Badawczego
Anna Kosior-Kazharok
dr hab. inż. Anna Kosior-Kazharok, prof. nzw.

DZIEKAN
WYDZIAŁU INŻYNIERII ZARZĄDZANIA
Politechniki Białostockiej

Joanna Bzdys
dr hab. inż. Joanna Bzdys, prof. nzw.

PROGRAM PODYPLOMOWYCH STUDIÓW MENEDŻERSKICH DLA INŻYNIERÓW

Podyplomowe Studia Menedżerskie dla Inżynierów trwają 2 semestry i umożliwiają uzyskanie kwalifikacji częściowych na poziomie 6 PRK. Łączna liczba punktów ECTS: 30. Łączna liczba godzin zajęć: 170.

Plan studiów STUDIA MENEDŻERSKIE DLA INŻYNIERÓW

Uchwałą Rady Wydziału Inżynierii Zarządzania z dnia 6 lutego 2019

	Nazwa przedmiotu	Godziny			Punkty ECTS	Forma zał.
		w.	ćw.	Razem		
SEMESTR I						
1.	Współczesne koncepcje zarządzania	4	4	8	2	ZO
2.	Podstawy zarządzania kompetencjami zawodowymi	4	4	8	2	ZO
3.	Organizacja procesu produkcji	4	4	8	2	ZO
4.	Analiza finansowa przedsiębiorstwa	4	4	8	1	ZO
5.	Coaching	2	6	8	1	ZO
6.	Inteligencja marketingowa organizacji	4	4	8	1	ZO
7.	Warsztaty z komunikacji interpersonalnej i trening kreatywności	4	12	16	2	ZO
8.	Prawo dla menedżerów – wybrane aspekty	2	6	8	1	ZO
9.	Metody planowania przyszłości organizacji	4	4	8	1	ZO
	SUMA	32	48	80	13	
SEMESTR II						
1.	Foresight technologiczny	7	7	14	2	ZO
2.	Zarządzanie komercjalizacją	3	5	8	1	ZO
3.	Zarządzanie zmianą w organizacji	4	4	8	2	ZO
4.	Modelowanie procesów biznesowych	4	4	8	2	ZO
5.	Zarządzanie wizerunkiem organizacji	4	4	8	1	ZO
6.	Biznes plan	4	4	8	1	ZO
7.	Społeczne mechanizmy wywierania wpływu- analiza aspektu etycznego	6	6	12	2	ZO
8.	Efektywne motywowanie zespołu	4	4	8	2	ZO
9.	Ocenianie pracowników, wartościowanie pracy	4	4	8	2	ZO
10.	Elementy zarządzania strategicznego	4	4	8	2	ZO
	SUMA	44	46	90	17	
	Razem semestr I	32	48	80	13	
	Razem semestr II	44	46	90	17	
	RAZEM	76	94	170	30	

ZO – zaliczenie na ocenę

E - egzamin

SYLWETKA ABSOLWENTA

Absolwent będzie wyposażony w umiejętności rozwiązywania problemów typowych dla procesu zarządzania, w tym problemów finansowych, organizacyjnych, prawnych i psychospołecznych. Otrzyma kompleksową wiedzę z zakresu zarządzania zmianami, zarządzania procesem produkcji, budowania i motywowania zespołu, komunikowania się, analizowania finansów przedsiębiorstw. Po ukończeniu studiów Słuchacz będzie merytorycznie przygotowany do efektywnego pełnienia roli kierownika średniego i wysokiego szczebla w przedsiębiorstwie lub organizacji publicznej.

OPIS KOMPETENCJI OCZEKIWANYCH OD KANDYDATA UBIEGAJACEGO SIĘ O PRZYJĘCIE NA STUDIA PODYPLOMOWE

Uczestnikiem studiów podyplomowych może być osoba, która posiada kwalifikację pełną co najmniej na poziomie 6 PRK uzyskaną w systemie szkolnictwa wyższego i nauki.

ZESTAWIENIE TABELARYCZNE KIERUNKOWYCH EFEKTÓW UCZENIA SIĘ ODNOŚZĄCYCH SIĘ DO CHARAKTERYSTYK DRUGIEGO STOPNIA OKREŚLONYCH NA PODSTAWIE USTAWY Z DNIA 22 GRUDNIA 2015 R. O ZINTEGROWANYM SYSTEMIE KWALIFIKACJI NA POZIOMIE 6 PRK

Załącznik nr 1 do „Wytyczne do tworzenia programów studiów podyplomowych”

Symbol	Efekty Uczenia się dla kierunku studiów	Odniesienie do charakterystyk drugiego stopnia określonych na podstawie art. 7 ust. 3 Ustawy z dnia 22 grudnia 2015 r. o Zintegrowanym Systemie Kwalifikacji na poziomie 6 PRK	Odniesienie do charakterystyk drugiego stopnia określonych na podstawie art. 7 ust. 4 Ustawy z dnia 22 grudnia 2015 r. o Zintegrowanym Systemie Kwalifikacji na poziomie 6 PRK
Wiedza: absolwent zna i rozumie			
SMI_W1	istotę oraz cele nowoczesnego, opisuje zadania kadry kierowniczej w zarządzaniu potencjałem ludzkim organizacji	P6S_WG	P6Z_WT, P6Z_WZ, P6Z_WO
SMI_W2	zagadnienia na temat: procesów produkcji, modelowania procesów biznesowych w organizacji, przedsiębiorczości, inteligencji marketingowej organizacji, analizy finansowej	P6S_WG, P6S_WK	P6Z_WZ, P6Z_WO
SMI_W3	podstawowe zasady prowadzenia coachingu	P6S_WG	P6Z_WZ, P6Z_WO
SMI_W4	obszary wykorzystania psychologii w zarządzaniu zespołem, kreowania wizerunku organizacji oraz aspektów prawnych i etycznych	P6S_WG	P6Z_WZ, P6Z_WO
SMI_W5	uwarunkowania efektywnej komunikacji interpersonalnej w środowisku pracy	P6S_WG	P6Z_WZ
SMI_W6	zagadnienia z obszarów: zarządzania strategicznego, foresightu strategicznego, metod planowania przyszłości organizacji	P6S_WG	P6Z_WT, P6Z_WZ, P6Z_WO
SMI_W7	proces zarządzania zmianą w organizacji	P6S_WG	P6Z_WT, P6Z_WZ, P6Z_WO
Umiejętności: absolwent potrafi			
SMI_U1	wykorzystać wiedzę z zakresu koncepcji, metod i technik zarządzania w różnych sytuacjach, w tym kryzysowych oraz adoptować nowoczesne koncepcje do specyficznych warunków swojego funkcjonowania w różnych stadiach wzrostu przedsiębiorstw, dokonać analizy sprawozdań finansowych	P6S_UW	P6Z_UI, P6Z_UO, P6Z_UN
SMI_U2	stosować najlepsze praktyki coachingu biznesowego	P6S_UW	P6Z_UI, P6Z_UO
SMI_U3	planować własny rozwój zawodowy w zakresie pełnionej funkcji menedżera	P6S_UU	P6Z_UI, P6Z_UO
SMI_U4	wykorzystywać wiedzę psychologiczną do doboru pracowników oraz ich motywowania, a także zarządzania talentami	P6S_UW,	P6Z_UU, P6Z_UO
SMI_U5	wykorzystać narzędzia kwestionariuszowe do badania predyspozycji osobowościowych pracowników	P6S_UW	P6Z_UI, P6Z_UO
SMI_U6	budować relacje przy wykorzystaniu komunikacji werbalnej i niewerbalnej	P6S_UK	P6Z_UO
SMI_U7	współpracować w grupie	P6S_UO	P6Z_UO

Kompetencje społeczne: absolwent jest gotów do			
SMI_K1	współpracy i kształtowania właściwych relacji zawodowych w organizacji	P6S_KK	P6Z_KP, P6Z_KW, P6Z_KO
SMI_K2	krytycznego oceniania posiadanej wiedzy, myślenia w sposób przedsiębiorczy	P6S_KK P6S_KO	P6Z_KP
SMI_K3	odpowiedzialnego pełnienia roli menedżera, przestrzegania zasad etyki	P6S_KR	P6Z_KO

RAMOWE PROGRAMY PRZEDMIOTÓW

**Karty przedmiotów zgodne ze wzorem - Załącznik nr 1 do Zarządzenia
Nr 915 z 2019 r. Rektora PB**

Wydział Inżynierii Zarządzania										
Kierunek studiów	Studia Menedżerskie dla Inżynierów							Poziom i forma studiów	studia podyplomowe	
Specjalność / ścieżka dyplomowania								Profil kształcenia		
Nazwa przedmiotu	Współczesne koncepcje zarządzania							Kod przedmiotu	PSMI1	
								Rodzaj przedmiotu	obowiązkowy	
Formy zajęć i liczba godzin	W	Ć	L	P	Ps	T	S	Semestr	1	
	4	4						Punkty ECTS	2	
Przedmioty wprowadzające	-									
Cele przedmiotu	Celem przedmiotu jest zdobycie wiedzy z zakresu koncepcji, metod i technik zarządzania oraz praktycznych umiejętności jej wykorzystania w procesie zarządzania.									
Treści programowe	Wykład: Istota współczesnego zarządzania i jego trendy. Źródła upadku i sukcesów przedsiębiorstw. Współczesne koncepcje zarządzania i ich charakterystyka: zarządzanie wartością, zarządzanie wiedzą, ład (nadzór) korporacyjny, społeczna odpowiedzialność i wartość ekonomiczno-społeczna. Ćwiczenia: Metody i techniki zarządzania, ocena ich przydatności, metody wdrażania i kontroli. Umiejętności i postawy menedżerów przy wdrażaniu koncepcji, metod i technik zarządzania.									
Metody dydaktyczne	Wykład wsparty prezentacją multimedialną, burza mózgów, konwersatorium, rozwiązywanie praktycznych problemów w grupach i indywidualnie.									
Forma zaliczenia	Wykład: praca pisemna słuchacza; Ćwiczenia: dokumentacja zadań realizowanych indywidualnie i w grupach.									
Symbol efektu uczenia się	Zakładane efekty uczenia się							Odniesienie do kierunkowych efektów uczenia się		
EU1	Słuchacz charakteryzuje współczesne metody i techniki zarządzania w przedsiębiorstwach.							SMI_W1		
EU2	Posiada wiedzę na temat procesu planowania i wdrażania zmian oraz metod kontroli i oceny rezultatów.							SMI_W1		
EU3	Wykorzystuje wiedzę z zakresu koncepcji, metod i technik zarządzania w różnych sytuacjach, w tym kryzysowych.							SMI_W1, SMI_U1		
EU4	Adaptuje nowoczesne koncepcje zarządzania do							SMI_U1, SMI_K3		

Wydział Inżynierii Zarządzania									
Kierunek studiów	Studia Menedżerskie dla Inżynierów							Poziom i forma studiów	studia podyplomowe
Specjalność / ścieżka dyplomowania								Profil kształcenia	
Nazwa przedmiotu	Podstawy zarządzania kompetencjami zawodowymi							Kod przedmiotu	PSMI2
								Rodzaj przedmiotu	obowiązkowy
Formy zajęć i liczba godzin	W	Ć	L	P	Ps	T	S	Semestr	1
	4	4						Punkty ECTS	2
Przedmioty wprowadzające									
Cele przedmiotu	Przedmiot opiera się na założeniu, że osoba pełniąca funkcje kierownicze musi właściwie identyfikować i rozwijać potencjał kompetencji pracowników i całych zespołów. Celem przedmiotu jest kształtowanie umiejętności opisu zjawisk organizacyjnych w języku kompetencji, tworzenie profili kompetencyjnych, diagnozowanie kompetencji.								
Treści programowe	Wykład: Istota kompetencji, rodzaje kompetencji zawodowych. Kompetencje a umiejętności i osobowość pracownika. Profile kompetencyjne stanowisk pracy. Ćwiczenia: Badanie kompetencji u kandydatów na pracowników - cele, metody, narzędzia. Rozwój potencjału kompetencyjnego pracowników.								
Metody dydaktyczne	Wykład wsparty prezentacją multimedialną, burza mózgów, konwersatorium, rozwiązywanie praktycznych problemów w grupach i indywidualnie								
Forma zaliczenia	Wykład: zaliczenie pisemne; Ćwiczenia: ocena rozwiązania praktycznego problemu w trakcie zajęć								
Symbol efektu uczenia się	Zakładane efekty uczenia się							Odniesienie do kierunkowych efektów uczenia się	
EU1	Słuchacz rozumie pojęcia: kompetencje, kompetencje zawodowe, zarządzanie kompetencjami, zarządzanie talentami.							SMI_W1, SMI_W5	
EU2	Potrafi opracować profil kompetencyjny na różnorodne stanowiska pracy oraz zaprojektować badanie wymaganych kompetencji u kandydatów na pracowników.							SMI_W1, SMI_U1, SMI_U4	
EU3	Profesjonalnie przeprowadza wywiad kompetencyjny oraz Assessment Center. Korzysta z wystandaryzowanych formularzy kompetencyjnych.							SMI_U5, SMI_K1	

Wydział Inżynierii Zarządzania									
Kierunek studiów	Studia Menedżerskie dla Inżynierów							Poziom i forma studiów	studia podyplomowe
Specjalność / ścieżka dyplomowania								Profil kształcenia	
Nazwa przedmiotu	Organizacja procesu produkcji							Kod przedmiotu	PSMI3
								Rodzaj przedmiotu	obowiązkowy
Formy zajęć i liczba godzin	W	Ć	L	P	Ps	T	S	Semestr	1
	4	4						Punkty ECTS	2
Przedmioty wprowadzające	-								
Cele przedmiotu	Celem przedmiotu jest zapoznanie słuchaczy z najważniejszymi zagadnieniami teoretycznymi i praktycznymi związanymi z zarządzaniem systemami wytwórczymi. Przedmiot ma za zadanie zapewnić słuchaczom wiedzę na temat najnowszych i najważniejszych koncepcji i technik przepływu produkcji stosowanych w organizacji.								
Treści programowe	Wykład: Trzecia fala rewolucji przemysłowej. Struktura procesu produkcyjnego. Podstawowe formy organizacji przepływu produkcji. Dlaczego Lean Manufacturing? Czym jest Lean Manufacturing, podstawowe zasady Lean. Ćwiczenia: Jak Lean Manufacturing funkcjonuje w firmie? Marnotrawstwo. Znaczenie nierównomierności przepływu. Technika kanban, SMED i 5S.								
Metody dydaktyczne	Wykład z prezentacją multimedialną, dyskusja moderowana, pokaz, gra symulacyjna.								
Forma zaliczenia	Wykład: zaliczenie pisemne na ocenę; Ćwiczenia: ocena prac grupowych wykonanych przez studentów.								
Symbol efektu uczenia się	Zakładane efekty uczenia się							Odniesienie do kierunkowych efektów uczenia się	
EU1	Słuchacz posiada wiedzę na temat podstawowych cech charakteryzujących zarządzanie w sferze produkcji wyrobów.							SMI_W1, SMI_W2	
EU2	Charakteryzuje cel i rolę koncepcji Lean Management we współczesnym systemie wytwórczym.							SMI_W2	
EU3	Posiada umiejętność zdiagnozowania systemu produkcyjnego firmy co do najważniejszych typów marnotrawstwa oraz umiejętność doboru właściwych narzędzi Lean.							SMI_U1, SMI_U7	

Wydział Inżynierii Zarządzania									
Kierunek studiów	Studia Menedżerskie dla Inżynierów							Poziom i forma studiów	studia podyplomowe
Specjalność / ścieżka dyplomowania								Profil kształcenia	
Nazwa przedmiotu	Analiza finansowa przedsiębiorstwa							Kod przedmiotu	PSMI4
								Rodzaj przedmiotu	obowiązkowy
Formy zajęć i liczba godzin	W	Ć	L	P	Ps	T	S	Semestr	1
	4	4						Punkty ECTS	1
Przedmioty wprowadzające									
Cele przedmiotu	Podstawowym celem przedmiotu jest nabycie przez słuchaczy wiedzy z zakresu wykorzystywania metod i technik analitycznych do oceny działalności podmiotów gospodarczych.								
Treści programowe	Wykład: Istota i przedmiot analizy finansowej przedsiębiorstwa. Metody analizy finansowej. Źródła analizy finansowej w przedsiębiorstwie i prezentacja wyników. Ćwiczenia: Syntetyczna analiza wyniku finansowego przedsiębiorstwa. Analiza ogólna bilansu oraz rachunku zysków i strat. Analiza wskaźnikowa danych bilansu oraz rachunku zysków i strat.								
Metody dydaktyczne	Wykład wsparty prezentacją multimedialną, burza mózgów, dyskusja, rozwiązywanie praktycznych problemów w grupach								
Forma zaliczenia	Wykład: zaliczenie pisemne; Ćwiczenia: ocena rozwiązania praktycznego problemu w trakcie zajęć								
Symbol efektu uczenia się	Zakładane efekty uczenia się							Odniesienie do kierunkowych efektów uczenia się	
EU1	Słuchacz definiuje, rozróżnia, charakteryzuje analizę finansową i analizę techniczno-ekonomiczną, dostrzega ich rolę w procesie podejmowania decyzji.							SMI_W2	
EU2	Dokonuje analizy podstawowych sprawozdań finansowych.							SMI_U1	
EU3	Rozumie istotę analizy wskaźnikowej, oblicza podstawowe grupy wskaźników finansowych oraz na ich podstawie dokonuje oceny kondycji finansowej.							SMI_W2, SMI_U1, SMI_K2	
EU4	Współpracuje z innymi członkami grupy, przestrzegając zasad etyki i skutecznej komunikacji.							SMI_U7, SMI_K1, SMI_K3	

Wydział Inżynierii Zarządzania									
Kierunek studiów	Studia Menedżerskie dla Inżynierów							Poziom i forma studiów	studia podyplomowe
Specjalność / ścieżka dyplomowania								Profil kształcenia	
Nazwa przedmiotu	Coaching							Kod przedmiotu	PSMI5
								Rodzaj przedmiotu	obowiązkowy
Formy zajęć i liczba godzin	W	Ć	L	P	Ps	T	S	Semestr	1
	2	6						Punkty ECTS	1
Przedmioty wprowadzające	-								
Cele przedmiotu	Celem zajęć jest zapoznanie słuchaczy z podstawowymi pojęciami coachingu. Słuchacz zdobędzie wiedzę na temat istoty coachingu, jego historii, istoty zmiany, przywództwa oraz zachowań w grupie. Słuchacz zostanie zaznajomiony z dobrymi praktykami coachingu biznesowego oraz mentoringu. W ramach sesji coachingowych, słuchacz nabędzie umiejętność tworzenia kontraktu coachingowego; będzie potrafił wykorzystać modele coachingowe w praktyce zarządzania.								
Treści programowe	Wykład: Historia coachingu, istota coachingu, istota mentoringu, istota zmiany. Ćwiczenia: Wyznaczanie celów. Modele coachingowe: piramida Diltsa, model GROW, koło biznesu. Menedżer jako coach. Udzielanie informacji zwrotnej. Podstawy przywództwa. Zachowania w grupie, procesy grupowe.								
Metody dydaktyczne	Wykład problemowy, ćwiczenia przedmiotowe, symulacje								
Forma zaliczenia	Wykład: sprawdzian badający wiedzę; Ćwiczenia: ocena rozwiązania praktycznego problemu w trakcie zajęć								
Symbol efektu uczenia się	Zakładane efekty uczenia się							Odniesienie do kierunkowych efektów uczenia się	
EU1	Słuchacz rozumie istotę coachingu biznesowego, zna najlepsze praktyki coachingu biznesowego.							SMI_W3	
EU2	Definiuje pojęcia: zmiany, przywództwa, procesów grupowych.							SMI_W1, SMI_W4, SMI_W7	
EU3	Posiada praktyczną umiejętność zastosowania wybranych modeli coachingowych.							SMI_U2	

Wydział Inżynierii Zarządzania										
Kierunek studiów	Studia Menedżerskie dla Inżynierów							Poziom i forma studiów	studia podyplomowe	
Specjalność / ścieżka dyplomowania								Profil kształcenia		
Nazwa przedmiotu	Inteligencja marketingowa organizacji							Kod przedmiotu	PSMI6	
								Rodzaj przedmiotu	obowiązkowy	
Formy zajęć i liczba godzin	W	Ć	L	P	Ps	T	S	Semestr	1	
	4	4						Punkty ECTS	1	
Przedmioty wprowadzające	-									
Cele przedmiotu	Celem przedmiotu jest wyposażenie słuchaczy w wiedzę z zakresu inteligencji marketingowej organizacji w wymiarze koncepcyjnym i implementacyjnym.									
Treści programowe	Wykład: Marketing a inteligencja marketingowa. Wyzwania współczesnego marketingu. Ćwiczenia: Kreatory inteligencji marketingowej. Klient wyzwaniem przedsiębiorstw inteligentnych. Inteligentna promocja. Inteligencja relacyjna.									
Metody dydaktyczne	Wykład z elementami dyskusji, case studies, praca zespołowa									
Forma zaliczenia	Wykład: zaliczenie pisemne na ocenę; Ćwiczenia: obserwacja i analiza wyników osiąganych przez słuchaczy w toku procesu dydaktycznego									
Symbol efektu uczenia się	Zakładane efekty uczenia się							Odniesienie do kierunkowych efektów uczenia się		
EU1	Słuchacz charakteryzuje główne założenia współczesnej koncepcji marketingu.							SMI_W2		
EU2	Zna zasady budowania długotrwałych relacji z klientami, potrafi skutecznie komunikować się z klientami.							SMI_W2, SMI_W5, SMI_U6		
EU3	Buduje przekaz promocyjny w oparciu o koncepcję współczesnego marketingu.							SMI_U1, SMI_U6,		
EU4	Wykonuje zadania w grupie, umiejętnie komunikując się i przestrzegając zasad etyki.							SMI_U7, SMI_K3		

Wydział Inżynierii Zarządzania										
Kierunek studiów	Studia Menedżerskie dla Inżynierów							Poziom i forma studiów	studia podyplomowe	
Specjalność / ścieżka dyplomowania								Profil kształcenia		
Nazwa przedmiotu	Warsztaty z komunikacji interpersonalnej i trening kreatywności							Kod przedmiotu	PSMI7	
								Rodzaj przedmiotu	obowiązkowy	
Formy zajęć i liczba godzin	W	Ć	L	P	Ps	T	S	Semestr	1	
	4	12						Punkty ECTS	2	
Przedmioty wprowadzające										
Cele przedmiotu	Celem przedmiotu jest przekazanie wiedzy na temat komunikacji interpersonalnej, budowania relacji ze współpracownikami i uczniami, budowania jasnych i czytelnych komunikatów oraz zwrócenie uwagi na umiejętność słuchania, a także doskonalenie technik mówienia i autoprezentacji, ze szczególnym naciskiem na publiczne zabieranie głosu.									
Treści programowe	Wykład: Efektywne porozumiewanie się, kanały przekazu informacji. Aktywne słuchanie oraz umiejętne komunikowanie asertywne. Podstawowe pojęcia, definicje kreatywności, charakterystyka myślenia kreatywnego, bariery kreatywnego myślenia. Ćwiczenia: Sztuka autoprezentacji i wystąpień publicznych. Komunikacja w sytuacjach kryzysowych. Techniki wspomagające myślenie kreatywne: myślenie pytaniami, rozwijanie abstrahowania, dokonywania skojarzeń, quizy, zagadki logiczne. Wybrane narzędzia rozwiązywania problemów: Metoda Disneya, Brainstorming, Metody Edwarda de Bono, Deign Thinking.									
Metody dydaktyczne	Wykład, prezentacja, praca w grupach, symulacje									
Forma zaliczenia	Wykład - zaliczenie ustne; Ćwiczenia - ocena rozwiązania praktycznego problemu w trakcie zajęć.									
Symbol efektu uczenia się	Zakładane efekty uczenia się							Odniesienie do kierunkowych efektów uczenia się		
EU1	Słuchacz charakteryzuje uwarunkowania efektywnej komunikacji interpersonalnej, wymienia i omawia bariery myślenia kreatywnego.							SMI_W4, SMI_W5		

Wydział Inżynierii Zarządzania									
Kierunek studiów	Studia Menedżerskie dla Inżynierów							Poziom i forma studiów	studia podyplomowe
Specjalność / ścieżka dyplomowania								Profil kształcenia	
Nazwa przedmiotu	Prawo dla menedżerów - wybrane aspekty							Kod przedmiotu	PSMI8
								Rodzaj przedmiotu	obowiązkowy
Formy zajęć i liczba godzin	W	Ć	L	P	Ps	T	S	Semestr	1
	2	6						Punkty ECTS	1
Przedmioty wprowadzające	-								
Cele przedmiotu	Poznanie podstawowych pojęć i zjawisk z zakresu ogólnej wiedzy o prawie. Celem przedmiotu jest przekazanie wiedzy na temat wybranych aspektów prawnych funkcjonowania przedsiębiorstwa oraz prawnych uwarunkowań decyzji menedżerskich.								
Treści programowe	Wykład: Pojęcie i funkcje prawa a inne regulatory zachowań. Język prawny, język prawniczy, normy prawne, przepisy prawne i zasady prawa. Ćwiczenia: Stosowanie prawa i odpowiedzialność prawna. Podstawy prawa konstytucyjnego i prawa międzynarodowego. Podstawy prawa cywilnego i procedury cywilnej. Podstawy prawa administracyjnego i procedury administracyjnej. Podstawy prawa pracy, prawa gospodarczego i handlowego, prawa karnego i procedury karnej.								
Metody dydaktyczne	Wykład z elementami warsztatu, dyskusja, studium przypadku, gra szkoleniowa								
Forma zaliczenia	Wykład – zaliczenie pisemne; Ćwiczenia - obserwacja i analiza wyników osiągniętych przez słuchaczy w toku procesu dydaktycznego.								
Symbol efektu uczenia się	Zakładane efekty uczenia się							Odniesienie do kierunkowych efektów uczenia się	
EU1	Słuchacz wymienia i charakteryzuje podstawowe aspekty prawne w organizacji.							SMI_W4	
EU2	Charakteryzuje i stosuje zasady prawa cywilnego, administracyjnego, pracy, gospodarczego, handlowego i karnego, rozróżnia poszczególne gałęzie prawa.							SMI_W4, SMI_U3	
EU3	Definiuje pojęcia normy prawnej, przepisu prawnego, zasad prawa i wykładni prawa, umie rozróżniać te							SMI_W4, SMI_K2	

Wydział Inżynierii Zarządzania									
Kierunek studiów	Studia Menedżerskie dla Inżynierów							Poziom i forma studiów	studia podyplomowe
Specjalność / ścieżka dyplomowania								Profil kształcenia	
Nazwa przedmiotu	Metody planowania przyszłości organizacji							Kod przedmiotu	PSMI9
								Rodzaj przedmiotu	obowiązkowy
Formy zajęć i liczba godzin	W	Ć	L	P	Ps	T	S	Semestr	1
	4	4						Punkty ECTS	1
Przedmioty wprowadzające	-								
Cele przedmiotu	Celem przedmiotu jest dostarczenie wiedzy z zakresu planowania przyszłości organizacji i metod w tym procesie stosowanych oraz praktycznych umiejętności ich wykorzystania.								
Treści programowe	Wykład: Istota i cele planowania przyszłości organizacji. Wizja rozwoju przyszłości organizacji. Interesariusze i ich rola w planowaniu przyszłości organizacji. Ćwiczenia: Nowoczesne metody i techniki stosowane w planowaniu przyszłości organizacji. Wyznaczanie zespołu i harmonogramu prac badawczych. Scenariusze rozwoju organizacji.								
Metody dydaktyczne	Wykład problemowy, studia przypadków, rozwiązywanie praktycznych problemów w grupach i indywidualnie.								
Forma zaliczenia	Wykład – zaliczenie ustne; Ćwiczenia - ocena rozwiązania praktycznego problemu indywidualnie/w grupie w trakcie zajęć.								
Symbol efektu uczenia się	Zakładane efekty uczenia się							Odniesienie do kierunkowych efektów uczenia się	
EU1	Słuchacz charakteryzuje istotę oraz cele planowania przyszłości organizacji.							SMI_W6	
EU2	Wymienia i charakteryzuje nowoczesne metody stosowane w procesie planowania przyszłości organizacji.							SMI_W6	
EU3	Dobiera i stosuje nowoczesne metody i technik planowania przyszłości do specyficznych warunków funkcjonowania organizacji.							SMI_W6, SMI_U1	
EU4	Komunikuje się w zakresie zagadnień dotyczących problematyki planowania przyszłości organizacji oraz współdziała w grupie na potrzeby przygotowania							SMI_U6, SMI_U7, SMI_K1	

Wydział Inżynierii Zarządzania										
Kierunek studiów	Studia Menedżerskie dla Inżynierów							Poziom i forma studiów	studia podyplomowe	
Specjalność / ścieżka dyplomowania								Profil kształcenia		
Nazwa przedmiotu	Foresight strategiczny							Kod przedmiotu	PSMI10	
								Rodzaj przedmiotu	obowiązkowy	
Formy zajęć i liczba godzin	W	Ć	L	P	Ps	T	S	Semestr	2	
	7	7						Punkty ECTS	2	
Przedmioty wprowadzające	-									
Cele przedmiotu	Celem zajęć jest zapoznanie słuchaczy ze specyfiką foresightu strategicznego. Słuchacz zdobędzie wiedzę na temat istoty oraz ewolucji badań foresightowych. Pozna najlepsze praktyki foresightu strategicznego, rozwijane kompetencje społeczne poprzez przekazanie wiedzy na temat praktycznej umiejętności stosowania wybranych metod foresightowych.									
Treści programowe	Wykład: Ewolucja badań foresightowych. Idea badań foresightowych. Foresight versus prognozowanie. Istota foresightu strategicznego. Foresight strategiczny a zarządzanie innowacjami. Ćwiczenia: Model dojrzałości foresightowej. Metody stosowane w foresighcie strategicznym: STEEPVL, SWOT, metoda delficka, dzikie karty, metoda scenariuszowa, scenariusze formalne i nieformalne. Najlepsze praktyki foresightu strategicznego.									
Metody dydaktyczne	Wykład problemowy, ćwiczenia przedmiotowe, wykład informacyjny, metoda projektów									
Forma zaliczenia	Wykład - praca projektowa; Ćwiczenia - ocena rozwiązania praktycznego problemu w trakcie zajęć.									
Symbol efektu uczenia się	Zakładane efekty uczenia się							Odniesienie do kierunkowych efektów uczenia się		
EU1	Słuchacz charakteryzuje istotę foresightu strategicznego.							SMI_W6		
EU2	Słuchacz wymienia i omawia etapy ewolucji badań foresightowych.							SMI_W6		
EU3	Słuchacz stosuje wybrane metody foresightu strategicznego w praktyce.							SMI_U1		
EU4	Słuchacz umiejętnie testuje koncepcje biznesowe za pomocą metod foresightowych, uwzględnia zmiany w							SMI_U1, SMI_K2		

Wydział Inżynierii Zarządzania									
Kierunek studiów	Studia Menedżerskie dla Inżynierów							Poziom i forma studiów	studia podyplomowe
Specjalność / ścieżka dyplomowania								Profil kształcenia	
Nazwa przedmiotu	Zarządzanie komercjalizacją							Kod przedmiotu	PSMI11
								Rodzaj przedmiotu	obowiązkowy
Formy zajęć i liczba godzin	W	Ć	L	P	Ps	T	S	Semestr	2
	3	5						Punkty ECTS	1
Przedmioty wprowadzające	-								
Cele przedmiotu	Celem przedmiotu jest przekazanie Słuchaczowi podstawowej wiedzy z zakresu komercjalizacji i transferu technologii do przemysłu.								
Treści programowe	Wykład: Komercjalizacja bezpośrednia: sprzedaż, licencja wyłączna, licencja niewyłączna Komercjalizacja pośrednia: spółki spin-off, spółki spin-out. Ćwiczenia: Negocjacje warunków komercjalizacji ze stroną biznesową. Podstawy prawne komercjalizacji, źródła finansowania komercjalizacji oraz efektów wypracowanych na płaszczyźnie B+R z przemysłem.								
Metody dydaktyczne	Wykład problemowy, burza mózgów, rozwiązywanie praktycznych problemów w grupach i indywidualnie.								
Forma zaliczenia	Wykład - zaliczenie na ocenę; rozwiązanie studium przypadku; Ćwiczenia - ocena pracy i aktywności na zajęciach.								
Symbol efektu uczenia się	Zakładane efekty uczenia się							Odniesienie do kierunkowych efektów uczenia się	
EU1	Słuchacz charakteryzuje podstawowe pojęcia z zakresu komercjalizacji oraz wymienia i omawia podstawowe akty prawne z nią związane.							SMI_W2	
EU2	Umiejętnie ukierunkowuje działania naukowe na zastosowanie w praktyce.							SMI_U1, SMI_K2	
EU3	Dokonuje wyboru pomiędzy różnymi ścieżkami komercjalizacji w zależności od przedmiotu komercjalizacji.							SMI_W2, SMI_U1	
EU4	Wymienia i charakteryzuje źródła finansowania współpracy nauki i przemysłu.							SMI_W2	

Wydział Inżynierii Zarządzania									
Kierunek studiów	Studia Menedżerskie dla Inżynierów							Poziom i forma studiów	studia podyplomowe
Specjalność / ścieżka dyplomowania								Profil kształcenia	
Nazwa przedmiotu	Zarządzanie zmianą w organizacji							Kod przedmiotu	PSMI12
								Rodzaj przedmiotu	obowiązkowy
Formy zajęć i liczba godzin	W	Ć	L	P	Ps	T	S	Semestr	2
	4	4						Punkty ECTS	2
Przedmioty wprowadzające	Współczesne koncepcje zarządzania								
Cele przedmiotu	Przedmiot opiera się na założeniu, że kluczową kompetencją współczesnych menedżerów są wiedza i umiejętności zarządzania zmianą. Celem przedmiotu jest zatem dostarczenie wiedzy z tego zakresu oraz praktycznych umiejętności planowania, przebiegu i kontroli procesu zmiany.								
Treści programowe	Wykład: Istota i przyczyny zmiany i restrukturyzacji. Interesariusze wewnętrzni i zewnętrzni przy zmianie – ich cele i relacje z organizacją. Fazy procesu zmiany. Ćwiczenia: Planowanie przebiegu zmiany. Realizacja zmian, narzędzia zarządzania zmianą. Umiejętności i cechy menedżerów zmiany.								
Metody dydaktyczne	Wykład wsparty prezentacją multimedialną, burza mózgów, konwersatorium, rozwiązywanie praktycznych problemów w grupach i indywidualnie								
Forma zaliczenia	Wykład - indywidualna praca zaliczeniowa; Ćwiczenia - ocena rozwiązania praktycznego problemu w trakcie zajęć.								
Symbol efektu uczenia się	Zakładane efekty uczenia się							Odniesienie do kierunkowych efektów uczenia się	
EU1	Słuchacz wymienia i charakteryzuje trendy w zakresie przyczyn, przebiegu i kontroli procesów zmian w przedsiębiorstwach.							SMI_W1, SMI_W7	
EU2	Opisuje przyczyny trudności w funkcjonowaniu, cechy sytuacji właściwe dla inicjowania zmian oraz planuje przebieg zmiany w poszczególnych fazach i kontroluje cały proces.							SMI_W7, SMI_U1	
EU3	Słuchacz stosując wiedzę z zakresu zarządzania zmianą rozwiązuje sytuacje kryzysowe oraz tworzy nowe wartości i działania biznesowe w poszczególnych stadiach wzrostu przedsiębiorstw.							SMI_W7, SMI_U1, SMI_K1	
EU4	Słuchacz identyfikuje źródła kryzysów oraz szanse w							SMI_U1, SMI_K1	

Wydział Inżynierii Zarządzania									
Kierunek studiów	Studia Menedżerskie dla Inżynierów							Poziom i forma studiów	studia podyplomowe
Specjalność / ścieżka dyplomowania								Profil kształcenia	
Nazwa przedmiotu	Modelowanie procesów biznesowych							Kod przedmiotu	PSMI13
								Rodzaj przedmiotu	obowiązkowy
Formy zajęć i liczba godzin	W	Ć	L	P	Ps	T	S	Semestr	2
	4	4						Punkty ECTS	2
Przedmioty wprowadzające	-								
Cele przedmiotu	Celem zajęć jest zapoznanie słuchaczy z podstawowymi pojęciami z zakresu modelowania procesów biznesowych oraz wykorzystania tej wiedzy w praktyce zarządzania.								
Treści programowe	Wykład: Istota modelu biznesu - dylematy definicyjne. Orientacja procesowa w zarządzaniu. Ćwiczenia: Podejście modelowe do zarządzania a praktyka działalności przedsiębiorstw. Modyfikacje modelu biznesu i ich uwarunkowania.								
Metody dydaktyczne	Wykład problemowy, ćwiczenia przedmiotowe, wykład informacyjny, metoda projektów								
Forma zaliczenia	Wykład – zaliczenie ustne; Ćwiczenia - praca projektowa, ocena rozwiązania praktycznego problemu w trakcie zajęć								
Symbol efektu uczenia się	Zakładane efekty uczenia się							Odniesienie do kierunkowych efektów uczenia się	
EU1	Słuchacz charakteryzuje istotę i etapy procesowego zarządzania organizacjami oraz modelu biznesu.							SMI_W2	
EU2	Wymienia i stosuje narzędzia modelowania procesów biznesowych.							SMI_W2, SMI_U1	
EU3	Wymienia i analizuje uwarunkowania modyfikacji modelu biznesu.							SMI_W2	
EU4	Słuchacz umiejętnie testuje modele biznesowe, uwzględnia zmiany zachodzące w mikro i makrootoczeniu organizacji.							SMI_U1, SMI_K1	

Wydział Inżynierii Zarządzania									
Kierunek studiów	Studia Menedżerskie dla Inżynierów							Poziom i forma studiów	studia podyplomowe
Specjalność / ścieżka dyplomowania								Profil kształcenia	
Nazwa przedmiotu	Zarządzanie wizerunkiem organizacji							Kod przedmiotu	PSMI14
								Rodzaj przedmiotu	obowiązkowy
Formy zajęć i liczba godzin	W	Ć	L	P	Ps	T	S	Semestr	2
	4	4						Punkty ECTS	1
Przedmioty wprowadzające									
Cele przedmiotu	Celem przedmiotu jest zapoznanie słuchaczy z koncepcją wizerunku organizacji, zarówno w aspekcie teoretycznym, jak i praktycznym. Słuchacze poznają metody kształtowania wizerunku organizacji - zarówno bazujące na tradycyjnych środkach przekazu, jak również wykorzystujące nowe media.								
Treści programowe	Wykład: Koncepcja wizerunku organizacji, definicje wizerunku. Proces budowania wizerunku organizacji. Tożsamość organizacji i jej składowe. Ćwiczenia: Instrumenty i narzędzia kształtowania wizerunku organizacji. Pomiar wizerunku organizacji. Organizacja procesu zarządzania wizerunkiem organizacji.								
Metody dydaktyczne	Wykład problemowy z prezentacją multimedialną, ćwiczenia z elementami projektu - wykonywane w grupach kilkuosobowych								
Forma zaliczenia	Wykład: zaliczenie pisemne; Ćwiczenia: rozwiązanie problemów w grupach								
Symbol efektu uczenia się	Zakładane efekty uczenia się							Odniesienie do kierunkowych efektów uczenia się	
EU1	Słuchacz wymienia i charakteryzuje współczesne techniki i metody informacyjno-komunikacyjne wykorzystywane w zarządzaniu organizacjami.							SMI_W1, SMI_W5	
EU2	Wymienia i analizuje zasady funkcjonowania organizacji w otoczeniu.							SMI_W1, SMI_W4	
EU3	Wykorzystuje wiedzę do projektowania sposobów kształtowania wizerunku organizacji.							SMI_U1, SMI_U4, SMI_K1	
EU4	Umiejętnie komunikuje się z grupą.							SMI_U6, SMI_U7, SMI_K3	

Wydział Inżynierii Zarządzania									
Kierunek studiów	Studia Menedżerskie dla Inżynierów							Poziom i forma studiów	studia podyplomowe
Specjalność / ścieżka dyplomowania								Profil kształcenia	
Nazwa przedmiotu	Biznes plan							Kod przedmiotu	PSMI15
								Rodzaj przedmiotu	obowiązkowy
Formy zajęć i liczba godzin	W	Ć	L	P	Ps	T	S	Semestr	2
	4	4						Punkty ECTS	1
Przedmioty wprowadzające	-								
Cele przedmiotu	Celem przedmiotu jest wykształcenie umiejętności planowania działań przedsiębiorczych (poszukiwanie pomysłów), nauczanie praktycznego wykorzystania wiedzy o procesie przygotowania planu biznesowego przedsiębiorstwa (biznes planu).								
Treści programowe	Wykład: Pojęcie i struktura biznes planu. Cel i opis przedsięwzięcia oraz produktu. Źródła finansowania. Identyfikacja rynku docelowego oraz szacowanie sprzedaży. Zarządzanie i marketing. Analiza szans i zagrożeń (SWOT). Ćwiczenia: Analiza finansowa - opracowanie planu finansowego - ocena projektu za pomocą wybranych kryteriów - ocena ryzyka finansowego. Plan organizacyjno-techniczny (plan wykonawczy). Załączniki do biznes planu. Najczęściej popełniane błędy.								
Metody dydaktyczne	Wykład problemowy, zajęcia warsztatowe, burza mózgów, rozwiązywanie praktycznych problemów w grupach i indywidualnie.								
Forma zaliczenia	Wykład – zaliczenie ustne; Ćwiczenia - ocena rozwiązania praktycznego problemu w trakcie zajęć.								
Symbol efektu uczenia się	Zakładane efekty uczenia się							Odniesienie do kierunkowych efektów uczenia się	
EU1	Słuchacz wymienia i charakteryzuje etapy przygotowania i strukturę biznes planu.							SMI_W1, SMI_W2	
EU2	Analizuje i interpretuje wyniki badań rynku na potrzeby przygotowania biznes planu.							SMI_W1, SMI_W2, SMI_U1	
EU3	Określa szanse i zagrożenia funkcjonowania biznesu oraz przeprowadza niezbędne analizy ekonomiczno-finansowe i ocenia efektywność planowanej inwestycji.							SMI_U1, SMI_K2	
EU4	Słuchacz pracując w zespole przygotowuje biznesplan							SMI_U1, SMI_U6,	

Wydział Inżynierii Zarządzania									
Kierunek studiów	Studia Menedżerskie dla Inżynierów							Poziom i forma studiów	studia podyplomowe
Specjalność / ścieżka dyplomowania								Profil kształcenia	
Nazwa przedmiotu	Społeczne mechanizmy wywierania wpływu -analiza aspektu etycznego							Kod przedmiotu	PSMI16
								Rodzaj przedmiotu	obowiązkowy
Formy zajęć i liczba godzin	W	Ć	L	P	Ps	T	S	Semestr	2
	6	6						Punkty ECTS	2
Przedmioty wprowadzające	-								
Cele przedmiotu	Celem przedmiotu jest przekazanie wiedzy na temat schematów postępowania ludzi poddanych wpływowi społecznemu, ze szczególnym uwzględnieniem sytuacji konfliktowych. Ukazanie, w jaki sposób można wykorzystać wiedzę teoretyczną z zakresu nauk społecznych w aktywności zawodowej inżynierów funkcjonujących w rolach menedżerskich.								
Treści programowe	Wykład: Wpływ społeczny (jego rodzaje) oraz skuteczne narzędzia oddziaływań. Psychologiczna charakterystyka osób nastawionych na manipulowanie innymi. Konflikt (jego rodzaje), dynamika konfliktów (eskalacja konfliktów, moralizacja konfliktów) i psychologiczne bariery utrudniające rozwiązywanie konfliktów (deformacje wzajemnego spostrzegania, konsekwencja i unikanie dysonansu). Ćwiczenia: Modele (Osgood, Fisher) i strategie (rywalizacyjne i kooperacyjne) rozwiązywania konfliktów oraz wiedza na temat negocjacji (model ustępstw i konwergencji, model obopólnych korzyści) i jej reguł (np. oddzielenie osób od problemów, stosowanie obiektywnych kryteriów). Charakterystyka etycznych metod zarządzania konfliktem w organizacjach.								
Metody dydaktyczne	Wykład wsparty prezentacją multimedialną, burza mózgów, dyskusja, rozwiązywanie praktycznych problemów w grupach, testy psychologiczne.								
Forma zaliczenia	Wykład – zaliczenie pisemne; Ćwiczenia - ocena aktywności na zajęciach.								
Symbol efektu uczenia się	Zakładane efekty uczenia się							Odniesienie do kierunkowych efektów uczenia się	
EU1	Słuchacz definiuje pojęcia: "wpływ społeczny", "konflikt" i "negocjacje". Określa znaczenie tych zjawisk w procesie zarządzania oraz w percepcji i rozwiązywaniu problemów społecznych.							SMI_W1, SMI_W4, SMI_W5	

Wydział Inżynierii Zarządzania									
Kierunek studiów	Studia Menedżerskie dla Inżynierów							Poziom i forma studiów	studia podyplomowe
Specjalność / ścieżka dyplomowania								Profil kształcenia	
Nazwa przedmiotu	Efektywne motywowanie zespołu							Kod przedmiotu	PSMI17
								Rodzaj przedmiotu	obowiązkowy
Formy zajęć i liczba godzin	W	Ć	L	P	Ps	T	S	Semestr	2
	4	4						Punkty ECTS	2
Przedmioty wprowadzające	-								
Cele przedmiotu	Przedmiot opiera się na założeniu, że osoba pełniąca funkcje kierownicze musi motywować zespół i budować jego zaangażowanie, a także znać sposoby diagnozy poziomu zaangażowania organizacyjnego współpracowników.								
Treści programowe	Wykład: Uwarunkowania związane z pracą w zespole. Przegląd koncepcji motywowania. Motywowanie a zaangażowanie. Profil zaangażowanego pracownika. Ćwiczenia: Indywidualizacja motywowania. Diagnoza poziomu zaangażowania - test G12. Narzędzia wspierające motywowanie pracowników. Zasady opracowania systemu motywacyjnego.								
Metody dydaktyczne	Wykład wsparty prezentacją multimedialną, burza mózgów, rozwiązywanie praktycznych problemów w grupach i indywidualnie, narzędzia psychologiczne do diagnozy motywacji wewnętrznej i indywidualnych potrzeb motywacyjnych.								
Forma zaliczenia	Wykład - indywidualna praca zaliczeniowa; Ćwiczenia - ocena rozwiązania praktycznego problemu w trakcie zajęć								
Symbol efektu uczenia się	Zakładane efekty uczenia się							Odniesienie do kierunkowych efektów uczenia się	
EU1	Słuchacz charakteryzuje główne teorie motywowania i potrafi wskazać ich praktyczne wykorzystanie.							SMI_W1, SMI_W4	
EU2	Opracowuje prosty system motywacyjny.							SMI_U1, SMI_U4	
EU3	Stosuje test G12 do diagnozy poziomu zaangażowania organizacyjnego.							SMI_U5, SMI_K2	
EU4	Umiejętnie komunikuje się i pracuje w zespole.							SMI_U6, SMI_U7	

Wydział Inżynierii Zarządzania									
Kierunek studiów	Studia Menedżerskie dla Inżynierów							Poziom i forma studiów	studia podyplomowe
Specjalność / ścieżka dyplomowania								Profil kształcenia	
Nazwa przedmiotu	Ocenianie pracowników, wartościowanie pracy							Kod przedmiotu	PSMI18
								Rodzaj przedmiotu	obowiązkowy
Formy zajęć i liczba godzin	W	Ć	L	P	Ps	T	S	Semestr	2
	4	4						Punkty ECTS	2
Przedmioty wprowadzające									
Cele przedmiotu	Celem przedmiotu jest przekazanie słuchaczom wiedzy z zakresu oceniania pracowników oraz wartościowania stanowisk pracy.								
Treści programowe	Wykład: Istota i znaczenie oceniania pracowników. Najbardziej popularne formy i metody oceniania. Błędy w procesie oceny pracowników. Metody wartościowania stanowisk pracy. Ćwiczenia: Rozmowa oceniająca. Pojęcie i rola wartościowania pracy. Praktyczne problemy w procesie wartościowania pracy.								
Metody dydaktyczne	Wykład wsparty prezentacją multimedialną, burza mózgów, konwersatorium, rozwiązywanie praktycznych problemów w grupach i indywidualnie								
Forma zaliczenia	Wykład – zaliczenie pisemne; Ćwiczenia - ocena rozwiązania praktycznego problemu w trakcie zajęć.								
Symbol efektu uczenia się	Zakładane efekty uczenia się							Odniesienie do kierunkowych efektów uczenia się	
EU1	Słuchacz charakteryzuje zakres i zasady oceniania pracowników i wartościowania stanowisk pracy.							SMI_W1, SMI_W4	
EU2	Opracowuje i stosuje narzędzia służące ocenianiu pracowników i wartościowaniu pracy.							SMI_U1, SMI_U4, SMI_U5, SMI_K2	
EU3	Formułuje wnioski wynikające z przeprowadzenia oceny pracowniczej i procesu wartościowania pracy.							SMI_U1, SMI_U6	
EU4	Podejmuje decyzje w ważnych kwestiach personalnych i zarządczych obejmujących swym zakresem wnioski z oceny pracowniczej i procesu wartościowania pracy.							SMI_U1, SMI_U4, SMI_K3	

Wydział Inżynierii Zarządzania									
Kierunek studiów	Studia Menedżerskie dla Inżynierów							Poziom i forma studiów	studia podyplomowe
Specjalność / ścieżka dyplomowania								Profil kształcenia	
Nazwa przedmiotu	Elementy zarządzania strategicznego							Kod przedmiotu	PSMI19
								Rodzaj przedmiotu	obowiązkowy
Formy zajęć i liczba godzin	W	Ć	L	P	Ps	T	S	Semestr	2
	4	4						Punkty ECTS	2
Przedmioty wprowadzające	Współczesne koncepcje zarządzania								
Cele przedmiotu	Celem zajęć jest przekazanie słuchaczom wiedzy na temat procesów związanych z zarządzaniem strategicznym. Słuchacz powinien nabyć praktyczne umiejętności analizy, przygotowania i wprowadzania elementów zarządzania strategicznego w organizacji aby podnosić jakość i efektywność wykonywanych zadań oraz osiągać lepsze rezultaty pracy.								
Treści programowe	Wykład: Istota i cechy zarządzania strategicznego. Zasady zarządzania strategicznego. Otoczenie organizacji. Istota i rodzaje strategii. Ćwiczenia: Proces zarządzania strategicznego. Metody analizy strategicznej. Proces strategii i reguły jej tworzenia. Uwarunkowania zewnętrzne i wewnętrzne realizacji strategii oraz ich składniki.								
Metody dydaktyczne	Wykład wsparty prezentacją multimedialną, dyskusje w grupach - burza mózgów. Ćwiczenia grupowe i indywidualne. Mini projekty wykorzystywane w aktualnym miejscu pracy.								
Forma zaliczenia	Wykład – zaliczenie ustne; Ćwiczenia - obserwacja i analiza wyników osiąganych przez słuchaczy w toku procesu dydaktycznego								
Symbol efektu uczenia się	Zakładane efekty uczenia się							Odniesienie do kierunkowych efektów uczenia się	
EU1	Słuchacz charakteryzuje podstawy teoretyczne zarządzania strategicznego.							SMI_W1	
EU2	Przeprowadza analizę oraz proces wypracowania kierunku działań wstępnych do przygotowania formułowania strategii.							SMI_U1	
EU3	Formułuje wnioski z przeprowadzonej analizy i opracowanej strategii.							SMI_U1	
EU4	Podejmuje decyzje w istotnych kwestiach z zakresu zarządzania strategicznego, w tym dobierania							SMI_U1, SMI_K3	

ZASOBY BIBLIOTECZNE ORAZ ELEKTRONICZNE ZASOBY WIEDZY OBEJMUJĄCE LITERATURĘ ZALECANĄ NA PODYPLOMOWYCH STUDIACH MENEDŻERSKICH DLA INŻYNIERÓW

Zasoby biblioteczne:

1. Armstrong A. (i inni), *Wartościowanie stanowisk pracy*, Wolters Kluwer, Warszawa 2005.
2. Armstrong M., *Zarządzanie Ludźmi (praktyczny przewodnik dla menedżerów liniowych)* Dom Wydawniczy Rebis, Poznań 2011.
3. Atkinson M., Chois R.T., *Coaching krok po kroku*, NEW DAWN, 2009.
4. Barszcz M. (red.), *Komercjalizacja B+R dla praktyków 2016*, Narodowe Centrum Badań i Rozwoju, Warszawa 2016.
5. Bolek M., Bolek C., *Komercjalizacja innowacji*, DIFIN, Warszawa 2014.
6. Borowiecki R., *Zarządzanie restrukturyzacją procesów gospodarczych. Aspekt teoretyczno-praktyczny*, Difin, Warszawa 2003.
7. Bridges W., *Zarządzanie zmianami*, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2008.
8. Brogan CH., *Zaufanie 2.0: jak wywrzeć wpływ, zdobyć lojalność klientów i kreować markę*, Helion, Gliwice 2011.
9. Bronowicz M., *Komunikacja wizerunkowa: public relations, reklama, branding*, Wydaw. "ASTRUM", Wrocław 2015.
10. Borodako K., *Foresight w zarządzaniu strategicznym*, Wydawnictwo C.H. Beck, Warszawa 2009.
11. Chauvin T. (red.), *Wstęp do prawoznawstwa Leksykon podstawowych pojęć*, Wydawnictwo Uniwersytetu Warszawskiego, Warszawa 2015.
12. Cialdini R., *Wywieranie wpływu na ludzi. Teoria i praktyka*, GWP, 2017.
13. *Coaching Review*, nr 1/2013.
14. Cornish E., *Futuring. The exploration of the future*, World Future Society, Maryland 2005.
15. Czerska M., Gableta M., *Przełomy w zarządzaniu*, TNOiK, Warszawa 2011.
16. Czerska J., *Doskonalenie strumienia wartości*, Difin, Warszawa 2009.
17. Czubasiewicz H., *Okresowe ocenianie pracowników*, Wydawnictwo Uniwersytetu Gdańskiego, Gdańsk, 2005.
18. Dereń A., *Zarządzanie własnością intelektualną w transferze technologii*, DIFIN, Warszawa 2014.
19. Drejewicz S., *Zrozumieć BPMN. Modelowanie procesów biznesowych*, Wydawnictwo Helion, Gliwice 2017.
20. Drucker P., *Zarządzanie XXI wieku – wyzwania*, MT Biznes, Warszawa 2009.
21. Gabrusewicz W., *Analiza finansowa przedsiębiorstwa: teoria i zastosowanie*, PWE, Warszawa 2014.
22. Gabrusewicz W., *Podstawy analizy finansowej*, PWE, Warszawa 2007.
23. Gawin B., Marcinkowski B., *Symulacja procesów biznesowych*, Wydawnictwo Helion, Gliwice 2013.
24. Georghiou L., Harper C.J., Keenan M., Miles I., Popper R. (eds.), *The handbook of technology foresight: concepts and practice*, Publisher Edward Elgar, Cornwall 2008.
25. Gierszewska G., *Zarządzanie strategiczne dla inżynierów*, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Kraków 2013.
26. Gitling M., *Człowiek w organizacji: ludzie, struktury organizacje*, Difin, Warszawa, 2013.
27. Goleman D., *Inteligencja emocjonalna*, Media Rodzina, 2007.

28. Gołębiowski G., Tłaczała A., *Analiza ekonomiczno-finansowa w ujęciu praktycznym*, Difin, Warszawa 2005.
29. Gołębiowski G. (red.), *Analiza finansowa przedsiębiorstwa*, Difin, Warszawa 2016.
30. Hermaniuk T., *Biznesplan. Pytania i odpowiedzi*, Wyd. Difin, Warszawa 2014.
31. Jerzemowska M. (red.), *Analiza ekonomiczna w przedsiębiorstwie*, PWE, Warszawa 2006.
32. Juchnowicz M., Sienkiewicz Ł., *Jak oceniać pracę?*, Difin, Warszawa 2006.
33. Kononiuk A., Nazarko J., *Scenariusze w antycypowaniu i kształtowaniu przyszłości*, Wolters Kluwer, Warszawa 2014.
34. Kotler Ph., Caslione J.A., *Chaos. Zarządzanie i marketing w erze turbulencji*, MT Biznes, Warszawa 2009.
35. Kotler Ph., Keller K.L., *Marketing*, Dom Wydawniczy Rebis, Poznań, 2016.
36. Kuc B.R., Moczyłowska J.M., *Zachowania organizacyjne*, Difin 2009.
37. Liker J.K., Convis G.L., *Droga Toyoty Do Lean Leadership*, MT Biznes 2012.
38. Liker J.K., *Droga Toyoty, 14 zasad zarządzania wiodącej firmy produkcyjnej świata*, Wydaw. MT Biznes, Warszawa Boston 1989.
39. Liwowski B., Kozłowski R., *Podstawowe zagadnienia zarządzania produkcją*, Oficyna Wolters Kluwer, Warszawa 2011.
40. Marciniak Ł.T., Marciniak–Rogała S., *Coaching. Zbiór narzędzi wspierania rozwoju*, Wolters Kluwer, Warszawa 2013.
41. Mażewska A., Tórz A., Gulda K., *Efektywna Komerccjalizacja Innowacyjnych Rozwiązań Technologicznych*, Stowarzyszenie Organizatorów i Ośrodków Innowacji i Przedsiębiorczości w Polsce, Warszawa 2016.
42. McLeod A., *Mistrz Coachingu*, One press, 2008.
43. Miller M., *Internet rzeczy. Jak inteligentne telewizory, samochody, domy i miasta zmieniają świat*, PWE, Warszawa, 2016.
44. Moczyłowska J.M., *Zarządzanie zasobami ludzkimi w organizacji*, Difin, Warszawa 2010.
45. Moczyłowska J.M., Kowalewski K., *Nowe koncepcje zarządzania ludźmi*, Difin 2016.
46. Moczyłowska J.M., *Paradoksy w zarządzaniu kapitałem ludzkim w ocenie menedżerów*, „Nauki o Zarządzaniu” 2016, nr 2 (27), s.130-138.
47. Moczyłowska J.M., Serafin K., *Doskonalenie kompetencji zawodowych w profesjonalnie zarządzanej organizacji*, Wydawnictwo Naukowe Sophia, Katowice 2016.
48. Moczyłowska J.M., Widelska U., *Empowerment in management practice – the experience of polish enterprises*, „International Journal of Research Science & Management”, no 2 (7), 2015 s. 15-19.
49. Moczyłowska J.M., *Individual Initiative of Employees – Psychological and Management Aspects*, „Entrepreneurship and Management”, vol. XVII, issue 1, part II, 2017, pp. 49-60.
50. Moczyłowska J.M., *Uwarunkowania zaangażowania afektywnego menedżerów*, „Zeszyty Naukowe Politechniki Łódzkiej”, zeszyt 61, 2015, s. 153-162.
51. Moczyłowska J.M., Szoltyk-Szydło K., *Wypalenie zawodowe – ujęcie teoretyczne*, „Przedsiębiorstwo Przyszłości”, nr 4, 2015, s. 54-68.
52. Moczyłowska J.M., *Kompetencje menedżerów jako kluczowa determinanta wartości przedsiębiorstwa*, „Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego. Finanse, rynki finansowe, ubezpieczenia”, nr 578, 2009, s.161-172.

53. Moehrle M.G., Isenmann R., Phaal R., *Technology Roadmapping for Strategy and Innovation*, Springer 2013.
54. Nazarko J., *Regionalny foresight gospodarczy. Metodologia i instrumentarium badawcze*, Związek Pracodawców Warszawy i Mazowsza, Warszawa 2013.
55. Oppermann K., Weber E., *Style porozumiewania w pracy*, GWP, Gdańsk, 2007.
56. Pająk E., *Zarządzanie produkcją: produkt, technologia, organizacja*, PWN, Warszawa 2010.
57. Passmore J. (red.), *Coaching doskonały*, MUZA S.A, Warszawa 2012.
58. Paszkowski J., *Uwarunkowania i rezultaty zmian w przedsiębiorstwie*, WSFiZ, Białystok 2009.
59. Paszkowski J., *Zmiany w obszarze organizacji i marketingu w przedsiębiorstwach sektora MŚP – studia przypadku*, WSFiZ Białystok 2012.
60. Piaseczny J., *Biznesplan*, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 2013.
61. Piercionek Z., *Zarządzanie strategiczne w przedsiębiorstwie*, PWN, Warszawa 2011.
62. Piotrowski M., *Procesy biznesowe w praktyce: projektowanie, testowanie i optymalizacja*, One Press, 2016.
63. Piotrowski M., *Notacja modelowania procesów biznesowych. Podstawy*, Wydawnictwo BTC, Warszawa 2014.
64. Porter M.E., *Porter o konkurencji*, PWE, Warszawa 2001.
65. Reich T., *Jak dbać o wizerunek w mediach społecznościowych*, Wydaw. Słowa i Myśli, Lublin 2016.
66. Rohrbeck R., *Corporate foresight: towards a maturity model for the future orientation of a firm*, Physica-Verlag, Berlin, Heidelberg, 2011.
67. Romanowska M., *Planowanie strategiczne w przedsiębiorstwie*, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 2017.
68. Roth G., Kurtyka M., *Zarządzanie zmianą. Od strategii do działania*, CeDeWu.pl, 2008.
69. Rummler G., Brache A., *Podnoszenie efektywności organizacji*, PWE, Warszawa 2000.
70. Scoular A., *Coaching biznesowy*, Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne, Sopot 2014.
71. Sidor-Rządowska M., *Kształtowanie nowoczesnych systemów ocen pracowników*, Dom Wydawniczy ABC, Warszawa 2000.
72. Sierpińska M., Jachna T., *Ocena przedsiębiorstwa według standardów światowych*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2004.
73. Skrzypek J., *Biznesplan w 10 krokach*, Poltex, Warszawa 2014.
74. Slatter S., Lovett D., *Restrukturyzacja firmy. Zarządzanie przedsiębiorstwem w sytuacjach kryzysowych*, WIG-Press, Warszawa 2001.
75. Stawecki T., Winczorek P., Chauvin T., *Wstęp do prawoznawstwa*, Wydawnictwo C.H. Beck, Warszawa 2016.
76. Stewart J., *Mosty zamiast murów. Podręcznik komunikacji interpersonalnej*, PWN, 2007.
77. Stoltzfus T., *Sztuka zadawania pytań w coachingu. Jak opanować najważniejszą umiejętność coacha?*, Aetos Media 2012.
78. Suszyński C., *Restrukturyzacja, konsolidacja, globalizacja przedsiębiorstw*, PWE, Warszawa 2003.
79. Szczepańska-Biernaś B., *Jak napisać poprawny biznesplan*, Forum Doradców Podatkowych, Kraków 2013.
80. Szmidt K.J., *Trening kreatywności. Podręcznik dla pedagogów, psychologów i trenerów grupowych*, Wydawnictwo Sensus, 2013.

81. Świdarska G., *Jak czytać sprawozdanie finansowe: przewodnik menedżera*, Difin, Warszawa 2010.
82. Tokarski A., Tokarski M., Wójcik J., *Biznesplan po polsku*, CeDeWu, Warszawa 2014.
83. Wells J.R., *Inteligencja strategiczna. Jak stworzyć mądrą firmę*, Dom Wydawniczy Rebis, Poznań, 2014.
84. Wędzki D., *Analiza wskaźnikowa sprawozdania finansowego*, Oficyna Ekonomiczna, Wolters Kluwer, Kraków 2006.
85. Wirkus M., Lis A. (red.), *Zarządzanie projektami badawczo-rozwojowymi*, DIFIN, Warszawa 2012.
86. Whittington J., *Ustawienia systemowe w coachingu*, Wydawnictwo Co&Me Publishing, Warszawa 2013.
87. Wiszniewski A., *Jak przekonywująco mówić i przemawiać*, Text, 2017.
88. Zawadzka A., *Psychologia zarządzania*, PWN, Warszawa 2010.
89. Żymkowski T., *Kształtowanie wizerunku banku*, Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu, Poznań, 2001.

Źródła internetowe:

<http://www.icf.org.pl>