Uniwersytet Opolski

PLAN STUDIÓW

Kierunek studiów: **ZARZĄDZANIE (studia I stopnia - stacjonarne)**

Specjalność **Zarządzanie marketingowe**

Lp.	Kody USOS	Nazwa przedmiotu	Punkty ECTS	Forma zaliczenia	Liczba godzin zajęć						Rozkład godzin zajęć												Liczba pkt. ECTS					
											I rok				II rok				III rok									
											S1		S2		S3		S4		S5		S6							
					Razem	Wykłady	Ćwiczenia	Konwersatoria	Laboratoria	Seminaria	w	ćw	w	ćw	w	ćw	w	ćw	w	ćw	w	ćw	S 1	S 2	S 3	S 4	S 5	S 6
		Przedmioty ogólne	8		135	105	0	0	30	0	105	30	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	8	0	0	0	0	0
1.		Technologie informacyjne	2	zo	45	15			30		15	30											2					
2.		Geografia gospodarcza	2	E	30	30					30												2					
3.		Socjologia	2	zo	30	30					30												2					
4.		Kurs humanistyczny	2	zo	30	30					30												2					
		Przedmioty podstawowe	37		450	240	90	90	30	0	135	120	105	90	0	0	0	0	0	0	0	0	22	15	0	0	0	0
5.		Matematyka	5	E	60	30		30			30	30											5					
6.		Podstawy mikroekonomii	5	E	60	30		30			30	30											5					
7.		Prawo	4	zo	30	30					30												4					
8.		Podstawy zarządzania	5	E	60	30	30						30	30										5				
9.		Podstawy rachunkowości	3	zo	45	15	30				15	30											3					
10.		Nauka o organizacji	5	E	60	30	30				30	30											5					
11.		Makroekonomia I	5	E	60	30		30					30	30										5				
12.		Statystyka opisowa	3	zo	45	15			30				15	30										3				
13.		Finanse	2	E	30	30							30											2				
		Przedmioty kierunkowe	37		615	270	240	0	105	0	0	0	105	90	120	180	45	75	0	0	0	0	0	12	18	7	0	0
14.		Zachowania organizacyjne	3	E	60	30	30								30	30									3			
15.		Marketing	3	zo	60	30	30						30	30										3				
16.		Procesy informacyjne w zarządzaniu	3	zo	45	15	30								15	30									3			
17.		Zarządzanie jakością	2	zo	45	30	15						30	15										2				
18.		Finanse przedsiębiorstwa	3	E	45	15	30								15	30									3			
19.		Zarządzanie projektami	2	zo	30	15	15										15	15								2		
20.		Zarządzanie zasobami ludzkimi	2	zo	45	15	30										15	30								2		
21.		Badania marketingowe	3	E	60	30			30						30	30									3			
22.		Rachunkowość finansowa	3	E	45	15	30						15	30										3				
23.		Informatyka w zarządzaniu	3	E	45	15			30								15	30								3		
24.		Ekonomika przedsiębiorstwa	3	zo	45	15	30								15	30									3			
25.		Podstawy ekonometrii	3	E	45	15			30						15	30									3			
26.		Podstawy badań operacyjnych	2	zo	30	15			15				15	15										2				
27.		Podstawy przedsiębiorczości	2	zo	15	15							15											2				
		Przedmioty specjalizacyjne	49		510	210	195	0	0	105	0	0	0	0	0	0	30	75	75	135	105	90	0	0	0	9	18	22
28.		Podstawy logistyki	5	E	60	30	30										30	30								5		
29.		Funkcjonowanie rynku	2	E	30	15	15												15	15							2	
30.		Strategie marketingowe	2	E	30	30															30							2
31.		Metody i techniki sprzedaży	3	E	45	15	30												15	30							3	
32.		Metody organizacji i zarządzania	4	E	60	30	30												30	30							4	
33.		Analiza ekonomiczno-finansowa	3	E	45	15	30														15	30						3
34.		Metody ilościowe w marketingu	3	zo	45	15	30												15	30							3	
35.		Marketing w handlu i usługach	4	E	60	30	30														30	30						4
36.		Marketing międzynarodowy	3	E	30	30															30							3
37.		Wprowadzenie do badań naukowych	4	zo	45					45								45								4		
38.		Seminarium dyplomowe **[1]**	12	zo	60					60										30		30					2	10
39.		Praktyka zawodowa (4 pkt ECTS w sem 5) **[2]**	4	zal																							4	
		Kursy stałe wydziałowe (wybór 3 przedmiotów w 3 i 4 semestrze i 2 przedmiotów w 5 i 6 semestrze - każdy przedmiot 3 ECTS) [3]	30		150	150									45		45		30		30				9	9	6	6
40.		Komunikacja interpersonalna	3	zo	15	15									15													

Dziekan
Wydziału Ekonomicznego i Studiów Międzynarodowych
prof. dr hab. Marek Masnyk

41		Zarządzanie strategiczne i operacyjne	3	zo	15	15									15													
42		Zarządzanie wiedzą	3	zo	15	15									15													
43.		Strategie podmiotów rynkowych	3	zo	15	15									15													
44		Koszty logistyczno-marketingowe	3	zo	15	15									15													
45.		Psychologia w zarządzaniu	3	zo	15	15									15													
46.		Metody analizy wartości w przedsiębiorstwie	3	zo	15	15											15											
47.		Zarządzanie kapitałem obrotowym w przedsiębiorstwie	3	zo	15	15											15											
48.		Analiza produkcji w przedsiębiorstwie	3	zo	15	15											15											
49.		Zarządzanie łańcuchem dostaw	3	zo	15	15											15											
50.		Elementy polityki społecznej	3	zo	15	15											15											
51.		Elementy polityki ekonomicznej	3	zo	15	15											15											
52.		Psychologia reklamy	3	zo	15	15													15									
53.		Psychologia zachowań konsumenckich	3	zo	15	15													15									
54.		Twórcze rozwiązywanie problemów	3	zo	15	15													15									
55.		Procesy decyzyjne w zarządzaniu	3	zo	15	15													15									
56.		Techniki negocjacji	3	zo	15	15													15									
57.		Audyt w marketingu	3	zo	15	15															15							
58.		Marketing terytorialny	3	zo	15	15															15							
59.		Techniki promocji	3	zo	15	15															15							
60.		Procesy operacyjne w marketingu	3	zo	15	15															15							
61.		Język obcy [4]	7	E	120		120																			3	4	
62.		Wychowanie fizyczne [5]	2	zo	60		60							30		30								1	1			
Kursy zmienne ogólnouczelniane (wybór 1 przedmiotu w semestrze - każdy przedmiot 2 ECTS) [6]			10																				0	2	2	2	2	2
63.		Przedmiot humanistyczny	2	zo	15																			2				
64.		Przedmiot humanistyczny	2	zo	15																				2			
65.		Przedmiot 1	2	zo	15																					2		
66.		Przedmiot 2	2	zo	15																						2	
67.		Przedmiot 3	2	zo	15																							2
SUMA			180		2040	975	705	90	165	105	240	150	210	210	165	210	120	150	105	135	135	90	30	30	30	30	30	30
						48%	35%	4%	8%	5%	390		420		375		270		240		225							

Uwagi:

Wybór specjalności po I roku

1. Seminarium dyplomowe - w semestrze 5: 2 pkt; w semestrze 6:10pkt.
2. Po semestrze 4 studenci zobowiązani są do realizacji praktyki w wymiarze: 3 tygodnie (maks. 90 godzin) za 4pkt, które rozliczane są w semestrze 5.
   Studenci pracujący w zawodzie zaliczają praktykę na podstawie zaświadczenia z zakładu pracy.
3. Kursy stałe wydziałowe - (wybór 3 przedmiotów w 3 i 4 semestrze oraz 2 przedmiotów w 5 i 6 semestrze - każdy przedmiot 3 ECTS - w ciągu studiów 30 pkt ECTS)
4. Studenci są zobowiązani do realizacji 120 godzin języka obcego na poziomie B2 w semestrach od 2 do 5.
   Rozliczenie j.obcego: w semestrze 4 - 3pkt ECTS; w semestrze 5 - 4 pkt ECTS.
5. Studenci realizują także 60 godzin zajęć z wychowania fizycznego w semestrze 2 oraz 3.
   Rozliczenie zajęć z wychowania fizycznego: w semestrze 2 - 1pkt ECTS; w semestrze 3 - 1 pkt ECTS.
6. Student ma obowiązek od 2 do 6 semestru zrealizować jeden przedmiot z ogólnouczelnianych kursów stałych za 2 pkt ECTS, poszerzający wiedzę studenta o dziedziny nie związane ze studiowanym kierunkiem lub specjalnością, w tym

Szkolenie BHP: 1 semestr - 4 godz.
Przysposobienie biblioteczne: 1 semestr - 2 godz.
Ochrona własności intelektualnej i przemysłowej: 5 semestr - 2godz.

Prorektor
ds. kształcenia i studentów

prof. dr hab. Marek Masnyk
Zatwierdzam
od roku akademickiego 2015/2016

Oznaczenia:
E- egzamin
ZO - zaliczenie na ocenę
zal - zaliczenie bez oceny