

**Efekty uczenia się dla studiów podyplomowych:
Master of Business Administration (MBA)**

Kod składnika opisu charakterystyk drugiego stopnia efektów uczenia się dla kwalifikacji na poziomach 6-8 Polskiej Ramy Kwalifikacji lub/i kod składnika opisu efektów uczenia się charakterystyk drugiego stopnia Polskiej Ramy Kwalifikacji typowych dla kwalifikacji o charakterze zawodowym - poziomy 1-8	Opis charakterystyk drugiego stopnia efektów uczenia się dla kwalifikacji na poziomach 6-8 Polskiej Ramy Kwalifikacji lub/i opis charakterystyk drugiego stopnia Polskiej Ramy Kwalifikacji typowych dla kwalifikacji o charakterze zawodowym – poziomy 1–8	Symbol efektu uczenia się dla studiów podyplomowych	Opis efektów uczenia się dla studiów podyplomowych
1	2	3	4
WIEDZA: absolwent zna i rozumie			
P7S_WG	w pogłębionym stopniu – wybrane fakty, obiekty i zjawiska oraz dotyczące ich metody i teorie wyjaśniające złożone zależności między nimi, stanowiące zaawansowaną wiedzę ogólną z zakresu dyscyplin naukowych lub artystycznych tworzących podstawy teoretyczne, uporządkowaną i podbudowaną teoretycznie wiedzę obejmującą kluczowe zagadnienia oraz wybrane zagadnienia z zakresu zaawansowanej wiedzy szczegółowej – właściwe dla programu studiów; główne tendencje rozwojowe dyscyplin naukowych lub artystycznych, do których jest przyporządkowany kierunek studiów	SP_P7S_WG1	terminologię związaną z zarządzaniem w przedsiębiorstwie i instytucjach publicznych oraz główne aspekty dotyczące funkcjonowania podmiotów gospodarujących, ich roli w gospodarce oraz w społeczeństwie
		SP_P7S_WG2	kluczowe pojęcia i mechanizmy ekonomiczne, w szczególności w zakresie ekonomii menedżerskiej, finansów przedsiębiorstw oraz rachunkowości
		SP_P7S_WG3	mechanizmy funkcjonowania organizacji, ich rolę w gospodarce i życiu społecznym oraz tendencje rozwojowe dotyczące metod doskonalenia organizacji i zarządzania w innowacyjnej gospodarce
		SP_P7S_WG4	strategiczne procesy funkcjonujące w przedsiębiorstwach i instytucjach publicznych w zakresie zarządzania zasobami ludzkimi, finansami, marketingiem, logistyką oraz projektami

P7S_WK	fundamentalne dylematy współczesnej cywilizacji, ekonomiczne, prawne, etyczne i inne uwarunkowania różnych rodzajów działalności zawodowej związanej z kierunkiem studiów, w tym zasady ochrony własności przemysłowej i prawa autorskiego; podstawowe zasady tworzenia i rozwoju różnych form przedsiębiorczości	SP_P7S_WK1	funkcjonowanie instytucji i organizacji społeczno-ekonomicznych w gospodarce oraz zależności między nimi a otoczeniem w skali regionalnej, krajowej i międzynarodowej
		SP_P7S_WK2	rodzaje więzi organizacyjnych oraz kapitału ludzkiego, rządzące nimi prawidłowości i ich oddziaływanie na zjawiska społeczne we współczesnych organizacjach
		SP_P7S_WK3	normy i reguły prawne, organizacyjne i finansowe dotyczące funkcjonowania podmiotów gospodarczych w warunkach gospodarki rynkowej oraz zasady ochrony własności intelektualnej i prawa autorskiego
		SP_P7S_WK4	strategiczne i operacyjne elementy podejmowanych decyzji zarządczych, w tym w zakresie finansów, marketingu, controllingu oraz logistyki
UMIEJĘTNOŚCI: absolwent potrafi			
P7S_UW	wykorzystywać posiadaną wiedzę – formułować i rozwiązywać złożone i nietypowe problemy oraz innowacyjnie wykonywać zadania w nieprzewidywalnych warunkach przez: - właściwy dobór źródeł i informacji z nich pochodzących, - dokonywanie oceny, krytycznej analizy, syntezy, twórczej interpretacji i prezentacji tych informacji, - dobór oraz stosowanie właściwych metod i narzędzi, w tym zaawansowanych technik informacyjno-komunikacyjnych, - przystosowanie istniejących lub opracowanie nowych metod i narzędzi; formułować i testować hipotezy związane z prostymi problemami badawczymi	SP_P7S_UW1	pozyskiwać i dobierać krytycznie dane ilościowe i jakościowe, poddawać je analizie i interpretacji w celu oceny procesów gospodarczych i weryfikacji przyjętych założeń oraz formułować własne opinie w tym zakresie
		SP_P7S_UW2	posługiwać się odpowiednimi normami i regułami prawnymi, zawodowymi i moralnymi w celu rozwiązania konkretnych problemów menedżerskich
		SP_P7S_UW3	analizować zjawiska przyczynowo - skutkowe w podmiotach gospodarczych, formułować własne opinie w tym zakresie oraz stawiać hipotezy badawcze i je weryfikować
		SP_P7S_UW4	wykorzystywać i dostosowywać nowoczesne metody, narzędzia i techniki, w tym techniki informacyjno-komunikacyjne, w procesie podejmowania decyzji menedżerskich
P7S_UK	komunikować się na tematy specjalistyczne ze zróżnicowanymi kręgami odbiorców; prowadzić debaty; posługiwać się językiem obcym na poziomie B2+ Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego oraz specjalistyczną terminologią	SP_P7S_UK1	uczestniczyć w dyskusji i negocjacjach dotyczących wybranych obszarów funkcjonowania organizacji i procesów zarządczych
		SP_P7S_UK2	przygotować wystąpienia ustne oraz uczestniczyć w debacie z zakresu zarządzania, zarówno będąc jej moderatorem jak i uczestnikiem, uwzględniając przy tym zasady etyki

P7S_UO	kierować pracą zespołu; współdziałać z innymi osobami w ramach prac zespołowych i podejmować wiodącą rolę w zespołach	SP_P7S_UO1	przyjmować i wyznaczać zadania w zespole, wykorzystywać umiejętności organizacyjne pozwalające na realizację celów związanych z projektowaniem i podejmowaniem działań biznesowych
		SP_P7S_UO2	aktywnie uczestniczyć w grupie opracowującej projekty gospodarcze i społeczne, porozumiewać się z osobami będącymi i niebędącymi specjalistami
P7S_UU	samodzielnie planować i realizować własne uczenie się przez całe życie i ukierunkowywać innych w tym zakresie	SP_P7S_UU1	dokonać pogłębionej analizy własnych kompetencji i działań oraz wskazać ewentualne obszary wymagające modyfikacji w przyszłym działaniu
KOMPETENCJE SPOŁECZNE: absolwent jest gotów do			
P7S_KK	krytycznej oceny posiadanej wiedzy i odbieranych treści; uznawania znaczenia wiedzy w rozwiązywaniu problemów poznawczych i praktycznych oraz zasięgania opinii ekspertów w przypadku trudności z samodzielnym rozwiązaniem problemu	SP_P7S_KK1	systematycznego uczenia się przez całe życie w związku ze świadomością dynamicznych zmian w gospodarce krajowej i globalnej
		SP_P7S_KK2	uzupełniania swoich dotychczasowych kompetencji o wymiar interdyscyplinarny, wykorzystując w tym celu również opinie ekspertów
P7S_KO	wypełniania zobowiązań społecznych, inspirowania i organizowania działalności na rzecz środowiska społecznego; inicjowania działań na rzecz interesu publicznego; myślenia i działania w sposób przedsiębiorczy	SP_P7S_KO1	identyfikowania i rozstrzygania dylematów związanych z ograniczonością zasobów i skłonnością do ryzyka, które są podstawą decyzji menedżerskich
		SP_P7S_KO2	uwzględniania etycznego wymiaru w badaniach naukowych i praktyce gospodarczej oraz inicjowania działań związanych ze społeczną odpowiedzialnością biznesu
P7S_KR	odpowiedzialnego pełnienia ról zawodowych, z uwzględnieniem zmieniających się potrzeb społecznych, w tym: - rozwijania dorobku zawodu, - podtrzymywania etosu zawodu, - przestrzegania i rozwijania zasad etyki zawodowej oraz działania na rzecz przestrzegania tych zasad	SP_P7S_KR1	wypełniania zawodu w obszarze zarządzania, rozwijania swoich kompetencji oraz uwzględniania etycznych aspektów pracy zawodowej

Po ukończeniu studiów podyplomowych absolwent uzyskuje kwalifikacje cząstkowe na poziomie 7 Polskiej Ramy Kwalifikacji.

Objaśnienia:

Kolumna nr 1 i 2 - na podstawie Rozporządzenia MNiSW z dnia 14 listopada 2018 r. w sprawie charakterystyk drugiego stopnia efektów uczenia się dla kwalifikacji na poziomach 6–8 Polskiej Ramy Kwalifikacji (Dz. U. z 2018 roku, poz. 2218) oraz Rozporządzenia MEN z dnia 13 kwietnia 2016 r. w sprawie charakterystyk drugiego stopnia Polskiej Ramy Kwalifikacji typowych dla kwalifikacji o charakterze zawodowym – poziomy 1–8 (Dz. U. z 2016 roku, poz. 537),

Kolumna nr 3 – symbol efektu uczenia się dla studiów podyplomowych: SP_P7S – studia podyplomowe, poziom 7–Polskiej Ramy Kwalifikacji,

W – kategoria wiedza/ G – głębia; / K – kontekst,

U – kategoria umiejętności/ W – wykorzystanie wiedzy; / K – komunikowanie się; / O – organizacja; / U – uczenie się,

K – kategoria kompetencje społeczne / K – ocena krytyczna; /O – odpowiedzialność; /R – rola zawodowa,

1, 2, 3 i kolejne – numer efektu uczenia się,

Kolumna nr 4 – opis treści efektów uczenia się,

TREŚCI KSZTAŁCENIA

Nazwa studiów podyplomowych: **Master of Business Administration (MBA)**

Wymiar kształcenia (sem.): **2 semestry**

CHARAKTERYSTYKA TREŚCI KSZTAŁCENIA

1. Zarządzanie strategiczne

Cel kształcenia i treści merytoryczne: przekazanie wiedzy z zakresu istoty, zasad i prawidłowości zarządzania strategicznego i planowania strategicznego. Nabycie umiejętności stosowania metod analizy strategicznej i planowania strategicznego do rozwiązywania problemów zarządzania. Zarządzanie strategiczne i jego procesy. Charakterystyka strategii i jej rodzaje. Główne kryteria wyboru strategii. Strategie konkurencji i kooperacji. Strategia dywersyfikacji. Metody analizy strategicznej. Metody analizy otoczenia bliższego i dalszego. Metody planowania i analizy strategicznej. Metody Portfelowe. Metody planowania i analizy potencjału strategicznego. Metody zintegrowane. Charakterystyka i zadania planowania strategicznego. Implementacja strategii.

Efekty uczenia się:

Wiedza (zna i rozumie): główne koncepcje i pojęcia z zakresu zarządzania strategicznego; różne metody analiz wykorzystywanych w analizie strategicznej.

Umiejętności (potrafi): stosować wybrane metody analizy strategicznej; formułować strategię przedsiębiorstwa i analizować czynniki ją determinujące.

Kompetencje społeczne (jest gotów do): prawidłowej identyfikacji i rozstrzygnięć dylematów związanych z ograniczonością zasobów i skłonnością do ryzyka, które są podstawą decyzji menedżerskich.

Symbole efektów uczenia się dla studiów podyplomowych: SP_P7S_WG1, SP_P7S_WG3, SP_P7S_WG4, SP_P7S_WK4, SP_P7S_UW3, SP_P7S_UO1, SP_P7S_KK1, SP_P7S_KO2.

Liczba ECTS: 1,5.

2. Elementy prawa gospodarczego

Cel kształcenia i treści merytoryczne: przekazanie wybranych regulacji z zakresu prawa gospodarczego. Umieszczenie prawa gospodarczego w obrębie nauk prawnych; wolność działalności gospodarczej, rozpoczęcie działalności gospodarczej; instytucje wspólne dla przedsiębiorców; wybór i charakterystyka form prowadzenia działalności (spółki, spółdzielnie, organizacje non-profit); poszczególne umowy handlowe.

Efekty uczenia się:

Wiedza (zna i rozumie): podstawy prawne podejmowania i prowadzenia działalności gospodarczej; pojęcia działalności i przedsiębiorcy oraz możliwe formy prowadzenia działalności gospodarczej w Polsce.

Umiejętności (potrafi): analizować i interpretować zgodność postanowień umownych z prawem oraz zastosować przepisy odnoszące się do rozpoczęcia i prowadzenia działalności gospodarczej w Polsce.

Kompetencje społeczne (jest gotów do): systematycznego uczenia się i uaktualniania wiedzy nt. zmian w prawie gospodarczym; zastosowania poznanych norm prawnych oraz oceny zgodności z prawem podejmowanych przez niego oraz przez przedsiębiorstwa decyzji.

Symbole efektów uczenia się dla studiów podyplomowych: SP_P7S_WG1, SP_P7S_WK1, SP_P7S_WK3, SP_P7S_UW2, SP_P7S_KK2.

Liczba ECTS: 1,5.

3. Zarządzanie finansami w przedsiębiorstwie

Cel kształcenia i treści merytoryczne: przekazanie wiedzy i umiejętności z zakresu sposobów finansowania działalności przedsiębiorstwa oraz zasad i narzędzi niezbędnych do podejmowania decyzji o charakterze finansowym w przedsiębiorstwie. Decyzje finansowe a cele zarządzania finansami w krótkim i długim okresie. Płynność i wypłacalność w przedsiębiorstwie. Strategie zarządzania kapitałem obrotowym. Ocena

kondycji finansowej przedsiębiorstwa. Koszt kapitału i jego zastosowanie w procesach decyzyjnych. Własne i obce źródła kapitału - charakterystyka, wady, zalety. Wewnętrzne i zewnętrzne sposoby finansowania przedsiębiorstw - charakterystyka, wady, zalety.

Efekty uczenia się:

Wiedza (zna i rozumie): źródła finansowania przedsiębiorstwa oraz narzędzia i zasady niezbędne w procesie ich wyboru; charakteryzuje instrumenty i zasady funkcjonowania głównych strategii finansowania działalności przedsiębiorstwa.

Umiejętności (potrafi): dokonać oceny różnych obszarów kondycji finansowej przedsiębiorstwa; dobierać instrumenty finansowania działalności przedsiębiorstwa wykorzystując różne kryteria optymalizacyjne.

Kompetencje społeczne (jest gotów do): współpracy w grupie, przyjmując w niej różne role, w celu wykorzystania zdolności członków zespołu i podjęcia optymalnych decyzji finansowych.

Symbole efektów uczenia się dla studiów podyplomowych: SP_P7S_WG2, SP_P7S_WG4, SP_P7S_WK3, SP_P7S_UW1, SP_P7S_UW4, SP_P7S_KO1.

Liczba ECTS: 1,5.

4. HR w przedsiębiorstwie

Cel kształcenia i treści merytoryczne: przekazanie wiedzy i umiejętności z zakresu metod zarządzania zasobami ludzkimi w organizacji. Kształtowanie i rozwój umiejętności kierowniczych w dziedzinie zasobów ludzkich. Klasyczne i współczesne podejścia do kierowania ludźmi: role i zadania pracowników w różnych modelach zarządzania, podejście klasyczne, behawioralne, zasobowe, potencjałowe. Obszary zadaniowe zarządzania kadrami: planowanie, rekrutacja, selekcja i wprowadzanie do pracy, szkolenie i doskonalenie zawodowe, ocenianie pracowników, motywowanie pracowników, wartościowanie pracy. Marketing personalny: działania, korzyści. Wydzielenia personalne: istota, korzyści. Zwolnienia monitorowane: założenia, podejścia/szkoły, korzyści dla zwalnianych i dla organizacji. Strategiczne zarządzanie zasobami ludzkimi: strategie ogólne a strategie personalne, determinanty.

Efekty uczenia się:

Wiedza (zna i rozumie): pojęcia i przekrojowe zagadnienia w obszarach zadaniowych kierowania ludźmi, wybrane metody i techniki z zakresu obszarów zadaniowych zarządzania zasobami ludzkimi w przedsiębiorstwie.

Umiejętności (potrafi): prawidłowo interpretować i wyjaśniać typowe problemy dotyczące ZZL, wykorzystać wiedzę teoretyczną z zarządzania zasobami ludzkimi do opisu i analizowania przyczyn i przebiegu procesów zachodzących w przedsiębiorstwie oraz formułować własne opinie.

Kompetencje społeczne (jest gotów do): samodzielnego podejmowania działań w zakresie HR w przedsiębiorstwie; potrafi uzupełniać i doskonalić nabytą wiedzę i umiejętności z zakresu zarządzania zasobami ludzkimi.

Symbole efektów uczenia się dla studiów podyplomowych: SP_P7S_WG3, SP_P7S_WG4, SP_P7S_WG4, SP_P7S_WK2, SP_P7S_UW2, SP_P7S_UK1, SP_P7S_UU1, SP_P7S_KK1, SP_P7S_KR1.

Liczba ECTS: 1,5.

5. Rachunkowość zarządcza

Cel kształcenia i treści merytoryczne: przekazanie wiedzy i umiejętności z zakresu wykorzystania instrumentów rachunkowości zarządczej w procesie podejmowania decyzji, planowania i kontroli w przedsiębiorstwie oraz kształtowanie określonych kompetencji społecznych. Pojęcie zasobu, kosztu i obiektu kosztów. Rachunek kosztów standardowych. Budżetowa metoda zarządzania. Wybrane aspekty wykorzystania rachunku kosztów działań (ABC) w zarządzaniu przedsiębiorstwem. Zintegrowana Karta Dokonań (Balanced Scorecard).

Efekty uczenia się:

Wiedza (zna i rozumie): kluczowe pojęcia występujące w programie zajęć, takie jak: zasób, koszt, obiekt kosztów, koszt standardowy, zintegrowana karta dokonań, itp.; współczesne koncepcje i rozwiązania w zakresie analizy wykorzystania zasobów oraz zarządzania dokonaniami przedsiębiorstwa.

Umiejętności (potrafi): posługiwać się odpowiednimi metodami w celu prawidłowego wyodrębnienia kosztów stałych i zmiennych oraz ustalenia cen w formule kosztowej; obliczać i interpretować odchylenia kosztów standardowych; skonstruować wybrane elementy budżetu operacyjnego.

Kompetencje społeczne (jest gotów do): systematycznego weryfikowania oraz uzupełniania wiedzy w zakresie możliwości wykorzystania instrumentów rachunkowości zarządczej w zarządzaniu biznesem.

Symbole efektów uczenia się dla studiów podyplomowych: SP_P7S_WG2, P7S_WK3, SP_P7S_WK4, SP_P7S_UW1, SP_P7S_KO1.

Liczba ECTS: 1,5.

6. Ekonomia menedżerska

Cel kształcenia i treści merytoryczne: przekazanie wiedzy z zakresu problemów decyzyjnych, przed jakimi stoją współcześni menedżerowie oraz wykształcenie umiejętności analizy ekonomicznej pozwalającej podejmować optymalne decyzje biznesowe. Mechanizm rynkowy. Problematyka podejmowania decyzji gospodarczych. Proces decyzyjny w warunkach niepewności i asymetrii informacji. Analiza popytu i optymalna polityka cenowa. Analiza kosztów i jej wpływ na decyzje w przedsiębiorstwie. Decyzje przedsiębiorstwa działającego w realiach różnych struktur rynkowych. Wpływ procesu regulacji na sytuację rynkową i działania przedsiębiorstw. Reguły i narzędzia decyzyjne przedsiębiorstwa. Kryzys gospodarczy.

Efekty uczenia się:

Wiedza (zna i rozumie): czynniki determinujące funkcjonowanie mechanizmu rynkowego, elementy procesu decyzyjnego w warunkach niepewności, decyzje przedsiębiorstwa działającego w realiach różnych struktur rynkowych.

Umiejętności (potrafi): opisywać i analizować przyczyny i przebieg procesów i zjawisk ekonomii menedżerskiej oraz dokonać analizy popytu, optymalnej polityki cenowej i analizy kosztów; prognozować procesy decyzyjne przedsiębiorstwa.

Kompetencje społeczne (jest gotów do): określania priorytetów służących realizacji określonych przez siebie decyzji menedżerskich; myślenia i działania w sposób przedsiębiorczy w ramach podejmowania optymalnych decyzji w warunkach niepewności i ryzyka.

Symbole efektów uczenia się dla studiów podyplomowych: SP_P7S_WG2, SP_P7S_WG3, SP_P7S_UW1, SP_P7S_UW3, SP_P7S_KK2, SP_P7S_KO1.

Liczba ECTS: 1,5.

7. Psychologia biznesu

Cel kształcenia i treści merytoryczne: rozwinięcie osobistych kompetencji psychologicznych ułatwiających komunikację interpersonalną i zarządzanie zespołami ludzkimi; Nabycie umiejętności analizowania zjawisk rynkowych w kontekście psychologicznych i społecznych uwarunkowań podejmowania decyzji ekonomicznych; Nabycie umiejętności identyfikacji psychologicznych czynników wpływających na decyzje i zachowania ekonomiczne konsumenta. Psychologia ekonomiczna a proces dokonywania wyborów rynkowych; Psychologia kognitywna w biznesie (mózgowe korelaty decyzji ekonomicznych, system przetwarzania informacji i operacji umysłowych, biopsychologia konsumenta, kognitywne determinanty zachowań konsumenckich); Psychologia emocji i motywacji (proces kształtowania się preferencji konsumenckich oraz budowania lojalności i zaufania do marki); Synkretyzm psychologii i biznesu we współczesnym świecie: neuroekonomia, neuromarketing, neurozarządzanie (nowoczesne metody neuroobrazowania: elektroencefalografia EEG, rezonans magnetyczny MRI, funkcjonalny rezonans magnetyczny fMRI, pozytonowa tomografia komputerowa PET); Psychologia osobowości; Psychologia konsumenta; Marketing sensoryczny a percepcja konsumencka; Psychologia reklamy.

Efekty uczenia się:

Wiedza (zna i rozumie): psychologiczne mechanizmy funkcjonowania człowieka w społeczeństwie i organizacji; psychologiczne aspekty pracy, zarządzania i marketingu, a także rolę psychologii w analizie postaw i zachowań; procesy poznawcze, emocjonalne, behawioralne i motywacyjne, ich uwarunkowania oraz współczesne osiągnięcia badań w tym zakresie.

Umiejętności (potrafi): wykorzystać wiedzę teoretyczną z zakresu psychologii oraz powiązanych z nią dyscyplin naukowych do analizowania i interpretowania ekonomicznych zachowań człowieka

oraz funkcjonowania grup społecznych w kontekście rynkowym; analizować potrzeby, postawy, motywy i przyczyny zachowań człowieka oraz przewidywać ich implikacje społeczne i biznesowe.

Kompetencje społeczne (jest gotów do): odpowiedzialnego pełnienia ról zawodowych z uwzględnieniem zmieniających się potrzeb społecznych; uzupełniania i doskonalenia nabytej wiedzy psychologicznej wykorzystując interdyscyplinarne metody i techniki rozwoju.

Symbole efektów uczenia się dla studiów podyplomowych: SP_P7S_WG4, SP_P7S_WK2, SP_P7S_UW2, SP_P7S_KK2, SP_P7S_KO2, SP_P7S_KR1.

Liczba ECTS: 1,5.

8. Strategie marketingowe

Cel kształcenia i treści merytoryczne: ukształtowanie świadomości funkcji marketingu w całościowym podejściu do zarządzania przedsiębiorstwem, której zadaniem jest zarządzanie kompozycją marketingową w zmieniających się warunkach rynkowych. Elementy procesu marketingowego, miejsce marketingu w przedsiębiorstwie, pojęcie zarządzania marketingowego, misja i rynek przedsiębiorstwa, analiza pozycji rynkowej i sytuacji konkurencyjnej, analiza dotychczasowej działalności, cele i strategie marketingowe, zarządzanie produktem, ceną, komunikacją i dystrybucją.

Efekty uczenia się:

Wiedza (zna i rozumie): mechanizmy zarządzania marketingowego obejmujące cały proces marketingowy, metody analizy wewnętrznej i zewnętrznej, rodzaju celów i strategii marketingowych.

Umiejętności (potrafi): analizować otoczenie firmy oraz dokonania firmy, umie wyznaczać cele i formułować strategie marketingowe oraz planować i realizować wyznaczone działania.

Kompetencje społeczne (jest gotów do): współpracy z członkami grupy, dokonywać podziału zadań, ponosić odpowiedzialność za wykonaną pracę.

Symbole efektów uczenia się dla studiów podyplomowych: SP_P7S_WG1, SP_P7S_WG4, SP_P7S_WK1, SP_P7S_WK4, SP_P7S_UW1, SP_P7S_UW3, SP_P7S_UW4, SP_P7S_KK1, SP_P7S_KR1.

Liczba ECTS: 1,5.

9. Controlling

Cel kształcenia i treści merytoryczne: przedstawienie idei controllingu i możliwości wykorzystania jego narzędzi w zarządzaniu przedsiębiorstwem. Wskazanie na różnice w funkcjonowaniu i rozwoju controllingu w Polsce i na świecie. Przedstawienie warunków i zasad wdrażania controllingu oraz możliwości jego wykorzystania do poprawy gospodarności przedsiębiorstw. Obszary i zadania controllingu. Zasady controllingu. Rodzaje, typy i odmiany controllingu. Controlling struktur i controlling wyników. Controlling działalności gospodarczej. Planowanie i kontrola w przedsiębiorstwie. Controlling w strukturze przedsiębiorstwa. Zarządzanie kosztami w praktyce światowej. Pozycja controllera w strukturze przedsiębiorstwa. Istota i cechy controllingu strategicznego. Projektowanie systemu controllingu strategicznego i operacyjnego. Efekty wdrożenia controllingu.

Efekty uczenia się:

Wiedza (zna i rozumie): istotę i pojęcie controlling oraz różnice w rozwoju i funkcjonowaniu systemu w Polsce i na świecie; instrumentarium controllingu operacyjnego i strategicznego oraz perspektywy i kierunki rozwoju controllingu.

Umiejętności (potrafi): ustalić optymalną strukturę produkcji i sprzedaży, zapewniającą maksymalny zysk; poprawnie opracować budżetowany rachunek przepływów pieniężnych; dokonać analizy rabatów.

Kompetencje społeczne (jest gotów do): kierowania się zasadami etycznymi podczas sporządzania raportów controllingowych, wykorzystywanych do podejmowania decyzji zarządczych.

Symbole efektów uczenia się dla studiów podyplomowych: SP_P7S_WG2, P7S_WK3, SP_P7S_WK4, SP_P7S_UW1, SP_P7S_KO1.

Liczba ECTS: 1,5.

10. Projekt menedżerski 1

Cel kształcenia i treści merytoryczne: przekazanie wiedzy z zakresu istoty i roli projektów w zarządzaniu oraz zasad i nowoczesnych instrumentów zarządzania projektami. Charakterystyka zarządzania projektami.

Specyfika projektów ekonomicznych i organizacyjnych. Instytucjonalne formy zarządzania projektami. Planowanie przebiegu i zasobów projektu. Standardowe metody oceny projektów. Proste metody oceny przedsięwzięć gospodarczych. Dyskontowe metody oceny przedsięwzięć gospodarczych. Informatyczne narzędzia zarządzania projektami.

Efekty uczenia się:

Wiedza (zna i rozumie): mechanizm zarządzania projektami oraz główne metody i narzędzia wykorzystywane w realizacji projektów menedżerskich.

Umiejętności (potrafi): planować, organizować i realizować projekty z wykorzystaniem poznanych metod, narzędzi i technik menedżerskich.

Kompetencje społeczne (jest gotów do): współpracy w zespole w ramach realizacji projektu.

Symbole efektów uczenia się dla studiów podyplomowych: SP_P7S_WG2, SP_P7S_WG3, SP_P7S_WG4, SP_P7S_WK4, SP_P7S_UW4, SP_P7S_UO1, SP_P7S_KK1, SP_P7S_KO1.

Liczba ECTS: 1.

11. Green economy

Cel kształcenia i treści merytoryczne: zrozumienie zasad Zielonego Ładu i kluczowych założeń cyrkularnego modelu gospodarki. Poznanie praktycznego znaczenia agendy 17 Celów Zrównoważonego Rozwoju 2030 (SDG) oraz gospodarczego i społecznego znaczenia perspektywy transformacyjnej 2050 (emisje zero netto, regeneracja, bioróżnorodność, SED). Poznanie i zrozumienie związków między celami transformacyjnymi gospodarki i biznesu a najważniejszymi modelami i sposobami zarządzania zielonej gospodarki. Poznanie wybranych wskaźników transformacji gospodarczej, sposobów redefiniowania celów, zielonych trendy i innowacji w wybranych sektorach gospodarki (5R i 7R). Poznanie i przećwiczenie w praktyce wybranych elementów wdrażania zielonego ładu: redefiniowanie łańcuchów projektowania, produkcji i użytkowania dóbr. Zielony model zarządzania w firmach i organizacjach (SED).

Efekty uczenia się:

Wiedza (zna i rozumie): podstawowe założenia Zielonego Ładu; cele zielonej transformacji gospodarki; wymagania i zakres zmian wynikających z perspektywy SDG 2030 i transformacji regeneracyjnej 2050; dobre praktyki związane z wdrażaniem cyrkularnego modelu projektowania, produkcji, użytkowania dóbr (produktów i usług).

Umiejętności (potrafi): ocenić i wskazać kluczowe obszary zmian zielonej transformacji prawidłowo interpretować i wyjaśniać wyzwania wynikające z celów transformacji, analizować podstawowe ścieżki redesignu wynikającego z modelu gospodarki cyrkularnej.

Kompetencje społeczne (jest gotów do): samodzielnego podejmowania działań w zakresie wdrażania Zielonego Ładu i cyrkularnego modelu rozwoju; podejmowania profesjonalnych działań wynikających z dążenia do zrównoważonego i regeneracyjnego modelu rozwoju gospodarczego.

Symbole efektów uczenia się dla studiów podyplomowych: SP_P7S_WG1, SP_P7S_WG3, SP_P7S_WK1, SP_P7S_UW2, SP_P7S_UK1, SP_P7S_KK1, SP_P7S_KO1, SP_P7S_KO2.

Liczba ECTS: 1,5.

12. Negocjacje w biznesie

Cel kształcenia i treści merytoryczne: zapoznanie z podstawowymi technikami negocjacyjnymi, poznanie technik manipulacyjnych i sposobów obrony przed nimi, nabycie praktycznych umiejętności oceny sytuacji negocjacyjnej oraz stosowania odpowiednich strategii i taktyk negocjacyjnych w zależności od celu negocjacji. Przygotowanie i planowanie negocjacji biznesowych. Przewodniczenie negocjacji. Ocena sytuacji negocjacyjnej. Strategie i style negocjacji. Taktyki i techniki stosowane w negocjacjach. Formy i sposoby prowadzenia negocjacji. Kierowanie zakupami. Negocjowanie i zawieranie ogólnych warunków umowy. Negocjacje międzynarodowe. Negocjacje w rejonach konfliktu i w sytuacjach kryzysowych. Pojęcie i istota negocjacji w biznesie. Strategie negocjacji. Sztuka kierowania rozmową w negocjacjach handlowych. Wywieranie wpływu i obrona przed manipulacjami drugiej strony. Style negocjowania. Komunikowanie werbalne i niewerbalne. Systemowe błędy w negocjacjach. Trudne sytuacje negocjacyjne.

Efekty uczenia się:

Wiedza (zna i rozumie): istotę i znaczenie negocjacji biznesowych w praktyce gospodarczej; podstawowe strategie, taktyki i techniki negocjacyjne oraz techniki manipulacyjne i sposoby obrony przed nimi.

Umiejętności (potrafi): wykorzystać wiedzę w prowadzeniu negocjacji biznesowych oraz analizować i oceniać uzyskane wyniki; podejmować racjonalne decyzje gospodarcze związane z wykorzystaniem technik negocjacyjnych.

Kompetencje społeczne (jest gotów do): myślenia i działania w sposób przedsiębiorczy; systematycznego uzupełniania swojej wiedzy i umiejętności.

Symbole efektów uczenia się dla studiów podyplomowych: SP_P7S_WG3, SP_P7S_UW2, SP_P7S_UK1, SP_P7S_UK2, SP_P7S_KO1, SP_P7S_KR1.

Liczba ECTS: 1,5.

13. Zarządzanie zmianą – gra menedżerska

Cel kształcenia i treści merytoryczne: przekazanie wiedzy i umiejętności z zakresu identyfikacji i analizy przyczyn, przebiegu i konsekwencji podejmowania zmian w przedsiębiorstwie. Istota zmian i źródła zmian w organizacjach. Podstawowe formy zmian (transformacja, reorganizacja, restrukturyzacja). Strategie realizowania zmian. Etapy procesu zmian w organizacjach. Metody i techniki wspomagające proces zmian. Społeczne aspekty zmian. Zastosowanie koncepcji zarządzania zmianą w praktyce – gra menedżerska.

Efekty uczenia się:

Wiedza (zna i rozumie): główne mechanizmy w procesie zarządzania zmianą; formy i strategie wdrażania zmian w przedsiębiorstwie.

Umiejętności (potrafi): wykorzystać wiedzę z zakresu zarządzania zmianą w przedsiębiorstwie do podejmowania decyzji w procesie przygotowywania, wdrażania i koordynowania zmian w organizacji.

Kompetencje społeczne (jest gotów do): współpracy w ramach zespołu oraz rozwijania swoich kompetencji w zarządzaniu przedsiębiorstwem na skutek zdobywanych doświadczeń.

Symbole efektów uczenia się dla studiów podyplomowych: SP_P7S_WG2, SP_P7S_WG3, SP_P7S_WK1, SP_P7S_WK4, SP_P7S_UW1, SP_P7S_UW3, SP_P7S_UK1, SP_P7S_UO1, SP_P7S_UO2, SP_P7S_KR1.

Liczba ECTS: 1,5.

14. Zintegrowane zarządzanie biznesem – gra strategiczna

Cel kształcenia i treści merytoryczne: wykreowanie wiedzy i umiejętności z zakresu prowadzenia działań zarządczych w przedsiębiorstwie, z uwzględnieniem wielu obszarów tej działalności. Wieloaspektowość zarządzania działalnością gospodarczą – elementy, relacje, determinanty. Ocena możliwości rynkowych – wykorzystanie badań rynku. Zintegrowana strategia biznesowa – produkcja, marketing, finanse. Rola zasobów ludzkich w organizacji. Kreowanie produktu. Zarządzanie logistyczne w przedsiębiorstwie. Planowanie i ocena inwestycji w przedsiębiorstwie. Monitoring i kontrola w biznesie. Zastosowanie koncepcji zarządzania zintegrowanego w praktyce – gra strategiczna.

Efekty uczenia się:

Wiedza (zna i rozumie): zakres decyzji zarządczych wymaganych w prowadzeniu działalności gospodarczej.

Umiejętności (potrafi): podejmować decyzje zarządcze w firmie na konkurencyjnym rynku, mając wiedzę na temat ich wzajemnych związków oraz oczekiwanych skutków w przyszłości.

Kompetencje społeczne (jest gotów do): współpracy w zespole i dostosowywania swoich decyzji do zmieniających się czynników w otoczeniu społeczno-gospodarczym przedsiębiorstwa.

Symbole efektów uczenia się dla studiów podyplomowych: SP_P7S_WG2, SP_P7S_WG3, SP_P7S_WK1, SP_P7S_WK4, SP_P7S_UW1, SP_P7S_UW3, SP_P7S_UK1, SP_P7S_UO1, SP_P7S_UO2, SP_P7S_KR1.

Liczba ECTS: 1,5.

15. Logistyka i zarządzanie łańcuchami dostaw

Cel kształcenia i treści merytoryczne: Przekazanie wiedzy z zakresu działań logistycznych w przedsiębiorstwie. Uświadomienie znaczenia zarządzania łańcuchami dostaw w sprawnym funkcjonowaniu współczesnego przedsiębiorstwa. Obszary zainteresowań logistyki, główne pojęcia z zakresu logistyki, kategorie logistyki, zadania stawiane logistyce, budowa i zarządzanie łańcuchami dostaw, istota i rola procesów logistycznych w funkcjonowaniu organizacji, organizacja logistyki w przedsiębiorstwie, procedury

logistyczne, miejsce logistyki w strukturze organizacyjnej, logistyczne zespoły zadaniowe. Czynniki determinujące sprawność procesów logistycznych. Planowanie i organizacja procesów.

Efekty uczenia się:

Wiedza (zna i rozumie): znaczenie procesów logistycznych w sprawnym funkcjonowaniu współczesnego przedsiębiorstwa; zadania stawiane logistyce w przedsiębiorstwie; cechy łańcuchów dostaw; istotę i rolę procesów logistycznych w funkcjonowaniu organizacji oraz czynników determinujących sprawność procesów logistycznych.

Umiejętności (potrafi): ocenić efektywność systemu logistycznego w przedsiębiorstwie i wykorzystać zasady organizacji procesów logistycznych; poddać analizie globalne koszty logistyczne w różnych gałęziach transportu i dokonać optymalnego wyboru.

Kompetencje społeczne (jest gotów do): podjęcia działań logistycznych w zarządzaniu przedsiębiorstwem, oceny ich wpływu na globalne koszty działalności przedsiębiorstwa oraz współpracy podmiotów w tworzeniu wartości dodanej w logistycznych łańcuchach dostaw.

Symbole efektów uczenia się dla studiów podyplomowych: SP_P7S_WG1, P7S_WG4, P7S_WK4, SP_P7S_UW1, SP_P7S_UW3, SP_P7S_UW4, SP_P7S_UO1, SP_P7S_KO1, SP_P7S_KR1

Liczba ECTS: 1,5.

16. Social media i brand management

Cel kształcenia i treści merytoryczne: przekazanie wiedzy i umiejętności z zakresu budowania wizerunku marki w Internecie. Kształtowanie i rozwój umiejętności w zakresie wykorzystania najbardziej popularnych mediów społecznościowych jako kanałów promocji i sprzedaży. Social Media jako narzędzie zarządzania marką: Platformy komunikacji w Internecie, segmentacja rynku a dobór mediów społecznościowych; Facebook: Copywriting – tworzenie skutecznych sprzedażowo postów na Facebooku, tworzenie grafik postów z użyciem Canva.com, wykorzystanie algorytmu do generowania zasięgów organicznych, zakładanie kampanii promocyjnych i postów sponsorowanych. Instagram: Budowanie konta na Instagramie, wykorzystanie Story, Reels i postów w przekazie marketingowym, algorytm Instagrama – zwiększanie zasięgów i zaangażowania odbiorców.

Efekty uczenia się:

Wiedza (zna i rozumie): pojęcia związane z zarządzaniem marką, zasady funkcjonowania algorytmów w wybranych mediach społecznościowych, podstawowe funkcjonalności mediów społecznościowych.

Umiejętności (potrafi): założyć konto firmowe na Facebooku oraz Instagramie, stworzyć grafikę promocyjną w Canvie, napisać post sprzedażowy, zaplanować działania na Facebooku i Instagramie z użyciem Meta Business Suite.

Kompetencje społeczne (jest gotów do): samodzielnego podejmowania działań w zakresie promocji marki w mediach społecznościowych; uzupełniania i doskonalenia nabytej wiedzy i umiejętności z zakresu wykorzystania social mediów w biznesie.

Symbole efektów uczenia się dla studiów podyplomowych: SP_P7S_WG3, SP_P7S_WG4, SP_P7S_WK4, SP_P7S_UW1, SP_P7S_UW4, SP_P7S_UO2, SP_P7S_KK2, SP_P7S_KR1.

Liczba ECTS: 1,5.

17. Zarządzanie kryzysowe

Cel kształcenia i treści merytoryczne: przekazanie wiedzy z zakresu istoty zarządzania kryzysowego, perspektyw i skali występowania; przekazanie umiejętności wykorzystania metod zarządczych wykorzystywanych w przedsiębiorstwach w celu wyjścia z kryzysu. Rozpoznawanie sytuacji kryzysowej. Źródła i rodzaje kryzysów. Kryzys jako sytuacja decyzyjna w przedsiębiorstwie. Metody zarządzania kryzysowego. Strategie wyjścia z kryzysu. Kształtowanie wizerunku firmy w warunkach kryzysu.

Efekty uczenia się:

Wiedza (zna i rozumie): istotę, źródła i rodzaje kryzysów w przedsiębiorstwie; metody zarządcze wykorzystywane w celu wyjścia z kryzysu.

Umiejętności (potrafi): analizować źródła kryzysu i dobierać właściwe metody zarządcze do konkretnych sytuacji kryzysowych w przedsiębiorstwie.

Kompetencje społeczne (jest gotów do): współpracy w zespole w celu skutecznego zarządzania kryzysem w przedsiębiorstwie.

Symbole efektów uczenia się dla studiów podyplomowych: SP_P7S_WG2, SP_P7S_WG3, SP_P7S_WK1, SP_P7S_WK4, SP_P7S_UW1, SP_P7S_UW3, SP_P7S_UK1, SP_P7S_UO1, SP_P7S_UO2, SP_P7S_KR1
Liczba ECTS: 1,5.

18. IT i sztuczna inteligencja w zarządzaniu

Cel kształcenia i treści merytoryczne: przekazanie wiedzy i wykreowanie kompetencji z zakresu wykorzystania technologii informatycznych oraz narzędzi sztucznej inteligencji w praktyce biznesowej. Metody wdrażania nowoczesnych technologii w przedsiębiorstwie: projekt, wdrożenie, czynniki sukcesu i porażki. Główne trendy technologiczne na rynku: AI, Metafactory, Industrie 4.0/5.0. Koncepcja Smart City – omówienie przypadków inteligentnych miast. Wpływ zielonych technologii na procesy w organizacji.

Efekty uczenia się:

Wiedza (zna i rozumie): terminologię i teoretyczne aspekty związane z nowoczesnymi technologiami wykorzystywanymi we współczesnych przedsiębiorstwach; możliwości rozwoju procesów w przedsiębiorstwie wskutek wykorzystania sztucznej inteligencji.

Umiejętności (potrafi): wykorzystać nowoczesne narzędzia technologiczne do optymalizacji procesów w przedsiębiorstwie; dokonać analizy obszarów zarządczych w przedsiębiorstwie, w których możliwe jest wdrożenie narzędzi IT oraz AI.

Kompetencje społeczne (jest gotów do): systematycznego uzupełniania wiedzy i umiejętności z zakresu rozwoju nowych technologii i możliwości wykorzystania ich w zarządzaniu przedsiębiorstwem.

Symbole efektów uczenia się dla studiów podyplomowych: SP_P7S_WG1, SP_P7S_WG3, SP_P7S_WG4, SP_P7S_WK4, SP_P7S_UW1, SP_P7S_UW3, SP_P7S_UW4, SP_P7S_UK1, SP_P7S_UU1, SP_P7S_KK1, SP_P7S_KK2, SP_P7S_KO1.

Liczba ECTS: 1,5

19. Projekt menedżerski 2

Cel kształcenia i treści merytoryczne: wykorzystanie poznanych metod i narzędzi zarządzania projektami w realizacji przykładowego przedsięwzięcia biznesowego. Identyfikacja podjętego do realizacji projektu. Planowanie celów i działań projektowych. Organizacja prac w projekcie. Harmonogram realizacji projektu. Budżet projektu.

Efekty uczenia się:

Wiedza (zna i rozumie): etapy i działania w procesie zarządzania projektem menedżerskim.

Umiejętności (potrafi): zaplanować prace projektowe; dokonać podziału zadań w procesie realizacji projektu; ocenić projekt pod kątem harmonogramu i budżetu.

Kompetencje społeczne (jest gotów do): współpracy w zespole realizującym projekt, przyjmując w nim zarówno role kierownicze jak i wykonawcze.

Symbole efektów uczenia się dla studiów podyplomowych: SP_P7S_WG3, SP_P7S_WG4, SP_P7S_WK1, SP_P7S_WK4, SP_P7S_UW1, SP_P7S_UW3, SP_P7S_UW4, SP_P7S_UK1, SP_P7S_UK2, SP_P7S_UO1, SP_P7S_UO2, SP_P7S_UU1, SP_P7S_KO1, SP_P7S_KO2.

Liczba ECTS: 1,5.

20. Warsztaty biznesowe 1,2

Cel kształcenia i treści merytoryczne: wykreowanie kompetencji praktycznych w zakresie wybranych obszarów zarządzania przedsiębiorstwem: zarządzania operacyjnego i strategicznego, marketingu, zarządzania zasobami ludzkimi, procesów logistycznych, finansów i kultury organizacyjnej. Realizacja case study organizacji w wybranych gałęziach biznesu lub instytucjach publicznych.

Efekty uczenia się:

Wiedza (zna i rozumie): kluczowe obszary zarządzania biznesem/instytucją publiczną i wybrane metody zarządcze wykorzystywane we współczesnej gospodarce.

Umiejętności (potrafi): dokonać analizy przedsiębiorstwa/instytucji publicznej oraz otoczenia bliższego i dalszego, a następnie sformułować wnioski i działania zarządcze.

Kompetencje społeczne (jest gotów do): aktywnej współpracy w zespole i rozstrzygania dylematów związanych z zarządzaniem przedsiębiorstwem w ujęciu wieloaspektowym.

Symbole efektów uczenia się dla studiów podyplomowych: SP_P7S_WG3, SP_P7S_WG4, SP_P7S_WK1, SP_P7S_WK4, SP_P7S_UW1, SP_P7S_UW3, SP_P7S_UW4, SP_P7S_UK1, SP_P7S_UK2, SP_P7S_UO1, SP_P7S_UO2, SP_P7S_UU1, SP_P7S_KO1, SP_P7S_KO2.

Liczba ECTS: 2.

PLAN STUDIÓW PODYPLOMOWYCH

Nazwa studiów podyplomowych: „**Master of Business Administration (MBA)**”

Wymiar kształcenia (sem.): **dwa semestry**; liczba punktów ECTS konieczna do uzyskania kwalifikacji podyplomowych: 32

Lp.	Nazwa przedmiotu	Forma i wymiar zajęć dydaktycznych			Forma zaliczenia przedmiotu / sposobów weryfikacji efektów uczenia się	Punkty ECTS
		Rodzaj zajęć	Zajęcia teoretyczne (godz.) ²	Zajęcia praktyczne (godz.) ²		
Semestr I						
1	Zarządzanie strategiczne	wykłady/ćwiczenia	5*	10*	egz. ¹	1,5
2	Elementy prawa gospodarczego	wykłady	10*	-	zal.oc. ¹	1,5
3	Zarządzanie finansami w przedsiębiorstwie	wykłady/ćwiczenia	5*	10	egz. ¹	1,5
4	HR w przedsiębiorstwie	wykłady/ćwiczenia	5*	10	zal. oc. ¹	1,5
5	Rachunkowość zarządcza	wykłady/ćwiczenia	5*	10	zal.oc. ¹	1,5
6	Ekonomia menedżerska	wykłady/ćwiczenia	5*	10*	egz. ¹	1,5
7	Psychologia biznesu	wykłady/ćwiczenia	5*	10	zal.oc. ¹	1,5
8	Strategie marketingowe	wykłady/ćwiczenia	5*	10*	zal.oc. ¹	1,5
9	Controlling	wykłady/ćwiczenia	5*	10	zal.oc. ¹	1,5
10	Projekt menedżerski 1	wykłady	10*	-	zal.oc. ¹	1
11	Green economy	wykłady/ćwiczenia	5*	10*	zal.oc. ¹	1,5
Semestr II						
12	Negocjacje w biznesie	wykłady/ćwiczenia	5*	10	zal.oc. ¹	1,5
13	Zarządzanie zmianą – gra menedżerska	ćwiczenia	-	15	zal.oc.	1,5
14	Zintegrowane zarządzanie biznesem – gra strategiczna	ćwiczenia	-	15	zal.oc.	1,5
15	Logistyka i zarządzanie łańcuchami dostaw	wykłady/ćwiczenia	5*	10	egz. ¹	1,5
16	Social media i brand management	wykłady/ćwiczenia	5*	10	zal.oc. ¹	1,5
17	Zarządzanie kryzysowe	wykłady/ćwiczenia	5*	10	zal.oc. ¹	1,5
18	IT i sztuczna inteligencja w zarządzaniu	wykłady/ćwiczenia	5*	10	zal.oc. ¹	1,5
19	Projekt menedżerski 2	ćwiczenia	-	15	egz.	1,5
20	Warsztaty biznesowe 1	ćwiczenia	-	15	zal. oc.	2
21	Warsztaty biznesowe 2	ćwiczenia	-	15	zal. oc.	2
Łączna liczba godzin:		x	90 (90*)	215 (40*)	Łączna liczba punktów ECTS:	32
		305				

Okres zaliczeniowy na studiach podyplomowych: semestr.

Objaśnienia:

¹Zaliczenie realizowane z wykorzystaniem technik e-learningowych.

²Łączna liczba godzin zajęć (*w tym liczba godzin zajęć realizowanych z wykorzystaniem technik e-learningowych).

Symbole formy zaliczenia: zal. – zaliczenie bez oceny, zal. oc. – zaliczenie na ocenę, egz. – egzamin.