



Poz. 92

**UCHWAŁA NR 54
SENATU UNIwersytetu Warszawskiego**

z dnia 19 marca 2025 r.

**w sprawie programu studiów na kierunku studiów
*Global Management***

Na podstawie art. 28 ust. 1 pkt 11 ustawy z dnia 20 lipca 2018 r. – Prawo o szkolnictwie wyższym i nauce (tekst jednolity: Dz. U. z 2024 r. poz. 1571 z późn. zm.) oraz § 43 ust. 1 pkt 14 Statutu Uniwersytetu Warszawskiego (Monitor UW z 2019 r. poz. 190 z późn. zm.) Senat Uniwersytetu Warszawskiego postanawia, co następuje:

§ 1

Ustala się program studiów dla prowadzonego na Uniwersytecie Warszawskim kierunku studiów *Global Management*:

- poziom kształcenia: studia drugiego stopnia,
 - profil kształcenia: ogólnoakademicki,
 - forma studiów: stacjonarne,
- stanowiący załącznik do uchwały.

§ 2

Uchwała wchodzi w życie z dniem podjęcia i ma zastosowanie od roku akademickiego 2025/2026.

Przewodniczący Senatu UW
Rektor: A. Z. Nowak

PROGRAM STUDIÓW
Global Management

nazwa kierunku studiów	Global Management
nazwa kierunku studiów w języku angielskim / w języku wykładowym	Global Management
język wykładowy	język angielski
poziom kształcenia	studia drugiego stopnia
poziom PRK	7
profil studiów	profil ogólnoakademicki
liczba semestrów	3
liczba punktów ECTS konieczna do ukończenia studiów	90
forma studiów	studia stacjonarne
tytuł zawodowy nadawany absolwentom (nazwa kwalifikacji w oryginalnym brzmieniu, poziom PRK)	magister
liczba punktów ECTS, jaką student musi uzyskać w ramach zajęć prowadzonych z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich lub innych osób prowadzących zajęcia	45
liczba punktów ECTS w ramach zajęć z dziedziny nauk humanistycznych lub nauk społecznych (nie mniej niż 5 ECTS)	6

Przyporządkowanie kierunku studiów do dziedzin nauki i dyscyplin naukowych, w których prowadzony jest kierunek studiów

Dziedzina nauki	Dyscyplina naukowa	Procentowy udział dyscyplin	Dyscyplina wiodąca (ponad połowa efektów uczenia się)
nauki społeczne	nauki o zarządzaniu i jakości	86%	nauki o zarządzaniu i jakości
nauki społeczne	ekonomia i finanse	9%	
nauki społeczne	nauki prawne	5%	
Razem:	-	100%	-

Efekty uczenia się zdefiniowane dla programu studiów odniesione do charakterystyk drugiego stopnia Polskiej Ramy Kwalifikacji dla kwalifikacji na poziomach 6-7 uzyskiwanych w ramach systemu szkolnictwa wyższego i nauki po uzyskaniu kwalifikacji pełnej na poziomie 4

Symbol efektów uczenia się dla programu studiów	Efekty uczenia się	Odniesienie do charakterystyk drugiego stopnia PRK
Wiedza: absolwent zna i rozumie		
K_W01	w pogłębionym stopniu metodologię badań i terminologię dotyczącą zarządzania globalnego w zakresie dyscypliny nauki o zarządzaniu i jakości oraz w dyscyplinach uzupełniających (ekonomia i finanse, nauki prawne).	P7S_WG
K_W02	metody, procedury i praktyki efektywnego zarządzania działalnością na rynku globalnym w organizacji w stopniu pogłębionym.	P7S_WG
K_W03	w sposób pogłębiony uwarunkowania ekonomiczne decyzji organizacyjnych, strategicznych, marketingowych, finansowych w organizacji działającej na rynkach międzynarodowych.	P7S_WG
K_W04	w sposób pogłębiony uwarunkowania prawne prowadzenia działalności na rynkach międzynarodowych.	P7S_WG
K_W05	złożone procesy i zjawiska technologiczne, społeczne, polityczne, prawne, ekonomiczne i ekologiczne, w tym fundamentalne dylematy współczesnej cywilizacji oraz ich wpływ na funkcjonowanie organizacji i całej gospodarki ze szczególnym uwzględnieniem aspektu globalnego.	P7S_WK
K_W06	zasady ochrony własności przemysłowej i prawa autorskiego.	P7S_WK
K_W07	zasady tworzenia i rozwoju różnych form przedsiębiorczości w wymiarze krajowym i globalnym.	P7S_WK
Umiejętności: absolwent potrafi		
K_U01	wykorzystać teorię dyscypliny nauki o zarządzaniu i jakości oraz nauk uzupełniających (ekonomia	P7S_UW

	i finanse, nauki prawne) do rozpoznawania, diagnozowania i rozwiązywania złożonych i nietypowych problemów związanych z działalnością na rynkach międzynarodowych oraz ich integrowania w ramach strategii organizacji.	
K_U02	prawidłowo interpretować złożone procesy i zjawiska technologiczne, społeczne, polityczne, prawne, ekonomiczne, ekologiczne i ich wpływ na prowadzenie działalności na rynkach międzynarodowych.	P7S_UW
K_U03	przystosowywać istniejące metody i narzędzia, w tym zaawansowane techniki informacyjno-komunikacyjne oraz stosować właściwy dobór źródeł do rozpoznawania, diagnozowania i rozwiązywania problemów w środowisku wewnętrznym i zewnętrznym organizacji, w tym na rynkach międzynarodowych.	P7S_UW
K_U04	formułować i testować hipotezy związane z prostymi problemami badawczymi.	P7S_UW
K_U05	proponować rozwiązania zadań osadzonych w nieprzewidywalnych warunkach.	P7S_UW
K_U06	samodzielnie i zespołowo przygotować analizy, diagnozy i raporty dotyczące złożonych i nietypowych problemów związanych z działalnością na rynkach międzynarodowych oraz komunikatywnie je prezentować w języku angielskim - wykorzystując zaawansowane narzędzia informatyczno-komunikacyjne.	P7S_UK
K_U07	posługiwać się językiem obcym na poziomie C1 Europejskiego Systemu opisu Kształcenia Językowego oraz specjalistyczną terminologią w zakresie dyscypliny nauki o zarządzaniu i jakości.	P7S_UK
K_U08	kierować i podejmować wiodącą rolę w działaniach zespołów, w tym zespołów międzynarodowych, oraz współpracować w jego ramach.	P7S_UO
K_U09	podnosić zdobyte kwalifikacje i wspierać innych w tym zakresie oraz posiada zdolność do samokształcenia.	P7S_UU
Kompetencje społeczne: absolwent jest gotów do		
K_K01	oceny i krytycznego podejścia do sytuacji i zjawisk związanych z działalnością międzynarodową organizacji.	P7S_KK
K_K02	uznania znaczenia i wartości wiedzy naukowej w kontekście rozwiązywania złożonych problemów z tego zakresu, a także zasięgania opinii ekspertów w tym procesie.	P7S_KK
K_K03	inicjowania działalności przynoszącej korzyść społeczności, społeczeństwu lub środowisku, a także do inicjowania działań na rzecz dobra wspólnego.	P7S_KO
K_K04	myślenia i działania w sposób przedsiębiorczy w wymiarze krajowym i globalnym.	P7S_KO
K_K05	przestrzegania, egzekwowania i rozwijania zawodowych standardów etycznych w relacjach biznesowych oraz dbałości o etos zawodu.	P7S_KR

OBJAŚNIENIA

Symbol efektu uczenia się dla programu studiów tworzą:

- litera K – dla wyróżnienia, że chodzi o efekty uczenia się dla programu studiów,
- znak _ (podkreślnik),
- jedna z liter W, U lub K – dla oznaczenia kategorii efektów (W – wiedza, U – umiejętności, K – kompetencje społeczne),

– numer efektu w obrębie danej kategorii, zapisany w postaci dwóch cyfr (numery 1-9 należy poprzedzić cyfrą 0).

Zajęcia lub grupy zajęć przypisane do danego etapu studiów

Rok studiów: pierwszy

Semestr studiów: pierwszy

Nazwa przedmiotu	Forma zajęć – liczba godzin								Razem: liczba godzin zajęć	Razem: punkty ECTS	Symbole efektów uczenia się dla programu studiów	Dyscyplina / dyscypliny, do których odnosi się przedmiot
	Wykład	Konwersatorium	Seminarium	Ćwiczenia	Laboratorium	Warsztaty	Projekt	Inne				
Zawansowane zarządzanie strategiczne (Advanced strategic management)		30							30	4	K_W01 K_W02 K_W03 K_W04 K_U01 K_U02 K_U03 K_U06 K_U07 K_K01 K_K04 K_K05	nauki o zarządzaniu i jakości
Treści programowe	Kurs ten koncentruje się na kluczowych kwestiach formułowania i wdrażania strategii w organizacjach biznesowych w taki sposób, aby stworzyć trwałą przewagę konkurencyjną. Kwestie te są rozpatrywane z perspektywy menedżera generalnego, odpowiedzialnego za sukces organizacyjny w dzisiejszej globalnej, burzliwej gospodarce. Nacisk położony jest na pragmatyczne i zorientowane na działanie umiejętności zarządzania ogólnego. Jednakże, ponieważ znaczna część teorii rozwinęła się w różnych dyscyplinach, które mają istotne implikacje dla dyscypliny strategii, kurs ten będzie podkreślał interdyscyplinarny charakter dziedziny strategii.											
Sposoby weryfikacji efektów uczenia się	Sprawdzian pisemny lub aktywność na zajęciach lub projekt											

Komunikacja międzykulturowa (Intercultural communication)		30							30	4	K_U06 K_U07 K_U08 K_U09 K_K01	nauki o zarządzaniu i jakości
Treści programowe	Kurs ma na celu analizę i zrozumienie różnych zagadnień związanych z komunikacją międzykulturową. Tematy obejmują: językową analizę komunikacji w życiu codziennym, z naciskiem na semantykę, krytyczną analizę scenariuszy komunikacyjnych oraz przegląd najpopularniejszych strategii manipulacji medialnej i stylów komunikacyjnych opartych na teoriach postprawdy i zasadach naturalnej meta-nauki semantycznej.											
Sposoby weryfikacji efektów uczenia się	Aktywność na zajęciach, studia przypadków (case studies), prezentacja											
Finanse przedsiębiorstwa (Corporate Finance)		30							30	4	K_W01 K_W02 K_W03 K_W04 K_U01 K_U03 K_U07 K_K01 K_K02 K_K04	ekonomia i finanse
Treści programowe	Celem tego kursu jest przedstawienie zintegrowanego przeglądu najważniejszych idei w finansach korporacyjnych z punktu widzenia menedżera korporacji niefinansowej. W trakcie zajęć zostaną zweryfikowane i rozwinięte takie pojęcia jak: wycena przedsiębiorstwa, wycena opcji realnych, decyzje finansowe, dywidendy i odkup, fuzje i przejęcia, restrukturyzacja przedsiębiorstwa. Celem decyzji jest tworzenie wartości dla właścicieli. Omawiane tematy będą ilustrowane praktycznymi przykładami i/lub studiami przypadków.											
Sposoby weryfikacji efektów uczenia się	Egzamin pisemny lub aktywność na zajęciach lub studia przypadków (case studies)											
Pisanie prac akademickich Academic writing				30					30	3	K_W01 K_W06 K_U07 K_U08 K_U09 K_K01 K_K02 K_K04	nauki humanistyczne

											K_K05	
Treści programowe	Kurs skupia się na zaawansowanych aspektach pisania prac naukowych, obejmując takie tematy jak: proces pisania (badania, planowanie, poprawki), konwencje językowe (styl, ton, język), struktura eseju, opracowywanie tezy, krytyczne myślenie, umiejętności badawcze, cytowanie, parafrazowanie i unikanie plagiatu, spójność i koherencja tekstu, gramatyka i interpunkcja, a także redakcja. Uczestnicy kursu pogłębią swoje umiejętności w zakresie pisania akademickiego, nauczą się, jak konstruować tezy, analizować źródła, poprawnie cytować i parafrazować, a także poprawiać gramatykę i interpunkcję w swoich pracach. Celem kursu jest zapoznanie studentów z zasadami stylu akademickiego, poprawnością językową oraz etycznym stosowaniem narzędzi wspierających pisanie, w tym sztucznej inteligencji, z uwzględnieniem rozwijania myślenia krytycznego.											
Sposoby weryfikacji efektów uczenia się	Aktywność na zajęciach lub praca pisemna											
Przedmioty ogólnouniwersyteckie								60	60	6	Określone w sylabusie przedmiotu	W ramach wybieranych przedmiotów OGUN przynajmniej 3 pkt ECTS muszą dotyczyć OGUN-ów przyporządkowanych do dziedziny humanistycznej*
Treści programowe	Forma zajęć i treści programowe zgodne z sylabusem wybranego przedmiotu.											
Sposoby weryfikacji efektów uczenia się	Zgodnie z sylabusem wybranego przedmiotu.											
Marketing międzynarodowy (International Marketing)		30							30	3	K_W05 K_W06 K_U02 K_U03 K_U07 K_K01 K_K05	nauki o zarządzaniu i jakości

Treści programowe	Kurs obejmuje zagadnienia specyfiki działań marketingowych na rynkach zagranicznych, ze szczególnym uwzględnieniem analizy mikro- i makro otoczenia, strategii wejścia na rynki zagraniczne, globalizacji rynków i marketingowych konsekwencji tego procesu. Dyskusja koncentruje się na polskich małych i średnich przedsiębiorstwach działających na rynkach zagranicznych.											
Sposoby weryfikacji efektów uczenia się	Sprawdzian pisemny lub aktywność na zajęciach lub projekt											
Główne zajęcia do wyboru (Major elective course)		30							30	3	K_W01 K_W02 K_W07 K_U01 K_U02 K_U04 K_U07 K_K01 K_K04 K_K05	nauki o zarządzaniu i jakości
Treści programowe	Celem zajęć jest pogłębienie wiedzy studenta w obszarze przedmiotów kierunkowych w dziedzinie nauk o zarządzaniu i jakości, oferując mu dostęp do zaawansowanych zagadnień z zakresu m.in. marketingu, zarządzania projektami, zarządzania procesami, marketingu cyfrowego, teorii organizacji, ekonomii międzynarodowej, logistyki międzynarodowej czy zarządzania sprzedażą. Przedmioty z tej puli pozwalają na rozwój i pogłębienie kluczowych umiejętności menedżerskich, niezbędnych do efektywnego zarządzania firmą i zespołem, wyposażając studenta w pogłębioną wiedzę i zaawansowane narzędzia z ww. zagadnień. Szczegółowa specyfika treści uzależniona od wybranego przedmiotu (zajęć do wyboru). Oferta przedmiotów z kategorii „Major elective courses” została tak zaprojektowana, aby wybór konkretnego przedmiotu z tej grupy końcowo umożliwił studentowi zrealizowanie wszystkich efektów uczenia się zdefiniowanych dla kierunku. W pierwszym semestrze student wybiera jeden przedmiot z puli przedmiotów oferowanych w ramach „Major elective courses”.											
Sposoby weryfikacji efektów uczenia się	Sprawdzian pisemny lub aktywność na zajęciach lub studia przypadków (case studies)											
Dodatkowe zajęcia do wyboru (Minor elective course)		2x15							2x15	2x1,5	K_W01 K_W02 K_W07	nauki o zarządzaniu i jakości

											K_U01 K_U02 K_U04 K_U07 K_K01 K_K04 K_K05	
Treści programowe	Celem zajęć jest pogłębienie wiedzy studenta w obszarze przedmiotów kierunkowych w dziedzinie nauk o zarządzaniu i jakości, oferując mu dostęp do specjalistycznej wiedzy na temat szczegółowych zagadnień z obszaru m.in. zarządzania, zachowań konsumenckich, analityki biznesowej, ekonomii finansowej, ochrony konkurencji i konsumentów, etnografii organizacyjnej czy ładu korporacyjnego. Szczegółowa specyfika treści uzależniona od wybranego przedmiotu (zajęć do wyboru). Oferta przedmiotów z kategorii „Minor elective courses” została tak zaprojektowana, aby wybór konkretnego przedmiotu z tej grupy końcowo umożliwił studentowi zrealizowanie wszystkich efektów uczenia się zdefiniowanych dla kierunku. W pierwszym semestrze student wybiera dwa przedmioty z puli przedmiotów oferowanych w ramach „Minor elective courses”.											
Sposoby weryfikacji efektów uczenia się	Sprawdzian pisemny lub aktywność na zajęciach											

* Pozostałe 3 ECTS z dziedziny nauk humanistycznych student realizuje w ramach przedmiotu Pisanie prac akademickich.

Łączna liczba punktów ECTS (w roku/semestrze): 30

Łączna liczba godzin zajęć (w roku/semestrze): 270

Łączna liczba godzin zajęć określona w programie studiów dla danego kierunku, poziomu i profilu (dla całego cyklu): 850

Rok studiów: pierwszy
Semestr studiów: drugi

Nazwa przedmiotu	Forma zajęć – liczba godzin								Razem: liczba godzin zajęć	Razem: punkty ECTS	Symbole efektów uczenia się dla programu studiów	Dyscyplina / dyscypliny, do których odnosi się przedmiot
	Wykład	Konwersatorium	Seminarium	Ćwiczenia	Laboratorium	Warsztaty	Projekt	Inne				
Przywództwo i myślenie przedsiębiorcze (Leadership and entrepreneurial thinking)		30							30	4	K_W01 K_W02 K_W05 K_W07 K_U01 K_U02 K_U03 K_U05 K_U06 K_U08 K_U09	nauki o zarządzaniu i jakości
Treści programowe	Tematy obejmują teorie, kompetencje i praktyki przywództwa niezbędne do skutecznych działań przedsiębiorczych. Głównym celem tego kursu jest rozwijanie umiejętności i zachowań przywódczych poprzez zadania, które mają charakter zespołowy. Zrozumienie wspólnego celu, wizji i wartości. Identyfikacja czynników w procesach przedsiębiorczych, które prowadzą do sukcesu lub porażki. Identyfikacja umiejętności przedsiębiorczych skutecznych liderów. Sprawienie, aby student zrozumiał kulturę liderów w przedsiębiorstwie.											
Sposoby weryfikacji efektów uczenia się	Studia przypadków, projekt											
Prawo w biznesie międzynarodowym (Law in international business)		30							30	4	K_W01 K_W04 K_W05 K_W06	nauki prawne

											K_W07 K_U07 K_K01 K_K05	
Treści programowe	Kurs porusza kluczowe kwestie prawne w odniesieniu do międzynarodowych praktyk biznesowych. Po pierwsze, kurs daje przegląd tego, jaka jest rola prawa w biznesie międzynarodowym i jakie są główne instytucje i organizacje, które odgrywają rolę w tej dziedzinie. Po drugie, kurs daje przegląd konkretnych obszarów prawa, które są najbardziej istotne dla firmy działającej na rynkach transgranicznych, ze szczególnym uwzględnieniem rynków elektronicznych. Mogą one obejmować: wprowadzenie do wybranych umów, omówienie kwestii ochrony danych osobowych, roli własności intelektualnej, przegląd zasad handlu elektronicznego oraz wprowadzenie do podstaw prawa antymonopolowego.											
Sposoby weryfikacji efektów uczenia się	Sprawdzian pisemny, aktywność na zajęciach											
Trendy rynkowe i praktyki zielonego biznesu 1 (Market trends and green business practices 1)		10							10	1	K_W01 K_W05 K_U02 K_U07 K_U09 K_K01 K_K03 K_K04	nauki o zarządzaniu i jakości
Treści programowe	Kurs ten łączy w sobie wykłady ekspertów i <i>doświadczenie w świecie rzeczywistym</i>, aby wyposażać uczestników w praktyczną wiedzę na temat trendów rynkowych i zrównoważonych praktyk biznesowych. Program rozpoczyna się od wprowadzenia do trendów rynkowych i zrównoważonego rozwoju, w którym praktycy dzielą się spostrzeżeniami na temat globalnych trendów, zmian zachowań konsumentów i znaczenia zrównoważonego rozwoju w biznesie. Kurs omawia rzeczywiste zastosowania zrównoważonych praktyk, w tym energooszczędne operacje, redukcję odpadów i zarządzanie zielonym łańcuchem dostaw. Podkreśla znaczenie innowacji, takich jak energia odnawialna, gospodarka o obiegu zamkniętym i zielone technologie, z gościnnymi prelegentami z kluczowych branż. Uczestnicy zyskują praktyczną wiedzę dzięki wizytom w zakładach biznesowych, aby obserwować zrównoważone działania w praktyce, takie jak przyjazne dla środowiska fabryki i zakłady energii odnawialnej. Wizyty te prezentują udane zielone modele w różnych sektorach. Kurs kończy się sesjami interaktywnymi, umożliwiającymi uczestnikom omawianie strategii działania, budowanie sieci i projektowanie zrównoważonych planów biznesowych pod okiem ekspertów.											
Sposoby weryfikacji efektów uczenia się	Praca pisemna lub aktywność na zajęciach											

Metody badań w zarządzaniu (Research methods in management)		30							30	3	K_W01 K_W05 K_W06 K_U01 K_U03 K_U04 K_U06 K_U07 K_U09 K_K01 K_K05	nauki o zarządzaniu i jakości
Treści programowe	Kurs stanowi wprowadzenie do metod badań organizacji, które mogą być przydatne zarówno w przygotowaniu prac dyplomowych, jak i w praktyce zarządzania organizacjami. W szczególności zapoznaje studentów z logiką badań naukowych, uczy definiowania problemów i hipotez badawczych, pokazuje zalety i wady jakościowych i ilościowych metod badawczych, wprowadza zasady oceny wiarygodności i zasadności badań, zapoznaje studentów z podstawowymi metodami interpretacji i prezentacji zebranych danych, pozwala na przygotowanie projektu własnych badań organizacji.											
Sposoby weryfikacji efektów uczenia się	Egzamin pisemny, aktywność na zajęciach, projekt											
Seminarium mgr (Diploma seminar)			30						30	3	K_W01 K_W02 K_W03 K_W04 K_W05 K_W06 K_U01 K_U02 K_U03 K_U04 K_U06 K_U07 K_K01 K_K02 K_K04 K_K05	nauki o zarządzaniu i jakości

Treści programowe	Podczas seminarium student zdobywa wiedzę na temat zasad tworzenia tekstów naukowych, ze szczególnym uwzględnieniem budowy koncepcji pracy magisterskiej. W ramach zajęć student doskonali swój autorski warsztat oraz umiejętności redakcyjne. Poznaje zasady dot. struktury pracy, przygotowania streszczenia, wstępu, wniosków, bibliografii, przypisów, tworzenia wykresów, załączników oraz edycji pracy dyplomowej. W ramach zajęć omawiane są m.in. praca z literaturą naukową, formułowanie tematu, określanie problemu badawczego, ustalanie celu oraz formułowanie tez i hipotez pracy. Seminarium kładzie duży nacisk na opracowanie projektu własnego badania, opartego na danych ilościowych lub jakościowych, pozyskanych lub samodzielnie stworzonych. Celem jest wykształcenie umiejętności samodzielnego przeprowadzenia badania w ramach pracy magisterskiej.											
Sposoby weryfikacji efektów uczenia się	Budowa koncepcji pracy magisterskiej z częścią teoretyczną, metodyczną i empiryczną. Rozdział pracy magisterskiej.											
Zarządzanie międzynarodowe I strategia (International Management and Strategy)		30							30	3	K_W01 K_W03 K_W05 K_U01 K_U03 K_U06 K_U07 K_U09 K_K01 K_K04 K_K05	nauki o zarządzaniu i jakości
Treści programowe	Kurs ten ma na celu wprowadzenie podstawowych koncepcji zarządzania i strategii w firmach międzynarodowych, w tym: organizacjach typu „born global”, korporacjach międzynarodowych, przedsiębiorstwach społecznych, sojuszach i sieciach. Aby wprowadzić koncepcje i przedstawić wyzwania związane z internacjonalizacją, zostaną zastosowane różnorodne metody edukacyjne, w tym: badania terenowe, studia przypadków, debata oksfordzka, uczenie się w działaniu, zaproszeni goście oraz warsztaty.											
Sposoby weryfikacji efektów uczenia się	Projekt, aktywność na zajęciach											
Główne zajęcia do wyboru (Major elective course)		3x30							3x30	3x3	K_W01 K_W02 K_W07 K_U01 K_U02 K_U04 K_U07	nauki o zarządzaniu i jakości

											K_K01 K_K04 K_K05	
Treści programowe	Celem zajęć jest pogłębienie wiedzy studenta w obszarze przedmiotów kierunkowych w dziedzinie nauk o zarządzaniu i jakości, oferując mu dostęp do zaawansowanych zagadnień z zakresu m.in. zarządzania, marketingu, zarządzania procesami, marketingu cyfrowego, teorii organizacji, ekonomii międzynarodowej, logistyki międzynarodowej czy zarządzania sprzedażą. Przedmioty z tej puli pozwalają na rozwój i pogłębienie kluczowych umiejętności menedżerskich, niezbędnych do efektywnego zarządzania firmą i zespołem, wyposażając studenta w pogłębioną wiedzę i zaawansowane narzędzia z ww. zagadnień. Szczegółowa specyfika treści uzależniona od wybranego przedmiotu (zajęć do wyboru). Oferta przedmiotów z kategorii „Major elective courses” została tak zaprojektowana, aby wybór konkretnego przedmiotu z tej grupy końcowo umożliwił studentowi zrealizowanie wszystkich efektów uczenia się zdefiniowanych dla kierunku. W drugim semestrze student wybiera trzy przedmioty z puli przedmiotów oferowanych w ramach „Major elective courses”.											
Sposoby weryfikacji efektów uczenia się	Sprawdzian pisemny lub aktywność na zajęciach lub studia przypadków (case studies)											
Dodatkowe zajęcia do wyboru (Minor elective course)		2x15							2x15	2x1,5	K_W01 K_W02 K_W07 K_U01 K_U02 K_U04 K_U07 K_K01 K_K04 K_K05	nauki o zarządzaniu i jakości
Treści programowe	Celem zajęć jest pogłębienie wiedzy studenta w obszarze przedmiotów kierunkowych w dziedzinie nauk o zarządzaniu i jakości, oferując mu dostęp do specjalistycznej wiedzy na temat szczegółowych zagadnień z obszaru m.in. zarządzania, marketingu, zachowań konsumenckich, analityki biznesowej, etnografii organizacyjnej czy ładu korporacyjnego. Szczegółowa specyfika treści uzależniona od wybranego przedmiotu (zajęć do wyboru).											

	Oferta przedmiotów z kategorii „Minor elective courses” została tak zaprojektowana, aby wybór konkretnego przedmiotu z tej grupy końcowo umożliwił studentowi zrealizowanie wszystkich efektów uczenia się zdefiniowanych dla kierunku. W drugim semestrze student wybiera dwa przedmioty z puli przedmiotów oferowanych w ramach Minor elective courses.
Sposoby weryfikacji efektów uczenia się	Sprawdzian pisemny lub aktywność na zajęciach

Łączna liczba punktów ECTS (w roku/semestrze): 30

Łączna liczba godzin zajęć (w roku/semestrze): 280

Łączna liczba godzin zajęć określona w programie studiów dla danego kierunku, poziomu i profilu (dla całego cyklu): 850

Rok studiów: drugi
Semestr studiów: trzeci

Nazwa przedmiotu	Forma zajęć – liczba godzin								Razem: liczba godzin zajęć	Razem: punkty ECTS	Symbole efektów uczenia się dla programu studiów	Dyscyplina / dyscypliny, do których odnosi się przedmiot
	Wykład	Konwersatorium	Seminarium	Ćwiczenia	Laboratorium	Warsztaty	Projekt	Inne				
Przedmioty obowiązkowe												
Trendy rynkowe i praktyki zielonego biznesu 2 (Market trends and green business practices 2)		60							60	4,5	K_W01 K_W05 K_U02 K_U07 K_U09 K_K01 K_K03 K_K04	nauki o zarządzaniu i jakości
Treści programowe	Kurs ten łączy w sobie wykłady ekspertów i doświadczenie w świecie rzeczywistym, aby wyposażyć uczestników w praktyczną wiedzę na temat trendów rynkowych i zrównoważonych praktyk biznesowych. Program rozpoczyna się od wprowadzenia do trendów rynkowych i zrównoważonego rozwoju, w którym praktycy dzielą się spostrzeżeniami na temat globalnych trendów, zmian zachowań konsumentów i znaczenia zrównoważonego rozwoju w biznesie. Kurs omawia rzeczywiste zastosowania zrównoważonych praktyk, w tym energooszczędne operacje, redukcję odpadów i zarządzanie zielonym łańcuchem dostaw. Podkreśla znaczenie innowacji, takich jak energia odnawialna, gospodarka o obiegu zamkniętym i zielone technologie, z gościnnymi prelegentami z kluczowych branż. Uczestnicy zyskują praktyczną wiedzę dzięki wizytom w zakładach biznesowych, aby obserwować zrównoważone działania w praktyce, takie jak przyjazne dla środowiska fabryki i zakłady energii odnawialnej. Wizyty te prezentują udane zielone modele w różnych sektorach.											

	Kurs kończy się sesjami interaktywnymi, umożliwiającymi uczestnikom omawianie strategii działania, budowanie sieci i projektowanie zrównoważonych planów biznesowych pod okiem ekspertów.											
Sposoby weryfikacji efektów uczenia się	Praca pisemna lub aktywność na zajęciach											
Seminarium mgr (Diploma seminar)			60						60	9	K_W01 K_W02 K_W03 K_W04 K_W05 K_W06 K_U01 K_U02 K_U03 K_U04 K_U06 K_U07 K_K01 K_K02 K_K04	nauki o zarządzaniu i jakości
Treści programowe	Podczas seminarium student zdobywa wiedzę na temat zasad tworzenia tekstów naukowych, ze szczególnym uwzględnieniem budowy koncepcji pracy magisterskiej. W ramach zajęć student doskonali swój autorski warsztat oraz umiejętności redakcyjne. Poznaje zasady dot. struktury pracy, przygotowania streszczenia, wstępu, wniosków, bibliografii, przypisów, tworzenia wykresów, załączników oraz edycji pracy dyplomowej. W ramach zajęć omawiane są m.in. praca z literaturą naukową, formułowanie tematu, określanie problemu badawczego, ustalanie celu oraz formułowanie tez i hipotez pracy. Seminarium kładzie duży nacisk na opracowanie projektu własnego badania, opartego na danych ilościowych lub jakościowych, pozyskanych lub samodzielnie stworzonych. Celem jest wykształcenie umiejętności samodzielnego przeprowadzenia badania w ramach pracy magisterskiej. W trakcie seminarium studenci prezentują wyniki swoich badań. Ostatnia część seminarium dotyczy przygotowania pracy dyplomowej do obrony, zgodnie z wymaganiami Wydziału Zarządzania UW.											
Sposoby weryfikacji efektów uczenia się	Przygotowanie i złożenie pracy magisterskiej.											

Główne zajęcia do wyboru (Major elective course)		4x30							4x30	4x3	K_W01 K_W02 K_W07 K_U01 K_U02 K_U04 K_U07 K_K01 K_K04 K_K05	nauki o zarządzaniu i jakości lub ekonomia i finanse
Treści programowe	Celem zajęć jest pogłębienie wiedzy studenta w obszarze przedmiotów kierunkowych w dziedzinie nauk o zarządzaniu i jakości lub ekonomii i finansów, oferując mu dostęp do zaawansowanych zagadnień z zakresu m.in. zarządzania, marketingu, zarządzania procesami, marketingu cyfrowego, teorii organizacji, ekonomii międzynarodowej, logistyki międzynarodowej czy zarządzania sprzedażą. Przedmioty z tej puli pozwalają na rozwój i pogłębienie kluczowych umiejętności menedżerskich, niezbędnych do efektywnego zarządzania firmą i zespołem, wyposażając studenta w pogłębioną wiedzę i zaawansowane narzędzia z ww. zagadnień. Szczegółowa specyfika treści uzależniona od wybranego przedmiotu (zajęć do wyboru). Oferta przedmiotów z kategorii „Major elective courses” została tak zaprojektowana, aby wybór konkretnego przedmiotu z tej grupy końcowo umożliwił studentowi zrealizowanie wszystkich efektów uczenia się zdefiniowanych dla kierunku. Na trzecim semestrze student wybiera cztery przedmioty z puli przedmiotów oferowanych w ramach „Major elective courses”.											
Sposoby weryfikacji efektów uczenia się	Sprawdzian pisemny lub aktywność na zajęciach lub studia przypadków (case studies)											
Dodatkowe zajęcia do wyboru (Minor elective course)		2x15 ; 1x30							2x15; 1x30	3x1,5	K_W01 K_W02 K_W07 K_U01 K_U02 K_U04 K_U07 K_K01 K_K04 K_K05	nauki o zarządzaniu i jakości

Treści programowe	Celem zajęć jest pogłębienie wiedzy studenta w obszarze przedmiotów kierunkowych w dziedzinie nauk o zarządzaniu i jakości, oferując mu dostęp do specjalistycznej wiedzy na temat szczegółowych zagadnień z obszaru m.in. zarządzania, marketingu, zachowań konsumenckich, analityki biznesowej, etnografii organizacyjnej czy ładu korporacyjnego. Szczegółowa specyfika treści uzależniona od wybranego przedmiotu (zajęć do wyboru). Oferta przedmiotów z kategorii „Minor elective courses” została tak zaprojektowana, aby wybór konkretnego przedmiotu z tej grupy końcowo umożliwił studentowi zrealizowanie wszystkich efektów uczenia się zdefiniowanych dla kierunku. Na trzecim semestrze student wybiera dwa przedmioty 15-godzinne i 1 przedmiot 30-godzinny z puli przedmiotów oferowanych w ramach „Minor elective courses”.
Sposoby weryfikacji efektów uczenia się	Sprawdzian pisemny lub aktywność na zajęciach

Studentom studiów drugiego stopnia, którzy nie realizowali szkolenia BHP na studiach pierwszego stopnia, zapewniona będzie realizacja tego przedmiotu poza programem studiów w wymiarze 4 godzin i 0,5 ECTS (punktów ECTS nie wlicza się do puli 90 pkt ECTS).

Łączna liczba punktów ECTS (w roku/semestrze): 30

Łączna liczba godzin zajęć (w roku/semestrze): 300

Łączna liczba godzin zajęć określona w programie studiów dla danego kierunku, poziomu i profilu (dla całego cyklu): 850

Procentowy udział liczby punktów ECTS w łącznej liczbie punktów ECTS dla każdej z dyscyplin, do których przyporządkowano kierunek studiów.

Dziedzina nauki	Dyscyplina naukowa	Procentowy udział liczby punktów ECTS w łącznej liczbie punktów ECTS dla każdej z dyscyplin
nauki społeczne	nauki o zarządzaniu i jakości	78%
nauki społeczne	ekonomia i finanse	8%
nauki społeczne	nauki prawne	4%

Tłumaczenie programu studiów na język angielski

Programme of study Global Management

Name of the field of study	Global Management
Name of the field of study in English / in the language of instruction	Global Management
Language of instruction	English
Level of education	Second cycle
Level in the PQF	7
Studies profile	General academic
Number of semesters	3
Number of ECTS credits to graduate	90
Form of studies	Full-time
Professional title awarded to the graduates (name of the qualification in its original wording, PQF level)	magister
Number of ECTS credits that the student needs to obtain for the classes conducted with direct participation of academic teachers and/or other tutors	45
Number of ECTS credits for the classes in the area of humanities and/or social sciences (not less than 5 ECTS)	6

Assignment of the field of study to a given area of study and academic disciplines

Area of study	Academic discipline	Percentage share of the academic disciplines	Leading academic discipline (more than a half of the learning outcomes)
Social Sciences	Management and quality studies	86%	Management and quality studies
Social Sciences	Economics and finance	9%	
Social Sciences	Law	5%	
Total:	-	100%	-

Learning outcomes defined for the field of study by reference to the descriptors of 2nd degree in the Polish Qualification Framework for qualifications at level 6–7 obtained within the framework of the Higher Education and Science System after obtaining full qualification at level 4 of the PQF

Learning outcomes symbol for the field of study	Learning outcomes	Reference to PQF 2 nd degree descriptors
Knowledge: the graduate knows and understands		
K_W01	in depth the research methodology and terminology of global management within the discipline of management and quality studies and in complementary disciplines (economics and finance, law).	P7S_WG
K_W02	in-depth the methods, procedures and practices for effectively managing an organisation's global market activities.	P7S_WG
K_W03	the economic determinants of organisational, strategic, marketing and financial decisions in an organisation operating in international markets.	P7S_WG
K_W04	the legal requirements of doing business in international markets.	P7S_WG
K_W05	complex technological, social, political, legal, economic and environmental processes and phenomena, including the fundamental dilemmas of modern civilisation and their impact on the functioning of organisations and the economy as a whole, with particular emphasis on the global aspect.	P7S_WK
K_W06	the principles of intellectual property and copyright protection.	P7S_WK
K_W07	the principles of creating and developing different forms of entrepreneurship nationally and globally.	P7S_WK
Skills: the graduate is able to		
K_U01	use the theory of the discipline of management and quality studies and complementary sciences (economics and finance, law) to identify, diagnose and solve complex and unusual problems related to activities in international markets and integrate them into the organisation's strategy.	P7S_UW

K_U02	correctly interpret complex technological, social, political, legal, economic, environmental processes and phenomena and their impact on doing business in international markets.	P7S_UW
K_U03	adapt existing methods and tools, including advanced information and communication techniques, and use an appropriate range of sources to identify, diagnose and resolve problems in the organisation's internal and external environment, including international markets.	P7S_UW
K_U04	formulate and test hypotheses in relation to simple research problems.	P7S_UW
K_U05	propose solutions to tasks that are embedded in unpredictable conditions.	P7S_UW
K_U06	analyse, diagnose and report on complex and unusual problems relating to international market activities, both independently and in teams, and present these communicatively in English, using advanced information and communication tools.	P7S_UK
K_U07	use a foreign language at level C1 of the Common European Framework of Reference for Languages and specialised terminology within the discipline of management and quality studies.	P7S_UK
K_U08	lead and take a leading role in the activities of teams, including international teams, and to work collaboratively within such teams.	P7S_UO
K_U09	train themselves, improve acquired skills and support others in doing this	P7S_UU
Social competences: the graduate is ready to		
K_K01	evaluate and critically approach situations and phenomena in relation to the international activities of the organisation.	P7S_KK
K_K02	recognise the importance and value of scientific knowledge in the context of solving complex problems in the field, and to consult experts in the process.	P7S_KK
K_K03	initiate activities that benefit the community, society or the environment and to take action for the common good.	P7S_KO
K_K04	think and act entrepreneurially, both nationally and globally.	P7S_KO
K_K05	observe, enforce and develop professional ethical standards in business relationships and to care for the ethos of the profession.	P7S_KR

EXPLANATIONS

The learning outcomes symbol for the programme of study includes:

- letter K – to highlight the fact that the learning outcome refers to the programme of study
- _ (underscore),
- one of the letters W, U and/or K – to mark the category of learning outcomes (W – knowledge (Polish: wiedza), U – skills (Polish: umiejętności), K – social competences (Polish: kompetencje społeczne),
- learning outcome number in a given category, written in the form of two digits (precede the digits 1–9 with a 0).

Classes and/or groups of classes assigned to a given term of studies

Year of studies: first

Semester: first

Course title	Form of classes – number of hours								Total: number of class hours	Total: ECTS points	Programme of study learning outcomes	Academic discipline(s) related to the course
	Lecture	Seminar classes	Seminar	Practical classes	Laboratory classes	Workshops	Project work	Other				
Advanced strategic management		30							30	4	K_W01 K_W02 K_W03 K_W04 K_U01 K_U02 K_U03 K_U06 K_U07 K_K01 K_K04 K_K05	Management and quality studies
Course Content	This course focuses on key issues in formulating and implementing strategies in business organisations in a way to create a sustainable competitive advantage. These issues are approached from the perspective of a general manager, responsible for organisational success in today's global, turbulent economy. The emphasis is on pragmatic and action oriented general management skills. However, a considerable body of theory has evolved within different disciplines that have salient implications for the strategy discipline. Therefore, the course will emphasise an interdisciplinary nature of the strategy field.											

Learning outcomes assessment	Written test or class activity or project											
Intercultural communication		30							30	4	K_U06 K_U07 K_U08 K_U09 K_K01	Management and quality studies
Course Content	The course aims at analysis and understanding of various issues connected with intercultural communication. Topics include: a linguistic analysis of communication in everyday life, with an emphasis on semantics; critical analysis communication scenarios; and an overview of the most popular media manipulation strategies and communication styles is based on the theories of post-truth and the principles of natural semantic meta-science.											
Learning outcomes assessment	Class activity, case studies, presentation											
Corporate Finance		30							30	4	K_W01 K_W02 K_W03 K_W04 K_U01 K_U03 K_U07 K_K01 K_K02 K_K04	Economics and finance
Course Content	The objective of this course is to provide an integrated overview of the most important ideas in corporate finance from the point of view of the manager of a non-financial corporation. During the course, we shall revise and develop such concepts as corporate valuation, real option valuation, financing decisions, dividends and repurchases, mergers & acquisitions, corporate restructuring. The purpose of the decision shall be to create value for the owners. Discussed topics shall be illustrated with practical examples and/or case studies.											
Learning outcomes assessment	Written exam or class activity or case studies											
Academic writing				30					30	3	K_W01 K_W06 K_U07 K_U08 K_U09	Humanities

											K_K01 K_K02 K_K04 K_K05	
Course Content	The course focuses on advanced aspects of academic writing, covering topics such as the writing process (research, planning, revision), language conventions (style, tone, language), essay structure, thesis development, critical thinking, research skills, citation, paraphrasing and avoiding plagiarism, coherence and cohesion, grammar and punctuation, and editing. Students on the course will develop their academic writing skills by learning how to construct theses, analyse sources, cite and paraphrase correctly, and use correct grammar and punctuation in their work. The course aims to introduce students to the principles of academic style, linguistic correctness and the ethical use of writing support tools, including artificial intelligence, with an emphasis on developing critical thinking.											
Learning outcomes assessment	Class activity or written paper											
General University Courses – OGUNs								60	60	6	Defined in the course syllabus	Within the selected OGUN subjects, at least 3 ECTS credits must be related to the OGUNs assigned to the Humanities*
Course Content	According to the syllabus of the course the student chooses.											
Learning outcomes assessment	According to the syllabus of the course the student chooses.											
International Marketing		30							30	3	K_W05 K_W06 K_U02 K_U03 K_U07 K_K01 K_K05	Management and quality studies
Course Content	The course covers issues of the specificity of marketing activities in foreign markets, with particular emphasis on the analysis of micro- and macro-environment, entry strategies into foreign markets, globalisation of markets and marketing consequences of this process. Discussion is focused on Polish small and medium enterprises operating in foreign markets.											

Learning outcomes assessment	Written test or class activity or project											
Major elective course		30							30	3	K_W01 K_W02 K_W07 K_U01 K_U02 K_U04 K_U07 K_K01 K_K04 K_K05	Management and quality studies
Course Content	The aim of this course is to deepen the student's knowledge in the field of management and quality studies, giving them access to advanced topics in marketing, project management, process management, digital marketing, organisational theory, international economics, international logistics or sales management, among others. The courses in this pool allow students to develop and deepen the key management skills needed to effectively lead an organisation and a team, equipping them with in-depth knowledge and advanced tools in the above areas. The exact content depends on the chosen course (elective). The range of Major electives is designed in such a way that the choice of a particular course from this group will ultimately enable the student to achieve all the learning outcomes defined for the program. In the first semester, the student chooses one course from the pool of courses offered under 'Major elective courses'.											
Learning outcomes assessment	Written test or class activity or case studies											
Minor elective course		2x15							2x15	2x1,5	K_W01 K_W02 K_W07 K_U01 K_U02 K_U04 K_U07 K_K01 K_K04 K_K05	Management and quality studies

Course Content	The aim of the course is to deepen the student's knowledge in the field of management and quality studies, providing access to specific knowledge in the fields of management, consumer behaviour, business analysis, financial economics, competition and consumer protection, organisational ethnography or corporate governance, among others. The exact content depends on the chosen courses (electives). The range of Minor electives is designed to ensure that the selection of a particular subject from this group will ultimately enable the student to achieve all the learning outcomes defined for the program. In the first semester, the student chooses two courses from the pool of courses offered under 'Minor elective courses'.
Learning outcomes assessment	Written test or class activity

* The remaining 3 ECTS in the humanities are to be completed by the student in the course: Academic writing

Total number of ECTS credits (per year/semester): 30

Total number of class hours (per year/semester): 270

Total number of class hours specified in the programme of study for every field of study, level and profile (for the entire cycle): 850

Year of studies: first
Semester: second

Course title	Form of classes – number of hours								Total: number of class hours	Total: ECTS points	Programme of study learning outcomes	Academic discipline(s) related to the course
	Lecture	Seminar classes	Seminar	Practical classes	Laboratory classes	Workshops	Project work	Other				
Leadership and entrepreneurial thinking		30							30	4	K_W01 K_W02 K_W05 K_W07 K_U01 K_U02 K_U03 K_U05 K_U06 K_U08 K_U09	Management and quality studies
Course Content	Topics include leadership theories, competences, and practices necessary for effectiveness in entrepreneurial activities. The main goal of this course is to develop leadership skills and behaviors through students' course assignments which are collaborative in nature. To gain an understanding of the shared purpose, vision, and values. To identify factors in an entrepreneurship processes that lead to success or failure. To identify entrepreneurial skills of effective leaders. To make students understand a culture of empowered leaders in the enterprise.											
Learning outcomes assessment	Case studies, project											
Law in international business		30							30	4	K_W01 K_W04 K_W05 K_W06	Law

											K_W07 K_U07 K_K01 K_K05	
Course Content	The course addresses key legal issues in relation to international business practices. Firstly, the course provides an overview of what is the role of law in international business and what are the main institutions and organisations that play a role in this field. Secondly, the course gives an overview of specific areas of law that are most relevant to a company operating in cross-border markets with a particular focus on electronic markets. These may include an introduction to selected contracts, a discussion of data protection concerns, role of Intellectual Property, a review of e-commerce rules and introduction to basics of antitrust law.											
Learning outcomes assessment	Written test, class activity											
Market trends and green business practices 1		10							10	1	K_W01 K_W05 K_U02 K_U07 K_U09 K_K01 K_K03 K_K04	Management and quality studies
Course Content	This course combines expert lectures and real-world experience to equip participants with practical knowledge of market trends and sustainable business practices. The programme begins with Introduction to market trends and sustainability, where practitioners share their insights on global trends, changing consumer behaviour and the importance of sustainability in business. The course discusses real-world applications of sustainable practices, including energy-efficient operations, waste reduction and green supply chain management as well as highlights innovations such as renewable energy, the circular economy and green technologies, with guest speakers from leading industries. Participants get hands-on experience through Business Site Visits to see sustainable operations in action, such as green factories and renewable energy plants. These visits showcase successful green models in different sectors. The course concludes with interactive sessions, where learners discuss actionable strategies, build networks and design sustainable business plans under expert guidance.											
Learning outcomes assessment	Written test or class activity											
Research methods in management		30							30	3	K_W01 K_W05 K_W06	Management and quality studies

											K_U01 K_U03 K_U04 K_U06 K_U07 K_U09 K_K01 K_K05	
Course Content	The course is an introduction to organisation research methods, which can be useful both in the preparation of theses, as well as in the practice of organisation management. In particular, it introduces students to the logic of scientific research, teaches how to define research problems and hypotheses, shows the advantages and disadvantages of qualitative and quantitative research methods, introduces the principles of assessing the reliability and validity of research, familiarises students with the basic methods of interpretation and presentation of the collected data, and allows them to prepare a project of their own research on the organisation.											
Learning outcomes assessment	Written test, class activity, project											
Diploma seminar			30						30	3	K_W01 K_W02 K_W03 K_W04 K_W05 K_W06 K_U01 K_U02 K_U03 K_U04 K_U06 K_U07 K_K01 K_K02 K_K04 K_K05	Management and quality studies
Course Content	During the seminar, the student will acquire knowledge of the principles of writing scientific texts, with particular emphasis on the construction of the thesis concept. During the seminar, the student will improve his/her writing and editing skills. The student learns about the structure of the thesis, preparing an abstract, introduction, conclusion, bibliography, footnotes, creating tables, appendices and editing the thesis. The course discusses, among other things, working with the scientific literature, formulating the topic, defining the											

	research problem, setting the objective and formulating the thesis and hypotheses. The seminar places great emphasis on developing a design for the student's own research, based on quantitative or qualitative data, either acquired or generated. The aim is to develop the ability to carry out an independent study as part of a dissertation.											
Learning outcomes assessment	Construction of a thesis concept with theoretical, methodological and empirical parts. Chapter of the thesis.											
International Management and Strategy		30							30	3	K_W01 K_W03 K_W05 K_U01 K_U03 K_U06 K_U07 K_U09 K_K01 K_K04 K_K05	Management and quality studies
Course Content	The International Management course aims to introduce basic concepts of management and strategy in international companies including: born global companies, multinational corporations, social enterprises, alliances and networks. A variety of educational methods are applied to introduce concepts and challenges of internationalisation including: field studies, case studies, Oxford debate, action learning, guest speakers and workshops.											
Learning outcomes assessment	Project, class activity											
Major elective course		3x30							3x30	3x3	K_W01 K_W02 K_W07 K_U01 K_U02 K_U04 K_U07 K_K01 K_K04 K_K05	Management and quality studies
Course Content	The aim of this course is to deepen the student's knowledge in the field of management and quality studies, giving them access to advanced topics in marketing, project management, process management, digital marketing, organisational theory, international economics, international logistics or sales management, among others. The courses in this pool allow students to develop and deepen the key management skills needed to effectively lead an organisation and											

	a team, equipping them with in-depth knowledge and advanced tools in the above areas. The exact content depends on the chosen courses (electives). The range of Major electives is designed in such a way that the choice of a particular course from this group will ultimately enable the student to achieve all the learning outcomes defined for the program. In the second semester, the student chooses three courses from the pool of courses offered under 'Major Elective courses'.											
Learning outcomes assessment	Written test or class activity or case studies											
Minor elective course		2x15							2x15	2x1,5	K_W01 K_W02 K_W07 K_U01 K_U02 K_U04 K_U07 K_K01 K_K04 K_K05	Management and quality studies
Course Content	The aim of the course is to deepen the student's knowledge in the field of management and quality studies, providing access to specific knowledge in the fields of management, consumer behaviour, business analysis, financial economics, competition and consumer protection, organisational ethnography or corporate governance, among others. The exact content depends on the chosen courses (electives). The range of Minor electives is designed to ensure that the selection of a particular subject from this group will ultimately enable the student to achieve all the learning outcomes defined for the program. In the second semester, the student chooses two courses from the pool of courses offered under 'Minor elective courses'.											
Learning outcomes assessment	Written test or class activity											

Total number of ECTS credits (per year/semester): 30

Total number of class hours (per year/semester): 280

Total number of class hours specified in the programme of study for every field of study, level and profile (for the entire cycle): 850

Year of studies: second

Semester: third

Course title	Form of classes – number of hours								Total: number of class hours	Total: ECTS points	Programme of study learning outcomes	Academic discipline(s) related to the course
	Lecture	Seminar classes	Seminar	Practical classes	Laboratory classes	Workshops	Project work	Other				
Markets trends and green business practices 2		60							60	4,5	K_W01 K_W05 K_U02 K_U07 K_U09 K_K01 K_K03 K_K04	Management and quality studies
Course Content	This course combines expert lectures and real-world experience to equip participants with practical knowledge of market trends and sustainable business practices. The programme begins with Introduction to market trends and sustainability, where practitioners share their insights on global trends, changing consumer behaviour and the importance of sustainability in business. The course discusses real-world applications of sustainable practices, including energy-efficient operations, waste reduction and green supply chain management as well as highlights innovations such as renewable energy, the circular economy and green technologies, with guest speakers from leading industries. Participants get hands-on experience through Business Site Visits to see sustainable operations in action, such as green factories and renewable energy plants. These visits showcase successful green models in different sectors. The course concludes with interactive sessions, where learners discuss actionable strategies, build networks and design sustainable business plans under expert guidance.											

Learning outcomes assessment	Written paper or class activity											
Diploma seminar			60						60	9	K_W01 K_W02 K_W03 K_W04 K_W05 K_W06 K_U01 K_U02 K_U03 K_U04 K_U06 K_U07 K_K01 K_K02 K_K04 K_K05	Management and quality studies
Course Content	During the seminar, the student will acquire knowledge of the principles of writing scientific texts, with particular emphasis on the construction of the thesis concept. During the seminar, the student improves his/her writing and editing skills. The student learns the rules concerning the structure of the thesis, the preparation of an abstract, introduction, conclusion, bibliography, footnotes, the preparation of tables, appendices and the editing of the thesis. The course discusses, among other things, working with scientific literature, formulating the topic, defining the research problem, setting the objective and formulating the thesis and hypotheses. The seminar places great emphasis on developing a design for the student's own research, based on quantitative or qualitative data, either acquired or generated. The aim is to develop the ability to carry out an independent study as part of a dissertation. During the seminar, students present the results of their research. The final part of the seminar concerns the preparation of the dissertation for defence in accordance with the requirements of the Faculty of Management at UW.											
Learning outcomes assessment	Preparation and submission of the Master's thesis.											
Major elective course		4x30							4x30	4x3	K_W01 K_W02 K_W07 K_U01 K_U02	Management and quality studies or economics and finance

											K_U04 K_U07 K_K01 K_K04 K_K05	
Course Content	The aim of this course is to deepen the student's knowledge in the field of management and quality studies, giving them access to advanced topics in marketing, project management, process management, digital marketing, organisational theory, international economics, international logistics or sales management, among others. The courses in this pool allow students to develop and deepen the key management skills needed to effectively lead an organisation and a team, equipping them with in-depth knowledge and advanced tools in the above areas. The exact content depends on the chosen courses (electives). The range of Major electives is designed in such a way that the choice of a particular course from this group will ultimately enable the student to achieve all the learning outcomes defined for the program. In the third semester, the student chooses four courses from the pool of courses offered under 'Major Elective courses'.											
Learning outcomes assessment	Written test or class activity or case studies											
Minor elective course		2x15 ; 1x30							2x15; 1x30	3x1,5	K_W01 K_W02 K_W07 K_U01 K_U02 K_U04 K_U07 K_K01 K_K04 K_K05	Management and quality studies
Course Content	The aim of the course is to deepen the student's knowledge in the field of management and quality studies, providing access to specific knowledge in the fields of management, consumer behaviour, business analysis, financial economics, competition and consumer protection, organisational ethnography or corporate governance, among others. The exact content depends on the chosen courses (electives). The range of Minor electives is designed to ensure that the selection of a particular subject from this group will ultimately enable the student to achieve all the learning outcomes defined for the program.											

	In the third semester, the student chooses two 15 h courses and one 30 h course from the pool of courses offered under 'Minor elective courses'.
Learning outcomes assessment	Written test or class activity

Students in the second cycle who have not received any OSH training during their first cycle will receive 4 hours and 0.5 ECTS (ECTS points do not count towards the pool of 90 ECTS points).

Total number of ECTS credits (per year/semester): 30

Total number of class hours (per year/semester): 300

Total number of class hours specified in the programme of study for every field of study, level and profile (for the entire cycle): 850

Percentage share of the number of ECTS credits in the total number of credits for each of the disciplines the field of study has been assigned to.

Area of study	Academic discipline	Percentage share of the number of ECTS credits in the total number of ECTS credits for each academic discipline
Social Sciences	Management and quality studies	78%
Social Sciences	Economics and finance	8%
Social Sciences	Law	4%