

UCHWAŁA nr 2/JK/2022
Rady Wydziału Zarządzania Uniwersytetu Łódzkiego
podjęta na posiedzeniu w dniu 28 lutego 2022 roku

w sprawie: projektu programu i planu studiów kierunku **Business and Digital Analytics**

Na podstawie Rozporządzenia Ministra Nauki i Szkolnictwa Wyższego z dnia 27 września 2018 r. w sprawie studiów z późn. zm. oraz § 5 Regulaminu Studiów w Uniwersytecie Łódzkim i Uchwały nr 290 Senatu Uniwersytetu Łódzkiego z dnia 26 listopada 2018 r. w sprawie wytycznych w zakresie tworzenia programów studiów w Uniwersytecie Łódzkim, Rada Wydziału uchwala, co następuje:

§ 1

Rada Wydziału Zarządzania Uniwersytetu Łódzkiego po zasięgnięciu opinii Wydziałowej Rady Samorządu Studentów pozytywnie opiniuje projekt programu i planu studiów stacjonarnych II stopnia na kierunku **Business and Digital Analytics** o profilu ogólnoakademickim prowadzonym na Wydziale Zarządzania UŁ.

§ 2

Projekt programu i planu studiów stanowi załącznik nr 1 do niniejszej Uchwały.

§ 3

W przypadku utworzenia kierunku przez Rektora UŁ wprowadza się nabór w roku akademickim 2022/2023 na studia stacjonarne. Zasady przyjęć stanowi załącznik nr 2.

§ 4

Uchwała wchodzi w życie z dniem podpisania.

PROGRAM STUDIÓW
kierunek BUSINESS AND DIGITAL ANALYTICS
studia II stopnia
profil ogólnoakademicki
od roku akademickiego 2022/2023

1. Kierunek: Business and Digital Analytics

2. Zwięzły opis kierunku

Kierunek adresowany jest do osób aspirujących do pracy w międzynarodowym i międzykulturowym środowisku, zarówno światowych korporacji, jak i firm działających w wymiarze regionalnym. Projektując kierunek uwzględnione zostały dwa kluczowe wyzwania i jednocześnie zainteresowania rynku pracy – rozwija kompetencje funkcjonowania w środowisku cyfrowym, przemyśle 4.0 czy też Internecie oraz umiejętności analizy i oceny działania organizacji z perspektywy efektywności i nacisku na wzrost wydajności i zwrotu z inwestycji finansowych. Ze względu na fakt, że program realizowany jest w całości w języku angielskim niezbędnym wymaganiam jest sprawne posługiwanie się tym językiem, ale także bazowe zdolności analityczne, ciekawość i umiejętności myślenia w kategoriach decyzji opartych na faktach. Program realizowany będzie z udziałem pracowników akademickich, którzy jednak łączą swoje badania ze sferą praktyczną, jak i praktyków zajmujących się na co dzień problematyką kierunkowych przedmiotów. Wychodząc z założenia, że nie ma lepszej teorii jak uogólniona praktyka program opiera się na aplikacyjnej wiedzy teoretycznej, i praktycznych aspektach najbardziej aktualnych modeli i rozwiązań naukowych. Wyzwaniem dla studentów będzie także budowanie własnych systemów analityki biznesowej adresujących rzeczywiste i praktyczne problemy organizacji.

3. Poziom studiów: II stopień

4. Profil: ogólnoakademicki

5. Forma studiów: stacjonarne

6. Zasadnicze cele kształcenia

Kluczowe cele obejmują budowę i rozwój unikalnych kompetencji związanych z wiedzą i umiejętnościami analitycznymi na poziomie strategicznym i operacyjnym (metody, techniki, modele, rozwiązania) w odniesieniu do organizacji działających w kanałach i mediach cyfrowych, nowych modelach biznesowych oraz w formule przemysłów 4.0. W szczególności zamierzeniem kierunku jest rozwój umiejętności krytycznego myślenia, zdolności weryfikacji danych i informacji, wykorzystania informacji w procesie podejmowania decyzji rynkowych, integrowania wiedzy z różnych źródeł oraz interdyscyplinarnego podejścia do analizy problemów biznesowych i oceny długo i krótkookresowych skutków decyzji. W naturalny sposób studenci zdobędą umiejętności posługiwania i wykorzystywania oprogramowania i narzędzi analizy związanych z analityką biznesową w sferze digital, jak i prezentacji danych i budowy dashboardów.

7. Tytuł zawodowy uzyskiwany przez absolwenta: magister

8. Możliwość zatrudnienia i kontynuacji kształcenia absolwenta

W rozumieniu Rozporządzenia Ministra Pracy i Polityki Socjalnej z dnia 7 sierpnia 2014 r. w sprawie klasyfikacji zawodów i specjalności na potrzeby rynku pracy oraz zakresu jej stosowania (ze zm. – aktualny wykaz - Rozporządzenie Ministra Rodziny i Polityki Społecznej z dnia 13 listopada 2021 r. zmieniające rozporządzenie w sprawie klasyfikacji zawodów i specjalności na potrzeby rynku pracy oraz zakresu jej stosowania – Dz. U. 2021, poz. 2285) absolwenci kierunku Business and Digital Analytics uzyskują możliwość zatrudnienia w charakterze:

- 242112 Analityk biznesowy
- 241306 Analityk finansowy
- 262202 Analityk ruchu na stronach internetowych
- 121904 Kierownik projektu
- 243101 Analityk trendów rynkowych (cool hunter)
- 243103 Menedżer produktu (product manager)
- 243104 Menedżer marki (brand manager)
- 242190 Pozostali specjaliści do spraw zarządzania i organizacji
- 334304 Asystent zarządu
- 242107 Specjalista do spraw konsultingu

Kierunek ten może stanowić podstawę do podjęcia studiów w szkole doktorskiej. Inną możliwością pogłębiania kwalifikacji są studia podyplomowe czy kursy prowadzone przez uczelnie i inne instytucje naukowo-dydaktyczne.

9. Wymagania wstępne, oczekiwane kompetencje kandydata:

Oczekiwane wstępne wymagania dotyczą dwóch sfer. Po pierwsze postaw związanych z otwartością myślenia, gotowością kwestionowania utartych schematów, świadomością potrzeby krytycznego podejścia do zarządzania w epoce postprawdy, fałszywych informacji i powszechnej niechęci do ich weryfikacji. Po drugie zdolności łączenia sfery analitycznej z

kreatywną, metodyczną z innowacyjnością, szczegółowością spojrzenia z procesowym podejściem, a także znajomością podstawowych pojęć z zakresu zarządzania oraz metod statystycznych i analitycznych.

10. Dziedziny i dyscypliny naukowe, do których odnoszą się efekty uczenia się

DZIEDZINA	DYSCYPLINA	UDZIAŁ %
Nauki społeczne	Nauki o zarządzaniu i jakości – dyscyplina wiodąca	77%
	Ekonomia i finanse	12%
Nauki ścisłe i przyrodnicze	Matematyka	6%
	Informatyka	5%

11. Kierunkowe efekty uczenia się

Wiedza		
Kod KEU	Treść efektu	Odniesienie do składnika opisu charakterystyk pierwszego i drugiego stopnia PRK
08D-2A_W01	Zna i rozumie w pogłębionym zakresie kluczowe koncepcje i metody w zakresie dyscypliny nauki o zarządzaniu i jakości oraz ich relacje do innych nauk	P7S_WG P7S_WK
08D-2A_W02	Zna i rozumie w pogłębionym zakresie uwarunkowania (w szczególności ekonomiczne, społeczne, technologiczne, prawne, konkurencyjne, rynkowe, w tym zasady ochrony własności przemysłowej i prawa autorskiego) prowadzenia działalności rynkowej i ich wpływ na zarządzanie organizacjami	P7S_WG P7S_WK
08D-2A_W03	Zna i rozumie w pogłębionym zakresie specyfikę działania organizacji w sferze mediów cyfrowych oraz wpływ tej specyfiki na podejmowane decyzje rynkowe	P7S_WG P7S_WK
08D-2A_W04	Zna i rozumie w pogłębionym zakresie znaczenie interdyscyplinarnego podejścia i wiedzy oraz ich wykorzystania w procesie analizy i oceny działania organizacji w warunkach środowiska cyfrowego	P7S_WG P7S_WK
08D-2A_W05	Zna i rozumie w pogłębionym zakresie przebieg procesów rynkowych i zmian w organizacji i jej otoczeniu, w tym o przyczynach, przebiegu, skali i konsekwencjach tych zmian	P7S_WG P7S_WK
08D-2A_W06	Zna i rozumie w pogłębionym zakresie metody analizy zjawisk i procesów zachodzących w organizacjach z punktu widzenia działań strategicznych i operacyjnych	P7S_WG P7S_WK
08D-2A_W07	Zna i rozumie w pogłębionym zakresie rolę interdyscyplinarnej wiedzy o narzędziach wspierających zarządzanie, szczególnie w wymiarze analitycznym oraz ich zastosowanie	P7S_WG P7S_WK
08D-2A_W08	Zna i rozumie w pogłębionym zakresie znaczenie krytycznego myślenia oraz zarządzania opartego na dowodach w procesach związanych z zarządzaniem organizacjami jak i podejmowania decyzji	P7S_WG P7S_WK

08D-2A_W09	Zna i rozumie w pogłębionym zakresie metody i narzędzia analizy działań organizacji w kanałach cyfrowych	P7S_WG P7S_WK
08D-2A_W10	Zna i rozumie w pogłębionym zakresie metody i sposoby prezentowania wyników analiz nakierowanych na procesy decyzyjne	P7S_WG P7S_WK
Umiejętności		
Kod KEU	Treść efektu	Odniesienie do składnika opisu charakterystyk pierwszego i drugiego stopnia PRK
08D-2A_U01	Potrafi identyfikować, dokonywać oceny i wyboru właściwych źródeł i informacji dla potrzeb podejmowania decyzji rynkowych, w szczególności dotyczy to sfery źródeł badań jakościowych i ilościowych	P7S_UW P7S_UK
08D-2A_U02	Potrafi dokonywać krytycznej analizy, oceny i syntezy zróżnicowanych danych i informacji dla potrzeb podejmowanych decyzji w organizacji	P7S_UW P7S_UK
08D-2A_U03	Potrafi z wykorzystaniem zaawansowanych technik informacyjno-komunikacyjnych, w sposób twórczy dokonywać interpretacji danych i zebranych informacji oraz prezentacji tych informacji z nakierowaniem na proces podejmowania decyzji i uwzględnieniem zróżnicowanych grup odbiorców	P7S_UW P7S_UK P7S_UO P7S_UU
08D-2A_U04	Potrafi na bazie analitycznego i krytycznego myślenia identyfikować kluczowe problemy organizacji oraz formułować metody i sposoby analizy wspomagającej proces adresowania tych wyzwań	P7S_UW
08D-2A_U05	Potrafi organizować i kierować pracą zespołu analitycznego i współpracować w grupie oraz współdziałać z innymi w celu realizacji zakładanych planów	P7S_UW P7S_UK P7S_UO P7S_UU
08D-2A_U06	Potrafi stosować nowoczesne metody i rozwiązania adresujące problemy analityczne w sferze kanałów cyfrowych	P7S_UW
08D-2A_U07	Potrafi uczyć się w sposób systematyczny i adresujący pojawiające się nowe kompetencje i obszary wiedzy	P7S_UW P7S_UU
08D-2A_U08	Potrafi przeprowadzać analizę przyczyn i przebiegu wybranych procesów i zjawisk gospodarczych i społecznych z punktu widzenia nauki o zarządzaniu i jakości	P7S_UW
08D-2A_U09	Potrafi wykorzystywać metody i narzędzia badawcze (ilościowe i jakościowe), w szczególności dotyczące mediów i kanałów cyfrowych dla potrzeb podejmowania decyzji w organizacji	P7S_UW P7S_UK
08D-2A_U10	Potrafi przewidywać praktyczne skutki procesów i zjawisk w organizacjach i otoczeniu z wykorzystaniem metod i narzędzi z zakresu organizacji i zarządzania, w szczególności w środowisku cyfrowym	P7S_UW
08D-2A_U11	Potrafi posługiwać się językiem angielskim zgodnie z wymaganiami właściwymi dla poziomu B2+ Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego w celu przygotowania raportów biznesowych oraz wystąpień ustnych dotyczących problemów z zakresu analizy biznesowej, analityki cyfrowej i zarządzania organizacją, z wykorzystaniem podejścia teoretycznego i praktycznego	P7S_UW P7S_UK P7S_UO P7S_UU
Kompetencje społeczne		
Kod KEU	Treść efektu	Odniesienie do składnika

		opisu charakterystyk pierwszego i drugiego stopnia PRK
08D-2A_K01	Jest gotów do krytycznej analizy prezentowanych faktów, danych, informacji jako podstawy podejmowanych decyzji biznesowych	P7S_KK
08D-2A_K02	Jest gotów do wykorzystania podejścia i metod zarządzania opartego na dowodach w celu podnoszenia efektywności działania organizacji	P7S_KK P7S_KR P7S_KO
08D-2A_K03	Jest gotów do inspirowania, planowania i poszukiwania niestandardowych rozwiązań ze sfery analityki biznesowej dla rozwiązywania typowych i nietypowych problemów biznesowych organizacji	P7S_KK P7S_KR P7S_KO
08D-2A_K04	Jest gotowy do podejmowania i realizacji zadań zgodnie ze standardami profesjonalnymi i etyką	P7S_KR P7S_KO
08D-2A_K05	Jest gotów do samodzielnego działania, niezależnego myślenia oraz uczenia się przez całe życie	P7S_KK P7S_KR P7S_KO
08D-2A_K06	Jest gotów do uczestniczenia w pracy zespołowej, w tym przyjmowanie zróżnicowanych ról	P7S_KK P7S_KR P7S_KO
08D-2A_K07	Jest gotów myśleć i działać w sposób przedsiębiorczy, jest nastawiony na realizację zachowania przedsiębiorczego, szczególnie w oparciu na standardach zarządzania opartego na dowodach i wartościach	P7S_KK P7S_KR P7S_KO

12. Wnioski z analizy zgodności efektów uczenia się z potrzebami rynku pracy

Absolwenci kierunku będą posiadać kompetencje, które są poszukiwane przez pracodawców. Wiele nowoczesnych firm potrzebuje pracowników, którzy posiadają kompetencje związane z analizą danych. Jednocześnie, nie ma wystarczającej liczby specjalistów oferujących usługi tym firmom, aby zaspokoić popyt. Absolwent kierunku uzyska poszerzoną wiedzę w zakresie funkcjonowania w środowisku cyfrowym, przemyśle 4.0, czy też Internecie oraz umiejętności analizy i oceny działania organizacji z perspektywy wzrostu efektywności. Z uwagi na fakt, iż wiedza i kompetencje absolwentów kierunku Business and Digital Analytics mogą być wykorzystane w różnych branżach, absolwent kierunku będzie miał dużą łatwość odnajdywania się ze swoimi kompetencjami w różnych przedsiębiorstwach. Absolwent Kierunku znajdzie zatrudnienie w firmach charakteryzujących się nowoczesnym i profesjonalnym zarządzaniem, działających w środowiskach międzynarodowych i wielokulturowych.

13. Wskazanie związku studiów z misją uczelni i jej strategią rozwoju

Program studiów kierunku Business and Digital Analytics studiów II stopnia jest zgodny z nową misją i strategią Uniwersytetu Łódzkiego. „Misją Uniwersytetu Łódzkiego jest rzetelne prowadzenie badań naukowych oraz aktywne głoszenie prawdy z nich płynącej, tak by mądrze kształcić kolejne pokolenia, być użytecznym dla społeczeństwa oraz odważnie odpowiadać na wyzwania współczesnego świata”. Głównymi punktami odniesienia przy projektowaniu programu dla tego kierunku były zapisy strategii Uniwersytetu Łódzkiego w szczególności te dotyczące kształcenia, zgodnie z którymi celem UŁ jest „realizacja nowoczesnego kształcenia opartego na badaniach naukowych i współpracy z otoczeniem”.

Strategia podkreśla również konieczność otwartości na nowe formy i sposoby organizacji kształcenia. Dzięki realizacji programu studiów na tym kierunku, studenci zdobywają nowoczesną i aktualną wiedzę i umiejętności zawodowe, w powiązaniu z badaniami naukowymi prowadzonymi na UŁ, które mogą być wykorzystane w międzynarodowych organizacjach biznesowych, w tym również na zagranicznych rynkach pracy. W programie kierunku przewidywane są zajęcia realizowane przez wykładowców zagranicznych, co przyczynia się do realizacji ważnego elementu strategii – internacjonalizacji studiów. Kierunek rozwija ponadto kompetencje interkulturowe ze względu na pochodzenie studentów oraz wykładowców.

14. Różnice w stosunku do innych programów studiów o podobnie zdefiniowanych celach i efektach uczenia się prowadzonych w Uniwersytecie Łódzkim

Studia na kierunku Business and Digital Analytics oparte zostały na założeniach, które istotnie odróżniają je od innych ofert edukacyjnych prowadzonych w Uniwersytecie Łódzkim. Proponowany program studiów na kierunku Business and Digital Analytics stanowi własność intelektualną Wydziału Zarządzania Uniwersytetu Łódzkiego. Główne różnice dotyczą synergicznego połączenia sfery tradycyjnego zarządzania z rewolucją cyfrową, analityki i sfery kognitywnej ze sferą podejmowanych decyzji oraz aplikacji cyfrowych metod i narzędzi w obszar zarządzania organizacjami działającymi w sferze rozwiązań cyfrowych. Podstawowe cechy programu na kierunku Business and Digital Analytics obejmują: nacisk na zespołowe podejście do rozwiązywania problemów biznesowych, analitykę i krytyczne myślenie, zarządzanie oparte na dowodach. Przedmioty oferowane w ramach programu Business and Digital Analytics dostarczają studentom praktycznej wiedzy o koncepcjach, metodach i narzędziach prowadzenia analityki biznesowej i podnoszenia efektywności działania organizacji działających w sferze cyfrowej, przemysłach 4.0. Już pierwszy rzut oka na kierunki o choć trochę podobnym profilu (Wydział Zarządzania - Rachunkowość Zarządcza/controling; Wydział Ekonomiczno-Socjologiczny - Ekonometria i analityka danych; Wydział Matematyki i Informatyki - Analiza danych) wskazuje na brak konkurencyjności nowego kierunku. Specyfika istniejących obecnie na UŁ kierunków obejmuje inne obszary i w dużym stopniu nakierunkowana jest na kształcenie innych kompetencji i specjalności. Podobnie, gdy weźmiemy pod uwagę formę językową prowadzonych zajęć. Zajęcia obecnie prowadzone w języku angielskim (np.: Wydział Zarządzania - Business Management, Wydział Ekonomiczno-Socjologiczny - Economics) adresują w niewielkim stopniu tematy i profil studiów proponowany na kierunku Business and Digital Analytics.

15. Plany studiów:

PLAN STUDIÓW																			
Wydział:		Wydział Zarządzania UŁ																	
Kierunek studiów:		Business and Digital Analytics																	
Profil studiów:		Ogólnoakademicki																	
Stopień studiów:		Studia II stopnia																	
Forma studiów:		Stacjonarne																	
Liczba specjalności:		-																	
Od roku:		2022																	
rok	semestr	przedmiot	Szczegóły przedmiotu																
			KOD	Liczba godzin			Ćwiczenia audytoryjne	Ćwiczenia konwersatoryjne	Warsztaty	Gra symulacyjna 1	Gra symulacyjna 2	Lektorat	Ćwiczenia informatyczne	Seminarium magisterskie	Wychowawcze	Przedmiot do wyboru	Razem	Forma zaliczenia	ECTS
W	WG	WM	C	CK	WR	SY1													
	I	1	Accounting and Finance Management		15			26									41	Egzamin	7
	I	1	Applied Statistics		10							24					34	Egzamin	7
	I	1	Art of Business Decisions Making		25												25	Zaliczenie	3
	I	1	Digital Applications for Business									25					25	Zaliczenie	6
	I	1	Logic Critical Thinking				20										20	Zaliczenie	5
	I	1	Organizational Behaviour		25												25	Zaliczenie	3
		razem po 1. semestrze:															godzin: 170	p. ECTS: 31	
	I	2	Company Performance and Business Health Metrics		10			19									29	Zaliczenie	5
	I	2	Content and Community Management Analytics					15									15	Zaliczenie	3
	I	2	Managerial Economics and Evidence Based Management		33												33	Egzamin	4
	I	2	Master Seminar - semester 2	0800- S0ZAK											9		9	Zaliczenie	6
	I	2	Qualitative Research Methods and Analysis					20									20	Egzamin	4
	I	2	Quantitative Research Methods and Analysis		30												30	Egzamin	4
	I	2	Foregin Language								50						50	Zaliczenie	4
		razem po 2. semestrze:															godzin: 186	p. ECTS: 30	
	II	3	Capstone Project					30									30	Zaliczenie	6
	II	3	Customer, Operations and People Analytics		25												25	Zaliczenie	3
	II	3	Digital Business Models		25												25	Egzamin	3
	II	3	Google Analytics					15									15	Zaliczenie	3
	II	3	Master Seminar - semester 3	0800- S1ZAK											25		25	Zaliczenie	8
	II	3	Web, Social Media and E-Commerce Analytics					20									20	Zaliczenie	4
	II	3	Foregin Language								25						25	Egzamin	3
		razem po 3. semestrze:															godzin: 165	p. ECTS: 30	
	II	4	Business Communication, Reporting and Data Visualization		8			15									23	Zaliczenie	4
	II	4	Master Seminar - semester 4	0800- S2ZAK											25		25	Egzamin	12
	II	4	Elective course (external)		20			18									38	Zaliczenie	6
	II	4	Elective course (internal)									38					38	Zaliczenie	9
		razem po 4. semestrze:															godzin: 124	p. ECTS: 31	
																	godzin: 645	p. ECTS: 122	

Studenta obowiązuje dodatkowo szkolenie BHP i ppoz. oraz szkolenie z zakresu własności intelektualnej i prawa autorskiego (e-learning)

16. Bilans punktów ECTS

a.	Liczba semestrów i łączna liczba punktów ECTS, którą student musi zdobyć, aby uzyskać określone kwalifikacje	4/122
b.	łączną liczbę godzin zajęć, w tym praktyk, które student musi zrealizować w toku studiów; w przypadku specjalności/modułów/przedmiotów do wyboru o różnej liczbie godzin – najwyższą łączną liczbę godzin,	645
c.	łączna liczba punktów ECTS, którą student musi uzyskać na zajęciach kontaktowych (wymagających bezpośredniego udziału wykładowców i studentów) – studia stacjonarne/studia niestacjonarne	122
d.	łączna liczba punktów ECTS, którą student musi uzyskać w ramach zajęć kształtujących umiejętności praktyczne	59

e.	Liczba punktów ECTS, którą student musi uzyskać realizując moduły kształcenia w zakresie zajęć ogólnouniversyteckich lub na innym kierunku studiów	6
f.	Liczba punktów ECTS, którą student musi uzyskać w ramach zajęć z dziedziny nauk humanistycznych	5
g.	Liczba punktów ECTS, którą student musi uzyskać w ramach zajęć do wyboru	48

17. Opis procesu prowadzącego do uzyskania efektów uczenia się, w tym:

- a) Opisy przedmiotów (sylabusy), w zakresie określonym odrębnym zarządzeniem Rektora – w załączeniu (*zamieszczone na końcu programu studiów*)**

b) Tabela określająca relacje między efektami kierunkowymi a efektami uczenia się zdefiniowanymi dla poszczególnych przedmiotów lub modułów procesu kształcenia (macierz efektów uczenia się)

Przedmiot	sem	08D-2A-W1	08D-2A-W2	08D-2A-W3	08D-2A-W4	08D-2A-W5	08D-2A-W6	08D-2A-W7	08D-2A-W8	08D-2A-W9	08D-2A-W10	08D-2A-U1	08D-2A-U2	08D-2A-U3	08D-2A-U4	08D-2A-U5	08D-2A-U6	08D-2A-U7	08D-2A-U8	08D-2A-U9	08D-2A-U10	08D-2A-U11	08D-2A-K1	08D-2A-K2	08D-2A-K3	08D-2A-K4	08D-2A-K5	08D-2A-K6	08D-2A-K7
		08D-2A-W1	08D-2A-W2	08D-2A-W3	08D-2A-W4	08D-2A-W5	08D-2A-W6	08D-2A-W7	08D-2A-W8	08D-2A-W9	08D-2A-W10	08D-2A-U1	08D-2A-U2	08D-2A-U3	08D-2A-U4	08D-2A-U5	08D-2A-U6	08D-2A-U7	08D-2A-U8	08D-2A-U9	08D-2A-U10	08D-2A-U11	08D-2A-K1	08D-2A-K2	08D-2A-K3	08D-2A-K4	08D-2A-K5	08D-2A-K6	08D-2A-K7
Accounting and Finance Management	1	1	1	0	0	0	1	0	1	0	1	1	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	1	0	0
Applied Statistics	1	0	0	0	1	1	0	1	0	0	1	1	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	1	0	0
Art of Business Decisions Making	1	1	0	0	0	1	0	1	1	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	1
Digital Applications for Business	1	0	0	0	0	0	0	1	0	1	1	1	0	1	1	0	0	0	0	0	0	1	1	0	1	1	0	0	0
Logic Critical Thinking	1	0	0	0	0	1	0	1	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	1	0	0	1	0	1	0	0	0	1
Organizational Behaviour	1	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0
Company Performance and Business Health Metrics	2	1	1	0	0	1	1	1	1	0	1	1	1	0	0	0	0	1	1	1	0	0	1	1	1	0	1	0	1
Content and Community Management Analytics	2	1	1	0	1	0	1	0	1	1	0	1	1	1	1	0	1	0	0	1	0	0	1	1	0	1	1	1	0
Managerial Economics and Evidence Based Management	2	1	1	0	0	1	1	1	1	0	1	1	1	0	0	0	0	1	1	1	0	0	1	1	1	0	1	0	1
Qualitative Research Methods and Analysis	2	1	0	0	0	1	0	1	1	0	1	0	1	0	1	0	0	1	1	0	0	0	1	1	1	0	1	1	0
Quantitative Research Methods and Analysis	2	0	0	0	0	0	1	0	1	0	1	1	1	1	1	0	1	0	0	1	0	0	1	0	0	1	0	1	0
Capstone Project	3	0	1	1	0	1	1	0	1	0	0	1	0	0	1	0	1	0	1	0	0	0	1	1	0	0	0	1	0
Customer, Operations and People Analytics	3	0	1	1	1	1	1	0	0	1	0	1	0	0	1	0	1	0	1	0	0	0	1	1	0	0	0	1	0
Digital Business Models	3	1	1	1	0	0	1	0	1	0	0	1	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	1	1	1
Google Analytics	3	1	1	0	1	0	1	0	0	1	1	1	1	1	0	0	1	0	1	1	0	0	1	1	0	1	1	0	0
Web, Social Media and E-Commerce Analytics	3	1	0	0	0	0	1	0	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	1	0	1	0	1	1	0	0	1	0	0
Business Communication, Reporting and Data Visualization	4	0	0	1	1	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	1

c) Wymiar, zasady i formy odbywania praktyk

Na studiach II stopnia praktyki nie są wymagane.

d) Zajęcia zapewniające studentom udział w badaniach naukowych:

Studenci kierunku Business and Digital Analytics mają możliwość udziału w badaniach naukowych w szczególności na następujących przedmiotach:

- Organizational Behaviour
- Accounting and Finance
- Applied Mathematics and Statistics
- IT Tools and Applications for Business
- Critical Thinking
- Art. Of Business Decisions Making
- Managerial Economics and Evidence Based Management
- Quantitative Research Methods and Analysis
- Qualitative Research Methods and Analysis
- Company Performance and Business Health Metrics
- Content and Community Management Analytics
- Customer, Operations and People Analytics
- Web, Social Media and E-Commerce Analytics
- Google Analytics
- Digital Business Models
- Business Communication, Reporting and Data Visualization

e) Wykaz i wymiar szkoleń obowiązkowych, w tym szkoleń BHP

Szkolenie BHP i ppoż. oraz szkolenie z zakresu własności intelektualnej i prawa autorskiego (e-learning) jest obowiązkowe dla studentów pierwszego roku I i II stopnia studiów i odbywa się drogą e-learningową. Studenci, którzy kontynuują naukę w Uniwersytecie Łódzkim są zwolnieni z ponownego odbycia szkolenia.

KIERUNEK Business and Digital Analytics

Studia drugiego stopnia (magisterskie 2-letnie) – stacjonarne

Orientacyjny limit miejsc: **30**

Kierunek zostanie uruchomiony, gdy zgłosi się co najmniej 20 osób.

* od kandydatów wymagana jest znajomość języka angielskiego na poziomie zaawansowanym.

Zasady przyjęć:

Absolwenci studiów licencjackich (równorzędnych) i magisterskich (równorzędnych) wszystkich kierunków studiów przyjmowani będą na podstawie pisemnego opracowania na wskazany temat oraz rozmowy kwalifikacyjnej w języku angielskim. W przypadku zbyt dużej liczby kandydatów, którzy pozytywnie przejdą rozmowę kwalifikacyjną, kolejnym kryterium naboru będzie konkurs dyplomów. Dziekan może odstąpić od konkursu dyplomów.