**PROGRAM RAMOWY PRAKTYKI ZAWODOWEJ**

**DLA KIERUNKU ZARZĄDZANIE**

**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 projektu dyplomowego.

**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. Zapoznanie się z działem IT.
2. Obserwacja oraz uczestniczenie w zleconych pracach, związanych z bieżącą działalnością jednostki, adekwatnie do studiowanej specjalności.

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

**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.

**PROGRAM PRAKTYKI DLA SPECJALNOŚCI:**

**PSYCHOLOGIA ZARZĄDZANIA**

1. Identyfikacja zasad i przebiegu podstawowych procesów zarządzania (podejmowania decyzji, motywowania, komunikacji, przewodzenia itp.)
2. Poznanie modelu komunikacji w firmie (wewnętrzna, zewnętrzna). Relacje firmy z podmiotami zewnątrz.
3. Obserwacja i współudział w procesach negocjacji i rozmowach handlowych z klientami firmy.
4. Obserwacja i aktywny udział w działaniach z zakresu Public Relations (poznanie polityki firmy, prezentacji firmy na zewnątrz, współpracy z mediami itp.).
5. Obserwacja i aktywny udział w działaniach sprzedażowych i marketingowych w firmie, z uwzględnieniem social media i e-commerce (psychologia biznesu w internecie). Badania rynku.
6. Obserwacja, diagnozowanie kultury organizacyjnej firmy.
7. Zapoznanie z organizacją działu zasobów ludzkich i z jego miejscem w strukturze organizacyjnej. Poznanie zadań realizowanych przez dział Human Resources (HR).
8. Prowadzenie analizy danego stanowiska pracy:
	1. Poznanie potrzeb kadrowych firmy i kryteriów stawianych pracownikowi na danym stanowisku pracy (obowiązki, kwalifikacje, doświadczenie zawodowe); ustalenie profilu wymagań dla wybranego stanowiska pracy (w kontekście aktualnej sytuacji personalnej w firmie i jej planów rozwojowych oraz).
	2. Ustalenie profilu idealnego kandydata - analiza umiejętności, które są konieczne do pełnienia poszczególnych funkcji i obowiązków pracowniczych, określenie zbioru pożądanych cech temperamentalno-charakterologiczno-osobowościowych charakteryzujących Idealnego Kandydata.
	3. dobór odpowiednich metod i narzędzi badawczych w celu przeprowadzenia weryfikacji predyspozycji psychologicznych kandydatów ubiegających się o pracę na danym stanowisku, bądź w celu określenia stopnia dopasowania pracujących już osób do Profilu Idealnego Pracownika.
9. Poznanie systemu i strategii doboru, motywowania, oceny i rozwoju pracowników.
10. Przeprowadzanie analiz z zakresu doradztwa personalnego. Poznanie typowych psychologicznych problemów dot. decyzji kadrowych (w zakresie doboru, motywowania i rozwoju pracowników) i menedżerskich.
11. Poznanie mechanizmów funkcjonowania zespołów zadaniowych i grup społecznych.
12. Rozpoznanie podstawowych umiejętności menedżerskich i kierowania zespołami.

**PROGRAM PRAKTYKI DLA SPECJALNOŚCI:**

**MEDIAWORKING W MARKETINGU**

1. Zapoznanie się ze znaczeniem oraz instrumentami mediów społecznościowych w oddziaływaniu marketingowym.
2. Zapoznanie się z tworzeniem grafiki 3D i animacji, specyfiką wykonywania animacji i wizualizacji komputerowej.
3. Zapoznanie się z projektowaniem obiektów graficznych dla potrzeb biznesu (m.in. logotypy, obiekty sztuki użytkowej) oraz projektowaniem części maszyn i urządzeń, zasadami działania rynku i oddziaływania na uczestników rynku za pośrednictwem technik sprzedaży i nowoczesnych technik marketingowych.
4. Zapoznanie się z prowadzeniem nowoczesnego przedsiębiorstwa we współczesnych warunkach gospodarowania oraz z zasadami prowadzenia biznesu.
5. Wykorzystywanie instrumentów mediów społecznościowych w oddziaływaniu marketingowym, przygotowywanie komunikatu marketingowego do wykorzystania w social media.
6. Nabywanie praktycznej umiejętności wykonania animacji oraz wizualizacji komputerowej zgodnie z istniejącymi standardami.
7. Posługiwanie się technikami informacyjnokomunikacyjnymi z zakresu grafiki komputerowej, komunikowanie się poprzez przekaz, obraz; dobieranie kolorów, kształtów i innych elementów wpływających na estetykę materiałów.
8. Planowanie wykorzystania oraz zastosowanie narzędzi i technologii informatycznych do prowadzenia biznesu.
9. Zapoznanie się z metodami prowadzenia badań marketingowych, w tym badań online.
10. Zapoznanie się ze specyfiką marketingu online oraz instrumentami marketingu online.
11. Przeprowadzanie badań marketingowych online, w tym projektowanie narzędzi badawczych.
12. Projektowanie działań marketingowych online.
13. Opracowywanie wyników badań i przedstawianie ich w formie raportu.