

Kod przedmiotu: 33

1. INFORMACJE O PRZEDMIOCIE – KARTA PRZEDMIOTU

a. Podstawowe dane

Nazwa przedmiotu/zajęć	Praktyki zawodowe
Nazwa przedmiotu/zajęć w języku angielskim	Apprenticeships
Kierunek studiów	Marketing i komunikacja rynkowa
Poziom studiów	I stopnia, licencjackie
Profil	praktyczny
Forma studiów	stacjonarne
Jednostka prowadząca kierunek	Karkonoska Akademia Nauk Stosowanych w Jeleniej Górze Wydział Nauk Humanistycznych i Społecznych Katedra Nauk Społecznych
Imię i nazwisko nauczyciela(-li) i stopień lub tytuł naukowy osoby odpowiedzialnej za przygotowanie karty przedmiotu	dr Urszula Banaszczyk-Soroka dr hab. Katarzyna Szalonka
Przedmioty wprowadzające	Podstawy zarządzania, Wprowadzenie do marketingu, Ekonomia, Elementy statystyki
Wymagania wstępne	Aby uczestniczyć w praktykach na kolejnym semestrze konieczne jest zaliczenie praktyk realizowanych na wcześniejszym semestrze.

b. Semestralny/tygodniowy rozkład zajęć według planu studiów

Semestr	Wykłady (W)	Ćwiczenia (Ć)	Warsztaty (Wr)	Laboratoria (L)	Seminaria (S)	Zajęcia projektowe (P)	Liczba punktów ECTS*
IV			300				10
V			300				10
VI			360				12

2. CELE KSZTAŁCENIA DLA PRZEDMIOTU

C1	Wykorzystanie w praktyce wiedzy nabytej w trakcie studiów oraz zdobycie praktycznych umiejętności w pracy związanej z marketingiem i komunikacją rynkową
C2	Zapoznanie studentów z zasadami organizacji i mechanizmów funkcjonowania podmiotów gospodarczych
C3	Rozwój kompetencji studentów związanych z realizacją celów organizacyjnych, w tym doskonalenie umiejętności organizacji pracy własnej i zespołowej, efektywnego zarządzania czasem, sumienności, odpowiedzialności za powierzone zadania

3. EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU

Lp.	Opis efektów uczenia się dla przedmiotu	Odniesienie do kierunkowych efektów uczenia się	Odniesienie do charakterystyk II stopnia (kod składnika opisu)
WIEDZA Student			
W1	zna w zaawansowanym stopniu zasady postępowania przy projektowaniu działań z zakresu marketingu oraz ich przydatność w zarządzaniu przedsiębiorstwem	K_W06	P6S_WG
W2	zna w zaawansowanym stopniu metody, narzędzia oraz techniki pozyskiwania i prezentowania informacji	K_W10	P6S_WG P6S_WK
W3	zna w zaawansowanym stopniu zasady funkcjonowania poszczególnych podmiotów gospodarczych, w tym podstawowe pojęcia i zasady z zakresu ochrony własności przemysłowej i podstawowe przepisy prawne umożliwiające bezpieczną pracę	K_W11 K_W12	P6S_WG P6S_WK
UMIEJĘTNOŚCI Student			
U1	potrafi zdiagnozować problemy dotyczące zarządzania przedsiębiorstwem występujące w miejscu odbywania praktyk i zaproponować sposoby ich rozwiązania.	K_U02	P6S_UW
U2	potrafi stosując odpowiednie metody i narzędzia pozyskiwać z różnych źródeł i wykorzystywać informacje przydatne w zarządzaniu przedsiębiorstwem.	K_U03	P6S_UW
U3	posiada techniczne i praktyczne umiejętności związane z pracą zawodową, w tym potrafi prawidłowo wykorzystywać programy komputerowe niezbędne do zarządzania podmiotem gospodarczym.	K_U04	P6S_UW
U4	potrafi właściwie dobrać i zweryfikować materiały źródłowe, wybrać odpowiednią metodę analizy danych oraz dokonać analizy krytycznej, oceny i syntezy informacji.	K_U08	P6S_UW
U5	potrafi przygotować strategię komunikacji marketingowej	K_U10	P6S_UW P6S_UO
U6	potrafi prawidłowo interpretować zjawiska gospodarcze w kontekście społecznym, kulturowym, prawnym, ekonomicznym w przestrzeni wirtualnej.	K_U13	P6S_UK
U7	posiada umiejętność skutecznej komunikacji w środowisku pracy w tematyce zawodowej ze współpracownikami oraz interesariuszami zewnętrznymi	K_U15	P6S_UK

U8	potrafi pracować samodzielnie i w zespole realizując zadania powierzone przez przełożonego	K_U16	P6_UO
U9	planuje wybór przyszłej ścieżki zawodowej	K_U17	P6S_UU
KOMPETENCJE SPOŁECZNE Student			
K1	jest gotów do uznawania znaczenia wiedzy w rozwiązywaniu problemów w środowisku zawodowym oraz zasięgania opinii współpracowników lub przełożonego w przypadku trudności z samodzielnym rozwiązaniem problemu.	K_K02	P6S_KK
K2	jest przedsiębiorczy, kreatywny i świadomy najnowszych trendów związanych ze środowiskiem zawodowym	K_K04	P6S_KO
K3	jest gotów do przestrzegania zasad etycznych w podejmowanej działalności, do rozwiązywania dylematów etycznych oraz przewidywania skutków takich działań	K_K06	P6S_KR

4. METODY DYDAKTYCZNE

instruktaż, pokaz, opis, dyskusja, ćwiczenia przedmiotowe

5. FORMA I WARUNKI ZALICZENIA PRZEDMIOTU

Prowadzenie dziennika praktyk.

Ocena opiekuna z ramienia zakładu w dzienniczku praktyk.

Przedłożenie sprawozdania z zakresu działalności zakładu pracy/organizacji w której realizowana jest praktyka zawodowa.

Ocena podsumowująca jest wystawiana przez opiekuna praktyk z ramienia uczelni na podstawie sprawozdania, systematycznego wypełniania dziennika praktyk, opinii końcowej opiekuna praktyk z ramienia zakładu oraz kontroli praktyk.

6. TREŚCI PROGRAMOWE

	Zapoznanie się: - ze strukturą organizacyjną podmiotu gospodarczego, - z wpływem otoczenia na funkcjonowanie podmiotu gospodarczego, - z zasadami funkcjonowania podmiotu gospodarczego, - z metodami badań zachowań klientów, - z komponowaniem oferty pod potrzeby klientów, - z kształtowaniem polityki cenowej, dystrybucyjnej i komunikacji marketingowej, - z obiegiem dokumentów, ich wypełniania i prowadzenia ewidencji, - samodzielne tworzenie programów marketingowych - poznanie zasad kontaktu z klientami Kształtowanie umiejętności w zakresie:
--	---

	- zarządzania przedsiębiorstwem w e-biznesie, zastosowania instrumentów marketingowych w sieci, konstruowania strategii przedsiębiorstw w sieci, zastosowania prawa w e-biznesie, logistyki i organizacji pracy w przedsiębiorstwie. - projektowania strategii promocji w przestrzeni wirtualnej, realizacji badań marketingowych w sieci, analizy zachowań nabywców w sieci, tworzenia stron internetowych dla podmiotów gospodarczych, pozycjonowania stron internetowych, prowadzenia controllingu w zakresie skuteczności promocji
--	--

7. METODY (SPOSOBY) WERYFIKACJI I OCENY EFEKTÓW UCZENIA SIĘ OSIĄGNIĘTYCH PRZEZ STUDENTA

Efekt uczenia się	Forma oceny		
	Dziennik praktyk	Opinia opiekuna praktyk	Sprawozdanie
W1	x	x	x
W2	x	x	x
W3	x	x	x
U1	x	x	x
U2	x	x	x
U3	x	x	x
U4	x	x	x
U5	x	x	x
U6	x	x	x
U7	x	x	x
U8	x	x	x
U9	x	x	x
K1	x	x	x
K2	x	x	x
K3	x	x	x

8. LITERATURA

Literatura podstawowa	Pawłowska M.: Jedna kampania do wolności: jak stworzyć produkt online, pozyskać klientów i żyć na własnych warunkach. Wydawnictwo Helion, Gliwice 2018
Literatura uzupełniająca	Butkiewicz M., Gralczyk A., Marcyński K.: Wirtualne targowisko: o reklamie, marketingu i promowaniu się w Internecie. Tom 1 i 2. Dom Wydawniczy Elipsa, Warszawa 2017

9. NAKŁAD PRACY STUDENTA – BILANS GODZIN I PUNKTÓW ECTS

Aktywność studenta	Obciążenie studenta – liczba godzin*
--------------------	--------------------------------------

Praca w kontakcie z opiekunem praktyk	Odbywanie praktyki w zakładzie	600
Praca własna studenta	Praca samodzielna - m. in.: obserwacja, wykonywanie zadań powierzonych przez zakładowego opiekuna praktyk	360
Łączny nakład pracy studenta		960
Liczba punktów ECTS		32

* ostateczna liczba punktów ECTS