

PROGRAM PRAKTYKI
dla kierunku Zarządzanie
specjalności Zarządzanie kadrami i marketing
studia I stopnia, profil praktyczny
Uczelnia Jana Wyżykowskiego

Okres trwania praktyki: 8 tygodni w trakcie VI semestru nauki.

Miejsce praktyki: zakład pracy posiadający własne komórki organizacyjne marketingu.

Praktyki dla studentów Uczelni Jana Wyżykowskiego są obowiązkowe i stanowią integralną część planu studiów oraz procesu kształcenia. Stosownie do odbytych lat studiów program przewiduje odpowiednie cele i sposoby ich realizacji.

Praktyka ma za zadanie zapoznanie studenta z praktycznymi aspektami studiowanego kierunku oraz wyrobienie lub wzmocnienie przestrzegania procedur i wartości powszechnie oczekiwanych przy wykonywaniu powierzonych obowiązków. Na tej podstawie nieodzowne jest wskazanie w programie praktyk dwóch głównych celów praktyki: poznawczego i praktycznego.

I Cel poznawczy

Istota tego celu polega na zaznajomieniu studenta z następującymi kwestiami dotyczącymi zakładu pracy:

- a) z podstawowymi dokumentami, na podstawie których funkcjonuje dana organizacja,
- b) przepisami dotyczącymi bezpieczeństwa i higieny pracy lub/i warunkami ergonomii w miejscu czy środowisku pracy
- c) ze schematem organizacyjnym organizacji i w dalszej kolejności z procesem podejmowania decyzji,
- d) przepisami o ochronie tajemnicy państwowej i służbowej,
- e) wielkością i strukturą organizacji pracy, a także systemem motywacyjnym pracowników,
- f) systemem szkoleń,
- g) historią rozwoju organizacji oraz z jego tożsamością lub/i kulturą organizacyjną,
- h) wielkością i strukturą zasobów ludzkich,
- i) systemem IT w obszarze kadr obowiązującym w danej organizacji,
- j) przepływem informacji oraz raportowaniem w obszarze marketingowym,
- k) strategią marketingową w danej organizacji,
- l) strategią CSR (Społecznej Odpowiedzialności Biznesu) lub/i przyjętymi praktykami Społecznej Odpowiedzialności Biznesu

II Cel praktyczny

Praktyki powinny umożliwić studentowi wykorzystanie nabytych przez niego wiadomości w praktycznym działaniu w zakładzie pracy.

W związku z tym student powinien być włączony do realizacji wybranych zadań w procesie sporządzania wybranych analiz marketingowych, a od zakładu pracy (opiekuna) oczekuje się zapewnienia fachowego instruktazu w tym zakresie.

Praktyka powinna dać studentowi możliwość pobytu we właściwie dobranych proporcjach czasowych we wszystkich (lub niemal wszystkich) komórkach, zajmujących się zarządzaniem kadrami.

Cel praktyczny sprowadza się głównie do zapoznania studenta z rzeczywistymi zasadami i problemami związanymi z procesem sporządzania wybranych analiz marketingowych. Na podstawie zdobytych informacji praktykant może przedstawić w postaci raportu swoje propozycje dotyczące usprawnienia funkcjonowania organizacji w obszarze marketingu

III Efekty kształcenia

EFEKTY KSZTAŁCENIA:	
Symbol efektu kształcenia dla kierunku	Efekt kształcenia
Wiedza	
K_W10	<p>Student poznał następujące kwestie dotyczące zakładu pracy:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) podstawowe dokumenty, na podstawie których funkcjonuje dana organizacja, b) przepisy dotyczące bezpieczeństwa i higieny pracy lub/i warunki ergonomii w miejscu czy środowisku pracy, c) schemat organizacyjny organizacji i w dalszej kolejności proces podejmowania decyzji, d) przepisy o ochronie tajemnicy państwowej i służbowej, e) wielkość i struktura organizacji pracy, f) historię rozwoju organizacji oraz jego tożsamość lub/i kulturę organizacyjną, g) wielkość i struktura zasobów organizacji, h) strategię marketingową, i) przepływ informacji w komórkach marketingowych, j) strategię CSR (Społecznej Odpowiedzialności Biznesu) lub/i przyjęte praktyki Społecznej Odpowiedzialności Biznesu.
Umiejętności	
K_U01	Student potrafi wykonywać wybrane analizy marketingowe.
Kompetencje społeczne	
K_K01	Student potrafi zdobywać wiedzę i doskonalić umiejętności zawodowe.