

Karta przedmiotu

Nazwa i kod przedmiotu	Seminarium magisterskie 3, PG_00156046						
Kierunek studiów	Zarządzanie (O)						
Data rozpoczęcia studiów	październik 2024 r.		Rok akademicki realizacji przedmiotu		2025/2026		
Poziom kształcenia	II stopnia		Grupa zajęć		Grupa zajęć obowiązkowych z zakresu kierunku studiów Grupa zajęć fakultatywnych		
Forma studiów	niestacjonarne		Sposób realizacji		na uczelni		
Rok studiów	2		Język wykładowy		polski		
Semestr studiów	4		Liczba punktów ECTS		10.0		
Profil kształcenia	ogólnoakademicki		Forma zaliczenia		zaliczenie		
Jednostka prowadząca	Wydział Zarządzania -> Katedra Marketingu						
Imię i nazwisko wykładowcy (wykładowców)	Odpowiedzialny za przedmiot		dr Sylwia Kuczamer-Kłopotowska				
	Prowadzący zajęcia z przedmiotu						
Formy zajęć	Forma zajęć	Wykład	Ćwiczenia	Laboratorium	Projekt	Seminarium	RAZEM
	Liczba godzin zajęć	0.0	0.0	0.0	0.0	14.0	14
	W tym liczba godzin zajęć na odległość: 0.0						
Aktywność studenta i liczba godzin pracy	Aktywność studenta	Udział w zajęciach dydaktycznych, objętych planem studiów		Udział w konsultacjach		Praca własna studenta	RAZEM
	Liczba godzin pracy studenta	14		112.0		124.0	250
Cel przedmiotu	Celem seminarium magisterskiego jest napisanie pracy magisterskiej na podstawie przeprowadzonych badań empirycznych i przygotowanie do obrony tej pracy.						

Efekty uczenia się przedmiotu	Efekt kierunkowy	Efekt z przedmiotu	Sposób weryfikacji i oceny efektu
	[ZARZMU2_K02] Ma świadomość konieczności uzupełniania oraz poszerzania zdobytej wiedzy i umiejętności, stara się interdyscyplinarnie łączyć wiedzę z różnych dziedzin oraz dyscyplin nauki. Potrafi inspirować innych do nauki.	Ma świadomość konieczności uzupełniania oraz poszerzania zdobytej wiedzy z marketingu organizacji i umiejętności w zakresie pisania pracy dyplomowej. Korzystając z aktualnej literatury marketingowej stara się interdyscyplinarnie łączyć wiedzę z różnych dziedzin oraz dyscyplin nauki.	[SK3] opracowanie tekstowe/praca pisemna
	[ZARZMU2_K05] Jest gotów do dokonania pogłębionej oceny zjawisk oraz jasnego uzasadnienia swojego stanowiska poprzez racjonalny, logiczny i przedsiębiorczy sposób wykorzystania wiedzy - opierając swoje twierdzenia i decyzje na pogłębionej analizie otrzymywanych informacji.	Podczas pisania pracy dyplomowej jest gotów do dokonania pogłębionej oceny zjawisk marketingowych oraz jasnego uzasadnienia swojego stanowiska poprzez racjonalny, logiczny i przedsiębiorczy sposób wykorzystania wiedzy - opierając swoje twierdzenia i decyzje na pogłębionej analizie koniecznych, aktualnych źródeł naukowych i pozanaukowych z zakresu marketingu organizacji.	[SK3] opracowanie tekstowe/praca pisemna
	[ZARZMU2_U09] Posiada pogłębioną umiejętność formułowania hipotez i celów oraz rozwiązania problemu badawczego z wykorzystaniem literatury przedmiotu i odpowiednio dobranych metod badawczych.	Zna metody formułowania hipotez i celów badawczych w zakresie marketingu organizacji oraz potrafi skutecznie rozwiązywać problemy badawcze, wykorzystując literaturę oraz odpowiednio dobrane techniki badawcze.	[SU3] opracowanie tekstowe/praca pisemna
	[ZARZMU2_U10] Posiada pogłębioną umiejętność przygotowywania prac pisemnych oraz prezentacji multimedialnych, dotyczących zagadnień szczegółowych w zakresie nauk o zarządzaniu i jakości, przedstawienia ich oraz prowadzenia dyskusji w języku polskim i języku obcym.	Posiada pogłębioną umiejętność przygotowywania pracy dyplomowej, dotyczącej zagadnień marketingu, przedstawienia ich pisemnie, a także argumentacji pozwalającej na przeanalizowanie i skomentowanie swoich wyników badań empirycznych.	[SU3] opracowanie tekstowe/praca pisemna
	[ZARZMU2_W14] Ma uporządkowaną, rozszerzoną wiedzę szczegółową z zakresu wybranej specjalności na kierunku zarządzanie.	Ma uporządkowaną, rozszerzoną wiedzę szczegółową z zakresu specjalności marketing na kierunku zarządzanie, w szczególności w zakresie przedmiotu pracy dyplomowej.	[SW3] opracowanie tekstowe/praca pisemna
	[ZARZMU2_U08] W sposób poprawny posługuje się złożoną terminologią z dziedziny nauk społecznych, a zwłaszcza z zakresu dyscypliny nauk o zarządzaniu i jakością, jasno i komunikatywnie wyraża swój punkt widzenia.	W sposób poprawny posługuje się złożoną terminologią z zakresu zarządzania, a zwłaszcza z zakresu marketingu, jasno i komunikatywnie wyraża swój punkt widzenia, tak podczas seminarium, jak i w pracy dyplomowej.	[SU3] opracowanie tekstowe/praca pisemna
	[ZARZMU2_W01] Ma rozszerzoną wiedzę w zakresie nauk społecznych ze szczególnym uwzględnieniem dyscypliny nauk o zarządzaniu i jakością oraz rozumie ich relację z innymi naukami społecznymi.	Ma rozszerzoną wiedzę w zakresie nauk społecznych ze szczególnym uwzględnieniem dyscypliny nauk o zarządzaniu i jakością, w tym z zakresu problematyki marketingu organizacji.	[SW3] opracowanie tekstowe/praca pisemna
Treści przedmiotu	Konsultacje struktury oraz zawartości merytorycznej treści pracy dyplomowej.		
Wymagania wstępne i dodatkowe			
Sposoby i kryteria oceniania osiągniętych efektów uczenia się	Sposób oceniania (składowe)	Próg zaliczeniowy	Składowa oceny końcowej
	opracowanie tekstowe/praca pisemna	51.0%	100.0%
Zalecana lista lektur	Podstawowa lista lektur	Aktualna i zgodna z tematyką pracy dyplomowej.	

	Uzupełniająca lista lektur	Sudoł, S. (2007), Nauki o zarządzaniu. Węzłowe problemy i kontrowersje, TNOiK, Toruń. Apanowicz, J. (1997), Zarys metodologii prac dyplomowych i magisterskich z organizacji i zarządzania, Wydawnictwo Diecezji Pelplińskiej Bernardinum, Gdynia. Jeszka, A. M. (2013), Problemy badawcze i hipotezy w naukach o zarządzaniu, Organization and Management, (158), Nowosielski, S. (2016). Cele w badaniach naukowych z zakresu zarządzania. Aspekty metodologiczne. Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu, (421), 468-482.
	Adresy eZasobów	Adresy na platformie eNauczanie:
Przykładowe zagadnienia/ przykładowe pytania/ realizowane zadania		
Praktyki zawodowe w ramach przedmiotu	Nie dotyczy	

Dokument wygenerowany elektronicznie. Nie wymaga pieczęci ani podpisu.