**PROGRAM RAMOWY PRAKTYKI ZAWODOWEJ**

**DLA KIERUNKU EKONOMIA**

**studia pierwszego stopnia o profilu praktycznym**

**Cel praktyk:** Praktyki zawodowe są jednym z dwóch elementów Modułu Aktywności Praktycznych (MAP), obok aktywności uzupełniających. Stanowią one integralną część programu kształcenia dla kierunku Ekonomia. Praktyka zawodowa ma na celu konfrontację, poszerzenie i uogólnienie wiedzy zdobytej z zakresu studiowanej specjalności; kształtowanie umiejętności niezbędnych w przyszłej pracy zawodowej; poznanie profilu, struktury organizacyjnej i zasad funkcjonowania instytucji, w której odbywają się praktyki; poznanie standardów pracy w danym środowisku zawodowym; nawiązanie kontaktów zawodowych; zebranie doświadczeń i materiałów pomocnych przy pisaniu pracy dyplomowej.

**Miejsce praktyk:** Praktyka zawodowa może być realizowana w wybranym przedsiębiorstwie prywatnym lub publicznym, instytucji/ jednostce administracji publicznej lub samorządowej, banku lub innej instytucji finansowej, organizacji non-profit, itp. W zależności od zainteresowań Studenta i wybranej przez niego specjalności, praktyka może się odbywać m.in. w działach:

* produkcji/usług,
* zasobów ludzkich lub kadr i płac,
* finansowo-księgowym,
* marketingu,
* IT,
* zarządzania jakością,
* bhp,
* kontroli, itp.

**Organizacja i przebieg praktyk:** Określone są w planie studiów oraz Regulaminie praktyk zawodowych.

**Program praktyki - część ogólna (dotyczy wszystkich specjalności):**

1. Zapoznanie się z przedsiębiorstwem/instytucją, a w szczególności z:
* strukturą organizacyjną,
* charakterystyką produktów i usług,
* systemem kontroli jakości,
* zasięgiem terytorialnym działalności, z uwzględnieniem otoczenia konkurencyjnego,
* zasadami archiwizacji dokumentów.
1. Zapoznanie się z przepisami dotyczącymi BHP i tajemnicy służbowej.
2. Zapoznanie się z działem produkcyjnym, usługowym lub innym (w zależności od specyfiki przedsiębiorstwa/instytucji).
3. Zapoznanie się z systemem zarządzania przedsiębiorstwem w obszarach:
* planowania,
* organizowania działalności,
* motywowania pracowników,
* kontroli.
1. Zapoznanie się z działem finansowym przedsiębiorstwa w zakresie:
* podstawowych zasad prowadzenia rachunkowości w przedsiębiorstwie,
* analizy finansowej w organizacji,
* zasad przygotowywania budżetu, sporządzania sprawozdań finansowych, bilansu rocznego,
* metod analizy ekonomicznej i jej wykorzystania w procesach decyzyjnych.
1. Zapoznanie się z działalnością handlową i marketingową przedsiębiorstwa w zakresie:
* organizacji sprzedaży,
* prowadzenia negocjacji z kontrahentami,
* opracowania planów promocyjnych,
* form działalności promocyjnej.
1. Obserwacja oraz stopniowe uczestniczenie w zleconych pracach związanych z bieżącą działalnością jednostki, adekwatnie do studiowanej specjalności.

Studenci poszczególnych **specjalności na kierunku Ekonomia**, podczas praktyki powinni mieć możliwość poznania i uczestniczenia w bieżącej działalności organizacji w odniesieniu do zagadnień, specyficznych dla studiowanej specjalności.

Poniżej znajdują się **programy praktyki dla poszczególnych specjalności**.

**RAMOWY PROGRAM PRAKTYKI DLA SPECJALNOŚCI:**

**Zarządzanie biznesem**

1. Zapoznanie się z funkcjonowaniem i procesami zachodzącymi w przedsiębiorstwie.
2. Uczestnictwo w procesach realizowanych w firmie.
3. Komunikowanie się i współpraca z osobami zatrudnionymi w firmie.
4. Uczestnictwo w projektach realizowanych w przedsiębiorstwie.
5. Uczestnictwo w procesach planowania na poziomie operacyjnym, taktycznym, strategicznym.
6. Planowanie oraz wykorzystanie zasobów w firmie.
7. Dokonywanie analiz finansowych, rynkowych, marketingowych i innych na rzecz firmy.
8. Praca nad budowaniem strategii konkurencyjnej firmy.
9. Współpraca z kontrahentami firmy: dostawcami, odbiorcami.
10. Praca nad dokumentacją dotyczącą procesów realizowanych w firmie.
11. Uczestnictwo w procesach związanych z zarządzaniem zasobami ludzkimi firmie.
12. Wykorzystywanie nowoczesnych rozwiązań IT, wspierających procesy decyzyjne i funkcjonowanie firmy.
13. Praca nad budowaniem wizerunku oraz relacji firmy z otoczeniem.
14. Uczestnictwo w reprezentowaniu firmy wobec instytucji z jej otoczenia oraz wszystkich interesariuszy.