

OPISY PRZEDMIOTÓW OBIERALNYCH

Nazwa kierunku studiów	Analityka danych w biznesie
Poziom studiów	studia pierwszego stopnia
Rocznik	2025/2026
Semestr, w którym przedmioty są wybierane	2
Semestr, w którym przedmioty są realizowane	3

Przedmioty obieralne umożliwiają zdobywanie wiedzy i rozwijanie umiejętności ważnych dla kierunku, ale z uwzględnieniem indywidualnych zainteresowań studenta.

W tym semestrze macie Państwo możliwość wyboru części przedmiotów obieralnych, a wybrane przedmioty będą realizowane w kolejnym semestrze.

Przedmiot może być realizowany jeśli zbierze się wystarczająca liczba chętnych studentów (nie mniej niż 66% studentów dokonujących wyboru).

W tym semestrze wyboru dokonacie Państwo za pomocą ankiety, która zostanie udostępniona 20. kwietnia (ankieta będzie aktywna przez tydzień). Studenci którzy nie dokonają wyboru, zostaną administracyjnie dopisani do przedmiotów które będą realizowane.

W semestrze letnim 2025/26 wybieracie Państwo 1 przedmiot humanistyczny z 2 oferowanych:

KULTURY I CYWILIZACJE

Treści kształcenia:

- Wprowadzenie do studiów nad kulturą i cywilizacją. Terminologia i metodologia badań interdyscyplinarnych.
- Zrozumienie różnorodności świata – od cywilizacji Zachodu, przez islam, aż po kultury Azji. Od Mezopotamii do globalnej wioski. Ewolucja cywilizacji i jej wpływ na organizację życia społecznego i gospodarczego.
- Kultura organizacyjna i międzykulturowe uwarunkowania zarządzania. Wpływ m.in. tradycji na współczesne społeczeństwa i sposób komunikacji między ludźmi z różnych kręgów kulturowych.
- Komunikacja międzykulturowa w biznesie i zarządzaniu. Style, bariery, strategie.
- Jednostka a grupa - wartości społeczne w różnych kulturach a przywództwo i zarządzanie ludźmi.
- Podejście do czasu a zarządzanie zasobami ludzkimi i organizacją pracy.
- Prawo, normy i systemy wartości.
- Biznes, negocjacje i rozwiązywanie konfliktów w ujęciu międzykulturowym. Kształtowanie kompetencji międzykulturowych.
- Planeta, przyroda i odpowiedzialność. O kulturze zrównoważonego rozwoju i etyce korporacyjnej.
- Wynalazki, technologia, innowacje i ich wpływ na relacje społeczne, kultury organizacyjne i relacje społeczne.

KULTURA JĘZYKA

Treści kształcenia:

- Wprowadzenie do kultury języka. Znaczenie komunikacji dla wizerunku i relacji w firmie. Świadomość językowa – dobre i złe praktyki.
- Współczesne zjawiska językowe – slang, zapożyczenia, język branżowy, wpływ mediów na normy językowe.
- Typowe błędy fleksyjne, gramatyczne, składniowe, leksykalne i stylistyczne w tekstach użytkowych i zawodowych. Korekta i redagowanie przykładów.
- Styl i rejestr wypowiedzi – zasady doboru środków językowych, wpływ elementów niewerbalnych na skuteczność komunikacji zawodowej.
- Polityka słowa, etyka i grzeczność językowa – zasady odpowiedzialnej i profesjonalnej komunikacji w przestrzeni publicznej i zawodowej.
- Fake news i manipulacja językowa – rozpoznawanie, krytyczna analiza i strategie unikania.
- Komunikacja medialna – język reklamy, pisanie postów, komentarzy, styl i rejestr wypowiedzi.
- Komunikacja zawodowa – pisanie maili, ogłoszeń, krótkich form użytkowych z dbałością o poprawność i adekwatność.
- Pisanie tekstów akademickich i naukowych – struktura, styl, przypisy, bibliografia.
- Różnice kulturowe w komunikacji – strategie adaptacji językowej i kulturowej w pracy zawodowej.
- Przygotowanie i redagowanie krótkich form użytkowych – maili, ogłoszeń, postów do mediów społecznościowych.
- Analiza i korekta tekstów pod kątem poprawności językowej, adekwatności rejestru i różnic kulturowych.
- Opracowanie tekstu akademickiego lub branżowego z poprawnym układem, stylem i bibliografią.