



Inkluzywne przywództwo

Karta opisu przedmiotu (sylabus)

Informacje podstawowe

Kierunek studiów Marketing	Cykl dydaktyczny 2025/2026	
Specjalność -	Kod przedmiotu UEPMS.22B.205904.25	
Jednostka organizacyjna UEP	Język wykładowy Polski	
Poziom kształcenia studia drugiego stopnia	Obligatoryjność Obowiązkowy	
Forma studiów stacjonarne	Blok zajęciowy Blok B	
Profil kształcenia ogólnoakademicki		
Osoba odpowiedzialna za treść sylabusa	Zygmunt Waśkowski	
Okres Semestr 2	Forma zaliczenia Zaliczenie	Liczba punktów ECTS 2
	Forma prowadzenia i godziny zajęć <ul style="list-style-type: none">• Uczestnictwo w wykładach: 15• Uczestnictwo w ćwiczeniach: 15	

Cele uczenia się dla przedmiotu

C1	Zapoznanie się z fenomenem przywództwa w organizacjach
C2	Zrozumienie różnych stylów przywództwa oraz sposobów kierowania zespołem, w tym przede wszystkim przywództwa inkluzywnego
C3	Zapoznanie się z wpływem inkluzywności w postawie lidera na zachowania pracowników i funkcjonowanie organizacji
C4	Poznanie sposobów kształtowania cech przywódczych i samorozwoju lidera z uwzględnieniem inkluzywności

Cele kształcenia UEP

Kod	Treść celu
CS2_1.1	student krytycznie rozważa kwestie teoretyczne i praktyczne
CS2_1.2	student krytycznie ocenia alternatywy w celu wypracowania optymalnego rozwiązania
CS2_1.3	student rozumie najważniejsze aspekty wpływu makro- i mikrootoczenia na decyzje biznesowe
CS2_2.1	student wykorzystuje umiejętność budowania zespołu do realizacji zadań grupowych
CS2_2.2	student wykazuje umiejętności przywódcze i efektywnie pracuje w zespole
CS2_2.3	student przygotowuje prace pisemne i prezentacje ustne zgodnie ze standardami akademickimi
CS2_3.1	student rozumie i docenia, jak względy etyczne oraz zasady zrównoważonego rozwoju wpływają na decyzje biznesowe
CS2_3.2	student rozumie społeczną odpowiedzialność biznesu i istotę zrównoważonego rozwoju
CS2_3.3	student rozumie i docenia inne kultury oraz międzynarodową i społeczną różnorodność

Wymagania wstępne

Znajomość podstaw organizacji i zarządzania

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się	Metody weryfikacji
Wiedzy			
W1	Student wie jakie są różnice między rolą oraz sposobami działania liderów i menedżerów	K2_W02, K2_W09	Sprawdzian ustny, Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach
W2	Student zna cechy i kompetencje inkluzywnych liderów kierujących zróżnicowanymi zespołami pracowników	K2_W03	Sprawdzian ustny, Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Projekt grupowy / praca w grupie
W3	Student wie jaką rolę odgrywa lider w zespole i czego od niego oczekują członkowie zespołu, z uwzględnieniem ich różnorodności	K2_W09, K2_W10	Sprawdzian ustny, Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Projekt grupowy / praca w grupie
W4	Student wie jakie konsekwencje wiążą się z zastosowaniem określonego stylu przywództwa, w tym przywództwa inkluzywnego	K2_W03, K2_W09	Sprawdzian ustny, Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach
Umiejętności			
U1	Student potrafi diagnozować i dokonywać oceny stylów przywództwa, w tym identyfikuje przywództwo inkluzywne	K2_U02, K2_U07	Esej / referat, Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Projekt grupowy / praca w grupie, Przygotowanie prezentacji
U2	Student umie przyjmować rolę inkluzywnego lidera i kierować zespołem z uwzględnieniem różnych postaw, zachowań, czy wyznawanych wartości jego członków	K2_U05, K2_U07, K2_U08	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Projekt grupowy / praca w grupie

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się	Metody weryfikacji
U3	Student potrafi identyfikować różnorodne postawy i oczekiwania pracowników oraz dostosowywać do nich właściwy styl przywództwa w organizacji	K2_U07, K2_U08, K2_U09	Sprawdzian ustny, Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Projekt grupowy / praca w grupie
Kompetencje społecznych			
K1	Student jest wyczulony na zróżnicowane oczekiwania członków zespołu i kompetentny, by je diagnozować	K2_K01, K2_K03, K2_K04	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Projekt grupowy / praca w grupie
K2	Student akceptuje odmienne postawy i role społeczne przywódców i podwładnych w organizacji	K2_K01, K2_K02, K2_K05	Esej / referat, Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Projekt grupowy / praca w grupie
K3	Student jest nastawiony na budowanie partnerskich relacji w zespole niezależnie od płci, pochodzenia, religii czy stopnia identyfikacji z organizacją jego członków	K2_K02, K2_K04	Esej / referat, Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Projekt grupowy / praca w grupie

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Cele kształcenia dla przedmiotu	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	Menedżer vs. lider – podobieństwa i różnice	C1	W1, W3, K2
2.	Teorie i style przywództwa. Przywództwo sytuacyjne, przywództwo zwinne, przywództwo zrównoważone, przywództwo inkluzywne	C1, C3	W1, W4, K2
3.	Organizacja jako zespół ludzi, różnorodność i wielokulturowość zespołów, normy i role w zespole	C2, C3	W2, W3, U2, U3, K1, K2
4.	Zachowania ludzi w organizacji w zależności od ich pochodzenia, wieku, płci, nastawienia oraz ich wpływ na skuteczność przywództwa	C3	W1, W3, W4, U3, K1, K3
5.	Rola lidera w zespołach wirtualnych, hybrydowych, rozproszonych, interdyscyplinarnych oraz determinanty skutecznego przywództwa	C2, C3	W3, W4, U1, U2, K2, K3
6.	Cechy, kompetencje i oczekiwania wobec lidera nastawionego na partnerstwo i inkluzywność	C2, C4	W2, U1, U2, K1, K2
7.	Style kierowania - uwarunkowania i konsekwencje ich stosowania w stosunku do zróżnicowanych postaw pracowników w zespole	C2, C3	W2, W4, U1, U3, K1, K3
8.	Zarządzanie relacjami lidera z członkami zespołu w oparciu o zasady inkluzywności	C3, C4	W3, W4, U2, U3, K1, K3
9.	Motywowanie, wywieranie wpływu i perswazja jako główne środki oddziaływania przywódcy na pracowników	C1, C4	W1, W2, W3, U2, U3, K1, K2
10.	Budowanie zespołu i zarządzanie talentami. Inkluzywna komunikacja wewnętrzna.	C3	W3, W4, U2, U3, K1, K2
11.	Autorytet przywódcy inkluzywnego i sposoby jego budowania	C1, C4	W1, W2, U1, K2, K3

Lp.	Treści programowe	Cele kształcenia dla przedmiotu	Efekty uczenia się dla przedmiotu
12.	Inkluzywność w zachowaniach liderów - konsekwencje i wpływ na sprawność działania zespołu	C1, C4	W3, U2, K2, K3
13.	Przywództwo w sytuacjach kryzysowych. Zarządzenie konfliktem w zespole z wykorzystaniem zasad inkluzywności	C3	W3, W4, U1, U2, U3, K1, K2
14.	Wypalenie zawodowe inkluzywnego przywódcy - uwarunkowania i konsekwencje dla zespołu	C4	W2, U1, U3, K2
15.	Rozwój osobisty lidera nastawionego na współpracę w zespole- determinanty i czynniki powodzenia	C4	W2, W3, U3, K1, K2, K3

Literatura

Obowiązkowa

1. Covey, S.R. (2021). Zasady skutecznego przywództwa. Poznań. Wyd. Rebis
2. Baczyńska, A. (2018). Menedżerowie czy przywódcy. Warszawa. Wyd. Poltext, Rozdz. 1,2,4,5
3. Bańkowski, P. (2023). LIDER INKLUZYWNY I JEGO ROLA W KREOWANIU ZESPOŁÓW PRACOWNICZYCH, Journal of Modern Science, nr 5/54

Zalecana

1. Sinek, S. (2015). Liderzy jedzą ostatni. Gliwice. Wyd. Helion.
2. Maxwell, J.C. (2019). Leadershift: The 11 Essential Changes Every Leader Must Embrace, Harper Collins Leadership
3. Krasnosielski, D. Nowak, M. (2021). Świadome przywództwo. Poznań. Wyd. FNCE
4. Rzepka, A., Bańkowski, P. (2024). Cechy lidera/przywódcy inkluzywnego w oparciu o badania własne, Prace naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu, nr 68

Informacje rozszerzone

Metody nauczania:

Analiza tekstów , Metoda projektów , Metoda sytuacyjna, Burza mózgów, Wykład konwencjonalny, Wykład z prezentacją multimedialną, Dyskusja, Analiza przypadków

Metody nauczania	Sposób zaliczenia	Warunki zaliczenia przedmiotu
Wykład	Sprawdzian ustny, Esej / referat	Student opanował i rozumie treści omawiane w czasie wykładów. Student opanował wszystkie efekty uczenia się w obszarze wiedzy i kompetencji. Student odpowiedział na co najmniej połowę zadanych pytań
Ćwiczenia	Udział w dyskusji / Uczestnictwo w zajęciach, Projekt grupowy / praca w grupie, Przygotowanie prezentacji	Student opanował i rozumie treści prezentowane i dyskutowane w czasie ćwiczeń Student wykonał projekt indywidualny na zadany temat Student opanował wszystkie efekty uczenia się w obszarze wiedzy, umiejętności i kompetencji

Rozliczenie punktów ECTS

Forma aktywności studenta	Średnia liczba godzin* przeznaczonych na zrealizowane aktywności
Uczestnictwo w wykładach	15

Uczestnictwo w ćwiczeniach	15	
Przygotowanie do ćwiczeń	6	
Przygotowanie projektu	4	
Przeprowadzenie badań literaturowych	6	
Przygotowanie do sprawdzianu/ kolokwium	10	
Łączny nakład pracy studenta	Liczba godzin 56	ECTS 2.0
Zajęcia z bezpośrednim udziałem nauczyciela	Liczba godzin 30	ECTS 1.0
Nakład pracy związany z zajęciami o charakterze praktycznym	Liczba godzin 19	ECTS 0.5

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Kierunkowe efekty uczenia się

Kod	Treść
K2_K01	absolwent jest gotów do krytycznej analizy posiadanej wiedzy i dostępnych informacji z zakresu marketingu, uznawania pierwszeństwa merytorycznej wiedzy w rozwiązywaniu problemów poznawczych i praktycznych oraz zasięgania opinii ekspertów w przypadku trudności z samodzielnym rozwiązywaniem problemu
K2_K02	absolwent jest gotów do wypełniania zobowiązań społecznych, podejmowania i współorganizowania działalności na rzecz środowiska społecznego
K2_K03	absolwent jest gotów do podejmowania działań marketingowych na rzecz interesariuszy organizacji
K2_K04	absolwent jest przygotowany do postępowania w życiu zawodowym w sposób etyczny i społecznie odpowiedzialny oraz wymaga tego od innych
K2_K05	absolwent jest gotów do wykorzystywania wiedzy marketingowej w życiu zawodowym, z uwzględnieniem zmieniających się potrzeb społecznych, w tym rozwijania nowych zawodów związanych z marketingiem i gospodarką cyfrową, podtrzymywania etosu zawodu marketingowca
K2_U02	absolwent potrafi właściwie pozyskiwać, analizować i interpretować dane rynkowe i marketingowe oraz na ich podstawie tworzyć modele związane z zachowaniami podmiotów rynkowych w warunkach nie w pełni przewidywalnych
K2_U05	absolwent potrafi sprawnie komunikować się z otoczeniem z użyciem specjalistycznej terminologii z zakresu marketingu w gospodarce cyfrowej
K2_U07	absolwent potrafi podejmować dyskusje, prowadzić i organizować debaty na tematy gospodarcze i biznesowe z obszaru marketingu, sprzedaży, handlu, konsumpcji oraz zachowań rynkowych konsumentów
K2_U08	absolwent potrafi współdziałać w zespole i kierować pracami zespołu dotyczącymi projektowania i wdrażania strategii marketingowej oraz wypracować innowacyjne działania marketingowe na poziomie strategicznym
K2_U09	absolwent potrafi samodzielnie planować i realizować własne uczenie się przez całe życie i ukierunkowywać innych interesariuszy w tym zakresie
K2_W02	absolwent zna i rozumie w pogłębionym stopniu wybrane tendencje rozwojowe i zjawiska charakteryzujące rynek, działania związane z zachowaniami podmiotów rynkowych oraz zależności występujące między nimi
K2_W03	absolwent zna i rozumie w pogłębionym stopniu współczesne koncepcje marketingowe oraz modele i procesy zarządzania marketingowego na rynkach dóbr i usług
K2_W09	absolwent zna i rozumie w pogłębionym stopniu możliwości tworzenia i rozwoju różnych form przedsiębiorczości, ze szczególnym uwzględnieniem innowacji cyfrowych
K2_W10	absolwent zna i rozumie w pogłębionym stopniu ekonomiczne, prawne i społeczno-kulturowe uwarunkowania działalności marketingowej organizacji, a także ich przebieg, skalę i konsekwencje, w tym związane z ochroną własności przemysłowej i prawa autorskiego

Ten utwór jest dostępny na licencji Creative Commons Uznanie autorstwa 4.0 Międzynarodowa (CC BY 4.0). Autor: Zygmunt Waśkowski