

LOGISTYKA I MARKETING	
Poziom kształcenia	studia pierwszego stopnia
Język kształcenia	polski
Profil kształcenia	ogólnoakademicki
Forma studiów	studia stacjonarne studia niestacjonarne
Liczba semestrów	6
Liczba punktów ECTS konieczna do ukończenia studiów	180 ECTS
Liczba godzin	studia stacjonarne – 1898 h studia niestacjonarne – 950 h
Tytuł zawodowy uzyskiwany przez absolwenta	licencjat
Przyporządkowanie do właściwej dziedziny nauki	nauki społeczne
Dyscypliny naukowe, do których odnoszą się efekty uczenia się	nauki o zarządzaniu i jakości (dyscyplina wiodąca) – 88% ekonomia i finanse –12%
Łączna liczba punktów ECTS, jaką student musi uzyskać w ramach zajęć prowadzonych z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich lub innych osób prowadzących zajęcia	90 ECTS
Zajęcia lub grupy zajęć, niezależnie od formy ich prowadzenia, wraz z przypisaniem do nich efektów uczenia się i treści programowych zapewniających uzyskanie tych efektów	wykaz znajduje się w elektronicznym systemie dostępnym pod adresem https://ue.e-sylabus.pl
Sposoby weryfikacji i oceny efektów uczenia się osiągniętych przez studenta w trakcie cyklu kształcenia	egzamin, prace kontrolne, projekty, aktywność, praca własna studenta
Wymiar, zasady i formy odbywania praktyk zawodowych oraz liczba punktów ECTS, jaką student musi uzyskać w ramach tych praktyk	program studiów nie przewiduje odbywania praktyk zawodowych przez studentów
Liczba punktów ECTS, jaką student musi uzyskać w ramach zajęć z dziedziny nauk humanistycznych	6 ECTS

Program studiów umożliwia studentowi wybór zajęć, którym przypisano punkty ECTS w wymiarze nie mniejszym niż 30 % punktów ECTS tj. 54 ECTS.

Program studiów obejmuje zajęcia związane z prowadzoną w uczelni działalnością naukową w dyscyplinie lub dyscyplinach, do których przyporządkowany jest kierunek studiów, w wymiarze większym niż 50% liczby punktów ECTS tj. 90 ECTS i uwzględnia udział studentów w zajęciach przygotowujących do prowadzenia działalności naukowej lub udział w tej działalności.

Efekty uczenia się na kierunku *Logistyka i marketing*

Kod efektu uczenia się (kierunek)	Efekty uczenia się Po ukończeniu studiów pierwszego stopnia o profilu ogólnoakademickim na kierunku studiów <i>Logistyka i marketing</i> absolwent:	Odniesienie do Polskiej Ramy Kwalifikacji
WIEDZA		
K_W01	zna i rozumie genezę i rozwój nauk o zarządzaniu i jakości oraz różnice pomiędzy koncepcjami zarządzania, a także międzynarodowe uwarunkowania procesu zarządzania w różnych obszarach funkcjonalnych organizacji, i ich powiązania z naukami społecznymi i humanistycznymi.	P6S_WK P6S_WG
K_W02	zna i rozumie współczesne trendy i kierunki rozwoju logistyki i marketingu, a także ich powiązania z nauką o zarządzaniu i jakości, ekonomią i finansami.	P6S_WG
K_W03	posiada zaawansowaną wiedzę dotyczącą tworzenia, funkcjonowania i rozwoju podmiotów gospodarczych i łańcuchów dostaw, a także w zakresie realizowanych w nich procesów i projektów gospodarczych, zarówno na poziomie strategicznym, taktycznym, jak i operacyjnym.	P6S_WK
K_W04	zna i rozumie w zaawansowanym stopniu wybrane koncepcje, metody i techniki zarządzania oraz narzędzia informatyczne gromadzenia, analizy i prezentacji danych ekonomicznych, finansowych i społecznych wykorzystywane w zarządzaniu logistycznym i marketingowym.	P6S_WG
K_W05	zna i rozumie w zaawansowanym stopniu ilościowe i jakościowe metody i narzędzia analizy i oceny zjawisk gospodarczych i społecznych, z perspektywy orientacji logistyczno-marketingowej, a także procedurę badań naukowych oraz metody, techniki i narzędzia badawcze stosowane w naukach społecznych.	P6S_WG
K_W06	zna i rozumie mechanizmy zachowań ludzkich oraz wpływ człowieka i grup społecznych na funkcjonowanie i rozwój organizacji i łańcuchów dostaw.	P6S_WG
K_W07	zna i rozumie w zaawansowanym stopniu relacje między podmiotami gospodarczymi, działającymi głównie w obszarze logistyki i marketingu, a instytucjami tworzącymi ich otoczenie ekonomiczne, prawne, technologiczne, społeczne i środowiskowe.	P6S_WG P6S_WK
K_W08	zna i rozumie istotę i znaczenie prawa, normy i standardy regulujące funkcjonowanie podmiotów gospodarczych.	P6S_WK
UMIĘJĘTNOŚCI		
K_U01	potrafi stosować wiedzę teoretyczną i praktyczną w poszczególnych obszarach logistyki i marketingu w zakresie identyfikowania, diagnozowania i rozwiązywania problemów decyzyjnych, w tym również w sytuacjach kryzysowych w skali mikro i makro.	P6S_UW
K_U02	potrafi badać i identyfikować zjawiska, procesy i przedsięwzięcia logistyczne i marketingowe w organizacji i jej otoczeniu, dokonać ich opisu, analizy i interpretacji stosując adekwatne pojęcia i teorie, pozyskując informacje z różnorodnych źródeł, także w języku obcym.	P6S_UW
K_U03	potrafi dobierać i stosować odpowiednie metody i narzędzia do opisu oraz rozwiązywania problemów w logistyczno-marketingowej działalności przedsiębiorstw, instytucji publicznych oraz instytucji trzeciego sektora gospodarki.	P6S_UW
K_U04	potrafi dobierać i stosować odpowiednie narzędzia analityczne, systemy informatyczne oraz zaawansowane technik informacyjno-komunikacyjne wspomagające procesy podejmowania decyzji w obszarze logistyki i marketingu	P6S_UW

K_U05	potrafi integrować wiedzę z różnych dziedzin w celu tworzenia innowacyjnych i nietypowych rozwiązań problemów z obszaru logistyki i marketingu.	P6S_UW P6S_UO
K_U06	potrafi komunikować się z otoczeniem z użyciem terminologii z zakresu nauk o zarządzaniu i jakości oraz brać udział w debacie i przedstawiać własne stanowisko w dyskusji z wykorzystaniem języka obcego na poziomie B2 Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego.	P6S_UK
K_U07	potrafi planować i organizować pracę własną oraz współdziałać na rzecz realizacji powierzanych mu zadań, uwzględniając aspekty etyczne, społeczno-kulturowe i środowiskowe.	P6S_UO
K_U08	potrafi samodzielnie, w sposób ciągły zdobywać wiedzę i doskonalić umiejętności wykorzystując nowoczesne narzędzia samokształcenia oraz adaptować się do nowych warunków i sytuacji na rynku pracy.	P6S_UU
KOMPETENCJE SPOŁECZNE		
K_K01	jest gotów do krytycznej oceny posiadanej wiedzy oraz rozumie potrzebę ciągłego uczenia się wynikającą ze stałego rozwoju nauk o zarządzaniu, w tym koncepcji logistycznych i marketingowych.	P6S_KK
K_K02	jest gotów do porozumiewania się i współpracy z ludźmi w organizacji i poza nią, w tym zasięgania opinii ekspertów	P6S_KK
K_K03	jest gotów do współorganizowania działań i projektów służących społeczeństwu lokalnemu i globalnemu oraz podejmowania decyzji logistyczno-marketingowych zmierzających do poprawy warunków funkcjonowania organizacji.	P6S_KO
K_K04	jest gotów do myślenia i działania w sposób przedsiębiorczy oraz przekazywania swojej wiedzy osobom z branży, jak i nie będącym specjalistami w zakresie logistyki i marketingu.	P6S_KO P6S_KR
K_K05	jest gotów do przyjmowania odpowiedzialności przed współpracownikami za powierzone mu zadania oraz postępowania etycznego w ramach wyznaczonych ról organizacyjnych i społecznych.	P6S_KR

2024/2025 - 2026/2027 LOGISTYKA I MARKETING I STOPIEŃ	Liczba egz.	Studia stacjonarne					Studia niestacjonarne					E C T S
		Liczba godzin	W	Ć	Ć-K	S	Liczba godzin	W	Ć	Ć-K	S	
zima 2024/2025 - Semestr 1	4	304	154	120	30	0	164	84	64	16	0	30
lato 2024/2025 - Semestr 2	4	330	135	180	15	0	164	80	76	8	0	30
zima 2025/2026 - Semestr 3	2	375	150	165	60	0	188	88	68	32	0	30
lato 2025/2026 - Semestr 4	1	334	105	165	64	0	152	56	60	36	0	30
zima 2026/2027 - Semestr 5	0	330	120	135	45	30	163	64	60	24	15	30
lato 2026/2027 - Semestr 6	0	225	120	45	30	30	119	64	24	16	15	30

Nazwa przedmiotu	Sem.	Forma zal.	Studia stacjonarne					Studia niestacjonarne					E C T S
			Liczba godzin	W	Ć	Ć-K	S	Liczba godzin	W	Ć	Ć-K	S	
SEKCJA I. PRZEDMIOTY PODSTAWOWE - OBOWIĄZKOWE													
Wprowadzenie do mikroekonomii	II	E	30	15	15			16	8	8			3
Wprowadzenie do makroekonomii	II	Z	30	15	15			16	8	8			3
Finanse	I	E	30	15	15			16	8	8			3
Rachunkowość	II	E	30	15	15			16	8	8			3
Zarządzanie	I	E	60	30	30			32	16	16			6
Matematyka	I	E	60	30	30			32	16	16			6
Prawo	I	Z	30	30				16	16				3
Technologie informacyjne	I	Z	30			30		16			16		3
Metodyka badań naukowych	IV	Z	15	15				8	8				2
RAZEM SEKCJA I			315	165	120	30	0	168	88	64	16	0	32

Nazwa przedmiotu	Sem.	Forma zal.	Studia stacjonarne					Studia niestacjonarne					E C T S
			Liczba godzin	W	Ć	Ć-K	S	Liczba godzin	W	Ć	Ć-K	S	
SEKCJA II. PRZEDMIOTY KIERUNKOWE - OBOWIĄZKOWE													
Logistyka	II	E	60	30	15	15		32	16	8	8		6
Marketing	I	E	60	30	30			32	16	16			6
Zarządzanie przestrzenią	I	Z	30	15	15			16	8	8			3
Sprzedaż i obsługa klienta	II	Z	60	30	30			32	16	16			5
Nauka o przedsiębiorstwie	II	E	30	15	15			16	8	8			3
Logistyka zaopatrzenia	III	Z	30	15		15		16	8		8		3
Logistyka dystrybucji	III	Z	30	15	15			16	8	8			3
Badania zachowań nabywców	III	Z	45	15	30			24	8	16			4
Usługi logistyczne	IV	Z	30	15	15			16	8	8			4
E-commerce	IV	Z	45	15	15	15		24	8	8	8		4
Logistyka międzynarodowa	IV	Z	30	15	15			16	8	8			4
RAZEM SEKCJA II			450	210	195	45	0	240	112	104	24	0	45
SEKCJA III. PRZEDMIOTY KIERUNKOWE													
Zarządzanie zasobami ludzkimi	III	E	45	30	15			24	16	8			3
Organizacja pracy i zarządzanie produkcją	III	Z	30	15	15			16	8	8			2
Zarządzanie finansami przedsiębiorstw	III	Z	30	15		15		16	8		8		2
Strategie rozwoju organizacji	V	Z	30	15	15			16	8	8			3
Zarządzanie jakością	IV	E	30	15	15			16	8	8			3
Statystyka	III	Z	30	15		15		16	8		8		2
Zarządzanie projektami	III	E	45	15	15	15		24	8	8	8		4
Zarządzanie relacjami z klientami	IV	Z	60	15		45		32	8		24		6
Logistyka miejska	V	Z	30	15		15		16	8		8		3
Media i komunikacja w biznesie	IV	Z	30	15	15			16	8	8			3
Zarządzanie łańcuchem dostaw	V	Z	30	15	15			16	8	8			3
Reklama	V	Z	30	15	15			16	8	8			3
Decyzje logistyczne i marketingowe wspomagane komputerowo	VI	Z	30	15		15		16	8		8		3
Logistics and marketing case studies	VI	Z	15	15				8	8				3
RAZEM SEKCJA III			465	225	120	120	0	248	120	64	64	0	43

Nazwa przedmiotu	Sem.	Forma zal.	Studia stacjonarne					Studia niestacjonarne					E C T S
			Liczba godzin	W	Ć	Ć-K	S	Liczba godzin	W	Ć	Ć-K	S	
SEKCJA IV. MODUŁY													
Moduł I	V	Z	120	60	30	30		64	32	16	16		10
Moduł II	VI	Z	120	60	45	15		64	32	24	8		10
RAZEM SEKCJA IV			240	120	75	45	0	128	64	40	24	0	20
SEKCJA V. PRZEDMIOTY HUMANISTYCZNE I SPOŁECZNE													
Przedmiot humanistyczny I	II	Z	30	15	15			16	16				3
Przedmiot humanistyczny II	III	Z	30	15	15			16	16				3
Przedmiot społeczny I	VI	Z	15	15				8	8				1
Przedmiot społeczny II	VI	Z	15	15				8	8				1
RAZEM SEKCJA V			90	60	30	0	0	48	48	0	0	0	8
SEKCJA VI. PRZEDMIOTY OGÓLNOUCZELNIANE - OBOWIĄZKOWE													
Elektroniczne źródła informacji naukowej	IV	z	4			4		4			4		0
Bezpieczeństwo i higiena pracy	I	z	4	4				4	4				0
Wychowanie fizyczne	IV	z	30		30			0					0
Wychowanie fizyczne	V	z	30		30			0					0
Język obcy I - język angielski - S1	II	Z	30		30			0					2
Język obcy I - język angielski - S1	III	Z	30		30			0					2
Język obcy I - język angielski - S1	IV	Z	30		30			0					2
Język obcy I - język angielski - N1	II	Z	0					20		20			4
Język obcy I - język angielski - N1	III	Z	0					20		20			4
Język obcy I - język angielski - N1	IV	Z	0					20		20			4
Język obcy I - język angielski - N1	V	Z	0					20		20			2
Język obcy II - S1	II	Z	30		30			0					2
Język obcy II - S1	III	Z	30		30			0					2
Język obcy II - S1	IV	Z	30		30			0					2
Język obcy II - S1	V	Z	30		30			0					2
Seminarium dyplomowe	V	z	30				30	15				15	6
Seminarium dyplomowe	VI	z	30				30	15				15	12
Praca dyplomowa	VI	z											0
RAZEM SEKCJA VI			338	4	270	4	60	118	4	80	4	30	32
RAZEM LICZBA GODZIN NA KIERUNKU			1898	784	810	244	60	950	436	352	132	30	180

Nazwa przedmiotu	Sem.	Forma zal.	Studia stacjonarne					Studia niestacjonarne					E C T S
			Liczba godzin	W	Ć	Ć-K	S	Liczba godzin	W	Ć	Ć-K	S	
SZCZEGÓŁOWY WYKAZ MODUŁÓW													
Logistyka 4.0													
Technologie i infrastruktura w logistyce 4.0	V	Z	30	15	15			16	8	8			2
Systemy informatyczne wspierające decyzje logistyczne	V	Z	30	15		15		16	8		8		3
Automatyzacja i robotyzacja w logistyce	V	Z	30	15	15			16	8	8			2
Symulacyjne gry logistyczne	V	Z	30	15		15		16	8		8		3
E-marketing													
Public relations w Internecie	V	Z	30	15	15			16	8	8			2
Influencer marketing	V	Z	30	15	15			16	8	8			2
Narzędzia marketingu internetowego	V	Z	30	15		15		16	8		8		3
Social commerce	V	Z	30	15		15		16	8		8		3
Zarządzanie logistyczno-marketingowe w warunkach kryzysowych													
Logistyka akcji ratowniczych	V	Z	30	15	15			16	8	8			3
Zarządzanie ryzykiem w warunkach kryzysowych	V	Z	30	15	15			16	8	8			3
Rola mass mediów w warunkach kryzysowych	V	Z	30	15	15			16	8	8			2
Etyczno-prawne aspekty marketingu	V	Z	30	15	15			16	8	8			2

Nazwa przedmiotu	Sem.	Forma zal.	Studia stacjonarne					Studia niestacjonarne					E C T S
			Liczba godzin	W	Ć	Ć-K	S	Liczba godzin	W	Ć	Ć-K	S	
Logistyka w nietypowych zastosowaniach													
Logistyka w gospodarce o obiegu zamkniętym	VI	Z	30	15	15			16	8	8			3
Logistyka humanitarna	VI	Z	30	15	15			16	8	8			3
Logistyka w przestrzeni kosmicznej	VI	Z	30	15	15			16	8	8			2
Logistyka eventów	VI	Z	30	15	15			16	8	8			2
Zarządzanie produktem													
Projektowanie innowacyjnego produktu - desing thinking	VI	Z	30	15		15		16	8		8		3
Branding	VI	Z	30	15	15			16	8	8			3
Merchandising	VI	Z	30	15	15			16	8	8			2
Marketing sektorowy	VI	Z	30	15	15			16	8	8			2
Psycho-społeczne aspekty logistyki i marketingu													
Neuromarketing	VI	Z	30	15	15			16	8	8			3
Grywalizacja	VI	Z	30	15		15		16	8		8		3
Zarządzanie kompetencjami pracowników w łańcuchu dostaw	VI	Z	30	15	15			16	8	8			2
Zarządzanie zespołem	VI	Z	30	15	15			16	8	8			2