



**Wyższa Szkoła Bankowa
we Wrocławiu**

Wyższa Szkoła Bankowa we Wrocławiu
Wydział Finansów i Zarządzania

Program studiów
dla kierunku
Mikrobiznes
Studia I Stopnia

Studia: niestacjonarne

Profil: praktyczny

Rok akademicki: 2022/2023 (nabór marcowy)

I. OGÓLNA CHARAKTERYSTYKA KIERUNKU STUDIÓW

nazwa kierunku studiów	Mikrobiznes	
Poziom kształcenia (studia pierwszego stopnia / studia drugiego stopnia / jednolite studia magisterskie)	studia pierwszego stopnia	
Profil kształcenia	praktyczny	
Forma studiów stacjonarne/niestacjonarne	niestacjonarne	
Czas trwania studiów (w semestrach)	6	
łącna liczba punktów ECTS dla danej formy studiów.	-	Studia niestacjonarne 180
łącna liczba godzin określona w programie studiów	-	Studia niestacjonarne 1972
Tytuł zawodowy nadawany absolwentom	licencjat	
Wymiar praktyk zawodowych	960 godz.	
Język prowadzenia studiów	polski	
Rok rozpoczęcia cyklu kształcenia	2022	

II. EFEKTY UCZENIA SIĘ

Symbol efektu	Opis efektów uczenia się	Kod uniwersalnej charakterystyki
Wiedza		
K_W01	Identyfikuje relacje między podmiotami gospodarczymi a instytucjami otoczenia w skali krajowej i międzynarodowej	P6S_WG
K_W02	Opisuje role i zachowania organizacyjne z uwzględnieniem relacji interpersonalnych i procesów grupowych w miejscu pracy	P6S_WG
K_W03	Definiuje i rozróżnia narzędzia komunikacji mikrobiznesu z rynkiem	P6S_WG
K_W04	Opisuje role i funkcje procesu zarządzania oraz charakteryzuje funkcje kierowania ludźmi w kontekście typu organizacji	P6S_WG
K_W05	Zna dorobek psychologii zarządzania oraz socjologii organizacji i odnosi go do problemów zarządzania	P6S_WG

K_W06	Rozróżnia strategie, metody i techniki negocjacji	P6S_WG
K_W07	Identyfikuje uwarunkowania przedsiębiorczości	P6S_WK
K_W08	Zna typowe metody projektowania i prowadzenia badań w poszczególnych obszarach działalności przedsiębiorstwa (np. badaniu rynku, analizy finansowej, poziomu jakości produktów itp.)	P6S_WG
K_W09	Wskazuje i identyfikuje przepisy prawa regulujące funkcjonowanie podmiotów gospodarczych [oraz konsekwencje ich nieprzestrzegania]	P6S_WG P6S_WK
K_W10	Objaśnia znaczenie norm i standardów w poszczególnych obszarach działalności organizacji (np. standardów rachunkowości, norm pracy, systemów i norm jakości itp.)	P6S_WG
K_W11	Wskazuje i rozróżnia atrybuty przedsiębiorstwa oraz organizacji	P6S_WG
K_W12	Rozumie istotę własności intelektualnej (własności przemysłowej oraz praw autorskich i praw pokrewnych) oraz znaczenie i konsekwencje ich nieprzestrzegania	P6S_WK
K_W13	Charakteryzuje obszary funkcjonalne przedsiębiorstwa ich podstawowe problemy oraz relacje między nimi	P6S_WG
K_W14	Zna i rozumie istotę cyklu życia organizacji oraz zmienność procesów zarządzania i struktur w zależności od fazy rozwoju	P6S_WG
K_W15	Zna zasady i problemy tworzenia i rozwoju indywidualnej przedsiębiorczości	P6S_WG P6S_WK
K_W16	Ma wiedzę w zakresie technologii internetowych oraz narzędzi internetowych wykorzystywanych w mikrobiznesie	P6S_WG
K_W17	Ma wiedzę w zakresie metod i technik sprzedaży	P6S_WG
K_W18	Zna techniki zarządzania projektami wykorzystywane w mikrobiznesie	P6S_WG
K_W19	Wyjaśnia i charakteryzuje zagadnienia z zakresu finansów w odniesieniu do funkcjonowania mikrobiznesu.	P6S_WG
Umiejętności		
K_U01	Posiada umiejętności w zakresie organizowania i prowadzenia własnej działalności gospodarczej	P6S_UW
K_U02	Dokonyuje interpretacji zjawisk i procesów zachodzących w organizacji oraz jej otoczeniu	P6S_UW
K_U03	Posiada umiejętność wykorzystania oraz oceny metod, technik i narzędzi służących zarządzaniu organizacją	P6S_UW
K_U04	Prognozuje dynamikę kondycji organizacji	P6S_UW
K_U05	Określa kryteria i poziom mierników funkcjonowania organizacji	P6S_UW
K_U06	Podejmuje samodzielnie decyzje operacyjne i taktyczne oraz ocenia proponowane rozwiązania	P6S_UO

K_U07	Posługuje się normami i standardami w procesie zarządzania organizacją	P6S_UW
K_U08	Wykorzystuje przepisy prawa oraz systemy znormalizowane przedsiębiorstwa (rachunkowości, bhp itp.) dla uzasadnienia konkretnych działań organizacji	P6S_UK
K_U09	Stosuje narzędzia informatyczne wspomagające pracę menadżera	P6S_UW
K_U10	Potrafi przygotować i zaprezentować zdobytą wiedzę oraz umiejętności (pisemnie i ustnie) z wykorzystaniem m.in. narzędzi informacyjnych	P6S_UK
K_U11	Posiada umiejętność komunikowania się interpersonalnego z otoczeniem	P6S_UK
K_U12	Prowadzi negocjacje i uzgodnienia z wykorzystaniem komunikacji interpersonalnej oraz instytucji arbitrażu i mediacji	P6S_UK
K_U13	Posługuje się językiem obcym również w zakresie nauk ekonomicznych na poziomie B2 Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego	P6S_UK
K_U14	Posiada umiejętność prowadzenia negocjacji, rozwiązywania konfliktów i współpracy z partnerami przedsiębiorstwa	P6S_UK
K_U15	Umie przygotować i wdrożyć strategię rozwoju organizacji	P6S_UW
K_U16	Potrafi przygotować podstawy ekonomiczne i organizacyjne wdrożenia nowych rozwiązań	P6S_UW
K_U17	Potrafi opracować i wdrożyć projekt przedsięwzięcia gospodarczego wykorzystując techniki zarządzania projektami	P6S_UW
K_U18	Analizuje i wdraża w życie alternatywne rozwiązania problemów decyzyjnych	P6S_UW
K_U19	Potrafi dokonać krytycznej analizy działań marketingowych prowadzonych w mikrobiznesie	P6S_UW
K_U20	Umie posługiwać się techniką i technologią w trakcie realizacji prac dotyczących mikrobiznesu	P6S_UW
K_U21	Posiada szeroki zakres umiejętności właściwych dla danej specjalności umożliwiających realizację własnych koncepcji projektowych	P6S_UW
K_U22	Współdziela i pracuje w grupie przyjmując w niej zróżnicowane role	P6S_UO
K_U23	Potrafi samodzielnie zdobywać, uzupełniać i doskonalić wiedzę oraz umiejętności zawodowe przez całe życie, potrafi podejmować decyzje o dalszym uczeniu się.	P6S_UU
Kompetencje społeczne		
K_K01	Potrafi odpowiednio określić priorytety służące realizacji określonego przez siebie lub innych zadania	P6S_KK

K_K02	Postępuje etycznie w ramach wyznaczonych ról organizacyjnych i społecznych	P6S_KR
K_K03	Potrafi myśleć i działać w sposób przedsiębiorczy	P6S_KO

III. ZAJĘCIA LUB GRUPY ZAJĘĆ NIEZŁAŻNIE OD FORMY PROWADZENIA WRAZ Z PRZYPISANIEM DO NICH EFEKTÓW UCZEANI SIĘ I TREŚCI PROGRAMOWYCH ZAPEWNIĄJĄCYCH UZYSKANIE EFEKTÓW

A) PRZYPISANIE EFEKTÓW UCZENIA SIĘ DO ZAJĘĆ LUB GRUPY ZAJĘĆ NIEZALEŻNIE OD FORMY ICH PROWADZENIA

Symbol efektu Nazwa Przedmiotu	K W01	K W02	K W03	K W04	K W05	K W06	K W07	K W08	K W09	K W10	K W11	K W12	K W13	K W14	K W15	K W16	K W17	K W18	K W19	K U01	K U02	K U03	K U04	K U05	K U06	K U07	K U08	K U09	K U10	K U11	K U12	K U13	K U14	K U15	K U16	K U17	K U18	K U19	K U20	K U21	K U22	K U23	K K01	K K02	K K03												
BHP								1	1																	1	1																														
Język obcy 1																																	1												1												
Język obcy 2																																1													1												
Język obcy 3																																1														1											
Język obcy 4																																1															1										
Język polski branżowy																																																		1							
Metody efektywnego uczenia się																																																			1	1	1				
Microsoft 365																																																					1				

Podstawy ekonomii	1									1					1									1							1					
Podstawy komunikacji społecznej		1	1																1	1											1					
Podstawy prawa cywilnego i gospodarczego																1	1																			
Praca zespołowa z wykorzystaniem narzędzi IT																																				
Socjologia	1				1																											1				
Wprowadzenie do projektu kierunkowego																																				
Praktyka zawodowa 1																																		1	1	
Praktyka zawodowa 2																																			1	1

ści gospodar czej																																			
Podstawy rachunko wości i dokumen tacja finansow a						1	1				1			1			1																1		
Psycholo gia marketin gu i sprzedaż y		1								1				1													1						1		
Warsztat y kwalifika cji menedże rskich	1	1												1																			1		
Wykorzys tanie narzędzi statystyc znych w prowadz eniu biznesu							1									1																	1		
Zarządza nie projekte m												1	1															1	1				1	1	
Budowan ie i		1																																1	1

**B) ZAJĘCIA LUB GRUPY ZAJĘĆ ORAZ TREŚCI PROGRAMOWE ZAPEWNIAJĄCE
UZYSKANIE EFEKTÓW UCZENIA SIĘ**

ZAJĘCIA LUB GRUPY ZAJĘĆ	TREŚCI PROGRAMOWE
BHP	<p>Wprowadzenie do problematyki bezpieczeństwa i higieny pracy</p> <p>Prawne aspekty bezpieczeństwa i higieny pracy</p> <p>Pomieszczenia i warunki środowiskowe</p> <p>Charakterystyka zagrożeń</p> <p>Pracownie na uczelni</p> <p>Wypadki na uczelni</p> <p>Ochrona przeciwpożarowa</p> <p>Pierwsza pomoc w nagłych wypadkach</p>
Język obcy 1	<p>Rozumienie i analiza tekstów</p> <p>Gramatyka i słownictwo</p> <p>Komunikacja ustna w życiu codziennym i zawodowym</p> <p>Komunikacja pisemna biznesowa</p>
Język obcy 2	<p>Rozumienie i analiza tekstów</p> <p>Gramatyka i słownictwo</p> <p>Komunikacja ustna w życiu codziennymi zawodowym</p> <p>Komunikacja pisemna biznesowa</p>
Praca zespołowa z wykorzystaniem narzędzi IT	<p>Platforma Extranet jako przykład portalu administracyjnego do organizowania procesu dydaktycznego.</p> <p>Platforma Moodle – przedstawienie koncepcji pedagogicznej platformy informatycznej, wspierającej prace zespołową.</p> <p>Aplikacja MS Teams jako konglomerat aplikacji do pracy zespołowej.</p> <p>Narzędzia Office 365 oraz sposób ich wykorzystania w trakcie organizowania i współpracy w ramach zespołów rozproszonych – dokumenty Office365 (arkusz kalkulacyjny, dokument tekstowy, prezentacja multimedialna)</p>
Microsoft 365	Wykorzystanie wybranych narzędzi pakietu Microsoft 365
Podstawy ekonomii	<p>Równowaga rynkowa</p> <p>Popyt i funkcja popytu</p>

	<p>Najważniejsze czynniki kształtujące popyt</p> <p>Jak czynniki wpływają na wielkość popytu lub przebieg funkcji popytu?</p> <p>Podaż i funkcja podaży</p> <p>Zmiana położenia funkcji podaży w wyniku zmiany kosztów</p> <p>Równowaga rynkowa na danym rynku</p> <p>Jak rynek ustala cenę równowagi rynkowej?</p> <p>Ceny maksymalne i minimalne</p> <p>Mechanizm zmian cen rynkowych</p> <p>Jak funkcjonuje gospodarka?</p> <p>Jak funkcjonuje gospodarka rynkowa?</p> <p>Jak działa gospodarka nakazowo-rozdzielcza?</p> <p>Bezrobocie</p> <p>Definicje bezrobocia. Wady i zalety bezrobocia</p> <p>Przyczyny i sposoby walki z bezrobociem</p>
Podstawy komunikacji społecznej	<p>Podstawy efektywnej komunikacji</p> <p>Informowanie a przekonywanie. Dwa podstawowe typy komunikowania</p> <p>Skuteczne komunikowanie niewerbalne</p> <p>Zasady efektywnej dyskusji w grupie</p> <p>Techniki erystyczne w publicznych dyskusjach</p> <p>Jak skonstruować wystąpienie publiczne</p>
Metody efektywnego uczenia się	<p>Efektywna komunikacja z wykładowcami</p> <p>Fizjologiczne i psychologiczne podstawy uczenia się i zapamiętywania</p> <p>Style uczenia się i zapamiętywania. Techniki pamięciowe</p> <p>Logika dwuwartościowa. Częste błędy logiczne</p> <p>Krytyczne myślenie. Branie udziału w dyskusji</p> <p>Czytanie ze zrozumieniem</p> <p>Projekt - pisanie, Projekt – prezentacja</p>
Podstawy prawa cywilnego i gospodarczego	<p>Pojęcie systemu prawa, gałęzi prawa, norma prawna i przepis prawny</p> <p>System źródeł prawa w Polsce</p> <p>Podmioty prawa cywilnego</p> <p>Przedstawicielstwo i pełnomocnictwo</p>

	<p>Czynności prawne (rodzaje, forma dokonywania czynności prawnych, przyczyny nieważności czynności prawnych)</p> <p>Terminy i przedawnienie roszczeń</p> <p>Własność jako prawo rzeczowe (treść, sposoby nabycia, współwłasność)</p> <p>Użytkowanie wieczyste i ograniczone prawa rzeczowe</p> <p>Stosunek zobowiązaniowe (treść, źródła), sposoby zawierania umów</p> <p>Zabezpieczenia umów (odsetki, kary umowne, poręczenie)</p> <p>odpowiedzialność za nieprawidłowe wykonanie umów</p> <p>Odpowiedzialność za czyny niedozwolone</p> <p>Umowa sprzedaży (definicja, forma zawarcia, prawa i obowiązki stron)</p> <p>Umowa zlecenia, umowa o dzieło, umowa agencyjna (definicja, forma zawarcia, prawa i obowiązki stron)</p> <p>Najem, dzierżawa, leasing (definicja, forma zawarcia, prawa i obowiązki stron)</p> <p>Zasady wykonywania działalności gospodarczej w Polsce; swobody i ograniczenia, reglamentacja, postępowanie w sprawie uzyskania pozwoleń, koncesji i wpisu na listy działalności regulowanej</p>
Socjologia	<p>Charakterystyka podstawowych mechanizmów społecznych w kontekście rozwoju nauki socjologii</p> <p>Kultura i różnicowanie kulturowe oraz ich oddziaływanie na społeczeństwo</p> <p>Struktury społeczne i stratyfikacja społeczna</p> <p>Globalizacja</p> <p>Społeczne uwarunkowania rynku pracy, Społeczna odpowiedzialność biznesu</p> <p>Ubóstwo jako przykład problemu społecznego o charakterze interdyscyplinarnym</p> <p>Socjologiczna analiza zjawiska etniczności</p> <p>Metody i techniki badań społecznych</p>
Wprowadzenie do projektu kierunkowego	<p>Wytyczne związane z przygotowaniem projektu kierunkowego</p>
Analiza ekonomiczno-finansowa	<p>Źródła informacji wykorzystywane w ramach analizy finansowej. Wartość informacyjna sprawozdań finansowych</p> <p>Analiza wstępna (pionowa i pozioma) bilansu</p> <p>Analiza wstępna rachunku zysków i strat oraz rachunku przepływów pieniężnych</p> <p>Analiza płynności, zadłużenia, rentowności, sprawności działania - analiza wskaźnikowa</p>

	Całościowa ocena sytuacji finansowej wybranego przedsiębiorstwa
Biznesplan	<p>Proces planowania działalności przedsiębiorstw</p> <p>Pojęcie i potrzeba tworzenia biznesplanu</p> <p>Funkcje i przydatność biznesplanu</p> <p>Struktura biznesplanu</p> <p>Istota analizy strategicznej i marketingowej przedsięwzięcia</p> <p>Finansowe aspekty biznesplanu (możliwości wykorzystania funduszy Unii Europejskiej)</p>
Finansowanie działalności	<p>Teoretyczne podstawy finansowania działalności gospodarczej</p> <p>Wzrost wartości rynkowej przedsiębiorstwa jako główny cel finansowy firmy</p> <p>Kapitały własne w finansowaniu przedsiębiorstwa</p> <p>Kapitał obcy i kapitał hybrydowy jako formy finansowania działalności gospodarczej</p> <p>Finansowanie działalności gospodarczej zobowiązaniami wobec partnerów handlowych</p> <p>Analiza zadłużenia przedsiębiorstwa</p> <p>Ryzyko i mechanizm dźwigni w działalności przedsiębiorstwa</p> <p>Wpływ struktury kapitału na wartość przedsiębiorstwa</p>
Gra biznesowa	<p>Wprowadzenie do gry, interpretacja praktycznego sensu podstawowych kategorii biznesowych oraz wyjaśnienie obowiązujących zasad i założeń</p> <p>Analiza uwarunkowań rynkowych, szczegółowa analiza zasad gry</p> <p>Zarządzanie zasobami, kalkulacja kosztów, wypracowanie polityki cenowej</p> <p>Sprzedaż, analiza wyników i raportów finansowych,</p> <p>Analiza czynników sukcesu/porażki</p>
Narzędzia marketingu i promocji w małej firmie	<p>Marketing – geneza i kluczowe pojęcia. Orientacja rynkowa w gospodarce.</p> <p>Uwarunkowania działań rynkowych przedsiębiorstw – otoczenie rynkowe.</p> <p>Marketing jako zbiór działań. Marketing-mix. 4P, 4C, 7P. Oferta rynkowa i jej znaczenie. Produkt w marketingu – poziomy i rozwój. System promocji, dystrybucji i strategii cen.</p> <p>Relacje rynkowe przedsiębiorstwa i jego aktywa. Konkurencja w marketingu. Strategie konkurencyjne. System organizacji – usytuowanie działu marketingu w przedsiębiorstwie</p> <p>Algorytm strategii zarządzania marketingowego. Czynniki sukcesu rynkowego.</p> <p>Nabywca na rynku. Segmentacja i jej znaczenie. Zachowania nabywców. Proces decyzyjny. Skłonność do innowacji.</p>

	<p>Promocja w przedsiębiorstwie</p> <p>Nowe idee w marketingu. Koncepcja marketingu holistycznego i lateralnego. Dynamizm zmian.</p>
Negocjacje	<p>Podstawy negocjacji</p> <p>Wstęp do teorii gier</p> <p>Fazy i przygotowanie negocjacji</p> <p>Cechy negocjatorów</p> <p>Typy osobowości oraz zachowań</p> <p>Umiejętności negocjatora – słuchanie, pytanie, czytanie</p> <p>Trudne sytuacje negocjacyjne</p>
Podejmowanie działalności gospodarczej	<p>Zagadnienia wprowadzające. Podstawy prawa. Katalog źródeł prawa. Ogólna charakterystyka prawa cywilnego i gospodarczego</p> <p>Regulacje prawne związane z prowadzeniem działalności gospodarczej w Polsce. Formy prowadzenia działalności gospodarczej</p> <p>Procedury zakładania działalności gospodarczej</p> <p>Przygotowanie do podjęcia działalności gospodarczej. Biznesplan. Źródła finansowania wydatków związanych z podjęciem i prowadzeniem działalności gospodarczej. Uruchomienie działalności gospodarczej. Lokal, w którym prowadzona jest działalność gospodarcza</p> <p>Formy prowadzenia działalności gospodarczej</p> <p>Zatrudnianie pracowników. Marketing. Obsługa klientów. Konkurencja i współpraca z innymi przedsiębiorstwami. Finanse małego przedsiębiorstwa</p> <p>Obowiązki przedsiębiorcy wynikające z prawa podatkowego. Obowiązki przedsiębiorcy wobec Zakładu Ubezpieczeń Społecznych</p>
Podstawy rachunkowości i dokumentacja finansowa	<p>Rachunkowość jako system informacyjny</p> <p>Bilans jako rachunek majątku</p> <p>Księgi rachunkowe – funkcjonowanie kont bilansowych (aktywnych i pasywnych, syntetycznych, analitycznych)</p> <p>Funkcjonowanie kont wynikowych oraz kont rozrachunkowych (na przykładzie rozrachunków z tytułu VAT)</p> <p>Klasyfikacja kosztów i przychodów wg poszczególnych segmentów działalności</p> <p>Wynik finansowy i rachunek zysków i strat jako element sprawozdania finansowego. Dokumentacja finansowa.</p>
Psychologia marketingu i sprzedaży	<p>Psychologiczne podstawy dokonywania wyboru</p> <p>Motywacja w sprzedaży</p> <p>Emocje w zachowaniach konsumenckich</p>

	<p>Typologia Klientów</p> <p>Komunikacja z klientem</p> <p>Reguły wpływu społecznego</p> <p>Psychologia spostrzegania</p> <p>Reakcja konsumentów na cenę</p> <p>Proces decyzyjny nabywcy</p> <p>Etapy procesu sprzedaży (pozyskanie kontaktu do klienta, umówienie spotkania, otwarcie rozmowy, rozpoznanie potrzeb, prezentacja, pokonywanie obiekcji, zamknięcie sprzedaży)</p> <p>Reklamacje</p> <p>Standardy obsługi klientów</p> <p>Strategia</p> <p>Znak towarowy, marka</p> <p>Zasady segmentacji</p> <p>Planowanie działań sprzedażowych</p> <p>Zarządzanie wynikami</p> <p>Sprzedaż a systemy motywacyjne</p> <p>Kompetencje w sprzedaży</p> <p>Szkolenie handlowców</p> <p>Motywacja sprzedawcy</p>
<p>Warsztaty kwalifikacji menedżerskich</p>	<p>Kwalifikacje a kompetencje menedżera</p> <p>Istota i znaczenie miękkich kompetencji w pracy zawodowej menedżera</p> <p>Zasady rozwoju kompetencji menedżerskich</p> <p>Istota, rodzaje i rola metod edukacyjnych w rozwoju kwalifikacji menedżerskich</p> <p>Trening umiejętności społecznych</p> <p>Coaching umiejętności interpersonalnych</p> <p>Identyfikacja wybranych kwalifikacji osobowościowych w pracy menedżera</p> <p>Rozwijanie umiejętności pracy w zespole</p> <p>Wywieranie wpływu na inne osoby. Sposoby pokonywania oporu</p> <p>Wykorzystanie metod edukacyjnych w celu doskonalenia wybranej kompetencji</p> <p>Techniki kreatywne: burza mózgów i mapy myśli. Podejmowanie decyzji po burzy mózgów</p> <p>Umiejętność koncentracji na priorytetach w zarządzaniu czasem</p>

Wykorzystanie narzędzi statystycznych w prowadzeniu biznesu	<p>Próba i populacja. Rodzaje danych. Parametry opisujące próbę. Parametry opisujące populację. Obrazowanie danych. Użycie arkusza kalkulacyjnego do obliczeń statystycznych</p> <p>Średnia, mediana, modalna, kwantyle. Pojęcie zmienności i jego pomiar. Nierówność Czebyszewa i jej konsekwencje praktyczne</p> <p>Korelacja i sposoby jej pomiaru. Współliniowość, elementy regresji</p> <p>Dynamika zjawisk w czasie i przestrzeni. Przykłady analiz statystycznych w biznesie</p> <p>Elementy estymacji przedziałowej i punktowej</p> <p>Analiza zmienności (ANOVA)</p>
Zarządzanie projektem	<p>Charakterystyka przedsięwzięcia projektowego</p> <p>Podstawowe zasady zarządzania projektem</p> <p>Rozpoczęcie projektu</p> <p>Cele w projekcie</p> <p>Zasady projektu</p> <p>Czas trwania projektu</p> <p>Szacowanie kosztów projektu</p> <p>Analiza ryzyk projektu</p> <p>Zamykanie projektu</p>
Przedmioty wybieralne	<p>Wykład do wyboru</p> <p>Praktyka zawodowa 1</p> <p>Praktyka zawodowa 2</p> <p>Projekt kierunkowy 1</p> <p>Projekt kierunkowy 2</p>
Specjalność: Freelancer w e-commerce	<p>Budowanie i zarządzanie marką osobistą</p> <p>Content marketing</p> <p>Design thinking</p> <p>E-commerce</p> <p>E-marketing - SEM i SEO</p> <p>Grafika i fotografia w e-commerce</p> <p>Identyfikacja wizualna</p> <p>Marketing B2B</p> <p>Monitoring i analityka internetowa</p>

	Pracownia video Prawo w Internecie Social media w biznesie Systemy CRM i marketing automation UX/UI i projektowanie stron internetowych
Specjalność: Start-up menedżer	Autoprezentacja i wystąpienia publiczne Badania marketingowe Design thinking E-marketing Gra biznesowa 2 Lean startup i MVP Media społecznościowe w startupie Metody wyceny start-upów Prawo dla start-upów Projektowanie identyfikacji wizualnej Public relations Rachunkowość finansowa i zarządcza Zarządzanie doświadczeniem klienta Zarządzanie ryzykiem finansowym w startupie

**Treści programowe mogą ulegać modyfikacjom w procesie doskonalenia programów studiów, w celu zapewnienia ich aktualności oraz dostosowania do oczekiwań rynku pracy.*

IV. PROGRAM STUDIÓW

Specjalności proponowane na I stopniu kierunku Mikrobiznes:

- Freelancer w e-commerce
- Start-up menedżer

A) PRZYPORZĄDKOWANIE KIERUNKU STUDIÓW DO DYSYCYPLIN NAUKOWYCH

L.p.	Dyscypliny naukowe	% PUNKTÓW ECTS
1.	Nauki o zarządzaniu i jakości	80

2.	Ekonomia i finanse	20
----	--------------------	----

B) PODSTAWOWE WSKAŹNIKI ECTS OKREŚLONE DLA PROGRAMU STUDIÓW

Nazwa wskaźnika	Liczba punktów ECTS/Liczba godzin
Łączna liczba punktów ECTS, jaką student musi uzyskać w ramach zajęć prowadzonych z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich lub innych osób prowadzących zajęcia	-
	STUDIA NIESTACJONARNE 70,2 - 70,3 (39%)
Łączna liczba punktów ECTS przyporządkowana zajęciom kształtującym umiejętności praktyczne	130
Łączna liczba punktów ECTS, jaką student musi uzyskać w ramach zajęć z dziedziny nauk humanistycznych lub nauk społecznych – w przypadku kierunków studiów przyporządkowanych do dyscyplin w ramach dziedzin innych niż odpowiednio nauki humanistyczne lub nauki społeczne	nie dotyczy
Łączna liczba punktów ECTS przyporządkowana zajęciom do wyboru	107 (59%)
Łączna liczba punktów ECTS przyporządkowana praktykom zawodowym	40

C) WYMIAR, ZASADY I FORMY ODBYWANIA PRAKTYK ZAWODOWYCH

Praktyki zawodowe są integralną częścią procesu dydaktycznego, co zgodnie z wymaganiami programowymi dla studiów I stopnia jest odzwierciedleniem ich zawodowego charakteru. Zgodnie z obowiązującym Regulaminem studiów Wyższej Szkoły Bankowej we Wrocławiu, praktyki zawodowe są obowiązkowe (są bowiem przedmiotem w programie studiów). Zasady organizacji i zaliczania praktyk zawodowych określone są w Regulaminie Praktyk Zawodowych. W ramach praktyk rokrocznie z Wydziałem Finansów i Zarządzania we Wrocławiu współpracuje około czterystu podmiotów gospodarczych.

Wymiar praktyk zawodowych dla studiów I stopnia to min. 960 godzin/24 tygodnie (zaliczane w dwóch semestrach po 480 godzin/12 tygodni). Na studiach I stopnia praktykom przypisane jest 40 punktów ECTS.

Istnieją dwa rozwiązania dotyczące organizacji praktyk: student ma możliwość skorzystania z pomocy uczelni przy wyborze miejsca praktyki lub może ją zorganizować we własnym zakresie. W przypadku organizacji praktyk za pośrednictwem uczelni student wybiera pracodawcę z listy przygotowanej przez uczelnię. Biuro Karier stale pozyskuje nowe firmy, które deklarują chęć współpracy przy organizacji praktyk poprzez konsultacje z Menedżerem Kierunku, członkami Rady Biznesu dla kierunku, Związkami Pracodawców na Dolny Śląsku, instytucjami publicznymi, pracodawcami zgłaszającymi oferty pracy,

staży, praktyk. W przypadku indywidualnej organizacji praktyk student jest zobowiązany do złożenia deklaracji, na której pracodawca potwierdza możliwość realizacji konkretnych modułów przewidzianych dla praktyk w danej placówce/firmie/instytucji. Deklaracja zawiera ponadto dane pracodawcy niezbędne do przygotowania porozumienia oraz późniejszego kontaktu z nim podczas praktyki w celu jej monitorowania. Niezależnie jednak od formy organizacji praktyk (czy poprzez uczelnię, czy indywidualnie) zasady odbywania praktyki są jednakowe. Do każdej praktyki jest podpisywane trójstronne porozumienie – stronami są uczelnia, pracodawca i student, co zapewnia transparentność procesu organizacji praktyk, a także określa jasno zasady i warunki realizacji praktyk u pracodawcy, obowiązki każdej ze stron. Studenci przed praktyką zobligowani są do odebrania dokumentów na praktykę (skierowanie wraz z spersonalizowanymi dokumentami – wystandaryzowanym zaświadczeniem, które na koniec praktyki wypełnia tzw. opiekun praktyki ze strony firmy oraz sprawozdanie, które wypełnia po praktyce student).

Przy wyborze przez studenta miejsca praktyki brane są pod uwagę:

- kierunek studiowania,
- możliwość realizacji programu praktyk,
- predyspozycje studenta oraz jego preferencje.

Studenci trybu niestacjonarnego mogą odbywać praktykę w systemie ciągłym – jednorazowo lub częściowo od II roku studiów. Realizacja praktyk na I roku studiów możliwa jest wyłącznie na pisemny wniosek studenta i za zgodą Dziekana.

Studenci trybu stacjonarnego odbywają tzw. praktyki semestralne (na ostatnich 2 semestrach studiów). Przyjęte rozwiązanie pozwala na weryfikację i doskonalenie zdobytych w trakcie studiów wiedzy, umiejętności i kompetencji społecznych w autentycznym środowisku pracy już podczas studiów i przygotowuje do elastycznego wejścia na rynek pracy.

Procesem organizowania i koordynowania praktyk zajmuje się Biuro Karier. Do opieki nad studentami z poszczególnych kierunków dedykowani są pracownicy Biura Karier.

Praktyka jest zaliczana na podstawie zaświadczenia o odbyciu praktyk, raportu z odbytych praktyk przygotowanych wspólnie przez opiekuna i studenta-praktykanta (weryfikacja efektów uczenia się), karty pracy, sprawozdania studenta z praktyk, które to dokumenty student składa po odbyciu praktyki. Komplet dokumentów jest dostarczany do Biura Karier, następnie są one przekazywane do opiekuna praktyk zawodowych z ramienia Uczelni. Zgodnie z Zarządzeniem Dziekana opiekunem może być Menedżer kierunku lub osoba wskazana przez niego. Opiekun ściśle współpracuje z dedykowanym temu kierunkowi pracownikiem Biura Karier, który jest pośrednikiem pomiędzy nim a opiekunem z firmy. Zadaniem opiekuna praktyk z ramienia Uczelni jest ocena osiągniętych efektów uczenia się na praktyce zgodnie z kierunkiem studiów. Finalnie praktykę zalicza Dziekan na podstawie rekomendacji opiekuna praktyk zawodowych z ramienia uczelni.

Regulamin praktyk przewiduje możliwość zaliczenia praktyki bądź jej części na podstawie stażu pracy w branży i firmie, której działalność wiąże się tematycznie i merytorycznie z kierunkiem studiów i programem praktyk na danym kierunku.

Studenci, którzy pracują/pracowali zawodowo lub wykazywali różne aktywności (np. realizowali staż lub wolontariat) zgodnie z kierunkiem studiów mają możliwość zaliczenia wykonywanej pracy jako praktyki, jednak jest to bardzo szczegółowo analizowane. W tym celu zobligowani będą do udokumentowania wykonywanej pracy, przy czym czas pracy na danym stanowisku nie może być krótszy niż liczba tygodni, o zaliczenie których ubiega się student. Decyzję o zaliczeniu praktyki i jej wymiarze podejmuje Dziekan na podstawie rekomendacji opiekuna praktyk z ramienia uczelni. Sposób weryfikacji i zaliczenia uzyskanych efektów uczenia się odbywa się w taki sam sposób, jak dla osób realizujących praktykę zawodową. Szczegóły związane z wymogami formalnymi przedstawianej sytuacji zawodowej reguluje Regulamin Praktyk.

Program praktyk obejmuje moduły: obowiązkowy i do wyboru. W semestrach, w których w planie studiów przewidziana jest zaliczenie praktyk, student powinien realizować równolegle zarówno moduł obowiązkowy (8 tygodni/360 godzin) oraz jeden moduł do wyboru (4 tygodnie/120 godzin).

Realizacja efektów uczenia się przewidzianych dla modułu obowiązkowego w każdym semestrze zakłada progresję i stopniowe zwiększenie zaawansowania wiedzy, umiejętności i kompetencji społecznych w zakresie treści programowych dotyczących uwarunkowań instytucjonalno-organizacyjno-prawnych placówki przyjmującej oraz rozwijane i doskonalone kompetencji transferowalnych (ogólnopracowniczych).

Moduły do wyboru stanowią rozwinięcie modułu obowiązkowego w zakresie wiedzy, umiejętności i kompetencji społecznych niezbędnych do wykonywania określonych ról i funkcji zawodowych w środowisku pracy związanych z wybranym kierunkiem.

D) SPOSOBY WERYFIKACJI I OCENY EFEKTÓW UCZENIA SIĘ OSIĄGANÝCH PRZEZ STUDENTA W TRAKCIE CAŁEGO CYKLU KSZTAŁCENIA

Weryfikacja efektów uczenia się stanowi uniwersalny system umożliwiający monitorowanie, sprawdzanie i ocenianie procesu uczenia się studenta w trakcie całego cyklu kształcenia w uczelni. W doborze metod weryfikacji uwzględnia się rodzaje efektów (wiedza, umiejętności, kompetencje społeczne), etapy kształcenia (I stopień, II stopień), kierunki/programy studiów (merytoryka), a także treści (teoretyczne, praktyczne) i formy zajęć (wykład, ćwiczenia, lektorat, konwersatorium, laboratorium, seminarium, praktyka zawodowa). W uczelni przyjmuje się określone sposoby weryfikacji efektów uczenia się: egzaminy (ustne lub pisemne), prace kontrolne, kolokwia, projekty, a także inne aktywności zlecone przez dydaktyka, takie jak np.: ćwiczenia/zadania indywidualne i grupowe, case study, dyskusje dydaktyczne/debaty, prezentacje, gry dydaktyczne. Zróżnicowanie metod weryfikacji pozwalana na całościowe kontrolowanie postępów w procesie uczenia się studenta. Szczegółowe informacje, co do zasad i sposobów weryfikacji i oceny osiągnięcia efektów uczenia się w odniesieniu do poszczególnych kursów/przedmiotów, zamieszczone są w kartach przedmiotów. Poziom osiągnięcia efektów uczenia się studenta dokumentuje się:

- w przypadku wykładu, ćwiczenia, lektoratu, konwersatorium, laboratorium, seminarium – w protokole egzaminu/zaliczenia,
- w przypadku praktyki zawodowej – w protokole zaliczenia praktyki,
- w przypadku egzaminu dyplomowego – w protokole egzaminu dyplomowego.

Sposoby weryfikacji i oceny efektów uczenia się podlegają stałej kontroli Metodyka oraz Wydziałowego Zespołu ds. Jakości Kształcenia.

E) WYKAZ ZAJĘĆ LUB GRUPY ZAJĘĆ Z PRZYPISANIEM PUNKTÓW ECTS

Studia niestacjonarne:

Lp.	Nazwa	Semestr	ECTS
1	BHP	I	0
2	Język obcy 1	II	6
3	Język obcy 2	III	6

4	Metody efektywnego uczenia się	I	2
5	Microsoft 365	I	3
6	Podstawy ekonomii	I	4
7	Podstawy komunikacji społecznej	I	2
8	Podstawy prawa cywilnego i gospodarczego	VI	3
9	Praca zespołowa z wykorzystaniem narzędzi IT	I	0
10	Socjologia	I	3
11	Wprowadzenie do projektu kierunkowego	IV	1
12	Praktyka zawodowa 1	V	20
13	Praktyka zawodowa 2	VI	20
14	Projekt kierunkowy 1	V	3
15	Projekt kierunkowy 2	VI	3
16	WYKŁAD DO WYBORU	III	2
17	Analiza ekonomiczno-finansowa	II	6
18	Biznesplan	VI	5
19	Finansowanie działalności	VI	3
20	Gra biznesowa	II	3
21	Narzędzia marketingu i promocji w małej firmie	I	5
22	Negocjacje	VI	3
23	Podjęcie działalności gospodarczej	I	4
24	Podstawy rachunkowości i dokumentacja finansowa	I	5
25	Psychologia marketingu i sprzedaży	II	4
26	Warsztaty kwalifikacji menedżerskich	VI	5
27	Wykorzystanie narzędzi statystycznych w prowadzeniu biznesu	II	6
28	Zarządzanie projektem	II	6
29	Przedmioty specjalnościowe	III, IV, V	47