

Uchwała nr 24/2025
Rady Akademickiej Uniwersytetu Dolnośląskiego DSW
z dnia 24 kwietnia 2025 r.

w sprawie uchwalenia Regulaminu odbywania praktyki studenckiej na kierunku marketing i sprzedaż studia
drugiego stopnia profil praktyczny przez studentów rozpoczynających kształcenie w roku akademickim
2025/2026 i kolejnych

Działając na podstawie § 24 ust. 1 pkt 3 lit. a Statutu Uniwersytetu Dolnośląskiego DSW we Wrocławiu, Rada Akademicka uchwala Regulamin odbywania praktyki studenckiej na kierunku marketing i sprzedaż studia drugiego stopnia profil praktyczny przez studentów rozpoczynających kształcenie w roku akademickim 2025/2026 i kolejnych, stanowiący załącznik do niniejszej uchwały.

Przewodnicząca Rady Akademickiej

dr hab. Helena Wyligąła, prof. Uniwersytetu DSW

PROGRAM I REGULAMIN PRAKTYK
na kierunku marketing i sprzedaż
studia drugiego stopnia
profil praktyczny
dla cyklu rozpoczynającego się od roku akademickiego 2025/2026

1. Cele praktyk

Przez praktykę należy rozumieć przewidziany programem studiów okres przeznaczony na pogłębianie wiedzy oraz doskonalenie praktycznych umiejętności i kompetencji społecznych studenta w Instytucji Przyjmującej na praktykę.

Celem praktyk jest:

- umożliwienie zastosowania w praktyce wiedzy i umiejętności zdobywanych podczas zajęć na Uczelni,
- poznanie zasad funkcjonowania, kultury organizacyjnej instytucji i placówek, będących potencjalnym rynkiem pracy,
- zapoznanie się z procesami marketingowymi oraz sprzedaży i zasadami funkcjonowania podmiotów gospodarczych, instytucji sektora publicznego i prywatnego i innych organizacji,
- pogłębienie wiedzy teoretycznej i umiejętności praktycznych z zakresu marketingu i sprzedaży poprzez obserwację i współuczestnictwo w realizacji zadań związanych z rozwiązywaniem problemów praktycznych w ich obszarach, niezbędnych w dalszej pracy zawodowej,
- pogłębienie umiejętności obserwowania, analizy i interpretacji podejmowanych przez pracowników aktywności,
- systematyczne pogłębianie własnych kompetencji zawodowych i biograficznych poprzez doświadczanie sytuacji pracy,
- nawiązanie i pogłębienie kontaktów zawodowych, koniecznych w sferze poruszania się na rynku pracy, umożliwiających wykorzystanie ich w momencie przygotowywania pracy dyplomowej oraz poszukiwania pracy.

2. Miejsca, w których studenci/teki mogą odbyć praktykę:

- przedsiębiorstwa i podmioty gospodarcze posiadające wyodrębnione działy marketingu i sprzedaży
- agencje marketingowe i PR
- przedsiębiorstwa z obszaru zarządzania social mediami
- agencje kreatywne
- centra sprzedażowe
- podmioty e-commerce
- działy analityki internetowej w agencjach marketingu i PR
- działy digital marketingu w różnych organizacjach i podmiotach gospodarczych
- centra marketingowe jednostek publicznych
- działy bazy danych i analiz w bankach oraz administracji publicznej
- inne instytucje po uzgodnieniu z Uczelnianym Opiekunem Praktyk.

3. Czas trwania praktyk i miejsce ich odbywania

Studenci/teki studiów I stopnia odbywają praktyki zgodnie z harmonogramem studiów:

Rok studiów, semestr	Czas trwania praktyki	Uszczegółowienie	Zakładane efekty uczenia się:
I rok, 2 semestr	240 godzin dydaktycznych / 180 godzin zegarowych (6 tygodni)	Praktyka zawodowa I Wprowadzenie do praktyk - 2 godziny dydaktyczne Ewaluacja praktyk - 10 godzin dydaktycznych Praktyka w Instytucji Przyjmującej – 228 godzin dydaktycznych	a) w zakresie wiedzy Student/Studentka zna i rozumie: - skutki różnic kulturowych i wynikającą z nich konieczność odpowiedniego doboru, z uwzględnieniem adaptacji, wykorzystanych metod i narzędzi przy planowaniu oraz realizacji akcji marketingowych i sprzedażowych, - znaczenie zaawansowanej analizy danych biznesowych dla prawidłowego

			funkcjonowania i rozwoju przedsiębiorstwa oraz prognozowania trendów rynkowych, - zasady rachunkowości, szczególnie w zakresie działalności handlowej i usługowej, b) w zakresie umiejętności Student/Studentka potrafi: - komunikować się z klientami indywidualnymi i instytucjonalnymi z wykorzystaniem rozwiniętych umiejętności interpersonalnych oraz nowoczesnych narzędzi, umożliwiających np. prowadzenie debat, dyskusji lub negocjacji handlowych, - współpracować w zespole, pełniąc w nim różne funkcje, w tym funkcję kierowniczą, - pracować w zespołach projektowych oraz brać udział przy realizacji podstawowych zadań w firmie, - samodzielnie uczyć się, zdobywać, doskonalić wiedzę i umiejętności zawodowe przez całe życie oraz uwzględniać w swoich działaniach nowe pomysły i rozwiązania c) w zakresie kompetencji społecznych Student/Studentka: - kreatywnie działa i współdziała w sposób przedsiębiorczy, - postępuje etycznie i okazuje wrażliwość społeczną w ramach wyznaczonych ról organizacyjnych i społecznych, - jest gotowy do samodzielnego podejmowania decyzji w sytuacjach kryzysowych (np. konfliktu społecznego) oraz przyjęcia odpowiedzialności za powierzone zadania i cele.
II rok, 3 semestr	240 godzin dydaktycznych / 180 godzin zegarowych (6 tygodni)	Praktyka zawodowa II Wprowadzenie do praktyk - 2 godziny dydaktyczne Ewaluacja praktyk - 10 godzin dydaktycznych Praktyka w Instytucji Przyjmującej – 228 godzin dydaktycznych	a) w zakresie wiedzy Student/Studentka zna i rozumie: - skutki różnic kulturowych i wynikającą z nich konieczność odpowiedniego doboru, z uwzględnieniem adaptacji, wykorzystanych metod i narzędzi przy planowaniu oraz realizacji akcji marketingowych i sprzedażowych, - znaczenie zaawansowanej analizy danych biznesowych dla prawidłowego funkcjonowania i rozwoju przedsiębiorstwa oraz prognozowania trendów rynkowych, - w stopniu pogłębionym zagadnienia z zakresu wiedzy o człowieku i zachowaniach nabywców na rynku krajowym i międzynarodowym, b) w zakresie umiejętności Student/Studentka potrafi: - komunikować się z klientami indywidualnymi i instytucjonalnymi z wykorzystaniem rozwiniętych umiejętności interpersonalnych oraz nowoczesnych narzędzi, umożliwiających np. prowadzenie debat, dyskusji lub negocjacji handlowych, - współpracować w zespole, pełniąc w nim różne funkcje, w tym funkcję kierowniczą,

			- pracować w zespołach projektowych oraz brać udział przy realizacji podstawowych zadań w firmie, - samodzielnie uczyć się, zdobywać, doskonalić wiedzę i umiejętności zawodowe przez całe życie oraz uwzględniać w swoich działaniach nowe pomysły i rozwiązania c) w zakresie kompetencji społecznych Student/Studentka: - kreatywnie działa i współdziała w sposób przedsiębiorczy, - postępuje etycznie i okazuje wrażliwość społeczną w ramach wyznaczonych ról organizacyjnych i społecznych, - jest gotowy do samodzielnego podejmowania decyzji w sytuacjach kryzysowych (np. konfliktu społecznego) oraz przyjęcia odpowiedzialności za powierzone zadania i cele.
--	--	--	--

4. Harmonogram odbywania praktyki:

Harmonogram odbywania praktyki student ustala z Opiekunem Praktyki z ramienia Instytucji Przyjmującej na praktykę. Indywidualny harmonogram zależy od godzin pracy instytucji, możliwości Opiekuna Praktyki oraz studenta.

5. Potwierdzenie osiągnięcia efektów uczenia się:

Potwierdzenie osiągnięcia efektów uczenia się odbywa się w *Dzienniku praktyk*, w którym studenci opisują zadania zrealizowane w Instytucji Przyjmującej na praktykę związane z wyżej wymienionymi efektami, a Opiekun Praktyki z ramienia danej Instytucji Przyjmującej na praktykę potwierdza je podpisem w *Dzienniku praktyk* oraz Uczelniany Opiekun Praktyk w *Dzienniku praktyk* oraz w USOSweb.

W przypadku zaliczania praktyki na podstawie umowy o pracę lub umów cywilnoprawnych, prowadzenie własnej działalności gospodarczej, podejmowania innych form działalności – staż, wolontariat, zaliczenia praktyki dokonuje Uczelniany Opiekun Praktyk na pisemny *Wniosek o zaliczenie praktyki zawodowej na podstawie zaświadczenia o zatrudnieniu / prowadzeniu działalności gospodarczej / podejmowania innych form działalności*, w którym potwierdzone jest osiągnięcie efektów uczenia się przez bezpośredniego przełożonego studenta.

Do dokumentacji potwierdzającej osiągnięcie efektów uczenia się w formie *Dzienniczka praktyk* lub *Wniosku o zaliczenie praktyki zawodowej na podstawie zaświadczenia o zatrudnieniu / prowadzeniu działalności gospodarczej / podejmowania innych form działalności* powinno być załączone portfolio dokumentujące realizację zadań, pozwalających na weryfikację osiągniętych efektów uczenia się dla kierunku zakładanych dla praktyki zawodowej przez Uczelnianego opiekuna praktyk.

6. Procedura realizacji praktyk przez studentów studiów I i II stopnia oraz jednolitych studiów magisterskich na kierunkach prowadzonych na Wydziale Studiów Stosowanych

określona jest w Zarządzeniu Dziekana Wydziału Studiów Stosowanych Uniwersytetu Dolnośląskiego DSW we Wrocławiu.