

Staropolska Szkoła Wyższa w Kielcach



REGULAMIN STUDENCKICH PRAKTYK ZAWODOWYCH

**Marketing i biznes elektroniczny
profil praktyczny**

**REGULAMIN STUDENCKICH PRAKTYK ZAWODOWYCH
NA KIERUNKU „MARKETING I BIZNES ELEKTRONICZNY”
STAROPOLSKIEJ SZKOŁY WYŻSZEJ W KIELCACH**

**§ 1
Zasady ogólne**

Praktyki zawodowe stanowią integralną część kształcenia Studentów Staropolskiej Szkoły Wyższej w Kielcach wynikającą z programu nauczania i planu studiów. Do odbycia praktyk zobowiązani są studenci studiów stacjonarnych i niestacjonarnych. Opiekę nad studentem odbywającym praktyki zawodowe sprawują:

- z ramienia Uczelni – Opiekun praktyk zawodowych dalej zwany instytutowym Koordynatorem ds. praktyk zawodowych wskazany przez Dyrektora Instytutu Ekonomii,
- z ramienia Organizacji/Instytucji przyjmującej na praktyki - Opiekun praktyk zawodowych wskazany przez Kierownika Organizacji/Instytucji, zaakceptowany przez Uczelnię w wyniku wcześniejszej przeprowadzonej weryfikacji i oceny kompetencji zawodowych z zakresu kierunku Marketing i biznes elektroniczny.

**§ 2
Cele praktyk zawodowych**

Głównym celem praktyk zawodowych jest wykorzystanie przez studentów wiedzy, umiejętności i kompetencji (w tym społecznych) zdobytych w trakcie studiów w rzeczywistych warunkach pracy zawodowej oraz poznanie zadań, cech, form, organizacji, metod i wyników pracy wybranej przez studenta Organizacji/Instytucji, a także poznanie jej środowiskowych uwarunkowań. Cele szczegółowe praktyk zawodowych to:

1. kształtowanie umiejętności niezbędnych w przyszłej pracy zawodowej, w tym m.in. umiejętności: organizacyjnych, analitycznych, pracy w zespole, nawiązywania kontaktów, prowadzenia dyskusji, a także przygotowanie studenta do samodzielności i odpowiedzialności za powierzone mu zadania,
2. połączenie wiedzy/teorii wyniesionej z zajęć ogólnych, kierunkowych i specjalnościowych w Uczelni z praktyką w konkretnych warunkach realnego działania Organizacji/Instytucji sektora właściwego dla kierunku Marketing i biznes elektroniczny lub innej Organizacji/Instytucji zatrudniającej między innymi pracowników o specjalnościach zgodnych z profilem kształcenia na kierunku Marketing i biznes elektroniczny i umożliwiającej realizację zakładanych dla praktyk zawodowych efektów uczenia się,
3. zapoznanie się z Organizacją/Instytucją i specyfiką pracy zawodowej zgodnie z profilem wybranej przez studenta specjalności,
4. kształtowanie u studentów odpowiednich postaw i motywacji niezbędnych do podjęcia pracy w środowisku zawodowym związanych ze kierunkiem Marketing i biznes elektroniczny i wybraną specjalnością,

5. umożliwienie studentom rozwijania kwalifikacji i kompetencji poprzez pobudzenie inwencji, własnej inicjatywy i samorealizacji, jako formy ciągłego doskonalenia warsztatu zawodowego,
6. umożliwienie studentom poznania potencjalnego miejsca pracy i środowiska zawodowego, w którym w przyszłości mogą wykonywać określone dla swojego wykształcenia zadania.

§ 3

Podstawowe zadania i obowiązki studenta

1. Student przed przystąpieniem do praktyk zawodowych powinien zapoznać się z efektami uczenia się określonymi w sylabusie praktyk zawodowych.
2. Student wykonuje podczas praktyk zawodowych zadania na rzecz instytucji przyjmującej go na praktyki, uzgodnione z Opiekunem praktyk z jednostki przyjmującej.
3. W trakcie odbywania praktyk zawodowych student powinien:
 - 1) zapoznać się z organizacją pracy oraz celami i zadaniami Organizacji/Instytucji/Placówki, w której odbywa się praktyka,
 - 2) zapoznać się z procesami, technologiami, rozwiązaniami informatycznymi stosowanymi w Organizacji/Instytucji oraz poznać zasady realizacji zadań z zakresu danego kierunku studiów,
 - 3) zapoznać się z zasadami funkcjonowania i stosowanymi w Organizacji/Instytucji metodami, formami i środkami pracy,
 - 4) współdziałać z pracownikami Organizacji/Instytucji oraz współtworzyć z nimi dobrą atmosferę pracy,
 - 5) wyrabiać nawyki właściwej kultury pracy zespołowej i przygotowywać się do samodzielnego podejmowania decyzji,
 - 6) wyrabiać poczucie odpowiedzialności za wykonywaną pracę i podejmowane decyzje,
 - 7) aktywnie uczestniczyć w funkcjonowaniu organizacji/instytucji i wykonywać merytoryczne polecenia Opiekuna praktyk z ramienia jednostki przyjmującej,
 - 8) systematycznie prowadzić dokumentację przebiegu praktyk w dzienniczku praktyk (załącznik nr 1),
 - 9) samodzielnie wykonywać zadania zaplanowane w programie praktyk oraz powierzone przez Opiekuna praktyk z ramienia Organizacji/Instytucji przyjmującej,
 - 10) obserwować organizację/instytucję/placówkę i stosowane w niej zasady pracy,
 - 11) asystować Opiekunowi praktyk (lub innemu wyznaczonemu pracownikowi) podczas wykonywania zadań zawodowych i wspólnie z nim lub samodzielnie realizować powierzone zadania zgodnie z zaleceniami Opiekuna,
 - 12) uczestniczyć w realizacji zadań zgodnie z nabytymi kompetencjami, pod nadzorem Opiekuna praktyk z ramienia Instytucji, w której student odbywa praktyki,
 - 13) brać udział w pracach zespołowych, wykonując zadania powierzone przez Opiekuna praktyk lub wskazanego przez Opiekuna pracownika.
4. Student po odbyciu praktyki zawodowej, może wyrazić swoją opinię na temat praktyki/miejsca praktyk poprzez uzupełnienie kwestionariusza dotyczącego oceny praktyk zawodowych (załącznik nr 4).

§ 4

Zadania Organizacji/Instytucji przyjmującej

1. Organizacja/Instytucja przyjmująca studenta do odbycia praktyk zawodowych zobowiązuje się do przydzielenia studentowi Opiekuna praktyk.
2. Opiekun praktyk z ramienia Organizacji/Instytucji przyjmującej ma obowiązek zapoznać się z sylabusem praktyk, w tym m.in. z efektami uczenia się przewidzianymi do realizacji w ramach praktyk zawodowych.
3. Do zadań Opiekuna praktyk z ramienia Organizacji/Instytucji/Placówki przyjmującej należy:
 - zapoznanie studenta z efektami uczenia się określonymi w sylabusie dla praktyk zawodowych z odniesieniem do działalności i zadań realizowanych w Organizacji / Instytucji,
 - zatwierdzenie przedstawionego przez studenta planu praktyk,
 - zapoznanie studenta z zakresem prowadzonej działalności,
 - udostępnienie niezbędnych narzędzi i materiałów do wykonania zadań,
 - wspomaganie w tworzeniu dobrego klimatu pracy i właściwych relacji w miejscu odbywania praktyki,
 - sprawowanie opieki merytorycznej nad studentem w trakcie realizacji praktyk,
 - konsultowanie ze studentem wykonywanych przez niego zadań, w tym prowadzenie nadzoru merytorycznego,
 - potwierdzenie w oświadczeniu (załącznik nr 2) osiągnięcia przez studenta zakładanych efektów uczenia się.

§ 5

Organizacja praktyk zawodowych

1. Praktyki zawodowe mogą być odbywane w wybranej przez studenta Organizacji/Instytucji/Placówce zatrudniającej między innymi pracowników o specjalnościach zgodnych z profilem kształcenia na kierunku Marketing i biznes elektroniczny w kraju lub za granicą, które zostały zweryfikowane przez Uczelnię z uwagi na profil działania umożliwiający studentowi zrealizowanie celów opisanych w § 2 i założonych dla praktyk efektów uczenia się. Wykaz tych Organizacji/Instytucji/Placówek prowadzony jest przez Dyrektora Instytutu Ekonomii.
2. Weryfikację Organizacji/Instytucji/Placówki przeprowadza Koordynator ds. praktyk zawodowych w porozumieniu z Dyrektorem Instytutu Ekonomii lub z Pełnomocnikiem Rektora ds. praktyk zawodowych (załącznik nr 11).
3. Porozumienie z Organizacją/Instytucją/Placówką gwarantujące przyjęcie określonej liczby studentów na studencką praktykę zawodową zwiiera Rektor Staropolskiej Szkoły Wyższej w Kielcach lub osoba wskazana przez Rektora (załącznik nr 12).
4. Student może samodzielnie wskazać Organizację/Instytucję/Placówkę, w której chce odbywać praktyki zawodowe pod warunkiem jej zaakceptowania przez osobę

upoważnioną na Uczelni (załącznik nr 5) – Koordynatora ds. praktyk zawodowych na kierunku Marketing i biznes elektroniczny.

5. Wskazane jest, aby praktyki zawodowe odbywały się pod kierownictwem/nadzorem Opiekuna (pracownika Instytucji przyjmującej) posiadającego wykształcenie minimum wyższe zawodowe oraz co najmniej 3 letnie doświadczenie zawodowe.
6. Studenci mają obowiązek:
 - 1) zgłoszenia się do Koordynatora ds. praktyk zawodowych celem odebrania Regulaminu i innych niezbędnych do odbywania praktyki dokumentów,
 - 2) zgłoszenia się do Dyrekcji Organizacji/Instytucji przyjmującej studenta na praktyki oraz skontaktowania się z Opiekunem praktyk z ramienia Instytucji przyjmującej (dostatecznie wcześniej przed rozpoczęciem praktyk zawodowych) w celu ustalenia dokładnego przebiegu i organizacji praktyk zawodowych.
7. Semestry, na których są realizowane praktyki zawodowe określa plan i program studiów dla kierunku Marketing i biznes elektroniczny. Powinny one stanowić odpowiednio: załącznik numer 6 (karta przedmiotu praktyk zawodowych) oraz załącznik numer 7 (wymiar praktyk) regulaminów poszczególnych kierunków studiów.

§ 6

Zaliczenie praktyk zawodowych

1. Warunkiem zaliczenia praktyk zawodowych jest osiągnięcie założonych efektów uczenia się, udokumentowane przez studenta w postaci raportu specyfikującego przebieg praktyk i potwierdzone wpisem w dzienniczku (załącznik nr 1) i na przeznaczonym do tego celu oświadczeniu (załącznik nr 2), dokonany przez Opiekuna praktyk wyznaczonego do opieki nad studentem z ramienia Organizacji/Instytucji przyjmującej na praktyki zawodowe oraz przez Koordynatora ds. praktyk zawodowych.
2. Realizacja praktyk podlega monitorowaniu ze strony Koordynatora ds. praktyk zawodowych, np. poprzez hospitację (załącznik nr 3). Odsetek monitorowanych praktyk w ramach rocznej realizacji praktyk zawodowych nie powinien być mniejszy niż 35% grupy studentów.
3. Ostateczną decyzję w sprawie zaliczenia praktyk zawodowych podejmuje Koordynator ds. praktyk zawodowych, w oparciu o przedstawioną przez Studenta dokumentację z odbytej praktyki zawodowej, oceny sporządzonej przez Opiekuna praktyk z ramienia Organizacji/Instytucji oraz na podstawie zaliczenia ustnego przeprowadzonego przez Koordynatora ds. praktyk zawodowych.
4. Zaliczenie praktyk studenckich odbywa się zgodnie z programem studiów danego kierunku na podstawie zaliczenia ustnego przeprowadzonego przez Koordynatora ds. praktyk zawodowych.
5. Od decyzji, o której mowa w ust. 4, przysługuje odwołanie do Dyrektora Instytutu Ekonomii.

§ 7

Podmioty umowy i stosowane definicje

1. Użyte w Regulaminie określenia oznaczają:
 - Uczelnia – Staropolska Szkoła Wyższa w Kielcach,
 - Praktyki – studenckie praktyki zawodowe.
2. Za sprawy organizacyjne studenckich praktyk zawodowych odpowiada Studenckie Biuro Karier.



DZIENNICZEK PRAKTYK ZAWODOWYCH

Imię	
Nazwisko	
Numer albumu	
Kierunek studiów	
Miejsce praktyk	
Termin odbycia praktyk	
Opinia Opiekuna praktyk z ramienia Instytucji	

ZAKŁADANE EFEKTY UCZENIA SIĘ

Wiedza:	
Umiejętności:	
Kompetencje społeczne:	

Realizacja praktyk zawodowych wraz z weryfikacją efektów uczenia się

Lp.	Data	Wykonywane czynności	Osiągnięte efekty

.....
(podpis Opiekuna praktyk z ramienia Instytucji)

.....
(podpis Koordynatora ds. praktyk zawodowych)

*Załącznik nr 2 – Oświadczenie dotyczące potwierdzenia osiągnięcia
zakładanych efektów uczenia się dla praktyk zawodowych*



**POTWIERDZENIE OSIĄGNIĘCIA ZAKŁADANYCH EFEKTÓW UCZENIA SIĘ
DLA PRAKTYK ZAWODOWYCH**

Potwierdzam, iż student/studentka, rok studiów:,
(nazwisko i imię, nr albumu)
kierunek:, specjalność:

odbywał/odbywała praktyki zawodowe w okresie w
..... i podczas praktyk osiągnął/osiągnęła
zakładane efekty uczenia się określone w sylabusie zajęć.

Tab. 1 *Wypełnia Opiekun praktyk z ramienia Instytucji*

Ocena pracy studenta (skala od 1 do 5)	1	2	3	4	5
Wykorzystanie posiadanej wiedzy w praktyce oraz przygotowanie merytoryczne do praktyki					
Systematyczność					
Organizacja pracy					
Samodzielność					
Terminowość wykonywania zadań					
Zaangażowanie					
Kreatywność					
Umiejętność pracy w zespole					
Skłonność do poszukiwania kompromisów w zakresie zakładanych celów					
Inne					

Tab. 2 *Wypełnia Koordynator ds. praktyk zawodowych na podstawie przedstawionej przez studenta dokumentacji przebiegu praktyk zawodowych, potwierdzonej przez Opiekuna praktyk z ramienia Instytucji.*

EFEKTY Z ZAKRESU:	Realizacja efektów	
	TAK	NIE
Wiedzy:		
Umiejętności:		
Kompetencji społecznych:		

.....
(podpis Opiekuna praktyk z ramienia Instytucji)

.....
(podpis Koordynatora ds. praktyk zawodowych)



HOSPITACJA SPOSOBU REALIZACJI PRAKTYKI ZAWODOWEJ

Data hospitacji:	
Imię i nazwisko studenta hospitowanego:	
Kierunek studiów, rok:	
Nr albumu:	
Miejsce odbywania praktyki:	
Imię i nazwisko hospitującego:	

Tab. 1 Wypełnia osoba hospitująca (Koordynator ds. praktyk zawodowych):

Organizacja praktyk			
Lp.	Pytania	Tak	Nie
1	Czy punktualnie rozpoczyna praktykę zawodową?		
2	Czy sprawdzono obecność?		
3	Czy tempo pracy było odpowiednie i czy realizowane były w terminie określone zadania?		
4	Czy Opiekun z ramienia Instytucji umiał nawiązać kontakt ze studentem?		
5	Czy Opiekun z ramienia Instytucji był gotowy do udzielania wyjaśnień?		
6	Czy jasno formułowano zadania do wykonania?		
7	Czy student jest zainteresowany i zmotywowany do pracy w danej instytucji?		

Tab. 2 Wypełnia osoba hospitująca (Koordynator ds. praktyk zawodowych):

Ocena merytoryczna						
Lp.	Pytania	1	2	3	4	5
1	W jakim stopniu czynności realizowane podczas praktyki dostosowane są do możliwości studenta ?					
2	W jakim stopniu student był zaangażowany w prace na rzecz organizacji ?					
3	W jakim stopniu wykonywane zadania umożliwiały osiągnięcie efektów uczenia się przewidzianych w programie kształcenia/sylabusie?					
4	W jakim stopniu praktyka umożliwia doskonalenie umiejętności zawodowych?					
5	W jakim stopniu student samodzielnie / zespołowo zdobywa doświadczenia w wykonywaniu obowiązków zawodowych?					
6	Ocena organizacji pracy podczas praktyki.					

UWAGI KOORDYNATORA DS. PRAKTYK ZAWODOWYCH:

--

UWAGI OPIEKUNA PRAKTYK Z RAMIENIA INSTYTUCJI:

--

.....
(podpis Opiekuna praktyk z ramienia Instytucji)

.....
(podpis Koordynatora ds. praktyk zawodowych)

KWESTIONARIUSZ OCENY MIEJSCA REALIZACJI PRAKTYK ZAWODOWYCH

IMIĘ I NAZWISKO STUDENTA:	
KIERUNEK STUDIÓW:	
STOPIEŃ STUDIÓW:	TRYB STUDIÓW:
TERMIN REALIZACJI PRAKTYKI:	
MIEJSCE ODBYWANIA PRAKTYKI:	

DRODZY STUDENCI, OCEŃCIE SWOJE PRAKTYKI ZAWODOWE!

W trosce o zapewnienie wysokiej jakości kształcenia, pragniemy zaprosić Was do współpracy przy badaniu ewaluacyjnym i poznać Wasze opinie dotyczące odbytych praktyk zawodowych. Prosimy o rzetelne wypełnienie kwestionariusza.

I. Oceń poszczególne elementy praktyki zawodowej, w skali 1-5, gdzie **1 jest oceną najgorszą a 5 – najlepszą.**

Lp.	Pytania	1	2	3	4	5
1.	Czy miejsce odbywania praktyk spełniło Pani/Pana oczekiwania?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.	Czy miejsce odbywania praktyk pozwoliło Pani/Panu podnieść kompetencje zawodowe?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4.	Czy w trakcie praktyki powierzone Pani/Panu zadania były zgodne z zadaniami wynikającymi z programu/regulaminu praktyki?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5.	W jakim stopniu praktyka umożliwiła Pani/Panu osiągnięcie zakładanych efektów uczenia się (wiedza, umiejętności, kompetencje społeczne) w programie kształcenia?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6.	Czy dzięki praktykom zdobył/a Pan/i nowe umiejętności przydatne w późniejszej pracy zawodowej?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7.	Jak ocenia Pani/Pan współpracę z opiekunem praktyki z ramienia wybranej instytucji?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8.	Jak ocenia Pani/Pan zdolność prowadzącego do nawiązywania kontaktu ze studentem?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9.	Czy atmosfera pracy sprzyjała wykonywaniu przez Panią/Pana obowiązków?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>



Akceptacja miejsca odbywania praktyk

Imię i nazwisko	
Nr albumu	
Kierunek, rok i specjalność studiów	
Proponowane miejsce odbywania praktyk <ul style="list-style-type: none">• Nazwa zakładu• Adres zakładu	
Charakterystyka proponowanego miejsca odbywania praktyk <ul style="list-style-type: none">• zakres wykonywanej działalności• liczba zatrudnionych osób• struktura wykształcenia pracowników• informacje na temat sprzętu/programów którym dysponuje zakład pracy	
Akceptacja miejsca odbywania praktyk	
Data i podpis Koordynatora ds. praktyk zawodowych	



**STAROPOLSKA SZKOŁA WYŻSZA
w KIELCACH**

Nazwa przedmiotu: PRAKTYKA ZAWODOWA												
Jednostka prowadząca: INSTYTUT NAUK EKONOMICZNYCH												
Kierunek: MARKETING I BIZNES ELEKTRONICZNY												
Poziom kształcenia: STUDIA I STOPNIA												
Profil kształcenia: PRAKTYCZNY												
Język wykładowy: POLSKI												
Forma studiów: NIESTACJONARNE												
Semestr studiów: II												
Koordynator				Prowadzący				Moduł/Typ przedmiotu				
dr hab. Radosław Harabin, prof. StSW				Opiekun z ramienia Instytucji przyjmującej na praktyki				obowiązkowy				
Forma zajęć / Liczba godzin: 320						Forma zaliczenia		Liczba punktów ECTS ogółem: 13				
Wyk.	Ćw.	Warszt.	Lekt.	Sem.	Prakt.	ZAO	Wyk.	Ćw.	Warszt.	Lekt.	Sem.	Prakt.
					320							
Cel zajęć: Głównym celem praktyk na kierunku Marketing i biznes elektroniczny jest umożliwienie studentom poszerzenia wiedzy i umiejętności zdobytych w trakcie studiów oraz nabycie nowych umiejętności poprzez praktyczne rozwiązywanie rzeczywistych zadań zawodowych. Do celów szczegółowych praktyki zawodowej można zaliczyć: <ul style="list-style-type: none"> • Obserwacyjne i asystenckie poznanie zasad funkcjonowania różnych instytucji i jednostek gospodarczych. • Obserwacyjne i asystenckie kształtowanie umiejętności niezbędnych w przyszłej pracy zawodowej, dotyczących między innymi umiejętności analitycznych, organizacyjnych, nawiązywania kontaktów, prowadzenia negocjacji, kształtowania właściwych postaw, a także przygotowania do samodzielności i odpowiedzialności za powierzone zadania. • Obserwacyjne i asystenckie poznanie struktury organizacyjnej przedsiębiorstwa (instytucji), w której odbywana jest praktyka, zasad organizacji pracy i podziału kompetencji, procedur, procesu planowania pracy, kontroli. • Obserwacyjne i asystenckie poznanie środowiska zawodowego, radzenia sobie w trudnych sytuacjach oraz rozwiązywanie realnych konfliktów zawodowych. • Obserwacyjne i asystenckie kształtowanie kultury zawodowej i organizacji pracy, odpowiadającej współczesnym tendencjom. • Stworzenie warunków aktywizacji zawodowej studenta oraz poznanie zasad funkcjonowania rynku pracy. • Poznanie własnych możliwości na rynku pracy i określenie predyspozycji do wykonywania zawodu. 												

Nr	EFEKTY UCZENIA SIĘ	Odniesienie do efektów właściwych dla kierunku studiów
w zakresie WIEDZY:		
01	Zna i rozumie zasady tworzenia i rozwoju podmiotów gospodarczych, form indywidualnej przedsiębiorczości i prowadzenia przedsięwzięć w dziedzinie specyficznej dla kierunku studiów	K_W01 K_W02
02	Zna i rozumie zasady prowadzenia skutecznej sprzedaży i bezpiecznych zakupów internetowych, zapoznanie się ze sposobami planowania kampanii promocyjnych, budowania przekazów promocyjnych, tworzenia narzędzi promocyjnych oraz doboru metod i kanałów kontaktu z rynkiem i potencjalnymi klientami	K_W05 K_W06
w zakresie UMIEJĘTNOŚCI:		
01	Posiada umiejętności w zakresie czynności handlowych i marketingowych, a także w zakresie obsługi klienta, właściwej prezentacji oferowanego towaru lub usługi, wykazuje pomysły, dotyczące ich promocji	K_U01 K_U02 K_U03
02	Posiada umiejętności, pozwalające na pracę w przedsiębiorstwach, organizacjach i instytucjach funkcjonujących w gospodarce rynkowej - przygotowanie się do swojej pracy oraz zaplanowanie i wykonanie różnorodnych zadań z obszaru promocji i komunikacji z rynkiem	K_U05 K_U08 K_U09
03	Potrafi przygotować dokumentację potwierdzającą podejmowane czynności z zakresu problematyki kierunkowej, potrafiąc merytorycznie uzasadniać treści w nich zawarte.	K_U12
w zakresie KOMPETENCJI SPOŁECZNYCH:		
01	Jest świadom konieczności etycznego działania w relacjach biznesowych, rozumie i stara się stosować zasadę ochrony własności przemysłowej i praw autorskich	K_K01 K_K03
02	Jest gotowy do podejmowania nowych wyzwań zawodowych, wykazuje inicjatywę w uzupełnianiu wiedzy i rozwiązywaniu i praktycznych problemów z obszaru komunikacji marketingowej	K_K05
03	Posiada rozwinięte kompetencje z zakresu komunikacji interpersonalnej w warunkach wirtualnych, identyfikuje i rozstrzyga dylematy związane z wykonywaniem prac w obszarze promocji i komunikacji z otoczeniem biznesowym	K_K02

Treści kształcenia:	<p>Indywidualny program praktyk ustala organizator praktyk z ramienia Uczelni wspólnie ze studentem w porozumieniu z instytucją w której będzie odbywana praktyka.</p> <p>Miejsca odbywania praktyk każdorazowo podlega ocenie przez opiekuna praktyk z ramienia Uczelni w formie pisemnej w celu weryfikacji możliwości osiągnięcia zakładanych efektów kształcenia.</p> <p>Studenci mogą odbyć praktykę zawodową w jednej z firm i instytucji z którą Uczelnia ma podpisane porozumienie bądź też wybrać miejsce praktyk samodzielnie. miejscem praktyk mogą być: podmioty gospodarcze i organizacje dowolnego typu, a w szczególności: banki komercyjne i instytucje sektora finansowego, agendy usług ubezpieczeniowych i funduszy emerytalnych, organy administracji lokalnej, samorządowej państwowej, placówki sektora handlowego, przedsiębiorstwa i organizacje sektora publicznego, agencje i organizacje stanowiące otoczenie instytucjonalne działalności gospodarczej, agencje reklamowe, konsultingowe, szkoleniowe, jednostki prowadzące działalność w skali ponadkrajowej, obsługujące handel i wymianę międzynarodową. W szczególnych przypadkach, po uzyskaniu pozytywnej opinii opiekuna praktyk z ramienia Uczelni, praktyki mogą zostać odbyte w innych podmiotach, o ile profil ich działalności jest zgodny ze specyfiką kierunku Finanse i rachunkowość i umożliwia realizację programu praktyk.</p> <p>W trakcie odbywania praktyk student powinien w szczególności:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. poznawać, oberwać i identyfikować sposoby działania organizacji i jej zarządzania. Zapoznawać się z głównym obszarem biznesu, w którym działa organizacja; z zakresem interesariuszy i ośrodkami decyzyjnymi, kształtującymi kierunki działania i rozwoju miejsca odbywania praktyk. 2. Poznawać organizacje i zadania komórek odpowiedzialnych za promocję i komunikację firmy z rynkiem.
----------------------------	--

	<ol style="list-style-type: none"> 3. Zapoznawać się z wewnętrznymi kanałami przepływu informacji w organizacji, szczególnie dotyczącymi komunikacji z klientami i sposobami zbierania informacji o klientach. 4. Poznawać specyfikę produktów lub usług jakie oferowane są przez organizację na rynku. Poznawać ścieżkę budowania ofert i treści jakie one muszą zawierać. 5. Zapoznawać się z organizacją pracy administracyjno-biurowej organizacji i wykorzystywanymi systemami informatycznymi; ze sposobami zbierania informacji na temat klientów, ich charakterystyk demograficznych, potrzeb, motywacji do podjęcia decyzji zakupu, sposobów mierzenia satysfakcji, treści jakich szukają w procesie podejmowania decyzji zakupu itp. 6. Zapoznawać się ze stosowanymi w organizacjach formami promocji i komunikacji z rynkiem, a także strategii sprzedażowych. 7. Zapoznawać się z przebiegiem procesu tworzenia strategii promocyjnej danych organizacji/przedsiębiorstw, zasad budżetowania działań promocyjnych oraz metodami wyznaczania i sprawdzania ich efektywności
--	--

Metody dydaktyczne:	Obserwacja i asystowanie w realizacji zadań pracowników, do których skierowany zostanie student oraz zadania zlecone przez opiekuna praktyk.
----------------------------	--

BILANS PUNKTÓW ECTS – NAKŁAD PRACY STUDENTA

Kategoria	Obciążenie studenta
Udział w ćwiczeniach W ZAJĘCIACH PRAKTYCZNYCH	320
Konsultacje/zaliczenie	5
Godziny razem:	325
Sumaryczna liczba punktów ECTS dla przedmiotu:	13
Liczba punktów ECTS przypadająca na zajęcia teoretyczne	
Liczba punktów ECTS przypadająca na zajęcia praktyczne	13

FORMY POMIARU EFEKTÓW UCZENIA SIĘ

Efekty uczenia się dla przedmiotu	Forma zaliczenia	Formy sprawdzenia				
	Egzamin/zal. z oc./zal.	Odpowiedź ustna	Prace kontrolne	Projekty	Aktywność w zakładzie pracy	Inne
W1	x				x	
W2	x				x	
U1	x				x	
U2	x				x	
U3	x	x				
K1	x				x	
K2	x				x	
K3	x				x	



**STAROPOLSKA SZKOŁA WYŻSZA
w KIELCACH**

Nazwa przedmiotu: PRAKTYKA ZAWODOWA												
Jednostka prowadząca: INSTYTUT NAUK EKONOMICZNYCH												
Kierunek: MARKETING I BIZNES ELEKTRONICZNY												
Specjalność:												
Poziom kształcenia: STUDIA I STOPNIA												
Profil kształcenia: PRAKTYCZNY												
Język wykładowy: POLSKI												
Forma studiów: NIESTACJONARNE												
Semestr studiów: IV												
Koordynator				Prowadzący				Moduł/Typ przedmiotu				
dr hab. Radosław Harabin, prof. StSW				Opiekun z ramienia Instytucji przyjmującej na praktyki				obowiązkowy				
Forma zajęć / Liczba godzin: 320						Forma zaliczenia		Liczba punktów ECTS ogółem: 13				
Wyk.	Ćw.	Warszt.	Lekt.	Sem.	Prakt.	ZAO	Wyk.	Ćw.	Warszt.	Lekt.	Sem.	Prakt.
					320							
Cel zajęć: Głównym celem praktyk na kierunku Marketing i biznes elektroniczny jest umożliwienie studentom poszerzenia wiedzy i umiejętności zdobytych w trakcie studiów oraz nabycie nowych umiejętności poprzez praktyczne rozwiązywanie rzeczywistych zadań zawodowych. Do celów szczegółowych praktyki zawodowej można zaliczyć: <ul style="list-style-type: none"> • Asystenckie i uczestniczące poznanie zasad funkcjonowania różnych instytucji i jednostek gospodarczych. • Asystenckie i uczestniczące kształtowanie umiejętności niezbędnych w przyszłej pracy zawodowej, dotyczących między innymi umiejętności analitycznych, organizacyjnych, nawiązywania kontaktów, prowadzenia negocjacji, kształtowania właściwych postaw, a także przygotowania do samodzielności i odpowiedzialności za powierzone zadania. • Asystenckie i uczestniczące poznanie struktury organizacyjnej przedsiębiorstwa (instytucji), w której odbywana jest praktyka, zasad organizacji pracy i podziału kompetencji, procedur, procesu planowania pracy, kontroli. • Asystenckie i uczestniczące poznanie środowiska zawodowego, radzenia sobie w trudnych sytuacjach oraz rozwiązywanie realnych konfliktów zawodowych. • Asystenckie i uczestniczące kształtowanie kultury zawodowej i organizacji pracy, odpowiadającej współczesnym tendencjom. • Stworzenie szerszego zakresu warunków aktywizacji zawodowej studenta oraz poznanie zasad funkcjonowania rynku pracy. • Głębsze poznanie własnych możliwości na rynku pracy i określenie predyspozycji do wykonywania zawodu. 												

Nr	EFEKTY UCZENIA SIĘ	Odniesienie do efektów właściwych dla kierunku studiów
w zakresie WIEDZY:		
01	Zna i rozumie zakres działalności organizacji w tym przedsiębiorstw, ze szczególnym uwzględnieniem aktywności w obszarze promocji i komunikacji z rynkiem i klientami	K_W01 K_W02
02	Zna i rozumie metody prowadzenia skutecznej sprzedaży i bezpieczeństwa transakcji internetowych, pozyskiwania i utrzymywania kontrahentów, współpracy z otoczeniem społeczno – gospodarczym, wdrażania kampanii promocyjnych, wykorzystania przekazów promocyjnych, stosowania narzędzi promocyjnych oraz metod i kanałów kontaktu z rynkiem i potencjalnymi klientami	K_W05 K_W06
w zakresie UMIEJĘTNOŚCI:		
01	Potrafi prowadzić czynności handlowe i marketingowe, opanowuje techniki negocjacyjne w zakresie współpracy z odbiorcami, a także dostawcami danej organizacji	K_U01 K_U02 K_U03 K_U10
02	Potrafi gromadzić i analizować dane dotyczące funkcjonowania przedsiębiorstwa względnie instytucji, w której odbywa praktykę, opanował umiejętność właściwego przygotowania dokumentów biurowych w danej organizacji	K_U08 K_U09 K_U11
03	Potrafi przygotować dokumentację potwierdzającą podejmowane czynności z zakresu problematyki kierunkowej, potrafiąc merytorycznie uzasadniać treści w nich zawarte.	K_U12
w zakresie KOMPETENCJI SPOŁECZNYCH:		
01	Jest świadom znaczenia społecznej odpowiedzialności biznesu i możliwości jej realizacji w ramach branży handlowej i marketingowej	K_K01
02	Współdziała i pracuje w grupie, przyjmując w niej różne role oraz określając priorytety działań własnych i współpracowników	K_K02
03	Jest świadomy dynamiki rozwoju branży IT i w tym kontekście ciągłego doszkalania się z zakresu nowych technologii	K_K05

Treści kształcenia:	<p>Indywidualny program praktyk ustala organizator praktyk z ramienia Uczelni wspólnie ze studentem w porozumieniu z instytucją w której będzie odbywana praktyka.</p> <p>Miejsca odbywania praktyk każdorazowo podlega ocenie przez opiekuna praktyk z ramienia Uczelni w formie pisemnej w celu weryfikacji możliwości osiągnięcia zakładanych efektów kształcenia.</p> <p>Studenci mogą odbyć praktykę zawodową w jednej z firm i instytucji z którą Uczelnia ma podpisane porozumienie bądź też wybrać miejsce praktyk samodzielnie. miejscem praktyk mogą być: podmioty gospodarcze i organizacje dowolnego typu, a w szczególności: banki komercyjne i instytucje sektora finansowego, agendy usług ubezpieczeniowych i funduszy emerytalnych, organy administracji lokalnej, samorządowej państwowej, placówki sektora handlowego, przedsiębiorstwa i organizacje sektora publicznego, agencje i organizacje stanowiące otoczenie instytucjonalne działalności gospodarczej, agencje reklamowe, konsultingowe, szkoleniowe, jednostki prowadzące działalność w skali ponadkrajowej, obsługujące handel i wymianę międzynarodową. W szczególnych przypadkach, po uzyskaniu pozytywnej opinii opiekuna praktyk z ramienia Uczelni, praktyki mogą zostać odbyte w innych podmiotach, o ile profil ich działalności jest zgodny ze specyfiką kierunku Finanse i rachunkowość i umożliwia realizację programu praktyk.</p> <p>W trakcie odbywania praktyk student powinien w szczególności:</p> <ol style="list-style-type: none"> 8. poznawać, odczuwać i identyfikować sposoby działania organizacji i jej zarządzania. Zapoznawać się z głównym obszarem biznesu, w którym działa organizacja; z zakresem interesariuszy i ośrodkami decyzyjnymi, kształtującymi kierunki działania i rozwoju miejsca odbywania praktyk. 9. Poznawać organizacje i zadania komórek odpowiedzialnych za promocję i komunikację firmy z rynkiem. 10. Zapoznawać się z wewnętrznymi kanałami przepływu informacji w organizacji, szczególnie dotyczącymi komunikacji z klientami i sposobami zbierania informacji o klientach.
----------------------------	---

	<p>11. Poznać specyfikę produktów lub usług jakie oferowane są przez organizację na rynku. Poznać ścieżkę budowania ofert i treści jakie one muszą zawierać.</p> <p>12. Zapoznać się z organizacją pracy administracyjno-biurowej organizacji i wykorzystywanymi systemami informatycznymi; ze sposobami zbierania informacji na temat klientów, ich charakterystyk demograficznych, potrzeb, motywacji do podjęcia decyzji zakupu, sposobów mierzenia satysfakcji, treści jakich szukają w procesie podejmowania decyzji zakupu itp.</p> <p>13. Zapoznać się ze stosowanymi w organizacjach formami promocji i komunikacji z rynkiem, a także strategii sprzedażowych.</p> <p>14. Zapoznać się z przebiegiem procesu tworzenia strategii promocyjnej danych organizacji/przedsiębiorstw, zasad budżetowania działań promocyjnych oraz metodami wyznaczania i sprawdzania ich efektywności</p>
--	--

Metody dydaktyczne:	Asystowanie i uczestniczenie w realizacji zadań pracowników, do których skierowany zostanie student oraz zadania zlecone przez opiekuna praktyk.
----------------------------	--

BILANS PUNKTÓW ECTS – NAKŁAD PRACY STUDENTA

Kategoria	Obciążenie studenta
Udział w ćwiczeniach W ZAJĘCIACH PRAKTYCZNYCH	320
Konsultacje/zaliczenie	5
Godziny razem:	325
Sumaryczna liczba punktów ECTS dla przedmiotu:	13
Liczba punktów ECTS przypadająca na zajęcia teoretyczne	
Liczba punktów ECTS przypadająca na zajęcia praktyczne	13

FORMY POMIARU EFEKTÓW UCZENIA SIĘ

Efekty uczenia się dla przedmiotu	Forma zaliczenia	Formy sprawdzenia				
	Egzamin/zal. z oc./zal.	Odpowiedź ustna	Prace kontrolne	Projekty	Aktywność w zakładzie pracy	Inne
W1	X				X	
W2	X				X	
U1	X				X	
U2	X				X	
U3	X	X				
K1	X				X	
K2	X				X	
K3	X				X	



**STAROPOLSKA SZKOŁA WYŻSZA
w KIELCACH**

Nazwa przedmiotu: PRAKTYKA ZAWODOWA												
Jednostka prowadząca: INSTYTUT NAUK EKONOMICZNYCH												
Kierunek: MARKETING I BIZNES ELEKTRONICZNY												
Specjalność: Marketing internetowy												
Poziom kształcenia: STUDIA I STOPNIA												
Profil kształcenia: PRAKTYCZNY												
Język wykładowy: POLSKI												
Forma studiów: NIESTACJONARNE												
Semestr studiów: VI												
Koordynator				Prowadzący				Moduł/Typ przedmiotu				
dr hab. Radosław Harabin, prof. StSW				Opiekun z ramienia Instytucji przyjmującej na praktyki				obowiązkowy				
Forma zajęć / Liczba godzin: 320						Forma zaliczenia		Liczba punktów ECTS ogółem: 13				
Wyk.	Ćw.	Warszt.	Lekt.	Sem.	Prakt.	ZAO	Wyk.	Ćw.	Warszt.	Lekt.	Sem.	Prakt.
					320							
Cel zajęć: Głównym celem praktyk na kierunku Marketing i biznes elektroniczny jest umożliwienie studentom poszerzenia wiedzy i umiejętności zdobytych w trakcie studiów oraz nabycie nowych umiejętności poprzez praktyczne rozwiązywanie rzeczywistych zadań zawodowych. Do celów szczegółowych praktyki zawodowej można zaliczyć: <ul style="list-style-type: none"> • Asystenckie, uczestniczące oraz specjalizacyjne poznanie zasad funkcjonowania różnych instytucji i jednostek gospodarczych. • Asystenckie, uczestniczące oraz specjalizacyjne kształtowanie umiejętności niezbędnych w przyszłej pracy zawodowej, dotyczących między innymi umiejętności analitycznych, organizacyjnych, nawiązywania kontaktów, prowadzenia negocjacji, kształtowania właściwych postaw, a także przygotowania do samodzielności i odpowiedzialności za powierzone zadania. • Asystenckie, uczestniczące oraz specjalizacyjne poznanie struktury organizacyjnej przedsiębiorstwa (instytucji), w której odbywana jest praktyka, zasad organizacji pracy i podziału kompetencji, procedur, procesu planowania pracy, kontroli. • Asystenckie, uczestniczące oraz specjalizacyjne poznanie środowiska zawodowego, radzenia sobie w trudnych sytuacjach oraz rozwiązywanie realnych konfliktów zawodowych. • Asystenckie, uczestniczące oraz specjalizacyjne kształtowanie kultury zawodowej i organizacji pracy, odpowiadającej współczesnym tendencjom. • Stworzenie szerokiego i specjalizacyjnego zakresu warunków aktywizacji zawodowej studenta oraz poznanie zasad funkcjonowania rynku pracy. • Głębsze i specjalizacyjne poznanie własnych możliwości na rynku pracy i określenie predyspozycji do wykonywania zawodu. 												

Nr	EFEKTY UCZENIA SIĘ	Odniesienie do efektów właściwych dla kierunku studiów
w zakresie WIEDZY:		
01	Zna i rozumie specyfikę działalności organizacji prywatnych lub publicznych w zakresie czynności marketingowych w sieci, ze szczególnym uwzględnieniem aktywności w obszarze e-commerce	K_W02 K_W06
02	Zna i rozumie metody, techniki prowadzenia, przygotowania i realizacji strategii marketingowych w sieci	K_W06
w zakresie UMIEJĘTNOŚCI:		
01	Potrafi prowadzić czynności marketingowe w sieci, stosuje techniki negocjacyjne z uwzględnieniem specyfiki wirtualnych relacji, stosuje metody pozyskiwania i zarządzania klientem internetowym	K_U02 K_U04 K_U09 K_U11
02	Potrafi gromadzić i analizować dane dotyczące funkcjonowania organizacji ze szczególnym uwzględnieniem danych dotyczących marketingu	K_U08 K_U09
03	Potrafi przygotować dokumentację potwierdzającą podejmowane czynności z zakresu problematyki kierunkowej i specjalnościowej, potrafiąc merytorycznie uzasadniać treści w nich zawarte.	K_U12
w zakresie KOMPETENCJI SPOŁECZNYCH:		
01	Jest świadom dylematów etycznych oraz konieczności prowadzenia działań w zakresie marketingu zgodnie z powszechnymi zasadami etycznymi	K_K01
02	Jest gotów do nawiązywania kontaktów interpersonalne w środowisku wirtualnym	K_K02
03	Jest gotów do korzystania z różnorodnych metod i technologii wykorzystywanych w marketingu internetowym	K_K05

Treści kształcenia:	<p>Indywidualny program praktyk ustala organizator praktyk z ramienia Uczelni wspólnie ze studentem w porozumieniu z instytucją w której będzie odbywana praktyka.</p> <p>Miejsca odbywania praktyk każdorazowo podlega ocenie przez opiekuna praktyk z ramienia Uczelni w formie pisemnej w celu weryfikacji możliwości osiągnięcia zakładanych efektów kształcenia.</p> <p>Studenci mogą odbyć praktykę zawodową w jednej z firm i instytucji z którą Uczelnia ma podpisane porozumienie bądź też wybrać miejsce praktyk samodzielnie. miejscem praktyk mogą być: podmioty gospodarcze i organizacje dowolnego typu, a w szczególności: banki komercyjne i instytucje sektora finansowego, agendy usług ubezpieczeniowych i funduszy emerytalnych, organy administracji lokalnej, samorządowej państwowej, placówki sektora handlowego, przedsiębiorstwa i organizacje sektora publicznego, agencje i organizacje stanowiące otoczenie instytucjonalne działalności gospodarczej, agencje reklamowe, konsultingowe, szkoleniowe, jednostki prowadzące działalność w skali ponadkrajowej, obsługujące handel i wymianę międzynarodową. W szczególnych przypadkach, po uzyskaniu pozytywnej opinii opiekuna praktyk z ramienia Uczelni, praktyki mogą zostać odbyte w innych podmiotach, o ile profil ich działalności jest zgodny ze specyfiką kierunku Finanse i rachunkowość i umożliwia realizację programu praktyk.</p> <p>W trakcie odbywania praktyk student powinien w szczególności:</p> <ol style="list-style-type: none"> 15. poznawać, oberwać i identyfikować sposoby działania organizacji i jej zarządzania. Zapoznawać się z głównym obszarem biznesu, w którym działa organizacja; z zakresem interesariuszy i ośrodkami decyzyjnymi, kształtującymi kierunki działania i rozwoju miejsca odbywania praktyk. 16. Poznawać organizacje i zadania komórek odpowiedzialnych za promocję i komunikację firmy z rynkiem. 17. Zapoznawać się z wewnętrznymi kanałami przepływu informacji w organizacji, szczególnie dotyczącymi komunikacji z klientami i sposobami zbierania informacji o klientach. 18. Poznawać specyfikę produktów lub usług jakie oferowane są przez organizację na rynku. Poznawać ścieżkę budowania ofert i treści jakie one muszą zawierać.
----------------------------	---

	<p>19. Zapoznawać się z organizacją pracy administracyjno-biurowej organizacji i wykorzystywanymi systemami informatycznymi; ze sposobami zbierania informacji na temat klientów, ich charakterystyk demograficznych, potrzeb, motywacji do podjęcia decyzji zakupu, sposobów mierzenia satysfakcji, treści jakich szukają w procesie podejmowania decyzji zakupu itp.</p> <p>20. Zapoznawać się ze stosowanymi w organizacjach formami promocji i komunikacji z rynkiem, a także strategii sprzedażowych.</p> <p>21. Zapoznawać się z przebiegiem procesu tworzenia strategii promocyjnej danych organizacji/przedsiębiorstw, zasad budżetowania działań promocyjnych oraz metodami wyznaczania i sprawdzania ich efektywności</p>
--	---

Metody dydaktyczne:	Asystowanie i uczestniczenie w realizacji zadań pracowników, do których skierowany zostanie student oraz zadania zlecone przez opiekuna praktyk.
----------------------------	--

BILANS PUNKTÓW ECTS – NAKŁAD PRACY STUDENTA

Kategoria	Obciążenie studenta
Udział w ćwiczeniach W ZAJĘCIACH PRAKTYCZNYCH	320
Konsultacje/zaliczenie	5
Godziny razem:	325
Sumaryczna liczba punktów ECTS dla przedmiotu:	13
Liczba punktów ECTS przypadająca na zajęcia teoretyczne	
Liczba punktów ECTS przypadająca na zajęcia praktyczne	13

FORMY POMIARU EFEKTÓW UCZENIA SIĘ

Efekty uczenia się dla przedmiotu	Forma zaliczenia	Formy sprawdzenia				
	Egzamin/zal. z oc./zal.	Odpowiedź ustna	Prace kontrolne	Projekty	Aktywność w zakładzie pracy	Inne
W1	X				X	
W2	X				X	
U1	X				X	
U2	X				X	
U3	X	X				
K1	X				X	
K2	X				X	
K3	X				X	



**STAROPOLSKA SZKOŁA WYŻSZA
w KIELCACH**

Nazwa przedmiotu: PRAKTYKA ZAWODOWA												
Jednostka prowadząca: INSTYTUT NAUK EKONOMICZNYCH												
Kierunek: MARKETING I BIZNES ELEKTRONICZNY												
Specjalność: Handel elektroniczny i budowanie relacji w sieci												
Poziom kształcenia: STUDIA I STOPNIA												
Profil kształcenia: PRAKTYCZNY												
Język wykładowy: POLSKI												
Forma studiów: NIESTACJONARNE												
Semestr studiów: VI												
Koordynator			Prowadzący				Moduł/Typ przedmiotu					
dr hab. Radosław Harabin, prof. StSW			Opiekun z ramienia Instytucji przyjmującej na praktyki				obowiązkowy					
Forma zajęć / Liczba godzin: 320						Forma zaliczenia	Liczba punktów ECTS ogółem: 13					
Wyk.	Ćw.	Warszt.	Lekt.	Sem.	Prakt.	ZAO	Wyk.	Ćw.	Warszt.	Lekt.	Sem.	Prakt.
					320							
Cel zajęć: Głównym celem praktyk na kierunku Marketing i biznes elektroniczny jest umożliwienie studentom poszerzenia wiedzy i umiejętności zdobytych w trakcie studiów oraz nabycie nowych umiejętności poprzez praktyczne rozwiązywanie rzeczywistych zadań zawodowych. Do celów szczegółowych praktyki zawodowej można zaliczyć: <ul style="list-style-type: none">• Asystenckie, uczestniczące oraz specjalizacyjne poznanie zasad funkcjonowania różnych instytucji i jednostek gospodarczych.• Asystenckie, uczestniczące oraz specjalizacyjne kształtowanie umiejętności niezbędnych w przyszłej pracy zawodowej, dotyczących między innymi umiejętności analitycznych, organizacyjnych, nawiązywania kontaktów, prowadzenia negocjacji, kształtowania właściwych postaw, a także przygotowania do samodzielności i odpowiedzialności za powierzone zadania.• Asystenckie, uczestniczące oraz specjalizacyjne poznanie struktury organizacyjnej przedsiębiorstwa (instytucji), w której odbywana jest praktyka, zasad organizacji pracy i podziału kompetencji, procedur, procesu planowania pracy, kontroli.• Asystenckie, uczestniczące oraz specjalizacyjne poznanie środowiska zawodowego, radzenia sobie w trudnych sytuacjach oraz rozwiązywanie realnych konfliktów zawodowych.• Asystenckie, uczestniczące oraz specjalizacyjne kształtowanie kultury zawodowej i organizacji pracy, odpowiadającej współczesnym tendencjom.• Stworzenie szerokiego i specjalizacyjnego zakresu warunków aktywizacji zawodowej studenta oraz poznanie zasad funkcjonowania rynku pracy.• Głębsze i specjalizacyjne poznanie własnych możliwości na rynku pracy i określenie predyspozycji do wykonywania zawodu.												

Nr	EFEKTY UCZENIA SIĘ	Odniesienie do efektów właściwych dla kierunku studiów
w zakresie WIEDZY:		
01	Zna i rozumie specyfikę działalności przedsiębiorstw handlowych, prowadzących działalność z użyciem sieci, ze szczególnym uwzględnieniem aktywności w obszarze e-commerce	K_W02 K_W06
02	Zna i rozumie metody prowadzenia kompleksowej obsługi kontrahentów internetowych oraz strategii budowanie relacji w sieci	K_W06
w zakresie UMIEJĘTNOŚCI:		
01	Potrafi prowadzić czynności handlowe w sieci, stosuje techniki negocjacyjne z uwzględnieniem specyfiki wirtualnych relacji, stosuje metody pozyskiwania i zarządzania klientem internetowym	K_U02 K_U04 K_U09 K_U11
02	Potrafi gromadzić i analizować dane dotyczące funkcjonowania danej organizacji ze szczególnym uwzględnieniem danych dotyczących handlu elektronicznego i budowanie relacji w sieci	K_U08 K_U09
03	Potrafi przygotować dokumentację potwierdzającą podejmowane czynności z zakresu problematyki kierunkowej i specjalnościowej, potrafiąc merytorycznie uzasadniać treści w nich zawarte.	K_U12
w zakresie KOMPETENCJI SPOŁECZNYCH:		
01	Jest świadom dylematów etycznych oraz konieczności prowadzenia działań w zakresie handlu elektronicznego i budowanie relacji zgodnie z powszechnymi zasadami moralnymi	K_K01
02	Jest gotów do nawiązywania kontaktów interpersonalne w środowisku wirtualnym	K_K02
03	Jest gotów do korzystania z różnorodnych, złożone metody i technologii wykorzystywanych w handlu elektronicznym i budowanie relacji w sieci	K_K05

Treści kształcenia:	<p>Indywidualny program praktyk ustala organizator praktyk z ramienia Uczelni wspólnie ze studentem w porozumieniu z instytucją w której będzie odbywana praktyka.</p> <p>Miejsca odbywania praktyk każdorazowo podlega ocenie przez opiekuna praktyk z ramienia Uczelni w formie pisemnej w celu weryfikacji możliwości osiągnięcia zakładanych efektów kształcenia.</p> <p>Studenci mogą odbyć praktykę zawodową w jednej z firm i instytucji z którą Uczelnia ma podpisane porozumienie bądź też wybrać miejsce praktyk samodzielnie. miejscem praktyk mogą być: podmioty gospodarcze i organizacje dowolnego typu, a w szczególności: banki komercyjne i instytucje sektora finansowego, agendy usług ubezpieczeniowych i funduszy emerytalnych, organy administracji lokalnej, samorządowej państwowej, placówki sektora handlowego, przedsiębiorstwa i organizacje sektora publicznego, agencje i organizacje stanowiące otoczenie instytucjonalne działalności gospodarczej, agencje reklamowe, konsultingowe, szkoleniowe, jednostki prowadzące działalność w skali ponadkrajowej, obsługujące handel i wymianę międzynarodową. W szczególnych przypadkach, po uzyskaniu pozytywnej opinii opiekuna praktyk z ramienia Uczelni, praktyki mogą zostać odbyte w innych podmiotach, o ile profil ich działalności jest zgodny ze specyfiką kierunku Finanse i rachunkowość i umożliwia realizację programu praktyk.</p> <p>W trakcie odbywania praktyk student powinien w szczególności:</p> <ol style="list-style-type: none"> 22. poznawać, obserwować i identyfikować sposoby działania organizacji i jej zarządzania. Zapoznawać się z głównym obszarem biznesu, w którym działa organizacja; z zakresem interesariuszy i ośrodkami decyzyjnymi, kształtującymi kierunki działania i rozwoju miejsca odbywania praktyk. 23. Poznawać organizacje i zadania komórek odpowiedzialnych za promocję i komunikację firmy z rynkiem. 24. Zapoznawać się z wewnętrznymi kanałami przepływu informacji w organizacji, szczególnie dotyczącymi komunikacji z klientami i sposobami zbierania informacji o klientach.
----------------------------	---

	<p>25. Poznać specyfikę produktów lub usług jakie oferowane są przez organizację na rynku. Poznać ścieżkę budowania ofert i treści jakie one muszą zawierać.</p> <p>26. Zapoznać się z organizacją pracy administracyjno-biurowej organizacji i wykorzystywanymi systemami informatycznymi; ze sposobami zbierania informacji na temat klientów, ich charakterystyk demograficznych, potrzeb, motywacji do podjęcia decyzji zakupu, sposobów mierzenia satysfakcji, treści jakich szukają w procesie podejmowania decyzji zakupu itp.</p> <p>27. Zapoznać się ze stosowanymi w organizacjach formami promocji i komunikacji z rynkiem, a także strategii sprzedażowych.</p> <p>28. Zapoznać się z przebiegiem procesu tworzenia strategii promocyjnej danych organizacji/przedsiębiorstw, zasad budżetowania działań promocyjnych oraz metodami wyznaczania i sprawdzania ich efektywności</p>
--	--

Metody dydaktyczne:	Asystowanie i uczestniczenie w realizacji zadań pracowników, do których skierowany zostanie student oraz zadania zlecone przez opiekuna praktyk.
----------------------------	--

BILANS PUNKTÓW ECTS – NAKŁAD PRACY STUDENTA

Kategoria	Obciążenie studenta
Udział w ćwiczeniach W ZAJĘCIACH PRAKTYCZNYCH	320
Konsultacje/zaliczenie	5
Godziny razem:	325
Sumaryczna liczba punktów ECTS dla przedmiotu:	13
Liczba punktów ECTS przypadająca na zajęcia teoretyczne	
Liczba punktów ECTS przypadająca na zajęcia praktyczne	13

FORMY POMIARU EFEKTÓW UCZENIA SIĘ

Efekty uczenia się dla przedmiotu	Forma zaliczenia	Formy sprawdzenia				
	Egzamin/zal. z oc./zal.	Odpowiedź ustna	Prace kontrolne	Projekty	Aktywność w zakładzie pracy	Inne
W1	X				X	
W2	X				X	
U1	X				X	
U2	X				X	
U3	X	X				
K1	X				X	
K2	X				X	
K3	X				X	



WYMIAR, ZASADY I FORMY ODBYWANIA PRAKTYK ZAWODOWYCH NA KIERUNKU MARKETING I BIZNES ELEKTRONICZNY STUDIA I STOPNIA

1. Praktyka studencka na kierunku „Marketing i biznes elektroniczny” na studiach pierwszego stopnia jest realizowana w ogólnym wymiarze 960 godzin.
2. Praktykom studenckim na studiach pierwszego stopnia przypisano 39 pkt ECTS.
3. Praktyka na studiach pierwszego stopnia rozpoczyna się w semestrze 2 i trwa w semestrze 4 oraz 5, zgodnie z poniższą tabelą:

Numer praktyki	Semestr			Czas trwania praktyki	ECTS
	II	IV	V		
I praktyka	x			320 godzin	13
II praktyka		x		320 godzin	13
III praktyka			x	320 godzin	13

4. Efekty uczenia się przewidziane dla praktyk zawodowych i metody ich weryfikacji zostały określone w sylabusie przedmiotu. Merytoryczny nadzór nad praktykami sprawować będzie Koordynator ds. studenckich praktyk zawodowych na kierunku Marketing i biznes elektroniczny z ramienia Uczelni, który:
 - akceptuje miejsce odbywania praktyki w części dopuszczonej do realizacji w miejscu wskazanym przez Studenta,
 - ocenia realizację efektów uczenia się w trakcie praktyk na podstawie dokumentacji przebiegu praktyk,
 - dokonuje weryfikacji osiągnięcia efektów uczenia się w trakcie odbywania praktyk przez Studenta na podstawie dokumentacji potwierdzonej przez Opiekuna z ramienia pracodawcy oraz dokonuje zaliczenia praktyki,
 - na zakończenie wszystkich praktyk przeprowadza rozmowę ze studentem (zaliczenie ustne) oraz zatwierdza złożoną dokumentację projektową.
5. Zasady odbywania praktyk reguluje Regulamin praktyk zawodowych na kierunku „Marketing i biznes elektroniczny”.



Miejsce wystawienia skierowania dn.

SKIEROWANIE
Na praktyki zawodowe

Działając na podstawie art. 107 ust. 2 oraz art. 67 ust. 5 ustawy z dnia 20 lipca 2018 r. Prawo o Szkolnictwie Wyższym (Dz. U. z 2018 r., poz. 1668) i Uczelnianego Regulaminu Studiów Staropolskiej Szkoły Wyższej w Kielcach

Kieruję Panią/Pana:

.....
(imię i nazwisko studenta)

studenta/kę roku studiów stacjonarnych/niestacjonarnych kierunek Marketing i biznes elektroniczny, specjalność

numer albumu:.....

do.....

(nazwa i adres Organizatora praktyki)

celem odbycia praktyki zawodowej w wymiarze tygodni w terminie od: do:

Praktyka zawodowa odbywać się będzie na podstawie niniejszego skierowania oraz porozumienia między zakładem pracy a Staropolską Szkołą Wyższą w Kielcach. Organizator praktyki ma prawo żądać od Uczelni odwołania studenta/studentki z odbywania praktyk w przypadku, gdy rażąco naruszy dyscyplinę pracy. Na zakończenie praktyk Organizator praktyk wystawia opinię o przebiegu praktyk w „Dzienniku Praktyk” oraz załączonych dokumentach. Dokumenty dotyczące praktyk student/studentka ma obowiązek złożyć do Koordynatora ds. praktyk zawodowych w terminie dwóch tygodni od daty zakończenia praktyk. Praktyki zalicza Koordynator ds. praktyk zawodowych na podstawie wpisów znajdujących się w złożonym przez studenta/studentkę w „Dzienniku Praktyk” przez Organizatora praktyki.

.....
(pieczęć i podpis Koordynatora ds. praktyk zawodowych)



Umowa w sprawie studenckich praktyk zawodowych

zawarte dnia pomiędzy Staropolską Szkołą Wyższą z siedzibą w Kielcach przy ul. Ponurego Piwnika 49, reprezentowaną z upoważnienia Rektora, przez Dyrektora Instytutu Ekonomii lub Pełnomocnika Rektora ds. Kształcenia Praktycznego

a

zwanym dalej „zakładem pracy” reprezentowanym przez

Stosownie do postanowień art. 107 ust. 2 oraz art. 67 ust. 5 ustawy z dnia 20 lipca 2018 r. Prawo o Szkolnictwie Wyższym (Dz. U. z 2018 r., poz. 1668) i Uczelnianego Regulaminu Studiów Staropolskiej Szkoły Wyższej w Kielcach strony postanawiają:

§ 1

Staropolska Szkoła Wyższa w Kielcach skieruje studenta(tkę)

w okresie od do w celu odbycia praktyk zawodowych w zakładzie pracy.

Skierowanie jest załącznikiem do niniejszego porozumienia.

§ 2

1. Nadzór dydaktyczno-wychowawczy nad przebiegiem praktyk sprawuje Koordynatora praktyk wyznaczony przez Dyrektora Instytutu Ekonomii Staropolskiej Szkoły Wyższej w Kielcach spośród nauczycieli akademickich Staropolskiej Szkoły Wyższej w Kielcach.
2. Koordynator praktyk jako przedstawiciel Staropolskiej Szkoły Wyższej w Kielcach jest przełożonym studentów odbywających praktyki. Odpowiada za realizację praktyk zgodnie z ich celami i ustalonym programem praktyk wspólnie z kierownictwem Zakładu pracy jest upoważniony do rozstrzygania spraw związanych z przebiegiem praktyk.

§ 3

Studenci skierowani na praktyki zobowiązani są posiadać ważne ubezpieczenie od następstw nieszczęśliwych wypadków.

§ 4

Zakład pracy zobowiązuje się do :

1. Zapewnienia odpowiednich stanowisk pracy i materiałów zgodnie z programem praktyk;
2. Zapoznania studentów z zakładowym regulaminem pracy, przepisami bhp i p.poż. oraz o ochronie tajemnicy państwowej i służbowej;
3. Nadzoru nad wykonywaniem przez studentów zadań wynikających z programu praktyk;
4. Umożliwienia opiekunom dydaktycznym sprawowania kierownictwa dydaktycznego nad praktykami studenckimi oraz ich kontroli w tym hospicacji;
5. Uzupełnienia wymaganych dokumentów przedstawionych przez studenta w celu zaliczenia praktyki.

§ 5

Staropolska Szkoła Wyższa w Kielcach zobowiązuje się do:

1. przedstawienia programu praktyk,
2. sprawowania kierownictwa dydaktycznego nad praktykami studenckimi oraz kontroli, hospitacji i oceny tych praktyk.

§ 6

1. Do studentów odbywających praktyki na podstawie skierowania stosuje się odpowiednio przepisy prawa pracy o ochronie pracy kobiet i młodocianych, o dyscyplinie pracy oraz BHP.
2. Zakład Pracy może zażądać od Staropolskiej Szkoły Wyższej w Kielcach odwołania z praktyki studenta/ki odbywającego praktykę na podstawie skierowania w wypadku, gdy naruszy on w sposób rażący dyscyplinę pracy.
3. Wszelkie roszczenia powstałe w związku z wyrządzeniem przez studenta szkody w imieniu Zakładu pracy kierowane są do studenta, który tę szkodę wyrządził.
4. Do ustalenia zakresu odpowiedzialności odszkodowawczej studenta za wyrządzoną szkodę stosuje się przepisy zawarte w ustawie Kodeks Cywilny.

§ 7

1. Każdej ze stron przysługuje prawo wypowiedzenia niniejszego porozumienia z zachowaniem jednomiesięcznego okresu uprzedzenia i formy pisemnej pod rygorem nieważności.
2. W przypadku skutecznego wypowiedzenia porozumienia, Zakład pracy zapewni studentom odbywającym praktykę możliwość jej ukończenia na dotychczasowych warunkach.

§ 8

Każda zmiana niniejszego porozumienia wymaga formy pisemnej pod rygorem nieważności, za zgodą obydwu stron niniejszego porozumienia.

Niniejsze porozumienie sporządzono w dwóch jednobrzmiących egzemplarzach po jednym dla każdej ze stron.

.....
Organizator praktyk

.....
Dyrektor Instytutu /
Pełnomocnik Rektora ds. Kształcenia Praktycznego



POROZUMIENIE

dotyczące studenckich praktyk zawodowych Staropolskiej Szkoły Wyższej w Kielcach

zawarte w dniu pomiędzy:

Staropolską Szkołą Wyższą w Kielcach, wpisaną do rejestru niepublicznych uczelni zawodowych pod numerem „199”, zwaną dalej „Uczelnia”, reprezentowaną przez Rektora, dr hab. prof. StSW Jolantę Góral-Półrolę,

a

.....
.....
zwanym/ą dalej „Placówką”, reprezentowaną przez:

.....
.....
Zgodnie z Ustawą z dnia 20 lipca 2018 r. Prawo o Szkolnictwie Wyższym i Nauce i Regulaminem Studiów Staropolskiej Szkoły Wyższej w Kielcach zostało zawarte porozumienie następującej treści:

§1

Uczelnia skieruje studentów kierunku: *Marketing i biznes elektroniczny, profil praktyczny - studia* do Placówki w celu odbycia praktyki studenckiej: w wymiarze

§2

Placówka umożliwi realizację przewidzianej planem studiów praktyki zawodowej studentom. Placówka zobowiązuje się do:

(liczba studentów)

- wyznaczenia opiekuna praktyk,
- zapewnienia odpowiednich stanowisk pracy – zgodnie z programem praktyk,
- monitoringu jakości wykonania zadań wynikających z programu praktyk,
- umożliwienia opiekunom dydaktycznym sprawowania kierownictwa dydaktycznego nad praktykami studenckimi oraz ich kontroli.

§3

Uczelnia zobowiązuje się do:

- opracowania programu praktyk,

- sprawowania kierownictwa dydaktycznego nad praktykami studenckimi oraz kontroli i oceny praktyk,
- ubezpieczenia studentów od następstw nieszczęśliwych wypadków.

§4

Porozumienie zawarte jest na czas nieokreślony. Każda ze stron może rozwiązać porozumienie z zachowaniem 6-miesięcznego okresu wypowiedzenia.

§5

Porozumienie sporządzono w dwóch jednobrzmiących egzemplarzach, po jednym dla każdej ze stron.

.....

.....



KRYTERIA WYBORU ORGANIZACJI/ INSTYTUCJI/PLACÓWKI DO REALIZACJI STUDENCKICH PRAKTYK ZAWODOWYCH

Nazwa jednostki:

Kierunek studiów:

Miejsce wyznaczone do realizacji praktyk zawodowych

.....

Kryterium		Ocena punktowa	Liczba otrzymanych punktów
Profil działalności instytucji/organizacji ¹ :	Zbieżność profilu działalności Organizacji/Instytucji/Placówki z kierunkiem studiów oraz z jego aktualnymi i potencjalnymi specjalnościami	3	
	kryterium zbieżności profilu działalności Organizacji/Instytucji/Placówki z kierunkiem studiów jego aktualnymi specjalnościami	2	
	kryterium zbieżności profilu działalności Organizacji/Instytucji/Placówki z kierunkiem studiów	1	
Wykształcenie pracowników realizujących w/w zajęcia i praktyki:	wyższe kierunkowe + kursy zawodowe	3	
	wyższe kierunkowe	2	
	wyższe	1	
Skala prowadzonej działalności	krajowa	3	
	regionalna	2	
	lokalna	1	
Struktura organizacyjna	rozbudowana	3	
	płaska	2	
	brak	1	
Posiada oprogramowanie	specjalistyczne	3	
	podstawowe	2	
	brak	1	
Charakter i zakres świadczeń umożliwia realizację celów kształcenia:	w pełni	2	
	tylko niektórych, częściowo	1	
Doświadczenie w pracy ze studentami:	wiele razy - bardzo duże	3	
	przynajmniej 1 raz	2	
	brak	1	
LICZBA PUNKTÓW UZYSKANYCH OGÓŁEM *			

¹ Kryterium, warunkujące wypełnienie dalszej części ankiety.

Opiniowana instytucja otrzymała punktów w związku z powyższym spełnia/warunkowo/nie spełnia* kryteria wymagane w Staropolskiej Szkole Wyższej w Kielcach do prowadzenia praktyk zawodowych.

.....
Podpis i pieczęć Koordynatora ds. praktyk
zawodowych Dyrektor Instytutu /Pełnomocnik Rektora
ds. Kształcenia Praktycznego

Podsumowanie:

- Warunki optymalne – 18-20pkt.
- Warunki umiarkowane – 15-17 pkt.
- Warunki minimalne – 12-14 pkt.
- Brak odpowiednich warunków – 11 pkt. lub poniżej

*niepotrzebne skreślić