

<b>Nazwa zajęć:</b> Praktyka zawodowa						Practice	
<b>Kierunek:</b> Zarządzanie						<b>Obowiązuje od roku ak.</b> 2019/2020	
<b>Poziom:</b> I st. licencjacki			<b>Profil:</b> Praktyczny		<b>Grupa zajęć:</b> Wynikająca z organizacji studiów		
<b>Semestr:</b> 6		<b>Forma zaliczenia:</b> z - zaliczenie bez oceny		<b>Punkty ECTS:</b> 24		<b>Zajęcia do wyboru:</b> Tak	
						<b>Język zajęć:</b> polski	
Forma zajęć i liczba godzin na studiach stacjonarnych i niestacjonarnych:							
<b>Praktyka/obóz</b> 4 miesiące / 4 miesiące						<b>Suma godzin:</b> 0 / 0	
<b>Specjalność:</b> Marketingowe zarządzanie firmą							
<b>Nazwiska osób odpowiedzialnych za zajęcia:</b> dr Rafał Borkowski							
<b>Opis zajęć:</b> Praktyki studenckie mają za zadanie umożliwić studentom zdobycie doświadczeń i kształcenie umiejętności w zakresie funkcjonowania podmiotu gospodarczego lub jednostki organizacyjnej. W toku praktyki studenci realizują zadania wymagające uprzedniego przygotowania w ramach wykładów i ćwiczeń. Praktyki umożliwiają studentom podejmowanie roli specjalistów lub menedżerów w organizacji i wykorzystanie nabytej podczas studiów wiedzy i umiejętności w praktyce.							
<b>Cele dydaktyczne:</b>							
Weryfikacja w praktyce zdobytej wiedzy i nabytych podczas studiów umiejętności w zakresie zarządzania poprzez realizację zadań zleconych przez pracodawcę w określonych obszarach funkcjonowania podmiotów gospodarczych i jednostek organizacyjnych działających na rynku.							
Pogłębianie wiedzy przekazywanej w toku studiów, konfrontowanie jej z pracą zawodową oraz nabywanie przez studentów doświadczeń związanych z zarządzaniem podmiotem gospodarczym lub jednostką organizacyjną.							
Rozwijanie umiejętności studentów w organizowaniu pracy własnej oraz pracy zespołowej, efektywnego zarządzania czasem, punktualności, aktywności oraz profesjonalizmu w miejscu pracy.							
Poszerzanie kompetencji społecznych poprzez kształtowanie odpowiedzialności za powierzone zadania, wyzwalanie kreatywności w sytuacjach problemowych oraz zrozumienie potrzeby samokształcenia na stanowisku pracy.							
<b>Metody dydaktyczne:</b>						<b>Metody oceniania:</b>	
MP1	objaśnienie					MO1	praca pisemna
MP2	studium przypadku						
MP3	praca ze źródłem drukowanym						
MC1	ćwiczenie praktyczne						
MS1	metoda sytuacyjna						
MS2	metoda badawcza						

## Praktyka/obóz

PO1	Zapoznanie się z regulaminem pracy, przepisami BHP i tajemnicą służbowej.
PO2	Zapoznanie się z zakresem działań firmy, ze statutem, strategią, planami rozwoju, strukturą organizacyjną itp.
PO3	Zapoznanie się z procesem uruchamiania, realizowania i zamykania projektów (zadań) oraz funkcjonowaniem zespołów zadaniowych i projektowych.
PO4	Zapoznanie się z dokumentacją związaną z zarządzaniem jakością w zakładzie pracy (polityka jakości, księga jakości, procedury itp.).
PO5	Pomoc w identyfikowaniu możliwości pozyskania środków zewnętrznych na rozwój organizacji.
PO6	Zapoznanie z zasadami organizacji, obiegu dokumentów i funkcjonowania komórki/stanowiska zajmującego się marketingiem.
PO7	Zapoznanie się z profilem nabywców i ich wymaganiami w realizacji usług/produktów.
PO8	Zapoznanie się z zasadami obsługi klienta w tym podtrzymywania kontaktów z klientami.
PO9	Zapoznanie się i obsługa wybranych narzędzi informatycznych stosowanych w obszarze marketingu
PO10	Wsparcie w projektowaniu i wdrażaniu działań marketingowych oraz ocenie skuteczności ich działań.
PO11	Współudział w projektowaniu narzędzi usprawniających komunikację marketingową w firmie.
PO12	Współudział w przygotowaniu zestawień poniesionych kosztów w ramach obszaru marketingowego podmiotu gospodarczego/jednostki organizacyjnej

## Literatura podstawowa

1 Uczelniany Regulamin Studenckich Praktyk Zawodowych obowiązujący w Szkole Wyższej im. Pawła Włodkowica w Płocku
---

## Literatura uzupełniająca

1 R. Germinet, Przygotowanie do niepewnego, Oficyna Wydawnicza Politechniki Warszawskiej, Warszawa 1999
---

## Źródła dodatkowe

1 Wewnętrzne akty prawne, normy i procedury specyficzne dla podmiotu, w którym realizowana jest praktyka.
---

## Warunki zaliczenia

Warunkiem zaliczenia praktyki jest złożenie poprawnie wypełnionego dziennika praktyk zawierającego potwierdzenie przez opiekuna praktyki uzyskania efektów uczenia się. Wyjątek stanowią studenci, którzy wystąpią z podaniem o zaliczenie praktyki w całości na podstawie wykonywanej pracy zawodowej. Muszą oni wówczas przedstawić inne dokumenty potwierdzające uzyskanie przypisanych do przedmiotu efektów uczenia się.

## Przykłady pytań zaliczeniowych

## Obciążenie pracą studenta

*Studia stacjonarne/niestacjonarne*

Forma pracy studenta	Praktyka/obóz						Suma	
Zajęcia z bezpośrednim udziałem nauczyciela	640 g	640 g					640 g	640 g
Zapoznanie się z literaturą przedmiotu								
Przygotowanie się do zajęć								
Przygotowanie się do kolokwium								
Realizacja zadanych ćwiczeń i zadań								
Przygotowanie sprawozdania z ćwiczeń								

Przygotowanie projektu / pracy								
Przygotowanie się i udział w egzaminie								
	640 g	640 g					640 g	640 g

<b>Efekty uczenia się</b>	<b>KEK</b>	<b>Treści kształcenia</b>	<b>Metody dydaktyczne</b>	<b>M. oceniania</b>
Zna główne obszary funkcjonalne przedsiębiorstwa/organizacji oraz relacje między nimi; posiada wiedzę na temat wewnętrznych i zewnętrznych uwarunkowań jego/jej działania (m.in. rynkowe, społeczne, prawne - regulaminy, przepisy RODO, przepisy BHP)	K_W02	PO1-PO12	MP1-MP3, MC1, MS1, MS2	MO1
Ma wiedzę na temat systemu zarządzania oraz zna narzędzia informatyczne wspomagające zarządzanie obszarem przedsiębiorstwa/organizacji związanym z marketingiem.	K_W03	PO1-PO12	MP1-MP3, MC1, MS1, MS2	MO1
Zna i rozumie cele, misję i główne wartości, formę organizacyjno-prawną, strukturę organizacyjną, charakter i profil działalności oraz zakres działania przedsiębiorstwa/organizacji.	K_W04	PO1-PO12	MP1-MP3, MC1, MS1, MS2	MO1
Potrafi wykorzystać wiedzę z zakresu zarządzania do realizacji zadań powierzonych przez pracodawcę, ze szczególnym uwzględnieniem zadań związanych z zarządzaniem marketingowym.	K_U01	PO1-PO12	MP1-MP3, MC1, MS1, MS2	MO1
Umie prawidłowo dobierać informacje, logicznie wyciągać wnioski oraz interpretować dane pozyskane z różnych źródeł do rozwiązania problemów z zakresu zarządzania, ze szczególnym uwzględnieniem problemów związanych z zarządzaniem marketingowym	K_U02	PO1-PO12	MP1-MP3, MC1, MS1, MS2	MO1
Potrafi rozpoznawać, diagnozować, i rozwiązywać problemy, wykorzystując w praktyce wiedzę z zakresu marketingu.	K_U05	PO1-PO12	MP1-MP3, MC1, MS1, MS2	MO1

Potrafi posługiwać się wybranymi normami prawnymi i zawodowymi w realizowaniu zadań powierzonych przez pracodawcę, w szczególności zadań z zakresu marketingu.	K_U06	PO1-PO12	MP1-MP3, MC1, MS1, MS2	MO1
Potrafi komunikować się w środowisku zawodowym z wykorzystaniem technologii informacyjno-komunikacyjnych.	K_U07	PO1-PO12	MP1-MP3, MC1, MS1, MS2	MO1
Przejawia aktywność pracując w zespołach zadaniowych/projektowych w tym potrafi rozpoznawać, diagnozować i przedstawiać rozwiązania dla napotkanych problemów.	K_U12	PO1-PO12	MP1-MP3, MC1, MS1, MS2	MO1
Rozumie potrzebę ciągłego doskonalenia się i rozwoju, a w przypadku napotkanych trudności jest skłonny do zasięgnięcia opinii ekspertów - w szczególności specjalistów ds. marketingu	K_K02	PO1-PO12	MP1-MP3, MC1, MS1, MS2	MO1
Identyfikuje znamiona profesjonalizmu w zarządzaniu tj. aktywność, przedsiębiorczość i kreatywność w działaniu	K_K03	PO1-PO12	MP1-MP3, MC1, MS1, MS2	MO1
Wykazuje aktywną postawę oraz odpowiedzialność za pracę własną i innych członków zespołu.	K_K04	PO1-PO12	MP1-MP3, MC1, MS1, MS2	MO1
Docenia poczucie odpowiedzialności za rezultaty podejmowanych decyzji.	K_K07	PO1-PO12	MP1-MP3, MC1, MS1, MS2	MO1
W trakcie realizacji praktyki respektuje obowiązujące zasady etyczne i prawne, wynikające z uregulowań zewnętrznych i wewnętrznych przedsiębiorstwa/organizacji.	K_K08	PO1-PO12	MP1-MP3, MC1, MS1, MS2	MO1