

**Umiejętności akademickie***Academic skills*

Program studiów dla przedmiotu obowiązujący od cyklu kształcenia	2025/2026
Kierunek studiów	Marketing
Rok i semestr studiów	Rok I/ Semestr I
Poziom kształcenia	Studia I stopnia
Profil kształcenia na kierunku	Praktyczny
Moduł kształcenia dla przedmiotu	Ogólny
Nazwa specjalizacji (jeśli przedmiot specjalizacyjny)	-

Forma zajęć	Liczba godzin		ECTS	Forma zaliczenia	Waga
	Studia stacjonarne	Studia niestacjonarne			
Wykład	15	8	1	Egzamin	100%
Razem za zajęcia dydaktyczne	15	8			
Praca własna studenta	10	17			
Ogółem	25	25			

Cele kształcenia dla przedmiotu

1.	Wprowadzenie studentów w kulturę akademicką i przedstawienie jej wartości.
2.	Kształtowanie u studentów umiejętności wykorzystywania wiedzy w rozwiązywaniu ważnych problemów oraz umiejętności oceny jakości źródeł informacji naukowej.
3.	Kształtowanie u studentów kompetencji przekazywania informacji w sposób logiczny i przystępny oraz zgodnie z przyjętymi konwencjami i zasadami rejestru naukowego.

Efekty uczenia się

WIEDZA			
L.p.	Efekty przedmiotowe (Student zna i rozumie)	Odniesienie do efektów kierunkowych	Metody weryfikacji efektów uczenia się
W1	Student zna profesjonalne, akademickie źródła wiarygodnych informacji na temat problemów badawczych i danych naukowych ze swojej specjalności akademickiej i rozumie, w jaki sposób odpowiedzialnie z nich korzystać.	MAR_WG01	Egzamin pisemny
W2	Student zna metody efektywnego i bezstronnego gromadzenia wiarygodnych danych oraz oceny ich przydatności i jakości w kontekście konkretnego problemu badawczego w zakresie marketingu i nauk o zarządzaniu i jakości.	MAR_WG01	Egzamin pisemny
W3	Student zna standardy i wartości akademickie, rozumie ich znaczenie i wagę oraz zna metody efektywnego uczenia się i rozwiązywania problemów oraz możliwości dalszego samodzielnego rozwoju akademickiego.	MAR_WK02	Egzamin pisemny

UMIĘJĘTNOŚCI			
L.p.	Efekty przedmiotowe (Student potrafi)	Odniesienie do efektów kierunkowych	Metody weryfikacji efektów uczenia się
U1	Student potrafi samodzielnie wyszukiwać, selekcjonować, analizować i integrować informacje z profesjonalnych źródeł (w tym baz danych i literatury naukowej) oraz formułować na ich podstawie wnioski dotyczące konkretnego problemu badawczego z zakresu marketingu.	MAR_UW03, MAR_UU01	Egzamin pisemny
U2	Student potrafi przygotować poprawny pod względem merytorycznym i formalnym tekst akademicki (np. esej, krótki raport badawczy) oraz jego prezentację, w języku polskim (oraz w podstawowym zakresie w języku angielskim), z wykorzystaniem zasad stylu naukowego i reguł cytowania.	MAR_UW08	Egzamin pisemny
U3	Student potrafi efektywnie współpracować w małych zespołach projektowych, dzielić się zadaniami, udzielać informacji zwrotnej oraz organizować pracę własną i grupy przy realizacji prostego zadania badawczego lub prezentacyjnego w obszarze marketingu, wykorzystując nabyte umiejętności akademickie.	MAR_UO01, MAR_UU02	Egzamin pisemny

KOMPETENCJE SPOŁECZNE



L.p.	Efekty przedmiotowe (Student jest gotów do)	Odniesienie do efektów kierunkowych	Metody weryfikacji efektów uczenia się
K1	Student jest świadomy znaczenia standardów i wartości akademickich, w tym rzetelności naukowej, unikania plagiatu oraz odpowiedzialnego korzystania z cudzych wyników badań i danych.	MAR_KK03, MAR_KO01	Aktywność na zajęciach, udział w ćwiczeniach indywidualnych i grupowych
K2	Student jest gotów przyjmować konstruktywną krytykę, uwzględniać odmienne opinie, korygować własne poglądy w świetle nowych argumentów oraz dbać o kulturę dyskusji akademickiej.	MAR_KK03	Aktywność na zajęciach, udział w ćwiczeniach indywidualnych i grupowych
K3	Student rozumie społeczną odpowiedzialność badacza i przyszłego specjalisty w zakresie marketingu za sposób prezentowania i interpretowania danych oraz jest gotów działać zgodnie z zasadami etyki akademickiej i zawodowej.	MAR_KO01	Aktywność na zajęciach, udział w ćwiczeniach indywidualnych i grupowych

Treści kształcenia

L.p.	Treść kształcenia (tematyka zajęć)	Liczba godzin	
		Wykład	
		Studia stacjonarne	Studia niestacjonarne
1.	Wartości akademickie. Odróżnienie nauki od pseudonauki. Obiektywizm, sceptycyzm, dążenie do prawdy, otwartość na nowe informacje, dążenie do zdobywania kompetencji, sumiennosc. Ochrona wartości intelektualnej, bezstronne, niezafalszowane prezentowanie danych.	4	2
2.	Zachowanie na Uczelni, Charakterystyka Uczelni, Dokumenty na Uczelni	4	2
3.	Cytowanie, plagiaty, przygotowanie i wygłaszanie referatu, przygotowanie pracy dyplomowej	3	2
4.	Komunikowanie. Styl pisanie tekstów akademickich. Struktura różnych rodzajów tekstów akademickich. Przedstawianie i ocena argumentów obu stron sporu akademickiego. Analiza dyskusji problemu.	4	2
Razem		15	8

Metody kształcenia

Forma zajęć	Metody kształcenia
Wykład	Wykład informacyjny i/lub problemowy z prezentacją multimedialną. Analiza przypadków i przykładów, rozwiązywanie zadań, ćwiczenia indywidualne i zespołowe.

Warunki zaliczenia

Sposób zaliczenia	Wagi (%)
	Wykład
Egzamin pisemny – pytania zamknięte jednokrotnego wyboru	90
Wypowiedzi ustne podczas zajęć (np. w trakcie dyskusji, debaty)	10
Razem	100%

Rozliczenie pracy własnej studenta

L.p.	Czynności w ramach pracy własnej	Szacowana liczba godzin	
		Studia stacjonarne	Studia niestacjonarne
1.	Wykonanie ćwiczeń lub zadań po zajęciach (jako utrwalenie lub rozszerzenie treści z odbytych zajęć)	2	3
2.	Lektura obowiązkowa	2	4
3.	Przygotowanie do egzaminu	6	10
Razem		10	17

Literatura obowiązkowa

1.	Cieciura M., (2024), Umiejętności akademickie, wydania różne
2.	Obrębska-Woźniczka, A. (2022). <i>Niezbędnik seminarzysty. Wskazówki, ćwiczenia i przykłady dla piszących pracę dyplomową</i> . Primum Verbum.

Literatura uzupełniająca

1.	Sarnecka, B. (2024). <i>The writingworkshop: Write more, writebetter, be happier in academia</i> . Self-published.
2.	Hogue, A., Oshima, A. (2017). <i>Longman academicwritingseriess: 4, Essays with essential online resourcesaccesscodeinside</i> . Pearson Education.



Inne materiały dydaktyczne

1.	Hopkins, D., Reid, T. (2024). <i>The academicskills handbook: Your guide to success in writing, thinking and communicating at University</i> . Sage publications.
2.	Cieciuch, J., Harasimczuk, J., Skimina, E. (2022). <i>Podstawowe standardy edytorskie naukowych tekstów psychologicznych w języku polskim na podstawie reguł APA 7</i> . Liber i Libri.