



Uniwersytet WSB Merito we Wrocławiu
Wydział Finansów i Zarządzania

Program studiów
dla kierunku

Mikrobiznes
studia I stopnia

Studia: stacjonarne/niestacjonarne

Profil: praktyczny

Rok akademicki: 2024/2025

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 1990
Tytuł zawodowy nadawany absolwentom	licencjat
Wymiar praktyk zawodowych	960 godzin
Język prowadzenia studiów	polski
Rok rozpoczęcia cyklu kształcenia	2024

II. EFEKTY UCZENIA SIĘ

Symbol efektu	Opis efektów uczenia się	Kod uniwersalnej charakterystyki
WIEDZA absolwent zna i rozumie		
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 w stopniu zaawansowanym 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_WG
K_W08	Zna typowe metody projektowania i prowadzenia badań w poszczególnych obszarach działalności przedsiębiorstwa (np. badaniu rynku, analizie finansowej, poziomu jakości produktów itp.)	P6S_WG
K_W09	Wskazuje i identyfikuje przepisy prawa regulujące funkcjonowanie podmiotów gospodarczych [oraz konsekwencje ich nieprzestrzegania]	P6S_WG

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_WG
K_W13	Charakteryzuje w stopniu zaawansowanym obszary funkcjonalne przedsiębiorstwa ich podstawowe problemy oraz relacje między nimi	P6S_WK
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
K_W16	Ma zaawansowaną wiedzę w zakresie technologii internetowych oraz narzędzi internetowych wykorzystywanych w mikrobiznesie	P6S_WG
K_W17	Ma zaawansowaną 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_WK
UMIĘJĘTNOŚCI absolwent potrafi		
K_U01	Posiada umiejętności w zakresie organizowania i prowadzenia własnej działalności gospodarczej	P6S_UW
K_U02	Dokonuje 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	Podjmuje samodzielnie decyzje operacyjne i taktyczne oraz ocenia proponowane rozwiązania	P6S_UW
K_U07	Posługuje się normami i standardami w procesie zarządzania organizacją	P6S_UO
K_U08	Wykorzystuje przepisy prawa oraz systemy znormalizowane przedsiębiorstwa (rachunkowości, bhp itp.) dla uzasadnienia konkretnych działań organizacji	P6S_UW
K_U09	Stosuje narzędzia informatyczne wspomagające pracę menadżera	P6S_UK
K_U10	Potrafi przygotować i zaprezentować zdobytą wiedzę oraz umiejętności (pisemnie i ustnie) z wykorzystaniem m.in. narzędzi informacyjnych	P6S_UW
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_UK
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	Współdziała i pracuje w grupie przyjmując w niej zróżnicowane role	P6S_UW
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 absolwent jest gotów do		
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 NIEZALEŻNIE OD FORMY PROWADZENIA WRAZ Z PRZYPISANIEM DO NICH EFEKTÓW UCZENIA SIĘ I TREŚCI PROGRAMOWYCH ZAPEWNIAJĄCYCH UZYSKANIE EFEKTÓW

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

Nazwa przedmiotu	Treści programowe
BHP	Wprowadzenie do problematyki bezpieczeństwa i higieny pracy. Prawne aspekty bezpieczeństwa i higieny pracy.
	Pomieszczenia i warunki środowiskowe. Charakterystyka zagrożeń.
	Pracownie na uczelni. Wypadki na uczelni.
	Ochrona przeciwpożarowa. Pierwsza pomoc w nagłych wypadkach.
Etyka	Etyka jako nauka filozoficzna. Etyka a moralność
	Rodzaje teorii etycznych
	Kamienie milowe historii etyki
	Normy i ich rodzaje
	Konflikt wartości a dylemat etyczny
	Anomia
Język obcy	Rozumienie i analiza tekstów.
	Gramatyka i słownictwo.
	Komunikacja ustna w życiu codziennym i zawodowym.
	Komunikacja pisemna biznesowa.
Język polski branżowy	Zadania testujące rozumienie ze słuchu - poprawa rozumienia globalnego i selektywnego
	Zadania testujące rozumienie tekstu pisanego - poprawa rozumienia globalnego i selektywnego
	Zadania testujące mówienie (interakcja i produkcja) - poprawa w zakresie wymowy oraz posługiwania się słownictwem i strukturami gramatycznymi
	Zadania testujące poprawność gramatyczną - stosowanie poprawnych form gramatycznych
	Zadania testujące tworzenie własnego tekstu - poprawa w zakresie posługiwania się słownictwem, strukturami gramatycznymi oraz przestrzegania zasad ortograficznych
	Zadania testujące poprawność ortograficzną - stosowanie poprawnych form ortograficznych
Metody efektywnego uczenia się	Efektywna komunikacja z wykładowcami
	Style uczenia się i zapamiętywania.
	Kreatywne tworzenie notatek
	Tworzenie tekstu o charakterze naukowym wraz z aparatem pomocniczym
	Wyszukiwanie i weryfikacja źródeł informacji
	Narzędzia i aplikacje przydatne w procesie uczenia się
	Tworzenie przypisów i opisów bibliograficznych
	Techniki pamięciowe
Microsoft 365	Wprowadzenie do środowiska chmurowego MS 365. Aplikacje i wersja webowa narzędzi. Logowanie, pobieranie aplikacji. Korzystanie z wersji webowej.
	Omówienie funkcjonalności One Drive. Omówienie funkcjonalności MS Teams. Współdzielenie plików i udostępnianie.
	Omówienie funkcjonalności i działania MS Sway, MS Stream i MS Forms.
	MS Power Point. Omówienie funkcjonalności: narzędzia główne, wstawianie, rysowanie, projektowanie, animacje, przejścia. Przygotowanie szablonu własnej prezentacji w grupie (templates). Legalność zdjęć i multimediiów. Licencja Creative Commons.

	MS Word. Struktura dokumentu. Omówienie zasad edycji. Formatowanie i ustawienia (układ). Wstawianie. Projektowanie. Numerowanie stron i spisy treści. Praca na dokumencie współdzielonym.
	MS Word. Rysowanie. Tabele. Edytor równań. Odwołania. Korespondencja. Recenzja.
	MS Excel. Struktura arkusza i skoroszytu. kolumny i wiersze (dodawanie i usuwanie). Nawigacja po arkuszu i skoroszytcie. Pole nazwy. Adresowanie komórek. Formatowanie komórek i arkusza. Formaty liczbowe. Formatowanie komórek. „Ustawienia strony” oraz „podgląd wydruku” i „widok podziału stron. Obszar wydruku. Typy danych: teksty, liczby (w tym daty) i formuły. Podstawowe operacje matematyczne. oraz kolejność wykonywania działań. Wybrane funkcje: Suma, średnia, suma.iloczynów, jeżeli, oraz wybrane funkcje daty i czasu lub finansowe w przykładach.
	MS Excel. Wykresy. Typy wykresów i ich zastosowanie, Zasady tworzenia wykresów. Formatowanie wykresów. Odwołania względne, bezwzględne i mieszane. Odwołania dalekie. Zarządzanie danymi: listy, sortowanie i filtrowanie danych – autofiltr i filtry zaawansowane, sprawdzenie poprawności, ochrona danych. Analiza danych.
	Praca z plikami online w chmurze. Budowanie witryny w MS Sharepoint.
Podstawy ekonomii	Przedmiot i zakres ekonomii
	Systemy gospodarcze-ocena
	Jak działa gospodarka nakazowo-rozdzielcza i gospodarka rynkowa - analiza porównawcza
	Mierniki makroekonomiczne
	Bezrobocie
	Inflacja
	Polityka monetarna i fiskalna
	Struktura i bilans handlu zagranicznego
Podstawy komunikacji społecznej	Podstawy efektywnej komunikacji
	Informowanie a przekonywanie. Dwa podstawowe typy komunikowania
	Skuteczne komunikowanie niewerbalne
	Zasady efektywnej dyskusji w grupie
	Techniki erystyczne w publicznych dyskusjach
Jak skonstruować wystąpienie publiczne	
Podstawy prawa cywilnego i gospodarczego	Pojęcie systemu prawa, gałęzi prawa, norma prawna i przepis prawny. System źródeł prawa w Polsce. Podmioty prawa cywilnego.
	Przedstawicielstwo i pełnomocnictwo. Czynności prawne (rodzaje, forma dokonywania czynności prawnych, przyczyny nieważności czynności prawnych). Terminy i przedawnienie roszczeń.
	Własność jako prawo rzeczowe (treść, sposoby nabycia, współwłasność). Użytkowanie wieczyste i ograniczone prawa rzeczowe.
	Stosunek zobowiązaniowy, sposoby zawierania umów. Zabezpieczenia umów (odsetki, kary umowne, poręczenie), odpowiedzialność za nieprawidłowe wykonanie umów. Odpowiedzialność za czyny niedozwolone.
	Umowa sprzedaży (definicja, forma zawarcia, prawa i obowiązki stron). Umowa zlecenia, umowa o dzieło, umowa agencyjna (definicja, forma zawarcia, prawa i obowiązki stron). Najem, dzierżawa, leasing (definicja, forma zawarcia, prawa i obowiązki stron).
	Pojęcia: przedsiębiorca, przedsiębiorstwo, działalność gospodarcza, firma. Osoba fizyczna jako przedsiębiorca.

	Spółka cywilna a spółki handlowe. Spółki osobowe (spółka jawna, spółka partnerska, spółka komandytowa, spółka komandytowo-akcyjna).
	Spółki kapitałowe (spółka z ograniczoną odpowiedzialnością, prosta spółka akcyjna, spółka akcyjna).
Praca zespołowa z wykorzystaniem narzędzi IT	Narzędzia informatyczne wykorzystywane w toku studiów i ich funkcjonalności
Różnice kulturowe	Co to jest kultura? Wprowadzenie
	Stereotypy i uprzedzenia
	Główne orientacje kulturowe - G. Hofstede - R. Gesteland - E. Meyer
	Komunikacja międzykulturowa. Komunikacja bezpośrednia i pośrednia. Bariery w komunikacji werbalnej. Komunikacja niewerbalna
	Religia, wartości, postawy, zwyczaje – wpływ na biznes
	Proces negocjacji międzykulturowych
	Szok kulturowy
Socjologia	Charakterystyka najważniejszych mechanizmów społecznych w kontekście rozwoju nauki socjologii
	Kultura i różnicowanie kulturowe oraz ich oddziaływanie na społeczeństwo
	Struktury społeczne i stratyfikacja społeczna
	Globalizacja
	Społeczne uwarunkowania rynku pracy
	Ubóstwo, jako przykład problemu społecznego o charakterze interdyscyplinarnym
	Społeczna Odpowiedzialność Biznesu
	Metody i techniki badań społecznych
Wprowadzenie do projektu kierunkowego	Zasady realizacji projektu kierunkowego w zakresie: zawartości projektu, jego struktury, zastosowania metod i technik badawczych, metod prezentacji danych statystycznych, ochrony własności intelektualnej i praw autorskich.
Zrównoważony rozwój	Wprowadzenie do zrównoważonego rozwoju
	Wymiar ekologiczny/ środowiskowy zrównoważonego rozwoju
	Wymiar społeczny zrównoważonego rozwoju
	Wymiar ekonomiczny/ biznesowy zrównoważonego rozwoju i ESG
Analiza ekonomiczno-finansowa	Źródła informacji wykorzystywane w ramach analizy finansowej. Wartość informacyjna sprawozdań finansowych
	Analiza wstępna (pionowa i pozioma) bilansu
	Analiza wstępna rachunku zysków i strat oraz rachunku przepływów pieniężnych
	Analiza płynności, zadłużenia, rentowności, sprawności działania - analiza wskaźnikowa
	Całościowa ocena sytuacji finansowej wybranego przedsiębiorstwa
Biznesplan	Proces planowania działalności przedsiębiorstw
	Pojęcie i potrzeba tworzenia biznesplanu
	Funkcje i przydatność biznesplanu
	Struktura biznesplanu
	Istota analizy strategicznej i marketingowej przedsięwzięcia
	Finansowe aspekty biznesplanu (możliwości wykorzystania funduszy Unii Europejskiej)
Finansowanie działalności	Źródła finansowania działalności gospodarczej. Wady i zalety poszczególnych kapitałów. Luka kapitałowa

	Alternatywne źródła finansowania przedsiębiorstw
	Kryteria wyboru źródła finansowania. Koszt i struktura kapitału
	Dźwignia finansowa - zastosowanie, strategia finansowania
	Wybór strategii finansowania w przedsiębiorstwie
Gra biznesowa	Wprowadzenie do gry, interpretacja praktycznego sensu podstawowych kategorii biznesowych oraz wyjaśnienie obowiązujących zasad i założeń. Określenie zasad pracy grupowej, podział ról i zadań.
	Analiza uwarunkowań rynkowych, szczegółowa analiza zasad gry. Prognozowanie popytu i obliczanie zapotrzebowania na zasoby.
	Zarządzanie przedsiębiorstwem, bilansowanie czynników produkcji, kalkulacja kosztów, wypracowanie polityki cenowej. Praca pod presją czasową (określony czas rozegrania kolejnych rund).
	Sprzedaż produktów/usług, ogłoszenie i analiza wyników przedsiębiorstw i ich raportów finansowych. Analiza czynników sukcesu/porażki
Narzędzia marketingu i promocji w małej firmie	Istota i pojęcie marketingu. Marketing-mix. 4P, 4C, 7P. Orientacja rynkowa w gospodarce.
	Uwarunkowania działań rynkowych przedsiębiorstw – otoczenie rynkowe: zasada PEST, 5 sił Portera, krzyżowa analiza SWOT.
	Marketing jako zbiór działań. Oferta rynkowa i jej znaczenie. Produkt w marketingu – poziomy i rozwój. System promocji, dystrybucji i strategii cen.
	Relacje rynkowe przedsiębiorstwa i jego aktywa. Konkurencja w marketingu. Strategie i modele konkurencyjne. System organizacji – usytuowanie działu marketingu w przedsiębiorstwie.
	Algorytm strategii zarządzania marketingowego. Czynniki sukcesu rynkowego.
	Nabywca na rynku. Segmentacja i jej znaczenie. Zachowania nabywców. Proces decyzyjny. Skłonność do innowacji.
	Zarządzanie relacjami z klientem Nowe idee w marketingu. Koncepcja marketingu holistycznego i lateralnego. Dynamizm zmian.
Negocjacje	Istota i rola negocjacji
	Prowadzenie negocjacji
	Rodzaje i style negocjacyjne
	Fazy i przygotowanie negocjacji
	Techniki negocjacyjne
	Komunikacja w negocjacjach
	Trudne sytuacje w negocjacjach
Podejmowanie działalności gospodarczej	Pojęcie działalności gospodarczej w prawie Unijnym i krajowym
	Zakładanie działalności gospodarczej a formy prowadzenia działalności gospodarczej
	Obowiązki rejestracyjne i sprawozdawcze w zakresie działalności gospodarczej
	Prawa przedsiębiorcy w zakresie podejmowanie działalności gospodarczej. Rola Rzecznika Małych i Średnich Przedsiębiorców
	Koncesja, zezwolenie i licencja - pojęcie działalności gospodarczej w obszarze reglamentowanym

	Instytucje prawne wsparcia dla przedsiębiorcy w zakładaniu i prowadzeniu działalności gospodarczej
	Kontrola przedsiębiorców w zakresie pojmowania działalności gospodarczej
	Odpowiedzialność przedsiębiorcy. Zakończenia a zawieszenie działalności
Podstawy rachunkowości i dokumentacja finansowa	Rachunkowość jako system informacyjny
	Bilans jako rachunek majątku
	Księgi rachunkowe – funkcjonowanie kont bilansowych (syntetycznych, analitycznych)
	Funkcjonowanie kont wynikowych oraz kont rozrachunkowych
	Klasyfikacja kosztów i przychodów według poszczególnych segmentów działalności
	Wynik finansowy i rachunek zysków i strat jako element sprawozdania finansowego
Projekt kierunkowy 1	Zasady pracy nad projektem
	Harmonogram projektu. Wybór i formułowanie problemu badawczego oraz hipotez badawczych
	Koncepcja rozwiązania problemu badawczego
	Dobór metody i technik realizacji projektu
	Dobór, opracowanie oraz poszukiwanie materiałów źródłowych
	Organizacja i przeprowadzenie badań, w tym badania w terenie
Projekt kierunkowy 2	Organizacja i przeprowadzenie badań
	Wykorzystanie wyników badań dla celów projektu
	Propozycje rozwiązań projektowych
	Redagowanie projektu kierunkowego, w tym przygotowanie jego wersji elektronicznej
Psychologia marketingu i sprzedaży	Psychologiczne podstawy dokonywania wyboru; Motywacja konsumenta; emocje w zachowaniach konsumenckich. Typologia Klientów, Komunikacja z klientem, Zasady segmentacji
	Psychologia spostrzegania; Reakcja konsumentów na cenę; Proces decyzyjny nabywców;
	Standardy obsługi klientów; Etapy procesu sprzedaży; Reklamacje
	Znak towarowy, marka; Planowanie działań sprzedażowych
	Zarządzanie wynikami; Sprzedaż a systemy motywacyjne
Warsztaty kwalifikacji menedżerskich	Kwalifikacje a kompetencje menedżerskie. Miękkie kompetencje menedżera jako wyznacznik sukcesu w życiu zawodowym we współczesnych organizacjach.
	Budowanie zespołu. Rozwijanie umiejętności pracy w zespole. Delegowanie zadań.
	Wywieranie wpływu na inne osoby. Sposoby pokonywania oporu. Jak pomóc pracownikom przejść przez zmianę na poziomie psychologicznym, czyli transformację.
	Doskonalenie umiejętności myślenia dywergencyjnego. Innowacyjność i kreatywność.
	Zdolności poznawcze: Myślenie analityczne, syntetyczne, krytyczne. Wiedza i doświadczenie zawodowe.
	Skuteczność osobista: Opanowanie. Pewność siebie - poczucie sprawczości. Elastyczność. Zaangażowanie organizacyjne.
	Zasady rozwoju kwalifikacji menedżerskich.
	Istota, rodzaje i rola metod edukacyjnych w rozwoju kwalifikacji menedżerskich.

	Wykorzystanie metod edukacyjnych w celu doskonalenia wybranej kompetencji.
	Szkolenie, warsztaty, trening kompetencji menedżerskich.
	Tutoring, mentoring i coaching kompetencji menedżerskich.
	Identyfikacja kwalifikacji i kompetencji w pracy menedżera.
	Skuteczna komunikacja z pracownikami. Asertywność. Komunikatywność.
	Zrozumienie innych osób. Wspieranie pracowników. Otwartość.
Wykorzystanie narzędzi statystycznych w prowadzeniu biznesu	Źródła danych statystycznych. Populacja i próba. Parametry opisowe.
	Metody prezentacji danych. Analiza dynamiki zjawisk. Wykorzystanie narzędzi MS EXCEL (Analiza danych, solver)
	Współzależność. Korelacja. Macierz korelacji. Regresja.
	Elementy rachunku prawdopodobieństwa. Wybrane rozkłady zmiennych losowych – rozkład dwumianowy i rozkład normalny
Zarządzanie projektem	Znaczenie projektów w zarządzaniu współczesnymi organizacjami.
	Procesy, fazy i etapy realizacji projektów.
	Planowanie zakresu projektów.
	Planowanie zasobów i kosztów projektów.
	Planowanie terminów projektów.
	Zarządzanie ryzykiem projektów.
	Monitorowanie i kontrola realizacji projektów.
	Zamykanie projektów.
Specjalność: Budowanie marki osobistej w Internecie	Aspekty prawne działalności w Internecie
	Autoprezentacja i wystąpienia publiczne
	Blogosfera
	Budowanie i zarządzanie marką osobistą
	Fotografia
	Grafika komputerowa
	Influencer marketing
	Monitoring i analityka internetowa
	Networking
	Pracownia video i vlogi
	Projektowanie stron internetowych
	Social media
	Techniki kreatywne
	Warsztaty dziennikarstwa internetowego
Specjalność: Freelancer w e-commerce	Budowanie i zarządzanie marką osobistą
	Budowanie strategii w e-commerce
	Content marketing
	Design thinking
	E-commerce
	E-marketing - SEM i SEO
	Grafika i fotografia w e-commerce
	Identyfikacja wizualna
	Monitoring i analityka internetowa
	Networking i marketing B2B
	Prawo w Internecie
	Social media w biznesie
	Systemy CRM i marketing automation
	UX/UI i projektowanie stron internetowych

**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

- Budowanie marki osobistej w Internecie (tylko forma niestacjonarna)
- Freelancer w e-commerce (tylko forma niestacjonarna)

A) PRZYPORZĄDKOWANIE KIERUNKU STUDIÓW DO DYSZYPLIN NAUKOWYCH

Dyscypliny naukowe	% PUNKTÓW ECTS
Nauki o zarządzaniu i jakości	80%
Ekonomia i finanse	20%

B) PODSTAWOWE WSKAŹNIKI ECTS OKREŚLONE DLA PROGRAMU STUDIÓW

Nazwa wskaźnika	Liczba punktów ECTS
Łączna liczba punktów ECTS, jaką student musi uzyskać w ramach zajęć prowadzonych z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich lub innych osób prowadzących zajęcia	STUDIA NIESTACJONARNE 83,2
Łączna liczba punktów ECTS przyporządkowana zajęciom kształtującym umiejętności praktyczne	STUDIA NIESTACJONARNE 177,3
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	5
Łączna liczba punktów ECTS przyporządkowana zajęciom do wyboru	0
Łączna liczba punktów ECTS przyporządkowana praktykom zawodowym	40

C) WYMIAR, ZASADY I FORMY ODBYWANIA PRAKTYK ZAWODOWYCH

Zgodnie z Regulaminem studiów Uniwersytetu WSB Merito we Wrocławiu, praktyki zawodowe są obowiązkowe a zasady ich realizacji, treści programowe, metody kształcenia, efekty uczenia się, czy metody weryfikacji osiągnięcia efektów uczenia się etc. określają, podobnie jak w przypadku innych zajęć przewidzianych w programie studiów, karty przedmiotów „Praktyka zawodowa”.

Wymiar praktyk zawodowych dla studiów I stopnia wynosi min. 960 godzin dydaktycznych/24 tygodnie. Praktyki realizowane i zaliczane są w semestrach, w których w programie studiów przewidziany jest przedmiot „Praktyka zawodowa”.

Istnieją dwa rozwiązania dotyczące organizacji praktyk: student ma możliwość skorzystania z pomocy uczelni przy wyborze miejsca praktyki lub może ją zorganizować indywidualnie. W przypadku

organizacji praktyk student jest zobowiązany do złożenia deklaracji, na której pracodawca potwierdza możliwość realizacji programu praktyk w danej placówce/firmie/instytucji.

Z programu praktyk oraz założeń przedmiotu praktyka zawodowa określonych w karcie przedmiotu a także z Regulaminu praktyk zawodowych wynikają bezpośrednio miejsca, w których realizowane są praktyki. Uczelnia dobiera miejsca praktyk pod kątem ich przystosowania do osiągania efektów uczenia się przypisanych do praktyk na danym kierunku, możliwości realizacji programu praktyk oraz predyspozycji i preferencji studenta. Praktyki realizowane są w podmiotach, które zapewniają praktykantom opiekuna praktyk, odpowiednie stanowiska pracy odpowiadające zakresowi przyszłej działalności zawodowej (dostęp do komputera, Internetu, profesjonalne oprogramowania etc.).

Procesem organizowania i koordynowania praktyk zajmują się dedykowani poszczególnym kierunkom pracownicy Biura Karier (BK). Nadzór merytoryczny nad realizacją praktyk zawodowych sprawuje opiekun praktyk zawodowych z ramienia Uczelni.

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

L.p.	Przedmiot	Semestr	ECTS
1.	BHP	I	0
2.	Etyka	II	2
3.	Język obcy 1	II	6
4.	Język obcy 2	III	6
5.	Metody efektywnego uczenia się	I	2
6.	Microsoft 365	I	2
7.	Podstawy ekonomii	I	4
8.	Podstawy komunikacji społecznej	II	2
9.	Podstawy prawa cywilnego i gospodarczego	I	3
10.	Praca zespołowa z wykorzystaniem narzędzi IT	I	0
11.	Różnice kulturowe	IV	3
12.	Socjologia	II	2
13.	Wprowadzenie do projektu kierunkowego	IV	1
14.	Wykład do wyboru w języku obcym	IV	2
15.	Zrównoważony rozwój	II	1
16.	Analiza ekonomiczno-finansowa	III	6
17.	Biznesplan	II	4
18.	Finansowanie działalności	I	3
19.	Gra biznesowa	III	3
20.	Narzędzia marketingu i promocji w małej firmie	II	5
21.	Negocjacje	I	3
22.	Podejmowanie działalności gospodarczej	II	4
23.	Podstawy rachunkowości i dokumentacja finansowa	I	5
24.	Praktyka zawodowa 1	V	20
25.	Praktyka zawodowa 2	VI	20
26.	Projekt kierunkowy 1	V	3
27.	Projekt kierunkowy 2	VI	3
28.	Psychologia marketingu i sprzedaży	III	4
29.	Warsztaty kwalifikacji menedżerskich	II	5
30.	Wykorzystanie narzędzi statystycznych w prowadzeniu biznesu	III	5
31.	Zarządzanie projektem	III	5
32.	Przedmioty specjalnościowe	IV,V,VI	46
łącznie:			180