

Załącznik do Uchwały Senatu nr 28/2025 z dnia 30 czerwca 2025 roku

KARKONOSKA AKADEMIA NAUK STOSOWANYCH

w Jeleniej Górze

PROGRAM STUDIÓW

KIERUNEK **MARKETING I KOMUNIKACJA RYNKOWA**

STUDIA PIERWSZEGO STOPNIA

O PROFILU PRAKTYCZNYM

Jelenia Góra 2025

I. OGÓLNA CHARAKTERYSTYKA PROWADZONYCH STUDIÓW

Nazwa kierunku:	Marketing i komunikacja rynkowa	
Poziom kształcenia:	Studia pierwszego stopnia	
Profil kształcenia:	Praktyczny	
Forma studiów:	Stacjonarne	
Tytuł zawodowy uzyskiwany przez absolwenta:	Licencjat	
Przyporządkowanie do dziedzin i dyscyplin nauki		
Dziedzina nauki	Dyscyplina naukowa	Procentowy udział dyscyplin, w którym zgodnie z programem studiów uzyskiwane są efekty uczenia się
dziedzina nauk społecznych	nauki o zarządzaniu i jakości (dyscyplina wiodąca)	70%
	ekonomia i finanse	30%

II.

Dyscypliną wiodącą, w ramach której będzie uzyskiwana ponad połowa efektów uczenia się jest dyscyplina naukowa *nauki o zarządzaniu i jakości* (70% efektów uczenia się).

1. Wskazanie związku z misją uczelni i jej strategią rozwoju

Strategia Karkonoskiej Akademii Nauk Stosowanych w Jeleniej Górze została przyjęta uchwałą Senatu nr 38/2021 dnia 25 października 2021 roku. Zgodnie ze Statutem, Karkonoska Akademia Nauk Stosowanych ma za zadanie, we współpracy ze środowiskiem lokalnym, służyć rozwojowi regionu jeleniogórskiego poprzez podnoszenie poziomu wykształcenia społeczeństwa, propagować obywatelskie i proeuropejskie postawy społeczne, dochowywać

tradycji i zwyczajów akademickich, a swoje cele i zadania wypełniać z poszanowaniem ludzkiej godności.

Strategia jest przejawem i potwierdzeniem troski oraz dbałości władz Uczelni o dobro studentów, kadry akademickiej oraz pracowników różnych pionów. Wyniki przeprowadzonych w pierwszym kwartale 2020 roku badań ukazały potrzebę podjęcia działań zmierzających do przemodelowania sfery edukacyjnej, promocyjnej, finansowej, infrastrukturalnej oraz nadania nowego kształtu determinantom związanym z rozwojem oraz konsolidacją współpracy z otoczeniem zewnętrznym.

Nadrzędnym celem strategii rozwoju jest współpraca Uczelni z otoczeniem społeczno-gospodarczym, co powinno zagwarantować pozycję lidera na regionalnym rynku szkolnictwa wyższego, wzrostem liczby studentów, rangi i prestiżu KANS. Zgodnie ze Statutem, Karkonoska Akademia Nauk Stosowanych ma za zadanie, we współpracy ze środowiskiem lokalnym, służyć rozwojowi regionu jeleniogórskiego poprzez podnoszenie poziomu wykształcenia społeczeństwa, propagowanie proeuropejskich postaw społecznych oraz dochowywanie tradycji i zwyczajów akademickich.

Utworzenie w KANS studiów pierwszego stopnia na kierunku *Marketing i komunikacja rynkowa* jest odpowiedzią na przyjęty w strategii Uczelni model dostosowania kierunków studiów do potrzeb lokalnego i regionalnego rynku pracy. Kierunek *Marketing i komunikacja rynkowa* jest częścią realizacji strategii Uczelni – zsynchronizowanie potencjału dydaktycznego i naukowego uczelni z oczekiwaniami i zapotrzebowaniem interesariuszy wewnętrznych i zewnętrznych. Integracja środowisk interesariuszy i ukazanie możliwych do osiągnięcia efektów współdziałania jest sposobem konsolidacji środowiska akademickiego ze środowiskiem społeczno-gospodarczym i tym samym gwarantem realizacji istotnych celów strategicznych. W związku z powyższym przed podjęciem prac nad nowo tworzoną kierunkiem, zostały przeprowadzone badania wtórne, na podstawie których zdiagnozowano potrzeby interesariuszy wewnętrznych oraz zewnętrznych oraz oczekiwania środowisk lokalnych.

Kierunek *Marketing i komunikacja rynkowa* jest reakcją na przeprowadzone w KANS badania, które pozwoliły zidentyfikować jej słabe strony; m.in. brak nowych i atrakcyjnych kierunków odpowiadających potrzebom lokalnego i regionalnego rynku pracy.

Powyższe pokazuje potrzebę istnienia w jeleniogórskiej Uczelni studiów pierwszego stopnia na kierunku *Marketing i komunikacja rynkowa*. Program przygotowano w oparciu o koncepcję dostosowania procesu kształcenia do wymogów krajowego i międzynarodowego rynku pracy, uwzględniając koncepcje zrównoważonego rozwoju w otoczeniu społeczno-

gospodarczym), wpływu nauki na otoczenie społeczno-gospodarcze i umiędzynarodowienie (aktywność międzynarodowa studentów i pracowników).

2. Potrzeby interesariuszy zewnętrznych (rynek pracy)

Kierunek *Marketing i komunikacja rynkowa* wychodzi naprzeciw oczekiwaniom lokalnego i regionalnego rynku pracy.

Wszystkie przedsiębiorstwa, z którymi przeprowadzono konsultacje w sprawie utworzenia studiów na kierunku *Marketing i komunikacja rynkowa* wyartykułowały potrzebę wzmocnienia kadr o specjalistów w zakresie zarządzania, zarządzania marketingiem i strategii komunikacji. Ponadto sytuacja zawodowa na rynku województwa dolnośląskiego potwierdza mnogość ofert pracy dla specjalistów w dziedzinie komunikacji marketingowej.

Wyniki badań wtórnych i pierwotnych przeprowadzonych wśród uczniów szkół ponadpodstawowych w Jeleniej Górze oraz interesariuszy wewnętrznych, czyli studentów KANS pozwalają stwierdzić, że zainteresowanie kierunkiem *Marketing i komunikacja rynkowa* wśród młodych ludzi jest znaczące.

3. Ogólne cele kształcenia oraz możliwości zatrudnienia absolwentów

Studia na kierunku *Marketing i komunikacja rynkowa* prowadzone są w systemie stacjonarnym. Są to studia licencjackie o profilu praktycznym, trwają 6 semestrów i obejmują 4695 godzin, na co składają się: 1800 zajęcia w kontakcie z prowadzącym, praca własna 1685 + 250 (praca dyplomowa), praktyki zawodowe - 960 godzin. Kształceniu na kierunku przypisane jest 180 punktów ECTS.

Marketing i komunikacja rynkowa to nowoczesny kierunek studiów w dziedzinie nauk społecznych w dyscyplinach nauk o zarządzaniu i jakości oraz ekonomii i finansów. Taki wybór dyscypliny wiodącej oraz dyscypliny dodatkowej warunkowany jest modułami specjalnościowymi – *e-biznes* oraz *e-marketing*, które są odpowiedzią na zapotrzebowanie środowiska lokalnego.

Studia licencjackie na kierunku *Marketing i komunikacja rynkowa* mają za zadanie wykształcić menedżera, zdolnego do założenia własnego mikroprzedsiębiorstwa, który może funkcjonować w przestrzeni wirtualnej lub pracować w przedsiębiorstwie, którego właściciel

potrzebuje wsparcia menedżerskiego w zakresie rozszerzenia działalności w Internecie. Może być zatrudniony w przedsiębiorstwie handlowym, usługowym i produkcyjnym.

Kształcenie absolwenta na kierunku *Marketing i komunikacja rynkowa* będzie obejmowało przedmioty z zakresu ekonomii i zarządzania z zastosowaniem nowoczesnej technologii. Absolwent będzie potrafił wykorzystać potencjał technologii informacyjno-komunikacyjnych (ICT) oraz nowoczesnych narzędzi marketingowych do podejmowania odpowiednich działań adaptacyjnych i poszukiwania możliwości optymalizacji strategii marketingowych oraz będzie potrafił zarządzać i koordynować przebieg kluczowych procesów w każdym przedsiębiorstwie, ze wskazaniem na specjalizację zarządzania przedsiębiorstwem w Internecie.

Kształcenie na kierunku odbywa się w oparciu o wyniki najnowszych badań naukowych i współpracę ze środowiskiem lokalnym. Student ma możliwość skorzystania z nowoczesnej oferty edukacyjnej oraz dobrze wyposażonej bazy dydaktycznej (m.in. z informatyzowanych pracowni wyposażonych w specjalistyczne oprogramowanie, laboratorium języków obcych oraz bogatego, systematycznie uzupełnianego, księgozbioru Biblioteki i Centrum Informacji Naukowej). Osoby z niepełnosprawnościami mogą wykorzystać niezbędne im narzędzia ułatwiające proces dydaktyczny (pętle indukcyjne, klawiatury itp.).

Student kierunku *Marketing i komunikacja rynkowa* rozumie wagę współpracy z otoczeniem społecznym i gospodarczym, poprzez realizację m.in. obowiązkowych praktyk zawodowych w lokalnych instytucjach. Poszerza i rozwija kontakty z krajowymi i zagranicznymi ośrodkami naukowymi poprzez realizowany na uczelni Program ERASMUS. Absolwent będzie posiadał znajomość języka obcego na poziomie biegłości B2 Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego Rady Europy. Ponadto wykaze się umiejętnością posługiwania językiem specjalistycznym właściwym dla zakresu kształcenia oraz znajomością nowoczesnych technologii informatycznych.

Sylwetka absolwenta

Jednym z fundamentów działania Karkonoskiej Akademii Nauk Stosowanych, zapisanym w przyjętej Strategii, jest przygotowanie absolwentów – praktyków do pracy zawodowej w dynamicznie rozwijających się warunkach gospodarczych. Dbłość o relacje z przedstawicielami środowiska lokalnego, atrakcyjność metod nauczania, korzystanie z doświadczeń kadry dydaktycznej i naukowo-dydaktycznej pozwoli zapewnić przyszłym studentom kierunku *marketing i komunikacja rynkowa* dostęp do rzetelnej wiedzy oraz nabywania umiejętności i kompetencji zawodowych.

Student kierunku *marketing i komunikacja rynkowa* poszerzy swoje kompetencje zawodowe, wybierając jeden z dwóch proponowanych modułów specjalnościowych: *e-biznes* i *e-marketing*.

Celem nauki w ramach modułu specjalnościowego *e-biznes* jest wykształcenie absolwenta posiadającego rozszerzone kompetencje organizowania mikro i małych przedsiębiorstw, funkcjonujących w przestrzeni tradycyjnej i wirtualnej. Student będzie posiadał umiejętność samodzielnego zorganizowania przedsiębiorstwa, oceny uwarunkowań makroekonomicznych, wykonania analizy rynku, na którym zaplanuje zorganizować podmiot gospodarczy. Ponadto pozna narzędzia identyfikacji preferencji i oczekiwań klientów oraz instrumenty marketingowe (produkt / usługa, cena, dystrybucja i promocja) niezbędne w skutecznym zarządzaniu podmiotem gospodarczym. Absolwent pozna skuteczne metody zarządzania finansami, oceny ryzyka i normy prawne regulujące zasady zarządzania przedsiębiorstwem.

Student zapozna się zasadami wykorzystania systemów informatycznych w przestrzeni wirtualnej.

Celem nauki w ramach modułu specjalnościowego *e-marketing* jest dostarczenie studentom wiedzy i praktycznych umiejętności z zakresu kształtowania wirtualnej oferty podmiotu, współpracy sieciowej, zarządzania komunikacją marketingową. Student zdobędzie szczegółową wiedzę z zakresu projektowania kampanii reklamowych. Nabędzie też umiejętności bezpośredniej obsługi klientów w sieci.

Kończąc studia na kierunku *marketing i komunikacja rynkowa* absolwent osiągnie kompetencje pozwalające na podjęcie pracy m.in. w:

- małych, średnich i dużych podmiotach,
- podmiotach usługowych, np. medycznych, gastronomicznych,
- podmiotach produkcyjnych,
- podmiotach handlowych,
- jednostkach samorządu terytorialnego.

a przede wszystkim rozpoczęcie własnej działalności gospodarczej zgodnie z oczekiwaniami rynku i koniunktury.

Może być także zatrudniony jako:

- właściciel przedsiębiorstwa wirtualnego,
- kierownik/pracownik działu marketingu,
- kierownik/pracownik działu zarządzania kadrami,
- kierownik/pracownik działu finansowego,

- specjalista ds. promocji,
- menedżer projektu,
- kierownik/pracownik wydziału/referatu jednostki samorządu terytorialnego.

4. Wymagania wstępne dla kandydatów na kierunek *marketing i komunikacja marketingowa* pierwszego stopnia

Kompetencje oczekiwane od kandydata ubiegającego się o przyjęcie na studia pierwszego stopnia na kierunek marketing i komunikacja rynkowa o profilu praktycznym wynikają z Polskiej Ramy Kwalifikacji, a także pozostają w związku z uprawnieniami szkoły wyższej określonymi w art. 69 ust. 2 Ustawy z dnia 20 lipca 2018 r. – Prawo o szkolnictwie wyższym i nauce. W związku z powyższym, warunkiem podjęcia studiów pierwszego stopnia na kierunku marketing i komunikacja rynkowa jest uzyskanie efektów uczenia się zakładanych dla kształcenia ogólnego na poziomie poprzedzającym 6 poziom Polskiej Ramy Kwalifikacji tj. ukończenie szkoły średniej i uzyskanie świadectwa maturalnego.

5. Zasady i tryb przyjmowania na kierunek *marketing i komunikacja marketingowa*, studia pierwszego stopnia

Kandydaci na pierwszy rok studiów przyjmowani są na poszczególne kierunki i formy studiów oraz poziomy kształcenia. Szczegółowe zasady rekrutacji, przyjęte uchwałą Senatu KANS na określony rok akademicki, są podawane do publicznej wiadomości poprzez umieszczenie ich na stronie internetowej Uczelni.

II. EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA KIERUNKU MARKETING I KOMUNIKACJA RYNKOWA

Efekty uczenia się na studiach pierwszego stopnia dla kierunku marketing i komunikacja rynkowa pokrywają 100% efektów wskazanych w *Polskiej Ramie Kwalifikacji*. Podstawę prawną do ich opracowania stanowią:

- Ustawa z dnia 20 lipca 2018 roku – Prawo o szkolnictwie wyższym i nauce (t.j. Dz. U. 2024 poz. 1571 z późn. zm.),

- Rozporządzenie Ministra Nauki i Szkolnictwa Wyższego z dnia 27 września 2018 r. w sprawie studiów (t.j. Dz. U. 2023, poz. 2787),
- Ustawa z dnia 22 grudnia 2015 r. o Zintegrowanym Systemie Kwalifikacji (t.j. Dz. U. 2024 r. poz. 1606)
- Rozporządzenie Ministra Nauki i Szkolnictwa Wyższego z dnia 14 listopada 2018 r. w sprawie charakterystyk drugiego stopnia efektów uczenia się dla kwalifikacji na poziomie 6-8 Polskiej Ramy Kwalifikacji (Dz. U. 2018, poz. 2218),
- Rozporządzenie Ministra Nauki Edukacji i Nauki 11 października 2022r. w sprawie dziedzin nauki i dyscyplin naukowych oraz dyscyplin artystycznych (Dz. U. 2025, poz. 211).

Zakładane efekty uczenia się nastawione są na elastyczne reagowanie na potrzeby lokalnego rynku pracy oraz skonstruowane zostały tak, aby absolwent posiadał umiejętności umożliwiające mu podjęcie pracy w firmach o zróżnicowanym potencjale, zasięgu i profilu działalności. W ich przygotowanie angażują się znacząco interesariusze zewnętrzni, którzy deklarują chęć współpracy z Uczelnią na podstawie formalnych porozumień.

W celu dostosowania efektów uczenia się do potrzeb rynku pracy monitorowane są kariery zawodowe absolwentów poprzez Biuro Karier i Promocji. Biuro dysponuje także informacją o ofercie dydaktycznej i jakości kształcenia dostępną dla wszystkich zainteresowanych.

Kierunek: **Marketing i komunikacja rynkowa**

Poziom studiów: studia pierwszego stopnia

Profil studiów: praktyczny

Forma studiów: stacjonarne (S)

Tytuł zawodowy: licencjat

Symbol	Efekty uczenia się dla kierunku studiów <i>Marketing i komunikacja rynkowa</i>	Odniesienie do charakterystyk drugiego stopnia efektów uczenia się dla klasyfikacji na poziomie 6 PRK
	WIEDZA Absolwent	

K_W01	posiada szczegółową wiedzę z zakresu teorii ekonomicznych i ich odniesienie do rynku i mechanizmów rynkowych.	P6S_WG
K_W02	zna genezę i ewolucję nauk ekonomicznych oraz nauk o zarządzaniu.	P6S_WG
K_W03	zna wybrane koncepcje zarządzania oraz ich zastosowanie w gospodarce i biznesie.	P6S_WG
K_W04	ma zaawansowaną wiedzę o zarządzaniu w przedsiębiorstwie w różnych obszarach jego organizacji, w tym procesy zarządzania zasobami ludzkimi w podmiotach gospodarczych.	P6S_WG
K_W05	ma wiedzę w zakresie funkcjonowania gospodarki w ujęciu lokalnym, regionalnym i globalnym.	P6S_WG
K_W06	zna i rozumie w zaawansowanych stopniu zasady marketingu i jego przydatność w zarządzaniu przedsiębiorstwem.	P6S_WG
K_W07	ma szczegółową wiedzę o rachunkowości w przedsiębiorstwie oraz potrafi ją wykorzystać do podejmowania decyzji.	P6S_WG
K_W08	zna wybraną terminologię stosowaną w ekonomii w języku polskim oraz w językach obcych w powiązaniu z ich praktycznym zastosowaniem w rozstrzyganiu dylematów zawodowych.	P6S_WG
K_W09	zna w zaawansowanym stopniu cele i funkcje logistyki w organizacji tradycyjnej i wirtualnej.	P6S_WG
K_W10	zna metody statystyczne i ekonomiczne (ilościowe i jakościowe) oraz korzysta z zaawansowanych technik i narzędzi informatycznych służących do gromadzenia, analizy i prezentacji danych ekonomicznych i społecznych.	P6S_WG P6S_WK
K_W11	posiada wiedzę o rodzajach przedsiębiorstw, zasadach tworzenia, sposobach zarządzania, w tym podstawowe pojęcia i zasady z zakresu ochrony własności przemysłowej i prawa autorskiego.	P6S_WG P6S_WK
K_W12	zna i rozumie podstawowe przepisy prawne, regulujące funkcjonowanie różnych podmiotów w gospodarce.	P6S_WK
K_W13	ma wiedzę na temat rynków, instytucji, instrumentów oraz aktów prawnych odnoszących się do elementów systemu finansowego.	P6S_WK
K_W14	ma wiedzę o funkcjonowaniu społeczeństwa oraz o procesach zmian społecznych.	P6S_WK
K_W15	zna i rozumie psychologiczne działania jednostki, w tym jednostki w społeczeństwie i organizacji.	P6S_WK

	UMIEJĘTNOŚCI Absolwent	
K_U01	potrafi formułować i rozwiązywać problemy dotyczące mechanizmów rynkowych.	P6S_UW
K_U02	potrafi opracować strategię zarządzania podmiotem, w tym umie diagnozować występujące w przedsiębiorstwie problemy w zakresie jego organizacji i funkcjonowania oraz zastosować właściwe rozwiązania.	P6S_UW
K_U03	potrafi wykorzystać metody (ilościowe i jakościowe) oraz narzędzia (matematyczne, statystyczne) w zarządzaniu przedsiębiorstwem tradycyjnym i e-biznesowym.	P6S_UW
K_U04	potrafi stosować zaawansowane narzędzia informatyczne do prowadzenia działalności tradycyjnej i e-biznesowej, w tym wie, jak prawidłowo wykorzystywać programy komputerowe niezbędne do zarządzania podmiotem gospodarczym.	P6S_UW
K_U05	potrafi zastosować narzędzia marketingowe w zarządzaniu przedsiębiorstwem.	P6S_UW
K_U06	potrafi zastosować instrumenty finansowe w procesie rozwoju przedsiębiorstwa.	P6S_UW
K_U07	potrafi prowadzić działalność zgodnie z aktualnymi przepisami prawa.	P6S_UW
K_U08	potrafi przeprowadzić badania makroekonomiczne przedsiębiorstwa, właściwie dobrać źródła i metody analizy danych oraz dokonać analizy krytycznej, oceny i syntezy informacji.	P6S_UW
K_U09	posiada umiejętność przygotowania prac pisemnych i wystąpień ustnych w języku polskim i obcym.	P6S_UW P6S_UK
K_U10	potrafi przygotować strategię komunikacji marketingowej, samodzielnie oraz we współpracy z zespołem.	P6S_UW P6S_UO
K_U11	potrafi założyć przedsiębiorstwo tradycyjne i wirtualne skutecznie nim zarządzać oraz dobierać, motywować, kierować i oceniać zespoły pracownicze.	P6S_UW P6S_UO
K_U12	potrafi przeprowadzić audyt i ocenić skuteczność funkcjonowania wybranych obszarów przedsiębiorstwa oraz stosować normy i standardy w procesach planowania, organizowania, motywowania i kontroli.	P6S_UW P6S_UO
K_U13	potrafi prawidłowo interpretować zjawiska gospodarcze w kontekście społecznym, kulturowym, prawnym, ekonomicznym w przestrzeni wirtualnej.	P6S_UK

K_U14	posługuje się językiem obcym (nowożytnym) w stopniu wystarczającym do porozumiewania się zgodnie z wymaganiami określonymi dla poziomu B2 Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego.	P6S_UK
K_U15	potrafi brać udział w debacie, przedstawiać i oceniać różne opinie i stanowiska oraz dyskutować o nich, w języku polskim oraz obcym.	P6S_UK
K_U16	potrafi planować i organizować pracę indywidualną oraz pracę w grupie.	P6S_UO
K_U17	potrafi samodzielnie planować i realizować własne uczenie się przez całe życie.	P6S_UU
	KOMPETENCJE SPOŁECZNE Absolwent	
K_K01	jest gotów do krytycznej oceny posiadanej wiedzy i odbieranych treści.	P6S_KK
K_K02	jest gotów do uznawania znaczenia wiedzy w rozwiązywaniu problemów poznawczych i praktycznych oraz zasięgania opinii ekspertów w przypadku trudności z samodzielnym rozwiązaniem problemu.	P6S_KK
K_K03	jest gotów do wypełniania zobowiązań społecznych, inicjowania i współorganizowania działań na rzecz środowiska społecznego i interesu publicznego.	P6S_KO
K_K04	myśli i działa w sposób przedsiębiorczy.	P6S_KO
K_K05	jest gotów do odpowiedzialnego podejmowania decyzji dbając o dorobek i tradycje zawodu.	P6S_KR
K_K06	jest gotów do przestrzegania zasad i norm etycznych obowiązujących w środowisku zawodowym oraz wymagania tego od innych.	P6S_KR

III. HARMONOGRAM REALIZACJI PROGRAMU STUDIÓW

Harmonogram realizacji programu studiów z zaznaczeniem modułów podlegających wyborowi przez studenta (**załącznik nr 1 do Programu**), który stwarza możliwość udziału studentów w wymianie międzynarodowej i krajowej, składa się z trzech modułów. Kształcenie obejmuje sześć semestrów studiów, które obejmują 4445 godzin (1800 godzin zajęć, 1685 - praca własna oraz 960 godzin praktyk zawodowych. W ramach całego procesu kształcenia

student może uzyskać 180 punktów ECTS. 62/58% punktów ECTS (w zależności od modułu) przypisano zajęciom kształtującym umiejętności praktyczne, które przyczyniają się do poszerzenia kompetencji zawodowych absolwenta i zwiększają atrakcyjność na rynku pracy. Dodatkowo 32% (57 punktów ECTS) przedmiotów stanowią przedmioty do wyboru, co pozwoli studentowi na kształtowanie własnej ścieżki edukacyjnej. Jeden przedmiot kierunkowy jest wykładany w języku angielskim.

Opis poszczególnych modułów kształcenia

1) Moduł przedmiotów ogólnych

Moduł ten składa się z 19 przedmiotów obowiązkowych i obejmuje 795 godzin, za które student może uzyskać odpowiednio 56 punktów ECTS. Moduł przedmiotów podstawowych obejmuje przedmioty z zakresu nauk wprowadzających do problematyki zarządzania wspomagających rozumienie zjawisk gospodarczych i społecznych oraz ich badanie, takich jak: psychologia i ekonomia, podstawy prawa, elementy socjologii, filozofia lub logika, podstawy statystyki. W module tym są również zajęcia dotyczące podstaw zarządzania finansami, rachunkowość, wprowadzenia do marketingu, analiza rynku, zarządzania zasobami ludzkimi, technologie informacyjne. Umiejętność diagnozowania popytu na rynku wraz z analizą regulacji prawnych stosowanych w sektorze, ułatwi absolwentowi wyeliminowanie ryzyka biznesowego i wypracowanie stosownych instrumentów zarządzania podmiotami. W module tym są również zajęcia obowiązkowe z języka obcego do wyboru: język angielski, język niemiecki, język rosyjski lub język hiszpański, wychowania fizycznego. Każdy student musi zaliczyć wszystkie przedmioty wchodzące w skład tego modułu.

LP	Przedmiot	Liczba godzin	Praca własna	Punkty ECTS
1	Podstawy zarządzania	30 – wykład egz. 15 – warsztaty	30	3
2	Ekonomia	30 – wykład egz. 15 – ćwiczenia	30	3
3	Rynek pieniężny i kapitałowy	30 – wykład 15 - ćwiczenia	30	3
4	Filozofia lub Logika	15 – wykład 15 – ćwiczenia	45	3
5	Nauka o przedsiębiorstwie	15– wykład 15 – ćwiczenia	45	3

6	Podstawy prawa	15 – wykład egz. 30 – ćwiczenia	30	3
7	Elementy statystyki	15 – wykład egz. 15 – warsztaty	45	3
8	Wprowadzenie do marketingu	15 – wykład egz. 30 – ćwiczenia	55	4
9	Firma symulacyjna	30 – ćwiczenia	20	2
10	Zarządzanie zasobami ludzkimi	15 – wykład 15 – warsztaty	45	3
11	Matematyka	15 – wykład egz. 30 – warsztaty	55	4
12	Elementy socjologii	15 – wykład 30 – warsztaty	30	3
13	Psychologia	15 – wykład egz. 15 – ćwiczenia	45	3
14	Analiza rynku	30 – warsztaty	20	2
15	Podstawy rachunkowości	15 – wykład 15 – warsztaty	20	2
16	Źródła finansowania działalności gospodarczej	15 – wykład 15 – warsztaty	20	2
17	Technologia informacyjna lub Systemy informatyczne w przedsiębiorstwie	30 – laboratoria	20	2
18	Wychowanie fizyczne	60 – ćwiczenia	0	0
19	Język obcy do wyboru (angielski, niemiecki, rosyjski, hiszpański)	120 – ćwiczenia egz.	80	8
Razem		795	665	56

2) Moduł przedmiotów kierunkowych

Moduł składa się z 16 przedmiotów, które obejmują łącznie z praktykami 1410 godzin i 83 pkt ECTS. Studenci uzyskują w ramach prowadzonych kursów niezbędną wiedzę, umiejętności i postawy właściwe dla zawodów związanych z biznesem. Nabywaniu konkretnych umiejętności służą tu prowadzone zajęcia m.in. z: zarządzania strategicznego, zachowań nabywców, badań marketingowych, zarządzania jakością, prawnej ochronie konsumenta,

zarządzanie projektami, budowanie i zarządzanie zespołami. W semestrze IV,V i VI realizowane są także praktyki zawodowe w wymiarze 960 godzin.

W module tym realizowane jest też – przez dwa ostatnie semestry studiów – obowiązkowe seminarium licencjackie. Obejmuje ono 60 godzin oraz 4 punkty ECTS. Celem kursu jest przygotowanie studenta do realizacji pracy dyplomowej (za którą uzyska 10 pkt ECTS). Student może wybierać prowadzącego seminarium spośród wskazanych pracowników dydaktycznych stanowiących kadrę kierunku, kierując się swoimi zainteresowaniami oraz obszarem badawczym prowadzącego zajęcia. Efekty uczenia się dla modułu są opisane w karcie przedmiotu seminarium licencjackie.

LP	Przedmiot	Liczba godzin	Praca własna	Punkty ECTS
1	Logistyka	15 – wykład 15 - warsztaty	45	3
2	Zarządzanie strategiczne	15 – wykład egz. 15- warsztaty	45	3
3	Zachowania nabywców	15 – wykład 15- warsztaty	45	3
4	Zarządzanie jakością	15 – wykład 15- warsztaty	45	3
5	Budowanie i zarządzanie zespołami	15 – wykład 15- warsztaty	45	3
6	Zarządzanie projektami	15 – wykład egz. 15- warsztaty	45	3
7	Analiza fundamentalna podmiotów gospodarczych	15 – wykład egz. 15 - ćwiczenia	45	3
8	Informatyka w biznesie	15 – wykład 15- warsztaty	45	3
9	Komunikacja społeczna i interpersonalna lub Techniki negocjacji	15 – wykład 15 - ćwiczenia	45	3
10	International marketing (Marketing międzynarodowy) w języku angielskim	30 - warsztaty	20	2
11	Prawna ochrona danych	15 – wykład 15- ćwiczenia	45	3
12	Giełdy w gospodarce	15 – wykład 15 – ćwiczenia	20	2
13	Badania marketingowe	15 – wykład 15- warsztaty	45	3

14	Seminarium licencjackie	60- ćwiczenia	40	4
15	Praca dyplomowa	0	250	10
16	Praktyki zawodowe	960		32
RAZEM		1410	800	83

2.1 Wymiar, zasady i forma odbywania praktyk

Praktyki zawodowe stanowią integralną część procesu kształcenia. Mają na celu potwierdzenie i zweryfikowanie wiedzy, umiejętności i kompetencji uzyskanych w toku studiów oraz nabycie doświadczenia zawodowego przez studentów poprzez obserwowanie i uczestnictwo w konkretnych instytucjach.

Student powinien wykształcić umiejętności w odniesieniu do:

- *E-biznes* w zakresie: zarządzania przedsiębiorstwem w e-biznesie, zastosowania instrumentów marketingowych w sieci, konstruowania strategii przedsiębiorstw w sieci, zastosowania prawa w e-biznesie, logistyki i organizacji pracy w przedsiębiorstwie.
- *E-marketing* w zakresie: projektowania strategii promocji w przestrzeni wirtualnej, realizacji badań marketingowych w sieci, analizy zachowań nabywców w sieci, tworzenia stron internetowych dla podmiotów gospodarczych, pozycjonowania stron internetowych, prowadzenia controllingu w zakresie skuteczności promocji.

Student odbywa praktykę zawodową w wymiarze 960 godzin, za którą uzyskuje 32 punkty ECTS. Praktyka jest zaliczana na ocenę w skali zgodnej z *Regulaminem studiów*. Praktyka odbywa się we wskazanej przez studenta instytucji, z którą porozumienie o prowadzeniu praktyk podpisuje z ramienia uczelni dziekan. Opiekunem praktyki w placówce jest osoba pracująca w danej instytucji, której zakres obowiązków służbowych jest zbieżny z celami praktyk zawodowych studenta. Ponadto wyznaczony jest organizator praktyki z ramienia Wydziału (pracownik dziekanatu), który jest odpowiedzialny za: formalne przygotowanie studenta do praktyki, właściwy dobór instytucji przez studentów oraz przygotowanie dokumentów (porozumienie, instrukcja praktyki). Przed rozpoczęciem praktyki student zobowiązany jest zgłosić się do dziekanatu celem dopełnienia wszelkich niezbędnych formalności. Zaliczenia na ocenę praktyki dokonuje opiekun praktyki z ramienia instytucji, do której udał się student. Ocenę do elektronicznego formularza protokołu, po weryfikacji dokumentów, wpisuje uczelniany opiekun praktyk powołany przez dziekana Wydziału.

Student dokumentuje przebieg praktyki w *Dzienniku praktyki*. Znajduje się w nim oprócz opisu przebiegu praktyki w określonej liczbie godzin i miejscu, opinia wystawiana przez opiekuna. Dokumentem stanowiącym podstawę do zaliczenia praktyki jest dziennik praktyki, który przechowywany jest w aktach w okresie trwania studiów, a po ich zakończeniu przekazywany jest studentowi. Karta zaliczenia praktyk jest natomiast dokumentem, który potwierdza realizację praktyk i pozostaje w aktach studenta. Wpisu do elektronicznego formularza protokołu dokonuje uczelniany opiekun praktyk po stwierdzeniu prawidłowości przebiegu praktyki i uzyskania przez studenta zakładanych efektów. Czas i miejsce odbycia praktyki są odnotowywane w suplemencie do dyplomu.

Zaświadczenie o przyjęciu do placówki, harmonogram praktyk, baza instytucji oraz pozostałe dokumenty dostępne są dla studentów na stronie internetowej Uczelni oraz w dziekanacie Wydziału. Szczegółowe zasady i forma odbywania praktyk są opisane w sylabusie i dzienniku praktyk.

3) Moduły specjalnościowe (do wyboru)

MODUŁ SPECJALNOŚCIOWY: E-biznes

Moduł specjalnościowy *E-biznes* składa się z 15 przedmiotów i obejmuje 555 godzin oraz, za które student może uzyskać 41 punktów ECTS. Studenci dzięki poszerzającym ich wiedzę kursom, nabywają dodatkowe kompetencje w zakresie zarządzania przedsiębiorstwem sieciowym, zastosowania e-instrumentów marketingowych. Poznają narzędzia do efektywnego zarządzania w przestrzeni rzeczywistej i wirtualnej. Szczególny nacisk jest kładziony na przekazanie wiedzy z zakresu holistycznego podejścia do zarządzania; marketingowego (trafny dobór oferty do potrzeb nabywców), finansowego, kadrowego i prawnego. Język specjalistyczny ułatwi komunikację i zmniejszy dystans z klientem (do wyboru język angielski lub niemiecki z możliwością rozszerzenia oferty o kolejne języki).

LP	Przedmiot	Liczba godzin	Praca własna	Punkty ECTS
1	Biznesplan	15- warsztaty	10	1
2	Marketing internetowy w e-biznesie	15 – wykład egz. 15- warsztaty	45	3

3	Logistyka i organizacja pracy w przedsiębiorstwie	15 – wykład 15- warsztaty	45	3
4	Merchandising	30- warsztaty	20	2
5	Trendy w biznesie	15 - ćwiczenia	10	1
6	Prawo w e-biznesie	15 - wykład	10	1
7	Cyberprzestępstwa	15 - wykład 15 - warsztaty	20	2
8	Ochrona konsumenta w sieci	15 – wykład egz. 15- warsztaty	45	3
9	Marketing relacji	15 – wykład egz.	35	2
10	Zarządzanie danymi w sieci	15 - warsztaty	10	1
11	Strategie i modele e-biznesu	30 - warsztaty	20	2
12	Analiza i zastosowania sieci społecznych w Internecie	15 - warsztaty	10	1
13	Ekonomia menedżerska	60 - warsztaty	40	4
14	Strategie przedsiębiorstw w sieci	15 - warsztaty	10	1
15	Język obcy specjalistyczny do wyboru (angielski, niemiecki)	210- warsztaty egz.	140	14
RAZEM		555	470	41

MODUŁ SPECJALNOŚCIOWY: E-marketing

Moduł specjalnościowy *e-marketing* składa się z 12 przedmiotów i obejmuje 555 godzin, za które student może uzyskać odpowiednio 41 punktów ECTS. Studenci dzięki poszerzającym ich wiedzę kursom nabywają dodatkowe kompetencje z zakresu strategii komunikacji marketingowych w sieci, badań, stosowania instrumentów konkurencyjności w sieci. Zdobywają także wiedzę i umiejętności niezbędne do prowadzenia wirtualnego biznesu, tworzenia informacji niezbędnych do pozyskania klientów i konsumentów, tworzenia stron internetowych, ich pozycjonowania a także udostępniania oferty rynkowej. Język specjalistyczny ułatwi komunikację i zmniejszy dystans z klientem (do wyboru język angielski lub niemiecki).

L P	Przedmiot	Liczba godzin	Praca własna	Punkty ECTS
1	Strategie komunikacji marketingowych w sieci	15 – wykład egz. 15 - ćwiczenia	45	3
2	Badania marketingowe w Internecie	15 – wykład egz. 15 - ćwiczenia	45	3
3	Instrumenty konkurowania w przestrzeni wirtualnej	15 – wykład egz. 15 - ćwiczenia	45	3
4	Trendy w zachowaniach konsumentów	30 - warsztaty	20	2
5	Content marketing	30 - warsztaty	20	2
6	Prawo marketingu i reklamy	15- wykład 15 - ćwiczenia	20	2
7	Planowanie i realizacja kampanii reklamowych w Internecie	15 – wykład 15 - warsztaty	20	2
8	Pozycjonowanie stron internetowych	15 – wykład egz. 15 - ćwiczenia	20	2
9	Strony www jako narzędzie marketingu w Internecie	30- ćwiczenia	20	2
10	Marketing w e-commerce	30 – wykład egz. 15 - warsztaty	55	4
11	Controlling działań promocyjnych	30 - warsztaty	20	2
12	Język obcy specjalistyczny do wyboru: (angielski/niemiecki)	210- warsztaty egz.	140	14
RAZEM		555	470	41

3. Dopuszczalny deficyt punktów ECTS na kierunku *marketing i komunikacja rynkowa*, studia stacjonarne pierwszego stopnia

Kierunek	Semestr I	Semestr II	Semestr III	Semestr IV	Semestr V	Semestr VI
<i>Marketing i komunikacja marketingowa studia pierwszego stopnia</i>	-8	-8	-8	-8	-10	0

Pełny wykaz przedmiotów wchodzących w skład modułów zajęć zawiera semestralny harmonogram realizacji programu studiów stanowiący **załącznik nr 1a oraz 1b do Programu**.

Załącznik nr 2 do Programu zawiera opis zajęć lub grup zajęć wraz z przypisaniem do nich efektów uczenia się i treści programowych zapewniających uzyskanie tych efektów (karty przedmiotów).

IV. SPOSOBY WERYFIKACJI I OCENY EFEKTÓW UCZENIA SIĘ OSIĄGNIĘTYCH PRZEZ STUDENTA W TRAKCIE CAŁEGO CYKLU KSZTAŁCENIA

Przedmioty realizowane w czasie trwania studiów kończą się egzaminem lub zaliczeniem na ocenę. Tryb, zasady zaliczania, egzaminowania oraz odwołania od oceny proponowanej przez prowadzącego zajęcia określa Regulamin studiów KANS. Zaliczenia i egzaminy odbywają się w formie ustnej bądź pisemnej. Efekty uczenia się weryfikowane są poprzez oceny formatywne, w trakcie trwania zajęć oraz oceny podsumowujące na ich zakończenie. Za opracowanie sposobu weryfikacji oczekiwanych efektów uczenia się dla każdego z przedmiotów z planu studiów odpowiada nauczyciel akademicki realizujący dany przedmiot. Oceny dokonywane są za pośrednictwem testów, sprawdzianów pisemnych i odpowiedzi ustnych, miary merytorycznego udziału w dyskusji, prezentacji studenckich, projektów a także sprawdzianów umiejętności praktycznych, oceny pracy indywidualnej i w grupie oraz oceny kompetencji społecznych poprzez obserwację postaw społecznych w czasie realizacji zajęć. Działania te mają na celu zdobycie praktycznych umiejętności niezbędnych do efektywnego wykonywania pracy zawodowej w przyszłości.

Weryfikację efektów uczenia się osiągniętych w trakcie praktyk zawodowych dokonuje opiekun praktyk. Realizacja udokumentowana będzie w dzienniku praktyk.

Praca dyplomowa i egzamin dyplomowy stanowią sprawdzian osiągnięcia przez studenta wszystkich zakładanych efektów uczenia się. Warunkiem przystąpienia do egzaminu dyplomowego jest zaliczenie zajęć przewidzianych programem studiów oraz przygotowanie pracy dyplomowej. Zasady dyplomowania określa załącznik do Zarządzenia Rektora nr 95/2023 z dnia 24 listopada 2023 r. Egzamin dyplomowy prowadzony jest w formie ustnej. Obejmuje ogólne zagadnienia teoretyczne z zakresu dyscypliny oraz dotyczy treści zawartych w pracy dyplomowej. Student w oparciu o wiedzę teoretyczną i praktyczną powinien wykazać się umiejętnością analizy i syntezy zjawisk badanych w pracy dyplomowej, umiejętnością wnioskowania i uogólniania. O końcowej ocenie w dyplomie ukończenia studiów decydują: ocena pracy dyplomowej, ocena egzaminu i średnia ocen przebiegu studiów.

Weryfikacja efektów uczenia się jest jednym z elementów składowych Uczelnianego Systemu Zapewniania Jakości Kształcenia (USZJK).

Sposoby i kryteria sprawdzania osiągnięcia efektów uczenia się zostały szczegółowo opisane w kartach przedmiotów (Załącznik nr 2).

V. WYJAŚNIENIA I UZASADNIENIA

1. Udokumentowanie, że co najmniej połowa programu kształcenia jest realizowana w postaci zajęć dydaktycznych wymagających bezpośredniego udziału nauczycieli akademickich.

Studia obejmują 1800 godzin zajęć dydaktycznych odbywanych w uczelni z udziałem prowadzącego zajęcia. Liczba punktów ECTS uzyskanych za zajęcia z bezpośrednim udziałem nauczyciela akademickiego wynosi 92. Składają się na nią punkty ECTS wynikające z naocznej pracy studenta podczas prowadzonych kursów oraz punkty ECTS wynikające z godzin pracy w kontakcie z uczelnianym opiekunem praktyk.

2. Udokumentowanie, że program studiów umożliwia studentowi wybór zajęć, którym przypisano ECTS w wymiarze nie mniejszym niż 30% liczby punktów ECTS.

W łącznej liczbie 180 punktów ECTS:

- 16 pkt ECTS student uzyskuje w ramach przedmiotów do wyboru: na zajęciach z filozofii lub logiki; technologii informacyjnej lub systemów informatycznych w przedsiębiorstwie; język angielskiego/niemieckiego/rosyjskiego/hiszpańskiego; komunikacji społecznej i interpersonalnej lub technik negocjacji;
- 41 pkt ECTS student uzyskuje w ramach modułu specjalnościowego do wyboru.

W sumie 57 punktów ECTS (32%) student uzyskuje na zajęciach do wyboru.

3. Udokumentowanie, że program studiów obejmuje zajęcia kształtujące umiejętności praktyczne

Studia stacjonarne obejmują 1800 godzin zajęć dydaktycznych odbywanych w Uczelni z udziałem prowadzącego zajęcia.

W przypadku realizacji modułu przedmiotów podstawowych, kierunkowych oraz modułu specjalnościowego *e-biznes*, 525 godzin stanowią wykłady, którym przypisano 66 punktów ECTS oraz 1275 godzin dydaktycznych warsztatów, laboratoriów oraz ćwiczeń - w tym 1035 godzin (82 punkty ECTS) zajęć kształtujących umiejętności praktyczne. Praktyki zawodowe obejmują 960 godzin, którym przypisano 32 punkty ECTS. W sumie 114 (82+32) punktów ECTS (63%) student uzyskuje na zajęciach związanych z praktycznym przygotowaniem do zawodu.

W przypadku realizacji modułu przedmiotów podstawowych, kierunkowych oraz modułu specjalnościowego *e-marketing*, 555 godzin stanowią wykłady, którym przypisano 69 punktów ECTS oraz 1245 godzin dydaktycznych godzin dydaktycznych warsztatów, laboratoriów oraz ćwiczeń, w tym 1005 godzin (79 punktów ECTS) zajęć kształtujących umiejętności praktyczne. Praktyki zawodowe obejmują 960 godzin, którym przypisano 32 punkty ECTS. W sumie 111 (79+32) punktów ECTS (62%) student uzyskuje na zajęciach związanych z praktycznym przygotowaniem do zawodu.

4. Udokumentowanie, że ponad połowa godzin zajęć dydaktycznych prowadzona jest przez nauczycieli akademickich zatrudnionych w Uczelni jako podstawowym miejscu pracy.

Ponad 50% godzin programu studiów jest realizowanych przez nauczycieli akademickich, dla których uczelnia stanowi podstawowe miejsce pracy.

5. Sumaryczne wskaźniki charakteryzujące program studiów:

Wskaźniki dotyczące programu studiów na wnioskowanych kierunku studiów, poziomie i profilu kształcenia	
Liczba punktów ECTS konieczna do uzyskania kwalifikacji pierwszego stopnia	180
Liczba semestrów konieczna do uzyskania kwalifikacji pierwszego stopnia	6
Łączna liczba punktów ECTS, którą student uzyskuje na zajęciach wymagających bezpośredniego udziału nauczycieli akademickich	92

Liczba punktów ECTS przyporządkowana zajęciom lub modułom do wyboru	57
Łączna liczba punktów ECTS, którą student uzyskuje w ramach zajęć kształtujących umiejętności praktyczne	E-biznes – 114 E-marketing – 111
Łączna liczba godzin zajęć prowadzonych przez nauczycieli akademickich zatrudnionych w Uczelni jako podstawowym miejscu pracy	50%
Liczba punktów ECTS, jaką student uzyskuje w ramach zajęć z dziedziny nauk humanistycznych	25
Liczba punktów ECTS przyporządkowana praktykom zawodowym oraz liczba godzin praktyk zawodowych	32 ECTS 960 godzin
Liczba godzin z wychowania fizycznego	60


 z up. Rektora
 dr Magdalena Baczyńska
 prof. KANS