

UCHWAŁA Nr 142/2011
Rady Wydziału Społeczno-Technicznego
Państwowej Wyższej Szkoły Zawodowej w Koninie
z dnia 8 marca 2011 r.

w sprawie nowych specjalności studiów na kierunku zarządzanie

Na podstawie § 44 pkt 3 Statutu Państwowej Wyższej Szkoły Zawodowej w Koninie, stanowiącego załącznik do uchwały nr 174/III/III/2007 Senatu PWSZ w Koninie z dnia 13 marca 2007 roku w sprawie uchwalenia statutu Państwowej Wyższej Szkoły Zawodowej w Koninie (ze zm.)

uchwała się, co następuje:

§ 1

Rada Wydziału Społeczno-Technicznego w oparciu o dokumentację stanowiącą załącznik do uchwały przedkłada Senatowi Uczelni wniosek o utworzenie od roku akademickiego 2011/2012 nowych specjalności studiów na kierunku zarządzanie:

- 1) „komunikacja marketingowa” – studia stacjonarne i niestacjonarne,
- 2) „zarządzanie logistyką” – studia stacjonarne i niestacjonarne.

§ 2

Wykonanie uchwały powierza się Dziekanowi Wydziału Społeczno – Technicznego PWSZ w Koninie.

§ 3

Uchwała wchodzi w życie z dniem podjęcia.

Przewodniczący
Rady Wydziału Społeczno – Technicznego
PWSZ w Koninie

/-/dr Jerzy Jasiński

RADCA PRAWNY
/-/Alicja Łukowska

Instytut Ekonomiczny

Kierunek: zarządzanie

Specjalność: komunikacja marketingowa

1. Uzasadnienie utworzenia specjalności

Współczesna organizacja jest systemem otwartym, a jej rynkowy sukces jest uwarunkowany akceptacją szeroko rozumianego środowiska społecznego. Podstawą tej akceptacji jest wielokierunkowy i wielopłaszczyznowy dialog organizacji z otoczeniem. Wszelkie aktywności organizacji mogą być jej komunikatem marketingowym przesyłanym do otoczenia. Każdy komunikat, w tym również brak informacji, wpływa na wizerunek organizacji. Wizerunek ten tworzy każdy pracownik, nie tylko wyspecjalizowane działy marketingu i promocji. Tak więc ich treść, forma i kanały przesyłania powinny być celowo i profesjonalnie kształtowane przez organizację, zgodnie z przyjętą strategią. Można zatem oczekiwać systematycznego wzrostu zapotrzebowania na profesjonalnych menedżerów, którzy będą potrafili budować skuteczne programy zintegrowanej komunikacji marketingowej, celowo łączące instrumenty komunikacji formalnej z nieformalną.

Uzasadnione wydaje się zaproponowanie nowej specjalności - **komunikacja marketingowa**- oferującej wiedzę z zakresu problematyki kształtowania zintegrowanej komunikacji marketingowej i wykorzystania jej narzędzi w praktyce zarządzania

Do prowadzenia proponowanej specjalności przygotowany jest Instytut Ekonomiczny.

2. Cele specjalności i ogólny profil absolwenta

Celem programu specjalności jest kształtowanie wiedzy i umiejętności studentów w zakresie:

- nowoczesnych metod i koncepcji zarządzania marketingowego,
- podstaw i mechanizmów funkcjonowania przedsiębiorstwa, w warunkach jednolitego rynku europejskiego i rynku globalnego,
- diagnozowania wizerunku przedsiębiorstwa i marki, zachowań konsumentów, ich uwarunkowań w zakresie czynników lokalnych i globalnych,
- narzędzi i metod komunikowania się organizacji z podmiotami otoczenia zewnętrznego,
- komunikacji wewnętrznej w organizacji,
- promocji uzupełniającej – sprzedaż osobista, reklamy, public relations i sponsoringu,
- kreowania wizerunku przedsiębiorstwa i marki, a także employer branding,
- strategii marketingowych i metod planowania strategicznego,

- narzędzi uruchamiających kreatywność i twórcze myślenie, niezbędnych do tworzenia i wdrażania działań w obszarze komunikacji rynkowej,
- nowoczesnych rozwiązań technologicznych, służących budowaniu i zarządzaniu relacjami z podmiotami otoczenia,
- kompetencji interpersonalnych, w tym umiejętności komunikowania się, zarządzania pracą zespołową, organizacji czasu, autoprezentacji, asertywności i motywacji.

Absolwenci specjalności będą przygotowani do pełnienia funkcji menedżerskich i eksperckich z zakresu komunikacji marketingowej w dowolnym przedsiębiorstwie, agencjach reklamy i domach mediowych, organizacjach non profit, a także w jednostkach samorządu terytorialnego.

3. Szczegółowa koncepcja kształcenia (ustalenia ogólne i kwalifikacje absolwenta)

Studia kończą się uzyskaniem tytułu licencjata. Trwają 6 semestrów, liczba godzin nie jest mniejsza niż 2000 godzin, a liczba punktów ECTS nie mniejsza niż 180.

Absolwent specjalności będzie posiadał ogólną wiedzę teoretyczną i praktyczną z zakresu nauk o zarządzaniu oraz pogłębioną wiedzę z zakresu marketingu i reklamy. Będzie znał i wykorzystywał instrumenty komunikacji, we właściwym kontekście warunków politycznych, kulturowych, prawnych i ekonomicznych funkcjonowania współczesnych przedsiębiorstw i innych podmiotów. Będzie także umiał identyfikować i rozwiązywać problemy komunikacyjne. Absolwent uzyska wiedzę niezbędną w kreowaniu wizerunku instytucji, budowaniu marki i promocji produktów. Uzyska nowoczesne wiadomości z zakresu technik PR, kontaktów z mediami oraz komunikacji społecznej. Pozna również sposoby budowania własnego wizerunku, jako kompetentnego pracownika, menedżera zjednującego sobie zaufanie otoczenia, osoby spolegliwej i odpowiedzialnej.

Absolwent tej specjalności będzie przygotowany do podjęcia pracy w komórkach odpowiedzialnych za komunikację z otoczeniem i komunikację wewnętrzną. Absolwent powinien znać język obcy na poziomie biegłości B2 Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego Rady Europy oraz posługiwać się słownictwem specjalistycznym z zakresu kierunku kształcenia. Będzie przygotowany do podjęcia studiów II stopnia.

4. Forma prowadzenia zajęć

Zajęcia na specjalność „komunikacja marketingowa” prowadzone będą w formie wykładów i ćwiczeń oraz wizyt studialnych. Tradycyjna formuła wykładu będzie wspierana technikami multimedialnymi, studiami przypadków i spotkaniami z praktykami. W ramach ćwiczeń realizowane będą projekty indywidualne i zespołowe, konwersatoria, warsztaty i laboratoria komputerowe.

5. Lista proponowanych przedmiotów specjalnościowych:

Lp.	Nazwa przedmiotu	Rok/ semestr	Liczba godzin	Punkty ETCS
1.	Fakultety: (do wyboru) 1) Ekokomunikacja 2) Controlling komunikacji marketingowej 3) Merchandising	II/ 3,4	60/0	1+1
2.	Innowacje w komunikacji marketingowej	III/6	15/15	3
3.	Internet w komunikacji marketingowej	III/5	0/30	4
4.	Komunikacja międzyludzka	II/3	15/15	2
5.	Marketing bezpośredni	III/5	15/15	5
6.	Marketing w usługach	II/3	15/15	3
7.	Metody planowania strategicznego	III/5	30/15	5
8.	Negocjacje	II/4	0/30	2
9.	Opakowanie i design	III/5	15/15	3
10.	Planowanie kampanii reklamowej	II/4	15/30	4
11.	PR i wizerunek przedsiębiorstwa	II/4	15/15	4
12.	Praktyka zawodowa	II/4	4 tyg.	2
13.	Prezentacje i wystąpienia publiczne	III/5	0/30	4
14.	Seminarium dyplomowe	II,III/4,5,6	0/75	1+3+10
15.	Strategia promocji	II/3	15/30	4
16.	Techniki kreatywności i twórczego myślenia	III/6	0/30	3
17.	Techniki sprzedaży	II/4	15/30	4
18.	Zachowania nabywców	II/3	15/30	2
19.	Zarządzanie kryzysowe	II/4	15/15	4
			690	

Instytut Ekonomiczny

Kierunek: zarządzanie

Specjalność: zarządzanie logistyką

1. Uzasadnienie utworzenia specjalności

Złożoność procesów biznesowych, szczególnie procesów wytwórczych i dystrybucji generuje nowe wymagania wobec czynności planistycznych, sterujących i kontrolnych w zakresie przepływu surowców, towarów i informacji od producenta do klienta. Współczesny klient to nowoczesny i wymagający odbiorca. Oczekuje szybkiej i taniej obsługi. Chce otrzymać produkt, czy usługę wówczas, kiedy ich potrzebuje i zapłacić za to możliwie najniższą cenę. Przepływy towarowe i informacyjne powinny zatem tworzyć spójny system, logicznie zintegrowany z systemem organizacyjnym i systemem zarządzania przedsiębiorstwem. System ten powinien wspierać i stymulować realizację strategii przedsiębiorstwa. Logistyka i skuteczne oraz efektywne zarządzanie sekwencjami przepływów towarowo-informacyjnych stają się nowym źródłem przewagi konkurencyjnej przedsiębiorstw i podstawą ich sukcesu rynkowego.

Uzasadnione wydaje się zaproponowanie nowej specjalności- **zarządzanie logistyką**- oferującej wiedzę o przepływach towarowych i informacyjnych w przedsiębiorstwie, poza nim i między przedsiębiorstwami tak, by optymalizować korzyści dla klienta, który otrzymuje towar, bądź usługę we właściwym czasie, miejscu, we właściwej ilości i jakości, przy uzasadnionych kosztach całkowitych.

Do prowadzenia proponowanej specjalności przygotowany jest Instytut Ekonomiczny.

2. Cele specjalności i ogólny profil absolwenta

Celem programu specjalności jest kształtowanie wiedzy i umiejętności studentów w zakresie:

- nowoczesnych metod i koncepcji zarządzania logistycznego,
- podstaw i mechanizmów planowania i sterowania przepływami towarowymi,
- zasad i metod gospodarki magazynowej,
- zasad i metod zarządzania zapasami,
- zasad i metod kształtowania infrastruktury transportowej,
- zasad i metod kształtowania infrastruktury informatycznej w logistyce,
- zarządzania łańcuchem dostaw,
- zarządzania centrami logistyczno-dystrybucyjnymi,
- nowoczesnych usług ubezpieczeniowych w zakresie działań logistycznych,
- projektowania systemów logistycznych przyjaznych dla środowiska naturalnego,
- umiejętności interpersonalnych.

Absolwenci specjalności będą przygotowani do pełnienia funkcji menedżerskich i eksperckich z zakresu zarządzania logistycznego w dowolnym przedsiębiorstwie.

3. Szczegółowa koncepcja kształcenia (ustalenia ogólne i kwalifikacje absolwenta)

Studia kończą się uzyskaniem tytułu licencjata. Trwają 6 semestrów, liczba godzin nie jest mniejsza niż 2000 godzin, a liczba punktów ECTS nie mniejsza niż 180.

Absolwent specjalności będzie posiadać ogólną wiedzę teoretyczną i praktyczną z zakresu nauk o zarządzaniu oraz pogłębioną wiedzę z zakresu zarządzania logistyką w przedsiębiorstwach. Zdobędzie umiejętności diagnozowania, analizy i szukania rozwiązań problemów przepływów towarowo-informacyjnych w przedsiębiorstwach i poza nimi. Będzie także posiadać umiejętności analitycznego myślenia, skutecznego komunikowania się oraz pracy w zespole. Absolwent będzie przygotowany do podjęcia pracy w dowolnym przedsiębiorstwie. Absolwent powinien znać język obcy na poziomie biegłości B2 Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego Rady Europy oraz posługiwać się słownictwem specjalistycznym z zakresu kierunku kształcenia. Będzie przygotowany do podjęcia studiów II stopnia.

4. Forma prowadzenia zajęć

Zajęcia na specjalność „zarządzanie logistyką” prowadzone będą w formie wykładów i ćwiczeń. Tradycyjna formuła wykładu będzie wspierana technikami multimedialnymi, studiami przypadków i spotkaniami z praktykami. W ramach ćwiczeń realizowane będą projekty indywidualne i zespołowe, konwersatoria, warsztaty i laboratoria komputerowe.

5. Lista proponowanych przedmiotów specjalnościowych:

Lp.	Nazwa przedmiotu	Rok/ semestr	Liczba godzin	Punkty ETCS
1.	Ekologistyka	III/5	15/15	5
2.	Ekonomiczno-finansowe podstawy logistyki	III/5	30/15	6
3.	Fakultety	II/ 3,4	60/0	1+1
4.	Logistyczna obsługa klienta	III/6	15/15	3
5.	Logistyka produkcji i dystrybucji	II/4	30/15	5
6.	Metody planowania strategicznego	III/5	30/15	5
7.	Podstawy logistyki	II/3	30/30	4
8.	Praktyka zawodowa	II/4	4 tyg.	2
9.	Seminarium dyplomowe	II,III/4,5,6	0/75	1+3+10
10.	Systemy informatyczne w logistyce	III/5	30/15	5
11.	Ubezpieczenia w przedsiębiorstwach i usługach logistycznych	III/6	15/15	3
12.	Zarządzanie jakością w logistyce	II/4	30/15	5
13.	Zarządzanie łańcuchem dostaw	II/4	30/15	4
14.	Zarządzanie magazynami	II/4	30/15	4
15.	Zarządzanie transportem	II/3	30/15	4
16.	Zarządzanie zapasami	II/3	30/15	3
			690	