

WYŻSZA SZKOŁA BEZPIECZEŃSTWA
z siedzibą w Poznaniu



A K C E P T U J Ę
DZIEKAN

.....
(data i podpis)

SYLABUS PRZEDMIOTU:

Nazwa przedmiotu:	Praktyka zawodowa													
Kod przedmiotu:														
Charakter przedmiotu:	obowiązkowy													
Wydział:	Studiów Społecznych w Poznaniu													
Kierunek:	Zarządzanie													
Poziom kształcenia:	Studia I stopnia													
Specjalność:	Marketing i zarządzanie sprzedażą (MiZS)													
Semestr realizacji przedmiotu:	VI													
Liczba godzin zajęć dydaktycznych	Forma studiów													
	Stacjonarne						Niestacjonarne							
	Forma zajęć													
	Praktyka zawodowa						Praktyka zawodowa							
	BK					N	Σ	BK					N	Σ
	W	C		K	W			C		K				
		S	T					S	T					
Semestr VI	-	-	-	-	-	-	0	6	0	6	108	120		

Efekty uczenia się:		Symbol (odniesienie do) EPK/EKK/ESK¹	Sposób weryfikacji efektów uczenia się (forma zaliczeń)
Umiejętności²:			
1	poprawnie analizuje i opracowuje rozwiązania prostych problemów z zakresu marketingu usług i handlu (studia przypadków)	S_U03	Zaliczenie praktyki zawodowej na podstawie weryfikacji osiągnięcia efektu uczenia się zawartej w etapowej karcie przebiegu praktyk
2	Potrafi stosować profesjonalne techniki, narzędzia i aparatury badawcze oraz metody, procedury i specjalistyczne umiejętności do realizacji zadań praktycznych związanych z marketingiem i zarządzaniem sprzedażą	S_U05	Zaliczenie praktyki zawodowej na podstawie weryfikacji osiągnięcia efektu uczenia się zawartej w etapowej karcie przebiegu praktyk
3	Potrafi dokonać obserwacji i analizy podstawowych zjawisk społecznych w kontekście pracy związanej z analizą i interpretacją przekazów medialnych oraz	S_U06	Zaliczenie praktyki zawodowej na podstawie weryfikacji osiągnięcia efektu uczenia się zawartej w etapowej karcie

¹ EPK/EKK/ESK – efekty podstawowe uczenia się/efekty kierunkowe uczenia się /efekty specjalnościowe uczenia się (w zależności od semestru, na którym prowadzony jest przedmiot)

² W odniesieniu do praktyk zawodowych w sylabusie nie ujmuje się efektów uczenia się z zakresu wiedzy.

	przygotowaniem kampanii reklamowych		przebiegu praktyk
4	Potrafi rozwiązywać złożone problemy zawodowe z zakresu marketingu i zarządzania sprzedaż, gromadzić, przetwarzać oraz udostępniać informacje z wykorzystaniem nowoczesnych technologii informacyjnych	S_U10	Zaliczenie praktyki zawodowej na podstawie weryfikacji osiągnięcia efektu uczenia się zawartej w etapowej karcie przebiegu praktyk
5	Potrafi ocenić przydatność typowych metod, procedur i dobrych praktyk do realizacji zadań związanych z różnymi płaszczyznami marketingu oraz zarządzania sprzedażą	S_U11	Zaliczenie praktyki zawodowej na podstawie weryfikacji osiągnięcia efektu uczenia się zawartej w etapowej karcie przebiegu praktyk

Kompetencje społeczne:

1	Jest gotów do podejmowania działań profesjonalnych w środowisku społecznym; jest gotowy do podejmowania wyzwań zawodowych; wykazuje aktywność, podejmuje trud i odznacza się wytrwałością w realizacji indywidualnych i zespołowych działań w zakresie problematyki marketingu i zarządzania sprzedażą	S_K02	Udział w dyskusjach i konsultacjach podczas praktyk
2	Jest gotów do współpracy i współdziałania z innymi - specjalistami i niespecjalistami - zarówno podczas pracy indywidualnej, jak i zespołowej, w tym także podczas realizacji projektów społecznych	S_K05	Udział w dyskusjach i konsultacjach podczas praktyk
3	Jest gotów do praktycznego wykorzystywania umiejętności przedsiębiorczych, inicjonowania działań na rzecz interesu publicznego, w zakresie działań związanych z problematyką marketingu i zarządzania sprzedażą	S_K08	Udział w dyskusjach i konsultacjach podczas praktyk

Metody dydaktyczne:

Realizowanie zadań powierzonych przez opiekuna praktyk z ramienia instytucji
Praca indywidualna i w grupach, dyskusje, analizy sytuacji rzeczywistych (casestudy), konsultacje
Konsultacje

PROGRAM PRAKTYKI ZAWODOWEJ

Kierunek studiów: ZARZĄDZANIE

Specjalność: MARKETING I ZARZĄDZANIE SPRZEDAŻĄ

Studia: NIESTACJONARNE

Ćwiczenia praktyczne:

Ćwiczenia realizowane w sali (C/S):

1	<p>Ćwiczenie 1: Zasady realizacji praktyk podstawowe regulacje</p> <p>Zagadnienie 1: Omówienie terminarza praktyk</p> <ul style="list-style-type: none"> - termin złożenia wniosku z wyborem formy realizacji praktyk, omówienie dokumentów wymaganych przy złożeniu wniosku - termin odpowiedzi na wniosek, omówienie sposobów przekazywania informacji i zasad przygotowania dokumentów dotyczących praktyk - termin realizacji praktyk, omówienie czasu trwania praktyk, wymiaru godzinowego, sposobu organizacji czasu realizacji praktyk - termin rozliczenia praktyk, omówienie zasad zaliczenia praktyk, terminów zaliczenia <p>Zagadnienie 2: Omówienie Regulaminu praktyk</p> <ul style="list-style-type: none"> - omówienie zasad realizacji praktyk na poszczególnych semestrach studiów - omówienie dokumentacji potwierdzającej zrealizowanie praktyk zawodowych, omówienie Etapowej karty przebiegu praktyki zawodowej 	-	2
---	--	---	---

	Zagadnienie 3: Przedstawienie sylabusu praktyk		
2	Ćwiczenie 2: Instruktaż z zakresu prowadzenia dokumentacji praktyk studenckich Zagadnienie 1: Omówienie pojęcia efektu kształcenia i sposobów osiągania efektów kształcenia w czasie praktyk zawodowych Zagadnienie 2: Instruktaż uzupełniania Etapowej karty przebiegu praktyk zawodowych, informacja o potencjalnych zadaniach realizowanych w trakcie realizacji praktyk Zagadnienie 3: Przedstawienie przykładowych dokumentacji potwierdzających zrealizowane praktyki	-	2
3	Ćwiczenie 3: Weryfikacja Etapowych kart przebiegu praktyk zawodowych Zagadnienie 1: Indywidualna weryfikacja gotowych Etapowych kart przebiegu praktyki zawodowej. Zagadnienie 2: Omówienie najczęściej występujących błędów i sposobów im przeciwdziałania.	-	2
RAZEM		-	6

ORGANIZACJA PRAKTYKI

1. Praktyka zawodowa na kierunku zarządzanie, specjalność Marketing i zarządzanie sprzedażą realizowana jest na IV, V oraz VI semestrze studiów stacjonarnych i niestacjonarnych.
2. Studenci po V semestrze odbywają praktykę zawodową w wymiarze 4 tygodni – 27 godzin tygodniowo. Praktyka może być realizowana w trybie śródrocznym lub w trybie ciągłym, a jej zakończenie winno nastąpić najpóźniej do końca VI semestru studiów. Dzienna i tygodniowa liczba realizowanych godzin praktyki może być elastyczna zgodnie z wewnętrznymi ustaleniami czy możliwościami placówki przyjmującej studenta, jednak w sumie musi ona wynosić 108 godzin w semestrze.
3. Do liczby godzin praktyki nie wlicza się czasu przeznaczonego przez studenta na niezbędne przygotowanie się do zajęć w danej placówce.
4. Podstawą podjęcia praktyki jest skierowanie z Uczelni.
5. Praktyka może być realizowana w placówkach o całodobowym trybie pracy, fakt ten jednak nie powoduje możliwości odpowiedniego skrócenia planowego wymiaru czasu praktyki.
6. Wskazane jest, aby praktyka odbywała się pod kierownictwem opiekuna (pracownika) posiadającego wyższe wykształcenie oraz pełne kwalifikacje wymagane na danym stanowisku. Zakładowy opiekun praktyki udziela pomocy studentom w zależności od stopnia trudności realizowanych zadań i możliwości poszczególnych praktykantów.
7. Praktyka ma charakter czynny, tzn. że w szczególności hospitacje i tym podobne formy biernego udziału w zajęciach powinny stanowić nie więcej niż 25% ogólnego czasu praktyki.
8. TREŚCI PRAKTYKI
 - a) Zapoznanie się ze specyfiką placówki i jej funkcjonowaniem w aspekcie formalnoprawnym i merytorycznym.
 - b) Wchodzenie w role zawodowe w organizacjach tworzących potencjalny teren aktywności zawodowej absolwenta studiów.
 - c) Nabywanie wiedzy o warsztacie pracy na określonych stanowiskach, poprzez: ćwiczenie umiejętności dokonywania trafnych obserwacji, opanowywanie umiejętności przygotowywania materiałów do pracy (konspektów, scenariuszy, programów, planów), ćwiczenie umiejętności korzystania z dostępnych źródeł informacji i narzędzi, wykonywanie takich samych zadań, jakie wykonują osoby zatrudnione w danym miejscu.
 - d) Zdobycie praktycznych umiejętności związanych z zagadnieniem Marketing i zarządzanie sprzedażą:
 - obserwacja wdrażania procedur związanych z obsługą marketingu i zarządzania sprzedażą
 - pomoc w tworzeniu oraz przygotowywaniu dokumentów dotyczących zadań marketingowych
 - aktywne uczestnictwo podczas kierowania działaniami w trakcie realizacji zadań z zakresu marketingu i zarządzania sprzedażą
 - asystowanie przy przygotowywaniu planów marketingowych przedsiębiorstwa
 - weryfikowanie praktycznie mechanizmów psychologicznych stosowanych w marketingu i

Udział w praktykach zawodowych	-	108
udział w ćwiczeniach praktycznych realizowanych w sali (S)	-	6
konsultacje, instruktaże, narady, seminaria, egzaminy, zaliczenia	-	6
Sumaryczne obciążenie pracą studenta	-	120
Punkty ECTS za przedmiot:	-	4
Uwagi:		