

PLAN SPECJALNOŚCI

Socjologia Biznesu z elementami design thinking

Studia stacjonarne II-stopnia od roku akademickiego 2025/2026

Semestr II

Zajęcia dydaktyczne

nazwa kursu	godziny kontaktowe							E/-	punkty ECTS	
	W	zajęć w grupach					E-learning			Razem
		A	K	L	S	P				
Etyka biznesu	15	15						30	E	3
Socjologia ekonomiczna		15						15	Z+oc	1
Podstawy prawa cywilnego i gospodarczego	15	15						30	E	3
Psychologia biznesu	15	15						30	Z+oc	2
Kultura organizacyjna	15							15	Z+oc	1
Wprowadzenie do Design Thinking		15						15	Z+oc	1
Zarządzanie zasobami ludzkimi	15	15						30	E	3
	75	90						165	3	14

Kursy do wyboru

kursy do wyboru										
nazwa kursu	godziny kontaktowe							E/-	punkty ECTS	
	W	zajęć w grupach					E-learning			razem
		A	K	L	S	P				
Zarządzanie sporem / Alternatywne metody rozwiązywania sporów		10						10	Z	1
		10						10		1

Semestr III

Zajęcia dydaktyczne

nazwa kursu	godziny kontaktowe								E/-	punkty ECTS
	W	zajęć w grupach					E-learning	Razem		
		A	K	L	S	P				
Public Relations	15	15						30	E	3
Podstawy marketingu		15						15	Z+oc	1
Socjologia designu i reklamy	15	15						30	Z+oc	3
Wstęp do teorii i praktyki wywiadu i kontrwywiadu biznesowego	20							20	Z+oc	2
Megatrendy w światowej gospodarce i zarządzaniu	20							20	Zal+oc	2
Badania społeczne i marketingowe w biznesie	15	15						30	E	3
	85	60						145	2	14

Kursy do wyboru

nazwa kursu	godziny kontaktowe							E/-	punkty ECTS	
	W	zajęć w grupach					E-learning			razem
		A	K	L	S	P				
Podstawy prawne trzeciego sektora / Aksjologiczny wymiar pracy / Przemysł 4.0		10						10	Z	1
		10						10		1

Semestr IV

Zajęcia dydaktyczne

nazwa kursu	godziny kontaktowe							E/-	punkty ECTS	
	W	zajęć w grupach					E-learning			Razem
		A	K	L	S	P				
Negocjacje biznesowe		20						20	Z+oc	2
Socjologia komunikacji i współpracy w zespole		20						20	Z+oc	2
Marketing miast i regionów	10	10						20	Z+oc	2
Zarządzanie projektami		20						20	Z+oc	2
Neuromarketing	15	15						30	E	3
Warsztat trenerski z elementami design thinking		15						15	Z+oc	1
Wprowadzenie do badań UX		15						15	Z+oc	1
	25	115						140	1	13