



UNIWERSYTET
EKONOMICZNY
W KRAKOWIE



Ocena programowa

Profil ogólnoakademicki

**Raport samooceny
kierunku Marketing i
komunikacja rynkowa**

UNIWERSYTET EKONOMICZNY W KRAKOWIE

Ul. Rakowicka 27, 31-510 Kraków

Raport samooceny znajduje się na [stronie BIP UEK](#)

Nazwa ocenianego kierunku studiów: **Marketing i komunikacja rynkowa**

1. Poziom/y studiów: **I stopnia, II stopnia .**
2. Forma/y studiów: **stacjonarne i niestacjonarne**
3. Nazwa dyscypliny, do której został przyporządkowany kierunek
Nauki o zarządzaniu i jakości

W przypadku przyporządkowania kierunku studiów do więcej niż 1 dyscypliny:

Nie dotyczy

Na studiach prowadzone jest kształcenie przygotowujące do wykonywania zawodu nauczyciela

TAK NIE

Efekty uczenia się zakładane dla ocenianego kierunku, poziomu i profilu studiów

EFEKTY UCZENIA SIĘ - 1 STOPIEN

Symbol efektu uczenia się dla kierunku	Opis efektów uczenia się	Odniesienie do charakterystyk efektów uczenia się (uniwersalnych pierwszego stopnia oraz charakterystyk drugiego stopnia)
P_W (WIEDZA) Absolwent zna i rozumie:		
ZZ-ST1-MR-W01-25/26Z	w zaawansowanym stopniu fakty, obiekty i zjawiska z zakresu marketingu, rynku i przedsiębiorstwa oraz dotyczące ich metody i teorie wyjaśniające złożone zależności między nimi.	P6S_WG
ZZ-ST1-MR-W02-25/26Z	w zaawansowanym stopniu zagadnienia dotyczące konsumenta i konkurencji, ze szczególnym uwzględnieniem aspektów prawnych, jak ochrona własności intelektualnej.	P6S_WK
ZZ-ST1-MR-W03-25/26Z	w zaawansowanym stopniu zagadnienia dotyczące człowieka i organizacji gospodarczych jako podmiotów rynku oraz innych struktur społecznych, jak też zna i rozumie w zaawansowanym stopniu zasady oraz kryteria ich wyodrębniania i podziałów w aspekcie funkcjonowania rynku (ekonomiczne, organizacyjne, prawne i etyczne).	P6S_WK
ZZ-ST1-MR-W04-25/26Z	w zaawansowanym stopniu prawidłowości zachowań konsumentów na rynku oraz czynniki kształtujące popyt.	P6S_WG
ZZ-ST1-MR-W05-25/26Z	w zaawansowanym stopniu zagadnienia z zakresu zarządzania marketingowego, w szczególności dotyczące strategii produktu, cen, dystrybucji i komunikacji rynkowej.	P6S_WG
ZZ-ST1-MR-W06-25/26Z	w zaawansowanym stopniu procesy zmian struktur i instytucji rynkowych oraz przyczyny, przebieg, skalę i konsekwencję tych zmian.	P6S_WG
ZZ-ST1-MR-W07-25/26Z	w zaawansowanym stopniu główne metody i narzędzia pozyskiwania danych, w tym techniki niezbędne w analizie i planowaniu działalności marketingowej oraz komunikacji rynkowej.	P6S_WG
ZZ-ST1-MR-W08-25/26Z	w zaawansowanym stopniu możliwości wykorzystania nowoczesnych technologii informacyjnych w marketingu i komunikacji rynkowej.	P6S_WK
ZZ-ST1-MR-W09-25/26Z	w zaawansowanym stopniu fundamentalne zagadnienia z dziedziny nauk humanistycznych.	P6S_WG
P_U (UMIEJĘTNOŚCI) Absolwent potrafi:		
ZZ-ST1-MR-U01-25/26Z	prawidłowo interpretować zjawiska ekonomiczne i społeczne w sferze zarządzania oraz funkcjonowania rynku w otoczeniu nie w pełni przewidywalnym.	P6S_UW

ZZ-ST1-MR-U02-25/26Z	wykorzystać posiadaną wiedzę teoretyczną i pozyskiwać dane do badania nie w pełni przewidywalnych procesów i zjawisk gospodarczych, w szczególności procesów rynkowych, potrafi analizować ich przyczyny i przebieg oraz je prognozować z wykorzystaniem zaawansowanych metod i narzędzi.	P6S_UW
ZZ-ST1-MR-U03-25/26Z	analizować zjawiska społeczne w otoczeniu nie w pełni przewidywalnym posługując się systemami normatywnymi, w tym normami i regułami prawnymi, zawodowymi, moralnymi; potrafi logicznie formułować wnioski.	P6S_UW
ZZ-ST1-MR-U04-25/26Z	przygotować, zaprezentować oraz prowadzić wystąpienia publiczne i debaty, jak również dyskutować w języku polskim oraz obcym na temat zagadnień gospodarczych, w szczególności z zakresu marketingu i komunikacji rynkowej.	P6S_UK
ZZ-ST1-MR-U05-25/26Z	posługiwać się językiem angielskim w wersji business english zgodnie z wymaganiami określonymi dla poziomu B2 Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego.	P6S_UK
ZZ-ST1-MR-U06-25/26Z	rozwiązywać indywidualnie i grupowo standardowe zadania (projekty) z zakresu zarządzania, w szczególności: analizy rynku, strategicznego i operacyjnego planowania oraz audytu marketingowego.	P6S_UO
ZZ-ST1-MR-U07-25/26Z	samodzielnie planować i realizować własny rozwój poprzez zdobywanie wiedzy przez całe życie.	P6S_UU
ZZ-ST1-MR-U08-25/26Z	prawidłowo wykorzystać posiadaną wiedzę do interpretacji zjawisk z dziedziny nauk humanistycznych.	P6S_UW
P_K (KOMPETENCJE SPOŁECZNE) Absolwent jest gotów:		
ZZ-ST1-MR-K01-25/26Z	do dokonania moralnej i etycznej oceny teoretycznych i praktycznych zagadnień z obszaru marketingu i komunikacji rynkowej.	P6S_KK
ZZ-ST1-MR-K02-25/26Z	do uznania istotnego znaczenia zrównoważonego rozwoju społeczno-gospodarczego i społecznej odpowiedzialności marketingu.	P6S_KK
ZZ-ST1-MR-K03-25/26Z	do przestrzegania zasad prawnych, ekonomicznych i etycznych w marketingu.	P6S_KO
ZZ-ST1-MR-K04-25/26Z	do odpowiedzialnego realizowania zadań zawodowych w obszarze marketingu i komunikacji rynkowej.	P6S_KR
ZZ-ST1-MR-K05-25/26Z	do dzielenia się wiedzą jako integralnego elementu kształtowania etosu i roli zawodowej	P6S_KR
ZZ-ST1-MR-K06-25/26Z	do wykazywania większości cech osobowości dojrzałej w wymiarze społecznym i zawodowym w procesie wykonywania roli zawodowej i budowaniu etosu zawodowego.	P6S_KR
ZZ-ST1-MR-K07-25/26Z	do inicjowania działań na rzecz interesu publicznego w zakresie problematyki odnoszącej się do dziedziny nauk humanistycznych.	P6S_KO

Objaśnienia oznaczeń dotyczących kierunku studiów:

- ST1 - MR – studia pierwszego stopnia kierunek Marketing i komunikacja rynkowa
- W – kategoria wiedzy
- U – kategoria umiejętności
- K – kategoria kompetencji społecznych

- 01, 02, 03 i kolejne – numer efektu uczenia się

Objaśnienia oznaczeń dotyczących charakterystyki efektów uczenia się:

- P – poziom Polskiej Ramy Kwalifikacji (PRK)
- P6S – charakterystyka drugiego stopnia poziomu 6 PRK
- P6U_W – charakterystyka uniwersalna (WIEDZA):
- P6S_WG – charakterystyka drugiego stopnia (zakres i głębia)
- P6S_WK – charakterystyka drugiego stopnia (kontekst)
- P6U_U – charakterystyka uniwersalna (UMIEJĘTNOŚCI):
- P6S_UW – charakterystyka drugiego stopnia (wykorzystanie wiedzy)
- P6S_UK – charakterystyka drugiego stopnia (komunikowanie się)
- P6S_UO – charakterystyka drugiego stopnia (organizacja pracy)
- P6S_UU – charakterystyka drugiego stopnia (uczenie się)
- P6U_K – charakterystyka uniwersalna (KOMPETENCJE SPOŁECZNE):
- P6S_KK – charakterystyka drugiego stopnia (oceny)
- P6S_KO – charakterystyka drugiego stopnia (odpowiedzialność)
- P6S_KR – charakterystyka drugiego stopnia (rola zawodowa)

EFEKTY UCZENIA SIĘ - 2 STOPIEN

Symbol efektu uczenia się dla kierunku	Opis efektów uczenia się	Odniesienie do charakterystyk efektów uczenia się (uniwersalnych pierwszego stopnia oraz charakterystyk drugiego stopnia)
P_W (WIEDZA) Absolwent zna i rozumie:		
ZZ-ST2-MR-W01-25/26Z	w pogłębionym stopniu zasady tworzenia i rozwoju przedsiębiorstw, w szczególności strategii wchodzenia na rynek krajowy i międzynarodowy.	P7S_WG
ZZ-ST2-MR-W02-25/26Z	w pogłębionym stopniu zagadnienia dotyczące konsumenta i konkurencji, ze szczególnym uwzględnieniem aspektów prawnych, jako ochrona własności intelektualnej.	P7S_WK
ZZ-ST2-MR-W03-25/26Z	w pogłębionym stopniu obszary wiedzy związane z rolą z człowieka i organizacji, postrzeganych jako uczestnicy procesów rynkowych, a także zna i rozumie w pogłębionym stopniu zasady, kryteria identyfikacji i klasyfikacji tych podmiotów w kontekście funkcjonowania rynku, z uwzględnieniem uwarunkowań: ekonomicznych, organizacyjnych, prawnych i etycznych.	P7S_WG
ZZ-ST2-MR-W04-25/26Z	w pogłębionym stopniu mechanizmy i reguły rządzące zachowaniami konsumentów na rynku, jak również złożone uwarunkowania oraz czynniki kształtujące popyt, w tym ich ekonomiczne, psychologiczne i społeczne determinanty.	P7S_WG
ZZ-ST2-MR-W05-25/26Z	w pogłębionym stopniu zagadnienia z zakresu marketingu krajowego i międzynarodowego, w szczególności dotyczące strategii produktu, cen, dystrybucji i komunikacji rynkowej.	P7S_WG

ZZ-ST2-MR-W06-25/26Z	w pogłębionym stopniu procesy zmian struktur i instytucji rynkowych w skali krajowej i międzynarodowej oraz przyczyny, przebieg i konsekwencje tych zmian.	P7S_WG
ZZ-ST2-MR-W07-25/26Z	w pogłębionym stopniu złożoność doboru i zastosowania instrumentów pozyskiwania, przetwarzania oraz interpretacji danych wykorzystywanych w komunikacji rynkowej, a także analizie i planowaniu działań marketingowych.	P7S_WG
ZZ-ST2-MR-W08-25/26Z	w pogłębionym stopniu potencjał i ograniczenia zastosowania nowoczesnych technologii informacyjnych w obszarach marketingu, handlu i komunikacji rynkowej.	P7S_WK
ZZ-ST2-MR-W09-25/26Z	w pogłębionym stopniu fundamentalne zagadnienia z dziedziny nauk humanistycznych.	P7S_WG
P_U (UMIEJĘTNOŚCI) Absolwent potrafi:		
ZZ-ST2-MR-U01-25/26Z	analizować oraz interpretować złożone zjawiska ekonomiczne i społeczne, zachodzące w warunkach niepewności i dynamicznych zmian otoczenia, a dotyczące zarządzania i funkcjonowania rynku.	P7S_UW
ZZ-ST2-MR-U02-25/26Z	wykorzystać posiadaną wiedzę teoretyczną do prowadzenia badań nad złożonymi i trudnymi do przewidzenia procesami rynkowymi oraz zjawiskami gospodarczymi, a także do formułowania prognoz z zastosowaniem specjalistycznych metod i narzędzi badawczych.	P7S_UW
ZZ-ST2-MR-U03-25/26Z	świadomie interpretować zjawiska społeczne w otoczeniu nieprzewidywalnym, posługując się systemami normatywnymi, w tym normami i regułami prawnymi, zawodowymi, moralnymi; potrafi formułować i testować hipotezy oraz wyprowadzać wnioski.	P7S_UW
ZZ-ST2-MR-U04-25/26Z	przygotować, zaprezentować oraz prowadzić wystąpienia publiczne i debaty w języku polskim oraz obcym na temat zagadnień gospodarczych, w szczególności z zakresu marketingu i komunikacji rynkowej.	P7S_UK
ZZ-ST2-MR-U05-25/26Z	posługiwać się językiem angielskim w wersji business english zgodnie z wymaganiami określonymi dla poziomu B2+ Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego oraz specjalistyczną terminologią z zakresu marketingu i rynku.	P7S_UK
ZZ-ST2-MR-U06-25/26Z	Absolwent potrafi rozwiązywać zaawansowane zadania (projekty) z zakresu zarządzania, w szczególności: badań marketingowych, strategicznego i operacyjnego planowania oraz audytu marketingowego; potrafi kierować zespołami badawczymi.	P7S_UO
ZZ-ST2-MR-U07-25/26Z	samodzielnie planować i realizować własny rozwój poprzez zdobywanie wiedzy przez całe życie, potrafi ukierunkowywać innych w tym zakresie.	P7S_UU
ZZ-ST2-MR-U08-25/26Z	prawidłowo wykorzystać posiadaną wiedzę w celu formułowania i rozwiązywania nietypowych problemów z dziedziny nauk humanistycznych.	P7S_UW
P_K (KOMPETENCJE SPOŁECZNE) Absolwent jest gotów:		
ZZ-ST2-MR-K01-25/26Z	do świadomego stosowania podejścia krytycznego i innowacyjnego w ocenie posiadanej wiedzy i odbieranych treści odnośnie do marketingu i komunikacji rynkowej;	P7S_KK

ZZ-ST2-MR-K02-25/26Z	do odpowiedzialnego realizowania zadań zawodowych z zakresu marketingu i komunikacji rynkowej, jak i do dokonywania ich krytycznej oceny.	P7S_KK
ZZ-ST2-MR-K03-25/26Z	do przestrzegania zasad prawnych, ekonomicznych i etycznych w marketingu, inspirowania innych w tym zakresie;	P7S_KO
ZZ-ST2-MR-K04-25/26Z	do uznania istotnego znaczenia zrównoważonego rozwoju społeczno-gospodarczego i społecznej odpowiedzialności marketingu;	P7S_KK
ZZ-ST2-MR-K05-25/26Z	do świadomej realizacji potrzeby samodoskonalenia i dzielenia się wiedzą jako integralnego elementu kształtowania etosu i roli zawodowej oraz do inicjowania działań na rzecz interesu publicznego.	P7S_KO
ZZ-ST2-MR-K06-25/26Z	do wykazywania większości cech osobowości dojrzałej w wymiarze społecznym i zawodowym, uwzględniając zmieniające się potrzeby społeczne.	P7S_KR
ZZ-ST2-MR-K07-25/26Z	do inicjowania działań na rzecz interesu publicznego w zakresie problematyki odnoszącej się do dziedziny nauk humanistycznych.	P7S_KO

Objaśnienia oznaczeń dotyczących kierunku studiów:

- ST2-MR – studia drugiego stopnia kierunek Marketing i komunikacja rynkowa
- W – kategoria wiedzy
- U – kategoria umiejętności
- K – kategoria kompetencji społecznych
- 01, 02, 03 i kolejne – numer efektu uczenia się

Objaśnienia oznaczeń dotyczących charakterystyki efektów uczenia się:

- P – poziom Polskiej Ramy Kwalifikacji (PRK)
- P7S – charakterystyka drugiego stopnia poziomu 7 PRK

P7U_W – charakterystyka uniwersalna (WIEDZA):

- P7S_WG – charakterystyka drugiego stopnia (zakres i głębia)
- P7S_WK – charakterystyka drugiego stopnia (kontekst)

P7U_U – charakterystyka uniwersalna (UMIEJĘTNOŚCI):

- P7S_UW – charakterystyka drugiego stopnia (wykorzystanie wiedzy)
- P7S_UK – charakterystyka drugiego stopnia (komunikowanie się)
- P7S_UO – charakterystyka drugiego stopnia (organizacja pracy)
- P7S_UU – charakterystyka drugiego stopnia (uczenie się)

P7U_K – charakterystyka uniwersalna (KOMPETENCJE SPOŁECZNE):

- P7S_KK – charakterystyka drugiego stopnia (oceny)
- P7S_KO – charakterystyka drugiego stopnia (odpowiedzialność)
- P7S_KR – charakterystyka drugiego stopnia (rola zawodowa)

Skład zespołu przygotowującego raport samooceny

Imię i nazwisko	Tytuł lub stopień naukowy/stanowisko/funkcja pełniona w uczelni
Urban Pauli	Dr hab. prof. UEK /Dyrektor Instytutu Zarządzania
Agnieszka Żbikowska	Dr hab. prof. UEK/przewodnicząca Rady Interesariuszy / Kierowniczka Katedry Marketingu
Anna Pietruszka-Ortyl	Dr / Zastępca Dyrektora Instytutu Zarządzania ds. Studenckich
Piotr Hadrian	Dr hab. prof. UEK/ pracownik badawczo-dydaktyczny
Krzysztof Kapera	Dr / wykładowca
Mariusz Kuziak	Dr / wykładowca
Karolina Orzeł	Dr / pracownik badawczo-dydaktyczny
Anna Irena Szumańska	Dr / pracownik badawczo-dydaktyczny
Irena Śliwińska	Dr inż. / pracownik badawczo-dydaktyczny
Krystyna Flis	Mgr / starszy specjalista
Marcin Duszyński	Mgr/ Kierownik Biura ds. Akredytacji Krajowych i Międzynarodowych

Spis treści

Efekty uczenia się zakładane dla ocenianego kierunku, poziomu i profilu studiów	3
Prezentacja uczelni	10
Część I. Samoocena uczelni w zakresie spełniania szczegółowych kryteriów oceny programowej na kierunku studiów o profilu ogólnoakademickim	11
Kryterium 1. Konstrukcja programu studiów: koncepcja, cele kształcenia i efekty uczenia się	11
Kryterium 2. Realizacja programu studiów: treści programowe, harmonogram realizacji programu studiów oraz formy i organizacja zajęć, metody kształcenia, praktyki zawodowe, organizacja procesu nauczania i uczenia się	22
Kryterium 3. Przyjęcie na studia, weryfikacja osiągnięcia przez studentów efektów uczenia się, zaliczanie poszczególnych semestrów i lat oraz dyplomowanie	41
Kryterium 4. Kompetencje, doświadczenie, kwalifikacje i liczebność kadry prowadzącej kształcenie oraz rozwój i doskonalenie kadry	56
Kryterium 5. Infrastruktura i zasoby edukacyjne wykorzystywane w realizacji programu studiów oraz ich doskonalenie	66
Kryterium 6. Współpraca z otoczeniem społeczno-gospodarczym w konstruowaniu, realizacji i doskonaleniu programu studiów oraz jej wpływ na rozwój kierunku	76
Kryterium 7. Warunki i sposoby podnoszenia stopnia umiędzynarodowienia procesu kształcenia na kierunku	83
Kryterium 8. Wsparcie studentów w uczeniu się, rozwoju społecznym, naukowym lub zawodowym i wejściu na rynek pracy oraz rozwój i doskonalenie form wsparcia	98
Kryterium 9. Publiczny dostęp do informacji o programie studiów, warunkach jego realizacji i osiągniętych rezultatach	110
Kryterium 10. Polityka jakości, projektowanie, zatwierdzanie, monitorowanie, przegląd i doskonalenie programu studiów	114
Część II. Perspektywy rozwoju kierunku studiów	127
Część III. Załączniki	129
Załącznik nr 1. Zestawienia dotyczące ocenianego kierunku studiów	129
Załącznik nr 2. Wykaz materiałów uzupełniających	140

Prezentacja uczelni

Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie (UEK) jest państwową uczelnią, założoną w 1925 r. pod nazwą Wyższe Studium Handlowe w Krakowie. Uniwersytet ten jest jedną z najlepszych polskich uczelni ekonomicznych, a jednocześnie największą pod względem liczby studentów uczelnią ekonomiczną w Europie Środkowej. Po zmianie nazwy Uczelni z Akademii Ekonomicznej w Krakowie, będącej konsekwencją jej rozwoju, w 2007 r. Uczelnia otrzymała nazwę, pod którą aktualnie funkcjonuje. Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie (dalej: UEK, Uniwersytet, Uczelnia) wiernie realizuje misję wskazaną przez swoich założycieli: *Rerum cognoscere causas et valorem* (Poznawać przyczyny i wartości rzeczy), kształcąc umysły kolejnych pokoleń absolwentów.

UEK posiada uprawnienia do nadawania stopnia doktora i doktora habilitowanego w dziedzinie nauk społecznych w następujących dyscyplinach: Ekonomia i Finanse, Nauki o Polityce i Administracji, Nauki o Zarządzaniu i Jakości, Geografia Społeczno-ekonomiczna i Gospodarka Przestrzenna, Nauki o Polityce i Administracji oraz Nauki Prawne. Aktualnie UEK oferuje studia na 30 kierunkach w języku polskim i angielskim, studia podyplomowe, w tym prestiżowe studia MBA, oraz studia doktorskie.

Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie to nowoczesna uczelnia ze 100-letnią tradycją. Prowadząc liczne badania naukowe oraz kształcąc obecnie ok. 16,5 tys. studentów, Uniwersytet należy do największych w Polsce ośrodków badawczo-dydaktycznych o profilu ekonomicznym, wzbogaconym o badania z innych dyscyplin naukowych, w tym w zakresie nauk prawnych. Studenci Uniwersytetu zdobywają wiedzę w 10 Instytutach działających w ramach czterech kolegiów: Ekonomii i Finansów, Prawa, Gospodarki i Administracji Publicznej oraz Nauk o Zarządzaniu i Jakości.

Oceniany kierunek jest prowadzony w Instytucie Zarządzania, który działa w ramach Kolegium Nauk o Zarządzaniu i Jakości, obok Instytutu Informatyki, Rachunkowości i Controlingu oraz Instytutu Nauk o Jakości i Zarządzania Produktem.

Część I. Samoocena uczelni w zakresie spełniania szczegółowych kryteriów oceny programowej na kierunku studiów o profilu ogólnoakademickim

Kryterium 1. Konstrukcja programu studiów: koncepcja, cele kształcenia i efekty uczenia się

1.1. Powiązanie koncepcji kształcenia z misją i głównymi celami strategicznymi uczelni

Kierunek *Marketing i komunikacja rynkowa* (MiKR) jest oferowany na Uczelni od roku akademickiego 2014/2015 na podstawie [Uchwały Senatu UEK nr 33 z 23 września 2013 r.](#) w sprawie: uruchomienia na Wydziale Zarządzania studiów pierwszego i drugiego stopnia na kierunku Marketing i komunikacja rynkowa. Na przestrzeni 10 lat istnienia kierunku program studiów był kilkakrotnie modyfikowany, by dopasować treści nauczania do zmieniających się przepisów, potrzeb gospodarki (w tym interesariuszy) oraz misji i celów strategicznych uczelni. Aktualny program studiów został przyjęty [Uchwałą Senatu UEK nr T.0022.34.2025](#) z 26 czerwca 2025 r.

Koncepcja kształcenia na kierunku MiKR jest ściśle powiązana z misją i strategią UEK, określonymi w Załączniku do [Uchwały Senatu UEK nr T.0022.28.2025](#) z 26 czerwca 2025 roku w sprawie uchwalenia Strategii Rozwoju Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie na lata 2025-2032. Ponadto koncepcja kształcenia wynika z celów strategicznych Instytutu Zarządzania (IZ) w zakresie dydaktyki, określonych w [Strategii rozwoju dydaktyki w Instytucie Zarządzania na lata 2025-2028](#).

Zgodnie z przyjętą strategią rozwoju misją UEK jest „kształcenie wysoko wykwalifikowanych specjalistów, prowadzenie interdyscyplinarnych badań naukowych oraz upowszechnianie wiedzy z zakresu ekonomii i pokrewnych dyscyplin, w celu wspierania rozwoju gospodarki i społeczeństwa” (Strategia Rozwoju UEK 2025-2032, s. 10). To kompleksowe kształcenie ma na celu przygotowanie absolwentów do stawienia czoła wymogom gospodarki podlegającej intensywnym zmianom w warunkach dynamicznego rozwoju. Cel ten, jak wskazuje strategia rozwoju UEK, ma być osiągnięty przez nowoczesne programy edukacyjne dostosowane do aktualnych potrzeb rynku pracy, uwzględniające zarówno perspektywę krajową, jak i międzynarodową.

Uwzględniając tradycje i zasoby UEK Rada Instytutu Zarządzania przyjęła [Strategię rozwoju dydaktyki w Instytucie Zarządzania \(IZ\) na lata 2025-2028](#), której główny cel zakłada zapewnienie wysokiej jakości kształcenia poprzez doskonalenie kompetencji pracowników, usprawnianie procesów wewnętrznych i rozwój współpracy z interesariuszami. Cele operacyjne zakładają:

- wspieranie rozwoju kompetencji dydaktycznych pracowników;
- wprowadzanie i usprawnianie procesów ukierunkowanych na doskonalenie jakości kształcenia w Instytucie Zarządzania;
- rozwój współpracy ze studentami w zakresie doskonalenia jakości kształcenia;
- rozwój współpracy z podmiotami z otoczenia w celu doskonalenia i wzbogacania procesów kształcenia.

Przyjęta w IZ Strategia rozwoju dydaktyki wpisuje się w realizację pierwszego z czterech głównych filarów działalności UEK - Wszechstronne i innowacyjne kształcenie, dostosowane do dynamicznie zmieniających się potrzeb rynku pracy oraz gospodarki opartej na wiedzy. Ten główny cel realizowany jest przez następujące cele szczegółowe ([Strategia UEK 2025-2032](#), s. 11):

- doskonalenie oferty dydaktycznej i dostosowanie jej do wyzwań XXI wieku;
- dbałość o wysoką jakość kształcenia;
- umiędzynarodowienie w obszarze kształcenia;
- wspieranie rozwoju zawodowego i naukowego studentów;
- wspieranie ruchu studenckiego i samorządności studentów oraz zwiększenie roli studentów w zarządzaniu procesami dydaktycznymi;
- współpraca z otoczeniem w procesie kształcenia;
- sprawna obsługa administracyjna procesu kształcenia;
- rozwój sportu akademickiego.

Założenia programowe kierunku MiKR odpowiadają zarówno strategicznemu celowi UEK z lat ubiegłych ([Strategia UEK 2021-2024](#)), sformułowanego w ramach programu kluczowego nr 2, jakim jest kształtowanie właściwych postaw studentów, jak i celów z Obszaru I aktualnej Strategii UEK ([Strategia UEK 2025-2032](#), s. 12), zakładających kształtowanie programów dydaktycznych zgodnie z oczekiwaniami rynku pracy, podnoszenie kompetencji cyfrowych studentów zgodnie z wymaganiami globalnej gospodarki oraz wspieranie procesu uczenia się przez całe życie (lifelong learning). Program studiów na kierunku MiKR, tak na pierwszym, jak i drugim stopniu, dodatkowo kładzie nacisk na rozwijanie kompetencji społecznych, zwracając uwagę na prawną, społeczną i etyczną odpowiedzialność biznesu oraz wyzwania związane ze zrównoważonym rozwojem.

Program kierunku MiKR oferuje nowoczesne kształcenie studentów i jest w pełni zgodny z misją Uczelni na lata 2025–2032 i Strategią Rozwoju Dydaktyki Instytutu Zarządzania UEK. Dzięki wiedzy absolwentów pozyskanej w trakcie kształcenia na kierunku oraz stałej współpracy pracowników katedr o profilu marketingowym prowadzących zajęcia na kierunku z interesariuszami zewnętrznymi uzyskiwany jest realny wpływ na otoczenie zewnętrzne. Program studiów odpowiada na potrzeby społeczno-gospodarcze związane z dynamicznie zmieniającym się otoczeniem rynkowym i rozwojem technologii informacyjno-komunikacyjnych.

Marketing i komunikacja rynkowa (MiKR) jest przykładem nowoczesnego myślenia o edukacji ekonomicznej na poziomie szkolnictwa wyższego. Zajęcia dydaktyczne pozwalają na zdobycie wiedzy teoretycznej i metodologicznej oraz umiejętności w zakresie prowadzenia analiz rynku i badań marketingowych odpowiednio na pierwszym i drugim poziomie studiów. Na pierwszym stopniu kształcenia studenci zdobywają wiedzę pozwalającą na analizy zachodzących zjawisk społeczno-gospodarczych, jak i samodzielne formułowanie wniosków. Wiedza ta ulega pogłębieniu na stopniu drugim poprzez poszerzenie zakresu pojęciowego, instrumentarium metodologicznego oraz stopnia złożoności badanych zjawisk. Program studiów, w tym w szczególności profile specjalności zostały ukierunkowane na kształcenie wysokiej klasy profesjonalistów, co jest ściśle związane z rozwojem u nich wyspecjalizowanych umiejętności. Dodatkowo program studiów, zarówno na pierwszym, jak i drugim poziomie, kładzie nacisk na rozwijanie kompetencji społecznych zwracając uwagę na prawną, społeczną i etyczną odpowiedzialność marketingu oraz wyzwania związane ze zrównoważonym rozwojem gospodarczym.

Studia pierwszego stopnia na kierunku MiKR trwają 6 semestrów i kończą się obroną pracy licencjackiej, a ich absolwent uzyskuje tytuł zawodowy licencjata. Ukończenie studiów I stopnia daje dobre podstawy teoretyczne i metodyczne do podjęcia nauki na studiach II stopnia. Studia II stopnia trwają 4 semestry i kończą się obroną pracy magisterskiej, a absolwent uzyskuje tytuł zawodowy magistra. Studia II stopnia przygotowują do studiów III stopnia. W ramach studiów I stopnia na kierunku Marketing i komunikacja rynkowa student może realizować proces uczenia się na specjalnościach: E-marketing oraz Reklama i Public Relations. Na II stopniu oferowane są również dwie specjalności: Handel elektroniczny i Zarządzanie produktem.

Przyjęta koncepcja kształcenia na kierunku MiKR wspiera realizację celu szczegółowego 1.3. [Strategii Rozwoju UEK 2025-2032](#) i celu operacyjnego 4 Strategii rozwoju dydaktyki IZ - umiędzynarodowienie kształcenia. Z uwagi na fakt, że program kierunku odpowiada standardom edukacyjnym realizowanym na uczelniach zagranicznych, umożliwia to studentom odbywanie części studiów za granicą w ramach programu Erasmus+. Podejmowane są działania mające na celu zwiększenie liczby przedmiotów prowadzonych w językach obcych (w nowym programie studiów, obowiązującym od roku akademickiego 2025/2026, zgodnie z potrzebami otoczenia wprowadzono obowiązkowe przedmioty w języku obcym, co wspiera proces umiędzynarodowienia), rozwoju programów wspólnego kształcenia z uczelniami zagranicznymi, rozwijania oferty podwójnych dyplomów. Ponadto na kierunku Marketing i komunikacja rynkowa kształcą się studenci z zagranicy.

Dzięki staraniom władz rektorskich Uczelni oraz dyrekcji IZ nauczyciele akademicy uczestniczą w szkoleniach i kursach podnoszących ich kompetencje dydaktyczne. Działania te wspierają realizację celów szczegółowych Programu kluczowego nr 2 Strategii Rozwoju UEK 2021-2024 oraz celu 1.2. aktualnej Strategii rozwoju UEK (2025-2032), takich jak: rozwój kompetencji dydaktycznych nauczycieli akademickich UEK oraz informatyzacja działalności dydaktycznej i jednocześnie sprzyjają realizacji celu operacyjnego 1 w zakresie rozwoju dydaktyki w IZ - wspieranie rozwoju kompetencji dydaktycznych pracowników. Przykładem takich działań były Sympozja Dydaktyczne organizowane poczynając od 2017 (z przerwą w okresie pandemii Covid). Ostatnie Sympozjum odbyło się w czerwcu 2025 roku.

Ważnym projektem z punktu widzenia rozwoju zawodowego nauczycieli akademickich był *UEK Hub. Uniwersytecki hub dydaktyczny*, miały miejsce dwie jego edycje. Projekt był w całości dedykowany rozwojowi zawodowemu nauczycieli akademickich. Spośród nauczycieli akademickich prowadzących zajęcia na kierunku MiKR w tych projektach dydaktycznych uczestniczyło 19 z 98 nauczycieli prowadzących zajęcia na kierunku w roku akademickim 2024/2025. Obecnie działania na rzecz rozwoju zawodowego nauczycieli akademickich są kontynuowane w ramach projektu „[Podniesienie kwalifikacji i kompetencji kadry dydaktycznej UEK - FIRSTinFERS](#)”. W celu ułatwienia dostępu do oferty szkoleniowej uruchomiono ogólnouczelniany serwis [LEVEL UP](#), który gromadzi w jednym miejscu wszystkie szkolenia organizowane na uczelni.

1.2 Związek kształcenia z prowadzoną w uczelni działalnością naukową

Cele kształcenia określone dla przedmiotów realizowanych w ramach I i II stopnia studiów na kierunku MiKR są osiąmane dzięki badaniom naukowym realizowanym w dyscyplinie nauk o zarządzaniu o jakości, do której przypisany jest kierunek zarówno w odniesieniu do studiów I stopnia, jak i studiów II stopnia. W dyscyplinie wiodącej badania prowadzone są przez pracowników Katedry Marketingu, Katedry Handlu i Instytucji Rynkowych, Katedry Analizy Rynku i Badań Marketingowych oraz innych katedr Instytutu Zarządzania specjalizujących się w dyscyplinie wiodącej. Są to m.in. takie katedry jak Katedra Metod Organizacji i Zarządzania, Katedra Procesu Zarządzania czy Katedra Zarządzania Zasobami Pracy.

Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie w ewaluacji jakości działalności naukowej podmiotów nauki i szkolnictwa wyższego w Polsce za lata 2017-2021 w dziedzinie nauk społecznych, dyscyplinie nauk o zarządzaniu i jakości otrzymał przyznaną przez Ministra Nauki i Szkolnictwa Wyższego kategorię B+.

W okresie od 1 stycznia 2020 r. do chwili sporządzenia niniejszego raportu samooceny na Uniwersytecie Ekonomicznym w Krakowie zostało zakończonych 28 postępowań awansowych w dyscyplinie nauk o zarządzaniu i jakości. Wśród tych postępowań 10 dotyczyło nadania stopnia naukowego doktora habilitowanego, a pozostałe – doktora. Postępowania te dotyczyły także osób prowadzących zajęcia na kierunku MiKR. Wykaz tych postępowań na podstawie danych z systemu RAD-on zawiera Załącznik uzupełniający 1.A.

Dorobek publikacyjny pracowników prowadzących zajęcia na kierunku MiKR za lata 2020-2025 (do czasu sporządzenia niniejszego raportu) obejmuje 985 publikacji. Na tę liczbę składają się: artykuły (410),

rozdziały w monografiach, podręcznikach i książkach (344), monografie, podręczniki, książki i skrypty (109), publikacje w materiałach konferencyjnych (108) oraz inne publikacje (14). Średnia punktacja publikacji to 50 punktów. Na tę wartość składają się 4 publikacje po 300 punktów, 1 publikacja za 200 punktów, 2 publikacje za 150 punktów, 24 publikacji za 140 punktów, 153 publikacje za 100 lub 120 punktów, 190 publikacji za 70 lub 75 punktów, 499 publikacji za 40 lub mniej punktów oraz 90 publikacji niepunktowanych. Listę publikacji zawiera Załącznik uzupełniający 1.B.

W aktywności naukowej kadry prowadzących zajęcia na kierunku MiKR wyróżnić można kilka powiązanych ze sobą kierunków:

- marketing w środowisku cyfrowym i z wykorzystaniem sztucznej inteligencji (AI) – analizowane zagadnienia obejmują m.in. kwestie wpływu na konsumenta w środowisku internetowym, możliwości wykorzystania systemów sztucznej inteligencji i specyficznych technologii (np. beaconów) w różnych obszarach komunikacji marketingowej i do tworzenia systemów rekomendacji produktów w handlu elektronicznym, kierunki zmian w obszarze e-commerce, prowadzenie badań w środowisku cyfrowym;
- zachowania konsumentów – podejmowanymi zagadnieniami są m.in. kwestie zachowań konsumentów w środowisku cyfrowym i w związku z zastosowaniami sztucznej inteligencji w obszarze promocji, zachowania i postawy różnych grup (generacja silver, Z, Alpha, osoby z niepełnosprawnościami) oraz w odniesieniu do różnych obszarów aktywności konsumenckiej (odpowiedzialna konsumpcja, sharing economy);
- komunikacja marketingowa – obszar obejmuje głównie nowsze kanały i formy komunikacji marketingowej, koncentrując się m.in. na mediach społecznościowych, content marketingu, influencer marketingu oraz podejmując bardziej szczegółowe zagadnienia, np. inkluzywności w działaniach reklamowych, reklam kontrowersyjnych, pink-washingu czy kształtowania wizerunku pracodawcy;
- marketing w kontekście koncepcji zrównoważonego rozwoju i społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstw (CSR) – zagadnienia obejmują m.in. kwestie ekomarketingu, implementacji CSR w przedsiębiorstwach, instytucjach i organizacjach, postawy i zachowania konsumentów w kontekście zrównoważonej konsumpcji i gospodarki zamkniętego obiegu.

Wszystkie te zagadnienia wpisują się bezpośrednio w prowadzone na kierunku MiKR specjalności, stanowiąc aktualną podstawę dla treści nauczania i naturalne wzbogacenie zajęć.

Omówiony powyżej dorobek publikacyjny jest w dużej mierze pochodną realizacji grantów naukowych. Pracownicy prowadzący zajęcia na kierunku MiKR wykazują się dużą aktywnością w staraniach o pozyskiwanie środków na badania. W okresie od 2020 do 2025 r. kadra kierunku MiKR złożyła 18 wniosków o finansowanie projektów z funduszy międzynarodowych na łączną kwotę 12,55 mln euro i 155 tys. zł. Do realizacji przyjęte zostały 4 granty na łączną kwotę 1,65 mln euro a 4 wnioski mają status oczekujących na rozpatrzenie. Zestawienie wniosków o granty międzynarodowe i projektów przyjętych do finansowania zawiera Załącznik uzupełniający 1.C.

W latach 2020-2025 (do czasu złożenia niniejszego raportu) pracownicy prowadzący zajęcia na kierunku MiKR złożyli 23 wnioski o finansowanie projektów z funduszy krajowych na łączną kwotę wnioskowaną 10,4 mln zł. Wnioski te kierowane były w większości do Narodowego Centrum Nauki, choć obejmowały także inne instytucje. Najczęściej składane były wnioski w ramach konkursów OPUS, SONATA i MINIATURA. Do finansowania zakwalifikowane zostały w tym czasie 3 wnioski (na łączną kwotę 4,2 mln zł) a 1 wniosek w chwili zakończenia prac nad niniejszym raportem samooceny ma status oczekującego na rozpatrzenie. Zestawienie wniosków o granty krajowe i projektów zakwalifikowanych w tym obszarze do realizacji zawiera Załącznik uzupełniający 1.D.

Dodatkowym źródłem finansowania aktywności naukowej pracowników są granty wewnętrzne Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie, pochodzące z podziału wyodrębnionej części środków finansowych z subwencji otrzymywanej przez uczelnię. Zasady korzystania z tych grantów zawiera Regulamin podziału środków finansowych wyodrębnionych na prowadzenie działalności naukowej,

stanowiący załącznik do zarządzenia Rektora [nr R.0211.26.2025](#) z 14 maja 2025 roku (a we wcześniejszym okresie do zarządzenia Rektora [nr R.0211.7.2021](#) z 9 lutego 2021 r. z późn. zm.). Regulamin ten ze środków wyodrębnionych na prowadzenie działalności naukowej tworzy Fundusz Doskonałości Naukowej, w ramach którego realizowane jest 6 głównych programów: Prolog, Potencjał, Doskonałość Badawcza, Wsparcie Aktywności Publikacyjnej, Wsparcie Aktywności Konferencyjnej oraz Wsparcie Aktywności Grantowej (§ 2 pkt. 3 przywołanego wyżej regulaminu).

W ramach grantów wewnętrznych w latach 2020-2025 (do momentu złożenia niniejszego raportu) uruchomionych zostało 120 projektów na łączną kwotę 3,2 mln zł. W projektach tych uczestniczyło, w roli kierownika projektu lub członka zespołu, 75 pracowników prowadzących zajęcia na kierunku MiKR. W projekty te, ze wszystkich prowadzących zajęcia na kierunku MiKR, w największym stopniu zaangażowani byli pracownicy: Katedry Procesu Zarządzania, Katedry Marketingu, Katedry Ekonomiki i Organizacji Przedsiębiorstw, Katedry Metod Organizacji i Zarządzania oraz Katedry Handlu i Instytucji Rynkowych. Zestawienie uruchomionych projektów w ramach Funduszu Doskonałości Naukowej zawiera Załącznik uzupełniający 1.E.

Podejmowane w aktywności naukowej zagadnienia znajdują swoje odzwierciedlenie w programie studiów kierunku MiKR, w ofercie specjalności (które są także wynikiem wyborów dokonywanych przez studentów na przestrzeni lat) oraz w efektach uczenia się, które ukierunkowane są na rozumienie zjawisk społeczno-gospodarczych oraz analizę podłoża i przebiegu zachowań rynkowych konsumentów w celu formułowania strategicznych oraz operacyjnych planów marketingowych, doboru właściwych narzędzi marketingowych i odpowiedniego zarządzania produktem istniejącym na rynku. Wyniki badań przyczyniają się do zdobycia wiedzy, która następnie jest wykorzystywana w procesie kształcenia do jej zgłębiania, a także rozwijania umiejętności jej zastosowania w praktyce zarządzania działaniami marketingowymi z uwzględnieniem aspektów prawnych, społecznych i etycznych tych działań.

Studenci kierunku MiKR są zachęceni do udziału w realizowanych badaniach naukowych i samodzielnego ich prowadzenia. Stałym elementem corocznej międzynarodowej konferencji naukowej CMQ Wiedza – Gospodarka – Społeczeństwo Kolegium Nauk o Zarządzaniu i Jakości UEK są [studenckie sesje posterowe i referatowe](#). Studenckie postery i referaty są prezentowane na dedykowanych dla nich sesjach. Rezultaty obu form aktywności wydawane są w postaci monografii. Szczegóły na stronie konferencji CMQ w zakładce [Monografie](#).

1.3. Zgodność koncepcji kształcenia z potrzebami otoczenia społeczno-gospodarczego oraz rynku pracy, roli i znaczenia interesariuszy wewnętrznych i zewnętrznych w procesie opracowania koncepcji kształcenia i jej doskonalenia

Koncepcja kształcenia na kierunku MiKR odpowiada na potrzeby zmieniającego się otoczenia społeczno-gospodarczego i rynku pracy na każdym poziomie kształcenia. W programie studiów znajdują się specjalności zarówno związane z tradycyjnym, jak i nowoczesnym rozumieniem marketingu. Specjalność E-marketing na pierwszym poziomie studiów czy Handel elektroniczny na drugim poziomie są przykładem odpowiedzi na współczesne trendy w praktyce marketingu związane z rozwojem technologii informatycznych i komunikacyjnych. Ponadto zmiany zachodzące na rynku są uwzględniane w pozostałych specjalnościach: Reklama i Public Relations oraz Zarządzanie produktem. Pozwalają one na kształcenie wysokiej klasy specjalistów z zakresu marketingu. Znajduje to odzwierciedlenie w preferencjach studentów. Specjalności E-marketing, Reklama i Public Relations (I poziom studiów), jak i Handel elektroniczny (II poziom studiów) są systematycznie uruchamiane od momentu powstania kierunku.

Wpływ na doskonalenie koncepcji kształcenia na kierunku Marketing i komunikacja rynkowa mają potrzeby otoczenia społeczno-gospodarczego oraz rynku pracy. Uczestnikami tego procesu są:

- interesariusze wewnętrzni: studenci reprezentowani przez Studencką Radę Instytutu Zarządzania oraz studenci, którzy są członkami Instytutowego Zespołu Programowo-Dydaktycznego ds. kierunku MiKR, nauczyciele akademicy będący członkami Rady Instytutu Zarządzania oraz nauczyciele akademicy

będący członkami Instytutowego Zespołu Programowo-Dydaktycznego ds. kierunku MiKR oraz Instytutowego Zespołu ds. Jakości Kształcenia;

- interesariusze zewnętrzni: przedstawiciele rynku pracy tworzący [Radę Biznesu przy Kolegium Nauk o Zarządzaniu i Jakości UEK](#), która została powołana w maju 2021 r. przez Dziekana Kolegium Nauk o Zarządzaniu i Jakości (w skład której wchodzi kilku specjalistów marketingu) oraz wchodzący w skład [Rady Dyrektorów Marketingu przy kierunku MiKR](#) (oraz funkcjonującej od 2025 r. Rady Interesariuszy). Szerzej na ten temat w kryterium 6.

Interesariusze wewnętrzni zgłaszają propozycje zmian podczas prac Instytutowego Zespołu Programowo-Dydaktycznego ds. kierunku Marketing i komunikacja rynkowa. Ponadto, koncepcja kształcenia na kierunku MiKR jest monitorowana w oparciu o zasady zawarte w Wewnętrznym Systemie Zapewnienia Jakości Kształcenia (Zarządzenie Rektora [nr R.0211.29.2025 z 19 maja 2025 r.](#)), przez który UEK realizuje Politykę Jakości Kształcenia ([Uchwała Senatu UEK nr T.0022.85.2021 z 29 listopada 2021 r.](#)).

Uwagi interesariuszy zewnętrznych dotyczące dotychczasowego programu studiów oraz propozycje zmian są identyfikowane między innymi podczas posiedzeń [Rady Biznesu przy Kolegium Nauk o Zarządzaniu i Jakości UEK](#) oraz dyskusji z przedstawicielami Rady Dyrektorów Marketingu (zastąpioną w 2025 r. przez Radę Interesariuszy) (szczegóły w kryterium 6).

Zgłaszane przez interesariuszy wewnętrznych i zewnętrznych uwagi przyczyniły się do zmian programu studiów na kierunku MiKR, w szczególności na mocy:

- decyzji Rady Instytutu Zarządzania z 13 maja 2021 r. (protokół ZZ.0041.5.2021) w sprawie zmiany w planie studiów stacjonarnych i niestacjonarnych drugiego stopnia na kierunku MiKR od cyklu kształcenia rozpoczynającego się w roku akademickim 2021/2022 – polegającej na zmianie formy zaliczenia języka obcego z zaliczenia na egzamin;
- decyzji Rady Instytutu Zarządzania z 9 czerwca 2022 r. (protokół ZZ.0041.06.2022) w sprawie zmian w programie studiów na kierunku MiKR na studiach stacjonarnych i niestacjonarnych pierwszego i drugiego stopnia od cyklu kształcenia rozpoczynającego się od roku akademickiego 2022/2023: zmiany obejmowały dostosowanie liczby godzin w programie studiów i dotyczyły przedmiotów Historia sztuki / Kulturoznawstwo oraz Filozofia;
- decyzji Rady Instytutu Zarządzania z 8 lutego 2024 r. (protokół ZZ.0041.01.2024) w sprawie zmian w programie studiów na kierunku MiKR pierwszego i drugiego stopnia od cyklu kształcenia rozpoczynającego się od roku akademickiego 2024/2025: zmiany obejmowały wprowadzenie do programu studiów 5 punktów ECTS w dziedzinie nauk humanistycznych i efektów uczenia się z zakresu nauk humanistycznych oraz zmiany przypisania punktów do dyscyplin w celu silniejszego powiązania z dyscypliną wiodącą kierunku;
- decyzji Rady Instytutu Zarządzania z 24 kwietnia 2025 r. (protokół nr ZZ.0041.03.2025) w sprawie zmian w programie studiów na kierunku MiKR pierwszego i drugiego stopnia od cyklu kształcenia rozpoczynającego się od roku akademickiego 2025/2026:
 - o zmiany dotyczące I stopnia na studiach stacjonarnych i niestacjonarnych obejmowały: likwidację 2 specjalności (Handel i budowanie relacji z nabywcami oraz Marketing miast i regionów), usunięcie przedmiotów (Kulturoznawstwo / Historia sztuki, Proseminarium, Psychologia / Socjologia, Rachunkowość zarządcza, Psychologia zachowania konsumenta), wprowadzenie przedmiotów (Grafika komputerowa i produkcja multimedialna, Wprowadzenie do analizy danych ankietowych, Psychologia konsumenta, Kulturoznawstwo, Kształtowanie marki osobistej, Innovation in commerce and services), wprowadzenie grup dedykowanych przedmiotów do wyboru (semestr IV: Marketing i sprzedaż na rynku B2B / Obsługa klienta i tworzenie relacji z nabywcami, semestr V: Copywriting / Budowanie marki pracodawcy oraz Inteligencja poznawcza i emocjonalna w zarządzaniu / Różnice kulturowe w biznesie / Techniki twórczego myślenia w zarządzaniu, semestr VI: Marketing dóbr kultury / Sztuczna inteligencja w marketingu / Media społecznościowe w marketingu),

- o zmiany dotyczące II stopnia na studiach stacjonarnych i niestacjonarnych obejmowały: likwidację 2 specjalności (Analityka rynku oraz Marketing międzynarodowy), usunięcie 3 przedmiotów (Ekonomia, Ekonometria i badania operacyjne, Technologie internetowe i mobilne), wprowadzenie 4 przedmiotów (Ekonomia behawioralna, Gromadzenie i analiza danych, Promocja handlu elektronicznego, Marketing terytorialny), wprowadzenie grup dedykowanych przedmiotów do wyboru (semestr III: Badania rynku / Badania jakościowe w marketingu / Narzędzia pomiaru w badaniach marketingowych, semestr IV: Business in Modern Ecosystems and Networks / ESG and Marketing Communication / Place Branding).

Ponadto w wyniku prac zrealizowanych w Zespole Programowo-Dydaktycznym ds. kierunku Marketing i komunikacja rynkowa zostały opracowane w 2021 r. [zagadnienia na egzamin dyplomowy dla studentów](#) kończących studia I i II stopnia. Po przyjętych w czerwcu 2025 r. zmianach w programach studiów na kierunku MiKR na najbliższe miesiące zaplanowane są prace związane z aktualizacją listy zagadnień na egzamin dyplomowy.

Kolejnymi działaniami wskazującymi na uwzględnienie potrzeb otoczenia społeczno-gospodarczego i wzmacniającym powiązanie rynku pracy z koncepcją kształcenia jest monitorowanie kariery zawodowej absolwentów poprzez badanie osób, które ukończyły studia na ocenianym kierunku oraz losów absolwentów.

Wymienione działania przyczyniają się nie tylko do doskonalenia programu studiów na kierunku *Marketing i komunikacja rynkowa*, ale także służą doskonaleniu oferty dydaktycznej kierunku.

1.4. Sylwetka absolwenta, przewidywanych miejsc zatrudnienia absolwentów

Program studiów na kierunku *Marketing i komunikacja rynkowa*, a w szczególności profile specjalności, zostały ukierunkowane na kształcenie wysokiej klasy profesjonalistów, co jest ściśle związane z rozwojem wyspecjalizowanych kompetencji.

Absolwent studiów I stopnia na kierunku *Marketing i komunikacja rynkowa* posiada podstawową i rozszerzoną wiedzę z zakresu marketingu i komunikacji rynkowej, w tym ich miejsca w działalności przedsiębiorstw i innych instytucji, rozumiejąc ich interdyscyplinarny charakter obejmujący zarządzanie, ekonomię i psychologię. Potrafi projektować i wdrażać kampanie marketingowe i promocyjne, analizować rynek i zachowania konsumentów, oraz efektywnie wykorzystywać nowoczesne technologie informacyjne i narzędzia cyfrowe w działaniach marketingowych. Dysponuje kompetencjami interpersonalnymi i komunikacji grupowej, w tym umiejętnościami negocjacyjnymi oraz przygotowywania i prezentacji wystąpień publicznych w języku polskim i obcym (na poziomie B2 Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego). Jest przygotowany do odpowiedzialnego wykonywania zadań zawodowych, świadomy zasad prawnych, ekonomicznych i etycznych w marketingu, oraz wykazuje się przedsiębiorczością i gotowością do pracy zespołowej i ciągłego samodoskonalenia. Absolwent studiów I stopnia jest przygotowany do kontynuowania edukacji na studiach II stopnia.

Absolwenci studiów I stopnia na kierunku *Marketing i komunikacja rynkowa* znajdują zatrudnienie w działach marketingu różnych branż, firmach internetowych, agencjach interaktywnych, instytutach badań rynku i organizacjach non-profit na stanowiskach takich jak: specjaliści ds. reklamy i public relations, specjaliści ds. e-marketingu, menedżerowie produktu, czy analitycy rynku,

Absolwent studiów II stopnia na kierunku *Marketing i komunikacja rynkowa* posiada pogłębioną i kompleksową wiedzę z zakresu marketingu i komunikacji rynkowej, obejmującą zarządzanie i ekonomię, a także specyficzne obszary takie jak e-handel lub zarządzanie produktem. Potrafi samodzielnie projektować i wdrażać złożone strategie komunikacji marketingowej oraz kampanie promocyjne (ATL i BTL), krytycznie oceniać ich efektywność, analizować rynek i zachowania konsumentów, a także biegle wykorzystywać zaawansowane technologie informacyjne i narzędzia cyfrowe. Dysponuje rozwiniętymi

kompetencjami społecznymi, w tym umiejętnością współpracy w zespole, zdolnością do negocjacji, prezentacji publicznych oraz głębokim zrozumieniem zasad prawnych, ekonomicznych i etycznych w marketingu, a także odpowiedzialności społecznej. Jest przygotowany do kierowania projektami i zespołami, wykazując się postawą przedsiębiorczą i gotowością do ciągłego samodoskonalenia. Absolwent studiów II stopnia jest przygotowany do kontynuowania edukacji na studiach III stopnia.

Absolwenci studiów II stopnia na kierunku *Marketing i komunikacja rynkowa* znajdują zatrudnienie w działach marketingu, agencjach interaktywnych oraz instytucjach badawczych na stanowiskach menedżerskich i specjalistycznych, takich jak specjaliści ds. e-handlu czy zarządzania produktem.

1.5. Cechy wyróżniające koncepcję kształcenia

Koncepcja i program kształcenia na kierunku MiKR powstawał w oparciu o szeroko zakrojoną analizę istniejących w tamtym czasie wzorców krajowych i zagranicznych, czerpiąc przy tym z wcześniejszych doświadczeń specjalności Marketing i dobrych kanonów kształcenia na różnych kierunkach UEK. W miarę możliwości istniejących w ramach kształcenia o profilu ogólnoakademickim starano się uwzględnić w doborze treści nauczania wymagania stawiane w trakcie procesów certyfikacji przez czołowe instytucje związane z profesjonalnym marketingiem (m.in. The Chartered Institute of Marketing, American Marketing Association, Stowarzyszenie Komunikacji Marketingowej SAR).

Na przestrzeni lat zarówno program studiów, jak i treści (oraz formy) kształcenia w ramach poszczególnych przedmiotów ulegały sukcesywnym zmianom w odpowiedzi na zmieniające się warunki rynkowe, społeczne i technologiczne – przede wszystkim postępującą cyfryzację środowiska pracy, komunikacji społecznej i marketingowej. Zmiany te uwzględniały nie tylko nowe narzędzia dostępne w obszarze marketingu, ale także kształtowanie odpowiednich kompetencji społecznych studentów w obliczu coraz większego umiędzynarodowienia rynku pracy, znaczenia zrównoważonego rozwoju społeczno-gospodarczego i społecznej odpowiedzialności marketingu.

Kształcenie na kierunku *Marketing i komunikacja rynkowa* stara się równoważyć przekazywanie ugruntowanej wiedzy teoretycznej, pozwalającej na dogłębne rozumienie zmiennych procesów rynkowych i społecznych oraz zjawisk ekonomicznych z kształtowaniem odpowiedzialnych postaw zawodowych, w tym gotowości do dzielenia się wiedzą i zdobywania wiedzy przez całe życie. Kształtowane są także kompetencje praktycznego wykorzystywania zdobytej wiedzy, dzięki wykładom i warsztatom prowadzonym przez praktyków biznesu w ramach tematyki wpisującej się w zakres poszczególnych przedmiotów.

Cechy wyróżniające koncepcję kształcenia na kierunku MiKR, świadczące o jego specyfice to:

- interdyscyplinarny charakter kształcenia, uwzględniający wyniki badań naukowych z takich dyscyplin, jak: nauki o zarządzaniu i jakości, ekonomia i finanse, psychologia, nauki prawne, nauki o kulturze i religii, filozofia oraz nauki o komunikacji społecznej i mediach, co zapewnia wielowymiarową podstawę na temat złożoności procesów rynkowych i zachodzących w działalności gospodarczej;
- motywowanie studentów do prowadzenia badań naukowych oraz zapewnienie studentom możliwości prezentowania wyników tych badań podczas konferencji naukowych i dydaktycznych (np. coroczna konferencja Uniwersjada Marketingu);
- umiędzynarodowienie procesu kształcenia - program kierunku odpowiada standardom edukacyjnym realizowanym na uczelniach zagranicznych, co umożliwia studentom odbywanie części studiów za granicą w ramach programu Erasmus+, CEEPUS i POWER; na kierunku studiują obcokrajowcy; a wykładowcy z zagranicy przebywający w UEK prowadzą zajęcia ze studentami kierunku;
- możliwość rozwijania wiedzy i umiejętności w ramach kół naukowych – przy Katedrze Marketingu funkcjonuje Koło Naukowe Marketingu „KolMark 2.0” a przy innych katedrach UEK wiele innych kół naukowych, które wpisują się w dyscyplinę wiodącą kierunku, np. Koło Naukowe Analizy Danych, Koło

Naukowe Procesu Zarządzania, Koło Naukowe Przedsiębiorczości i Innowacji, Koło Naukowe Rozwoju Osobistego, Koło Naukowe Zarządzania Jakością;

- stosowanie przez nauczycieli akademickich innowacyjnych metod kształcenia, w tym przede wszystkim metod problemowych, metod aktywizujących studentów w procesie samodzielnego uczenia się oraz metod bazujących na narzędziach technologii informacyjno-komunikacyjnej (np. odgrywanie ról, analiza przypadków, symulacje, nauczanie odwrócone, elementy grywalizacji, narzędzia cyfrowe, np. Kahoot, narzędzia e-learningowe na platformie Moodle, MS Teams); pozwala to skutecznie osiągać cele kształcenia;
- wykorzystywanie w toku nauczania rzeczywistych narzędzi wykorzystywanych na co dzień przez praktyków branży marketingowej (np. Google Analytics, Gemius Mediapanel);
- przygotowanie studentów do prowadzenia własnej działalności gospodarczej;
- kształtowanie kompetencji praktycznego wykorzystania zdobytej wiedzy, co znajduje swoje odzwierciedlenie w stosowaniu praktycznych form prowadzenia zajęć;
- uwrażliwianie studentów na problematykę dostępności, inkluzji, zrównoważonego rozwoju i społecznej odpowiedzialności marketingu, wykształcanie kompetencji miękkich u studentów – umiejętności pracy zespołowej, zrozumienie konieczności ustawicznego kształcenia się, dojrzałego wykonywania roli zawodowej.

1.6. Kluczowe kierunkowe efekty uczenia się

Dla studiów na kierunku *Marketing i komunikacja rynkowa* zarówno na I, jak i II stopniu przyjęto po 24 kierunkowe efekty uczenia się, w tym 9 w zakresie wiedzy, 8 w zakresie umiejętności i 7 dla kompetencji społecznych ([Uchwała Senatu UEK T.0022.34.2025 z dnia 26 czerwca 2025](#)). Kierunkowe efekty uczenia się w obu przypadkach są powiązane z koncepcją kształcenia i zostały dostosowane do każdego z poziomów oraz ogólnoakademickiego profilu studiów. Są także powiązane z dyscypliną nauk o zarządzaniu i jakości (w ramach dziedziny nauk społecznych), do której kierunek *Marketing i komunikacja rynkowa* jest w pełni przypisany. Macierz powiązań przedmiotów z kierunkowymi efektami uczenia się na kierunku MiKR zawierają odpowiednio Załączniki uzupełniające 1.F (I stopień) oraz 1.G (II stopień).

Analiza powiązań kierunkowych efektów uczenia się z poszczególnymi przedmiotami (w kartach przedmiotów) na pierwszym i drugim stopniu studiów kierunku *Marketing i komunikacja rynkowa* wskazuje, że wszystkie efekty uczenia się są realizowane w ramach prowadzonych zajęć. Ze względu na częstotliwość występowania w kartach przedmiotów kluczowych jest 13 efektów uczenia się w przypadku studiów I stopnia (wskazanie w przynajmniej 15 kartach przedmiotów), a na studiach II stopnia 10 efektów uczenia się (wskazanie w przynajmniej 9 kartach przedmiotów).

Na studiach I stopnia:

1. do kluczowych efektów uczenia się należą 3 z 9 w zakresie wiedzy, a mianowicie: Absolwent zna i rozumie:
 - MR-W01 - w zaawansowanym stopniu fakty, obiekty i zjawiska z zakresu marketingu, rynku i przedsiębiorstwa oraz dotyczące ich metody i teorie wyjaśniające złożone zależności między nimi (wskazanie w 29 kartach przedmiotów);
 - MR-W03 - w zaawansowanym stopniu zagadnienia dotyczące człowieka i organizacji gospodarczych jako podmiotów rynku oraz innych struktur społecznych, jak też zna i rozumie w zaawansowanym stopniu zasady oraz kryteria ich wyodrębniania i podziałów w aspekcie funkcjonowania rynku (ekonomiczne, organizacyjne, prawne i etyczne) (wskazanie w 24 kartach przedmiotów);
 - MR-W08 - w zaawansowanym stopniu możliwości wykorzystania nowoczesnych technologii informacyjnych w marketingu i komunikacji rynkowej (wskazanie w 17 kartach przedmiotów).
2. do kluczowych efektów uczenia się należą 5 z 8 w zakresie umiejętności, a mianowicie absolwent potrafi:

- MR-U01 - prawidłowo interpretować zjawiska ekonomiczne i społeczne w sferze zarządzania oraz funkcjonowania rynku w otoczeniu nie w pełni przewidywalnym (wskazanie w 23 kartach przedmiotów);
 - MR-U02 - wykorzystać posiadaną wiedzę teoretyczną i pozyskiwać dane do badania nie w pełni przewidywalnych procesów i zjawisk gospodarczych, w szczególności procesów rynkowych, potrafi analizować ich przyczyny i przebieg oraz je prognozować z wykorzystaniem zaawansowanych metod i narzędzi (wskazanie w 22 kartach przedmiotów);
 - MR-U06 - rozwiązywać indywidualnie i grupowo standardowe zadania (projekty) z zakresu zarządzania, w szczególności: analizy rynku, strategicznego i operacyjnego planowania oraz audytu marketingowego (wskazanie w 19 kartach przedmiotów);
 - MR-U07 - samodzielnie planować i realizować własny rozwój poprzez zdobywanie wiedzy przez całe życie (wskazanie w 17 kartach przedmiotów);
 - MR-U03 - analizować zjawiska społeczne w otoczeniu nie w pełni przewidywalnym posługując się systemami normatywnymi, w tym normami i regułami prawnymi, zawodowymi, moralnymi; potrafi logicznie formułować wnioski (wskazanie w 15 kartach przedmiotów).
3. do kluczowych efektów uczenia się należy 5 z 7 w zakresie kompetencji społecznych, a mianowicie absolwent jest gotów:
- MR-K04 - do odpowiedzialnego realizowania zadań zawodowych w obszarze marketingu i komunikacji rynkowej (wskazania w 21 kartach przedmiotów);
 - MR-K01 - do dokonania moralnej i etycznej oceny teoretycznych i praktycznych zagadnień z obszaru marketingu i komunikacji rynkowej (wskazania w 20 kartach przedmiotów);
 - MR-K05 - do dzielenia się wiedzą jako integralnego elementu kształtowania etosu i roli zawodowej (wskazania w 19 kartach przedmiotów);
 - MR-K03 - do przestrzegania zasad prawnych, ekonomicznych i etycznych w marketingu (wskazania w 18 kartach przedmiotów);
 - MR-K06 - do wykazywania większości cech osobowości dojrzałej w wymiarze społecznym i zawodowym w procesie wykonywania roli zawodowej i budowaniu etosu zawodowego (wskazania w 17 kartach przedmiotów).

Na studiach II stopnia:

1. do kluczowych efektów uczenia się należą 3 z 9 w zakresie wiedzy, a mianowicie: Absolwent zna i rozumie:
 - MR-W07 - w pogłębionym stopniu złożoność doboru i zastosowania instrumentów pozyskiwania, przetwarzania oraz interpretacji danych wykorzystywanych w komunikacji rynkowej, a także analizie i planowaniu działań marketingowych (wskazania w 16 kartach przedmiotów);
 - MR-W03 - w pogłębionym stopniu obszary wiedzy związane z rolą człowieka i organizacji, postrzeganych jako uczestnicy procesów rynkowych, a także zna i rozumie w pogłębionym stopniu zasady, kryteria identyfikacji i klasyfikacji tych podmiotów w kontekście funkcjonowania rynku, z uwzględnieniem uwarunkowań: ekonomicznych, organizacyjnych, prawnych i etycznych (wskazania w 9 kartach przedmiotów);
 - MR-W08 - w pogłębionym stopniu potencjał i ograniczenia zastosowania nowoczesnych technologii informacyjnych w obszarach marketingu, handlu i komunikacji rynkowej (wskazania w 9 kartach przedmiotów).
2. do kluczowych efektów uczenia się należą 4 z 8 w zakresie umiejętności, a w szczególności: Absolwent potrafi:
 - MR-U02 - wykorzystać posiadaną wiedzę teoretyczną do prowadzenia badań nad złożonymi i trudnymi do przewidzenia procesami rynkowymi oraz zjawiskami gospodarczymi, a także do formułowania prognoz z zastosowaniem specjalistycznych metod i narzędzi badawczych (wskazania w 15 kartach przedmiotów);

- MR-U03 - świadomie interpretować zjawiska społeczne w otoczeniu nieprzewidywalnym, posługując się systemami normatywnymi, w tym normami i regułami prawnymi, zawodowymi, moralnymi; potrafi formułować i testować hipotezy oraz wyprowadzać wnioski (wskazania w 13 kartach przedmiotów);
 - MR-U01 - analizować oraz interpretować złożone zjawiska ekonomiczne i społeczne, zachodzące w warunkach niepewności i dynamicznych zmian otoczenia, a dotyczące zarządzania i funkcjonowania rynku (wskazania w 12 kartach przedmiotów);
 - MR-U06 - rozwiązywać zaawansowane zadania (projekty) z zakresu zarządzania, w szczególności: badań marketingowych, strategicznego i operacyjnego planowania oraz audytu marketingowego; potrafi kierować zespołami badawczymi (wskazania w 9 kartach przedmiotów).
3. do kluczowych efektów uczenia się należą 3 z 7 w zakresie kompetencji społecznych, a mianowicie: Absolwent jest gotów:
- MR-K02 - do odpowiedzialnego realizowania zadań zawodowych z zakresu marketingu i komunikacji rynkowej, jak i do dokonywania ich krytycznej oceny (wskazania w 16 kartach przedmiotów);
 - MR-K01 - do świadomego stosowania podejścia krytycznego i innowacyjnego w ocenie posiadanej wiedzy i odbieranych treści odnośnie do marketingu i komunikacji rynkowej (wskazania w 15 kartach przedmiotów);
 - MR-K05 - do świadomej realizacji potrzeby samodoskonalenia i dzielenia się wiedzą jako integralnego elementu kształtowania etosu i roli zawodowej oraz do inicjowania działań na rzecz interesu publicznego (wskazania w 11 kartach przedmiotów).

Wśród kluczowych, najczęściej wskazywanych w kartach przedmiotów kierunkowych efektów uczenia się kierunku *Marketing i komunikacja rynkowa*, zarówno na I, jak i II stopniu studiów, występują efekty powiązane ze zdecydowaną większością kategorii opisowych charakterystyki II stopnia Polskiej Ramy Kwalifikacji typowe dla kwalifikacji uzyskiwanych w ramach szkolnictwa wyższego (poziomy 6–8). Potwierdza to fakt, że kierunek kształci kompleksowo, przekazując zarówno wiedzę związaną z kierunkiem, jak i ucząc wykorzystania tej wiedzy, komunikowania się z jej wykorzystaniem, pracy samodzielnej i w zespołach, odpowiedzialnego spełniania roli zawodowej oraz społecznej i publicznej odpowiedzialności.

Zalecenia dotyczące kryterium 1 wymienione w uchwale Prezydium PKA w sprawie oceny programowej na kierunku studiów, która poprzedziła bieżącą ocenę (jeżeli dotyczy)

Lp.	Zalecenia dotyczące kryterium 1 wymienione we wskazanej wyżej uchwale Prezydium PKA	Opis realizacji zalecenia oraz działań zapobiegawczych podjętych przez uczelnię w celu usunięcia błędów i niezgodności sformułowanych w zaleceniu o charakterze naprawczym
1.	brak	

Dodatkowe informacje, które uczelnia uznaje za ważne dla oceny kryterium 1:

Kierunek *Marketing i komunikacja rynkowa* uzyskał akredytację The Accreditation, Certification Quality Assurance Institute (ACQUIN), przyznaną w grudniu 2023 roku, ważną do 2030 r. (Załącznik 1.H).

Kierunek *Marketing i komunikacja rynkowa* objęty jest od 4 listopada 2022 r. patronatem [Polskiego Naukowego Towarzystwa Marketingu \(PNTM\)](#). Akceptację PNTM uzyskał też program kształcenia na kierunku MiKR. Uchwałą Zarządu PNTM patronat nad kierunkiem i akceptacją programu kształcenia są ważne do czasu niniejszej akredytacji kierunku przez Polską Komisję Akredytacyjną. Po uzyskaniu pozytywnej oceny przez kierunek patronat i akceptacja programu kształcenia mają zostać przedłużone.

Kryterium 2. Realizacja programu studiów: treści programowe, harmonogram realizacji programu studiów oraz formy i organizacja zajęć, metody kształcenia, praktyki zawodowe, organizacja procesu nauczania i uczenia się

2.1. Dobór kluczowych treści kształcenia, w tym treści związanych z wynikami działalności naukowej uczelni oraz w zakresie znajomości języków obcych

Kształcenie na kierunku *Marketing i komunikacja rynkowa (MiKR)* oferowane jest w ramach studiów pierwszego oraz drugiego stopnia, w obu przypadkach w formie stacjonarnej i niestacjonarnej. Program studiów na kierunku MiKR został opracowany w zgodzie z zapisami:

- [Ustawy z dnia 20 lipca 2018 r. Prawo o szkolnictwie wyższym i nauce](#) (Dz.U. z 2018 r., poz. 1668) wraz z późn. zm.;
- [Ustawy z dnia 22 grudnia 2015 r. o Zintegrowanym Systemie Kwalifikacji](#) (Dz.U. z 2020 r., poz. 226) wraz z późn. zm.;
- Uchwały Senatu nr [17/2019](#) z 25 marca 2019 r. w sprawie wytycznych w zakresie tworzenia i prowadzenia kierunków studiów wyższych w Uniwersytecie Ekonomicznym w Krakowie;
- Uchwały Senatu nr [21/2019](#) z 15 kwietnia 2019 r. w sprawie określenia efektów uczenia się dla kierunków studiów wyższych prowadzonych przez Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie;
- Uchwały Senatu nr [T.0022.22.2022](#) z 25 kwietnia 2022 r. w sprawie zasad opracowywania programów studiów wyższych w Uniwersytecie Ekonomicznym w Krakowie;
- [Komunikatu Prorektora ds. Kształcenia i Studentów Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie](#) z dnia 18 grudnia 2024 roku w sprawie określenia wzoru karty przedmiotu oraz wytycznych do przygotowywania kart przedmiotów przewidzianych planem studiów;
- Uchwały Senatu nr [33/2013](#) w dniu 23 września 2013 roku w sprawie uruchomienia na Wydziale Zarządzania studiów pierwszego i drugiego stopnia na kierunku Marketing i komunikacja rynkowa;
- Uchwały Senatu nr [T.0022.65.2022](#) z dnia 11 lipca 2022 roku w sprawie ustalenia zmienionych programów studiów wyższych na kierunku Marketing i komunikacja rynkowa;
- Uchwały Senatu nr [T.0022.54.2024](#) z dnia 24 czerwca 2024 roku w sprawie ustalenia zmienionego programu studiów stacjonarnych i niestacjonarnych pierwszego i drugiego stopnia na kierunku Marketing i komunikacja rynkowa;
- Uchwały Senatu nr [T.0022.34.2025](#) z dnia 26 czerwca 2025 roku w sprawie ustalenia zmienionego programu studiów stacjonarnych i niestacjonarnych pierwszego i drugiego stopnia na kierunku Marketing i komunikacja rynkowa.

Syntetyczne zestawienie kluczowych informacji dotyczących realizowanych przedmiotów zawierają opracowane karty przedmiotów. Dotyczy to w szczególności: formy i liczby zajęć, odniesienia do dyscyplin naukowych wraz z przypisaniem punktów ECTS, celów przedmiotów, odniesienia do kierunkowych efektów uczenia się wraz ze sposobem weryfikowania ich realizacji, treści programowych wraz z zalecaną literaturą podstawową i uzupełniającą, metod prowadzenia zajęć, nakładu pracy studenta oraz formy i warunków zaliczenia przedmiotu. Plany studiów, karty przedmiotów oraz kierunkowe efekty uczenia się dostępne są w serwisie <https://planystudiow.uek.krakow.pl>.

Kształcenie na studiach I stopnia na kierunku *MiKR* koncentruje się na przekazaniu studentom gruntownej wiedzy z zakresu marketingu, funkcjonowania rynku i przedsiębiorstw, zachowań konsumentów na rynku oraz wykorzystania nowoczesnych technologii informacyjnych. Program studiów rozwija kluczowe umiejętności, takie jak: prawidłowa interpretacja zjawisk ekonomicznych i społecznych, analiza przyczyn i przebiegu procesów rynkowych, strategiczne i operacyjne planowanie marketingowe, jak również przygotowywanie i prowadzenie wystąpień publicznych w języku polskim oraz angielskim. Efektem tak skonstruowanej koncepcji kierunku jest sylwetka absolwenta opisana w kryterium 1.

Koncepcja kształcenia na studiach II stopnia ma na celu pogłębienie wiedzy studentów w obszarach związanych z komunikacją marketingową, marketingiem międzynarodowym, a także metodami i narzędziami pozyskiwania danych do analizy i planowania działań w obszarze marketingu i komunikacji rynkowej. Program studiów zakłada m. in. doskonalenie umiejętności w zakresie kompleksowej interpretacji zjawisk ekonomicznych i społecznych w dynamicznym i turbulentnym otoczeniu, a także prowadzenia wystąpień publicznych i debat na tematy ekonomiczne w języku polskim oraz biznesowym angielskim. Szczególny nacisk kładziony jest na świadomość odpowiedzialności prawnej, społecznej i etycznej w działaniach marketingowych. Efektem tak skonstruowanej koncepcji kierunku jest sylwetka absolwenta opisana w kryterium 1.

Układ treści realizowanych w ramach studiów I stopnia na kierunku *MiKR* tworzy logiczną całość, a kolejne semestry pozwalają na poszerzenie zdobytej wiedzy i umiejętności. Początkowe semestry studiów I stopnia obejmują podstawy zagadnień z obszaru zarządzania, ekonomii i finansów, a także innych dyscyplin. Studenci zdobywają wiedzę, która pozwala im analizować zjawiska społeczno-ekonomiczne oraz samodzielnie formułować wnioski. Z najważniejszych przedmiotów na tym etapie warto wymienić: Nauka o przedsiębiorstwie (semestr 1), Podstawy organizacji i zarządzania (semestr 1), Marketing (semestr 2), Handel i zarządzanie sprzedażą (semestr 2), Zachowania konsumenta (semestr 3) oraz Podstawy e-marketingu (semestr 3). W dalszej kolejności następuje pogłębianie owych zagadnień w obszarze marketingu i komunikacji rynkowej, poprzez oferowane specjalności: E-marketing oraz Reklama i Public Relations. Warty odnotowania są również przedmioty pozwalające na zdobycie wiedzy i umiejętności w obszarze wykorzystania metod statystycznych do analizowania złożonych procesów społeczno-gospodarczych np. Statystyka (semestr 2), Badania marketingowe (semestr 3), Wprowadzenie do analizy danych ankietowych (semestr 5). Program studiów I stopnia kładzie również nacisk na rozwój kompetencji społecznych, zwłaszcza dotyczących prawnej, społecznej i etycznej odpowiedzialności marketingu oraz wyzwań zrównoważonego rozwoju gospodarczego. Umiejętności te są kształtowane w ramach następujących przedmiotów Podstawy prawa (semestr 1), Prawo handlowe (semestr 2), Etyka (semestr 2). Dodatkowo studenci mają obowiązek odbycia praktyk zawodowych (4 tygodnie), co pozwala na praktyczne zastosowanie wiedzy teoretycznej i rozwój umiejętności w środowisku pracy.

Układ treści realizowanych w ramach studiów II stopnia na kierunku *MiKR* tworzy logiczną i spójną całość, zapewniając progresywny rozwój kompetencji studentów. Kolejne semestry pozwalają na konsekwentne poszerzanie zdobytej dotychczas wiedzy oraz umiejętności, głównie z zakresu wiodącej dyscypliny nauk o zarządzaniu i jakości. Poszczególne semestry studiów II stopnia obejmują zaawansowane zagadnienia, które stanowią fundament dla dalszej specjalizacji w obszarze marketingu i są ściśle powiązane z profilem studiów. Do najważniejszych przedmiotów rozwijających kompleksowe zrozumienie procesów rynkowych oraz koncepcji i instrumentów marketingowych, należą między innymi: Marketing międzynarodowy (semestr 1), Współczesne koncepcje marketingu (semestr 2), Komunikacja marketingowa (semestr 2), Instytucje rynkowe (semestr 3), Marketing społeczny (semestr 3) i Kontrola marketingu (semestr 4). Program kształcenia kładzie istotny nacisk na rozwój umiejętności analitycznych i badawczych, które są kluczowe zarówno w działalności naukowej studentów, jak i w procesie przygotowywania prac magisterskich. Równolegle aplikowane są również zaawansowane narzędzia informatyczne, niezbędne w nowoczesnym środowisku biznesowym i naukowym. Przykładem są przedmioty takie jak: Statystyka matematyczna, Gromadzenie i analiza danych oraz Modelowanie marketingowe. Studenci mają również możliwość pogłębiania wiedzy w ramach dwóch oferowanych specjalności: Handel elektroniczny i Zarządzanie produktem. Przedmioty specjalnościowe rozwijają zaawansowane kompetencje badawcze i projektowe, odpowiadając na aktualne potrzeby dynamicznie zmieniającego się rynku pracy.

Program kształcenia na I stopniu studiów obejmuje dwie specjalności: E-Marketing (EM) oraz Reklama i Public Relations (RP). Na studiach stacjonarnych na każdej z ww. specjalności realizowanych jest łącznie 1960 godzin dydaktycznych i 189 pkt. ECTS, w tym w ramach przedmiotów ogólnych i kierunkowych 1440 godzin i 144 pkt. ECTS, przedmiotów specjalnościowych 180 godzin i 18 pkt. ECTS, przedmiotów do wyboru – 120 godzin i 9 pkt. ECTS oraz seminarium dyplomowe – 60 godzin i 12 pkt. ECTS. W przypadku

studiów niestacjonarnych, na każdej z ww. specjalności realizowanych jest 1180 godzin i 180 pkt. ECTS, z tego na przedmioty kierunkowe i ogólne przypadają 804 godziny i 135 pkt. ECTS, na przedmioty specjalnościowe 108 godzin i 18 pkt. ECTS, na przedmioty do wyboru 72 godziny i 9 pkt. ECTS, a na seminarium dyplomowe 36 godzin i 12 pkt. ECTS. Szczegółowe informacje zawarto w tabeli 2.1.

Tabela 2.1. Struktura programu studiów I stopnia według typu przedmiotów

Rodzaj	studia stacjonarne		studia niestacjonarne	
	liczba godzin	ECTS	liczba godzin	ECTS
Specjalność: E-marketing, Reklama i Public Relations				
kierunkowe i ogólne	1440	144	804	135
języki obce	240	18	120	9
wychowanie fizyczne	60	0	-	-
specjalnościowe	180	18	108	18
przedmioty do wyboru (modułowe, wolny wybór)	120	9	72	9
seminarium dyplomowe	60	12	36	12
praktyka zawodowa	160	6	160	6
SUMA:	1960	189	1180	180

Źródło: <https://planystudiow.uek.krakow.pl>.

Program kształcenia na II stopniu studiów obejmuje dwie specjalności: Handel elektroniczny (HE) i Zarządzanie produktem (ZP). Na studiach stacjonarnych na ww. specjalnościach realizowanych jest łącznie 795 godzin i 120 pkt. ECTS, w tym w ramach przedmiotów ogólnych i kierunkowych 540 godzin i 79 pkt. ECTS, przedmiotów specjalnościowych 165 godzin i 20 pkt. ECTS, przedmiotów do wyboru – 30 godzin i 6 pkt. ECTS oraz seminarium dyplomowego – 60 godzin i 15 pkt. ECTS. W przypadku studiów niestacjonarnych, na każdej z ww. specjalności realizowanych jest 477 godzin i 120 pkt. ECTS, z tego na przedmioty ogólne i kierunkowe przypada 324 godziny i 79 pkt. ECTS, na przedmioty specjalnościowe 99 godzin i 20 pkt. ECTS, na przedmioty do wyboru 18 godziny i 6 pkt. ECTS, a na seminarium dyplomowe 36 godzin i 15 pkt. ECTS. Szczegółowe informacje zawarto w tabeli 2.2.

Tabela 2.2. Struktura programu studiów II stopnia według typu przedmiotów

Rodzaj	studia stacjonarne		studia niestacjonarne	
	liczba godzin	ECTS	liczba godzin	ECTS
Specjalność: Handel elektroniczny i Zarządzanie produktem				
kierunkowe i ogólne	540	79	324	79
języki obce	60	5	36	5
specjalnościowe	165	20	99	20
przedmioty do wyboru (modułowe, wolny wybór)	30	6	18	6
seminarium dyplomowe	60	15	36	15
SUMA:	795	120	477	120

Źródło: <https://planystudiow.uek.krakow.pl>.

Studenci kierunku *Marketing i komunikacja rynkowa* mają ponadto możliwość uczestniczenia w wykładach rektorskich, gościnnych wykładach prezentowanych przez wykładowców innych uczelni

polskich i zagranicznych, a także w prelekcjach, seminariach i warsztatach naukowych oraz rozlicznych wystąpieniach konferencyjnych. Na wielu zajęciach (np. Reklama, Public Relations, Badania Internetu, Współczesne problemy marketingu) mają miejsce wykłady gościnne praktyków w ramach tematu wpisującego się w problematykę zajęć.

Treści przedmiotowe zgodne są z kierunkowymi efektami uczenia się, a ich powiązania można śledzić w ramach poszczególnych kart przedmiotów - odniesienie realizowanych treści i przyjętych celów do kierunkowych efektów uczenia się zaprezentowano szczegółowo w formie tabelarycznej w załącznikach uzupełniających 2.A (I stopień) i 2.B (II stopień) oraz w macierzach powiązań przedmiotów z kierunkowymi efektami uczenia się - przedstawione wcześniej w Załącznikach uzupełniających 1.F (I stopień) oraz 1.G (II stopień).

Nadzór nad realizacją założonych efektów uczenia się jest możliwy dodatkowo poprzez analizę składanych przez prowadzących zajęcia po zakończeniu każdego semestru *Informacji nauczyciela akademickiego o osiągnięciu zakładanych efektów uczenia się* (por. kryterium 10). Realizowane treści przedmiotowe oraz ich powiązania z kierunkowymi efektami uczenia się podlegają systematycznej (corocznej) kontroli z możliwością ich modyfikacji, dzięki temu możliwa jest aktualizacja programu poszczególnych przedmiotów o najnowsze osiągnięcia z danej dziedziny. Program studiów jest na bieżąco dostosowywany do realiów współczesnego rynku pracy, w czym pomagają doświadczenia, opinie i oceny praktyków. Uczelnia dąży do budowania społeczności absolwentów - w grudniu 2022 utworzono [Biuro ds. Relacji z Absolwentami](#), którego zadaniem jest budowanie społeczności absolwentckiej, tworzenie systemów zbierania danych o ich karierach oraz promowanie współpracy z Alma Mater. Istotnym elementem doskonalenia programu jest także diagnoza i ulepszanie na podstawie wyników badań wśród absolwentów oraz dyskusji podczas spotkań z Radą Dyrektorów Marketingu przy kierunku Marketing i komunikacja rynkowa (zastąpioną w 2025 r. przez Radę Interesariuszy) i Radą Biznesu przy Kolegium Nauk o Zarządzaniu i Jakości (por. kryterium 1 i 6). Ponadto treści kształcenia wypełniają zainteresowania naukowe studentów *MiKR*, którzy biorą aktywny udział w konferencjach, seminariach, publikują rozdziały, postery oraz aplikują do Szkoły Doktorskiej UEK.

Treści kształcenia na kierunku *Marketing i komunikacja rynkowa* uwzględniają dorobek naukowy kadry prowadzącej zajęcia i nawiązują do dyscyplin realizowanych w UEK. Dyscypliną wiodącą, do której przypisany jest kierunek są nauki o zarządzaniu i jakości.

Na studiach **I stopnia** przedmiotom związanym z dyscypliną wiodącą (tj. nauki o zarządzaniu i jakości) przypisano:

- **studia stacjonarne:** 161 punktów ECTS (85,19%) na specjalności E-marketing i 159 punktów ECTS (84,13%) na specjalności Reklama i Public Relations,
- **studia niestacjonarne:** 152 punktów ECTS (84,44%) na specjalności E-marketing i 150 punktów ECTS (83,33%) na specjalności Reklama i Public Relations.

Szczegółowe zestawienie struktury punktów ECTS przypisanych do poszczególnych dyscyplin dla studiów I stopnia prezentuje tabela 2.3.

Tabela 2.3. Punkty ECTS w podziale na dyscypliny nauki dla studiów I stopnia

Dyscyplina	studia stacjonarne		studia niestacjonarne	
	EM	RP	EM	RP
Nauki o zarządzaniu i jakości	85,19%	84,13%	84,44%	83,33%
Ekonomia i finanse	7,41%	6,35%	7,78%	6,67%
Psychologia	2,12%	2,12%	2,22%	2,22%
Nauki o komunikacji społecznej i mediach	0,00%	2,12%	0,00%	2,22%
Nauki prawne	2,12%	2,12%	2,22%	2,22%

Filozofia	1,59%	1,59%	1,67%	1,67%
Nauki o kulturze i religii	1,59%	1,59%	1,67%	1,67%

źródło: opracowanie na podstawie Załącznik nr 1 do Uchwały Senatu nr T.0022.34.2025 z dnia 26 czerwca 2025 roku

Na studiach **II stopnia** przedmiotom związanym z dyscypliną wiodącą (tj. nauki o zarządzaniu i jakości) przypisano:

- **studia stacjonarne:** 107 punktów ECTS (89,17%) na specjalności Handel elektroniczny i 105 punktów ECTS (87,5%) na specjalności Zarządzanie produktem,
 1. **studia niestacjonarne:** 107 punktów ECTS (89,17%) na specjalności Handel elektroniczny i 105 punktów ECTS (87,5%) na specjalności Zarządzanie produktem.

Szczegółowe zestawienie struktury punktów ECTS przypisanych do poszczególnych dyscyplin dla studiów II stopnia prezentuje tabela 2.4.

Tabela 2.4. Punkty ECTS w podziale na dyscypliny nauki dla studiów II stopnia.

Dyscyplina	studia stacjonarne		studia niestacjonarne	
	HE	ZP	HE	ZP
Nauki o zarządzaniu i jakości	89,17%	87,50%	89,17%	87,50%
Filozofia	4,17%	4,17%	4,17%	4,17%
Nauki prawne	4,17%	3,33%	4,17%	3,33%
Ekonomia i finanse	2,50%	2,50%	2,50%	2,50%
Sztuki plastyczne i konserwacja dzieł sztuki	0,00%	2,50%	0,00%	2,50%

źródło: opracowanie na podstawie Załącznik nr 2 do Uchwały Senatu nr T.0022.34.2025 z dnia 26 czerwca 2025 roku

Treści kształcenia na kierunku MiKR obejmują zajęcia pozwalające na doskonalenie znajomości języków obcych. Na studiach stacjonarnych I stopnia realizowane są dwa języki obce - każdorazowo w wymiarze 120 godzin i 9 pkt. ECTS, co do których student dokonuje wyboru spośród języków: rosyjskiego, niemieckiego, francuskiego, włoskiego, hiszpańskiego, angielskiego i chińskiego oraz polskiego (dla obcokrajowców). Program studiów niestacjonarnych I stopnia przewiduje naukę jednego języka obcego (wybranego spośród ww.) w wymiarze 120 godzin i 9 pkt. ECTS. Na ostatnim semestrze studiów kompetencje językowe są kształtowane także na obowiązkowym wykładzie *Innovation in Commerce and Services* w języku angielskim (30 godz., 3 pkt. ECTS).

Program studiów stacjonarnych II stopnia przewiduje naukę języka obcego w wymiarze 60 godzin i 5 pkt. ECTS. Z kolei, w ramach studiów niestacjonarnych II stopnia studenci uczą się jednego języka obcego (wybranego spośród języka rosyjskiego, niemieckiego, francuskiego, włoskiego, hiszpańskiego, angielskiego i chińskiego; oraz polskiego dla obcokrajowców) w wymiarze 36 godzin i 5 pkt. ECTS. W odniesieniu do studiów II stopnia przedmioty obejmujące kompetencje językowe - poza lektoratami - oferowane są również w ramach zajęć do wyboru realizowanych w j. angielskim.

Na kierunku MiKR studenci mają możliwość indywidualizowania realizowanej ścieżki nauczania. Na studiach I stopnia jest to możliwość wyboru specjalności, języka obcego, przedmiotów do wyboru, seminarium dyplomowego, formy zajęć z wychowania fizycznego oraz miejsca odbywania i formy zaliczenia praktyki zawodowej. Na studiach II stopnia możliwości wyboru dotyczą specjalności, języka obcego, przedmiotów do wyboru i seminarium.

Program kształcenia obowiązujący na kierunku MiKR (zarówno na I, jak i na II stopniu studiów) został w 2022 r. zaakceptowany przez Polskie Naukowe Towarzystwo Marketingu (PNTM). Akceptacja ta obowiązuje do obecnej akredytacji PKA.

2.2. Dobór metod kształcenia i ich cechy wyróżniające

W procesie nauczania na kierunku *Marketing i komunikacja rynkowa* wykorzystywane są różnorodne metody kształcenia, a za ich dobór odpowiadają osoby opracowujące całościowe koncepcje oferowanych przedmiotów. Wybór osób odpowiedzialnych za karty przedmiotów jest dokonywany regularnie przez kierowników poszczególnych jednostek (katedr), w oparciu o przesłanki merytoryczne, w tym posiadane kompetencje i dorobek naukowy w przedmiotowym zakresie.

Prowadzący zajęcia na kierunku MiKR wykorzystują szeroką gamę dostępnych metod kształcenia. Powiązanie tych metod z kierunkowymi efektami uczenia się przedstawione jest dla każdego realizowanego przedmiotu w ramach macierzy realizacji przedmiotu, skonstruowanej dla każdego przedmiotu realizowanego w ramach programu studiów. Osoby prowadzące zajęcia w danym cyklu podejmują decyzje w zakresie doboru odpowiednich metod kształcenia. Nadzór nad realizacją tych metod sprawują kierownicy macierzystych jednostek. Metody prowadzenia zajęć są dostosowane do treści przedmiotowych oraz charakteru przekazywanej wiedzy, rozwijanych umiejętności i doskonalonych kompetencji społecznych. Szczegółowy rozkład wykorzystywanych metod uczenia w podziale na stopień i tryb studiów przedstawiono w tabelach 2.5. oraz 2.6.

Tabela 2.5. Metody prowadzenia zajęć na studiach I stopnia (% przedmiotów)

Metoda	studia I stopnia			
	stacjonarne		niestacjonarne	
	EM*	RP*	EM	RP
Wykład audytoryjny	80,00%	80,00%	84,85%	84,85%
Konwersatorium	25,71%	28,57%	27,27%	30,30%
Prezentacja	82,86%	82,86%	81,82%	81,82%
Dyskusja	85,71%	85,71%	84,85%	84,85%
Praca w grupach	80,00%	80,00%	78,79%	78,79%
Symulacja	8,57%	11,43%	9,09%	12,12%
Analiza przypadku	77,14%	82,86%	75,76%	81,82%
Inscenizacja (odgrywanie ról)	14,29%	17,14%	12,12%	15,15%
Ćwiczenia tablicowe	20,00%	20,00%	21,21%	21,21%
E-learning	40,00%	45,71%	39,39%	45,45%
Praca z tekstem	34,29%	34,29%	33,33%	33,33%
Ćwiczenia laboratoryjne	17,14%	11,43%	18,18%	12,12%
Warsztaty	8,57%	11,43%	9,09%	12,12%
Ćwiczenia przedmiotowe	17,14%	20,00%	12,12%	15,15%
Grywalizacja	8,57%	8,57%	9,09%	9,09%
Nauczanie problemowe	11,43%	11,43%	9,09%	9,09%
Nauczanie odwrócone	5,71%	5,71%	6,06%	6,06%

*) EM – specjalność E-marketing, RP – specjalność Reklama i Public Relations

Źródło: <https://prk.uek.krakow.pl/>

Wśród najczęściej stosowanych metod prowadzenia zajęć wskazywane są przede wszystkim:

- **Wykład audytoryjny** - stanowi podstawową formę przekazywania wiedzy i jest kluczowy dla zapewnienia kompleksowego zrozumienia zagadnień z zakresu marketingu i komunikacji rynkowej. Na I stopniu studiów metoda ta wykorzystywana jest w ramach 80% przedmiotów realizowanych na studiach stacjonarnych i ok. 85% przedmiotów realizowanych na studiach niestacjonarnych. Na II

stopniu studiów metoda ta wykorzystywana jest w ramach 80% przedmiotów realizowanych na studiach stacjonarnych i niestacjonarnych;

- **Prezentacja** - wykorzystywana zarówno przez prowadzących zajęcia do przedstawiania treści, jak i przez studentów do prezentowania efektów prac projektowych i koncepcyjnych (np. projekty zespołowe). W tym drugim przypadku służy rozwijaniu umiejętności wystąpień publicznych i autoprezentacji. Na I stopniu studiów metoda ta wykorzystywana jest w ramach ok. 82% przedmiotów realizowanych na studiach stacjonarnych i niestacjonarnych. Na II stopniu studiów metoda ta wykorzystywana jest w ramach 85% i 90% przedmiotów realizowanych na studiach stacjonarnych i niestacjonarnych (w zależności od specjalności);
- **Dyskusja** - umożliwia studentom krytyczną analizę zjawisk, formułowanie wniosków oraz prezentowanie własnych opinii i sądów. Metoda ta wykorzystywana jest w ramach ok. 85% przedmiotów realizowanych na studiach stacjonarnych i niestacjonarnych I stopnia. Na II stopniu studiów metoda ta wykorzystywana jest w ramach 85% przedmiotów realizowanych na studiach stacjonarnych i niestacjonarnych;
- **Praca w grupach** - stanowi jeden z kluczowych elementów kształcenia mających na celu rozwijanie umiejętności pracy zespołowej i wspólnego rozwiązywania problemów. Na I stopniu studiów metoda ta wykorzystywana jest w ramach 80% przedmiotów realizowanych na studiach stacjonarnych i ok. 79% przedmiotów realizowanych na studiach niestacjonarnych. Na II stopniu studiów metoda ta wykorzystywana jest w ramach 75% przedmiotów realizowanych na studiach stacjonarnych i niestacjonarnych;
- **Analiza przypadku** - pozwala na zastosowanie wiedzy teoretycznej do rozwiązywania rzeczywistych problemów gospodarczych, rozwijając umiejętności analitycznego i krytycznego myślenia. Na I stopniu studiów metoda ta wykorzystywana jest w ramach ok. 77% i ok. 83% przedmiotów realizowanych na studiach stacjonarnych (w zależności od specjalności) i ok. 76% i ok. 82% przedmiotów realizowanych na studiach niestacjonarnych (w zależności od specjalności). Na II stopniu studiów metoda ta wykorzystywana jest w ramach 70% i 75% przedmiotów realizowanych na studiach stacjonarnych (w zależności od specjalności) oraz w ramach 70% i 75% przedmiotów realizowanych na studiach niestacjonarnych (w zależności od specjalności).

Tabela 2.6. Metody prowadzenia zajęć na studiach II stopnia (% przedmiotów)

Metoda	stacjonarne		niestacjonarne	
	HE*	ZP*	HE	ZP
Wykład audytorijny	80%	80%	80%	80%
Konwersatorium	40%	55%	40%	55%
Prezentacja	90%	85%	90%	85%
Dyskusja	85%	85%	85%	85%
Praca w grupach	75%	75%	75%	75%
Symulacja	5%	5%	5%	5%
Analiza przypadku	70%	75%	70%	75%
Inscenizacja (odgrywanie ról)	5%	5%	5%	5%
Ćwiczenia tablicowe	10%	10%	10%	10%
E-learning	25%	35%	25%	35%
Praca z tekstem	25%	25%	25%	25%
Ćwiczenia laboratoryjne	20%	15%	20%	15%
Warsztaty	10%	15%	10%	15%
Ćwiczenia przedmiotowe	15%	15%	15%	15%
Nauczanie problemowe	10%	10%	10%	10%
Nauczanie odwrócone	10%	10%	10%	10%

*) HE – specjalność Handel elektroniczny, ZP – specjalność Zarządzanie produktem

Źródło: <https://prk.uek.krakow.pl/>

Powiązanie stosowanych metod nauczania z przyjętymi efektami uczenia się w zakresie wiedzy, umiejętności i kompetencji społecznych, oraz w odniesieniu do efektów kierunkowych i dyscypliny wiodącej zestawione jest w Kartach przedmiotów.

We wspomnianych tabelach, jak i kartach przedmiotów ujawniają się nowoczesne metody kształcenia. To efekty m.in. Projektu UEK HUB 2.0 i wcześniejszej jego edycji. Celem projektu było wsparcie nauczycieli akademickich UEK w dokonaniu pozytywnych zmian w realizacji zajęć. Efektem okazał się wzrost kompetencji w zakresie wykorzystania innowacyjnych metod dydaktycznych, umiejętności cyfrowych, czy prowadzenia zajęć w grupach międzynarodowych. Wśród szkoleń znalazły się m.in.: Dynamika pracy z dużymi i małymi grupami studentów, Praca nad motywacją nauczyciela i studenta, Komunikacja i współpraca międzypokoleniowa X–Y–Z, Nauczanie problemowe i partycypacyjne, Analiza (studium) przypadku, Gry dydaktyczne i gamifikacja. Aby utrzymać i rozwijać rezultaty projektów UEK HUB od roku akademickiego 2023/2024 Centrum Jakości Kształcenia UEK (CJK) dodało do swojej dotychczasowej oferty szkoleniowej nową formę wsparcia nauczycieli wzorowaną na projekcie UEK HUB - cykle 2-3 dniowych programów szkoleniowych o zróżnicowanej tematyce pod nazwą MiniHUBy. Oferta jest skierowana dla każdego nauczyciela akademickiego, który chce rozwijać swój warsztat dydaktyczny. Duże zainteresowanie tematyką szkoleń zaowocowało też uruchomieniem serwisu internetowego [Level-Up](#) zawierającego informacje o wszystkich szkoleniach oraz programu [FirstinFERS](#) mającego na celu podnoszenie kwalifikacji i kompetencji kadry dydaktycznej.

Wykorzystywane metody kształcenia umożliwiają przygotowanie studentów do prowadzenia działalności naukowej w zakresie dyscypliny, do której kierunek jest przyporządkowany lub udział w tej działalności, stosowanie właściwych metod i narzędzi, w tym zaawansowanych technik informacyjno-komunikacyjnych. Tego typu aktywność realizowana jest na wielu przedmiotach. Za przykład można podać wspomnianą wcześniej międzyuczelnianą konferencję plakatową Uniwersjada Marketingu.

2.3. Zakres korzystania z metod i technik kształcenia na odległość

Sposób prowadzenia zajęć określa Zarządzenie Rektora UEK w sprawie organizacji kształcenia w danym semestrze lub roku akademickim. Ostatnie takie zarządzenie dotyczące roku akademickiego 2025/2026 ([nr R.0211.32.2025 z 24 czerwca 2025 r.](#)) stanowi, że zajęcia mogą być prowadzone w formie stacjonarnej oraz z wykorzystaniem metod i technik kształcenia na odległość: w formie zdalnej w trybie synchronicznym (za pośrednictwem aplikacji MS Teams) lub w formie zdalnej w trybie asynchronicznym (za pośrednictwem platformy e-learningowej [Moodle](#)). Dodatkowo zarządzenie dopuszcza (za zgodą studentów, po formalnym zgłoszeniu przez system elektronicznego obiegu dokumentów i po wyrażeniu zgody przez dyrektora instytutu) zmianę formy stacjonarnej zajęć na formę zdalną w trybie synchronicznym z zachowaniem wyznaczonych limitów godzinowych (od 4 godzin w przypadku zajęć trwających 15-30 godzin do 10 godzin w przypadku zajęć trwających 61-90 godzin) – z wyłączeniem zajęć laboratoryjnych na kilku kierunkach (wśród których nie ma MiKR) oraz zajęć z wychowania fizycznego.

Możliwość realizacji części zajęć w formie zdalnej w trybie asynchronicznym jest dopuszczona przez § 12 Regulaminu studiów na UEK, stanowiący, że część efektów uczenia się może być uzyskana w taki sposób, z zastrzeżeniem jednakże, że maksymalną liczbę punktów ECTS, jaka może być uzyskana w taki sposób określają odrębne regulacje. Zgodnie z programem studiów MiKR stanowiącym załącznik do Uchwały Senatu [nr T.0022.34.2025 z 26 czerwca 2025 r.](#) dla **studiów 1. stopnia** kierunku MiKR liczba punktów ECTS która może być uzyskana w ramach kształcenia z wykorzystaniem metod i technik kształcenia na odległość wynosi 140 na studiach stacjonarnych (ze 189 koniecznych do ukończenia studiów) i 134 na studiach niestacjonarnych (ze 180 koniecznych do ukończenia studiów). Liczba punktów ECTS, którą student musi uzyskać w ramach zajęć z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich lub innych osób prowadzących zajęcia wynosi 96 na studiach stacjonarnych i 91 na studiach niestacjonarnych. Dla **studiów 2. stopnia** kierunku MiKR liczba punktów ECTS która może być uzyskana w ramach kształcenia

z wykorzystaniem metod i technik kształcenia na odległość na studiach stacjonarnych i niestacjonarnych wynosi 89 na studiach stacjonarnych (ze 120 koniecznych do ukończenia studiów), zaś liczba punktów ECTS, którą student musi uzyskać w ramach zajęć z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich lub innych osób prowadzących zajęcia wynosi 61 (na studiach stacjonarnych i niestacjonarnych).

Choć zarządzenie o organizacji kształcenia (Zarządzenie Rektora [nr R.0211.31.2025](#) z 13 czerwca 2025 roku) w roku akademickim 2025/2026 dopuszcza możliwość prowadzenia zajęć w formie zdalnej, to podstawową, domyślną formą kształcenia jest realizowanie zajęć w formie stacjonarnej. Wyjątkiem od tego jest odbywanie zajęć w formie zdalnej w trybie synchronicznym w przypadku:

- wykładów kierunkowych lub ogólnych oraz wykładów do wyboru na IV i V roku stacjonarnych jednolitych studiów magisterskich,
- wykładów kierunkowych lub ogólnych, wykładów specjalnościowych i wykładów do wyboru w przypadku studiów stacjonarnych drugiego stopnia oraz studiów niestacjonarnych pierwszego stopnia, drugiego stopnia oraz jednolitych studiów magisterskich,
- seminariów dyplomowych na wszystkich typach i rodzajach studiów (pod warunkiem takiej decyzji prowadzącego, bowiem zarządzenie dopuszcza możliwość realizacji ich zarówno stacjonarnie, jak i w formie zdalnej w trybie synchronicznym).

Uniwersytet Ekonomiczny dysponuje odpowiednią infrastrukturą do odbywania zajęć i komunikacji za pośrednictwem Internetu. Opracowywaniem strategii nauczania zdalnego oraz jego wdrażaniem zajmuje się Dział Rozwoju Dydaktyki i Multimediów oraz stanowisko ds. metodyki e-zajęć działające w ramach pionu Prorektora ds. Kształcenia i Studentów. Dział oferuje wszechstronne wsparcie pracownikom, począwszy od najprostszych sposobów prowadzenia zajęć w trybie zdalnym, aż po zastosowanie zindywidualizowanych i zaawansowanych metod uczenia na odległość. Dział Rozwoju Dydaktyki i Multimediów oraz stanowisko ds. metodyki e-zajęć zajmują się także opieką metodyczną i techniczną nad działaniami nauczycieli akademickich i studentów w zakresie e-zajęć, jak też koordynują projekty e-edukacyjne na UEK.

Najpowszechniej wykorzystywanym narzędziem jest platforma e-learningowa [Moodle](#). Prowadzący zajęcia tworzą na tej platformie kursy poświęcone realizowanym przedmiotom. W ramach tych kursów studenci otrzymują dostęp przede wszystkim do zasad organizacji zajęć, w tym sposobów zaliczenia przedmiotu, materiałów dydaktycznych, materiałów do samokształcenia oraz zasobów dodatkowych. Poprzez fora dyskusyjne oraz czaty, dostępne na stronach kursów przedmiotowych, studenci mają możliwość uzyskania wygodnego kontaktu z prowadzącymi oraz wymiany opinii, zgłaszania problemów, a także uczestnictwa w aktywnościach grupowych. Niektóre z przedmiotów mają formę certyfikowanych kursów e-learningowych, w ramach których prowadzący stosują tzw. metodę *blended learning*, dostosowując wykorzystywane narzędzia nauczania zdalnego do charakteru zajęć oraz możliwości osób w nich uczestniczących. Ww. czynności realizowane są również na zakładanych przez Uczelnię kursach na platformie MS Teams, gdzie mogą być gromadzone także materiały dla studentów i prowadzona komunikacja ze studentami. Platforma Moodle służy również do formułowania ogłoszeń ze strony prowadzących. Każdy nauczyciel akademicki ma obowiązek podać swoje konsultacje dla studentów stacjonarnych i niestacjonarnych.

2.4. Dostosowanie procesu uczenia się do zróżnicowanych potrzeb grupowych i indywidualnych studentów, w tym potrzeb studentów z niepełnosprawnościami, jak również możliwości realizowania indywidualnych ścieżek kształcenia

Dla grup studentów o zróżnicowanym poziomie wiedzy i umiejętności zagwarantowane zostało odpowiednie wsparcie, dzięki któremu możliwe staje się rozwijanie zainteresowań i potencjału naukowego wyróżniających się studentów pod opieką nauczycieli akademickich.

W pierwszej kolejności studenci mają możliwość korzystania z indywidualnych konsultacji zarówno stacjonarnych, jak i w formie elektronicznej. W przypadku studentów o specyficznych, indywidualnych potrzebach, stosuje się, zgodnie z [Regulaminem studiów](#), zróżnicowane formy kształcenia:

- Indywidualna Ścieżka Edukacyjna;

- Tutoring akademicki;
- Indywidualny Plan Studiów;
- Indywidualny Tryb Odbywania Zajęć,

które mogą być elastycznie dobierane w zależności od każdorazowej oceny sytuacji wnioskującego studenta.

Indywidualna Ścieżka Edukacyjna (ISE) uregulowana została w § 15 Regulaminu studiów. Taki model kształcenia adresowany jest do studentów, którzy ukończyli drugi semestr studiów i osiągają wyróżniające wyniki w nauce. Przyjęte rozwiązanie, które w założeniu ma służyć „szlifowaniu prawniczych diamentów”, polega na zmianie programu studiów w sposób umożliwiający realizację indywidualnych zainteresowań studenta, lecz z zastrzeżeniem, że osiągnięte zostaną kierunkowe efekty uczenia się. Realizacja ISE następuje pod spersonalizowaną opieką naukową sprawowaną przez pracownika powoływanego przez Dyrektora Instytutu. Student realizujący kształcenie w ramach ISE może ponadto – po uzyskaniu zgody właściwych Dyrektorów Instytutów – zaliczyć część programu studiów (wybrane przedmioty lub program semestru) w innym Instytucie UEK, w innej uczelni w kraju albo w uczelni zagranicznej (za zgodą właściwej uczelni), w której funkcjonuje europejski system transferu i akumulacji punktów (ECTS) – przy uwzględnieniu obowiązującej liczby punktów ECTS. Na wypadek, gdyby student zaliczył część programu studiów w uczelni zagranicznej, w której nie funkcjonuje system ECTS, rozstrzygnięcie o sposobie przeliczenia ocen na system obowiązujący w Uniwersytecie należy do Dyrektora Instytutu. Dzięki ISE studenci zyskują możliwość interdyscyplinarnego rozwoju, który w dynamicznie zmieniającym się otoczeniu ma kluczowe znaczenie z punktu widzenia kształtowania sylwetki absolwenta i jego aktywności zawodowej (także przy wykonywaniu ewentualnej pracy naukowej).

Studenci mogą ponadto zostać objęci **tutoringiem akademickim**, o którym wspomina § 19 Regulaminu studiów, a precyzuje Regulamin Programu UEK Honours „WISE” w Uniwersytecie Ekonomicznym w Krakowie, który stanowi załącznik do Zarządzenia Rektora UEK nr [R.0211.3.2023](#) z dnia 25 stycznia 2023 r. w sprawie określenia zasad realizacji tutoringu akademickiego w Uniwersytecie Ekonomicznym w Krakowie i uruchomienia Programu UEK Honours „WISE”. Tutoring akademicki stanowi szczególny rodzaj indywidualizacji procesu kształcenia. Student Programu UEK Honours „WISE” realizuje nie tylko przedmioty kierunkowe oraz specjalnościowe, które warunkują osiągnięcie kierunkowych efektów uczenia się określonych w programie studiów, lecz ponadto kursy honours oraz przedmiot Tutorial. Kursy honours to kursy interdyscyplinarne realizowane każdorazowo przez minimum dwóch prowadzących w celu ujęcia różnych perspektyw danej tematyki i oparte na autorskiej koncepcji kursów interdyscyplinarnych. Z kolei przedmiot Tutorial oparty jest na zasadach personalizacji w edukacji i realizowany przy użyciu narzędzi tutoringu akademickiego.

W treści § 17 [Regulaminu studiów](#) przewidziany został natomiast **Indywidualny Plan Studiów (IPS)**. Polega on na zmianie obowiązującego planu studiów, umożliwiając przesunięcie realizacji objętych nim zajęć dydaktycznych na wcześniejsze semestry. Warunkiem skorzystania z tej możliwości jest jednak zachowanie kolejności uzyskiwania szczegółowych efektów uczenia się i osiągnięcie wszystkich kierunkowych efektów uczenia się. Program adresowany jest do studentów legitymujących się wysoką średnią ocen (co najmniej 4,5), którzy ukończyli pierwszy rok studiów, a także wykazują się innymi, znaczącymi osiągnięciami lub równolegle studiują na innym kierunku.

Ważną praktyczną rolę odgrywa w szczególności **Indywidualny Tryb Odbywania Zajęć (ITZ)**, o którym mowa w § 16 Regulaminu studiów. Przewiduje on realizację obowiązującego programu studiów z możliwością zwolnienia z uczestnictwa w części lub całości zajęć oraz uzyskania zaliczeń w terminach ustalonych z prowadzącymi zajęcia do końca obowiązującego studenta okresu rozliczeniowego. Indywidualizowanym trybem odbywania zajęć objęte zostały następujące kategorie studentów:

- 1) z niepełnosprawnościami;
- 2) dotknięci przewlekłą chorobą, która uniemożliwia systematyczne uczestnictwo w zajęciach;
- 3) opiekujący się obłożnie chorym członkiem najbliższej rodziny;
- 4) zakwalifikowani na wyjazdy stypendialne i praktyki zagraniczne w procedurach wewnątrzuczelnianych;
- 5) wyróżniający się szczególną działalnością na rzecz Uniwersytetu;

6) w przypadku których wystąpiły inne ważne przyczyny (np. studentka w ciąży).

W związku ze szczególną ochroną rodzicielstwa przewidziano, że studentce w ciąży i studentce lub studentowi jako rodzicom, którzy odbywają studia stacjonarne, nie można odmówić zgody na studiowanie w ramach ITZ.

Na kierunku MiKR studenci mają możliwość indywidualizowania realizowanej ścieżki nauczania. Na studiach I stopnia jest to możliwość wyboru:

- 1) jednej z dwóch specjalności: E-marketing, Reklama i Public Relations;
- 2) języka obcego – za realizację języków obcych odpowiada Centrum Językowe UEK, które oferuje możliwość nauki następujących języków: angielski, chiński, francuski, hiszpański, niemiecki, rosyjski, włoski oraz polski dla obcokrajowców;
- 3) przedmiotów do wyboru – zgłaszanych corocznie w semestrach IV-VI;
- 4) seminarium dyplomowego;
- 5) formy realizacji zajęć z wychowania fizycznego,
- 6) miejsca odbywania praktyki zawodowej i formy jej zaliczenia.

Na studiach II stopnia studenci mają możliwość wyboru:

- 1) jednej z dwóch specjalności: Handel elektroniczny i Zarządzanie produktem;
- 2) języka obcego – za realizację języków obcych odpowiada Centrum Językowe UEK, które oferuje możliwość nauki następujących języków: angielski, chiński, francuski, hiszpański, niemiecki, rosyjski, włoski oraz polski dla obcokrajowców;
- 3) przedmiotów do wyboru – zgłaszanych w semestrach III-IV;
- 4) seminarium dyplomowego.

Szczegółowe informacje dotyczące rozkładu przedmiotów do wyboru w poszczególnych semestrach zawiera plan studiów stanowiący załącznik do Uchwały Senatu [T.0022.34.2025](#) z 26 czerwca 2025 r.

Studenci z niepełnosprawnościami korzystają z pełnej oferty dydaktycznej uczelni oraz z różnorodnych udogodnień i wsparcia, szczególnie w zakresie dostępu do infrastruktury uczelnianej. W ramach wielu skoordynowanych działań wszystkie obiekty, tak dydaktyczne jak i administracyjne, są dostosowane do potrzeb osób ze szczególnymi potrzebami. Należy wymienić tu odpowiednie podjazdy do budynków, windy, sanitariaty oraz oznakowanie wielu miejsc Uczelni z wykorzystaniem alfabetu Braille'a.

Na podkreślenie zasługuje okoliczność, że nauczyciele akademicy oraz pracownicy administracyjnymi biorą udział w projektach i szkoleniach, które mają na celu podniesienie ich świadomości, wiedzy oraz jakości współpracy ze studentami z niepełnosprawnościami. Począwszy od 2014 r. przyznawane są certyfikaty i wyróżnienia dla Katedr Przyjaznych Osobom z Niepełnosprawnością.

2.5. Harmonogram realizacji studiów

Harmonogram realizacji studiów na kierunku *Marketing i komunikacja rynkowa* wynika bezpośrednio z programu studiów przyjętego Uchwałą Senatu UEK nr [T.0022.34.2025](#) z 26 czerwca 2025 r.

Studia stacjonarne pierwszego stopnia na kierunku MiKR trwają 6 semestrów (3 lata), w ramach których realizowanych jest 1800 godzin zajęć oraz 160 godzin studenckich praktyk zawodowych (łącznie 1960 godzin). Zajęcia dydaktyczne w programie studiów rozłożone są w miarę równomiernie pomiędzy semestry (od 240 do 345 godzin przypadających na semestr). Pierwsze semestry studiów koncentrują się przede wszystkim na zagadnieniach ogólnoeconomicznych (np. przedmioty typu: Mikroekonomia, Nauka o przedsiębiorstwie, Podstawy organizacji i zarządzania, Podstawy prawa), relatywnie szybko wprowadzane są jednak przedmioty związane bezpośrednio z kierunkiem studiów (np. Marketing, Badania marketingowe, Podstawy e-marketingu). W tym czasie rozwijane są też kompetencje w zakresie języków obcych (2 języki obce do wyboru z puli języków nauczanych w wymiarze 120 godzin każdy, łącznie 240 godzin, w trakcie pierwszych 4 semestrów studiów). Praktyka zawodowa zgodnie z § 10 pkt. 3. ust. 2) przypada na okres nie objęty zajęciami dydaktycznymi a efekty uczenia się uzyskiwane w jej trakcie zaliczane są do 4. semestru studiów. Końcowe semestry studiów to przede wszystkim przedmioty specjalnościowe (180 godzin w semestrze 5. i 6.), wykłady do wyboru (120 godzin w semestrach 4., 5. i 6.)

oraz bardziej szczegółowe przedmioty związane z kierunkiem studiów (np. Marketing usług, Negocjacje handlowe). Na ostatnie semestry studiów przypada też jeszcze jeden element rozwijający kompetencje językowe - obowiązkowy wykład w języku angielskim (30 godzin).

W roku akademickim 2024/2025 na studiach stacjonarnych pierwszego stopnia kierunku MiKR zdecydowana większość zajęć odbywała się z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich (lub innych osób prowadzących zajęcia) i studentów. Przypadająca na tok kształcenia (wszystkie lata) na specjalności E-marketing średnia liczba godzin zajęć w formie zdalnej w trybie asynchronicznym wyniosła 70 (z 1960 godzin ogółem, czyli 3,57%) a na specjalności Reklama i Public Relations – 101 godzin (czyli 5,15%). Dodatkowo, zgodnie z [Regulaminem pracy](#) (§ 18 pkt. 3. ust. 1) za każdego seminarzystę, który zakończył pozytywnym wynikiem egzamin dyplomowy promotorowi przysługuje 5 godzin, które mogą być potraktowane jako godziny z bezpośrednim udziałem nauczyciela akademickiego.

Studia niestacjonarne pierwszego stopnia na kierunku *Marketing i komunikacja rynkowa* trwają 6 semestrów (3 lata), w ramach których realizowanych jest 1020 godzin zajęć oraz 160 godzin studenckich praktyk zawodowych (łącznie 1180 godzin). Zajęcia dydaktyczne w programie studiów rozłożone są w miarę równomiernie pomiędzy semestry (od 138 do 192 godzin zajęć w semestrze). Układ zajęć jest analogiczny, jak na studiach stacjonarnych pierwszego stopnia. Pierwsze semestry studiów koncentrują się przede wszystkim na zagadnieniach ogólnoeconomicznych, relatywnie szybko wprowadzane są jednak przedmioty związane bezpośrednio z kierunkiem studiów. W tym czasie rozwijane są też kompetencje w zakresie języków obcych (1 język obcy do wyboru z puli języków nauczanych na uniwersytecie w wymiarze 120 godzin w trakcie pierwszych 4 semestrów studiów). Praktyka zawodowa zgodnie z § 10 pkt. 3. ust. 2) przypada na okres nie objęty zajęciami dydaktycznymi a efekty uczenia się uzyskiwane w jej trakcie zaliczane są do 4. semestru studiów. Końcowe semestry studiów to przede wszystkim przedmioty specjalnościowe (108 godzin w semestrze 5. i 6.), wykłady do wyboru (72 godziny w semestrach 4., 5. i 6.) oraz bardziej szczegółowe przedmioty związane z kierunkiem studiów. Na ostatnie semestry studiów przypada też jeszcze jeden element rozwijający kompetencje językowe - obowiązkowy wykład w języku angielskim (18 godzin).

W roku akademickim 2024/2025 na studiach niestacjonarnych pierwszego stopnia kierunku MiKR zdecydowana większość zajęć odbywała się z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich (lub innych osób prowadzących zajęcia) i studentów. Przypadająca na tok kształcenia (wszystkie lata) na specjalności E-marketing średnia liczba godzin zajęć w formie zdalnej w trybie asynchronicznym wyniosła 36 (z 1180 godzin ogółem, czyli 3,05%), a na specjalności Reklama i Public Relations – 57 godzin (4,83%). Dodatkowo, zgodnie z [Regulaminem pracy](#) (§ 18 pkt. 3. ust. 1) za każdego seminarzystę, który zakończył pozytywnym wynikiem egzamin dyplomowy promotorowi przysługuje 5 godzin, które mogą być potraktowane jako godziny z bezpośrednim udziałem nauczyciela akademickiego.

Studia stacjonarne drugiego stopnia na kierunku *Marketing i komunikacja rynkowa* trwają 4 semestry (2 lata), w ramach których realizowanych jest 795 godzin zajęć. Zajęcia dydaktyczne w programie studiów rozłożone są w miarę równomiernie pomiędzy semestry (od 180 do 210 godzin przypadających na semestr). Pierwsze semestry studiów koncentrują się na przedmiotach ogólnych, ugruntowujących i uszczegóławiających wiedzę z zakresu ekonomii, zarządzania i marketingu, (np. Ekonomia behawioralna, Analiza zachowań konsumenta, Marketing międzynarodowy, Komunikacja marketingowa, Współczesne koncepcje zarządzania), wprowadzając jednak także zagadnienia związane z metodyką pracy naukowej (np. Gromadzenie i analiza danych, Statystyka matematyczna). W tym czasie rozwijane są też kompetencje w zakresie języków obcych (1 język obcy do wyboru z puli języków nauczanych w wymiarze 60 godzin w trakcie pierwszych 2 semestrów studiów). Druga część studiów obejmuje z kolei przedmioty zgłębiające szczegółowe zagadnienia z zakresu marketingu i zarządzania marketingowego (np. Marketing społeczny, Kontrola marketingu), przedmioty specjalnościowe (165 godz.) oraz wykłady do wyboru (z grup przedmiotów, z czego jedna grupa to wykłady w języku angielskim).

W roku akademickim 2024/2025 na studiach stacjonarnych drugiego stopnia kierunku MiKR zdecydowana większość zajęć odbywała się z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich (lub innych osób prowadzących zajęcia) i studentów. Przypadająca na tok kształcenia (wszystkie lata) średnia liczba godzin zajęć w formie zdalnej w trybie asynchronicznym wyniosła 39 godzin (z 800 godzin zajęć ogółem w

planie studiów, czyli 4,9%). Dodatkowo, zgodnie z [Regulaminem pracy](#) (§ 18 pkt. 3. ust. 1) za każdego seminarzystę, który zakończył pozytywnym wynikiem egzamin dyplomowy promotorowi przysługuje 5 godzin, które mogą być potraktowane jako godziny z bezpośrednim udziałem nauczyciela akademickiego.

Studia niestacjonarne drugiego stopnia na kierunku MiKR trwają 4 semestry (2 lata), w ramach których realizowanych jest 477 godzin zajęć. Zajęcia dydaktyczne w programie studiów rozłożone są w miarę równomiernie pomiędzy semestry (od 108 do 126 godzin przypadających na semestr). Układ przedmiotów w planie studiów jest analogiczny jak na studiach stacjonarnych drugiego stopnia. Pierwsze semestry studiów koncentrują się na przedmiotach ogólnych, ugruntowujących i uszczegóławiających wiedzę z zakresu ekonomii, zarządzania i marketingu, (np. Ekonomia behawioralna, Analiza zachowań konsumenta, Marketing międzynarodowy, Komunikacja marketingowa, Współczesne koncepcje zarządzania), wprowadzając jednak także zagadnienia związane z metodyką pracy naukowej (np. Gromadzenie i analiza danych, Statystyka matematyczna). W tym czasie rozwijane są też kompetencje w zakresie języków obcych (1 język obcy do wyboru z puli języków nauczanych w wymiarze 36 godzin, w trakcie pierwszych 2 semestrów studiów). Druga część studiów obejmuje z kolei przedmioty zgłębiające szczegółowe zagadnienia z zakresu marketingu i zarządzania marketingowego (np. Marketing społeczny, Kontrola marketingu), przedmioty specjalnościowe (165 godz.) oraz wykłady do wyboru (z grup przedmiotów, z czego jedna grupa to wykłady w języku angielskim).

W roku akademickim 2024/2025 na studiach niestacjonarnych drugiego stopnia kierunku MiKR zdecydowana większość zajęć odbywała się z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich (lub innych osób prowadzących zajęcia) i studentów. Przypadająca na tok kształcenia (wszystkie lata, każda z uruchomionych specjalności) średnia liczba godzin zajęć w formie zdalnej w trybie asynchronicznym wyniosła 21 (z 480 godzin zajęć ogółem w planie studiów, czyli 4,4%). Dodatkowo, zgodnie z [Regulaminem pracy Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie](#) (§ 18 pkt. 3. ust. 1) za każdego seminarzystę, który zakończył pozytywnym wynikiem egzamin dyplomowy promotorowi przysługuje 5 godzin, które mogą być potraktowane jako godziny z bezpośrednim udziałem nauczyciela akademickiego.

Informacja dotycząca realizacji studiów z uwzględnieniem zajęć lub grup zajęć związanych z działalnością naukową prowadzoną w uczelni znajduje się w Tabeli 4 (Część III, Załącznik 1 Raportu Samooceny).

Na kierunku Marketing i komunikacja rynkowa realizowane są przedmioty, które dają studentom możliwość rozwijania kompetencji w zakresie znajomości języków obcych. Stanowią je w głównym zakresie lektoraty oferowane przez Centrum Językowe UEK.

Na studiach I stopnia są to:

- **w trybie stacjonarnym:**
 - język obcy I – do wyboru spośród języków: rosyjski, niemiecki, francuski, włoski, hiszpański, angielski, chiński, realizowany w semestrach I-IV w łącznym wymiarze 120 godzin (30 godzin na semestr) oraz 9 pkt ECTS, student na podstawie wstępnego testu jest przydzielany do grupy językowej o odpowiednim stopniu zaawansowania; przedmiot kończy się egzaminem standaryzowanym;
 - język obcy II – do wyboru spośród języków: rosyjski, niemiecki, francuski, włoski, hiszpański, angielski i chiński; realizowany w semestrach I-IV w łącznym wymiarze 120 godzin (30 godzin na semestr) oraz 9 pkt ECTS, student na podstawie wstępnego testu jest przydzielany do grupy językowej o odpowiednim stopniu zaawansowania; przedmiot kończy się egzaminem standaryzowanym;
 - obowiązkowy wykład w języku angielskim na 6. semestrze studiów w wymiarze 30 godzin.
- **w trybie niestacjonarnym:**
 - język obcy – do wyboru spośród języków: angielskiego, francuskiego, hiszpańskiego, niemieckiego, rosyjskiego, włoskiego i chińskiego; realizowany w semestrach I-IV w łącznym wymiarze 120 godzin (30 godzin na semestr) oraz 9 pkt ECTS, student na podstawie wstępnego testu jest przydzielany

do grupy językowej o odpowiednim stopniu zaawansowania; przedmiot kończy się egzaminem standaryzowanym;

- obowiązkowy wykład w języku angielskim na 6. semestrze studiów w wymiarze 18 godzin.

Studenci zagraniczni, podejmujący studia w języku angielskim, mają do dyspozycji ofertę języka polskiego dla obcokrajowców.

W odniesieniu do studiów II stopnia przedmioty obejmujące kompetencje językowe, poza lektoratami obejmują oferowane zajęcia do wyboru realizowane w j. angielskim. Wobec powyższego kompetencje językowe nabywane są:

- **w trybie stacjonarnym:**
 - język obcy – do wyboru realizowany w semestrach I-II w łącznym wymiarze 60 godzin (30 godzin na semestr) oraz 5 pkt ECTS, student na podstawie wstępnego testu jest przydzielany do grupy językowej o odpowiednim stopniu zaawansowania;
 - przedmiot realizowany w ramach wykładów do wyboru w języku obcym (o łącznym wymiarze 30 godz. i 6 pkt. ECTS).
- **w trybie niestacjonarnym:**
 - język obcy – do wyboru realizowany w semestrach I-II w łącznym wymiarze 36 godzin (18 godzin na semestr) oraz 5 pkt ECTS, student na podstawie wstępnego testu jest przydzielany do grupy językowej o odpowiednim stopniu zaawansowania;
 - przedmiot realizowany w ramach wykładów do wyboru w języku obcym (o łącznym wymiarze 18 godz. i 6 pkt. ECTS).

W trybie stacjonarnym na studiach II stopnia student realizuje łącznie 90 godzin i 11 pkt. ECTS w językach obcych. W trybie niestacjonarnym zaś odpowiednio –54 godz. i 11 pkt. ECTS.

Zdecydowana większość wyżej wymienionych przedmiotów nosi charakter przedmiotów do wyboru. Dotyczy to wszystkich stopni i trybów studiów. Wybór dotyczy rodzaju języka obcego (w przypadku nauki j. obcego). Ponadto do przedmiotów do wyboru zaliczyć można:

1. na I stopniu studiów:

a. stacjonarnych:

- zdefiniowane przedmioty do wyboru (o łącznym wymiarze 120 godz. i 9 pkt. ECTS) – obieralne przedmioty zapisane w programie studiów (w semestrach IV-VI), przypisane do dyscypliny nauki o zarządzaniu i jakości;
- specjalności (dwie) – semestry V-VI, 180 godz. i 18 pkt. ECTS;
- seminarium dyplomowe - semestry IV-VI, łącznie 60 godz. oraz 12 pkt. ECTS;
- wychowanie fizyczne – semestry I-II; w każdym semestrze 30 godz. + 0 pkt. ECTS;
- praktyki zawodowe – semestr IV, 160 godz. (4 tyg.) i 6 pkt. ECTS.

b. niestacjonarnych:

- zdefiniowane przedmioty do wyboru (o łącznym wymiarze 72 godz. i 9 pkt. ECTS) – obieralne przedmioty zapisane w programie studiów (w semestrach IV-VI);
- specjalności (dwie) – semestry V-VI, 108 godz. i 18 pkt. ECTS;
- seminarium dyplomowe - semestry IV-VI, łącznie 36 godz. oraz 12 pkt. ECTS;
- praktyki zawodowe – semestr IV, 160 godz. (4 tyg.) i 6 pkt. ECTS.

2. na II stopniu studiów:

a. stacjonarnych:

- zdefiniowane przedmioty do wyboru (o łącznym wymiarze 30 godz. i 6 pkt. ECTS) – obieralne przedmioty zapisane w programie studiów (w semestrach III-IV), przypisane są do dyscypliny nauki o zarządzaniu i jakości;

- specjalności (dwie) – semestry III-IV, 165 godz. i 20 pkt. ECTS;
- seminarium magisterskie - semestry III-IV, łącznie 60 godz. oraz 15 pkt. ECTS;

b. niestacjonarnych:

- zdefiniowane przedmioty do wyboru (o łącznym wymiarze 18 godz. i 6 pkt. ECTS) – obieralne przedmioty zapisane w programie studiów (w semestrach III-IV);
- specjalności (dwie) – semestry III-IV, 99 godz. i 20 pkt. ECTS;
- seminarium magisterskie - semestry III-IV, łącznie 36 godz. oraz 15 pkt. ECTS.

Na podstawie powyższych informacji można stwierdzić, że dla trybu stacjonarnego studiów I stopnia przedmioty obieralne obejmują łącznie 820 spośród 1960 godzin (41,8%) oraz 63 spośród 189 pkt. ECTS (33,3%), zaś dla studiów II stopnia jest to odpowiednio 345 spośród 795 godz. (43,4%) oraz 52 spośród 120 pkt. ECTS (43,3%). Dla trybu niestacjonarnego udział przedmiotów do wyboru w programie studiów I stopnia wynosi odpowiednio 42% sumy godzin (496 godz.) oraz 30% sumy punktów ECTS (54), zaś w programie studiów II stopnia 43,4% sumy godzin (207) oraz 43,3% sumy punktów ECTS (52).

2.6. Dobór form zajęć, organizacja procesu kształcenia i harmonogram zajęć

Zajęcia na kierunku *Marketing i komunikacja rynkowa* realizowane są w formie: wykładów, ćwiczeń, konwersatoriów, seminariów oraz lektoratów. Dodatkowo na I stopniu studiów realizowane są zajęcia z wychowania fizycznego. Szczegółowy rozkład poszczególnych form zajęć według stopni i trybów studiów zaprezentowano w tabeli 2.7.

Dominującą formą zajęć na studiach I stopnia są wykłady. W przypadku studiów stacjonarnych stanowią one 37,5%, natomiast w przypadku studiów niestacjonarnych 37,37% łącznej liczby realizowanych godzin. Analogicznie jest na studiach II stopnia, gdzie również dominują wykłady, stanowiąc 41,51% sumy godzin, zarówno na studiach stacjonarnych, jak i niestacjonarnych.

Tabela 2.7. Rozkład procentowy form zajęć (% godzin)

Rodzaj zajęć	Studia I stopnia			
	stacjonarne		niestacjonarne	
	EM	RP	EM	RP
Wykład	37,50%	37,50%	37,37%	37,37%
Ćwiczenia	29,85%	29,85%	29,75%	29,75%
Konwersatorium	6,12%	6,12%	6,10%	6,10%
Seminarium	3,06%	3,06%	3,05%	3,05%
Praktyka	8,16%	8,16%	13,56%	13,56%
Lektorat	12,24%	12,24%	10,17%	10,17%
Zajęcia z Wychowania Fizycznego	3,06%	3,06%	0,00%	0,00%
Studia II stopnia				
Rodzaj zajęć	stacjonarne		niestacjonarne	
	HE	ZP	HE	ZP
Wykład	41,51%	41,51%	41,51%	41,51%
Ćwiczenia	39,62%	39,62%	39,62%	39,62%
Konwersatorium	3,77%	3,77%	3,77%	3,77%
Seminarium	7,55%	7,55%	7,55%	7,55%
Lektorat	7,55%	7,55%	7,55%	7,55%

Źródło: <https://prk.uek.krakow.pl/>

Łączna liczba grup dziekańskich na wszystkich stopniach, typach i latach studiów kierunku MiKR na koniec ostatniego zakończonego semestru (semestr zimowy roku akademickiego 2024/2025) wyniosła 34, z czego 22 grupy przypadają na studia I stopnia a 12 na studia II stopnia. Na studiach stacjonarnych (I i II stopnia) było 16 grup, a na studiach niestacjonarnych – 18 grup. Rozkład grup na poszczególnych latach studiów jest równomierny – zazwyczaj są to 3 lub 4 grupy. Zestawienie liczby grup studenckich na koniec semestru zimowego 2024/2025 zawiera tabela 2.8.

Tabela 2.8. Liczba grup studenckich na koniec semestru zimowego 2024/2025

Stopień studiów	I stopień		II stopień	
Typ studiów	stacjonarne	niestacjonarne	stacjonarne	niestacjonarne
I rok	3	4	3	3
II rok	3	4	3	3
III rok	4	4	-	-

źródło: dane z systemu dziekanatowego

Na koniec ostatniego zakończonego semestru studiów (semestr zimowy roku akademickiego 2024/2025) na kierunku MiKR studiowały łącznie 903 osoby, z czego 567 osób na studiach I stopnia, a 336 osób na studiach II stopnia. Na studiach stacjonarnych (obu stopni) studiowały 433 osoby, a na studiach niestacjonarnych – 470 osób. Największa liczba osób studiuje na studiach niestacjonarnych I stopnia – 313 osób, najmniejsza na studiach niestacjonarnych II stopnia – 157 osób. Zestawienie liczby osób studiujących na poszczególnych latach studiów stacjonarnych i niestacjonarnych pierwszego i drugiego stopnia zawiera tabela 2.9.

Tabela 2.9. Liczba osób studiujących na koniec semestru zimowego 2024/2025

Stopień studiów	I stopień		II stopień	
Typ studiów	stacjonarne	niestacjonarne	stacjonarne	niestacjonarne
I rok	78	111	91	83
II rok	86	99	88	74
III rok	90	103	-	-

źródło: dane z systemu dziekanatowego.

Liczebność grup dziekańskich jest w miarę wyrównana, wynosząc na koniec semestru zimowego 2024/2025 średnio 26,6 osoby na grupę i zawierając się w przedziale od 20 osób do 32 osób. Najniższa średnia liczebność grup dziekańskich jest na studiach stacjonarnych I stopnia (wynosi 25,4 osoby na grupę), najwyższa zaś na studiach stacjonarnych II stopnia (29,8 osoby na grupę). Średnia liczebność grup maleje wraz z rokiem studiów – dla I roku wynosiła 27,9 osoby (razem dla studiów pierwszego i drugiego stopnia), dla II roku (razem dla pierwszego i drugiego stopnia) - 26,7 osoby i 24,1 osoby na III roku (tylko studia pierwszego stopnia). Liczebności grup dziekańskich na koniec semestru zimowego 2024/2025 w rozbiciu na lata, stopień i typ studiów zawiera tabela 2.10.

Tabela 2.10. Liczba osób w grupach dziekańskich na koniec semestru zimowego 2024/2025

Stopień studiów	I stopień		II stopień	
Typ studiów	stacjonarne	niestacjonarne	stacjonarne	niestacjonarne
I rok	27, 27, 24	28, 32, 26, 25	31, 29, 31	27, 26, 30
II rok	27, 30, 29	30, 22, 25, 22	31, 28, 29	22, 26, 26
III rok	25, 25, 20, 20	25, 27, 25, 26	-	-

źródło: dane z systemu dziekanatowego.

Organizacja procesu kształcenia na kierunku Marketing i komunikacja rynkowa określona jest w Regulaminie studiów stanowiącym załącznik do [Uchwały Senatu nr T.0022.17.2025](#). Rok akademicki trwa od 1 października do 30 września następnego roku kalendarzowego. Składa się z dwóch semestrów i obejmuje dwie sesje egzaminacyjne, dwie sesje poprawkowe oraz okresy wolne od zajęć. Zgodnie z §10 pkt. 4 Regulaminu studiów szczegółową organizację roku akademickiego z uwzględnieniem terminów sesji egzaminacyjnych, sesji poprawkowych, przerw świątecznych, przerwy semestralnej, a także dodatkowych dni wolnych od zajęć określa Rektor w drodze zarządzenia co najmniej na 3 miesiące przed jego rozpoczęciem. Organizację roku akademickiego 2025/26 reguluje Zarządzenie Rektora nr [R.0211.31.2025](#) z dnia 13 czerwca 2025 roku. Zarządzenie Rektora UEK przewiduje, że zajęcia dydaktyczne dla studentów studiów stacjonarnych pierwszego i drugiego stopnia (oraz jednolitych studiów magisterskich) rozpoczynają się 1 października 2025 r., a zajęcia dydaktyczne dla studentów niestacjonarnych pierwszego i drugiego stopnia (oraz jednolitych studiów magisterskich) rozpoczynają się zgodnie z harmonogramem zajęć zamieszczonym [na stronie uczelni](#). Harmonogram ten publikowany jest co najmniej na tydzień przed rozpoczęciem zajęć (§10 pkt. 6 Regulaminu studiów).

Zgodnie ze wspomnianym powyżej zarządzeniem o organizacji kształcenia ([Zarządzenie nr R.0211.31.2025](#) z 13 czerwca 2025 roku) zajęcia na studiach stacjonarnych prowadzone są od poniedziałku do piątku (od 8:00 do 21:00) a na studiach niestacjonarnych – od piątku (od 15:45 do 21:00) do niedzieli (w soboty i niedziele od 8:00 do 21:00). Zarządzenie wskazuje również, że harmonogramy zajęć zakładają równomierne rozłożenie zajęć w trakcie semestru, co ma na celu optymalną realizację procesu kształcenia. Kumulacja zajęć jest dopuszczalna wyłącznie w przypadku, kiedy wynika to ze specyfiki zajęć na danym kierunku. W przypadku kumulacji na okres krótszy niż 13 tygodni, wymagana jest zgodna Dyrektora Instytutu i bezpośredniego przełożonego pracownika prowadzonego zajęcia.

2.7. Program i organizacja praktyk

Ramy prawne i ogólne zasady odbywania praktyk studenckich wyznacza Regulamin studiów w Uniwersytecie Ekonomicznym w Krakowie (paragraf 32), przyjęty Uchwałą Senatu UEK [nr T.0022.17.2025](#) z 24 kwietnia 2025 r., który stanowi, że termin realizacji, czas trwania praktyk oraz liczbę punktów ECTS związaną z ich odbyciem i zaliczeniem określa program studiów. Ramy organizacyjne praktyk studenckich definiuje z kolei [Zarządzenie Rektora UEK nr R.0211.4.2025](#) z 27 stycznia 2025 r. w sprawie szczegółowej organizacji studenckich praktyk zawodowych, które określa szczegółową organizację studenckich praktyk w zakresie nieuregulowanym w Regulaminie studiów. Zarządzenie ustala przede wszystkim procedurę kierowania studentów na praktyki, wprowadza wzory dokumentów związanych z odbywaniem praktyk i zasady zaliczania praktyki. Wytyczne w zakresie odbywania praktyk są również opublikowane na [stronie internetowej UEK](#). Celem praktyk studenckich jest poszerzanie wiedzy zdobytej na studiach, rozwijanie umiejętności wykorzystania tej wiedzy, przygotowywanie studenta do pracy zawodowej m.in. przez kształtowanie umiejętności niezbędnych w tej pracy, poznawaniu zasad organizacji i funkcjonowania przedsiębiorstw, organizacji i instytucji oraz pogłębianie wiedzy o poszczególnych branżach gospodarki. Szczegółowe cele praktyk określają karty przedmiotu Praktyka (Załącznik uzupełniający 2.C).

Zgodnie z § 32 pkt. 5 Regulaminu studiów UEK praktyka odbywa się w wybranym przez studenta podmiocie gospodarczym lub innym podmiocie, w kraju lub za granicą, którego profil działania umożliwia studentowi zrealizowanie założonych efektów uczenia się. Na wniosek studenta na poczet praktyki mogą być zaliczone czynności wykonywane przez studenta w ramach zatrudnienia (umowa o pracę, umowa cywilnoprawna lub prowadzenie własnej działalności gospodarczej), w ramach stażu lub wolontariatu, o ile są one zgodne z profilem praktyk określonym w programie studiów i umożliwiły uzyskanie efektów uczenia się określonych w programie kształcenia dla praktyk. Poszukując możliwości odbycia praktyk studenci mogą skorzystać z bazy pracy, praktyk i staży udostępnianej przez [Akademickie Centrum Kariery UEK](#).

Merytoryczny nadzór nad praktykami odbywanymi przez studentów sprawują opiekunowie praktyk wskazywani przez kierowników katedr spośród nauczycieli akademickich na dany rok akademicki.

W roku akademickim 2024/2025 Opiekunami praktyk studenckich na kierunku MiKR są mgr Joanna Sobura (studia stacjonarne) oraz dr Jolanta Mirek (studia niestacjonarne). Do obowiązków opiekunów praktyk należy m.in. organizacja spotkań informacyjnych dla studentów dotyczących praktyk, akceptacja wybranego przez studenta podmiotu jako miejsca praktyki (a w razie potrzeby pomoc w wyborze takiego miejsca), zatwierdzenie programu praktyki zawodowej, rozliczenie realizacji praktyki zawodowej i zaliczenie realizacji praktyk studenckich.

Począwszy od roku akademickiego 2024/2025 procedura obsługi praktyk studenckich realizowana jest za pośrednictwem uczelnianego [systemu EOD](#) (Elektronicznego Obiegu Dokumentów). Po zalogowaniu się student wybiera ścieżkę *Praktyki studenckie* i uruchamia obieg dokumentu *Wniosek o realizację praktyki*, wskazując m.in. sposób realizacji praktyki (studencka praktyka zawodowa albo zaliczenie pracy zawodowej, wolontariatu lub stażu jako praktyki) oraz firmę, w której będzie realizowana praktyka, załączając potwierdzenie zawarcia umowy ubezpieczenia od odpowiedzialności cywilnej (OC) oraz od następstw nieszczęśliwych wypadków (NNW) na okres odbywania studenckiej praktyki zawodowej. W kolejnym kroku wniosek trafia do opiekuna praktyk, który weryfikuje czy wskazany podmiot (Organizator praktyki) reprezentuje odpowiednią branżę, czego efektem może być akceptacja wniosku lub skierowanie go do poprawy. Po akceptacji wniosek wraca do studenta, który generuje umowę i skierowanie. Po podpisaniu dokumentów student odbywa praktykę. Po jej zakończeniu generowany jest przez studenta raport z przebiegu praktyki (którego skan podpisany przez Organizatora praktyki jest zamieszczany w systemie) oraz uzupełniana ankieta oceny efektów uczenia się uzyskanych w trakcie praktyki zawodowej. Dokumenty te są następnie przesyłane do opiekuna praktyk w celu zaliczenia praktyki.

Jak wspomniano powyżej, [Regulamin studiów](#) UEK (§32 pkt. 13) oraz Zarządzenie Rektora UEK w sprawie szczegółowej organizacji studenckich praktyk zawodowych (§1 pkt. 2 ust. 5) dopuszczają zaliczenie jako praktyki zawodowej zgodnych z profilem praktyk czynności wykonywanych przez studenta w ramach zatrudnienia, stażu lub wolontariatu. W tym celu student sporządza wniosek o zaliczenie pracy zawodowej jako praktyki, który kieruje do opiekuna praktyk studenckich. We wniosku musi być zawarty opis zadań wykonywanych na stanowisku pracy, potwierdzony podpisem i pieczętką przez przełożonego. Opiekun praktyk zapoznaje się z opisem zadań wykonywanych na stanowisku pracy przez studenta, ocenia ich zgodność z zagadnieniami podejmowanymi na kierunku studiów, celami, o których mowa w Regulaminie studiów, programie kształcenia oraz efektami uczenia się wskazanymi w karcie przedmiotu Praktyka.

Na kierunku MiKR praktyki studenckie realizowane są na pierwszym stopniu studiów, zarówno stacjonarnych, jak i niestacjonarnych. Ich zaliczenie wymagane jest do ukończenia 4. semestru studiów (6 punktów ECTS). Zgodnie z kartą przedmiotu Praktyka (Załącznik uzupełniający 2.C) zakładanymi efektami uczenia się dla praktyk studenckich są:

- Student zna i rozumie istotę działalności marketingowej i komunikacji rynkowej.
- Student potrafi praktycznie wykorzystać zdobytą wiedzę teoretyczną i pozyskane na studiach umiejętności.
- Student jest gotów do rzetelnego wywiązywania się z powierzonych obowiązków zawodowych oraz nawiązywania kontaktów wspierających działalność marketingową przedsiębiorstw.

Umiejscowienie praktyk na 4. semestrze studiów umożliwia osiągnięcie przez studentów wymienionych efektów uczenia się, gdyż studenci odbywający praktykę mają już ukończone m.in. przedmioty z zakresu marketingu, organizacji i zarządzania, funkcjonowania przedsiębiorstwa, mikroekonomii, prawa, badań marketingowych, zachowań konsumenta i komunikacji rynkowej.

Studenci kierunku MiKR odbywają praktyki w różnych podmiotach gospodarczych, organizacjach i instytucjach, co wynika ze specyfiki kierunku. W ostatnim zakończonym roku akademickim wśród organizatorów praktyk można wyróżnić m.in. następujące grupy podmiotów:

- wyspecjalizowane agencje marketingowe, reklamowe, interaktywne i PR (np. Harbingers, ThinkDigital.pl, Healthycircles HC Agency, Well Done Marketing),

- lokalne oddziały i placówki międzynarodowych korporacji (np. Heineken Global Shared Services, IKEA Retail, Orange Polska, Electrolux Poland, BNP Paribas),
- firmy z sektora handlu, mody i e-commerce (np. Morele.net, Cropp, Pandora, Big Star, Black Red White),
- instytucje kultury, organizacje eventowe i stowarzyszenia (np. Krakowskie Biuro Festiwalowe, Opera Krakowska, Muzeum Narodowe w Krakowie, Parlament Studencki UEK).

Wykaz miejsc odbywania praktyk zawierają załączniki uzupełniające 2.D (dla 2023/2024) oraz 2.E (dla 2024/2025).

Zalecenia dotyczące kryterium 2 wymienione w uchwale Prezydium PKA w sprawie oceny programowej na kierunku studiów, która poprzedziła bieżącą ocenę (*jeżeli dotyczy*) - nie dotyczy

Lp.	Zalecenia dotyczące kryterium 2 wymienione we wskazanej wyżej uchwale Prezydium PKA	Opis realizacji zalecenia oraz działań zapobiegawczych podjętych przez uczelnię w celu usunięcia błędów i niezgodności sformułowanych w zaleceniu o charakterze naprawczym
1.	brak	

Kryterium 3. Przyjęcie na studia, weryfikacja osiągnięcia przez studentów efektów uczenia się, zaliczanie poszczególnych semestrów i lat oraz dyplomowanie

3.1. Wymagania stawiane kandydatom, warunki rekrutacji na studia, kryteria kwalifikacji i procedury rekrutacyjne

Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie, określając warunki i tryb rekrutacji na studia na kierunek *Marketing i komunikacja rynkowa*, kieruje się zasadą przejrzystości, bezstronności i selektywności. Priorytetowym celem jest zapewnienie równości szans wszystkim kandydatom aplikującym na studia na kierunku *Marketing i komunikacja rynkowa* i jednocześnie wybór kandydatów, którzy posiadają wiedzę i umiejętności na poziomie zapewniającym osiągnięcie efektów uczenia się po podjęciu studiów.

Przyjęcie na studia na kierunek *Marketing i komunikacja rynkowa*, odbywa się zgodnie z właściwymi Uchwałami Senatu Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie w sprawie warunków i trybu rekrutacji na I rok stacjonarnych i niestacjonarnych studiów pierwszego i drugiego stopnia. Obecnie jest to Uchwała Senatu UEK nr [T.0022.60.2024](#) z dnia 24 czerwca 2024 roku w sprawie warunków i trybu rekrutacji na I rok stacjonarnych i niestacjonarnych studiów pierwszego stopnia oraz jednolitych studiów magisterskich w roku akademickim 2025/2026. Wcześniejsze Uchwały Senatu regulujące przyjęcia na studia, w tym na kierunek *Marketing i komunikacja rynkowa*, w okresie 2018–2024 dostępne są na stronie [Biuletynu Informacji Publicznej](#) Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie. Warunki, tryb i kryteria przyjęć kandydatów są również opisane na [stronie internetowej systemu rekrutacyjnego](#). Dodatkowo, cały proces rekrutacji wspomagany jest przez system [Internetowej Rekrutacji Kandydatów \(IRK\)](#).

Warunki rekrutacji na pierwszy stopień studiów stacjonarnych kierunku *Marketing i komunikacja rynkowa* uwzględniają przedmioty, z których pozyskana wiedza stanowi przygotowanie do rozpoczęcia studiów (Tabela 3.1).

Tabela 3.1. Postępowanie kwalifikacyjne – wybór przedmiotów w latach 2018/2019–2025/2026

Rok akademicki	Przedmiot pierwszy (poziom podstawowy lub rozszerzony)	Przedmiot drugi (poziom podstawowy lub rozszerzony)	Przedmiot trzeci (poziom podstawowy lub rozszerzony)
od 2018/2019 do 2020/2021	Jeden do wyboru spośród: geografia, historia, matematyka,	Język obcy	brak
2021/2022 oraz 2022/2023	Język obcy	Jeden do wyboru spośród: geografia, historia, matematyka, wiedza o społeczeństwie	Jeden do wyboru spośród: geografia, historia, matematyka, wiedza o społeczeństwie
Od 2023/2024 do 2024/2025	Język obcy	Jeden do wyboru spośród: geografia, historia, matematyka, wiedza o społeczeństwie	brak
2025/2026	Język obcy	Jeden do wyboru spośród: geografia, historia, informatyka, matematyka, wiedza o społeczeństwie	brak

Źródło: Opracowanie własne na podstawie Uchwał Senatu UEK.

Przyjęcie na rok akademicki 2025/2026 na kierunek *Marketing i komunikacja rynkowa* na studia stacjonarne I stopnia odbywa się na podstawie wyników egzaminu maturalnego uzyskanego z dwóch przedmiotów. Pierwszy przedmiot to język obcy (na poziomie podstawowym lub rozszerzonym), a drugi to wybierany jeden spośród pięciu możliwych (na poziomie podstawowym lub rozszerzonym). W latach

2023/2024 i 2024/2025 postępowanie kwalifikacyjne na studia pierwszego stopnia obejmowało dwa przedmioty: język obcy oraz jeden wybierany spośród czterech proponowanych. W roku akademickim 2021/2022 oraz 2022/2023 przy rekrutacji należało wybrać trzy przedmioty: język obcy oraz dwa z puli proponowanych. W latach 2018/2019–2020/2021 postępowanie kwalifikacyjne na studia pierwszego stopnia na kierunku *Marketing i komunikacja rynkowa* obejmowało dwa przedmioty: jeden wybierany spośród trzech proponowanych oraz język obcy.

Z każdego przedmiotu, uwzględnianego w postępowaniu kwalifikacyjnym, kandydat może uzyskać maksymalnie 100 punktów. Łączna liczba punktów możliwa do uzyskania wynosi 200 (w latach 2021/2022 oraz 2022/2023 było to 300 punktów). Z egzaminu maturalnego brane są pod uwagę wyłącznie wyniki uzyskane w części pisemnej (zewnętrznej). Wyniki egzaminu maturalnego, wyrażone na świadectwie dojrzałości w skali procentowej, traktowane są jako punkty i stanowią podstawę do dalszych przeliczeń. Metodę obliczania ujęto w [zasadach rekrutacji](#), w zakładce przeliczanie punktów. Na podstawie uzyskanych łącznie punktów, z przedmiotów objętych postępowaniem, kandydaci podlegają dalszej kwalifikacji.

Przyjęcie na kierunek *Marketing i komunikacja rynkowa* na studia I stopnia prowadzone w formie niestacjonarnej odbywa się na podstawie wyników egzaminu maturalnego z dwóch przedmiotów: nowożytnego języka obcego oraz do wyboru: chemii, filozofii, fizyki, geografii, historii, informatyki, języka polskiego, matematyki albo wiedzy o społeczeństwie. Z egzaminu maturalnego brane są pod uwagę wyłącznie wyniki uzyskane w części pisemnej (zewnętrznej). Wyniki egzaminu maturalnego wyrażone na świadectwie dojrzałości w skali procentowej traktowane są jako punkty i stanowią podstawę do dalszych przeliczeń według algorytmu takiego samego, jak w przypadku rekrutacji na studia stacjonarne pierwszego stopnia.

Zgodnie z Uchwałą Senatu Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie nr [T.0022.60.2024](#), wśród warunków rekrutacji na pierwszy rok studiów pierwszego stopnia ujęto również zasady uwzględniania kandydatów zdających „maturę międzynarodową” (dyplom *International Baccalaureate – IB*). Podczas kwalifikacji kandydatów na studia I stopnia kierunku *Marketing i komunikacja rynkowa* określone są również warunki uwzględniania wyników olimpiad. Warunki rekrutacji na pierwszy stopień studiów dla kierunku *Marketing i komunikacja rynkowa* określają także w sposób jednoznaczny zasady dostępu do studiów na tym kierunku dla obywateli Polski oraz dla cudzoziemców, kończących szkołę średnią poza granicami kraju.

Corocznie ustala się limit miejsc na kierunek *Marketing i komunikacja rynkowa*. W latach 2018/2019 i 2019/2020 ustalenie limitu odbywało się na drodze Uchwały Senatu UEK, zaś od roku 2020/2021 limit miejsc na kierunek *Marketing i komunikacja rynkowa* ustalany jest w formie Zarządzenia Rektora Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie. Obecnie jest to Zarządzenie Rektora Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie nr [R.0211.30.2025](#) z dnia 30 maja 2025 roku w sprawie limitów przyjęć na I rok studiów stacjonarnych i niestacjonarnych pierwszego i drugiego stopnia oraz jednolitych studiów magisterskich w Uniwersytecie Ekonomicznym w Krakowie w roku akademickim 2025/2026.

Informacje o limitach przyjęć oraz o progach do kwalifikacji na I i II stopień studiów na kierunku *Marketing i komunikacja rynkowa* publikowane są na [portalu rekrutacji](#) w postaci liczby punktów, od których kandydaci są przyjmowani, odrębnie dla pierwszego i drugiego (uzupełniającego) naboru. W przypadku lat 2023/2024 oraz 2024/2025 limit został osiągnięty już w trakcie pierwszego naboru, w związku z czym nie było potrzeby przeprowadzania naboru uzupełniającego. Progi punktowe określone dla naboru na I stopień studiów stacjonarnych na kierunek *Marketing i komunikacja rynkowa* w latach 2018–2026 przedstawiono w Tabeli 3.2.

Tabela 3.2. Progi punktowe dla naboru na I stopień studiów stacjonarnych na kierunek MiKR

Próg punktowy/rok akademicki	2018/2019	2019/2020	2020/2021	2021/2022	2022/2023	2023/2024	2024/2025	2025/2026

Maksymalna liczba punktów	200	200	200	300	300	200	200	200
Nabór pierwszy	148	149	144,4	190,2	191,2	158	165	168
Nabór drugi/lista rezerwowa	142	148	144,4	171,6	176,8	nie było 2. naboru	nie było 2. naboru	nie było 2. naboru

Źródło: Dane z Działu Nauczania.

Progi przyjęć na studia niestacjonarne I stopnia w ostatnich latach kształtowały się następująco (max. 200 pkt.):

- 2018/2019: 82 pkt.;
- 2019/2020: 88 pkt.;
- 2020/2021: 70 pkt.;
- 2021/2022: 83,4 pkt.;
- 2022/2023: 94 pkt.;
- 2023/2024: 108 pkt.;
- 2024/2025: 118,2 pkt.;
- 2025/2026: 66 pkt. (limit naboru –150 osób).

O przyjęcie na pierwszy rok studiów drugiego stopnia mogą ubiegać się kandydaci posiadający dyplom studiów wyższych z tytułem zawodowym licencjata, inżyniera, magistra lub równorzędnym nadanym przez uczelnie publiczne i niepubliczne. W roku akademickim 2025/2026 postępowanie kwalifikacyjne na studia stacjonarne drugiego stopnia odbywa się na podstawie średniej arytmetycznej ocen uzyskanych w trakcie studiów pierwszego stopnia, zgodnie z zasadami określonymi w Uchwale Senatu nr [T.0022.61.2024](#). Przyjmowani są kandydaci, których średnia ocen jest nie niższa niż średnia graniczna, ustalona przez Uczelnią Komisję Rekrutacyjną w toku postępowania kwalifikacyjnego. Kandydaci ubiegający się o przyjęcie na studia mogą zgłosić, obok wybranego (podstawowego) kierunku, dodatkowo dwa kierunki alternatywne, przy czym zobowiązani są uporządkować te kierunki według indywidualnych priorytetów. Kolejność wskazanych przez kandydata kierunków jest uwzględniana w postępowaniu kwalifikacyjnym (wypełnianiu limitów przyjęć na poszczególne kierunki studiów). W przypadku, gdy średnia ocen będzie kwalifikowała kandydata do przyjęcia zarówno na kierunek podstawowy, jak i na kierunki alternatywne, kandydat zostanie przyjęty na kierunek podstawowy, zaznaczony w ankiecie rekrutacyjnej jako pierwszy.

W latach 2018/2019–2022/2023 postępowanie kwalifikacyjne na studia stacjonarne drugiego stopnia odbywało się na podstawie wyników uzyskanych z egzaminu wstępnego lub średniej ocen uzyskanych w trakcie studiów pierwszego stopnia. W latach 2023/2024–2024/2025 postępowanie kwalifikacyjne na studia stacjonarne drugiego stopnia odbywało się wyłącznie na podstawie średniej ocen uzyskanych w trakcie studiów pierwszego stopnia.

W przypadku przyjęć na podstawie średniej ocen, 50% ogólnego limitu miejsc ustalonego przez Senat na dany rok akademicki wypełniali absolwenci UEK na podstawie średniej ocen ze studiów pierwszego stopnia (nie niższej niż 4,0). Rekrutacja na podstawie średniej ocen dotyczyła wyłącznie absolwentów studiów pierwszego stopnia UEK, ubiegających się o przyjęcie na ten sam kierunek, który ukończyli w poprzednim roku akademickim. Kandydaci, którzy nie znaleźli się w puli miejsc dla absolwentów UEK przyjętych na podstawie średniej ocen, musieli przystąpić do egzaminu wstępnego, w formie pisemnego testu kwalifikacyjnego, obejmującego wiedzę niezbędną do podjęcia studiów na kierunku *Marketing i komunikacja rynkowa*. Do egzaminu wstępnego przystępowali również wszyscy kandydaci, którzy ukończyli inne uczelnie. Zakresy wiedzy podlegające weryfikacji były podawane na stronie internetowej Uczelni nie później niż na 2 miesiące przed zaplanowanym egzaminem wstępnym.

Progi przyjęcia kandydatów na II stopień studiów stacjonarnych na kierunku *Marketing i komunikacja rynkowa*, na podstawie średniej ocen ze studiów I stopnia kształtowały się dotychczas następująco:

- 2018/2019: średnia 3,56;
- 2019/2020: średnia 4,21;
- 2020/2021: średnia 4,37;
- 2021/2022: średnia 4,05;
- 2022/2023: średnia 4,10;
- 2023/2024: średnia 3,66;
- 2024/2025: średnia 4,10;
- 2025/2026: średnia 4,32.

Progi przyjęć w tych samych latach na podstawie wyników egzaminu to (max. 30):

- 2018/2019: 17 pkt.;
- 2019/2020: 20 pkt.;
- 2020/2021: 15 pkt.;
- 2021/2022: 10 pkt.;
- 2022/2023: 10 pkt.;
- 2023/2024: brak egzaminu;
- 2024/2025: brak egzaminu;
- 2025/2026: brak egzaminu.

Progi przyjęcia kandydatów na II stopień studiów niestacjonarnych na kierunku *Marketing i komunikacja rynkowa*, na podstawie średniej ocen ze studiów I stopnia kształtowały się dotychczas następująco:

- 2018/2019: średnia 3,26;
- 2019/2020: średnia 3,4;
- 2020/2021: średnia 3,16;
- 2021/2022: średnia 3,57;
- 2022/2023: średnia 3,22;
- 2023/2024: średnia 3,41;
- 2024/2025: średnia 3,05;
- 2025/2026: rekrutacja w toku; dane dostępne po Posiedzeniu UKR 22.09.2025 r.

Prawo do ubiegania się o przyjęcie na studia drugiego stopnia na kierunku *Marketing i komunikacja rynkowa*, prowadzone w formie niestacjonarnej, mają osoby posiadające dyplom ukończenia studiów. O przyjęciu kandydatów decyduje średnia arytmetyczna wszystkich ocen końcowych uzyskanych z zaliczanych przedmiotów w całym okresie studiów pierwszego stopnia.

Kandydaci ubiegający się o przyjęcie na studia mogą kandydować na nieograniczoną liczbę kierunków, przy czym kandydat może być przyjęty wyłącznie na jeden kierunek. Kandydat zobowiązany jest uporządkować kierunki studiów w kolejności od najważniejszej do najmniej ważnej, wg indywidualnych priorytetów. Przyjęcie na jeden z kierunków studiów jest równoznaczne z odmową przyjęcia na pozostałe kierunki.

Po doręczeniu przez kandydata wymaganych dokumentów (wydruk ankiety osobowej, kserokopii świadectwa dojrzałości, olimpijczycy – dokument wydany przez główny komitet organizacyjny danej olimpiady) następuje wpis na listę studentów, co jest ostatnim krokiem postępowania kwalifikacyjnego. Niedopełnienie tego obowiązku skutkuje skreśleniem z listy zakwalifikowanych do przyjęcia na studia.

Zastosowany w Uniwersytecie Ekonomicznym w Krakowie sposób rekrutacji na studia odzwierciedla podstawowe oczekiwania dotyczące kompetencji cyfrowych kandydatów. Jednym z pierwszych tego przejawów jest realizacja procesu rekrutacji z wykorzystaniem [dedykowanej strony internetowej](#), w którym dostępne jest narzędzie określone jako [Internetowa Rekrutacja Kandydatów](#). Również na [stronie internetowej UEK](#) kandydaci mogą zapoznać się ze stawianymi wymaganiami dotyczącymi kompetencji cyfrowych potrzebnych podczas realizacji całego cyklu kształcenia.

3.2. Zasady, warunki i tryb uznawania efektów uczenia się i okresów kształcenia oraz kwalifikacji uzyskanych w innej uczelni, w tym w uczelni zagranicznej

W Uniwersytecie Ekonomicznym w Krakowie występuje możliwość uznawania efektów uczenia się uzyskanych w innej uczelni, w tym zagranicznej. Możliwość uznania efektów uczenia się uzyskanych w innej uczelni, w tym uczelni zagranicznej, podczas studiów dotyczy przede wszystkim studentów studiujących według indywidualnej ścieżki edukacyjnej (ISE) oraz indywidualnego toku odbywania zajęć (ITZ). Zasady przyznawania indywidualnej ścieżki edukacyjnej (ISE) są określone w par. 15 Regulaminu studiów wyższych w UEK, stanowiącym załącznik do Uchwały Senatu nr [T.0022.33.2024](#) z dnia 29 kwietnia 2024 roku. Warunki uznawania efektów uczenia się zrealizowanych na innej uczelni, w tym w uczelni zagranicznej, ujęte są w par. 30 [Regulaminu studiów](#). Zgodnie z zapisem w pkt. 3, studentowi przenoszącemu zajęcia zaliczone w uczelni innej niż macierzysta, w tym zagranicznej, przypisuje się taką liczbę punktów ECTS, jaka jest przypisana efektom uczenia się uzyskiwanym w wyniku realizacji odpowiednich zajęć i praktyk na kierunku macierzystym, przy czym przeniesieniu nie podlegają przedmioty z różnych poziomów i profili studiów. Zgodnie z par. 15 [Regulaminu studiów](#), student, który studiuje według indywidualnej ścieżki edukacyjnej, może, za zgodą Dyrektora Instytutu, zaliczyć część programu studiów (w tym wybrane przedmioty lub nawet program całego semestru) w innym kolegium Uniwersytetu, w innej uczelni w kraju albo w uczelni zagranicznej. Warunkiem zaliczenia przedmiotów w innej uczelni zagranicznej jest zgoda właściwej uczelni, w której funkcjonuje Europejski System Transferu i Akumulacji Punktów (ECTS) – przy uwzględnieniu obowiązującej liczby punktów ECTS. Możliwość uznawania efektów uczenia się nie ogranicza się jednak tylko do uczelni zagranicznych, w których funkcjonuje Europejski System Transferu i Akumulacji Punktów (ECTS). Występuje również możliwość zaliczenia części programu studiów w uczelni zagranicznej, w której taki system nie funkcjonuje. W takim przypadku o sposobie przeliczenia ocen na system obowiązujący w Uniwersytecie Ekonomicznym w Krakowie rozstrzyga Dyrektor Instytutu.

Studia na kierunku *Marketing i komunikacja rynkowa* mogą podejmować cudzoziemcy, zgodnie z Uchwałą Senatu nr [T.0022.60.2024](#) i [T.0022.61.2024](#). Osoby te mogą ubiegać się o przyjęcie na studia stacjonarne i niestacjonarne pierwszego i drugiego stopnia pod warunkiem, że posiadają: paszport lub inny dokument podróży, dokumenty dotyczące uzyskanego wykształcenia, uprawniające do ubiegania się o przyjęcie na studia, dokumenty potwierdzające znajomość języka, w którym będą prowadzone studia, dokumenty potwierdzające ubezpieczenie zdrowotne na terytorium RP. Studia odbywają się na podstawie: umów międzynarodowych, umów zawieranych z podmiotami zagranicznymi przez uczelnie, decyzji ministra, decyzji dyrektora NAWA w odniesieniu do jej stypendystów, decyzji dyrektora NCN, decyzji administracyjnej Rektora. Kwalifikacja cudzoziemców ubiegających się o przyjęcie na studia wyższe odbywa się zgodnie z postępowaniem dotyczącym studiów stacjonarnych i niestacjonarnych pierwszego i drugiego stopnia.

O przyjęcie na studia II stopnia na kierunek *Marketing i komunikacja rynkowa* mogą ubiegać się także osoby, które ukończyły studia poza granicą Polski, pod warunkiem, że posiadają poddany legalizacji lub opatrzony *apostille* dyplom uprawniający do podjęcia studiów drugiego stopnia w państwie, w którym został wydany. Wymagane jest, aby dyplom wraz z suplementem (dodatkiem do dyplomu) były przetłumaczone na język polski przez uprawnione instytucje lub tłumacza przysięgłego.

3.3. Zasady, warunki i tryb potwierdzania efektów uczenia się uzyskanych w procesie uczenia się poza systemem studiów

Zgodnie z ustawą z dnia 20 lipca 2018 roku [Prawo o szkolnictwie wyższym i nauce](#), uczelnia ma prawo potwierdzić, na wniosek kandydata, efekty uczenia się uzyskane przez tę osobę poza systemem studiów. Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie uwzględnia możliwość uznania podczas przyjęcia na studia osiągniętych przez kandydata efektów uczenia się poza systemem studiów. Szczegółowe postanowienia dotyczące potwierdzania takich efektów uczenia się ujęte są w Uchwale Senatu nr [39/2019](#) w sprawie

potwierdzania efektów uczenia się uzyskanych poza systemem studiów. Procedura ta ma na celu ułatwienie dostępu do studiów wyższych w uczelni lub skrócenie czasu studiów osobom posiadającym doświadczenie zawodowe przez wcześniejsze zaliczenie określonych modułów, wraz z przypisaniem im określonej liczby punktów ECTS, przy braku konieczności uczestnictwa bezpośredniego w zajęciach. Zgodnie z zapisami w Uchwale, Uniwersytet ma prawo do potwierdzenia efektów uczenia się uzyskanych w procesie uczenia się poza systemem studiów kandydatowi ubiegającemu się o przyjęcie na studia na określonym kierunku, poziomie i profilu oraz do przyjęcia kandydata na studia z jednoczesnym zaliczeniem części programu studiów, właściwej przedmiotom/modułom odpowiadającym potwierdzonym efektom uczenia się. Potwierdzenie efektów uczenia się wymaga przeprowadzenia formalnego procesu weryfikacji w formie egzaminu. Weryfikacji podlega zasób wiedzy, umiejętności i kompetencji społecznych, uzyskanych przez kandydata poza systemem studiów, poprzez: wykonywanie pracy, uczestnictwo w kursach i szkoleniach, aktywność w organizacjach społecznych, uczestniczenie w badaniach naukowych i projektowych, samodoskonalenie, uprawianie dyscypliny sportowej, wolontariat itp. Szczegółowe regulacje dotyczące przebiegu procedury, od złożenia wniosku o uznanie efektów uczenia się przez kandydata do ich potwierdzenia, ujęte są we wspomnianej Uchwale nr [39/2019](#).

Sposób odzwierciedlenia potwierdzonych efektów uczenia się uzyskanych przez kandydata przed rozpoczęciem studiów ujęty jest w par. 30 [Regulaminu studiów](#). Zgodnie z tym zapisem, studenci, którzy zostali przyjęci na studia na podstawie najlepszych wyników uzyskanych poprzez potwierdzenie efektów uczenia się, mają prawo do zaliczenia odpowiadających tym efektom przedmiotów na oceny uzyskane podczas potwierdzenia efektów uczenia się. Zgodę na zaliczenie przedmiotu wyraża Dyrektor instytutu na podstawie wniosku studenta złożonego przed rozpoczęciem pierwszego semestru studiów, wraz z zaświadczeniem o potwierdzonych efektach uczenia się. Student ubiegający się o zaliczenie efektów uczenia się może mieć zaliczone nie więcej niż 50% punktów ECTS przypisanych do zajęć objętych programem studiów.

3.4. Zasady, warunki i tryb dyplomowania na każdym z poziomów studiów

Praca dyplomowa (licencjacka lub magisterska) jest końcowym elementem studiów i stanowi samodzielne opracowanie problemu czy zagadnienia, zwykle związanego z kierunkiem studiów. Wszystkie prace zamieszczane są w [Archiwum Prac Dyplomowych \(APD\)](#) i powinny zawierać tytuł w języku polskim, jego angielskojęzyczną wersję, słowa kluczowe (również w języku angielskim) oraz krótkie streszczenie w języku polskim i angielskim.

Zasady i warunki przeprowadzania egzaminu dyplomowanego oraz cały proces dyplomowania na studiach pierwszego i drugiego stopnia kierunku *Marketing i komunikacja rynkowa* są określone w [Regulaminie studiów UEK](#), w rozdziale 6 pt. „Praca dyplomowa i egzamin dyplomowy”. Ujęte w tym rozdziale zapisy regulują w szczególności: zasady wyboru promotora i realizacji seminarium, przygotowania i oceniania pracy dyplomowej, warunki przystąpienia studenta do egzaminu dyplomowego, warunki przeprowadzenia i oceniania tego egzaminu, zasady określania wyniku egzaminu i oceny końcowej studiów. Obecnie obowiązuje Zarządzenie Rektora UEK nr [R.0211.38.2023](#) z dnia 25 maja 2023 roku, uchylające poprzednie Zarządzenie oraz ustalające procedury obrony pracy dyplomowej i procedury odbioru dyplomu ukończenia studiów, które jednocześnie są opublikowane na stronie internetowej [Centrum Obsługi Studentów](#) UEK, w zakładce „Procedura dyplomowania”.

W celu ujednoczenia zasad sporządzania, edytowania i redagowania prac dyplomowych realizowanych w UEK nauczyciele akademicy i studenci powinni stosować zawarte w Komunikacie Prorektora ds. Kształcenia i Studentów z dn. 27 stycznia 2023 roku nr [K.0211.2.1.2023](#) wytyczne do przygotowania pracy dyplomowej w UEK. Studenci kierunku *Marketing i komunikacja rynkowa* przygotowują pracę dyplomową zgodnie z wytycznymi [Instytutu Zarządzania](#) Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie przygotowanymi na podstawie ww. komunikatu Prorektora. Potrzebne dokumenty studenci mogą znaleźć na stronie instytutu w zakładce [Prace magisterskie, dyplomowe, obrony](#)

Według [Regulaminu studiów UEK](#) (par. 42) praca dyplomowa jest samodzielny opracowaniem określonego zagadnienia naukowego lub praktycznego, albo dokonaniem technicznym, prezentującym ogólną wiedzę i umiejętności samodzielnego analizowania i wnioskowania. Pracę dyplomową stanowi praca pisemna, opublikowany artykuł lub praca projektowa, w tym projekt i wykonanie programu lub systemu komputerowego oraz praca konstrukcyjna lub technologiczna.

Na kierunku *Marketing i komunikacja rynkowa* student ma możliwość dokonania wyboru promotora (zgodnie ze swoimi zainteresowaniami badawczymi) w ustalonym przedziale czasu i z listy osób uprawnionych do prowadzenia seminariów, którą sporządza Dyrektor Instytutu Zarządzania, po zaopiniowaniu przez Radę Instytutu Zarządzania. Wyboru dokonuje się w semestrze poprzedzającym semestr, w którym rozpoczyna się seminarium. Następnie, w okresie realizacji seminarium student opracowuje pracę dyplomową pod kierunkiem promotora, który wspomaga studenta merytorycznie. Podczas seminarium na studiach pierwszego i drugiego stopnia studenci nabywają wiedzę i umiejętności dotyczące redagowania pracy dyplomowej oraz korzystania z baz danych w poszukiwaniu literatury fachowej, sposobów prezentacji swoich wyników, ich interpretowania oraz wyciągania wniosków, a na drugim stopniu dodatkowo odnośnie wykorzystywania bardziej zaawansowanych metod postępowania naukowego. Omawiane są również zagadnienia dotyczące praw autorskich. Dostępna jest możliwość dokonania zmiany promotora przez studenta, w przypadku wystąpienia utrudnień we współpracy. Zgodę na zmianę promotora może wyrazić Dyrektor Instytutu Zarządzania, na pisemny i uzasadniony wniosek studenta.

Po uzyskaniu akceptacji tekstu pracy dyplomowej przez promotora, podlega ona sprawdzeniu w Jednolitym Systemie Antyplagiatowym w celu weryfikacji oryginalności i samodzielności pracy, zgodnie z Zarządzeniem Rektora UEK nr [R.0211.34.2021](#). Każda praca podlega następnie podwójnej recenzji (promotora i recenzenta) według formularza dostępnego w systemie [Archiwum Prac Dyplomowych \(APD\)](#). Recenzentem pracy dyplomowej może być pracownik posiadający co najmniej stopień naukowy doktora. Recenzentem pracy nie może być pracownik tej samej katedry co promotor, chyba że jedynie w tej katedrze zatrudnieni są specjaliści w zakresie obszaru wiedzy, którego dotyczy praca. [Regulamin studiów](#) dopuszcza możliwość recenzowania pracy przez osobę będącą pracownikiem innej uczelni. Promotor i recenzent mają obowiązek złożyć recenzję w ciągu dwóch tygodni od daty otrzymania pracy dyplomowej do recenzji. Recenzje prac dyplomowych są jawne (z zastrzeżeniem wyjątków wynikających z przepisów prawa) i przed przystąpieniem do egzaminu dyplomowego student ma prawo zapoznać się z ich treścią w systemie [Archiwum Prac Dyplomowych \(APD\)](#).

Proces sprawdzania i oceniania efektów uczenia się osiągniętych na zakończenie procesu kształcenia obejmuje ocenę pracy dyplomowej oraz egzamin dyplomowy. Do egzaminu dyplomowego może przystąpić student, który spełnia warunki ujęte w par. 47 p. 1 [Regulaminu studiów](#):

1. uzyskał pozytywne oceny końcowe z wszystkich przedmiotów, zaliczeń praktyk zawodowych oraz seminariów przewidzianych w programie studiów, z zastrzeżeniem różnic wynikających ze studiów odbywanych w trybie ISE;
2. złożył pracy dyplomową, zaakceptowaną przez promotora, która pozytywnie przeszła proces weryfikacji przez system antyplagiatowy;
3. uzyskał pozytywne ocen pracy dyplomowej – zarówno od promotora, jak i od recenzenta.

Po otrzymaniu pozytywnych ocen w toku studiów, złożeniu pracy uzyskaniu i dwóch pozytywnych recenzji oraz dopełnieniu formalności administracyjnych, student przystępuje do obrony pracy dyplomowej w wyznaczonym terminie. Egzamin odbywa się w formie ustnej i może mieć charakter otwarty, na wniosek studenta lub promotora. Przedmiotem egzaminu są zagadnienia z zakresu tematyki pracy dyplomowej oraz zagadnienia z zakresu przedmiotów kierunkowych i specjalnościowych. Dla kierunku *Marketing i komunikacja rynkowa* opracowane zostały zagadnienia na egzamin dyplomowy (po 30 zagadnień dla studiów pierwszego oraz drugiego stopnia), odnoszące się do wybranych, szczególnie istotnych aspektów, z którymi studenci zapoznają się w czasie studiów. Zestaw zagadnień dostępny jest na stronie [Instytutu Zarządzania UEK](#). W czasie egzaminu końcowego, oprócz dyskusji na temat pracy dyplomowej, Komisja Egzaminacyjna wybiera dla studenta pytania ze wspomnianej puli zagadnień. Po

zakończeniu egzaminu dyplomowego student zostaje poinformowany o jego wyniku oraz o ocenie końcowej, odzwierciedlonej następnie na dyplomie. Takie podejście do dyplomowania, dające możliwość wyboru promotora, jego zmiany, wsparcia merytorycznego ze strony promotora, wyboru formy wypowiedzi, składanie odpowiedzi ustnej uwzględniającej pytania dotyczące pracy oraz pytania dotyczące przedmiotów kierunkowych i specjalnościowych, pozostawiają studentowi znaczny zakres samodzielności w podejmowaniu decyzji o współpracy przy opracowaniu pracy awansowej. Udzielanie podczas egzaminu dyplomowego odpowiedzi na pytania w formie ustnej ułatwia argumentację stanowiska oraz nawiązanie dyskusji dotyczącej zagadnień wyeksponowanych w pytaniach egzaminacyjnych. Uwzględnienie podczas egzaminu pytań dotyczących problematyki pracy dyplomowej, przedmiotów kierunkowych oraz specjalnościowych, wraz ze wskazanymi atutami odpowiedzi ustnej, ułatwia potwierdzenie osiągnięcia przez studentów efektów uczenia się na zakończenie studiów na kierunku *Marketing i komunikacja rynkowa*.

Tematyka prac dyplomowych obejmuje szeroki zakres zagadnień podejmowanych podczas studiów na kierunku *Marketing i komunikacja rynkowa*. Wśród nich znajdują się m.in. kwestie związane z: współczesnymi koncepcjami marketingu, szerokim ujęciem marketingu jako koncepcji możliwej do wykorzystania poza sferą biznesu, badaniami rynkowymi i marketingowymi stanowiącymi fundament decyzji marketingowych, szeroko pojętym instrumentarium składającym się na kompozycję marketing-mix, wykorzystywaniem AI w działalności marketingowej, znaczeniem mediów społecznościowych w komunikacji rynkowej, wpływem różnych zmiennych rynkowych (w tym marketingowych) na zachowania konsumentów. Autorzy prac dyplomowych korzystają z różnych metod badawczych, których stosowania uczą się w trakcie studiów, przede wszystkim w ramach seminariów dyplomowych. Nieliczne prace mają charakter opisowy i skupiają się na analizie i interpretacji literatury oraz wykorzystaniu danych wtórnych. W większości przedstawione są wyniki własnych badań studentów, najczęściej wykonywanych przy wykorzystaniu metod badań ankietowych, wywiadu lub obserwacji. Część prac ma charakter postulatywny i prezentuje własne pomysły autorów, np. w zakresie podjęcia działań analitycznych lub kontrolnych w zakresie poruszanych zagadnień charakteryzujących działalność marketingową podmiotów działających w opisywanych sektorach gospodarki, branżach, rynkach czy w innych obszarach życia społecznego. Zestawienie tytułów prac dyplomowych przygotowanych na studiach stacjonarnych i niestacjonarnych pierwszego i drugiego stopnia od roku akademickiego 2023/24 i 2024/25 zamieszczono w Załącznikach obowiązkowych 6.1 i 6.2.

3.5. Sposoby oraz narzędzia monitorowania i oceny postępów studentów oraz działań podejmowanych na podstawie tych informacji, jak również sposobów wykorzystania analizy wyników nauczania w doskonaleniu procesu nauczania i uczenia się studentów

Do monitorowania procesu kształcenia studentów kierunku *Marketing i komunikacja rynkowa* wykorzystywane są dane o przebiegu rekrutacji na studia stacjonarne i niestacjonarne I i II stopnia, progi punktowe przyjęć oraz liczby odsiewu kandydatów/studentów. Do sporządzania odpowiednich statystyk oraz ich analizy i podejmowania adekwatnych działań w obszarze rekrutacji, zaliczania i uznawania efektów uczenia się, wykorzystuje się bazę systemu [USOSweb](#). System ten gromadzi m.in. dane dotyczące liczby: kandydatów przyjętych na studia oraz absolwentów, odsiewu studentów.

Liczba studentów (przyjętych) i absolwentów studiów stacjonarnych i niestacjonarnych I i II stopnia kierunku *Marketing i komunikacja rynkowa* przedstawiona została odpowiednio w Załączniku uzupełniającym 3.A (Przyjęci) oraz Załączniku 3.B (Absolwenci).

Załącznik uzupełniający 3.C przedstawia liczbę studentów niekończących studiów w terminie (drop-out) oraz przyczyny odsiewu studentów w latach akademickich 2018/2025. Analiza tych danych wskazuje, że na kierunku *Marketing i komunikacja rynkowa* zdecydowanie największy odsiew studentów jest na pierwszym roku studiów. Świadczy to o wysokim poziomie nauczania – selekcja na tym etapie pozwala wybrać najlepszych kandydatów, którzy potem jako studenci osiągają zakładane efekty uczenia się.

Na kierunku *Marketing i komunikacja rynkowa* do monitorowania procesu kształcenia oraz do pozyskiwania informacji pozwalających inicjować działania doskonalące mogą też być wykorzystywane:

- dane dotyczące terminowego ukończenia studiów, ocen z recenzji prac dyplomowych oraz końcowych ocen ze studiów;
- wyniki badań losów zawodowych absolwentów prowadzone przez [Akademickie Centrum Kariery \(ACK\)](#) (obecnie przez [Biuro ds. Relacji z Absolwentami](#));
- bieżące rozmowy ze studentami stanowiące nieformalne badanie opinii;
- opinie studentów przekazywane opiekunom roku studiów;
- roczne raporty Instytutowego Zespołu ds. Jakości Kształcenia.

Ponadto, na bieżąco realizowany jest proces pozyskiwania informacji od studentów na temat zajęć dydaktycznych poprzez ankiety ewaluacyjne (zob. kryterium 10.1). Dodatkowo, po każdym semestrze nauczyciele akademicki wypełniają formularz z informacją o ocenie stanu osiągnięcia przez studentów efektów uczenia się w odniesieniu do założeń przyjętych w karcie przedmiotu (zob. pkt. 3.6 i kryterium 10.1).

3.6. Ogólne zasady sprawdzania i oceniania stopnia osiągnięcia efektów uczenia się

Aktualnie obowiązujące efekty uczenia się na kierunku *Marketing i komunikacja rynkowa* (I i II stopnia), wyszczególnione na początku niniejszego raportu, zostały przyjęte jako załączniki do Uchwały Senatu nr [T.0022.32.2025](#) z dnia 26 czerwca 2025 roku.

Przy ocenianiu osiągniętych przez studenta efektów uczenia się stosowane są od roku akademickiego 2023/2024 następujące oceny (zob. rozdział 4 par. 28 p. 1 [Regulaminu studiów](#)):

- bardzo dobry (5,0);
- dobry plus (4,5);
- dobry (4,0);
- dostateczny plus (3,5);
- dostateczny (3,0);
- niedostateczny (2,0).

Studenci powtarzający przedmiot uzyskują oceny na takich samych zasadach jak studenci realizujący przedmiot po raz pierwszy.

Do roku akademickiego 2022/2023 włącznie była jeszcze ocena „celująca” (5,5), która mogła być zastosowana wyłącznie w przypadku szczególnie wyróżniającego się poziomu wiedzy lub umiejętności, wykraczającego poza ramy programowe przedmiotu i wymagania prowadzącego stawiane w odniesieniu do oceny „bardzo dobrej” (5,0).

W par. 31 [Regulaminu studiów](#) przedstawiono w sposób szczegółowy procedury postępowania w sytuacjach konfliktowych, takich jak kwestionowanie oceny uzyskanej przez studenta w efekcie sprawdzania realizacji efektów uczenia czy też zapobieganie występowaniu zachowań nieetycznych, niezgodnych z prawem oraz reagowaniu, gdy taka sytuacja wystąpi.

Seminaria dyplomowe, szkolenie BHP oraz szkolenie biblioteczne, a także semestry nauki języka obcego, w których nie przewidziano zastosowania ocen wymienionych powyżej, są zaliczane bez oceny, co w dokumentach potwierdzających przebieg kształcenia odnotowane jest odpowiednio wpisami: „zal” - w przypadku osiągnięcia zakładanych efektów uczenia się, „nzal” – w przypadku braku osiągnięcia dostatecznego poziomu efektów uczenia się. Wskazane typy wpisów nie mają odpowiednika w skali ocen i nie są uwzględniane przy obliczaniu średniej oceny ze studiów.

Ogólne zasady sprawdzania i oceniania stopnia osiągnięcia efektów uczenia się są szczegółowo wyjaśnione w kartach przedmiotów zawartych w planie studiów dostępnym w systemie [PRK](#). Metody sprawdzania i oceniania efektów uczenia się są dostosowane zarówno do stopnia, formy kształcenia na

kierunku, jak i specyfiki efektów uczenia się zakładanych w obrębie przedmiotów. Najczęściej wykorzystywane w zakresie wiedzy są pisemne prace zaliczeniowe i egzaminacyjne, grupowe i indywidualne prace projektowe, prezentacje, odpowiedzi ustne. W zakresie umiejętności stosowanymi metodami są, oprócz wypowiedzi ustnych (umiejętność komunikowania się w języku obcym), zadania tablicowe i studia przypadków. Z kolei w zakresie kompetencji społecznych przeważają prace zespołowe, prezentacje, projekty, a także aktywność i zaangażowanie studentów w działania podejmowane na zajęciach. Postępy w realizacji procesu kształcenia dla poszczególnych przedmiotów odzwierciedla się w postaci: oceny z zaliczenia (dotyczy bieżących osiągnięć), oceny z egzaminu (jeżeli dla przedmiotu przewidziano egzamin w programie studiów) oraz oceny końcowej (całościowej, wpisywanej do dokumentacji potwierdzającej przebieg kształcenia). Sposób określania bieżących osiągnięć ujęty jest w karcie przedmiotu, w której wskazane są również sposoby sprawdzania osiągniętych efektów uczenia się oraz metoda wyliczenia oceny końcowej. W sylabusie przedmiotu, w części „Macierz realizacji przedmiotu” uwidocznione są powiązania pomiędzy realizowanymi (na wykładach, ćwiczeniach, konwersatoriach) treściami programowymi a efektami uczenia się (wiedza, umiejętności, kompetencje społeczne) oraz metodami prowadzenia zajęć i sposobami oceny.

Szczegółowe efekty uczenia się oraz zasady uzyskania zaliczenia z przedmiotu przedstawia osoba prowadząca przedmiot na pierwszych zajęciach w semestrze, w oparciu o karty przedmiotu (sylabusy). W przypadku zajęć realizowanych z wykorzystaniem kursów przedmiotowych na platformie Moodle, umieszczone są w nich informacje o wymaganiach dotyczących przygotowania studentów, o kryteriach i zasadach oceniania. Informacje o kryteriach oceniania są przekazywane studentom także każdorazowo przed realizacją kolejnego zadania podczas zajęć, jak również przed rozpoczęciem sprawdzianu (kolokwium) oraz przed egzaminem. Student, który nie osiągnął przewidzianych w ramach przedmiotu efektów uczenia się, otrzymuje ocenę niedostateczną.

Sposoby weryfikacji efektów uczenia się mogą być indywidualnie dostosowane do osób z niepełnosprawnościami. W takim przypadku szczegółowych informacji i zaleceń udziela prowadzącemu zajęcia w indywidualnym kontakcie [Biuro ds. Osób z Niepełnosprawnościami \(BON\)](#). Na tej podstawie prowadzący zajęcia może dostosować organizację współpracy oraz sposób zastosowania metody sprawdzenia efektów uczenia się do potrzeb wynikających z rodzaju niepełnosprawności. Podstawowe założenia współpracy ze studentami niepełnosprawnymi oraz szczegółowe informacje dotyczące zasad dostosowania metod i organizacji sprawdzania efektów uczenia się do studentów z niepełnosprawnością są przedstawione w par. 27 [Regulaminu studiów](#). Informacje dotyczące działań BON służących wspieraniu studentów z niepełnosprawnościami w studiowaniu podane są na [stronie internetowej BON](#).

Podstawowe zasady informowania studentów o stopniu osiągnięcia efektów uczenia się podczas studiów zawarte są w rozdziale 4 [Regulaminu studiów](#). Na kierunku *Marketing i komunikacja rynkowa* stosuje się zasady rzetelnej oceny i weryfikacji, a student po uzyskaniu oceny ma prawo wglądu do własnych prac. Oceny bieżących osiągnięć, oceny z egzaminów oraz oceny końcowe podawane są do wiadomości studentów według numerów albumów, w następujący sposób: podczas zajęć lub konsultacji lub za pośrednictwem uczelnianej poczty elektronicznej lub za pośrednictwem innych komunikatorów przekazu elektronicznego funkcjonujących w Uniwersytecie. W warunkach wspomaganie zajęć kursami na [platformie Moodle](#), również w tych kursach, indywidualnie dla każdego studenta, są dostępne informacje o uzyskanych ocenach bieżących (częstkowych), ocenach z zaliczenia oraz o ocenach końcowych, zależnie od zakresu wykorzystania kursu we wspomaganie realizacji przedmiotu. Informacje o uzyskanych ocenach końcowych dostępne są indywidualnie dla każdego studenta także w [systemie USOS](#). Prowadzący zajęcia informuje o ocenie z zaliczenia studenta w ciągu 7 dni od przeprowadzenia danej formy sprawdzenia osiągnięć studenta. Egzaminator informuje studentów o ocenie z egzaminu w ciągu 7 dni od jego przeprowadzenia. W przypadku egzaminu ustnego egzaminator informuje studenta o ocenie z egzaminu niezwłocznie po zakończeniu egzaminu z danym studentem. Oceny końcowe podawane są do wiadomości studenta przy wykorzystaniu elektronicznego systemu obsługi studentów w terminie 7 dni od zakończenia sesji poprawkowej. Starosta grupy ma prawo poinformowania Dyrektora Instytutu o każdym przypadku

niewywiązania się egzaminatora lub prowadzącego zajęcia z powyższego obowiązku. Ogólne zasady weryfikacji umożliwiają równe traktowanie studentów w procesie oceniania efektów uczenia się, a umożliwienie studentom wglądu do archiwizowanych prac egzaminacyjnych sprawia, że cały system jest przejrzysty. Student, który nie zgadza się z uzyskaną oceną końcową z przedmiotu i zgłasza uzasadnione zastrzeżenia co do bezstronności nauczyciela, który go oceniał lub co do formy, przebiegu egzaminu lub zaliczenia lub co do sposobu ustalenia oceny końcowej z przedmiotu, ma prawo przystąpienia do egzaminu komisyjnego, składając w ciągu 1 tygodnia od daty uzyskania oceny końcowej wnioski do Dyrektora Instytutu.

Stopień realizacji efektów w zakresie wiedzy, umiejętności oraz kompetencji społecznych określany jest corocznie przez każdego z pracowników w ramach Wewnętrznego Systemu Zapewnienia Jakości Kształcenia. Pełnomocnik Rektora ds. Jakości Kształcenia obowiązuje pracowników do wypełnienia formularzy dotyczących osiągniętych efektów uczenia się, w których określany jest stopień realizacji owych efektów oraz czynniki wspomagające i ograniczające ich osiągnięcie (zob. też kryterium 10.1). Zbiorcze wyniki stanowią podłoże do dyskusji w ramach dydaktycznych spotkań pracowników katedr realizujących zajęcia na kierunku *Marketing i komunikacja rynkowa* oraz do propozycji ulepszeń procesu dydaktycznego.

Dyrektor Instytutu Zarządzania podejmuje decyzje, zgodnie z [Regulaminem studiów](#), w sprawie uznawania przedmiotów na wnioski studenta, który:

- studiuje lub studiował inny kierunek studiów;
- przenosi zajęcia zaliczone w uczelni innej niż macierzysta, w tym zagranicznej;
- został przyjęty na studia na podstawie najlepszych wyników uzyskanych poprzez potwierdzenie efektów uczenia się;
- uczestniczy w pracach badawczych lub wdrożeniowych.

Warunkiem zaliczenia semestru lub roku jest spełnienie wszystkich wymagań objętych programem studiów dla danego okresu rozliczeniowego oraz terminowe zaliczenie wszystkich przedmiotów, tj. do końca sesji poprawkowej, ustalonej zgodnie z organizacją roku akademickiego. Zaliczenia semestru oraz wpisu na kolejny semestr dokonuje Dyrektor Instytutu Zarządzania. Informacja o ocenie końcowej, uzyskanej na zakończenie studiów jest przekazywana indywidualnie każdemu studentowi po zakończeniu egzaminu dyplomowego. Student uzyskuje również informację o sposobie wyliczenia oceny końcowej na podstawie oceny ze studiów, oceny pracy dyplomowej oraz oceny z egzaminu dyplomowego.

3.7. Dobór metod sprawdzania i oceniania efektów uczenia się w zakresie wiedzy, umiejętności oraz kompetencji społecznych osiągniętych przez studentów w trakcie i na zakończenie procesu kształcenia (dyplomowania), w tym metod sprawdzania efektów uczenia się osiągniętych na praktykach zawodowych

Tematyka oraz metodyka realizacji prac etapowych, projektów, opracowań zaliczeniowych, pytań uwzględnianych w kolokwium i egzaminach, a także tematyka prac dyplomowych na I i II stopniu studiów (Załączniki 6A i 6B) jest dostosowana przez prowadzących do efektów uczenia się, które realizowane są w ramach poszczególnych przedmiotów na kierunku *Marketing i komunikacja rynkowa*, a także do dyscypliny Nauki o Zarządzaniu i Jakości jako wiodącej, do której przyporządkowany jest kierunek *Marketing i komunikacja rynkowa*.

Studenci kierunku *Marketing i komunikacja rynkowa*, zarówno pierwszego, jak i drugiego stopnia, w ramach niektórych zajęć wykonują różne prace etapowe (projekty, referaty, badania i analizy). Przykładami są: realizacja witryny internetowej, projekt kampanii promocyjnej, realizacja badania marketingowego, projekt audytu wybranego subobszaru marketingu.

W kartach przedmiotu wskazuje się tematykę poszczególnych wykładów i ćwiczeń. Następnie identyfikuje się te grupy zagadnień szczegółowych, podejmowanych podczas wykładów i podczas zajęć ćwiczeniowych, które składają się na realizację każdego z zakładanych dla przedmiotu efektów uczenia się

w obszarach wiedzy, umiejętności i kompetencji społecznych. Metody weryfikacji osiągniętych efektów uczenia się są dobierane do specyfiki poszczególnych zagadnień oraz sposobów ich ujęcia podczas zajęć wykładowych i ćwiczeniowych. Możliwe jest ich wykorzystanie także w warunkach kształcenia na odległość. W karcie przedmiotu wyszczególnia się je w zestawieniu tabelarycznym, w którym do poszczególnych efektów uczenia się dla przedmiotu wskazane jest odniesienie do efektów kierunkowych, do właściwego celu przedmiotu korespondującego z tym efektem uczenia się, do treści prezentowanych podczas zajęć wykładowych i zajęć ćwiczeniowych. Następnie wskazane są metody/narzędzia dydaktyczne stosowane do realizacji takiego efektu oraz metody jego weryfikacji.

Stosowane metody/narzędzia dydaktyczne dobrane są do rodzaju efektów uczenia się określonych dla kierunku *Marketing i komunikacja rynkowa*. Najczęściej wykorzystywane (w kolejności malejącej) są (zob. Załącznik uzupełniający 3.D):

I stopień studiów	II stopień studiów
<ul style="list-style-type: none"> • dyskusja, • prezentacja • wykład audytoryjny, • praca w grupach, • analiza przypadku • e-learning • praca z tekstem • konwersatorium 	<ul style="list-style-type: none"> • prezentacja • dyskusja, • wykład audytoryjny, • praca w grupach • analiza przypadku • konwersatorium • e-learning • praca z tekstem

Metody sprawdzenia osiągnięcia przez studentów efektów uczenia się zostały dobrane do rodzajów efektów uczenia się określonych dla kierunku *Marketing i komunikacja rynkowa*. Najczęściej stosowane (w kolejności malejącej) to (zob. Załącznik uzupełniający 3.E):

– w przypadku ocen cząstkowych (formujących):

I stopień studiów	II stopień studiów
<ul style="list-style-type: none"> • aktywność studentów podczas zajęć, • projekty zespołowe (opracowanie zadań, analizy przypadku, opracowanie i prezentacja eseju), • kolokwia (cząstkowe oraz końcowe), • prezentacje, • ćwiczenia praktyczne, • odpowiedź ustna (dyskusje i rozmowy ze studentami), • projekty indywidualne, 	<ul style="list-style-type: none"> • ćwiczenia praktyczne, • projekty zespołowe (opracowanie zadań, analizy przypadku, opracowanie i prezentacja eseju), • prezentacje, • aktywność studentów podczas zajęć, • kolokwia (cząstkowe oraz końcowe), • odpowiedź ustna (dyskusje i rozmowy ze studentami),

– w przypadku ocen końcowych podsumowujących:

I stopień studiów	II stopień studiów
<ul style="list-style-type: none"> • egzamin końcowy (pisemny i/lub testowy, również na platformie Moodle), • średnia ważona lub arytmetyczna ocen z zaliczenia i egzaminu 	<ul style="list-style-type: none"> • egzamin końcowy (pisemny i/lub testowy, również na platformie Moodle), • średnia ważona lub arytmetyczna ocen z zaliczenia i egzaminu

Szeroki zakres kierunkowych efektów uczenia się, uwzględniany w realizacji procesu dydaktycznego w ramach poszczególnych przedmiotów na kierunku *Marketing i komunikacja rynkowa* powoduje, że

studenci uczestniczący w zajęciach poszerzają swoją wiedzę, a także uczą się samodzielności w pracy naukowo-badawczej. Nabywają również umiejętności współpracy w zespole w realizacji przedsięwzięć badawczych, trudnych do przeprowadzenia indywidualnie. Proponowane przez prowadzących metody zwiększania aktywności badawczej studentów to przede wszystkim: odsyłanie studentów do wskazanych pozycji literaturowych, zadania związane z indywidualnym przeglądem literatury w kontekście wskazanego obszaru teoretycznego, eseje wymagające przeglądu literatury oraz dotychczasowych badań, prezentacje przygotowywane indywidualnie lub zespołowo na wskazany temat, analiza przypadku, wyszukiwanie i analiza raportów przez studentów, dyskusje/uczestnictwo w forach dyskusyjnych, debaty oksfordzkie, przygotowanie projektów badań w grupach, zadania domowe do samodzielnego rozwiązania.

Efekty uzyskane podczas praktyk zawodowych są weryfikowane przez opiekunów na podstawie raportów praktyk (zgodnie z Zarządzeniem Rektora nr [R.0211.4.2025](#) z dnia 27 stycznia 2025 roku). W raporcie z przebiegu studenckiej praktyki zawodowej (w brzmieniu określonym w Załączniku nr 2 do wspomnianego ZR – zob. Załącznik 10D) uwzględniane są efekty uczenia się z zakresu wiedzy, umiejętności i kompetencji społecznych, wynikające z karty przedmiotu „Praktyka” na studiowanym kierunku (dla MiKR sylabus przedstawiony jest w Załączniku uzupełniającym 2.C) oraz zadania, czynności wykonywane w trakcie praktyki służące realizacji tych efektów. Organizator praktyki potwierdza opisany przebieg praktyki oraz osiągnięcie przez studenta efektów uczenia się podczas jej trwania (jako w pełni lub częściowo zrealizowane albo niezrealizowane). Na tej podstawie Opiekun praktyk w UEK zalicza praktykę lub jej nie zalicza (szerzej: kryterium 2.6).

Przejawem ukierunkowania na zaangażowanie studentów w prace badawcze lub wdrożeniowe jest uwzględnienie tej aktywności w par. 30 p. 5 [Regulaminu studiów](#). Zgodnie zapisami tego punktu, student może zostać zwolniony z udziału w niektórych zajęciach z przedmiotu, z którym tematycznie związana jest realizowana praca. Zgodę w tym zakresie wyraża Dyrektor Instytutu na zasadach udzielenia ITZ (indywidualnego trybu odbywania zajęć), na podstawie opinii osoby kierującej pracami badawczymi i pracownika odpowiedzialnego za przedmiot, którego dotyczy zwolnienie z zajęć. Sprawdzenie efektów uczenia się, uzyskanych przez studenta, odbywa się na zasadach uwzględnionych w karcie przedmiotu, którego dotyczy zwolnienie z zajęć.

Studenci kierunku *Marketing i komunikacja rynkowa* mają również możliwość włączenia się w badania naukowe prowadzone przez pracowników Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie. Efektami badań, a zarazem dokumentacją zaangażowania studentów w ich realizację, są wspólne publikacje pracowników UEK oraz studentów kierunku *Marketing i komunikacja rynkowa* (Załącznik uzupełniający 8.B).

Biorąc pod uwagę możliwość sprawdzenia i opanowania języka obcego przez studentów, należy zwrócić uwagę, że: na studiach stacjonarnych I stopnia obowiązuje nauka dwóch języków obcych przez cztery semestry w wymiarze 30 godz./semestr, na studiach niestacjonarnych I stopnia obowiązuje nauka jednego języka obcego przez cztery semestry w wymiarze 30 godz./semestr, na studiach stacjonarnych II stopnia obowiązuje nauka jednego języka obcego przez dwa semestry w wymiarze 30 godz./semestr, na studiach niestacjonarnych II stopnia obowiązuje nauka jednego języka obcego przez dwa semestry w wymiarze 18 godz./semestr. Wśród propozycji języków i poziomów oferowanych na kierunku *Marketing i komunikacja rynkowa* są: j. angielski (poziomy B1, B2, C1, C1+), j. francuski, hiszpański, rosyjski, włoski, niemiecki (poziomy A1, A2, B1, B2). Uruchomienie grup na wyższych poziomach uzależnione jest od zebrania określonej liczby studentów. W latach 2016–2021 na kierunku *Marketing i komunikacja rynkowa* lektorat z języka obcego na II stopniu, zgodnie z planami studiów, kończył się zaliczeniem. Od roku 2022 egzamin przeprowadzany jest na zakończenie lektoratów z języka obcego, zarówno na studiach I, jak i II stopnia. Egzamin standaryzowany z języka obcego na I stopniu przeprowadzany jest na pięciu poziomach, zgodnie z tabelą poziomów kompetencji językowej opracowaną przez Radę Europy – A2, B1, B2, B2+ oraz C1+.

W Uniwersytecie Ekonomicznym w Krakowie, na kierunku studiów *Marketing i komunikacja rynkowa* wykorzystuje się szeroki zakres rozwiązań potwierdzających osiągnięcie przez studenta efektów uczenia się. Do działań o takim charakterze zalicza się:

1. Gromadzenie przez każdego prowadzącego podczas całego cyklu kształcenia dokumentacji uzyskanych efektów uczenia się w postaci: ocenionych prac przygotowanych i oddanych przez studentów, plików z pracami przesłanymi przez e-mail, zgodnie z Zarządzeniem Rektora Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie nr [R.0211.24.2025](#) z dnia 5 maja 2025 roku w sprawie zasad przechowywania prac etapowych przez osoby prowadzące zajęcia dydaktyczne w Uniwersytecie Ekonomicznym w Krakowie. W warunkach wspomagania procesu nauczania przez kursy na [platformie Moodle](#) informacje te mogą być gromadzone w kursach.
2. Wpisywanie przez prowadzących ocen końcowych z poszczególnych przedmiotów, które są widoczne indywidualnie dla każdego studenta, do [systemu USOS](#), a dla studentów kończących cykl kształcenia w roku akademickim 2020/2021 do systemu [Wirtualny Dziekanat](#).
3. Sporządzony protokół przeprowadzenia egzaminu komisyjnego w przypadku wystąpienia okoliczności, które stanowią podstawę do przeprowadzenia takiego egzaminu.
4. Składane przez prowadzących zajęcia w systemie [PRK](#) (po zakończeniu zajęć, przeprowadzeniu zaliczeń i egzaminów) oświadczeń dotyczących realizacji zakładanych efektów uczenia się w ramach poszczególnych przedmiotów, wg wzoru zawartego w Załączniku do Uchwały Senatu nr [28/2015](#), uaktualnionego w kwietniu 2022 roku (szerzej: kryterium 10.1 i Załącznik 10A).
5. Rejestracja pracy dyplomowej w internetowym systemie [Archiwum Prac Dyplomowych](#), czego wymaga proces oceny, który poprzedzony jest badaniem w Jednolitym Systemie Antyplagiatowym (JSA). Systemy te wspomagają dokumentację (podstawowe uregulowania w tym zakresie ujęte są w Regulaminie studiów UEK) egzaminu dyplomowego.
6. Dokument potwierdzający zakończenie procedury potwierdzania efektów uczenia się uzyskanych poza systemem studiów, o przeprowadzenie której wnioskuje kandydat na studia. Zasady przeprowadzania tej procedury oraz jej dokumentacji ujęte są w Uchwale Senatu UEK nr [39/2019](#) w sprawie potwierdzania efektów uczenia się, uzyskanych poza systemem studiów.

Proces sprawdzania i oceniania efektów uczenia się osiągniętych na zakończenie procesu kształcenia obejmuje ocenę pracy dyplomowej oraz egzamin dyplomowy. Egzamin odbywa się w formie ustnej. Jego przedmiotem są zagadnienia z zakresu przedmiotów kierunkowych i specjalnościowych (dwa pytania spośród 30 zamieszczonych na stronie internetowej [Instytutu Zarządzania](#) – osobno dla studiów I i II stopnia na kierunku MiKR) oraz zagadnienia rozważane w przygotowanej przez studenta pracy dyplomowej (jedno pytanie).

Wynik ukończenia studiów (par. 48 [Regulaminu studiów](#)) stanowi średnią ważoną trzech składowych:

1. średniej arytmetycznej wszystkich ocen końcowych z przedmiotów realizowanych w całym okresie studiów, z uwzględnieniem ocen niedostatecznych, obliczonej z dokładnością do dwóch miejsc po przecinku – 60% wyniku;
2. średniej arytmetycznej ocen recenzji pracy dyplomowej wystawionych przez promotora i recenzenta - 20% wyniku;
3. średniej arytmetycznej ocen z odpowiedzi na trzy pytania zadane podczas egzaminu dyplomowego – 20% wyniku.

Na dyplomie ukończenia studiów wpisuje się ostateczną ocenę według skali:

1. od 3,00 do 3,49 – dostateczny;
2. od 3,50 do 3,79 – plus dostateczny;
3. od 3,80 do 4,19 – dobry;
4. od 4,20 do 4,49 – plus dobry;
5. od 4,50 do 4,89 – bardzo dobry;
6. od 4,90 do 5,00 – bardzo dobry z wyróżnieniem.

Na analizowanym kierunku *Marketing i komunikacja rynkowa* realizowane są formalnie przyjęte i opublikowane:

- spójne i przejrzyste zasady rekrutacji kandydatów na studia;
- zasady uznawania efektów i okresów kształcenia, jak też kwalifikacji uzyskanych w szkolnictwie wyższym;
- zasady potwierdzania efektów uczenia się uzyskanych poza systemem studiów.

Wszelkie uregulowania i zasady dotyczące rekrutacji i przyjęć na studia, weryfikacji efektów uczenia się w trakcie studiów, zaliczania semestrów i lat oraz dyplomowania są formułowane w sposób przejrzysty i podawane do publicznej wiadomości, zgodnie z zasadą powszechności i transparentności.

Wykorzystywane w Uniwersytecie Ekonomicznym w Krakowie rozwiązania w zakresie weryfikowania i oceny osiągnięcia przez studentów efektów uczenia się, które stosuje się w procesie nauczania i uczenia się w warunkach wykorzystania metod i technik kształcenia na odległość, zapewniają jednoznaczną identyfikację studenta. Weryfikacja użytkownika następuje przede wszystkim przed rozpoczęciem korzystania z:

- platformy [e-learningowej Moodle](#);
- Internetowego Systemu Obsługi Studentów [USOSweb](#);
- utworzonego dla każdego studenta uczelnianego [konta poczty elektronicznej](#);
- oraz platformy komunikacji online MSTeams (wcześniej również Zoom).

W każdym przypadku student loguje się do zabezpieczonego, indywidualnego, utworzonego przez siebie konta. Przyjęte rozwiązania są zgodne z przepisami dotyczącymi RODO. Nadzór nad spełnieniem wymagań dotyczących ochrony danych osobowych sprawuje funkcjonujący w strukturze UEK Inspektor Ochrony Danych (IOD). Polityka prywatności UEK w tym również założenia dotyczące wykorzystywania narzędzi informatycznych w komunikacji w UEK, tekst rozporządzenia RODO, tekst Ustawy o ochronie danych osobowych oraz obowiązujące akty prawa wewnętrznego UEK dotyczące ochrony danych zostały umieszczone na [stronie internetowej Uniwersytetu](#).

Zalecenia dotyczące kryterium 3 wymienione w uchwale Prezydium PKA w sprawie oceny programowej na kierunku studiów, która poprzedziła bieżącą ocenę (*jeżeli dotyczy*)

Lp.	Zalecenia dotyczące kryterium 3 wymienione we wskazanej wyżej uchwale Prezydium PKA	Opis realizacji zalecenia oraz działań zapobiegawczych podjętych przez uczelnię w celu usunięcia błędów i niezgodności sformułowanych w zaleceniu o charakterze naprawczym
1.	brak	

Kryterium 4. Kompetencje, doświadczenie, kwalifikacje i liczebność kadry prowadzącej kształcenie oraz rozwój i doskonalenie kadry

4.1. Liczba, struktura kwalifikacji oraz dorobek naukowy/artystyczny nauczycieli akademickich oraz innych osób prowadzących zajęcia ze studentami na ocenianym kierunku, jak również ich kompetencji dydaktycznych (z uwzględnieniem przygotowania do prowadzenia zajęć z wykorzystaniem metod i technik kształcenia na odległość oraz w językach obcych).

W roku akademickim 2025/2026 liczba pracowników prowadzących zajęcia na kierunku *Marketing i Komunikacja Rynkowa* (na obu stopniach studiów stacjonarnych i I stopniu studiów niestacjonarnych) wynosi 119 osób (z wyłączeniem lektorów języków obcych oraz nauczycieli wychowania fizycznego). Kierunek Marketing i Komunikacja Rynkowa prowadzony jest przez Instytut Zarządzania, którego pracownicy stanowią około 55% kadry prowadzącej obecnie zajęcia na tym kierunku (66 osób). Pozostałą część kadry stanowią pracownicy Instytutów: Instytut Ekonomii (12 osób), Instytut Informatyki, Rachunkowości i Controllingu (19 osób), Instytut Prawa (8 osób), Instytut Metod Ilościowych w Naukach Społecznych (7 osób), Instytut Politologii, Socjologii i Filozofii (3 osoby), Instytut Finansów (2 osoby), Instytut Polityk Publicznych i Administracji (1 osoba), Instytut Gospodarki Przestrzennej i Studiów Miejskich (1 osoba).

Nauczyciele akademicy zatrudnieni są w przeważającej części w ramach umowy o pracę, a Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie jest ich podstawowym miejscem pracy. Wśród Kadry ocenianego kierunku jest 93 pracowników badawczo-dydaktycznych, 22 pracowników dydaktycznych oraz 4 osoby zatrudnione w ramach umów cywilno-prawnych. Kadre pracowników stanowią:

- 6 profesorów tytularnych;
- 29 doktorów habilitowanych;
- 66 doktorów;
- 18 magistrów.

Świadczy to o znacznym potencjale w zakresie dalszego rozwoju, przy czym część kadry może się już wykazać znaczącym dorobkiem naukowym.

Nauczyciele akademicy na stanowiskach badawczo-dydaktycznych reprezentują następujące dyscypliny:

- nauki o zarządzaniu i jakości (64 osoby);
- ekonomia i finanse (14 osób);
- nauki prawne (6 osób);
- informatyka (2 osoby);
- nauki o kulturze i religii (2 osoby);
- filozofia (1 osoba);
- geografia społeczno-ekonomiczna i gospodarka przestrzenna (1 osoba);
- nauki o kulturze fizycznej (1 osoba);
- nauki o polityce i administracji (1 osoba);
- pedagogika (1 osoba).

Wśród pracowników badawczo-dydaktycznych 27 osób reprezentuje dwie dyscypliny. W tym przypadku pracownicy deklarują głównie dyscyplinę ekonomię i finanse (15 osób). Na podstawie przedstawionych danych można wnioskować, że dominującą dyscypliną wśród kadry są nauki o zarządzaniu i jakości.

Wśród pracowników dydaktycznych są osoby o dużym doświadczeniu dydaktycznym, badawczym i/lub praktycznym z zakresu prowadzonych przedmiotów, co przedstawia Załącznik obowiązkowy 4 (Charakterystyka kadry).

Szczegółowy wykaz z podziałem na dyscypliny, stanowisko, rodzaj umowy znajduje się w Załączniku uzupełniającym 4.A (Kadra MiKR dyscypliny). Obsada zajęć na kierunku *Marketing i Komunikacja Rynkowa* została szczegółowo przedstawiona w Załączniku obowiązkowym 2 (Obsada zajęć).

Dorobek naukowy kadry prowadzącej zajęcia na kierunku *Marketing i Komunikacja Rynkowa* ma silny wpływ na tematykę prowadzonych zajęć i jest z nią mocno związany. Szczególnie jest to widoczne w przypadku przedmiotów kierunkowych, specjalnościowych oraz seminariów, gdzie studenci uczą się m.in. podstaw pracy naukowej pod opieką prowadzących zajęcia.

Dorobek publikacyjny pracowników prowadzących zajęcia na kierunku MiKR za lata 2019-2025 (do czasu sporządzenia niniejszego raportu) obejmuje 1352 publikacji. Na tę liczbę składają się: artykuły (581), rozdziały w monografiach, podręcznikach i książkach (471), monografie, podręczniki, książki i skrypty (80), publikacje w materiałach konferencyjnych (149) oraz inne publikacje (71). Średnia punktacja publikacji to 50 punktów. Na tę wartość składają się 5 publikacje po 300 punktów, 3 publikacja za 200 punktów, 2 publikacje za 150 punktów, 57 publikacji za 140 punktów, 190 publikacje za 100 lub 120 punktów, 247 publikacji za 70 lub 75 punktów, 730 publikacji za 40 lub mniej punktów oraz 118 publikacji niepunktowanych.

Od ostatniej akredytacji, czyli w latach 2019-2025, na dorobek naukowy pracowników prowadzących zajęcia na ocenianym kierunku składają się:

- opublikowane i nieopublikowane prace naukowe oraz popularno-naukowe (zob. Załącznik uzupełniający 4.B. Kadra MiKR publikacje);
- uczestnictwo w projektach naukowych (zob. Załącznik uzupełniający 4.C. Uczestnictwo w projektach naukowych - wnioski i projekty);
- praca w: redakcjach wydawnictw naukowych, radach naukowych, organizacjach i towarzystwach naukowych, zespołach eksperckich (zob. Załącznik uzupełniający 4.D. Redakcje, rady, stowarzyszenia);
- kształcenie kadr naukowych (zob. Załącznik uzupełniający 4.E. Kształcenie kadr naukowych);
- udział w konferencjach i zebraniach naukowych (zob. Załącznik uzupełniający 4.F. Udział w konferencjach naukowych);
- recenzje prac naukowych, wniosków o granty i dorobku (zob. Załącznik uzupełniający 4.G. Recenzje prac naukowych).

Szczegółowe informacje w zakresie dorobku naukowego w latach 2019-2025, kadry prowadzącej zajęcia na ocenianym kierunku można też znaleźć w Załączniku obowiązkowym 4 (Charakterystyka kadry).

Kompetencje dydaktyczne kadry prowadzącej zajęcia na ocenianym kierunku są na bardzo wysokim poziomie, o czym świadczą liczne osiągnięcia w tym zakresie, wymienione szczegółowo w ww. Załączniku obowiązkowym 4 (Charakterystyka kadry). Wspomniane osiągnięcia to m.in.: uczestnictwo w kursach dydaktycznych (np. UEK HUB); certyfikaty e-learningowe; certyfikaty tutorów; prowadzenie szkoleń dla pracowników; wzbogacenie programu studiów o unikatowe, specjalistyczne wykłady do wyboru; staże i zajęcia dydaktyczne w Polsce i zagranicą; sprawowanie opieki nad kołem naukowym; autorstwo podręczników i skryptów; udział w konferencjach dydaktycznych.

Należy zaznaczyć, że kompetencje dydaktyczne kadry są regularnie sprawdzane oraz rozwijane. Ocena tych kompetencji następuje zarówno ze strony studentów (co semestralna ocena zajęć dydaktycznych), jak i ze strony odpowiednich organów Uczelni (Centrum Jakości Kształcenia – hospitacje zajęć, okresowa ocena nauczyciela akademickiego). Szerszy opis tego tematu można znaleźć w podrozdziale 4.4 niniejszego raportu samooceny.

Natomiast rozwijanie tych kompetencji następuje poprzez udział kadry w licznych szkoleniach o bardzo różnorodnej tematyce. Przykładem mogą tu być cykliczne szkolenia, organizowane przez Centrum Jakości Kształcenia, obejmujące swoim zakresem nie tylko zagadnienia związane z obsługą platformy Moodle, Zoom (do roku akademickiego 2020/2021) i Microsoft Teams (obecnie, ale także z zaawansowanym projektowaniem i prowadzeniem zajęć zdalnych (metodyki e-kształcenia), w trybie komplementarnym i 100% zdalnym. W związku z rosnącym zainteresowaniem i jednocześnie potrzebą kształcenia na odległość, od października 2020, raz w roku odbywa się 7-tygodniowe szkolenie on-line pt. „Projektowanie i prowadzenie e-zajęć, przygotowujące nauczycieli akademickich do realizacji zajęć komplementarnych w modelu asynchroniczne-stacjonarne (na kampusie) lub asynchroniczne-synchroniczne”.

Rozwój kompetencji wspierają dedykowane programy szkoleniowe, organizowane w szczególności przez:

- *Dział Rozwoju Dydaktyki i Multimediiów*, oferujący szerokie spektrum szkoleń (ponad 40 od XII 2024) – od warsztatów metodycznych (np. gamifikacja w edukacji, rola feedbacku, projektowanie zadań), przez obsługę narzędzi cyfrowych i statystycznych (Moodle, Statistica, analiza danych ankietowych, LaTeX), po nowoczesne rozwiązania z obszaru sztucznej inteligencji (ChatGPT, Midjourney, Microsoft Copilot, NotebookLM, technologie VR w dydaktyce);
- Projekty współfinansowane ze środków UE, w tym program *POWER 3.5 oraz FirstInFERS* (od 2024), w ramach których kadra uczestniczyła w szkoleniach z zakresu tutoring, autoprezentacji i komunikacji, wykorzystania narzędzi informatycznych w dydaktyce, języka angielskiego, metod studium przypadku, programów statystycznych, a także w nowych inicjatywach dotyczących zastosowania sztucznej inteligencji w dydaktyce, komercjalizacji wiedzy czy międzynarodowych szkoleniach z innowacyjnych metod nauczania (Team Academy, Finlandia).
- Kluczowe znaczenie dla podnoszenia kompetencji dydaktycznych ma projekt pt. "Zintegrowany Program Rozwoju UEK HUB. 2.0. Uniwersytecki hub dydaktyczny", w którym uczestniczyła część kadry prowadząca zajęcia na ocenianym kierunku. Pierwsza edycja projektu odbyła się w latach 2017-2019, druga edycja projektu (lata 2022-2023). Projekt ten współfinansowany jest ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego, w ramach programu POWER, Działanie 3.5. Kompleksowe programy szkół wyższych, Wiedza Edukacja Rozwój.
- Dodatkowo, nauczyciele akademicy mogą korzystać z *Funduszu Doskonałości Dydaktycznej UEK*, który umożliwi finansowanie indywidualnych, zewnętrznych szkoleń zgodnych z potrzebami rozwojowymi.

Szczegółowe informacje dotyczące uczestnictwa kadry w poszczególnych szkoleniach znajdują się w Załączniku uzupełniającym 4.H. Udział w szkoleniach.

Rozwijanie kompetencji dydaktycznych przejawia się również w licznych uczestnictwie kadry prowadzącej zajęcia na ocenianym kierunku w zajęciach z języków obcych. Dzięki temu pracownicy mogą prowadzić zajęcia w języku obcym na Uczelni, w tym na kierunku Marketing i Komunikacja Rynkowa (zob. podrozdział 7.2 samooceny).

Od semestru zimowego 2025/26 został również uruchomiony ogólnouczelniany serwis [LEVEL UP – baza szkoleń UEK](#), stworzony z myślą o potrzebie rozwoju kompetencji nauczycieli akademickich, pracowników administracji oraz studentów naszej Uczelni. Serwis, gromadzi w jednym miejscu wszystkie szkolenia organizowane w UEK, czyniąc je łatwo dostępnymi i prostymi do wyszukania. Dzięki intuicyjnej wyszukiwarce i systemowi filtrów użytkownicy mogą szybko odnaleźć interesujące ich propozycje według kategorii szkoleniowej (m.in. kompetencje cyfrowe, dydaktyczne, relacyjne, QUO VADIS AI, Dydaktyczne Inspiracje), terminu, statusu, prowadzącego czy trybu (online/stacjonarnie). Narzędzie daje również możliwość zapisu na wybrane wydarzenia bezpośrednio przez udostępnione formularze.

Dostępność szerokiej oferty szkoleń, w tym kursów międzynarodowych, oraz aktywne uczestnictwo w programach rozwojowych sprawiają, że proces dydaktyczny realizowany na kierunku jest nowoczesny, innowacyjny i odpowiada na potrzeby otoczenia społeczno-gospodarczego. Kompetencje kadry pozwalają na efektywne wykorzystanie technologii cyfrowych, wdrażanie metod aktywizujących oraz prowadzenie zajęć w językach obcych, co znacząco podnosi jakość kształcenia i sprzyja internacjonalizacji programu.

4.2. Obsada zajęć, ze szczególnym uwzględnieniem zajęć, które prowadzą do osiągnięcia przez studentów kompetencji związanych z prowadzeniem działalności naukowej

W roku akademickim 2025/2026, na obu stopniach studiów stacjonarnych i niestacjonarnych kierunku Marketing i Komunikacja Rynkowa studenci mają zaplanowane łącznie 64 przedmioty, prowadzonych przez 119 nauczycieli akademickich.

Wykaz przedmiotów i prowadzących je nauczycieli akademickich na kierunku Marketing i Komunikacja Rynkowa w roku akademickim 2024/2025, w podziale na stopnie studiów, został zamieszczony w Załączniku obowiązkowym nr 2 (Obsada). Nie ujęto w nim zajęć z języków obcych oraz wychowania fizycznego.

Na szczególną uwagę zasługują przedmioty kierunkowe, kierunkowe do wyboru, specjalnościowe oraz indywidualne seminaria, gdyż umożliwiają one osiągnięcie przez studentów kompetencji związanych z prowadzeniem działalności naukowej. W punkcie 4.1 raportu wspomniano już, że prawidłowa obsada tego typu zajęć jest zapewniona poprzez zgodność dorobku naukowego prowadzących zajęcia z ich treścią i celami, a także poprzez zgodność zadeklarowanego przypisania pracownika do dyscypliny naukowej z przypisanymi do przedmioty dyscyplinami.

Jak opisano szczegółowo w kryterium 2 program kształcenia kładzie istotny nacisk na rozwój umiejętności analitycznych i badawczych, które są kluczowe zarówno w działalności naukowej studentów, jak i w procesie przygotowywania prac magisterskich. Równolegle aplikowane są również zaawansowane narzędzia informatyczne, niezbędne w nowoczesnym środowisku biznesowym i naukowym. Przykładem są przedmioty takie jak: Badania marketingowe, Etyka, Gromadzenie i analiza danych, Modelowanie marketingowe, Statystyka matematyczna, Wprowadzenie do analizy danych ankietowych oraz Seminaria dyplomowe.

Studia na kierunku MiKR przygotowują studentów do prowadzenia działalności naukowej w zakresie dyscypliny, do której kierunek jest przyporządkowany. Dostarczają metod i narzędzi, w tym zaawansowanych technik informacyjno-komunikacyjnych, a studenci mogą rozwijać swoje zainteresowania naukowe np. poprzez aktywny udział w konferencjach, seminariach, publikując prace naukowe, a po ukończeniu kształcenia mogą aplikować do Szkoły Doktorskiej UEK.

Szczególnie seminaria są tu istotne, albowiem ich owocem są prace licencjackie oraz magisterskie stanowiące rodzaj niepublikowanej pracy naukowej studenta. Mają one objętość kilkudziesięciu stron, co wymaga od studenta nabycia odpowiednich umiejętności z zakresu warsztatu naukowego, aby praca była spójna, czytelna oraz posiadała właściwą strukturę i elementy. Spis prac dyplomowych można znaleźć w Załącznikach obowiązkowych 6A (dla I stopnia) i 6B (dla II stopnia).

Dodatkowo, zarówno na pierwszym jak i na drugim stopniu studiów jest możliwość wybrania jednej z dwóch specjalności.

4.3. Łączenie przez nauczycieli akademickich i inne osoby prowadzące zajęcia działalności dydaktycznej z działalnością naukową oraz włączanie studentów w prowadzenie działalności naukowej

Wśród osób prowadzących zajęcia na kierunku *Marketing i Komunikacja Rynkowa*, prawie 80% (93 osoby) stanowią pracownicy badawczo-dydaktyczni, a pozostałą część – pracownicy dydaktyczni (22 osoby), 4 osoby zatrudnione w ramach umów cywilno-prawnych. Większość kadry działa więc zarówno na polu dydaktycznym, jak i naukowym – szczegóły w tym zakresie dla poszczególnych pracowników można znaleźć we wspomnianym już wielokrotnie Załączniku obowiązkowym 4 (Charakterystyka kadry).

W punkcie 4.1 raportu podano już informacje dotyczące dorobku naukowego oraz dydaktycznego kadry prowadzącej zajęcia na ocenianym kierunku. W związku z tym, w punkcie 4.3 skupiono się na opisie sposobów włączania studentów w prowadzenie działalności naukowej.

Pierwszym sposobem jest, opisany w punkcie 4.2 raportu, rozwój odpowiednich kompetencji w tym zakresie w ramach przedmiotów kierunkowych, kierunkowych do wyboru, specjalnościowych i seminariów.

Drugim sposobem jest włączenie studentów bezpośrednio w pracę naukową prowadzoną przez kadrę. Ze względu na wysokie wymagania jakościowe obowiązujące w odniesieniu do tego typu prac, jest to możliwe jedynie w ograniczonym zakresie (angażowanie studentów szczególnie uzdolnionych i pracowitych). W tabeli 4.1 podano wyniki współpracy badawczej w formie publikacji naukowych z Kadrami MiKR.

Tabela 4.1. Publikacje naukowe studentów MiKR z Kadrami MiKR

Lp	Publikacja
1	Bajak, M., Majerczyk, P. (2022). Identification of Areas for Optimising Marketing Communications Via Ai Systems. Scientific Papers of Silesian University of Technology – Organization and Management Series 160, 39-52. DOI: http://dx.doi.org/10.29119/1641-3466.2022.160.2
2	Bajak, M., Spindel, Ł. (2022). Building Consumer Engagement and Loyalty while Traversing the Customer Journey in the Online Space. Scientific Papers of Silesian University of Technology – Organization and Management Series 160, 25-38. DOI: http://dx.doi.org/10.29119/1641-3466.2022.160.3
3	Bajak, M., Kucharczyk, A., Spindel, Ł. (2025). Zapewnienie dostępności witryn internetowych instytucji akademickich dla osób z niepełnosprawnościami [W:] Dąbrowska J. & Manczak I. (red.), Znaczenie interesariuszy zewnętrznych w kształtowaniu doświadczeń organizacji (25-37) Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne.
4	Chudek J. MANCZAK I. (2024), Communicating Inclusivity in Advertising Campaigns Brands, Zeszyty Naukowe Akademii Górnośląskiej, nr 8 (20)
5	Pieprzyca Ł., Walczak M. (2023). Zmiany w praktykach przedsiębiorstw stosujących lean management w efekcie deglobalizacji na przykładzie TSMC i Toyota Motor Corporation [W:] Nesterak J. & Wodecka-Hyjek A. (red.), Wiedza - gospodarka - społeczeństwo: aktualne trendy i wyzwania cyfrowe.
6	Wiktor, J.W., Naglak, K. (2025). Selected Elements of the Luxury Brand Communication Strategy in the Opinion of Polish Students - zaakceptowana
7	Wiktor, J.W., Brodovska, S. (2025). Важливість комунікації бренду в соціальних мережах для прийняття рішень про покупку косметики - результати дослідження покоління Z – zaakceptowana

Kadra prowadząca zajęcia na ocenianym kierunku również zachęca studentów do brania udziału w konkursach naukowych. Szczególnie istotna jest tu rola opiekunów prac dyplomowych, którzy zgłaszają niektóre, wybitne prace do konkursów naukowych na najlepszą pracę. Przykłady tego typu działań kadry podano w tabeli 4.2.

Tabela 4.2 Przykładowe osiągnięcia kadry prowadzącej zajęcia na ocenianym kierunku w zakresie udziału studentów w konkursach naukowych

Nauczyciel	Rok	Opis
Wiktor Jan, prof. dr hab.	2018	Promotor pracy magisterskiej nagrodzonej w konkursie PNTM
Wiktor Jan, prof. dr hab.	2019	Promotor pracy magisterskiej nagrodzonej w konkursie PNTM
Bajak Maria, mgr	2020	Opieka merytoryczna nad zespołami studentów w Ogólnopolskim Konkursie „Research Lab” zakończona sukcesami studentów: 1 miejsce w konkursie (Platinum Certificate) oraz 1 wyróżnienie (Bronze Certificate).
Bajak Maria, mgr	2021	Opieka merytoryczna nad zespołami studentów w Ogólnopolskim Konkursie „Research Lab” zakończona sukcesami studentów: 1 miejsce

		w konkursie (Platinum Certificate) oraz 2 miejsce w konkursie (Gold Plus Certificate).
Bajak Maria, mgr	2021	Opiekun naukowy studenta, który otrzymał stypendium Ministra za znaczące osiągnięcia na rok akademicki 2021/2022
Bajak Maria, mgr	2022	Opiekun naukowy studenta, który otrzymał stypendium Ministra za znaczące osiągnięcia na rok akademicki 2022/2023
Chlipata Paweł, prof. UEK dr hab.	2024	Promotor pracy mgr, która zajęła pierwsze miejsce w kategorii prace magisterskie X konkurs im. prof. Romana Głowackiego na najlepsze prace magisterskie oraz licencjackie z zakresu marketingu, handlu i konsumpcji.

Trzecim kanałem angażowania studentów w działalność naukową jest udział w projektach naukowych, konferencjach oraz publikowanie prac naukowych w ramach działalności Koła Naukowego Marketingu KolMark, którego aktualnym opiekunem naukowym jest mgr Maria Bajak z Katedry Marketingu. Koło Naukowe Marketingu KolMark jest współorganizatorem cyklicznej konferencji naukowej Uniwersjada Marketingu, skierowanej przede wszystkim do studentów - większość uczestników konferencji stanowią studenci, w tym studenci MiKR. Konferencja ma patronat Polskiego Naukowego Towarzystwa Marketingu.

Członkowie sekcji naukowej KolMark mają możliwość indywidualnego lub zespołowego rozwoju naukowego pod okiem mgr Marii Bajak. Organizowane są dla nich warsztaty oraz spotkania, które przygotowują ich do pisania prac naukowych oraz wystąpień publicznych. Wszystkie aktywności podejmowane przez członków są nadzorowane i wspierane przez koordynatora sekcji. W tabelach 4.3 oraz 4.4 wskazano przykłady opublikowanych prac naukowych oraz wystąpień na konferencjach studentów MiKR realizowanych w ramach działalności w Kole Naukowym Marketingu KolMark.

Tabela 4.3. Publikacje naukowe studentów w ramach działalności w Kole Naukowym Marketingu KolMark

Lp.	Publikacja
1	Bajak, M., Majerczyk, P. (2022). Identification of Areas for Optimising Marketing Communications Via Ai Systems. Scientific Papers of Silesian University of Technology – Organization and Management Series 160, 39-52. DOI: http://dx.doi.org/10.29119/1641-3466.2022.160.3
2	Bajak, M., Spindel, Ł. (2022). Building Consumer Engagement and Loyalty while Traversing the Customer Journey in the Online Space. Scientific Papers of Silesian University of Technology – Organization and Management Series 160, 25-38. DOI: http://dx.doi.org/10.29119/1641-3466.2022.160.2
3	Bajak, M., Kucharczyk, A., Spindel, Ł. (2025). Zapewnienie dostępności witryn internetowych instytucji akademickich dla osób z niepełnosprawnościami [W:] Dąbrowska J. & Manczak I. (red.), Znaczenie interesariuszy zewnętrznych w kształtowaniu doświadczeń organizacji (25-37) Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne.
4	Pawłowski, K. (2022). Implikacje modernizacji połączeń kolejowych pomiędzy Krakowem i Katowicami na podstawie analizy rozkładu jazdy pociągów (13.12.2020–11.12.2021). „Gospodarka Materiałowa i Logistyka” 6, 29-36. doi.org/10.33226/1231-2037.2022.4.4.
5	Pawłowski, K. (2022). Rola transportu kolejowego we wspomaganie transportu lotniczego [W:] M. Mazur (red.), Współczesne trendy w zarządzaniu. Edycja 3. Warszawa: Wydawnictwo AEH.
6	Pawłowski, K. (2023). Dworce Premium i pociągi Express Intercity Premium (EIP) jako nowe standardy na polskim rynku kolejowym. Monografia Studencka „Studentus”. Tarnów: Stowarzyszenie Studentów i Absolwentów Wydziałowej Indywidualnej Ścieżki Edukacyjnej WISE

Tabela 4.4. Udział studentów w konferencjach w ramach działalności w Kole Naukowym Marketingu KolMark

Lp.	Wystąpienia na konferencjach
1	Gwizdała, P.: Konferencja Badawcza "Empiria" organizowana przez Studencki Ruch Naukowy UEK. Referat: „CSR – Strategia grupy Lego” (03.2023).
2	Borek, D.: Konferencja Naukowa Wyzwania wobec komunikacji przedsiębiorstw z otoczeniem, Katedra Marketingu Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie. Referat: „Pandemia COVID-19 jako nowa rzeczywistość tworzenia relacji przedsiębiorstw z otoczeniem” (06.2023).
3	Drożdż, A.: Konferencja Naukowa Wyzwania wobec komunikacji przedsiębiorstw z otoczeniem, Katedra Marketingu Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie. Referat: „Femvertising, czyli jak pozbyć się seksistów ze swojej grupy klientów” (06.2023).
4	Gąsior, O.: Konferencja Naukowa Wyzwania wobec komunikacji przedsiębiorstw z otoczeniem, Katedra Marketingu Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie. Referat: „Zarządzanie komunikacją z otoczeniem w przypadku międzynarodowego skandalu wizerunkowego - analiza przypadku marki Kimono-SKIMS” (06.2023).
5	Grądział, S.: Konferencja Naukowa Wyzwania wobec komunikacji przedsiębiorstw z otoczeniem, Katedra Marketingu Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie. Referat: „Wykorzystanie sztucznej inteligencji w personalizacji komunikacji przedsiębiorstw: Nowe możliwości i wyzwania” (06.2023).
6	Gwizdała, P.: Konferencja Naukowa Wyzwania wobec komunikacji przedsiębiorstw z otoczeniem, Katedra Marketingu Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie. Referat: „Advergaming - nowy poziom komunikacji z klientem” (06.2023).
7	Jankowska, W.: Konferencja Naukowa Wyzwania wobec komunikacji przedsiębiorstw z otoczeniem, Katedra Marketingu Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie. Referat: „Komunikacja marketingowa przedsiębiorstw wobec otoczenia w erze cyfrowej” (06.2023).
8	Kolbusz, A.: Konferencja Naukowa Wyzwania wobec komunikacji przedsiębiorstw z otoczeniem, Katedra Marketingu Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie. Referat: „Komunikacja marek w mediach społecznościowych w sytuacjach kryzysowych” (06.2023).
9	Liput, I.: Konferencja Naukowa Wyzwania wobec komunikacji przedsiębiorstw z otoczeniem, Katedra Marketingu Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie. Referat: „Social Media Marketing - wyzwania oraz możliwości”.
10	Pawłowski, K.: Konferencja Naukowa Wyzwania wobec komunikacji przedsiębiorstw z otoczeniem, Katedra Marketingu Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie. Referat: „Komunikacja marketingowa w usługach transportu kolejowego” (06.2023).

4.4. Założenia, cele i skuteczność prowadzonej polityki kadrowej, z uwzględnieniem metod i kryteriów doboru oraz rekrutacji kadry, sposobów, zasad i kryteriów oceny jakości kadry oraz udziału w tej ocenie różnych grup interesariuszy, w tym studentów, a także wykorzystania wyników oceny w rozwoju i doskonaleniu kadry.

Uczelnia posiada politykę kadrową, która jest jasno określona, a jej procedury są publicznie dostępne i wdrażane. Za politykę kadrową w Uniwersytecie odpowiada Rektor, ale zgodnie z Regulaminem organizacyjnym UEK (Załącznik do Zarządzenia Rektora nr [R.0211.42.2024](#) z dnia 3.10.2024 r.) Dziekan Kolegium jest przełożonym pracowników Kolegium, formułuje i realizuje politykę w zakresie rozwoju kadry naukowej Kolegium. Polityka ta, w odniesieniu do nauczycieli akademickich, realizowana jest zgodnie z Ustawą - Prawo o szkolnictwie wyższym i nauce z dn. 20 lipca 2018 r., Statutem Uczelni, odpowiednimi uchwałami Senatu i zarządzeniami Rektora.

Od października 2020 r. Uczelnia posiada prawo do stosowania Logo HR Excellence, a uzyskanie tego wyróżnienia nadawanego przez Komisję Europejską poprzedzono zostało analizą luk i potrzeb. Aktualnie

powstają rozwiązania zgodne z wytycznymi w tym zakresie zawartymi w Europejskiej Karcie Naukowca ([European Charter for Researchers](#)) oraz Kodeksie Postępowania przy Rekrutacji Pracowników Naukowych (Code of Conduct for the Recruitment of Researchers).

Kadra akademicka UEK rekrutowana jest w drodze konkursowej, a priorytetem jest zatrudnianie do pracy badawczo-dydaktycznej jak najlepszych kandydatów, czemu sprzyjają przyjęte transparentne procedury konkursowe, regulowane Zarządzeniem Rektora nr R.0211.39.2024 w sprawie wprowadzenia wytycznych w zakresie polityki zatrudniania nauczycieli akademickich w Uniwersytecie Ekonomicznym w Krakowie. Wysokość wynagrodzenia jest ściśle określona Regulaminem wynagradzania pracowników UEK wprowadzonym Zarządzeniem Rektora nr [R.0211.29.2024](#) z dnia 1 lipca 2024. Podstawowym warunkiem zatrudnienia nowego nauczyciela w ramach stosunku pracy są oczekiwania dotyczące rozwoju Uczelni i dyscypliny naukowej oraz występujące od dłuższego czasu i przewidywane na następne lata obciążenie (łącznie z ustawowymi godzinami ponadwymiarowymi) dotychczasowych pracowników danej katedry lub jednostki pozakolegialnej, pozwalające zapewnić pensum dla nowo zatrudnianego pracownika. Zatrudnienie może być podjęte dopiero po uzyskaniu pozytywnej decyzji Rektora o przyznaniu etatu lub jego części, poprzedzonej zaopiniowaniem wniosku przez Senacką Komisję ds. Rozwoju Zasobów Ludzkich. Planowaniu zatrudnienia przyświeca osiągnięcie celów programowych, a pracownicy prowadzący zajęcia na kierunku Marketing i komunikacja rynkowa posiadają dorobek naukowo-badawczy powiązany z treściami kształcanego przedmiotu. Każdy z pracowników podlega ocenie bieżącej (przez bezpośredniego przełożonego) i okresowej (co najmniej raz na 4 lata). Wyniki oceny okresowej pracowników służą władzom Uczelni do prowadzenia polityki kadrowej, m.in. w zakresie przedłużania zatrudnienia w przypadku nauczycieli akademickich zatrudnionych na czas określony, zmiany zajmowanego stanowiska, w tym awansu zawodowego, rozwiązania stosunku pracy w przypadku oceny negatywnej. Zgodnie z zapisami Ustawy - Prawo o szkolnictwie wyższym i nauce z dn. 20 lipca 2018 oraz Statutu UEK otrzymanie przez pracownika oceny negatywnej w ramach oceny okresowej może stanowić podstawę rozwiązania z nim stosunku pracy za wypowiedzeniem. Otrzymanie przez pracownika dwóch kolejnych ocen negatywnych skutkuje rozwiązaniem przez Rektora stosunku pracy z tym pracownikiem za wypowiedzeniem.

Ocena okresowa obejmuje ewaluację takich obszarów, jak działalność naukowo-badawcza, dydaktyczna, organizacyjna oraz współpraca z otoczeniem administracyjnym i gospodarczym. Pracownicy samodzielni podlegają ocenie Komisji Senackiej ds. Zasobów Ludzkich, natomiast pracownicy niesamodzielni oceniani są przez Kolegialne Zespoły ds. Rozwoju Kadr. Szczegółowe informacje o aktywności pracowników naukowych i dydaktycznych są gromadzone i uzupełniane w ramach repozytorium danych o dorobku, działalności organizacyjnej i dydaktycznej nauczycieli akademickich w systemie Potencjał UEK (potencjal.uek.krakow.pl). W obszarze oceny jakości działalności dydaktycznej brane są pod uwagę wyniki hospitacji oraz oceny studentów i doktorantów.

W ocenie pracy kadry UEK uczestniczą studenci. Mają oni możliwość wyrażenia swoich opinii na temat każdego zajęcia w formie zestandaryzowanej ankiety internetowej w systemie [USOSweb](#), uruchamianej pod koniec każdego semestru. Wyniki ankiet analizowane są w ramach Kolegiów i Instytutów, a także są udostępniane kierownikom Katedr oraz pracownikom. Na platformie [USOSweb](#) prezentowany jest ranking 10 najwyższej ocenianych katedr i nauczycieli akademickich Instytutu. Osoby najlepiej oceniane przez studentów otrzymują nagrody Rektora za osiągnięcia dydaktyczne. Prowadzona polityka kadrowa Uniwersytetu skutecznie motywuje nauczycieli akademickich do rozwoju naukowego. Stosowane narzędzia procentują zarówno wzrostem liczby promocji doktorskich, jak i powiększaniem się kadry samodzielnych pracowników naukowych.

4.5. System wspierania i motywowania kadry do rozwoju naukowego lub artystycznego oraz podnoszenia kompetencji dydaktycznych. W tym kontekście warto przedstawić awanse naukowe kadry związanej z ocenianym kierunkiem studiów

Celem polityki kadrowej UEK, poza zatrudnieniem pracowników na wysokim poziomie, jest również wspieranie rozwoju zawodowego osób już zatrudnionych, motywowanie nauczycieli akademickich do rozwijania kompetencji dydaktycznych i podnoszenia kwalifikacji naukowych. Ważną rolę w rozwoju kompetencji dydaktycznych kadry do 2020 roku odgrywało Studium Doskonalenia Dydaktyki Akademickiej, wcześniej Studium Doskonalenia Pedagogicznego Asystentów, funkcjonujące na podstawie Zarządzenia Rektora nr R-0201-47/2015 oraz Zarządzenia Rektora nr R- 0201-32/2019. W 2022 roku uruchomiony został nowy program szkoleniowy pod nazwą Szkoła Podstaw Dydaktyki Akademickiej (aktualnie regulowany przez Zarządzenie Rektora nr [R.0211.70.2024](#) w sprawie Zasad organizacji i prowadzenia programu szkoleniowego Szkoła Podstaw Dydaktyki Akademickiej w Uniwersytecie Ekonomicznym w Krakowie), nad którym opiekę administracyjną sprawuje Dział Jakości Kształcenia. Dział Jakości Kształcenia i inne jednostki dydaktyczne UEK pozyskują też w ramach projektów środki zewnętrzne przeznaczone na szkolenia pracowników.

W latach 2018-2024 kadra UEK mogła uczestniczyć w projektach podnoszących kompetencje dydaktyczne, tj. Mistrzowie Dydaktyki, UEK HUB2.0, FIRSTinFERS, LEVEL-UP oraz Cyfrowy UEK. Uczestnicząc w nich nauczyciele akademicki są odpowiednio przygotowani do prowadzenia zajęć z wykorzystaniem metod i technik kształcenia na odległość, czego potwierdzeniem jest powszechne wykorzystywanie platformy Moodle, np. do prowadzenia kursów, zamieszczania materiałów dydaktycznych dla studentów, prowadzenia testów i innych form sprawdzania wiedzy i umiejętności studentów, przeprowadzania egzaminów testowych, bieżącej komunikacji pomiędzy studentami i wykładowcami, w tym także prowadzenia tzw. e-konsultacji. Dodatkowo dzięki szkoleniom przeprowadzonym przez Centrum e- learningu przekształcone w 2024 roku w Dział Rozwoju Dydaktyki i Multimediów oraz stanowisko ds. metodyki e-zajęć działające w strukturze Prorektora ds. Kształcenia i studentów, nauczyciele mogli nabyć kompetencje w zakresie synchronicznego prowadzenia zajęć z wykorzystaniem metod i technik kształcenia na odległość za pomocą takich platformy i MSTEams. Ponadto w ramach szkoleń organizowanych okazjonalnie przez firmę StatSoft Polska sp. z o.o., wykładowcy mają rokrocznie możliwość doszkalania się z zakresu obsługi oprogramowania Statistica.

Zarządzeniem nr [R.0211.74.2021](#) z dnia 9 listopada 2021 r. (z późn. zm.) został utworzony Fundusz Doskonałości Dydaktycznej podlegający Prorektorowi ds. Kształcenia i Studentów, którego celem jest wspieranie doskonalenia kompetencji dydaktycznych pracowników Uczelni uczestniczących w procesie kształcenia i podnoszenie jakości kształcenia na Uczelni, w szczególności poprzez rozwój oraz unowocześnienie metodyki i form prowadzenia zajęć dydaktycznych.

Władze Uczelni wspierają i motywują kadre do rozwoju naukowego, wykorzystując w tym celu wewnętrzne programy i stosowne regulacje prawne. Należą do nich np. nagrody Rektora za osiągnięcia naukowe, dydaktyczne i organizacyjne (opiniowane przez Radę Kolegium oraz właściwe komisje senackie), a także dodatki motywacyjne dla nauczycieli akademickich za osiągnięcia naukowe istotne z punktu widzenia ewaluacji działalności naukowej Uczelni związane z publikacjami wydanymi w latach 2024-2025, przyznawane zgodnie z Zarządzeniem Rektora Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie nr [R.0201.27.2025](#) z dnia 15 maja 2025 roku. Informacje nt. nauczycieli akademickich realizujących zajęcia na kierunku MiKR w latach 2018-2025 wyróżnionych nagrodą Rektora UEK/ Ministra znajdują się w Załączniku uzupełniającym 4.I. Utworzony został także Fundusz Doskonałości Naukowej z czterema programami grantów wewnętrznych: Prolog, Potencjał, Program Doskonałość Badawcza i Program Wsparcie aktywności Publikacyjnej.

Władze UEK wspierają inicjatywy pracowników dotyczące organizacji konferencji, umożliwiają korzystanie z urlopów doktorskich i naukowych, zgodnie Regulaminem Pracy UEK (załącznik do Zarządzenia Rektora nr R-0201-41/2019). Elementem motywującym pracowników są także możliwości zmniejszenia wysokości pensum w przypadku realizacji grantów badawczych Zarządzeniem Rektora nr

[R.0211.60.2023](#). Stosowane instrumenty motywacyjne są również ukierunkowane na umiędzynarodowienie procesu kształcenia, czego wyrazem jest wspieranie wyjazdów zagranicznych pracowników w celu ich rozwoju dydaktycznego, ale i naukowego. Uczelnia wspiera także realizację prac awansowych poprzez stworzenie możliwości publikacji monografii (jak również skryptów czy podręczników) finansowanych ze środków uczelni w uczelnianym wydawnictwie.

4.6. Spełnienie reguł i wymagań w zakresie doboru nauczycieli akademickich i innych osób prowadzących zajęcia oraz obsady zajęć

Zgodnie z Ustawą - Prawo o szkolnictwie wyższym i nauce z dn. 20 lipca 2018 r. pierwsze zatrudnienie nauczyciela akademickiego na czas nieokreślony lub określony dłuższy niż 3 miesiące, w wymiarze przekraczającym połowę pełnego wymiaru czasu pracy następuje w drodze konkursu otwartego, którego procedurę określono w §55 Statutu UEK. Ogłoszenie konkursowe publikowane jest na stronach internetowych UEK, Ministerstwa oraz na portalu Komisji Europejskiej dla mobilnych naukowców - Euraxess. Podstawowe wymagania wobec kandydatów na nauczycieli akademickich w UEK zawarto m.in. w Statucie UEK (§50), który określa je dla poszczególnych stanowisk (profesora, profesora uczelni, adiunkta, asystenta, starszego wykładowcy i innych). Możliwe jest wprowadzenie w ogłoszeniu o konkursie dodatkowych wymagań, niezbędnych dla zatrudnienia na danym stanowisku. Zgodnie z zarządzeniami Rektora UEK w sprawie zasad zatrudniania i awansowania pracowników w UEK (nr R-0201-37/2017 z dnia 11 września 2017 r., nr R-0201-50/2017 z dnia 20 grudnia 2017 r. oraz nr R-0201-20/2019 z dnia 3 czerwca 2019 r. oraz Zarządzenia Rektora Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie nr R.0211.39.2024 z dnia 13 września 2024 roku) przy zatrudnianiu na stanowisku asystenta preferowane są osoby ze stopniem naukowym doktora. Wymagania wobec kandydatów, ich kompetencji i doświadczenia uzależnione są także od grupy pracowniczej, w której prowadzona jest rekrutacja. Przykładowo przy naborze na stanowisko asystenta w grupie pracowników badawczo-dydaktycznych poszukiwane są osoby posiadające predyspozycje do prowadzenia prac badawczych i przygotowanie do pracy dydaktycznej.

Wyłonione w drodze otwartego konkursu osoby zatrudniane są zgodnie z Ustawą - Prawo o szkolnictwie wyższym i nauce z dn. 20 lipca 2018 r. Pierwsza umowa o pracę z nauczycielem akademickim uczelni jest zawierana w przypadku asystenta na rok, a w przypadku adiunkta na 2 lata. Druga umowa o pracę - po uzyskaniu pozytywnej oceny okresowej - jest umową na czas nieokreślony. Rozwiązanie stosunku pracy z nauczycielem odbywa się zgodnie Kodeksem pracy z dnia 26 czerwca 1974 r. i z Ustawą - Prawo o szkolnictwie wyższym i nauce z dn. 20 lipca 2018 r.

Zalecenia dotyczące kryterium 4 wymienione w uchwale Prezydium PKA w sprawie oceny programowej na kierunku studiów, która poprzedziła bieżącą ocenę (jeżeli dotyczy)

Lp.	Zalecenia dotyczące kryterium 4 wymienione we wskazanej wyżej uchwale Prezydium PKA	Opis realizacji zalecenia oraz działań zapobiegawczych podjętych przez uczelnię w celu usunięcia błędów i niezgodności sformułowanych w zaleceniu o charakterze naprawczym
1.	brak	

Kryterium 5. Infrastruktura i zasoby edukacyjne wykorzystywane w realizacji programu studiów oraz ich doskonalenie

5.1. Stan, nowoczesność, rozmiar i kompleksowość bazy dydaktycznej i naukowej służącej realizacji zajęć oraz działalności naukowej na kierunku *Marketing i Komunikacja Rynkowa*

Zajęcia na kierunku Marketing i komunikacja rynkowa realizowane są w ramach istniejącej na Uniwersytecie Ekonomicznym w Krakowie infrastruktury, którą tworzy kampus tego Uniwersytetu, o ogólnej powierzchni wynoszącej 71 722 m² zlokalizowany przy ul. Rakowickiej 27 w Krakowie. Zarówno kampus, jak i obiekty znajdujące się na jego obszarze, stanowią własność Uczelni. Całość budynków zlokalizowana jest na jednym, ogrodzonym terenie w centralnej części Krakowa w bezpośredniej bliskości centrum komunikacyjnego – krakowskiego dworca kolejowego i autobusowego; kampus jest też doskonale skomunikowany z pozostałymi częściami miasta. Teren kampusu zabudowany jest dwudziestoma budynkami, w tym jedenastoma z funkcją dydaktyczną. Pozostałe budynki przeznaczone są pod obsługę administracyjną oraz magazynowo - gospodarczą. Kampus tworzą budynki dydaktyczne, w których znajdują się: sale wykładowe, sale ćwiczeniowe, laboratoria językowe, laboratoria komputerowe oraz obiekty sportowe. Szczegółowy wykaz sal dydaktycznych wraz z ich wyposażeniem został zamieszczony w Załączniku uzupełniającym 5.A.

Wszystkie sale dydaktyczne (wykładowe i ćwiczeniowe) wyposażone są w projekторы multimedialne i tablice. Dodatkowo w laboratoriach językowych i salach w Pawilonie G są tablice multimedialne.

W [obiektach sportowych](#) na terenie kampusu realizowane są zajęcia z wychowania fizycznego. Hala widowiskowo-sportowa o powierzchni 1 400 m², z możliwością dzielenia na trzy sektory, z liczbą 880 miejsc na trybunach ma pełnowymiarowe boiska do gry w koszykówkę, siatkówkę, piłkę ręczną, piłkę halową, badmintonu czy tenisa ziemny. Wyposażona jest w nagłośnienie umożliwiające prowadzenie zajęć fitness, zegary sportowe umożliwiające przeprowadzanie zawodów sportowych oraz sprzęt sportowy do prowadzenia zajęć dydaktycznych, oraz basen o wymiarach 24,9 m długości, 12,5 m szerokości i głębokości od 1,2 m do 1,95 m. Pływalnia wyposażona jest w zegary basenowe, nagłośnienie, sprzęt sportowy do nauki pływania, doskonalenia pływania i prowadzenia zajęć fitness; siłownia – pomieszczenie wyposażone w półprofesjonalny sprzęt sportowy firm: Kettler, Life Fitness, Concept.

Wśród licznych inwestycji infrastrukturalnych, jakie w ostatnim czasie zostały zrealizowane na Kampusie Uczelni, centralne miejsce zajmuje [nowoczesne Forum UEK](#), które zostało oddane do użytku w dniu 18 czerwca 2021 r. Przestrzeń Forum UEK składa się z wielofunkcyjnej platformy oraz trybun dla ok. 150 osób. Pod budynkiem z kolei przygotowano miejsca postojowe dla ponad 50 samochodów (w formie garażu otwartego). Jako platforma dla organizowanych przez cały rok imprez, typu targi, wystawy, koncerty, a także jako enklawa oferująca możliwości pasywnego i aktywnego odpoczynku na świeżym powietrzu, przestrzeń Forum może być dostosowana do konkretnych wymagań – np. poprzez instalację boisk sportowych do koszykówki, siatkówki, tenisa ziemnego oraz stołów do tenisa stołowego, a także strefy aktywności dla innych rodzajów ćwiczeń, takich jak gry plenerowe. Forum ma zachęcać pracowników, studentów oraz gości do integracji, aby dynamika kultury uniwersyteckiej widoczna była nie tylko z perspektywy sal wykładowych, ale i poprzez przestrzenie rekreacyjne i inne aktywne pola zachęcające zarówno do różnorodnego funkcjonowania w życiu Uniwersytetu, jak i do oddziaływania poprzez aktywności ruchowe oraz intelektualne na zewnątrz. Cały kompleks został uzupełniony o budynek zaplecza zawierający pomieszczenia do przechowywania sprzętu sportowego, magazyny oraz toalety, w tym dla osób z niepełnosprawnościami.

Uniwersytet jest obecnie w fazie przygotowywania nowych inwestycji, które w ciągu najbliższych 2 - 4 lat w znacznym stopniu poprawią warunki obsługi i pracy studentów. Wśród planowanych przedsięwzięć wskazać należy przede wszystkim budowę [nowego Centrum Obsługi Studentów](#) (planowane zakończenie inwestycji – 2026 r.), które oferować będzie nowoczesną infrastrukturę dla zintegrowanego

dziekanatu oraz różnych jednostek administracyjnych zorientowanych na administrację procesu dydaktycznego (m.in. Dział Jakości Kształcenia, [Biuro ds. Osób z Niepełnosprawnościami \(BON\)](#), [Biuro ds. Relacji z Absolwentami](#)). Projektowany jest również nowy budynek dydaktyczny o powierzchni ponad 15 000 m².

5.2. Infrastruktura i wyposażenia instytucji, w których prowadzone są zajęcia poza uczelnią oraz praktyki zawodowe (w przypadku, gdy w planie studiów na ocenianym kierunku zostały uwzględnione praktyki zawodowe)

Ze względu na brak zajęć w instytucjach poza uczelnią ten problem nie dotyczy UEK. Natomiast, jeżeli chodzi o studenckie praktyki zawodowe na kierunku Marketing i komunikacja rynkowa, to z raportów z praktyk sporządzanych przez studentów wynika, że infrastruktura i wyposażenie organizatora praktyki pozwalały na jej przeprowadzenie zgodnie z wymogami wynikającymi z Zarządzenia Rektora UEK.

5.3. Dostęp do technologii informacyjno-komunikacyjnej (w tym Internetu a także platformy e-learningowej, w przypadku, gdy na ocenianym kierunku prowadzone jest kształcenie z wykorzystaniem metod i technik kształcenia na odległość) oraz stopień jej wykorzystania w procesie nauczania i uczenia się studentów oraz w działalności i komunikacji naukowej

Profesjonalne wsparcie procesów dydaktycznych na UEK za pomocą metod i technik kształcenia na odległość realizowane jest od 2006 r. przez Dział Rozwoju Dydaktyki i Multimediów oraz stanowisko ds. metodyki e-zajęć. Włączenie działań e-edukacyjnych na UEK do Uczelnianego Systemu Zapewnienia Jakości Kształcenia zostało wpisane w strategię UEK na lata 2012-2020, Strategię UEK 2021-24 oraz najnowszą [Strategię Rozwoju UEK na lata 2025-32](#).

Działania te możliwe są dzięki utrzymaniu i ciągłemu doskonaleniu w pełni funkcjonalnej i profesjonalnie zarządzanej platformy zdalnego nauczania Moodle, na której indywidualne konta (tj. spersonalizowany i autoryzowany dostęp) posiadają wszyscy studenci i nauczyciele akademicy UEK (konta zakładane są automatycznie z wykorzystaniem ogólnouniwersyteckich osobowych baz danych). Analogiczna sytuacja dotyczy wykorzystywanych w UEK platform wideokonferencyjnych – w latach 2020-2021 była to platforma Zoom, a od października 2021 r. platforma Microsoft Teams. Zasady wykorzystania platformy MS Teams do prowadzenia zajęć na odległość, a e-platformy Moodle jako narzędzia wspomagającego tradycyjny sposób nauczania przedstawiono w kryterium 2.3.

Zarządzenie Rektora nr [R-121-78/2008](#) z dnia 28 listopada 2008 r. obliguje każdego nauczyciela akademickiego UEK do posiadania elektronicznej wizytówki ([e-wizytówka](#)) na platformie Moodle. Stanowi ona podstawową płaszczyznę komunikacji ze studentami. Nauczyciele zdalnie prowadzą również konsultacje (e-konsultacje) i mogą to robić z wykorzystaniem dowolnego kanału komunikacji, w tym w ramach e-platformy. Znakomita część nauczycieli UEK wykorzystuje platformę Moodle albo do tworzenia elektronicznych repozytoriów materiałów i pomocy dydaktycznych, wspomagających tradycyjnie realizowane zajęcia, albo do aktywnego i planowego włączania pracy zdalnej studentów w proces kształcenia na danym kierunku studiów. Obecnie na tej platformie zarejestrowanych jest ok. 19,5 tys. kursów, z czego aktywnych (w różnych wersjach i rocznikach) pozostaje ok. 8 tys.

Przy logowaniu się do systemów administrowanych bezpośrednio przez uczelnię (np. [USOSweb](#), APD, poczta elektroniczna, WiFi) wykorzystywane są dane przechowywane w systemie LDAP – bezpośrednio lub w połączeniu z systemem CAS ([Central Authentication Service](#)). Dane do systemu LDAP pobierane są z bazy studentów, dostępnej w systemie dziekanatowym [USOSweb](#). Login studenta oraz adres jego poczty elektronicznej generowany jest automatycznie (w oparciu o numer albumu studenta) w momencie przyjmowania go na uczelnię. Student samodzielnie zarządza swoim hasłem (jego zmianą lub resetowaniem) z wykorzystaniem [serwisu „Studenci”](#). W przypadku systemów zewnętrznych (Office 365,

Zoom) loginem jest adres pocztowy w domenie UEK, a tworzenie i resetowanie hasła oraz uwierzytelnianie studenta odbywa się z wykorzystaniem mechanizmów tych systemów. Pomoc na temat instalacji, konfiguracji i korzystania z poszczególnych systemów i usług dostępna jest [w jednym miejscu](#).

Działalność i komunikacja naukowa oparte są na kilku kluczowych źródłach. [Portal Nauka](#) agreguje informacje o działalności naukowej, przedstawia kwestie organizacyjne i awansowe, informacje o promocjach doktorskich i habilitacyjnych oraz dostępnych konkursach i stypendiach. Sekcja Rozwój Naukowy, koncentruje się na informacjach niezbędnych dla pracowników (np. [warunkach uzyskiwania urlopów naukowych](#) lub [obniżeniu pensum](#)) oraz informacjach o [studenckim ruchu naukowym](#). Biblioteka Główna UEK prowadzi autorski [portal naukowy Dorobek](#), przedstawiający osiągnięcia publikacyjne pracowników UEK, pozwalający na analizy z poziomu Uczelni, Kolegium, Instytutów, katedr i indywidualnych pracowników, generowanie raportów wg różnych kryteriów, zarówno w języku polskim jak i [angielskim](#). Dział Wsparcia Projektów prowadzi [portal Granty](#), na którym zawarto informacje dotyczące dostępnych grantów wewnętrznych (np. uczelniany program [Doskonałość Badawcza](#) lub [Wsparcie Aktywności Publikacyjnej](#)), grantów krajowych (NCN, NCBiR, NAWA), [nabory do grantów międzynarodowych](#), oraz informacje o [grantach instytucjonalnych](#). Biblioteka monitoruje możliwości publikacji w czasopismach, np. możliwościach [publikowania otwartego](#) (open access).

Osoby zainteresowane i aktualni doktoranci zyskują informacje przez [portal Centrum Kształcenia Doktorantów](#), a studenci mogą dzielić się swoimi osiągnięciami naukowymi dzięki inicjatywie [Monografii Studenckich](#).

5.4. Udogodnienia w zakresie infrastruktury i wyposażenia dostosowane do potrzeb studentów z niepełnosprawnościami

W ramach wdrażania [uczelnianej polityki dostępności](#) zestaw sal dydaktycznych dla osób z niepełnosprawnościami kształtuje się następująco:

- 1) Budynek Główny – budynek posiada dwa wejścia, jedno główne oraz drugie znajdujące się z tyłu budynku zapewniające możliwość ruchu osób poruszających się na wózkach inwalidzkich. Dostęp do windy jest możliwy z poziomu 0, do którego osoby z niepełnosprawnościami mogą dostać się poprzez podnośnik obsługiwany przez portiera. Komunikacja pionowa w budynku – jedna winda i trzy klatki schodowe. Korytarze i hol umożliwiają swobodne poruszanie się. W budynku znajdują się na każdej kondygnacji toalety dla osób z niepełnosprawnościami. W holu głównym znajduje się portiernia, w której można uzyskać pomoc i informację. Z tyłu budynku znajdują się 2 miejsca parkingowe dla OzN (przy Forum UEK). Obiekt jest dostępny dla osoby korzystającej z psa asystującego. Na 3 piętrze znajduje się krzesło ewakuacyjne.
- 2) Pawilon A/B/C/E – obiekt składa się z czterech budynków. Posiada trzy wejścia, dwa boczne do Pawilonu A i B i jedno główne do Pawilonu C z podjazdem zapewniającym możliwość ruchu dla osób poruszających się na wózkach inwalidzkich, od którego jest bezpośredni dostęp do windy. Drzwi nie są otwierane automatycznie. Wejście do Pawilonu E odbywa się przez Pawilon C i B. Komunikacja pionowa w budynku - dwie windy umożliwiające poruszanie pomiędzy każdym z Pawilonów (ABCE) i cztery klatki schodowe. Korytarze i hol umożliwiają swobodne poruszanie się. W budynku znajdują się na każdej kondygnacji toalety dla osób z niepełnosprawnościami. W holu głównym Pawilonu C znajduje się portiernia, w której można uzyskać pomoc i informację. W Nowej Auli w Pawilonie C znajduje się pętla indukcyjna. Najbliższe miejsca parkingowe dla OzN znajdują się przy dawnym Pawilonie D oraz przy Forum UEK. Obiekt jest dostępny dla osoby korzystającej z psa asystującego. Przy portierni w pawilonie C znajdują się defibrylator AED. Na ostatnich piętrach pawilonu B i A znajdują się krzesła ewakuacyjne.
- 3) Pawilon F – budynek posiada dwa wejścia, jedno główne zapewniające możliwość ruchu osób poruszających się na wózkach inwalidzkich, od którego jest bezpośredni dostęp do wind oraz drugie znajdujące się z tyłu pawilonu. Drzwi przy wejściu głównym otwierają się automatycznie.

Komunikacja pionowa w budynku – cztery windy i dwie klatki schodowe. Korytarze i hol umożliwiają swobodne poruszanie się. W budynku na poziomach nr 0, 2, 4, i 6 znajdują się toalety dla osób z niepełnosprawnościami, na parterze znajduje się również pokój dla rodzica z dzieckiem. W holu głównym znajduje się portiernia, w której można uzyskać pomoc i informację. Na najniższym poziomie pawilonu znajdują się miejsca parkingowe. Obiekt jest dostępny dla osoby korzystającej z psa asystującego. W pawilonie znajdują się dwa krzesła ewakuacyjne – na 3 i 6 piętrze.

- 4) Pawilon G – budynek ma jedno wejście, posiadające podjazd dla wózków inwalidzkich, drzwi nie otwierają się automatycznie. Od wejścia jest bezpośredni dostęp do windy. Komunikacja pionowa w budynku – jedna winda i jedna klatka schodowa. Korytarze i hol umożliwiają swobodne poruszanie się. W budynku znajdują się na każdej kondygnacji toalety dla osób z niepełnosprawnościami. W holu głównym znajduje się portiernia, w której można uzyskać pomoc i informację. Przy budynku znajdują się 2 miejsca parkingowe dla OzN. Obiekt jest dostępny dla osoby korzystającej z psa asystującego.
- 5) Budynek Ustronie – budynek posiada cztery wejścia: główne z przodu budynku niedostępne dla osób poruszających się na wózku, jedno z tyłu budynku zapewniające możliwość ruchu osób poruszających się na wózkach (windą) oraz dwa boczne znajdujące się z tyłu budynku – w tym jedno z windą. Komunikacja pionowa w budynku – dwie windy i trzy klatki schodowe. W budynku znajdują się na każdej kondygnacji toalety dla osób z niepełnosprawnościami. W holu głównym znajduje się portiernia, w której można uzyskać pomoc i informację. Przy budynku znajdują się 2 miejsca parkingowe dla OzN. Obiekt jest dostępny dla osoby korzystającej z psa asystującego. W budynku na ostatnim piętrze znajduje się krzesło ewakuacyjne.
- 6) Pawilon S (sportowy) – budynek posiada dwa wejścia, jedno główne, które umożliwia ruch osób poruszających się na wózkach, od którego jest bezpośredni dostęp do windy i drugie znajdujące się z tyłu budynku, posiadające podjazd dla osób poruszających się na wózkach inwalidzkich. Komunikacja pionowa w budynku – jedna winda i dwie klatki schodowe. Korytarze i hol umożliwiają swobodne poruszanie się. W budynku znajdują się na każdej kondygnacji toalety dla osób z niepełnosprawnościami. W holu głównym znajduje się portiernia, w której można uzyskać pomoc i informację. W salach nr 7 i 8 znajdują się pętle indukcyjne. Przy budynku znajdują się 2 miejsca parkingowe dla OzN. Obiekt jest dostępny dla osoby korzystającej z psa asystującego.

Dokładny opis dostępności architektonicznej umieszczony jest na [stronie Biura ds. Osób z Niepełnosprawnościami](#).

Dotychczasowy Budynek D, będący m.in. siedzibą BON, został rozebrany w 2023 roku, a na jego miejscu powstaje [nowe Centrum Obsługi Studentów](#) (planowane zakończenie inwestycji – druga połowa 2026 r.). Nowy budynek oferować będzie nowoczesną infrastrukturę dla zintegrowanego dziekanatu oraz różnych jednostek administracyjnych zorientowanych na administrację procesu dydaktycznego (m.in. Dział Jakości Kształcenia, [Biuro ds. Osób z Niepełnosprawnościami \(BON\)](#), [Biuro ds. Relacji z Absolwentami](#)).

Zajęcia sportowe dla osób z niepełnosprawnościami prowadzi [Biuro ds. Osób z Niepełnosprawnościami \(BON\)](#). Odbywają się one na pływalni. Studium Wychowania Fizycznego i Sportu realizuje zajęcia uzupełniające, dostosowane indywidualnie do danej niepełnosprawności studenta. Prowadzone są one w sali rekreacyjnej i obejmują ćwiczenia rozciągające, wzmacniające i poprawiające koordynację ruchu.

Studenci z niepełnosprawnościami mogą ubiegać się o zezwolenie na wjazd i parkowanie na terenie Uczelni. Specjalnie oznaczone miejsca parkingowe znajdują się przy: Budyńku Głównym, Bibliotece Główniej, Pawilonie A, Budyńku Ustronie, Pawilonie S oraz parkingu podziemnym Pawilonu F.

W ramach prowadzonych remontów przygotowano osobne toalety przystosowane dla osób z niepełnosprawnością ruchu. Z kolei w akademiku Merkury są przygotowane cztery miejsca dostosowane do potrzeb osób z niepełnosprawnością ruchu.

W ramach [form wsparcia dla studentów słabosłyszących/głuchych](#), na kampusie UEK zainstalowane zostały pętle indukcyjne służące osobom słabosłyszącym wspomagającym się aparatami słuchowymi. Pętle znajdują się w sali 6 w pawilonie G oraz w Nowej Auli w pawilonie C.

W lepszej orientacji w przestrzeni pomagają brajlowskie plany terenu Kampusu, znajdujące się aktualnie (wobec wyburzenia pawilonu D) przy portierni Pawilonu C. Na kampusie wprowadzony został system oznaczeń tabliczkami z alfabetem Braille'a z numerami sal wykładowych, pokoi katedralnych, dziekanatów, sekretariatów oraz innych ważnych dla studentów pomieszczeń. Większość wind posiada oznakowanie w alfabecie Braille'a oraz system komunikatów głosowych informujących o kierunku jazdy i aktualnym piętrze. Zewnętrzna infrastruktura komunikacyjna posiada zniwelowane krawężniki, zaś przy przejściach dla pieszych wbudowana została kostka z wypustkami.

Dzięki wdrażaniu [uczelnianej polityki dostępności](#), strona internetowa [Uczelni](#) oraz strony jednostek, m.in. [Biura ds. Osób z Niepełnosprawnościami](#) czy serwisy [Biblioteki Głównej](#) są dostosowane do potrzeb osób z niepełnosprawnością wzroku, a coraz więcej stron, np. [Centrum Obsługi Studentów](#), dostosowane są również do potrzeb osób z problemami słuchu (dzięki systemowi czytnika ekranu). Dodatkowo, BON zapewnia dostosowanie materiałów dydaktycznych do potrzeb studentów. W Biurze można wypożyczyć dyktafony, powiększalniki oraz monookulary. W siedzibie Zrzeszenia Studentów Niepełnosprawnych do dyspozycji studentów jest skaner Plustek OpticBook 3600 Plus wraz z niezbędnym oprogramowaniem. Dla potrzeb studentów, którzy mają zajęcia w laboratoriach komputerowych, przygotowano stanowiska wyposażone w program powiększający i udźwiękowienia Lunar Plus.

W Bibliotece znajdują się stoły do pracy indywidualnej dla czytelników z niepełnosprawnością ruchową, są one zlokalizowane w Oddziale Informacji i Dokumentacji, Czytelni Głównej oraz Sali Katalogowej. W Czytelni Głównej dostępne są 4 budki akustyczne, które dają możliwość zapewnienia niewielkiego miejsca wyciszenia, co pozwala na chwilowe odizolowanie od nadmiaru bodźców. W Wypożyczalni zamontowano stanowiskową pętlę indukcyjną, a stanowiska do samodzielnego wypożyczania i zwrotów (self-check) posiadają czytniki z regulacją wysokości. Student naszej Uczelni posiadający orzeczenie o stopniu niepełnosprawności ma prawo do: bycia obsłużonym poza kolejnością, wypożyczenia 10 książek na okres 2 miesięcy, wyznaczenia osoby upoważnionej na okres co najmniej 1 roku do wypożyczania książek w jego imieniu - student wypełnia upoważnienie i podpisany skan [przesyła na adres email](#). Dane studenta weryfikowane są w [Biurze ds. Osób z Niepełnosprawnościami \(BON\)](#). Przy pierwszym odbiorze książek następuje weryfikacja danych osoby upoważnionej.

UEK posiada dwa domy studenckie, z których:

- 1) Dom Studencki „Fafik” – posiada jedno wejście niedostosowane dla osób z niepełnosprawnościami. Komunikacja pionowa w budynkach – klatka schodowa. Korytarze i hol umożliwiają swobodne poruszanie się. W budynku nie ma toalety dla osób z niepełnosprawnościami. W holu znajduje się portiernia, w której można uzyskać pomoc i informację. Przy budynku znajdują się miejsca parkingowe. Obiekt jest dostępny dla osoby korzystającej z psa asystującego;
- 2) Dom Studencki „Merkury” – posiada jedno wejście z pochylnią zapewniającą możliwość ruchu osób poruszających się na wózkach inwalidzkich, od którego jest bezpośredni dostęp do windy. Komunikacja pionowa w budynku – dwie windy i dwie klatki schodowe. Korytarze i hol umożliwiają swobodne poruszanie się. W budynku znajduje się pokój dla osób z niepełnosprawnościami wraz z dostosowaną łazienką i toaletą. W holu głównym znajduje się portiernia, w której można uzyskać pomoc i informację. Przy budynku znajdują się miejsca parkingowe. Obiekt jest dostępny dla osoby korzystającej z psa asystującego.

Na stronach internetowych UEK dostępne są treści w Polskim Języku Migowym (PJM). Obejmuje to m.in. informacje o procesie rekrutacji, przyjęciu na studia, opisie kierunków kształcenia, a także o dostępnym wsparciu edukacyjnym. Dla osób Głuchych, które chcą skontaktować się z uniwersytetem, uruchomiono specjalny numer telefonu, pod którym można połączyć się w formie wideo rozmowy i prowadzić rozmowę w PJM (numer telefonu to: 881-921-211). Dzięki tym działaniom Uniwersytet staje się

bardziej dostępny dla osób z niepełnosprawnością słuchu, zapewniając im swobodny dostęp do informacji i możliwość komfortowej komunikacji.

W celu poprawy komunikacji i precyzji w przekazywaniu ważnych informacji na stronie głównej Uczelni wprowadzono dokument opisujący podstawowe dane o Uczelni w tekście łatwym do czytania i zrozumienia (ETR)- ang. easy-to-read.

5.5. Dostępność infrastruktury, w tym aparatury naukowej, oprogramowania specjalistycznego i materiałów dydaktycznych, w celu wykonywania przez studentów zadań wynikających z programu studiów w ramach pracy własnej

Uczelnia dysponuje 13 pracownikami stacjonarnymi oraz 2 laboratoriami mobilnymi.

- 1) Pracownie stacjonarne wyposażone są w 86-calowe monitory interaktywne z możliwością bezprzewodowej prezentacji, zarówno przez prowadzącego, jak i indywidualnie z każdego stanowiska komputerowego. Takie rozwiązanie wspiera aktywne uczestnictwo studentów w zajęciach i ułatwia prowadzenie nowoczesnych form dydaktyki.
- 2) Laboratoria mobilne zostały zaprojektowane z myślą o maksymalnej elastyczności. Wyposażone w zestawy nowoczesnych laptopów pozwalają na szybkie przekształcenie tradycyjnej sali dydaktycznej w pełnowartościowe laboratorium komputerowe, a studenci otrzymują dostęp do niezbędnych narzędzi cyfrowych zawsze wtedy, gdy wymaga tego program zajęć.
- 3) Łącznie uczelnia dysponuje 405 komputerami stacjonarnymi i 60 laptopami. Sprzęt jest regularnie modernizowany, a oprogramowanie aktualizowane tak, aby zapewnić komfortowe i bezpieczne warunki pracy dla kształcenia studentów.

W salach komputerowych studenci mają do dyspozycji następujące oprogramowanie (w tym oprogramowanie systemowe i narzędziowe):

- 1) Systemy operacyjne i pakiety biurowe: Windows 10, Windows 11, Office 2021, Office 365, Office 2025 oraz LibreOffice;
- 2) Programy: Python, VirtualBox, Putty, Cisco Packet Tracer, RStudio, AutoCAD 2026, Microsoft SQL Server 2019, MAXQDA 24, PyCharm CE 2024, Gretl, Visual Studio, Node.js, Statistica 13, Symfonia, Git, R for Windows, ArcGIS, Dev -C++, Anaconda, Comarch Optima, Project Professional 2024, Comarch ERP XL (Sala 09), SPSS Statistics, GranttProject, MySQL Server, GeoDa, Altair RapidMiner, Microsoft Power BI desktop, Gimp, Adobe Reader, Notepad++, Docear, Balsamiq, Archi, Citavi 6, WinSCP,
- 3) W ramach dostępnej licencji Microsoft Office 365 pracownicy i studenci UEK mają dostęp do najnowszej wersji pakietu biurowego MS Office 365 na pięciu stanowiskach oraz aplikacje i usługi w chmurze:
- 4) Office 365 A1 for faculty: Viva Learning Seeded, Project for Office (Plan E1), Common Data Service, Education Analytics, Microsoft Kaizala Pro, Whiteboard (Plan 1), Office Mobile Apps for Office 365, To-Do (Plan 2), Azure Active Directory Basic for Education, School Data Sync (Plan 1), Microsoft Stream for Office 365 E3, Microsoft Teams, Microsoft StaffHub, Power Automate for Office 365, Power Apps for Office 365, Azure Rights Management, Microsoft Forms (Plan 2), Microsoft Planner, Sway, Yammer for Academic, Office for the Web for Education, Exchange Online (Plan 1);

Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie umożliwia pracownikom oraz studentom dostęp do profesjonalnego oprogramowania firmy Microsoft w ramach licencji pakietu Microsoft Azure Dev Tools for Teaching (ADT4). W skład tego oprogramowania wchodzi między innymi: najnowsze wersje systemów operacyjnych Windows Desktop (Windows 11, Windows 10), Windows Server, narzędzia developerskie, oprogramowanie bazodanowe (Ms SQL Server), narzędzia do wizualizacji danych oraz oprogramowanie do analizy danych.

Pracownicy i studenci UEK mogą również korzystać z bezpłatnej licencji (po uprzednim zarejestrowaniu konta) oprogramowania projektowego firmy AutoDesk.

5.6. System biblioteczno-informacyjny uczelni

[Biblioteka Główna UEK](#), jako jednostka pomocnicza w procesie nauczania, posiada bogaty zbiór książek, czasopism, dokumentów elektronicznych i specjalistycznych baz danych, tematycznie związanych z dyscyplinami naukowymi wykładanymi na Uczelni. Są to głównie materiały z zakresu ekonomii, zarządzania, marketingu, finansów, prawa, administracji, a także informatyki i nauk technicznych. Biblioteka posiada również zbiór słowników i ogólnych informatorów naukowych. Działalność Biblioteki Głównej dla studentów, doktorantów i pracowników oparta jest na [5 kluczowych jednostkach](#), zatrudniających najwyższej klasy specjalistów.

W zbiorach Biblioteki oraz dwóch bibliotek zakładowych, stanowiących system biblioteczno-informacyjny UEK, znajduje się (stan na ostatni dzień raportowania - 10 grudnia 2024 r.):

1. 302799 wol. wydawnictw zwartych;
2. 50943 wol. wydawnictw ciągłych drukowanych;
3. 3292 wol. zbiorów specjalnych.

Ponadto, Biblioteka zapewnia dostęp do zasobów on-line:

1. 34327 tytułów czasopism elektronicznych,
2. 484764 książek elektronicznych,

w ramach 141 baz danych (bibliograficznych, pełnotekstowych, faktograficznych, statystycznych, multimedialnych).

W Bibliotece Głównej do dyspozycji pracowników naukowych i studentów znajdują się: Czytelnia Główna, Oddział Informacji i Dokumentacji, Sala Katalogowa, Strefa Cichej Pracy, Pokój Pracy Zespołowej, Strefa Bibliorelax a także Wypożyczalnia, w ramach której realizowana jest usługa wypożyczeń międzybibliotecznych. W sumie dostępnych jest 350 miejsc dla czytelników do korzystania ze zbiorów bibliotecznych, w tym 35 miejsc przystosowanych dla osób z niepełnosprawnościami tak narządów ruchu, jak i wzroku. Biblioteka posiada 101 komputerów, w tym 34 dostępnych dla czytelników (33 podłączone do Internetu). Na komputerze odłączonym od sieci znajduje się archiwum wszystkich prac doktorskich broniących na Uczelni. Dostęp do sieci wi-fi jest możliwy dzięki sieci eduroam.

Agendy udostępniające zbiory obsługują użytkowników w trybie dwuzmianowym, do późnych godzin wieczornych. W okresie sesji, na terenie Biblioteki studenci mogą korzystać dodatkowo z Czytelni Sesyjnej, która oferuje dostęp do zdigitalizowanych podręczników w czasie od zamknięcia Biblioteki, do godz. 21:00.

Dzięki przeprowadzonym remontom w Strefie Cichej Pracy we współpracy z firmą ABB oraz generalnemu remontowi Czytelni Głównej użytkownicy mogą korzystać ze specjalnie przygotowanych stref do pracy cichej, a także do pracy zespołowej jak również stref pozwalających na relaks. Dzięki takim zmianom każdy z użytkowników znajdzie miejsce w Bibliotece Głównej.

W 2023 r. po decyzji MEiN o wykluczeniu z licencji krajowej części kolekcji Elsevier, oraz braku dofinansowania konsorcyjnego do baz Cambridge University Press, Emerald, EMIS, OECD, Passport GMID Uczelnia zakupiła z własnych środków 3 kolekcje tematyczne Elsevier (Business Management and Accounting; Social Sciences; Economics, Econometrics and Finance) oraz opłaciła dostęp do pozostałych baz, aby utrzymać jakość dostarczanych informacji oraz danych.

Oprócz baz udostępnianych w ramach licencji krajowej (EBSCOhost, ScienceDirect, Springer Link, Wiley Online Library, Scopus, Web of Science) Biblioteka posiada dostęp do czasopism, książek, aktów prawnych oraz danych finansowych i statystycznych w ramach następujących subskrypcji: EBSCOhost (pakiet książek oraz czasopism kupowanych poza licencją krajową w tym *Hospitality & Tourism Complete*), Emerald, Ebookpoint BIBLIO – Helion, Oxford Academic, Cambridge Core, JSTOR, IBUK Libra, Lex, LEX Informator Prawno-Gospodarczy, Legalis, Inforlex.pl. Expert, EMIS University, Orbis, BankFocus, Orbis

M&A, CEIC Data, Passport GMID, OECD iLibrary, Refinitiv EIKON, Sigma-Not. Portal Informacji Technicznej, Notoria Online.

Dodatkowo wszyscy użytkownicy mają możliwość korzystania z portalu Academica, w której udostępnione są zasoby cyfrowe (ponad 3 mln publikacji), w tym współczesne książki i czasopisma naukowe ze wszystkich dziedzin wiedzy.

Pełna informacja o aktualnie dostępnych bazach danych znajduje się na stronie internetowej Biblioteki Głównej, zakładka [Zasoby online](#). Zasoby elektroniczne udostępniane są w sieci lokalnej Biblioteki oraz Uczelni, a także w dostępie zdalnym (w zależności od warunków wynikających z licencji wydawcy). Dostęp zdalny zagwarantowany jest wszystkim pracownikom oraz studentom UEK posiadającym aktywną kartę biblioteczną. Z baz w dostępie jednostanowiskowym można korzystać w Oddziale Informacji i Dokumentacji oraz w Czytelni Głównej.

Prowadzone są obowiązkowe szkolenia dla studentów pierwszego roku studiów stacjonarnych i niestacjonarnych pierwszego stopnia i jednolitych studiów magisterskich. Dodatkowo pracownicy Biblioteki prowadzą zajęcia seminaryjne. To ogólnodostępne szkolenia z baz danych, przeznaczone dla seminarzystów i osób chcących poszerzyć swoje umiejętności w posługiwaniu się bazami dostępnymi w Bibliotece.

Organizowane są też szkolenia dedykowane społeczności UEK prowadzone przez przedstawicieli firm dostarczających bazy danych, jak również promuje się ogólnodostępne szkolenia.

Każdy użytkownik może poprosić o indywidualne szkolenia oraz przeprowadzenie różnego rodzaju kwerend bibliometrycznych. Obie te usługi prowadzone są w Oddziale Informacji i Dokumentacji.

W ostatnich latach wprowadzono wiele udogodnień dla studentów UEK, w tym:

- 1) wdrożono całościowy system biblioteczny i zintegrowano go z innymi systemami wykorzystywanymi na Uczelni ([USOSweb](#) – zapisy studentów do Biblioteki, obsługa obiegówek; CAS – centralne logowanie);
- 2) zniesiono konieczność prolongaty konta dzięki integracji z [USOSweb](#);
- 3) umożliwiono korzystanie z dostępu do baz danych zdalnie bez względu na blokady znajdujące się na koncie użytkownika;
- 4) przygotowano przewodniki [dla studentów](#) oraz [dla pracowników](#);
- 5) przygotowano kurs biblioteczny w języku polskim oraz angielskim na platformie Moodle, gdzie wykorzystywane są filmiki nagrane przez pracowników BG;
- 6) uruchomiono ogólnouczelniane szkolenia z baz danych, które są prowadzone przez pracowników BG;
- 7) uruchomiono system RFID HF – zakup m.in. urządzeń samoobsługowych typu self-check i książkomat;
- 8) zakupiono 4 budki akustyczne usytuowane w Czytelni Głównej;
- 9) rozszerzono strefy cichej pracy, pracy zespołowej oraz relaksu.

Biblioteka współpracuje z wieloma instytucjami: naukowymi, finansowymi, wydawnictwami oraz bibliotekami wyższych uczelni i publicznymi w Polsce oraz zagranicznymi w związku z wymianą międzybiblioteczną. Jest członkiem [Krakowskiego Zespołu Bibliotecznego](#), skupiającego biblioteki krakowskich uczelni i instytucji naukowych. Należy również do [Konsorcjum Bibliotek Kierunków Ekonomicznych](#), jak też do [Konsorcjum BazEkon](#), w ramach którego tworzona jest baza zawierająca opisy bibliograficzne artykułów z periodyków naukowych i gospodarczych, naukowych serii wydawniczych uczelni ekonomicznych, wydziałów ekonomicznych i wydziałów zarządzania uniwersytetów, a także instytucji naukowych, również pozarządowych.

Biblioteka opracowuje elektroniczne wersje druków, do których wygasły majątkowe prawa autorskie. Zeskanowane dzieła, podobnie jak elektroniczne wersje materiałów bibliotecznych wspomagających proces dydaktyczny oraz badania naukowe, udostępniane są na platformie [Biblioteki](#)

[Cyfrowej](#). W Bibliotece Cyfrowej zamieszczane są też pozycje stanowiące zasób dziedzictwa kulturowego, a więc wybrane zabytki piśmiennictwa, znajdujące się w zbiorach Biblioteki.

Biblioteka uruchomiła [Repozytorium UEK](#), które gromadzi i udostępnia materiały dydaktyczne oraz bieżący dorobek naukowy pracowników UEK z dziedzin reprezentowanych na uczelni. Jest to platforma udostępniająca otwarte zasoby naukowe oraz integrująca uczelnię z innymi źródłami informacji naukowej. W 2023 r. zostało również uruchomione [Repozytorium Otwartych Danych Badawczych Uczelni Krakowskich \(RODBUK\)](#), którego zadaniem jest gromadzenie, opracowanie, archiwizacja i udostępnianie w otwartym dostępie wszelkiego typu danych badawczych tworzonych przez pracowników naukowych, doktorantów i studentów w trakcie działalności naukowej. RODBUK realizuje politykę otwartej nauki (Open Science) poprzez stworzenie publicznie dostępnej platformy deponowania zbiorów danych badawczych umożliwiającej:

- zapoznanie się z badaniami prowadzonymi w krakowskich ośrodkach naukowych;
- przechowywanie różnego rodzaju zbiorów danych badawczych;
- szybkie dotarcie do informacji poprzez przyjazny interfejs wyszukiwawczy;
- najwyższy standard zapisu metadanych;
- uzyskanie stałego identyfikatora DOI dla każdego zbioru danych;
- znormalizowane cytowanie posiadanych danych;
- wybranie dla swojego zbioru danych jednej z licencji Creative Commons lub nadania innej;
- określenie embarga i udostępnienie ograniczonych plików w momencie wyznaczonym przez deponującego.

Wykaz literatury z kart przedmiotów na studiach I i II stopnia na kierunku *Marketing i komunikacja rynkowa*, która jest dostępna w zasobach Biblioteki Głównej UEK lub w ogólnodostępnych źródłach internetowych, został zamieszczony w Załącznikach uzupełniających 5.B (dla I st.) oraz 5.C (dla II st.).

5.7. Sposoby, częstość i zakresu monitorowania, oceny i doskonalenia bazy dydaktycznej i naukowej oraz systemu biblioteczno-informacyjnego, a także udziału w ocenie różnych grup interesariuszy, w tym studentów

Baza dydaktyczna i naukowa jest na bieżąco monitorowana i modernizowana. Nauczyciele akademicy mogą zgłaszać uwagi dotyczące jej stanu podczas regularnych spotkań z władzami rektorskimi i dziekańskimi. Od strony technicznej prace nadzorowane są przez [Departament Zasobów i Rozwoju](#), w ramach którego działają m.in.: Dział Aparatury, Dział Inwestycji i Remontów, Dział Techniczny czy Dział Planowania Rozwoju. Swoje uwagi dotyczące bazy dydaktycznej i naukowej mogą zgłaszać również studenci, którzy – poza Parlamentem Studenckim – uczestniczą w posiedzeniach Rady Instytutu czy posiedzeniach Zespołu Programowo-Dydaktycznego ds. Kierunku *Marketing i komunikacja rynkowa*.

Od 2024-25 w pionie Kanclerza działa Zespół ds. Kampusu, który spotyka się w celu omawiania strategicznych kwestii rozwoju infrastrukturalnego kampusu (przyszłe projekty, prowadzone nowe inwestycje) oraz kwestii remontów (zarówno bieżące remonty jak i kwestie poprawy istniejącej infrastruktury). Ostatnie spotkanie w r.a. 2024-25 dotyczyło zmiany koncepcji architektonicznej [powstającego budynku COS](#), planu lokalizacji nowych drzew oraz wymiany drzewostanu niepasującego do charakterystyki kampusu. W r.a. 2025-26 planowane są co najmniej 3 kolejne spotkania Zespołu.

Biblioteka UEK prowadzi stały monitoring potrzeb pracowników i studentów dzięki zakładce [Propozycje do zakupu](#) oraz opinii przesyłanych po zakończeniu dostępow testowych do baz związanych z tematyką wykładaną na Uczelni. Pozwala to na bieżąco rozwijać infrastrukturę i biblioteczne bazy danych tak, by umożliwić dostęp do najnowszej literatury oraz danych statystycznych, faktograficznych. Problemy doskonalenia infrastruktury dydaktycznej, naukowej oraz zasobów biblioteczno-informacyjnych są rozpatrywane również na posiedzeniach [Rady Bibliotecznej](#), Dział Jakości Kształcenia oraz BON.

W celu monitorowania nowych potrzeb, jak też zapewnienia pełnej sprawności posiadanej infrastruktury IT zarówno w zakresie wykorzystania możliwości istniejącego sprzętu oraz działania oprogramowania przeznaczonego do celów kształcenia przeprowadzana jest analiza.

Określenie rodzaju niezbędnych działań odbywa się z w zakresie czynności serwisowych, remontowych i zakupowych. Pod względem serwisowo-konserwacyjnym, identyfikowane są one co roku, przez wewnętrzną komisję prowadzącą przegląd infrastruktury IT w pracowniach komputerowych. Celem jest ustalenie przedmiotu, zakresu naprawy oraz proponowanej daty wykonania. Termin zbierania się komisji zazwyczaj przypada w miesiącu wrześniu i wynika zarówno z kalendarza akademickiego (m.in. przerwy semestralnej w prowadzeniu zajęć dydaktycznych), jak też jest poprzedzony wyznaczoną datą zbierania planowanych zadań w skali całej uczelni. Wyszczególnione w ten sposób potrzeby, w październiku zgłaszane są w ramach zbieranych przez jednostki realizujące UEK zapotrzebowań, do uwzględnienia ich wykonania w planie rzeczowo-finansowym uczelni na kolejny rok kalendarzowy.

Dodatkowo, w zakresie zakupów - zarówno sprzętu, jak i oprogramowania - stosuje się procedurę zgłaszania potrzeb jednostek (również opiekujących się pracowniami komputerowym, laboratoriami, samodzielnymi stanowiskami dla studentów) w tym Centrum Systemów Informatycznych do przygotowywanego planu rzeczowo – finansowego UEK do Sekcji Zakupów Informatycznych. Terminowo jest ona uruchamiana w miesiącu październiku. Proces przebiega elektronicznie. Wstępnie w systemie Elektronicznego Obiegu Dokumentów z użyciem aplikacji „Zarządzanie Usługami IT”, a następnie w systemie ERP. Pozycje przyjęte do realizacji w planie rzeczowo-finansowym na rok kolejny są kupowane w trakcie roku kalendarzowego z uwzględnieniem procedury wynikającej z Regulaminu Udzielania Zamówień Publicznych UEK.

Zdarzenia awaryjne realizowane są w trybie napraw i zakupów bieżących.

Zalecenia dotyczące kryterium 5 wymienione w uchwale Prezydium PKA w sprawie oceny programowej na kierunku studiów, która poprzedziła bieżącą ocenę (jeżeli dotyczy)

Lp.	Zalecenia dotyczące kryterium 5 wymienione we wskazanej wyżej uchwale Prezydium PKA	Opis realizacji zalecenia oraz działań zapobiegawczych podjętych przez uczelnię w celu usunięcia błędów i niezgodności sformułowanych w zaleceniu o charakterze naprawczym
1.	brak	

Kryterium 6. Współpraca z otoczeniem społeczno-gospodarczym w konstruowaniu, realizacji i doskonaleniu programu studiów oraz jej wpływ na rozwój kierunku

Współpraca z otoczeniem społeczno-gospodarczym Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie odbywa się na wielu poziomach i różnych płaszczyznach, począwszy od współpracy na poziomie władz rektorskich, poprzez współpracę na poziomie kolegiów (w przypadku kierunku Marketing i komunikacja rynkowa właściwe jest Kolegium Nauk o Zarządzaniu i Jakości, wcześniej Wydział Zarządzania), następnie instytutów (Instytut Zarządzania), poszczególnych katedr (Katedra Marketingu, Katedra Handlu i Instytucji Rynkowych, Katedra Analizy Rynku i Badań Marketingowych), a skończywszy na współpracy pracowników naukowo-dydaktycznych oraz na poziomie studentów, którzy realizują tę współpracę m.in. w ramach działalności kół naukowych.

Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie w swojej długofalowej strategii przewiduje, zgodnie z [Regulaminem Rad Interesariuszy](#), stanowiącym załącznik do Zarządzenia Rektora nr R.0211.15.2023 z dnia 3 marca 2023 r., współpracę z otoczeniem społeczno-gospodarczym, w tym z podmiotami gospodarczymi, jednostkami sektora finansów publicznych, instytucjami i stowarzyszeniami naukowymi, zawodowymi oraz twórczymi, instytucjami otoczenia biznesu, a także osobami posiadającymi wiedzę ekspercką w obszarach związanych z przedmiotem kształcenia. Zarządzenie Rektora z dnia jego wydania reguluje i ujednolica status prawny Rad interesariuszy tworzonych w Uniwersytecie Ekonomicznym w Krakowie, natomiast współpraca Uczelni z otoczeniem społeczno-gospodarczym rozwijana była sukcesywnie pod kierunkiem poprzednich władz od wielu dziesięcioleci.

Zgodnie z przywołanym Regulaminem Rad Interesariuszy, dla każdego Kolegium, Instytutu lub Katedry może zostać utworzona Rada interesariuszy, która jest ciałem doradczym wspierającym jednostkę, przy której została utworzona, w szczególności w zakresie podnoszenia jakości kształcenia i dostosowania programów kształcenia do potrzeb nowoczesnej gospodarki. Rada Interesariuszy stanowi forum rozwoju współpracy pomiędzy społecznością akademicką jednostki, przy której została utworzona, a interesariuszami zewnętrznymi. Do kompetencji Rady Interesariuszy należy w szczególności: przepływ informacji dotyczących potrzeb rynku pracy i zapotrzebowania pracodawców na konkretne kompetencje i umiejętności studentów i absolwentów Uniwersytetu; wymiana poglądów przy tworzeniu i modyfikowaniu programów obecnych i planowanych kierunków studiów; wyrażanie opinii w sprawach rozwoju kierunków kształcenia; tworzenie warunków dla współpracy z regionalnymi pracodawcami. W ramach współpracy pomiędzy Uniwersytetem a interesariuszami zewnętrznymi dopuszcza się możliwość prowadzenia zajęć z udziałem przedstawicieli interesariusza zewnętrznego, współpracę w zakresie praktyk studenckich, staży czy też innych indywidualnych form pracy ze studentami, na odrębnie określonych zasadach. Uczestnictwo w Radzie interesariuszy ma charakter dobrowolny, wynikający z woli interesariusza zewnętrznego i nie rodzi żadnych zobowiązań, w tym finansowych, ani dla interesariusza zewnętrznego, ani dla Uniwersytetu.

Współpraca Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie z otoczeniem społeczno-gospodarczym na poziomie Rektora to w szczególności regularnie odbywające się Wykłady Rektorskie (Załącznik uzupełniający 6.A), prowadzone przez zapraszanych przedsiębiorców, ekonomistów, menagerów, analityków, naukowców, polityków czy też samorządowców oraz organizowane corocznie na terenie Uczelni Targi Pracy, w trakcie których studenci mogą zapoznać się z bogatą ofertą ofert pracy, a także staży krajowych i zagranicznych. W latach 2022-2025 Targi Pracy UEK odbywały się w terminach: 11.10.2022, 9.03 i 12.10.2023, 5.03 i 10.10.2024, 4.03.2025. W planach są Targi w dniu 16.10.2025. Ostatnie dwie edycje Targów to każdorazowo ponad 60 wystawców i ok. 6000 uczestników.

W celu zacieśnienia współpracy Uczelni z otoczeniem społeczno-gospodarczym, 27 maja 2021 powołano Radę Biznesu, jako zespołu doradczego wspierającego działania przy Kolegium Nauk o Zarządzaniu i Jakości UEK (w którego obrębie funkcjonuje kierunek Marketing i komunikacja rynkowa). Zgodnie z Regulaminem Rady Biznesu (Załącznik uzupełniający 6.B) do kompetencji Rady należą m. in.:

- wyrażanie opinii w sprawach rozwoju preferowanych w kraju i regionie kierunków kształcenia;

- występowanie z wnioskami o podjęcie przez Kolegium starań o utworzenie nowych kierunków studiów i specjalności, szczególnie potrzebnych gospodarce regionu i kraju;
- opiniowanie pożądanego profilu studiów, efektów kształcenia i programów studiów dla kierunków studiów prowadzonych w Kolegium;
- ułatwianie współpracy z regionalnymi pracodawcami;
Skład Rady mogą tworzyć przedstawiciele:
- przedsiębiorstw i instytucji finansowych;
- organów państwowych;
- organów samorządu terytorialnego;
- instytucji i stowarzyszeń naukowych, zawodowych oraz twórczych.

Obecnie członkami Rady są przedstawiciele między innymi takich organizacji jak: ABB, Altkom Akademia, Capgemini, Centrum Szkoleniowe Comarch, Selvita S.A., Harbingers, Jeronimo Martins Polska S.A., Krakowskie Biuro Festiwalowe (ICE), Kraków Airport, Polskie Zakłady Zbożowe „PZZ” w Krakowie S.A., Regionalna Dyrekcja Lasów Państwowych w Krakowie, Santander Bank Polska S.A., Wawel S.A., Wodociągi Miasta Krakowa.

Na posiedzeniach Rady Biznesu 15.06.2021 r. oraz 20.01.2022 r. m.in. zajmowano się oceną kompetencji absolwentów studiów ekonomicznych przez przedsiębiorców i oczekiwaniami pracodawców względem kompetencji twardych i miękkich absolwentów. W kontekście funkcjonowania kierunku *Marketing i komunikacja rynkowa* istotne było wskazanie, że kompetencje twarde, w których zakresie występują największe luki, dotyczą m. in. wiedzy merytorycznej z zakresu marketingu.

W momencie powoływania do życia kierunku *Marketing i komunikacja rynkowa* zakładano potrzebę współpracy środowiska akademickiego ze sferą społeczno-gospodarczą, w celu, w celu tworzenia, realizacji i podnoszeniu jakości studiów. Dlatego już na początku 2017 roku zatwierdzono zasady funkcjonowania **Rady Dyrektorów Marketingu** kierunku *Marketing i Komunikacja rynkowa*, będącej istotnym forum kooperacji interesariuszy zewnętrznych z nowopowstałym kierunkiem. Misją Rady było stworzenie pomostu łączącego naukę i dydaktykę marketingu, w tym zwłaszcza kierunek *Marketing i komunikacja rynkowa*, z praktycznymi doświadczeniami specjalistów z tej dziedziny. W tym wymiarze Rada stanowiła płaszczyznę integrowania rzeczywistych problemów praktyki z treściami i programami studiów, czyli dydaktyką realizowaną w ramach programu kierunku.

Do zadań Rady należało m.in.:

1. Ocena planów i programów studiów kierunku *Marketing i komunikacja rynkowa*.
2. Pozyskiwanie informacji ze sfery praktyki dotyczących oczekiwanych kompetencji merytorycznych, formalnych i społecznych, umiejętności i postaw absolwentów kierunku *Marketing i komunikacja marketingowa*.
3. Formułowanie wniosków i rekomendacji modyfikacji i unowocześnienia treści programowych kierunku.
4. Formułowanie uwag dotyczących oczekiwanej przez rynek pracy, przedsiębiorstwa i instytucje sylwetki absolwenta kierunku *Marketing i komunikacja rynkowa*.
5. Formułowanie prognoz zmian i przyszłych wymagań rynku pracy wobec absolwentów kierunku *Marketing i komunikacja rynkowa*.
6. Udział członków Rady w procesie dydaktycznym na zasadzie wykładów gościnnych.
7. Umożliwianie udziału pracowników Katedry Marketingu i innych katedr współtworzących kierunek oraz studentów w rozwiązywaniu i konsultowaniu problemów marketingowych występujących w praktyce firm i instytucji.
8. Pomoc w organizacji staży naukowych dla pracowników i praktyk dla studentów kierunku.

W Radzie Dyrektorów reprezentowane były przedsiębiorstwa w dużej mierze zinternacjonalizowane, działające na rynkach europejskich, a także światowych. Były to przedsiębiorstwa

należące do trzech grup: świadczące różnego typu usługi profesjonalne, w tym także doradcze, przedsiębiorstwa produkcyjne oraz przedsiębiorstwa operujące na rynku medialnym i reklamowym.

W pierwszej kadencji w Radzie Dyrektorów Marketingu zasiadali:

- Anna Barabasz-Sawińska, Dyrektor Marketingu, Maspex S.A.;
- Jan Bączek, Prezes Zarządu, Janpol S.A.;
- Grzegorz Błażewicz, Prezes Zarządu, Benhauer Sp. z o.o.;
- Magdalena Cedro-Czubaj, Dyrektor Marketingu, OKNOPLAST Sp. z o.o.;
- Michał Cortez, Global e-Commerce Strategy Director, BBDO;
- Mariusz Gołda, Dyrektor Działu Marketingu, Grupa RMF;
- Jacek Jakubowski, Prezes Zarządu, Statsoft Polska Sp. z o.o.;
- Agnieszka Kurzemska, Członek Zarządu, PMR Consulting & Research Sp. z o.o.;
- Jakub Ogiński, Senior Brand Manager, LOTTE Wedel S.A.;
- Magdalena Tokarczyk-Cyran, Nowy Styl Group, Kraków, Dyrektor Marketingu.

Podczas spotkań z członkami Rady Dyrektorów podejmowano dyskusje na temat programu studiów, zapotrzebowania rynku pracy, ocen rozwiązań dydaktycznych. Podczas spotkań dyskutowano również na temat zmian w kształceniu w świetle kolejnych zmian i nowelizacji *Ustawy Prawo o szkolnictwie wyższym i nauce*, koncepcji dyplomowych prac wdrożeniowych oraz wykorzystania w dydaktyce opisów przypadków. Ponadto członkowie Rady Dyrektorów starali się kreować współpracę naukową i dydaktyczną z przedsiębiorstwami, zwłaszcza w zakresie organizacji praktyk zawodowych, staży oraz realizacji prac etapowych w ramach studium przypadku.

W związku z Zarządzeniem Rektora [nr R.0211.15.2023](#) w sprawie wprowadzenia Regulaminu Rad Interesariuszy w Uniwersytecie Ekonomicznym w Krakowie z dnia 3 marca 2023 r. i upływem kadencji Rady Dyrektorów Marketingu kierunku Marketing i Komunikacja rynkowa, w 2025 roku powołano [Rade Interesariuszy przy kierunku Marketing i komunikacja rynkowa](#). W skład Rady wchodzi:

- Grzegorz Błażewicz, Założyciel i Członek Zarządu SALESmanago;
- Mateusz Ciura, Dyrektor Zarządzający, Ryłko;
- Karina Grygierek, CEO, PR Inspiration Sp. z o.o.;
- Anna Ledwoń-Błacha, More Bananas Sp. z o.o.;
- Albert Stęclik, Dyrektor Kreatywny, Kierunek Kreatywny, Sp. z o.o.;
- Magdalena Tokarczyk-Cyran, Prezes Zarządu, Armatura Kraków S.A.

Do kompetencji Rady Interesariuszy należy w szczególności:

1. przepływ informacji dotyczących potrzeb rynku pracy i zapotrzebowania pracodawców na konkretne kompetencje i umiejętności studentów i absolwentów Uniwersytetu;
2. wymiana poglądów przy tworzeniu i modyfikowaniu programów obecnych i planowanych kierunków studiów;
3. wyrażanie opinii w sprawach rozwoju kierunków kształcenia;
4. tworzenie warunków dla współpracy z regionalnymi pracodawcami.

Należy podkreślić, że zmiany wprowadzone w programie studiów kierunku w 2025 r. były indywidualnie konsultowane z przedstawicielami otoczenia gospodarczego. Jednocześnie Rada Interesariuszy zaakceptowała program kierunku w obecnym kształcie.

Ważnym podmiotem otoczenia w funkcjonowaniu kierunku jest **Polskie Naukowe Towarzystwo Marketingu**. Jednym z celów działania PNTM jest tworzenie sprzyjających warunków do rozwoju nauki o marketingu w Polsce i popularyzacji wiedzy z tego zakresu we wszystkich ośrodkach akademickich, na każdym poziomie kształcenia. W dniu 4.11.2022 roku PNTM, po analizie i ocenie programu kształcenia na kierunku, objęło patronatem Marketing i komunikację rynkową.

Istotnym elementem współpracy z otoczeniem gospodarczym jest współprowadzenie zajęć przez praktyków. W latach 2020-2025 swoją wiedzą i doświadczeniem dzielili się ze studentami:

- Daniel Czok, Dyrektor Marketingu, LG Electronics Polska;
- Anna Gębczyk, Senior Media Specialist, Grupa Maspex;
- Karina Grygierek, CEO, PR Inspiration;
- Marcin Grygierek, Vice President, PR Inspiration;
- Michał Grzybek, ContentHouse;
- Bartosz Konopka, Dyrektor Marketingu, PromenadePetCare S.A.;
- Karol Magoń, PrawnIQ KAROL MAGOŃ Kancelaria Prawna;
- Krzysztof Nepelski, Dyrektor Marketingu i Badań, Radio RMF;
- Arnold Nienhuis, Senior Manager Data & AI, Accenture.

Od 2016 roku studenci kierunku *Marketing i komunikacja rynkowa* corocznie biorą udział w Uniwersjadzie Marketingu (wcześniej znanej pod nazwą Dydaktyczno-Naukowa Konferencja Plakatowa). W konferencji tej biorą udział przedstawiciele otoczenia gospodarczego, którzy prowadzą wykłady oraz warsztaty dla uczestników. W ostatnich latach byli to:

- Jarosław Saternus, właściciel Agencji Droga Kreatora Studio (2025 r.);
- Justyna Słowikowska, specjalistka mediów społecznościowych w agencji kreatywnej More Bananas (2025 r.);
- Adam Brańczyk, właściciel marki osobistej Hans Brando, tiktoker (2024 r.);
- Daniel Czok, dyrektor marketingu LG Electronics Polska (2022 r.).

Kolegium Nauk o Zarządzaniu i Jakości UEK organizuje coroczną międzynarodową konferencję „Wiedza-Gospodarka-Społeczeństwo”. Jest to wydarzenie dostępne nie tylko dla środowiska naukowego i gospodarczego, ale także dla studentów i doktorantów. W czasie konferencji odbywają się branżowe panele eksperckie, w których biorą udział praktycy zajmujący się szeroko pojętym marketingiem. Panele te tworzyli w ostatnich latach następujący zaproszeni eksperci branżowi pracujący w obszarze marketingu:

- 2025: Panel ekspercki - Influencerzy – nowe oblicza komunikacji marketingowej
 - Mateusz Ciura, Dyrektor Operacyjny, Ryłko S.A.;
 - Aneta Kazanowska, Dyrektor Sklepów Internetowych, Vistula Retail Group (VRG S.A.);
 - Tomasz Odrobiński, Experienced Manager in international expansion and operations of SaaS and Marketplaces businesses, Growtecs Solutions,
- 2025: Panel ekspercki - Współczesny marketing – kluczowe czynniki sukcesu
 - Martyna Florkiewicz, Dyrektor Sprzedaży i Marketingu marki Vanda Novak;
 - Justyna Mariańska, Marketing Manager w Traficar;
 - Albert Stęclik, Dyrektor kreatywny i założyciel agencji Kierunek Kreatywny;
- 2024: Panel ekspercki - Współpraca z klientami – potrzeby, relacje, wartości
 - Krzysztof Kalemba, Regionalny Kierownik Sprzedaży, Galicja Tomaszek;
 - Piotr Nizio, Prezes Zarządu, Parkcash;
 - Michał Wesołowski, Dyrektor Sprzedaży, Corninig,
- 2023: Panel ekspercki - Internacjonalizacja działalności przedsiębiorstwa. Marketingowe doświadczenia polskich przedsiębiorstw
 - Krzysztof Gromadzki, Business Development Manager, Altconnect;
 - Justyna Guzik, Vice Prezes Zarządu, Zip Sp. z o.o.;
 - Tomasz Odrobiński, COO, hiPets;
- 2022: Panel ekspercki - Popandemiczne zachowania konsumentów. Tendencje i dynamika zmian
 - Maciej Kruczek, Dyrektor Zarządzający, Amer Sports Poland;
 - Marek Rutkowski, Właściciel, WINHILL Consulting;
- 2021: Panel ekspercki: Jeszcze segmentacja czy już indywidualizacja? Nowe technologie w komunikacji marketingowej
 - Grzegorz Błażewicz, Prezes Zarządu, SALESmanago;
 - Kornel Dulęba, Dyrektor Zarządzający, Harbingers;

- Magdalena Tokarczyk-Cyran, Dyrektor Marketingu i Sprzedaży, Członek Zarządu, Armatura Kraków SA.

W ramach współpracy z otoczeniem społecznym studenci zdobywają kompetencje społeczne. W ramach obowiązkowego przedmiotu "Marketing społeczny" wszyscy studenci planują i przeprowadzają akcje charytatywne związane z rzeczywistymi potrzebami społecznymi, współpracując z beneficjentami oraz instytucjami zewnętrznymi (Załącznik uzupełniający 6.C). Przykładowo w roku akademickim 2024/2025 przeprowadzono cztery akcje charytatywne:

- „Bajkowe Świąta UEK” – organizacja akcji dla dzieci z Placówek Opiekuńczo-Wychowawczych Typu Socjalizacyjnego w Krakowie, obejmująca semestralną zbiórkę darów oraz świąteczną wizytę dzieci na Uniwersytecie Ekonomicznym w Krakowie;
- „Psia Kość” – akcja wspierająca schronisko Krakowskiego Towarzystwa Opieki nad Zwierzętami dla zwierząt, w tym wizyta studentów w schronisku, wieloetapowa współpraca ze schroniskiem, koordynacja zbiórki darów i prowadzenie działań promocyjnych;
- „UEK: Mamy Świąta!” – projekt skierowany do samotnych matek z Domu Samotnej Matki w Krakowie, obejmujący przygotowanie własnoręcznych prezentów, zbiórkę darów oraz wizytę w placówce;
- „Choinka dla Hospicjum” – akcja charytatywna wspierająca podopiecznych hospicjum poprzez zbiórkę darów, nagranie kolędy i przygotowanie świątecznych podarków.

Organizacja działań charytatywnych stanowi przykład współpracy studentów kierunku z instytucjami zewnętrznymi i pozwala na rozwój kompetencji zawodowych i społecznych, kluczowych w obszarze marketingu, komunikacji, PR oraz CSR.

Inne formy współpracy skoncentrowanej na określaniu i weryfikację efektów uczenia się to przede wszystkim indywidualne działania pracowników podejmowane z przedstawicielami otoczenia społeczno-gospodarczego. Wymiana poglądów odbywa się podczas spotkań indywidualnych przedstawicieli Kolegium i Kierunku z interesariuszami zewnętrznymi.

Wpływ na osiągnięcie zakładanych efektów uczenia się ma od 2014 również organizacja zajęć warsztatowych oraz wyjazdów studyjnych dla studentów organizowanych przez Katedrę Analizy Rynku i Badań Marketingowych wraz z Agencją Badawczą PMR Consulting & Research. Zajęcia warsztatowe i wizyty studyjne służą obserwacji pracy badaczy wykorzystujących stanowisko CATI. Ponadto w ramach współpracy z firmą Statsoft Polska Sp. o.o., organizowane są zajęcia w profesjonalnej „fokusowni” oraz warsztaty i kursy dla studentów kończące się certyfikatami.

Kolegium Nauk o Zarządzaniu i Jakości, w tym Instytut Zarządzania oraz tworzącego go Katedry, obejmują patronatem, współorganizują i biorą aktywny udział w konferencjach branżowych, debatach, forach pracodawców, targach edukacyjnych oraz seminariach problemowych związanych z rynkiem pracy.

W realizacji programu studiów ma znaczenie także współpraca z otoczeniem nawiązywana przez Koło Naukowe Marketing KolMark. Koło zorganizowało m.in. webinary:

- “Rebranding – czyli jak odświeżyć biznes”, Piotr Horszyczaruk, właściciel agencji marketingowej Marketing to podstawa;
- “Skuteczna strona internetowa, czyli jak NIE odstraszać klientów”, Barbara Kaleńczuk, Urszula Tomicz, home.pl S.A.;
Członkowie Koła przygotowali również warsztaty dla studentów, np.
- “Czemu nie jesteś sobą kiedy jesteś głodny - case study marki Snickers”, Laura Lipska, brand manager, Mars;
- “Twój profil, twoja wizytówka - warsztaty LinkedIn”, Weronika Niedziółka – specjalistka ds. Marketingu, Kacper Troć – specjalista ds. digital i content marketingu, Velis Real Estate Tech.

W ramach współpracy z otoczeniem społeczno-gospodarczym organizowane są praktyki studenckie. Praktyka studencka stanowi integralną część kształcenia studentów na kierunku „Marketing i

komunikacja rynkowa". Ramy prawne i ogólne zasady odbywania praktyk studenckich wyznacza Regulamin studiów w Uniwersytecie Ekonomicznym w Krakowie (paragraf 32), przyjęty Uchwałą Senatu UEK [nr T.0022.17.2025](#) z 24 kwietnia 2025 r., który stanowi, że termin realizacji, czas trwania praktyk oraz liczbę punktów ECTS związaną z ich odbyciem i zaliczeniem określa program studiów. Ramy organizacyjne praktyk studenckich definiuje Zarządzenie Rektora UEK [nr R.0211.4.2025](#) z 27 stycznia 2025 r. w sprawie szczegółowej organizacji studenckich praktyk zawodowych, które określa szczegółową organizację studenckich praktyk w zakresie nieuregulowanym w Regulaminie studiów. Wytyczne w zakresie odbywania praktyk są opublikowane na [stronie internetowej UEK](#).

Celem praktyk studenckich jest poszerzanie wiedzy zdobytej na studiach, rozwijanie umiejętności wykorzystania wiedzy w praktyce gospodarczej, przygotowywanie studenta do pracy zawodowej m.in. przez kształtowanie umiejętności niezbędnych w tej pracy, poznawaniu zasad organizacji i funkcjonowania przedsiębiorstw, organizacji i instytucji oraz pogłębianie wiedzy o poszczególnych branżach gospodarki. Szczegółowe cele praktyk określają karty przedmiotu.

Zgodnie z § 32 pkt. 5 Regulaminu studiów UEK praktyka odbywa się w wybranym przez studenta podmiocie gospodarczym lub innym podmiocie, w kraju lub za granicą, którego profil działania umożliwi studentowi zrealizowanie założonych efektów uczenia się. Na wniosek studenta na poczet praktyki mogą być zaliczone czynności wykonywane przez studenta w ramach zatrudnienia (umowa o pracę, umowa cywilnoprawna lub prowadzenie własnej działalności gospodarczej), w ramach stażu lub wolontariatu, o ile są one zgodne z profilem praktyk określonym w programie studiów i umożliwiły uzyskanie efektów uczenia się określonych w programie kształcenia dla praktyk. Poszukując możliwości odbycia praktyk studenci mogą skorzystać z bazy pracy, praktyk i staży udostępnianej przez [Akademickie Centrum Kariery UEK](#).

Wykaz miejsc odbywania praktyk zawierają załączniki uzupełniające 2.D (dla 2023/2024) oraz 2.E (dla 2024/2025).

Prace licencjackie i magisterskie przygotowywane przez studentów kierunku Marketing i komunikacja rynkowa także odzwierciedlają współpracę Uczelni z otoczeniem społeczno-gospodarczym i przyczyniają się realizacji programu studiów. Tematy prac są często inicjowane we współpracy z przedsiębiorstwami, organizacjami pozarządowymi oraz instytucjami sektora publicznego, a przygotowanie pracy wymaga pozyskiwania danych i konsultacji z przedstawicielami praktyki gospodarczej.

Zgodnie z [Komunikatem Prorektora ds. Kształcenia i Studentów Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie z dnia 27 stycznia 2023 roku](#) w sprawie wytycznych do przygotowania pracy dyplomowej w Uniwersytecie Ekonomicznym w Krakowie na etapie studiów I stopnia szczególny nacisk kładzie się na część empiryczną prac licencjackich - studenci prowadzą badania ankietowe, wywiady pogłębione czy analizy przypadków dotyczące wybranych podmiotów gospodarczych. W pracach magisterskich (II stopień) studenci zobligowani są do pogłębionej analizy teoretycznej, krytycznego przeglądu literatury naukowej oraz bardziej złożonej analizy danych, co pozwala na formułowanie wniosków i rekomendacji dla podmiotów otoczenia. Zarówno prace licencjackie, jak i magisterskie często obejmują analizę strategii marketingowych czy badanie skuteczności poszczególnych narzędzi marketingu stosowanych przez konkretne przedsiębiorstwa.

Zestawienie tytułów prac dyplomowych przygotowanych na studiach stacjonarnych i niestacjonarnych pierwszego i drugiego stopnia od roku akademickiego 2024-2025 zamieszczono w Załączniku obowiązkowym 6.1 (studia I st.) oraz 6.2 (studia II st.).

Jako cel główny obszaru współpracy z otoczeniem społeczno-gospodarczym w zakresie kształtowania koncepcji i programu studiów przyjęto przygotowanie i wdrożenie kształcenia przydatnego do zatrudnienia absolwentów, w tym kształcenia otwartego na rynek pracy i jego zapotrzebowanie. Kształcenie na kierunku Marketing i komunikacja rynkowa kładzie nacisk na praktyczne aspekty kształcenia, np. poprzez rozwiązywanie konkretnych problemów i zajęcia laboratoryjne. Pracownicy

Instytutu chcąc dbać o swój rozwój naukowy i dydaktyczny uczestniczą w projektach badawczych i edukacyjnych, stażach naukowych, podczas których zdobywają wiedzę, którą następnie przekazują studentom.

Pracownicy Katedr zaangażowanych w tworzenie i realizację programu kierunku *Marketing i komunikacja rynkowa* starają się utrzymywać stały kontakt ze środowiskiem społeczno-gospodarczym, działając jako członkowie organizacji, eksperci, konsultanci w projektach oraz programach, w tym finansowanych ze środków Unii Europejskiej, trenerzy biznesu, a także realizując projekty badawcze. Przekłada się to bezpośrednio na kształtowanie koncepcji edukacji i dostosowywaniu jej efektów do aktualnych potrzeb rynku pracy, jak również jakości prezentowanych wiadomości na prowadzonych zajęciach w ramach kierunku. Priorytetem jest zapewnienie wysokiej jakości edukacji w ścisłym powiązaniu z umiejętnościami praktycznymi oczekiwanymi przez interesariuszy zewnętrznych. Utrzymywanie pozytywnych relacji z podmiotami z sektora gospodarczego, jak również administracji publicznej i na podstawie tego tworzenie/modyfikowanie programów nauczania ma kluczowe znaczenie dla Władz Instytutu Zarządzania

Zalecenia dotyczące kryterium 6 wymienione w uchwale Prezydium PKA w sprawie oceny programowej na kierunku studiów, która poprzedziła bieżącą ocenę (jeżeli dotyczy)

Lp.	Zalecenia dotyczące kryterium 6 wymienione we wskazanej wyżej uchwale Prezydium PKA	Opis realizacji zalecenia oraz działań zapobiegawczych podjętych przez uczelnię w celu usunięcia błędów i niezgodności sformułowanych w zaleceniu o charakterze naprawczym
1.	brak	

Kryterium 7. Warunki i sposoby podnoszenia stopnia umiędzynarodowienia procesu kształcenia na kierunku

7.1. Rola umiędzynarodowienia procesu kształcenia w koncepcji kształcenia i planach rozwoju kierunku (przy uwzględnieniu każdego z ocenianych poziomów studiów)

Proces umiędzynarodowienia na kierunku *Marketing i komunikacja rynkowa* stanowi istotny element kształcenia. Jest on realizowany przez:

- ofertę zajęć z języków obcych i dbanie o wysoki poziom ich nauczania;
- odbywanie przez studentów części studiów na zagranicznych uczelniach;
- odbywanie praktyk studenckich w zagranicznych przedsiębiorstwach/instytucjach;
- wyjazdy wykładowców na zagraniczne uczelnie w ramach różnych programów;
- przyjazdy wykładowców z zagranicy do prowadzenia zajęć na kierunku *Marketing i komunikacja rynkowa*;
- udział wykładowców i studentów w międzynarodowych konferencjach, warsztatach oraz sympozjach;
- publikowanie opracowań naukowych w językach obcych, w tym w czasopismach wysoko punktowanych;
- praca w radach i komitetach naukowych konferencji międzynarodowych;
- praca w zespołach eksperckich i organizacjach międzynarodowych;
- realizacja projektów międzynarodowych;
- recenzowanie publikacji obcojęzycznych;
- wprowadzanie do planu studiów przedmiotów o charakterze międzynarodowym;
- ciągły monitoring i dostosowywaniu kart przedmiotów tak, aby zawierały one również treści o charakterze międzynarodowym i zalecaną literaturę w języku angielskim.

Kluczowym czynnikiem wpływającym na zwiększenie stopnia umiędzynarodowienia procesu kształcenia na kierunku *Marketing i komunikacja rynkowa* jest zapewnienie studentom dostępu do nauczania języków obcych na wysokim poziomie. Znajomość języków obcych stanowi nieodzowny warunek odbywania programu studiów na zagranicznych uczelniach, praktyk za granicą, jak również wymiany wiedzy i doświadczenia pomiędzy ośrodkami naukowymi i dydaktycznymi, a w dalszej kolejności efektywnej pracy w praktyce gospodarczej.

Pracownicy oraz studenci mają możliwość uczestnictwa w odbywających się na uczelni wykładach wygłaszanych przez zapraszanych z zagranicy prelegentów. Wspomnieć tu można między innymi:

- Wykład prof. Edwarda I. Altmana z New York University pt. "Where Are We Now in the Credit Cycle: The Case of Leveraged Finance Markets" (grudzień 2024);
- Wykład Jeremy'ego Levine, Stony Brook University, USA, "The Geopolitical and Socioeconomic Implications of the Abraham Accords for a Changing Middle East" (październik 2024);
- Wykład prof. Richard A. Werner'a "Economic Growth, Wealth Creation and Development: Essential Lessons from China" (maj 2024);
- Wykład pt. „Diplomacy in the Changing Global Economy”, Konsul Generalna USA Erin Nickerson (marzec 2024);
- Wykład prof. Emila Brix'a Ambasadora Republiki Austrii pt. „The Future of Europe Will Be Decided in the Center of the Continent” (listopad 2023);
- Wykład Jim'a McKinley honorowego pracownika naukowego w Uniwersytecie Oksfordzkim „International perspectives on post-Brexit higher education reforms: Can students and academic staff help recover the 'holistic academy'?” (listopad 2023);
- Wykład Konsul Generalnej USA Pani Erin Nickerson – wykład w ramach Międzynarodowego rynku turystycznego: "Diplomacy in the Changing Global Economy" (marzec 2024), udział w ramach wykładu Międzynarodowy rynek turystyczny;

Prowadzona jest współpraca międzynarodowa z następującymi uczelniami oraz ośrodkami naukowymi:

- Bratislava University of Economics and Business (Słowacja) – *prowadzenie zajęć (Brańka Sebastian, dr)*;
- Bratislava University of Economics and Business (Słowacja), University of Donja Gorica (Czarnogóra), MARA Technological University (Malezja), International College of National Institute of Development Administration (Tajlandia), Islamic University of Indonesia (Indonezja), Széchenyi István University (Węgry) - *współpraca powiązana z realizacją projektu Horyzont Europa, projekt ODDEA 2022-2026. (Siuta-Tokarska Barbara, prof. UEK dr hab)*;
- CBS International Business School (Niemcy) – *prowadzenie zajęć (Sobura Joanna, mgr)*;
- Corvinus University of Budapest (Węgry) University of Banking of the National Bank of Ukraine (Ukraina), University of Huelva (Hiszpania); University of Rijeka (Chorwacja); International University of Sarajevo (Bośnia i Hercegowina), Vilnius Gediminas Technical University (Litwa); University for Foreigners of Perugia (Włochy) – *prowadzenie zajęć (Salamaga Marcin, prof. dr hab.)*;
- EAE Business School Barcelona (Hiszpania, Barcelona), Azerbaijan University, Azerbejdżan (Baku), University Džemal Bijedić of Mostar (Bośnia i Hercegowina, Mostar), University of Belgrade (Serbia, Belgrad), Management Development Institute Gurgaon (Indie, Gurgaon), Haaga-Helia University of Applied Sciences (Finlandia, Helsinki), Narxoz University (Kazachstan, Almaty), Bifröst University (Islandia, Bifrost) – *prowadzenie zajęć (Bober Tomasz, dr)*;
- Eötvös Loránd University (Węgry) – *prowadzenie zajęć (Sanetra-Szeliga Joanna, dr)*;
- European University Institute (Włochy) – *przeprowadzenia kwerendy bibliotecznej (Marszycki Kamil, mgr)*;
- Grand Valley State University (USA) - *koordynacja prac i aktywny udział w realizacji dwutygodniowego stażu dydaktycznego (Strupczewski Grzegorz, prof. UEK dr hab.)*;
- Ivan Franko National University of Lviv (Ukraina) – *współpraca przy projekcie badawczo dydaktycznym; Rafael Landívar University (Gwatemala) – prowadzenie zajęć (Nesterak Janusz, prof. UEK dr hab.)*;
- Kyiv National Economic University named after Vadym Hetman (Ukraina) - *opieka nad przyznanym, rocznym grantem NCN 2022-2023 dla naukowców z Ukrainy po agresji Rosji w 2022 r.)*, Lviv Polytechnic National University (Ukraina) – *prowadzenie zajęć (Wiktor Jan, prof. dr hab.)*
- Lviv Polytechnic National University (Ukraina) – *profesor wizytujący*; National Technical University “Kharkiv Polytechnic Institute” (Ukraina) – *prowadzenie zajęć (Manczak Iryna, dr)*;
- Matej Bel University (Słowacja) - *studia doktoranckie i magisterskie w ramach programu Erasmus oraz udział w projekcie „Consumer behaviour in buying goods of daily consumption with an emphasis placed different contents of goods offered on markets of selected EU countries” (Stępiak-Mierzejewska Aida, dr)*;
- Mediterranea University of Reggio Calabria (Włochy) – *prowadzenie zajęć (Lipecki Krzysztof, dr)*;
- Instituto Tecnológico de Santo Domingo (Dominikana), Vienna University of Economics and Business (Austria), Polytechnic University of Valencia (Hiszpania), Marmara University (Turcja), Clark University (USA), Häme University of Applied Sciences (Finlandia), Catholic University of Ávila (Hiszpania) – *prowadzenie zajęć (Sanak-Kosmowska Katarzyna, prof. UEK dr hab.)*;
- Plekhanov Russian University of Economics (Rosja) – *prowadzenie zajęć (Dziura Marek, dr)*;
- Prague University of Economics and Business (Czechy) – *prowadzenie zajęć (Sęczkowska Karolina, mgr)*;
- Silesian University in Opava (Czechy) – *prowadzenie zajęć (Bursztyn Marian, dr)*;
- Slovak University of Agriculture in Nitra (Słowacja) - *współpraca w ramach uzyskanego grantu indywidualnego w ramach Infrastruktur Badawczych Horyzont 2020, projekt COMFOCUS: Communities on Food Consumer Science.*; Slovak University of Agriculture in Nitra (Słowacja), Czech University of Life Sciences Prague (Czechy), University of Agricultural Sciences and Veterinary Medicine of Cluj-Napoca (Rumunia), Complutense University of Madrid (Hiszpania), Wageningen

University & Research (Holandia) - współpraca międzynarodowa w ramach aplikowania o grant Erasmus+; Complutense University of Madrid (Hiszpania) – wspólne prowadzenie badań naukowych; Wageningen University, Marketing and Consumer Behaviour Group (MCB), – staż naukowy (Irena Śliwińska, dr);

- Technical University of Košice (Słowacja) – *prowadzenie zajęć (Barczak Beata, prof. UEK dr hab.)*;
- Tomas Bata University in Zlín (Czechy), CDA College Pafos (Cypr), Međimurje University of Applied Sciences in Čakovec (Chorwacja), European Business School, (Zagrzeb, Chorwacja), University of West Attica (Ateny, Grecja) – *prowadzenie zajęć (Kozioł Wojciech, dr)*;
- Université de Montréal- HEC Montréal (Kanada), BI Norwegian Business School (Norwegia), Shanghai Lixin University of Accounting and Finance (Chiny), Vienna University of Economics and Business (Austria), Pontifical Catholic University of Peru (Peru), Rey Juan Carlos University (Hiszpania), Blekinge Institute of Technology (BTH) (Karlskrona, Szwecja) – *prowadzenie zajęć (Paliwoda-Matiolańska Adriana, prof. UEK dr hab.)*;
- University at Buffalo, Department of Communication (USA) - wymiana ogólnouczelniana; University of Virginia (USA) -staż badawczy (Doległo Sławomir, dr);
- University of Bremen (Niemcy), Vietnam National University, Hanoi (Wietnam), Babeş-Bolyai University (Rumunia), University Džemal Bijedić of Mostar (Bośnia i Hercegowina) – *prowadzenie zajęć (Wajda-Lichy Marta, dr)*;
- University of Girona (Hiszpania), Alanya University (Turcja) – *prowadzenie zajęć (Orzet Karolina, dr)*;
- University of Johannesburg (RPA), Polytechnic of Porto (Portugalia), University of Navarra, (Spain) – *prowadzenie zajęć (Kurek Bartosz, prof. UEK dr hab.)*;
- University of Kragujevac (Serbia), University of Banking of the National Bank of Ukraine (Ukraina) (SWiśniewska) – *prowadzenie zajęć (Wiśniewska Sylwia, dr)*;
- University of Nîmes (Francja), Ural Federal University (Rosja), Süleyman Demirel University (Turcja), Silesian University in Opava – School of Business Administration (Czechy), Belarusian State University (Białoruś), University of Montpellier (Francja), University of Catania (Włochy) - *wykłady, badania i konsultacje naukowe oraz uczestnicząc w międzynarodowych konferencjach naukowych (Szymańska Anna, dr)*;
- University of Regensburg (Niemcy), University of Rijeka (Chorwacja), University of Sopron (Węgry), University of Montenegro (Czarnogóra) – *prowadzenie zajęć (Bińczycki Bernard, dr)*;
- University of Zagreb (Chorwacja) – *prowadzenie zajęć (Żbikowska Agnieszka, prof. UEK dr hab.)*;

Wyrazem umiędzynarodowienia kierunku *Marketing i komunikacja rynkowa* są publikacje w języku angielskim przygotowane przez pracowników badawczo-dydaktycznych (załącznik 4.B. Kadra MiKR publikacje). Dorobek publikacyjny pracowników w języku angielskim jest imponujący, stanowi u większości pracowników połowę lub więcej wszystkich publikacji.

- w roku 2025 – (81%) tj. 56 publikacji z 69 ogółem było w języku angielskim (stan na IX 2025);
- w roku 2024 - (59%) tj. 131 publikacji z 222 ogółem było w języku angielskim;
- w roku 2023 - (48%) tj. 107 publikacji z 223 ogółem było w języku angielskim;
- w roku 2022 - (52%) tj. 126 publikacji z 244 ogółem było w języku angielskim;
- w roku 2021 - (57%) tj. 184 publikacji z 322 ogółem było w języku angielskim;
- w roku 2020 - (57%) tj. 175 publikacji z 309 ogółem było w języku angielskim.

Kadra angażuje się również w opracowanie wspólnych publikacji w języku angielskim ze studentami MiKR (załącznik uzupełniający 7.A. Publikacje w języku angielskim ze studentami). Dodatkowo wydawane są prace studentów (w tym z kierunku MiKR) w ramach corocznej Międzynarodowej Konferencji Naukowej Kolegium Nauk o Zarządzaniu i Jakości Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie w formie monografii w języku angielskim będącej zbiorem studenckich posterów prezentowanych podczas wydarzenia.

Ważną formą umiędzynarodowienia jest aktywność naukowa, wyrażająca się także w pracy wykładowców kierunku MiKR w redakcjach czasopism międzynarodowych (m.in.: Green Economics, Folia

Biologica, Magazine of Economics and Law, Problems of Economics and Law, Journal of Forecasting, Journal of Economic and Financial Sciences, The Review Economics, Finance and Investments (REFI), Marketing ta Cyfrowi Technologii – Odessa, Krakow Review of Economics and Management). Pozyskana wiedza i narzędzia badawcze są prezentowane studentom, w szczególności na II stopniu.

Istotnym przejawem aktywności międzynarodowej są także recenzje artykułów publikowanych w renomowanych czasopismach zagranicznych oraz na konferencjach międzynarodowych (przykładowe konferencje: Americas Conference on Information Systems, AMICS; International Conference on Information Systems Development; International Conference Modern Trends in Business Hospitality and Tourism: Innovation, Sustainability, and Growth in a VUCA Environment; Professor Aleksander Zelias International Conference on Modelling and Forecasting of Socio-Economic Phenomena). Członkowie kadry kierunku regularnie pełnią funkcję recenzentów w takich czasopismach jak:

- Administrative Sciences;
- Agricultural and Food Economics;
- Agricultural Economics;
- Annals of Operations Research;
- Applied Economics;
- Behavioral Sciences;
- Business Strategy and Development, Wiley;
- Central European Management Journal;
- Colloquium Mathematicum;
- Computational Statistics;
- Czech Journal of Economics and Finance;
- Decision Making in Manufacturing and Services;
- Discrete and Continuous Dynamical Systems Series B;
- Economies;
- Education Sciences;
- EEE Access;
- Emerging Markets Finance and Trade
- Energies;
- Entrepreneurial Business and Economics Review, EBER;
- European Journal of Economic Modelling and Econometrics (CEJEME);
- Financial Sciences;
- International Journal of Cultural Policy;
- International Journal of Environmental Research and Public Health;
- International Journal of Finance & Economics;
- International Journal of Management and Economics;
- International Journal of Tourism Research;
- International Review of Law and Economics;
- Journal of Agricultural and Applied Economics;
- Journal of Banking and Financial Economics;
- Journal of Destination Marketing & Management;
- Journal of Entrepreneurship, Management and Innovation (JEMI);
- Journal of Experimental & Theoretical Artificial Intelligence;
- Journal of Forecasting;

- Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity;
- Journal of Public Governance;
- Journal of Risk and Financial Management;
- Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research;
- MARKET-TRŽIŠTE;
- Mineral Resources Management;
- Quaestiones Geographicae;
- Quantitative Finance;
- Research Papers of Wroclaw University of Economics and Business;
- Review of Development Economics;
- Risks;
- Statistics in Transition;
- Sustainability;
- Technology Analysis & Strategic Management, Taylor&Francis;
- Research Papers in Economics and Finance.

Działalność ta pozwala na bieżące śledzenie trendów badawczych, a także na krytyczne zaangażowanie w rozwój nauki, co sprzyja podnoszeniu jakości kształcenia oraz kształtowaniu wśród studentów umiejętności pracy z najnowszą literaturą przedmiotu.

Wyrazem zaangażowania w działalność naukową w środowisku międzynarodowym jest aktywność w stowarzyszeniach naukowych. Wykładowcy kierunku MiKR realizują ją z sukcesami. Można wymienić kilka stowarzyszeń, w których działają, np. Ukrainian Marketing Association, The European Association of Private International Law (EAPIL), Eurasia Business and Economics Society, Memory Studies Association (EBES).

7.2. Aspekty programu studiów i jego realizacji, które służą umiędzynarodowieniu, ze szczególnym uwzględnieniem kształcenia w językach obcych

Jednym z aspektów programu studiów kierunku *Marketing i komunikacja rynkowa*, które służą umiędzynarodowieniu, są przedmioty zawierające w swych treściach tego typu elementy:

- Kulturoznawstwo (I stopień);
- Różnice kulturowe w biznesie (I stopień);
- Marketing międzynarodowy (II stopień);
- Międzynarodowe badania marketingowe (II stopień);
- Rynek Unii Europejskiej (II stopień);
- Finanse i rachunkowość międzynarodowa (II stopień);
- Międzynarodowe Public Relations (II stopień).

Ponadto, na ocenianym kierunku studenci mogą wybrać wykłady prowadzone w języku angielskim:

- Innovation in commerce and services (I stopień);
- Business in Modern Ecosystems and Networks (II stopień);
- ESG and Marketing Communication (II stopień);
- Place Branding (II stopień).

Ze względu na to, że na ocenianym kierunku nie ma studiów w języku angielskim, nie odnotowano w analizowanym okresie przyjazdów studentów zagranicznych w ramach programów wymiany studenckiej prowadzonych przez Uczelnię. Należy jednak zaznaczyć, że na kierunku MiKR w latach 2018-2025 studiowali cudzoziemcy (odpłatnie bądź bezpłatnie, jako posiadacze Karty Polaka lub stypendium

rządu RP) z takich krajów jak Białoruś, Gruzja, Kazachstan, Mołdawia, Rosja, Słowacja, Ukraina, Wietnam. Dane dla ostatnich 7 lat zawiera Załącznik 7.B Cudzoziemcy studiujący na MiKR UEK.

- rok akademicki 2018/2019 - 7 osób;
- rok akademicki 2019/2020 - 16 osób;
- rok akademicki 2020/2021 - 39 osób;
- rok akademicki 2021/2022 - 54 osoby;
- rok akademicki 2022/2023 - 49 osób;
- rok akademicki 2023/2024 - 43 osób;
- rok akademicki 2024/2025 - 36 osób.
- rok akademicki 2025/2026 - na pierwszy rok przyjęto 8 cudzoziemców, listy ze starszych lat nie są jeszcze zamknięte (stan na 27.09.2024), więc nie można zestawić ogólnej liczby.

Pracownicy prowadzący zajęcia na kierunku *MIKR* realizowali zajęcia na ponad 60 zagranicznych uczelniach. Można przykładowo wymienić:

- Alanya University (Turcja);
- Babeş-Bolyai University (Rumunia);
- Belarusian State University (Białoruś);
- Bifröst University (Islandia);
- Blekinge Institute of Technology (Szwecja);
- Bratislava University of Economics and Business (Słowacja);
- Catholic University of Ávila (Hiszpania);
- Clark University (USA);
- Complutense University of Madrid (Hiszpania);
- Corvinus University of Budapest (Węgry);
- Czech University of Life Sciences Prague (Czechy);
- European University Institute (Włochy);
- Eötvös Loránd University (Węgry);
- Grand Valley State University (USA);
- Haaga-Helia University of Applied Sciences (Finlandia);
- Häme University of Applied Sciences (Finlandia);
- International College of National Institute of Development Administration (Tajlandia);
- International University of Sarajevo (Bośnia i Hercegowina);
- Islamic University of Indonesia (Indonezja);
- Ivan Franko National University of Lviv (Ukraina);
- Kyiv National Economic University named after Vadym Hetman (Ukraina);
- Lviv Polytechnic National University (Ukraina);
- MARA Technological University (Malezja);
- Marmara University (Turcja);
- Matej Bel University (Słowacja);
- Mediterranea University of Reggio Calabria (Włochy);
- Međimurje University of Applied Sciences in Čakovec (Chorwacja);
- Narxoz University (Kazachstan);
- National Technical University “Kharkiv Polytechnic Institute” (Ukraina);
- Plekhanov Russian University of Economics (Rosja);
- Polytechnic University of Valencia (Hiszpania);
- Polytechnic of Porto (Portugalia);
- Pontifical Catholic University of Peru (Peru);
- Prague University of Economics and Business (Czechy);
- Rafael Landívar University (Gwatemala);
- Rey Juan Carlos University (Hiszpania);

- Shanghai Lixin University of Accounting and Finance (Chiny);
- Silesian University in Opava (Czechy);
- Slovak University of Agriculture in Nitra (Słowacja);
- Széchenyi István University (Węgry);
- Süleyman Demirel University (Turcja);
- Technical University of Košice (Słowacja);
- Tomas Bata University in Zlín (Czechy);
- University Džemal Bijedić of Mostar (Bośnia i Hercegowina);
- University at Buffalo (USA);
- University of Agricultural Sciences and Veterinary Medicine of Cluj-Napoca (Rumunia);
- University of Belgrade (Serbia);
- University of Bremen (Niemcy);
- University of Catania (Włochy);
- University of Donja Gorica (Czarnogóra);
- University of Girona (Hiszpania);
- University of Huelva (Hiszpania);
- University of Johannesburg (RPA);
- University of Kragujevac (Serbia);
- University of Montenegro (Czarnogóra);
- University of Montpellier (Francja);
- University of Navarra (Hiszpania);
- University of Nîmes (Francja);
- University of Regensburg (Niemcy);
- University of Rijeka (Chorwacja);
- University of Sopron (Węgry);
- University of Virginia (USA);
- University of West Attica (Grecja);
- University of Zagreb (Chorwacja);
- Ural Federal University (Rosja);
- Vienna University of Economics and Business (Austria);
- Vilnius Gediminas Technical University (Litwa);
- Wageningen University & Research (Holandia).

Lista wszystkich wyjazdów zagranicznych pracowników prowadzących zajęcia na kierunku *MIKR* znajduje się w Załączniku 7.C. Wyjazdy zagraniczne Kadra MIKR. Prowadzenie zajęć na zagranicznych uczelniach zazwyczaj skutkowało nawiązaniem dalszej współpracy naukowej i dydaktycznej.

7.3. Stopień przygotowania studentów do uczenia się w językach obcych i sposobów weryfikacji osiągnięcia przez studentów wymaganych kompetencji językowych oraz ich oceny

Na kierunku *Marketing i komunikacja rynkowa* prowadzone jest nauczanie następujących języków obcych, w tym z wyszczególnieniem poziomów:

- j. angielski: poziomy B1, B2, C1, C1+;
- j. chiński: poziom A1;
- j. rosyjski, niemiecki, francuski, włoski, hiszpański, polski - poziomy A1, A2, B1, B2 (grupy na wyższych poziomach są uruchamiane, jeśli zbierze się odpowiednia liczba studentów).

Egzamin standaryzowany z języka obcego przeprowadzany jest na pięciu poziomach zgodnie z tabelą poziomów kompetencji językowej opracowaną przez Radę Europy jako Europejski System Opisu Kształcenia Językowego (2003) - A2, B1, B2, B2+ oraz C1+.

Student zdaje egzamin na poziomie zgodnym z poziomem lektoratu, na który uczęszczał. Warunkiem przystąpienia do egzaminu jest uzyskanie zaliczenia lektoratu (wymagane jest 60% z ogólnej sumy punktów). Student może zostać zwolniony z egzaminu, jeżeli okaże certyfikat poświadczający zdanie egzaminu zewnętrznego umieszczonego w wykazie egzaminów sporządzonym przez Centrum Językowe UEK dla języka angielskiego oraz dla pozostałych języków.

Poziom egzaminu końcowego z języka odpowiada poziomowi ukończonego lektoratu:

Studia I stopnia (licencjackie):

- 1 rok - A1: 2 rok zdaje egzamin na poziomie A2;
- 1 rok - A2: 2 rok zdaje egzamin na poziomie B1;
- 1 rok - B1: 2 rok zdaje egzamin na poziomie B2;
- 1 rok - B2: 2 rok zdaje egzamin na poziomie B2+;
- 1 rok - C1: 2 rok zdaje egzamin na poziomie C1+;
- 1 rok - C1+: 2 rok zdaje egzamin na poziomie C2.

Elementy egzaminu standaryzowanego z języka obcego zostały przedstawione w Załączniku uzupełniającym 7.D. Egzamin język obcy. Regulamin egzaminu standaryzowanego z języka obcego został przedstawiony na [stronie Centrum Językowego](#). Czas trwania egzaminu pisemnego to:

- 90 min. na poziomie A2, B1, B1+;
- 120 min na poziomie B2, B2+, C1+, C2.

Egzamin składa się z części pisemnej i ustnej. Część pisemna trwa 90 min. na poziomach A2 i B1 oraz 120 min. na poziomie B2, B2+ i C1+, C2, a część ustna 20 min (w tym 10 min. na przygotowanie). Rozumienie ze słuchu odbywa się 30 min. po rozpoczęciu egzaminu, nagranie jest odtwarzane dwukrotnie. Czas odtwarzania i realizowania zadań określony jest przez czas nagrania. Egzamin ustny jest obowiązkowy i odbywa się w formie interakcji pomiędzy dwoma studentami. Warunkiem przystąpienia do części ustnej jest uzyskanie wymaganej liczby punktów z części pisemnej /min. 24 punktów/. Egzamin uznaje się za zdany po uzyskaniu wymaganej min. liczby punktów z części pisemnej /24 punktów/ i ustnej /6 punktów/. Lektor informuje studentów o wyniku egzaminu pisemnego podając liczbę uzyskanych punktów, najpóźniej w ciągu dwóch dni roboczych od daty egzaminu. Jeżeli student nie uzyska wymaganej liczby punktów z części ustnej, powtarza tylko tę część w sesji poprawkowej. Student ma prawo wglądu do egzaminu na zasadach określonych przez Regulamin studiów.

Oceny części pisemnej dokonuje neutralny egzaminator, a lektor prowadzący grupę ma prawo wglądu do pracy egzaminacyjnej. Część ustna jest oceniana przez innego neutralnego egzaminatora według określonych kryteriów. Student otrzymuje wpis w systemie [USOSweb](#).

Na podstawie ocen bieżących z przedmiotu i oceny z egzaminu wystawiona zostaje jedna ocena końcowa z przedmiotu na podstawie kryteriów oceny w skali 200 punktów. Jest to ocena ważona z zaliczenia: 40%, z egzaminu: 60%.

Lektorzy Centrum Językowego UEK są dostępni dla studentów w wyznaczonych godzinach konsultacji, w formie stacjonarnej przez Microsoft Teams, zgodnie z właściwym zarządzeniem Rektora, mailowej lub poprzez fora na platformie Moodle. Pracownicy służą wsparciem dotyczącym zarówno materiału przerabianego na zajęciach, jak i procedur, z którymi stykają się studenci. Kierownicy zespołów wspierają studentów informacjami natury administracyjnej, np. ustalaniem zaliczeń lektoratów w związku z wyjazdami stypendialnymi. Studenci mogą otrzymywać zaświadczenia potwierdzające ich poziom języka i/lub zdanie egzaminu certyfikowanego na danym poziomie.

Studenci mają możliwość korzystania z materiałów umieszczonych w kursach językowych na platformie Moodle: testów, zadań, materiałów dodatkowych oraz innych zasobów przygotowanych przez lektorów. Część z tych kursów posiada certyfikację stanowiska ds. metodyki e-zajęć.

Studenci z zagranicy studiujący w języku polskim w porozumieniu z Biurem Programów Zagranicznych mają możliwość wyboru lektoratu z pełnej puli oferowanej przez Centrum Językowe UEK. Oferowany jest m.in. lektorat z języka polskiego dla obcokrajowców na poziomach: A1, B1, B2. Studenci będący stypendystami programu Erasmus+ w porozumieniu z BPZ mają możliwość uczestnictwa w lektoratach ze wszystkich dostępnych w puli języków.

Istnieje możliwość uczestniczenia w lektoracie języka obcego prowadzonego w formie alternatywnej dla studentów z orzeczoną stopniem niepełnosprawności słuchu i wzroku. Informacje można uzyskać w [Biurze ds. Osób z Niepełnosprawnościami \(BON\)](#) oraz na stronie internetowej BON (www.bon.uek.krakow.pl). Studenci z niepełnosprawnością, którzy chcą skorzystać z udogodnień w trakcie uczęszczania na lektoraty tradycyjne oraz w trakcie zdawania egzaminów standaryzowanych z języków obcych powinny zgłaszać się do BON w nieprzekraczalnym terminie do 30 listopada - semestr zimowy oraz do 31 marca - semestr letni. Wnioski o udzielenie wsparcia na egzaminie standaryzowanym studenci mogą składać do końca trzeciego semestru studiów. W przypadku gdy student nie złożył wniosku o udogodnienia podczas egzaminu standaryzowanego do końca trzeciego semestru studiów i jednocześnie nie zdał tego egzaminu w letniej sesji egzaminacyjnej może złożyć wniosek o udogodnienia w sesji poprawkowej.

W roku 2022 Centrum językowe UEK otrzymało przedłużenie [Międzynarodowej Akredytacji Językowej EAQUALS](#) (Evaluation and Accreditation of Quality Language Services) - certyfikat dostępny jest w Załączniku 7.E. UEK jest jednym z pięciu ośrodków akademickich w Polsce posiadających akredytację EAQUALS dla Centrum Językowego. Organizacja ta zrzesza instytucje zajmujące się edukacją językową na wszystkich etapach kształcenia. Jej celem jest promowanie oraz gwarantowanie wysokiej jakości nauczania języków obcych. Aby uzyskać Certyfikat Jakości oraz przedłużenie Akredytacji Centrum Językowe musiało wykazać, że w swojej pracy stosuje najwyższe międzynarodowe standardy. Certyfikat jakości EAQUALS jest przyznawany po ocenie, obejmującej różne aspekty działalności dydaktycznej Centrum. Warunkiem otrzymania akredytacji EAQUALS było spełnienie standardów i uzyskanie pozytywnego wyniku we wszystkich 12 kategoriach inspekcji. Ponadto, jeśli instytucja przewyższa wymagane standardy, wówczas przyznawane są tzw. „points of excellence”. Kryteria ocen to „ocena 1.5” – instytucja spełnia standardy EAQUALS i przewyższa standardy wymagane przez EAQUALS (oznacza utrzymywanie spójnego, najwyższego poziomu w odniesieniu do tych aspektów (w pięciu kategoriach otrzymanie tzw. „points of excellence”) lub „ocena 2” – instytucja spełnia wysokie kryteria jakości wymagane przez EAQUALS (w siedmiu kategoriach).

W 12 kategoriach oceny organizacji akredytacyjnej EAQUALS, Centrum Językowe UEK uzyskało:

- Zarządzanie i administracja – ocena 1.5;
- Uczenie i nauczanie – ocena 2;
- Program nauczania i systemy wspomagające – ocena 2;
- Ocena i certyfikacja – ocena 2;
- Zasoby akademickie – ocena 1.5;
- Środowisko nauczania – ocena 2;
- Obsługa studenta – ocena 2;
- Zapewnienie jakości kształcenia – ocena 2;
- Pracownicy/Rozwój zawodowy – ocena 1.5;
- Warunki zatrudnienia – ocena 2;
- Komunikacja ze studentami oraz innymi interesariuszami – ocena 1.5;
- Komunikacja z pracownikami – ocena 1.5.

Kolejna re-akredytacja EAQUALS odbędzie się w 4 kwartale 2025 r.

7.4. Skala i zasięg mobilności oraz wymiany międzynarodowej studentów i kadry

Bezpośredni wpływ na umiędzynarodowienie procesu kształcenia na kierunku *Marketing i komunikacja rynkowa* ma m.in. współpraca z Biurem Programów Zagranicznych oraz Akademickim Centrum Kariery, które zajmują się koordynacją wyjazdów studentów na praktyki zagraniczne w ramach programu Erasmus+ i CEEPUS. Wyjazdy takie są szansą na zdobycie cennego doświadczenia zawodowego w jednym z krajów Unii Europejskiej lub kraju stowarzyszonym. Program Erasmus+ i CEEPUS dają również możliwość podniesienia kompetencji językowych. Uczestnicy biorą udział w dwóch testach językowych online (pierwszy przed wyjazdem, drugi po powrocie z praktyki). Mogą również uczestniczyć w kursie językowym online.

Studentom kierunku *MIKR* oferowana jest możliwość udziału w programie Erasmus+. Koordynatorem akademickim ds. programów Erasmus+ jest dr Karolina Orzeł, która współpracuje ze studentami wyjeżdżającymi na zajęcia semestralne do innych uczelni krajowych i zagranicznych.

Zrealizowane wyjazdy studentów kierunku *MIKR* o charakterze wymiany międzynarodowej prezentuje Załącznik 7.F. Wyjazdy zagraniczne studentów *MIKR*. Zestawienie dowodzi, że studenci kierunku *MIKR* aktywnie uczestniczyli w mobilności w ramach dostępnych programów. I tak w roku w kolejnych latach liczba wyjeżdżających na stypendia studentów sukcesywnie rosła:

- ROK 2021 - 29 osób (14 II stopień, 15 I stopień);
- ROK 2022 - 29 osób (9 II stopień, 20 I stopień);
- ROK 2023 - 36 osób (9 II stopień, 27 I stopień);
- ROK 2024 - 36 osób (5 II stopień, 31 I stopień);
- ROK 2025 - 36 osób (17 II stopień, 19 I stopień).

Kierunek *Marketing i Komunikacja Rynkowa* od lat wyróżnia się jako jeden z najaktywniejszych w zakresie mobilności studentów w ramach programu Erasmus+. Liczba wyjazdów realizowanych przez studentów tego kierunku regularnie przewyższa liczbę mobilności na kierunku prowadzonym w języku angielskim (*Modern Business Management*), co świadczy o wysokim poziomie zaangażowania oraz atrakcyjności programu. Warto podkreślić, że studenci kierunku *MIKR* nie ograniczają się wyłącznie do krajów Unii Europejskiej – chętnie wybierają również uczelnie partnerskie w krajach takich jak Korea Południowa, Chiny czy Japonia, co świadczy o ich otwartości na doświadczenia międzykulturowe i globalną perspektywę kształcenia.

Dodatkowo, mobilność na tym kierunku charakteryzuje się wysokim poziomem satysfakcji wśród studentów, co znajduje odzwierciedlenie w ich zainteresowaniu kontynuacją wymiany na poziomie studiów drugiego stopnia. Istotnym czynnikiem ułatwiającym wyjazdy zagraniczne jest kompatybilność programu studiów *MIKR* z analogicznymi ścieżkami marketingowymi realizowanymi na uczelniach europejskich, co pozwala na płynne włączenie się studentów w proces dydaktyczny za granicą.

W ostatnich latach obserwuje się rosnące zainteresowanie studentów kierunku *Marketing i Komunikacja Rynkowa* nowymi formami mobilności międzynarodowej, w tym programami typu BIP (Blended Intensive Programme). Są to krótkie, intensywne formy kształcenia, łączące mobilność fizyczną z wirtualną współpracą zespołową. Programy te bazują na metodzie e-uczenia się opartej na współpracy i często realizowane są w formule "learning by challenge", gdzie zespoły transnarodowe i transdyscyplinarne wspólnie pracują nad rzeczywistymi wyzwaniami, m.in. związanymi z celami zrównoważonego rozwoju, problemami społecznymi czy wyzwaniami stojącymi przed lokalnymi społecznościami i przedsiębiorstwami.

W roku akademickim 2023/2024 w programach BIP wzięło udział 2 studentów kierunku *MIKR*. W kolejnym roku, 2024/2025, liczba ta wzrosła do 3 studentów, z czego 1 osoba uczestniczyła w trzech odrębnych projektach BIP, co świadczy o ich wysokim zaangażowaniu i chęci dalszego rozwoju kompetencji w środowisku międzynarodowym. Pełna lista uczestników wraz ze szczegółami dotyczącymi poszczególnych mobilności znajduje się w Załączniku uzupełniającym 7.G. Studenci *MIKR* wyjeżdżający na BIP.

W roku 2024 otworzyła się możliwość wyjazdów dla studentów w ramach realizowanego na UEK projektu UEK PROM 2.0 finansowanego z programu NAWA PROM z której skorzystała jedna studentka. PROM UEK 2.0 jest finansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach projektu pt.

„Krótkookresowa wymiana akademicka sposobem na podniesienie jakości kształcenia w instytucjach szkolnictwa wyższego i nauki”, przyznawany przez NAWA. W ramach projektu możliwe jest uzyskanie stypendium na realizację wyjazdów zagranicznych przez kadre, doktorantów i studentów.

Studenci i absolwenci *Marketing i Komunikacja Rynkowa* korzystali także z możliwości realizacji praktyk zagranicznych w ramach programu Erasmus+. W latach 2018–2025 łącznie wyjechało 25 osób (8 studentów i 17 absolwentów).

W ostatnich latach obserwuje się systematyczny wzrost skali mobilności kadry kierunku *Marketing i Komunikacja Rynkowa*, co wynika zarówno z rosnącej świadomości potrzeby umiędzynarodowienia działalności dydaktycznej, jak i z dostępności różnorodnych form wsparcia rozwojowego. Głównym celem wyjazdów pracowników jest podnoszenie kompetencji językowych – niezbędnych do prowadzenia zajęć na wysokim poziomie, aktywnego uczestnictwa w konferencjach zagranicznych oraz realizacji staży dydaktycznych i naukowych.

W ramach działań wspierających rozwój kompetencji kadry, wielu pracowników *MIKR* uczestniczyło w grupowych oraz indywidualnych kursach językowych, przygotowujących do udziału w międzynarodowych inicjatywach. Przekłada się to bezpośrednio na większą aktywność kadry w programach mobilności oraz jakość ich reprezentacji uczelni za granicą.

Mobilność pracowników kierunku była wspierana w ramach dostępnych projektów przedstawiono w poniższej Tabeli 7.1. Pełna lista uczestników wraz ze szczegółami dotyczącymi charakteru wyjazdów znajduje się w Załączniku uzupełniającym 7.H. Doskonalenie języków obcych.

Tabela 7.1. Podnoszenie kompetencji językowych Kadry

Nazwa projektu	Okres realizacji	Źródło finansowania	Rodzaj wsparcia	Z kadry MIKR	Opis
UEK HUB	2015–2019	Europejski i Fundusz Społeczny	Nauczanie w języku angielskim (ścieżka specjalistyczna)	4 osoby	„UEK HUB. Uniwersytecki HUB dydaktyczny” w skrócie HUB UEK był realizowany w latach 2015-2019 w ramach programu Program Operacyjny Wiedza Edukacja Rozwój współfinansowanego ze środków Europejskiego Funduszu Społecznego, na podstawie umowy pomiędzy Narodowym Centrum Badań i Rozwoju a Uniwersytetem Ekonomicznym w Krakowie.
POWER 3.5	2014–2020	Europejski i Fundusz Społeczny	Szkolenie indywidualne z języka angielskiego	13 osób	Projekt POWER 3.5 „Zintegrowany Program Rozwoju UEK” był realizowany w latach 2014-2020 w ramach programu Program Operacyjny Wiedza Edukacja Rozwój współfinansowanego ze środków Europejskiego Funduszu Społecznego, na podstawie umowy pomiędzy Narodowym Centrum Badań i Rozwoju a Uniwersytetem Ekonomicznym w Krakowie. Rodzaj wsparcia - 1) Szkolenia indywidualne z języka angielskiego dla kadry dydaktycznej, 2) HUB 2.0 Nauczanie w języku angielskim
HUB 2.0	2022-2023 (w ramach POWER 3.5)	Europejski i Fundusz Społeczny	Nauczanie w języku angielskim (ścieżka specjalistyczna)	3 osoby	Projekt UEK HUB 2.0 Uniwersytecki hub dydaktyczny (druga edycja) jest organizowany w ramach Zadania 4. Zintegrowanego Programu Rozwoju UEK, realizowanego przez Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie, współfinansowanego ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego.
FIRSTinFERS	od 12.02.2	Europejski i Fundusz	Szkolenie indywidualne z	9 osób	FIRSTinFERS, jest realizowany od 12.02.2024 r. w ramach programu Fundusze Europejskie dla

	024 (trwa)	Społeczny Plus	języka angielskiego		Rozwoju Społecznego 2021-2027 (FERS) współfinansowanego ze środków Europejskiego Funduszu Społecznego Plus, na podstawie umowy pomiędzy Narodowym Centrum Badań i Rozwoju.
--	---------------	-------------------	------------------------	--	--

Mobilność międzynarodowa kadry prowadzącej zajęcia na kierunku *Marketing i Komunikacja Rynkowa* przedstawia się bardzo dobrze – 52 spośród 119 pracowników w ciągu ostatnich 7 lat skorzystało przynajmniej raz z możliwości wyjazdu zagranicznego w ramach dostępnych programów. Wysoki poziom mobilności świadczy nie tylko o otwartości środowiska akademickiego na współpracę międzynarodową, ale również o wysokich kompetencjach oraz aktywności zawodowej kadry.

Umiędzynarodowieniu sprzyjają liczne wyjazdy na szkolenia, kursy, wykłady, konferencje czy w ramach wspólnych projektów badawczych. Wielu nauczycieli akademickich regularnie uczestniczy w wymianach doświadczeń naukowych i dydaktycznych, co przekłada się bezpośrednio na jakość nauczania i atrakcyjność programu dla studentów.

Poniższa Tabela 7.2 przedstawia zbiorcze dane dotyczące mobilności zagranicznej kadry dydaktycznej kierunku *Marketing i Komunikacja Rynkowa* w latach 2019–2025, z wyszczególnieniem liczby uczestniczących pracowników, liczby zrealizowanych mobilności oraz udziału programów Erasmus+ i CEEPUS.

Tabela 7.2. Mobilności zagraniczne Kadry

Rok	Liczba pracowników w	Łączna liczba mobilności	w tym CEEPUS	w tym Erasmus+	w tym POWER 3.5	w tym FIRST inFERS	w tym PROM UEK 2.0
2019	26	47	4	43	0	0	0
2020	2	4	0	4	0	0	0
2021	9	12	2	10	0	0	0
2022	13	22	1	21	0	0	0
2023	27	63	2	46	15	0	0
2024	20	34	2	32	0	0	0
2025*	26	41	3	30	0	4	4

*stan do końca sierpnia 2025

Szczegółowe dane, w tym informacje o krajach docelowych, charakterze mobilności oraz uczestnikach, zawiera Załącznik 7.C. Wyjazdy zagraniczne Kadra MiKR

Mobilność zagraniczna pracowników prowadzących zajęcia na kierunku *Marketing i Komunikacja Rynkowa* nie ogranicza się wyłącznie do wyjazdów realizowanych w ramach programu Erasmus+. Znaczną część mobilności stanowią również aktywności wynikające z udziału w międzynarodowych projektach, konferencjach naukowych oraz indywidualnych inicjatywach dydaktyczno-badawczych. Wyjazdy te przybierają różnorodne formy, takie jak zagraniczne staże dydaktyczne, szkolenia, prowadzenie zajęć czy wizyty studyjne.

W ramach programu POWER 3.5, w roku 2023 zrealizowano szereg dydaktycznych staży zagranicznych w instytucjach wybranych samodzielnie przez pracowników. W sumie 15 pracowników kierunku MIKR odbyło wyjazdy do takich krajów jak: Stany Zjednoczone, Republika Południowej Afryki, Gwatemala, Francja, Portugalia, Szwecja, Bułgaria, Hiszpania oraz Węgry. Szczegółowe dane dotyczące

tych mobilności – w tym nazwiska uczestników oraz instytucje przyjmujące – znajdują się w Załączniku 7.C. Wyjazdy zagraniczne Kadra MiKR, arkusz „POWER 3.5”.

Z kolei w roku 2025 w ramach programu FIRSTinFERS uruchomiona została nowa ścieżka mobilności – zagraniczne wizyty studyjne. Do tej pory z tej formy wsparcia skorzystało dwóch pracowników kadry MiKR, realizując wyjazdy do Finlandii oraz Francji.

W 2025 4. pracowników skorzystało z możliwości wyjazdu w ramach realizowanego na UEK projektu PROM UEK 2.0.

Pracownicy Uczelni mający zajęcia na kierunku *MIKR* systematycznie wyjeżdżają na konferencje międzynarodowe. Zestawienie konferencji, w których brali udział prezentuje Załącznik uzupełniający 7.1 Konferencje międzynarodowe Kadra MiKR. Uzyskane dane wskazują, że w okresie od ostatniej akredytacji kierunku, tj. od 2019 roku pracownicy prowadzący zajęcia na wizytowanym kierunku uczestniczyli w **ponad 200** międzynarodowych konferencjach i to mimo pandemii Covid 19, która miała w tym okresie miejsce. Trzeba również zauważyć, że pracownicy elastycznie zareagowali na administracyjne ograniczenia mobilności, w latach 2020 i 2021 zwiększając udział w konferencjach online. Podsumowując, zaangażowanie kadry w konferencje naukowe o zasięgu międzynarodowym – również w formie zdalnej podczas pandemii – odgrywa istotną rolę w rozwijaniu kontaktów z globalnym środowiskiem akademickim. Tego rodzaju aktywność sprzyja nie tylko wymianie wiedzy i doświadczeń dydaktycznych, lecz także stanowi fundament dla przyszłej współpracy badawczej i wspólnych projektów naukowych.

7.5 Udział wykładowców z zagranicy w prowadzeniu zajęć na ocenianym kierunku

Umiędzynarodowienie stanowi jeden z kluczowych obszarów rozwoju Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie, wpisany w Strategię Rozwoju UEK na lata 2025–2032. Kierunek Marketing i Komunikacja Rynkowa aktywnie wpisuje się w te założenia poprzez systematyczne poszerzanie możliwości współpracy międzynarodowej oraz dostosowywanie programu studiów do standardów obowiązujących na uczelniach europejskich.

Chociaż kierunek nie prowadzi obecnie ścieżek w formule podwójnych dyplomów, to w ostatnich latach dokonano modyfikacji programu kształcenia, których celem było zwiększenie udziału komponentu anglojęzycznego. Zarówno na studiach pierwszego, jak i drugiego stopnia, wprowadzono możliwość wyboru wykładów (m.in. *Innovation in commerce and services (I stopień)*, *Business in Modern Ecosystems and Networks (II stopień)*, *ESG and Marketing Communication (II stopień)*, *Place Branding (II stopień)*) prowadzonych w języku angielskim, szczególnie na ostatnich semestrach kształcenia. Zmiany te przygotowują kierunek do przyszłej intensyfikacji współpracy międzynarodowej oraz stwarzają podstawy do ewentualnego zatrudniania kadry dydaktycznej z zagranicy.

Na kierunku MiKR studenci mają możliwość uczestnictwa w wykładach gości zagranicznych, z którymi współpracuje Katedra Marketingu. Wykłady jakie odbyły się w ostatnim czasie zaprezentowano w tabeli 7.3.

Tabela 7.3. Wykłady gościnne na kierunku MiKR

Data	Prowadzący	Instytucja	Tytuł wykładu
Kwiecień, maj 2023	Dr. Alewtyna Demtscka	Kijowski Uniwersytet Narodowy im. Tarasa Szewczenki, Katedra Reklamy i Public Relations Instytutu Dziennikarstwa	Individual and Mass Emotions in Marketing Communications: the Role, Place and Meaning of Brands and Science
Marzec 2023	Professor Yoshihiro Matsukawa	Hiroshima University of Economics	International Management (From a Japanese Perspective)

Maj 2023	Dr. Jelena Filipovic	University of Belgrade, Faculty of Economics and Business	Digital marketing in international market Digital marketing tackling intercultural differences
Maj 2022	Prof. Veldin Ovcina	Uniwersytet w Mostarze	Guerilla marketing and content marketing
Kwiecień 2022	Dr Mehran Najmaei	CSB International School z Kolonii	The Marketing Strategy of MNEs in the Emerging Markets - Gillett and Starbucks cases wykłady on-line z uwagi na pandemię
Grudzień 2021	Tomáš Sadílek	Vysoká škola ekonomická v Praze, Katedra mezinárodního podnikání	Consumer behaviour segmentation in Czechia Practise VALS and Means-End models Introduction to brand management Wykłady on-line – z uwagi na pandemię

7.6 Sposób, częstotliwość i zakres monitorowania i oceny umiędzynarodowienia procesu kształcenia oraz doskonalenia warunków sprzyjających podnoszeniu jego stopnia, jak również wpływu rezultatów umiędzynarodowienia na program studiów i jego realizację

Proces monitorowania zakresu umiędzynarodowienia dokonywany jest na kilku ściśle określonych poziomach. Rada Kolegium Nauk o Zarządzaniu i Jakości na pierwszym poziomie strategicznym inicjuje plany działań, które podlegają ciągłej ocenie. Monitorowaniu podlegają przede wszystkim: liczba kandydatów i studentów stacjonarnych pochodzących z zagranicy, publikacje międzynarodowe, stan oraz perspektywy mobilności międzynarodowej studentów i wykładowców. Monitorowanie odbywa się na poziomie Katedr, Instytutu Zarządzania oraz Kolegium Nauk o Zarządzaniu i Jakości.

Szczegółowość zbieranych danych oraz ich ciągłość pozwala na śledzenie postępów w realizacji celów strategicznych w zakresie umiędzynarodowienia oraz ich weryfikacji. Jednocześnie na poziomie operacyjnym Instytutowa Komisja ds. Jakości Kształcenia dokonuje weryfikacji stopnia realizacji celów kształcenia w zakresie umiędzynarodowienia. Część z tych działań ma odzwierciedlenie w corocznie sporządzanych raportach o jakości kształcenia.

Stopień umiędzynarodowienia działalności Uczelni w postaci liczby studentów zagranicznych studiujących oraz studentów wizytujących Uczelnię w ramach programu Erasmus+, a także zagranicznych profesorów zatrudnianych w Uczelni w ramach zespołów badawczych i profesorów prowadzących gościnne wykłady w ramach wymiany programu Erasmus+ jest co roku analizowane przez pracowników Biura Programów Zagranicznych.

Wsparcie studentów zagranicznych realizowane jest głównie przez pracowników [Biura Programów Zagranicznych \(BPZ\)](#), koordynującego wyjazdy i przyjazdy studentów. Dodatkowo, [Centrum Językowe UEK](#) stworzyło ofertę dla studentów zagranicznych obejmującą: uczestnictwo w lektoratach z języka niemieckiego lub hiszpańskiego prowadzonych z wykorzystaniem języka angielskiego jako pomocniczego, lektorat z języka polskiego dla obcokrajowców na poziomach: A1, B1, B2, możliwość wyboru lektoratu z pełnej puli oferowanej w UEK.

Zalecenia dotyczące kryterium 7 wymienione w uchwale Prezydium PKA w sprawie oceny programowej na kierunku studiów, która poprzedziła bieżącą ocenę (jeżeli dotyczy)

Lp.	Zalecenia dotyczące kryterium 7 wymienione we wskazanej wyżej uchwale Prezydium PKA	Opis realizacji zalecenia oraz działań zapobiegawczych podjętych przez uczelnię w celu usunięcia błędów i niezgodności sformułowanych w zaleceniu o charakterze naprawczym
1.	brak	

Kryterium 8. Wsparcie studentów w uczeniu się, rozwoju społecznym, naukowym lub zawodowym i wejściu na rynek pracy oraz rozwój i doskonalenie form wsparcia

8.1. Dostosowania systemu wsparcia do potrzeb różnych grup studentów, w tym potrzeb studentów z niepełnosprawnością

Podstawą wsparcia studentów z niepełnosprawnościami jest Zarządzenie Rektora nr [R.0211.62.2022](#) z dnia 18 października 2022 r. W odniesieniu do studentów z niepełnosprawnościami, kluczową rolę odgrywa [Biuro ds. Osób z Niepełnosprawnościami UEK](#). Biuro współpracuje z organizacjami studenckimi UEK, np.: Parlament Studencki przede wszystkim w zakresie informacyjnym dla studentów. A także z innymi jednostkami UEK np.: Biblioteką Główną w sferze udogodnień dla studentów z niepełnosprawnościami, z Centrum Językowym w zakresie organizacji wsparcia edukacyjnego dla studentów z dysleksją czy organizacji lektoratów alternatywnych dla studentów z niepełnosprawnościami. Z Studium Wychowania Fizycznego i Sportu w zakresie dostosowywania zajęć do możliwości studentów. Z Działem Jakości Kształcenia w zakresie doszkalania pracowników w tematyce dostępności materiałów np.: dla osób niewidomych i słabowidzących. Z Działem Ewaluacji i Zapewnienia Jakości Działalności Naukowej w zakresie tworzenia napisów alternatywnych do powstających posterów. Z zespołem ds. BHP i Ochrony Przeciwpowarowej w zakresie opracowania procedur ewakuacji osób z niepełnosprawnościami i różnorodnymi potrzebami oraz w zakresie Bezpieczeństwa i Higieny Kształcenia.

BON UEK organizuje profesjonalne wsparcie edukacyjne dla osób z problemami [narządu wzroku](#) (np.: poprzez organizację zajęć orientacji przestrzennej czy lektoratu alternatywnego, adaptację materiałów), a także [narządu ruchu](#) (np.: przez organizację zajęć z WF w formie alternatywnej, organizacja zajęć w miejscach dostępnych architektonicznie) oraz osoby [G/głuche i słabosłyszące](#) (np.: przez organizację tłumaczenia na PJM). Zespół wychodzi naprzeciw aktualnym potrzebom i wspiera osoby: [chorujące przewlekle](#) i wszystkie, które mają [jakiegokolwiek trudności zdrowotne](#) w studiowaniu.

BON UEK współpracuje z firmami zewnętrznymi takimi jak: Shell, State Street, Cisco, Sylvamo w zakresie odbywania staży i praktyk, a także przekazywania informacji o aktualnych ofertach pracy. Podstawową formą współpracy ze studentami z niepełnosprawnościami jest rozmowa oraz ustalenie właściwej i odpowiedniej formy wsparcia edukacyjnego. Rozmowa przeprowadzana jest przez osoby pracujące w BON i jej wynikiem jest kwestionariusz rejestracyjny studenta oraz indywidualnie dobrane wsparcie edukacyjne.

Na Uniwersytecie Ekonomicznym w Krakowie działa również Centrum Wsparcia Psychologicznego. Zakres wsparcia i formy współpracy opisane zostały na stronie [Centrum](#). Wsparcie psychologiczne dla studentów prowadzone jest w formie konsultacji i dostępne jest w języku polskim, angielskim i ukraińskim, a także w Polskim Języku Migowym. Pracownicy CWP organizują również warsztaty dla studentów z tematyki radzenia sobie ze stresem w trakcie sesji oraz organizacji nauki. Uczestniczą również w tzw. spotkaniach katedralnych, gdzie przeprowadzane jest krótkie szkolenie o możliwościach wsparcia edukacyjnego na UEK, a także jak radzić sobie ze studentami z zespołem Aspergera.

Wraz z sekcją AZS UEK utworzono w 2010 r. zajęcia dla osób z niepełnosprawnościami z wychowania fizycznego na basenie, a od 2021 r. sekcję laserowego strzelectwa dźwiękowego.

W Uczelni funkcjonuje system certyfikacji „[Uczelnia Przyjazna Osobom z Niepełnosprawnościami](#)”. Jest on innowacyjnym w skali kraju projektem certyfikacji katedr i jednostek organizacyjnych, który sprzyja zarówno wdrażaniu dostępności na uczelni, jak i jest istotnym narzędziem wspierającym proces edukacyjny studentów z niepełnosprawnościami. Główne cele systemu to:

- Utrwalenie społecznego wizerunku UEK jako uczelni przyjaznej osobom z niepełnosprawnościami;

- Zwiększenie dostępności UEK dla obecnych i przyszłych studentów oraz pracowników z niepełnosprawnościami poprzez ograniczanie i eliminację barier występujących na uczelni oraz działania rozwojowe na rzecz tych osób;
 - Zwiększenie świadomości pracowników UEK, dotyczącej potrzeb i oczekiwań studentów i pracowników z niepełnosprawnościami;
- Pomysł certyfikacji opiera się na dobrowolności uczestnictwa.

W Instytucie Zarządzania 6 katedr uzyskało Certyfikat Katedry Przyjaznej Osobom z Niepełnosprawnościami, natomiast w 4 katedrach działają Pełnomocnicy ds. Osób z Niepełnosprawnościami.

Pracownicy prowadzący zajęcia na kierunku *Marketing i komunikacja rynkowa* w okresie 2020-2025 zastosowali następujące formy wsparcia wobec studentów z indywidualnymi potrzebami:

- zagwarantowanie dodatkowych spotkań w uzgodnionym z osobą niepełnosprawną terminie;
- wsparcie w doborze sal dostępnych dla osób z niepełnosprawnością ruchową;
- przygotowywanie materiałów z większą czcionką;
- przygotowanie arkusza z pytaniami z powiększoną czcionką;
- realizacja indywidualnych konsultacji dla osób z niepełnosprawnościami;
- przekazywanie materiałów przed zajęciami w formie elektronicznej;
- wydłużenie czasu na przygotowanie projektów zaliczeniowych;
- wydłużenie czasu pisania egzaminów i kolokwium, nie dłużej niż o 50% regulaminowego czasu trwania;
- udział w zajęciach tłumacza Polskiego Języka Migowego oraz asystenta dydaktycznego;
- prowadzenie zajęć w taki sposób, by zachowany był bezpośredni kontakt face-to-face, szczególnie dla osób słabosłyszących;
- umożliwienie studentom z niepełnosprawnościami nagrywania zajęć.

Ważną kwestią jest stosowanie przez prowadzących różnych form zaliczania przedmiotu i egzaminowania, uwzględniających rodzaj niepełnosprawności i indywidualne możliwości studenta m.in.:

- zmiana egzaminu / kolokwium z formy pisemnej na ustną lub na odwrót;
- możliwość zdawania egzaminu / kolokwium w wersji elektronicznej.

Dodatkowo pracownicy UEK mogli wziąć udział w szkoleniach organizowanych w ramach projektu *UEK dostępny dla wszystkich* współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego Program Operacyjny Wiedza Edukacja Rozwój 2014-2020.

2022 rok:

- Tworzenie dokumentów cyfrowych dla osób z indywidualnymi potrzebami;
- Audytywanie stron internetowych zgodnie ze standardem WCAG 2.1.

2023 rok:

- Szkolenie z zakresu ewakuacji osób z niepełnosprawnościami;
- Komunikacja w zespole;
- Kurs Komunikacja z Głuchym bez barier (online i stacjonarnie);
- Szkolenia z zakresu technologii wspierających w szkolnictwie wyższym;
- Szkolenie z zakresu pracy ze studentami ze spektrum autyzmu;
- Szkolenie „poczuj jak ja”;
- Szkolenie zarządzanie szkołą wyższą z perspektywy dostępności;
- Szkolenie z zakresu uniwersalnego projektowania;
- Dostępność szkół wyższych – wyzwania i perspektywy.

Dla studentów z niepełnosprawnością oraz dla osób w trudnej sytuacji przyznawane są stypendia. W latach 2020-2025 stypendia socjalne przyznano 207 studentom kierunku *Marketing i komunikacja rynkowa*, w tym 41 studentom z niepełnosprawnością (zob. Załącznik uzupełniający 8.A).

8.2. Zakres i formy wspierania studentów w procesie uczenia się, w tym formy wsparcia

Bezpośredniego wsparcia studentom kierunku *Marketing i komunikacja rynkowa* udziela opiekun roku, którego zadaniem jest rozwiązywanie pojawiających się sytuacji trudnych i zbieranie informacji o procesie kształcenia i kwestiach organizacyjnych.

W ramach zajęć na kierunku *Marketing i komunikacja rynkowa*, poza standardowymi narzędziami, wykładowcy wykorzystują również innowacyjne, motywujące studentów metody nauczania, m.in.: *mind mapping*, burzę mózgów, *design thinking*, analizę wielokryterialną, gry biznesowe, *simpleks on-line*, Gretl, EMS, MaxDEA, ITCube, programy CRM, laboratorium systemu klasy ERP, Kahoot, analizy w programie Statistica. Część z tych metod wymaga wsparcia informatycznego, które zapewniają laboratoria komputerowe, dostępne dla studentów również poza godzinami zajęć. Każdy ze studentów ma możliwość zainstalowania pełnego pakietu Office 365 i programu Statistica.

W procesie kształcenia wykorzystywana jest platforma Moodle, na której prowadzone są certyfikowane zajęcia i zamieszczane są informacje od prowadzących. Studenci mają również własną przestrzeń informacyjną „*Studencki poradnik pracy zdalnej*” oraz „*e-Zajęcia*”. Konsultacje z prowadzącymi są realizowane w formie stacjonarnej lub zdalnej (Moodle, MS Teams). W sytuacji, gdy student nie posiada odpowiedniego sprzętu lub połączenia internetowego może skorzystać z laboratoriów komputerowych. Kwestie te reguluje Zarządzenie Rektora nr R.0211.6.2022.

Istotną formą wsparcia jest również zdalny dostęp do zasobów biblioteki, przy czym szczególnie istotny jest dostęp do pełnych tekstów publikacji naukowych za pośrednictwem takich baz jak np.: EBSCOhost, Emerald, IBUK Libra, Journal of Marketing, Journal of Marketing Research, Science Direct.

a. Wsparcie krajowej i międzynarodowej mobilności studentów

Wsparcie mobilności obejmuje działania w ramach programów Erasmus+, CEEPUS, a także innych. Aktywności są koordynowane przez dwie jednostki: [Biuro Programów Zagranicznych \(BPZ\)](#) i [Akademickie Centrum Kariery \(ACK\)](#).

W latach 2020-2025 z programów mobilnościowych skorzystało **189 studentów** z kierunku *Marketing i komunikacja rynkowa* (zob. Załączniki 7.F i 7.G). Studenci UEK mogą wyjechać na studia lub praktykę za granicą na okres nieprzekraczający 12 miesięcy w każdym cyklu studiów (lic, inż., mgr, dr) lub 24 miesiące dla jednolitych magisterskich, niezależnie od rodzaju mobilności (studia czy praktyka zawodowa) i liczby okresów mobilności. Studenci na czas realizacji częściowych studiów zagranicznych otrzymują wsparcie finansowe określone w danym projekcie. Osoby pobierające stypendium socjalne lub posiadające orzeczenie o niepełnosprawności otrzymują dodatkowe wsparcie finansowe.

Praktyki zagraniczne Erasmus+ koordynowane są przez ACK. Studenci odbywają praktyki zgodne z kierunkiem studiów i są one zaliczane jako obowiązkowe lub nieobowiązkowe. W latach 2020-2025 na praktyki Erasmus+ wyjechało 14 studentów kierunku *Marketing i komunikacja rynkowa*. Przepisy regulujące wsparcie dla studentów wyjeżdżających do Uczelni zagranicznych znajdują się w §27 Regulaminu studiów.

b. Wsparcie we wchodzeniu na rynek pracy lub kontynuowaniu edukacji

Wsparcie studentów we wchodzeniu na rynek pracy realizowane jest głównie przez [Akademickie Centrum Kariery \(ACK\)](#), które: pozyskuje i udostępnia oferty pracy, praktyk i staży, organizuje i promuje

praktyki zagraniczne, współpracuje on-line z pośrednikami praktyk zagranicznych w ramach Erasmus+ Space, organizuje 2 razy w roku Targi Pracy, a także szkolenia i warsztaty (symulacje rozmów kwalifikacyjnych, szkolenia branżowe itp.) w ramach Akademii Rozwoju.

ACK prowadzi również indywidualne konsultacje doradcze dla studentów i absolwentów naszej Uczelni oraz punkt informacyjny, w którym można zasięgnąć informacji na temat aktualnych ofert pracy, konkursów, programów stażowych i rekrutacyjnych. Z indywidualnych spotkań z doradcą ACK, dotyczących rozwoju kariery w roku akademickim 2024/2025 skorzystały **133 osoby** (dane na dzień 23.06.2025). W konsultacjach dotyczących programu Erasmus+ wzięło udział **28 osób**.

W roku akademickim 2023/2024 po raz pierwszy wprowadzono nową usługę – konsultacje on-line z przedstawicielami firm. W projekcie zwanym **CV Dos & Dont's** ACK współpracowało z firmami Cisco, Grammarly i Sii. W konsultacjach z firmami w roku akademickim 2024/2025 wzięło udział w sumie **26 osób**.

Indywidualne spotkania doradcze odbywają się także podczas Targów Pracy w tzw. CV Poincie. Prowadzą je eksperci z firm i instytucji wystawiających się na Targach, a dotyczą nie tylko analizy CV, ale także możliwości rozwoju w danej organizacji. W sumie w roku akademickim 2024/2025 podczas Targów Pracy (w edycjach Jesień i Wiosna) z doradztwa w CV Point skorzystały **382 osoby**.

Akademickie Centrum kariery prowadzi serwis **JobTeaser**, z którego nieodpłatnie korzystają pracodawcy, zamieszczając w nim oferty pracy, praktyk i staży. JobTeaser to innowacyjne narzędzie do poszukiwania targetowanych ofert. Studenci UEK mają dostęp do ofert pracy, praktyk i staży składanych nie tylko bezpośrednio przez pracodawców, z którymi współpracuje ACK, ale również do ofert o zasięgu międzynarodowym. Obecnie studenci mogą aplikować na oferty ponad 530 firm poszukujących pracowników, stażystów i praktykantów. W roku akademickim **2024/2025** na platformie JobTeaser Akademickiego Centrum Kariery pracodawcy opublikowali łącznie **891 ofert** (dane za okres 1.10.2024 - 23.06.2025).

ACK Koordynuje również program Akademia Rozwoju Online - cykl warsztatów i szkoleń prowadzonych przez ekspertów z różnych branż, dostarczających wiedzę i rozwijających umiejętności.

Absolwenci kierunku *Marketing i komunikacja rynkowa* mają również możliwość kontynuowania nauki w Krakowskiej Szkole Biznesu w ramach studiów MBA, podyplomowych i szkoleń. KSB oferuje kształcenie na kilkudziesięciu kierunkach, a absolwenci Uczelni mają możliwość uzyskania 10% rabatu.

c. *Wsparcie w prowadzeniu działalności naukowej oraz publikowaniu lub prezentacji jej wyników, jak również w uczestniczeniu w różnych formach komunikacji naukowej lub twórczości artystycznej*

Wspieranie studentów w tym obszarze realizowane jest poprzez następujące aktywności: działalność w kołach naukowych, współudział studentów w konferencjach i seminariach, udział w pracach badawczych, pomoc w przygotowaniu publikacji.

W UEK funkcjonuje [40 Kół Naukowych](#). Przy kierunku *Marketing i komunikacja rynkowa* działają:

- Koło Naukowe KolMark;
- Koło Naukowe „MAKE OR BUY”.

W ramach działalności kół prowadzone są badania naukowe, organizowane seminaria i dyskusje, a także warsztaty. Członkowie przygotowują publikacje naukowe i wystąpienia na konferencje. Efektem działalności naukowej studentów kierunku *Marketing i komunikacja rynkowa* są 3 publikacje naukowe powstałe przy wsparciu pracowników naukowych (Załącznik uzupełniający 8.B).

W ostatnich latach członkowie Koła Naukowego KolMark brali udział w warsztatach „Od zera do setki, czyli jak zdobyć pierwszych klientów bez dużego budżetu” i „Autoprezentacja – czyli wstęp do rozmowy” zorganizowanych w ramach współpracy z Fundacją Kraków Miastem Start-Upów. Członkowie

Koła organizują debaty oksfordzkie (np. „Dobry produkt sprzedaje się sam”, „Produkty luksusowe nie muszą być wysokiej jakości”). Corocznie angażują się w przygotowanie Konferencji Naukowo-Dydaktycznej Uniwersjada Marketingu, w której oprócz studentów kierunku *Marketing i komunikacja rynkowa*, uczestniczą studenci Uniwersytetu Jagiellońskiego i Akademii Górniczo-Hutniczej.

Działalność Koła Naukowego „MAKE OR BUY” została reaktywowana w 2024 roku. Członkowie Koła brali m. in. udział w spotkaniu z prof. Estuardo Lu z Uniwersytetu ESAN w Limie – tematem były wyzwania w zarządzaniu międzynarodowymi korporacjami: przykłady z Peru.

Studenci uczestniczący w pracach badawczych lub wdrożeniowych mogą skorzystać ze zwolnienia z udziału w niektórych zajęciach zgodnie z §18a Regulaminu Studiów UEK.

Od 2020 roku w corocznie studenci kierunku *Marketing i komunikacja rynkowa* mogą brać udział w [Międzynarodowej Konferencji Naukowej Kolegium Nauk o Zarządzaniu i Jakości „Wiedza – Gospodarka – Społeczeństwo”](#). Udział w konferencji jest bezpłatny i daje możliwość zarówno prezentacji wyników badań, jak i publikacji artykułów naukowych. Podczas konferencji w ostatnich latach studenci mogli uczestniczyć w panelach dyskusyjnych poświęconych problematyce marketingu np.:

- Influencerzy – nowe oblicza komunikacji marketingowej;
- Współczesny marketing – kluczowe czynniki sukcesu;
- Współpraca z klientami – potrzeby, relacje, wartości;
- Internacjonalizacja działalności przedsiębiorstwa. Marketingowe doświadczenia polskich przedsiębiorstw;
- Popandemiczne zachowania konsumentów. Tendencje i dynamika zmian;
- Jeszcze segmentacja czy już indywidualizacja? Nowe technologie w komunikacji marketingowej.

Wsparcie w twórczości artystycznej i społecznej realizowane jest w ramach programu „[UEK Odpowiedzialny](#)”, gdzie przewidziane są projekty „Sztuka”, „Pomoc” i „Ekologia”. Studenci mogą się też angażować w działalność chóru „Dominanta” oraz brać udział w projekcie „Fashion Night” w ramach Juwenaliów.

d. Wsparcie w aktywności studentów: sportowej, artystycznej, organizacyjnej, w zakresie przedsiębiorczości

W Uczelni oferowane są różne formy zajęć sportowych: zespołowe (piłka siatkowa, koszykowa, ręczna, nożna), indywidualne (tenis stołowy, ziemny, badminton), muzyczne (joga, step reebok, zdrowy kręgosłup), ogólnorozwojowe (basen, siłownia). Studenci lat wyższych mogą uczestniczyć w zajęciach z WF za opłatą. W ramach Juwenaliów organizowane są Xtremalia.

Studenci kierunku *Marketing i komunikacja rynkowa* mogą też uczestniczyć w treningach sekcji Akademickiego Związku Sportowego (AZS) w UEK. Studenci I roku biorąc udział w tych treningach mogą otrzymać ocenę 5.0. a ci, którzy wykazują się najlepszą formą mogą reprezentować Uczelnię w rozgrywkach sportowych Akademickich Mistrzostwach Małopolski i Akademickich Mistrzostwach Polski. Zdobywanie medalu w tych rozgrywkach stwarza szansę na uzyskanie stypendium Rektora.

Wsparcie studentów w działalności artystycznej realizowane jest poprzez możliwość udziału w programie „[UEK Odpowiedzialny](#)”, obejmującym projekty: UEK Pomaga, Ekologia, Sztuka, Obywatelski. Szczegółowy zakres działań znajduje się na stronie projektu. W ramach Juwenaliów realizowany jest „Fashion Night” będące miejscem do pokazania się przez młodych artystów i projektantów.

Parlament Studencki w ramach procesu stypendialnego przyznaje dodatkowe punkty za znaczące osiągnięcia artystyczne lub sportowe.

8.3. System motywowania studentów do osiągnięcia lepszych wyników w nauce oraz działalności naukowej oraz sposobów wsparcia studentów wybitnych

Motywowanie studentów kierunku *Marketing i komunikacja rynkowa* do uzyskiwania lepszych wyników obejmuje wsparcie organizacyjne i finansowe. W odniesieniu do wsparcia organizacyjnego zastosowanie mają przepisy znajdujące się w Regulaminie Studiów dotyczące możliwości skorzystania z: Indywidualnej Ścieżki Edukacyjnej (§7) - umożliwiają realizację zainteresowań studenta z uwzględnieniem opieki naukowej, dostępna jest dla studentów ze średnią min. 4,0; Indywidualnego Planu Studiów (§8) - polegającego na zmianie obowiązującego planu studiów, w sposób umożliwiający przesunięcie realizacji objętych nim zajęć dydaktycznych na semestry wcześniejsze; realizacji studiów na dwóch specjalnościach (§9) w przypadku osiągnięcia wyróżniających wyników w nauce.

Studenci są motywowani poprzez możliwość uzyskania stypendium Rektora lub Ministra. Stypendium Rektora (Zarządzenie nr [R.0211.27.2024](#) z dnia 28.06.2024 roku) może otrzymać student, jeżeli zaliczył wszystkie przedmioty wynikające z programu roku/semestru, uzyskując bezwarunkowy wpis na kolejny rok/semestr oraz uzyskał wyróżniające wyniki w nauce lub uzyskał osiągnięcia naukowe lub artystyczne, lub osiągnięcia sportowe. W przyznawaniu stypendium pod uwagę brane są następujące kryteria: Średnia ocen (powyżej 4,0), publikacje w czasopismach naukowych, monografie, publikacje pokonferencyjne, udział w konferencjach, sympoziach, seminariach i sesjach naukowych, udział w badaniach naukowych, pracach rozwojowych, nagrody i wyróżnienia, osiągnięcia artystyczne, sportowe, olimpiady. W latach 2020-2025 przyznano 358 stypendiów Rektora w dla studentów kierunku *Marketing i komunikacja rynkowa* (Załącznik uzupełniający 8.A).

Stypendium Ministra może otrzymać student wykazujący się znaczącymi osiągnięciami naukowymi związanymi ze studiami lub znaczącymi osiągnięciami w sporcie, według zasad określonych w: rozporządzeniach Ministra Nauki i Szkolnictwa Wyższego z dnia 1 kwietnia 2019 r. (Dz. U. z 2021 r. poz. 725) oraz Ministra Edukacji i Nauki z dnia 30 sierpnia 2021 r. (Dz. U. z 2021 r. poz. 1637).

Dodatkowo studenci kierunku *Marketing i komunikacja rynkowa* są motywowani do nauki przez prowadzących. Wśród stosowanych sposobów wskazać można: zadawanie pytań problemowych na kolejne zajęcia, odsyłanie do literatury dodatkowej, przygotowywanie quizów na platformach internetowych podsumowujących zajęcia lub przygotowujących do kolejnych, zlecenie przygotowywania esejów na wybrane tematy, zachęcania do udziału w konferencjach naukowych, wspieranie w przygotowywaniu publikacji.

Dodatkowo na stronie internetowej „[Studenci](#)” zamieszczane są informacje na temat konkursów dla studentów.

Ponadto Dział Jakości Kształcenia UEK prowadzi program mentoringowy dla wspierania wybitnych studentów UEK - [Honours „WISE”](#). Instytut Zarządzania, w ramach którego funkcjonuje kierunek *Marketing i komunikacja rynkowa*, dysponuje zespołem 45 certyfikowanych Tutorów o zróżnicowanych zainteresowaniach, co daje studentom znaczne możliwości wyboru.

Szczególnym rodzajem motywacji jest umożliwienie studentom kierunku *Marketing i komunikacja rynkowa* udziału w ogólnopolskim konkursie im. prof. Romana Głowackiego na najlepszą pracę magisterską i licencjacką z zakresu marketingu, handlu i konsumpcji. Konkurs corocznie organizuje Polskie Naukowe Towarzystwo Marketingu, które objęło patronatem kierunek *Marketing i komunikacja rynkowa*. Nagrody za najlepszą pracę magisterską i licencjacką wynoszą obecnie odpowiednio 2000 zł i 1000 zł.

8.4. Sposoby informowania studentów o systemie wsparcia, w tym pomocy materialnej

Podstawowym źródłem informacji dla studentów jest [strona rekrutacyjna](#) na której zamieszczone są informacje na temat stypendiów, zapomogi oraz informacje kontaktowe do Działu Spraw Bytowych Studentów i Doktorantów. Dodatkowo na stronie „[Studenci](#)” zakładka „*wsparcie*” dostępne są informacje

o pomocy psychologicznej, opiece zdrowotnej oraz kontakt do Biura Stypendiów i Ubezpieczeń Zdrowotnych. Studenci mogą również korzystać ze wsparcia [Rzecznika Praw Studenta](#) oraz z pomocy [Parlamentu Studenckiego](#), który monitoruje potrzeby studentów poprzez comiesięczne posiedzenia Studenckich Rad Instytutu oraz posiedzeń PSUEK. Studenci mogą zwracać się do samorządu ze wszelkimi problemami poprzez wiadomości w mediach społecznościowych (Facebook, LinkedIn, Instagram), e-mail lub osobiście w pomieszczeniach samorządu. Istotne zmiany i informacje są również przesyłane studentom na indywidualne uczelniane skrzynki pocztowe.

Zakres wsparcia studentów regulują następujące akty prawne:

- Ustawa z dnia 20 lipca 2018 r. Prawo szkolnictwie wyższym i nauce (tj. Dz. U. z 2023 r. poz.742 z późn.zm.);
- Regulamin świadczeń dla studentów UEK - zał. do Zarządzenia nr [R.0211.27.2024](#) z dnia 28 czerwca 2024 roku;
- Zarządzenie Rektora Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie nr [R.0211.36.2024](#) z dnia 24 lipca 2024 roku w sprawie odpłatności za miejsca w domach studenckich;
- Regulamin studiów w Uniwersytecie Ekonomicznym w Krakowie – zał. do Uchwały Senatu UEK nr [T.0022.17.2025](#) z dnia 24 kwietnia 2025 roku.

Zadania opiekunów kierunków określa § 8 Regulaminu studiów. Dyrektor instytutu powołuje i odwołuje opiekunów kierunków spośród nauczycieli akademickich, po uzgodnieniu z właściwym organem samorządu studenckiego. Do podstawowych obowiązków opiekuna kierunku należy udzielanie studentom pomocy w rozwiązywaniu problemów związanych z tokiem studiów, sprawami bytowymi i socjalnymi. Opiekun kierunku jest zobowiązany do stawienia się na zajęciach w ciągu 1 miesiąca od daty ich rozpoczęcia celem przedstawienia studentom swoich obowiązków.

Podstawowe zasady obsługi studentów określa §9 Regulaminu. Zgodnie z jego brzmieniem Obsługę administracyjną studentów sprawuje [Centrum Obsługi Studentów](#). Studenci z niepełnosprawnością obsługiwani są poza kolejnością na podstawie dokumentu wydanego przez Biuro ds. Osób z Niepełnosprawnościami lub legitymacji osoby z niepełnosprawnością. Opiekę nad studentami z niepełnosprawnością sprawuje Biuro ds. Osób z Niepełnosprawnościami, zgodnie z zakresem działalności.

W §19 Regulaminu stwierdza się, że w Uniwersytecie może być realizowany tutoring akademicki, na zasadach określonych w odrębnym zrządzeniu Rektora. Obecnie obowiązuje zarządzenie Rektora nr [R.0211.3.2023](#) z dnia 25.01.2023 r w sprawie określenia zasad realizacji tutoringu akademickiego w Uniwersytecie Ekonomicznym w Krakowie i uruchomienia Programu UEK Honours WISE.

Indywidualny tryb odbywania zajęć (ITZ) jest uregulowany w §16 [regulaminu studiów](#). Głosi on m.in., że:

1. Dopuszcza się indywidualny tryb odbywania zajęć (ITZ), który polega na realizacji obowiązującego studenta programu studiów z możliwością zwolnienia, w zakresie uzgodnionym z prowadzącymi zajęcia, z uczestnictwa w części lub całości z wybranych lub wszystkich zajęć oraz uzyskania zaliczeń w terminach ustalonych z prowadzącymi zajęcia do końca obowiązującego studenta okresu rozliczeniowego.
2. Z możliwości ITZ mogą skorzystać studenci: 1) z niepełnosprawnością; 2) dotknięci przewlekłą chorobą, uniemożliwiającą systematyczne uczestnictwo w zajęciach; 3) opiekujący się obłożnie chorym członkiem najbliższej rodziny; 4) zakwalifikowani na wyjazdy stypendialne i praktyki zagraniczne w procedurach wewnątrzuczelnianych; 5) wyróżniający się szczególną działalnością na rzecz Uniwersytetu; 6) w przypadku których wystąpiły inne ważne przyczyny, w tym w szczególności studentka w ciąży i student będący rodzicem.
3. Praca zawodowa nie może być podstawą udzielenia zgody na ITZ.
4. Studentce w ciąży i studentowi będącemu rodzicem, w przypadku studiów stacjonarnych przysługuje prawo korzystania w toku studiów z ITZ do czasu ich ukończenia, niezależnie od szczegółowych

warunków ubiegania się i przyznawania ITZ określonych w niniejszym paragrafie. Studentom, o którym mowa w zdaniu poprzedzającym nie można odmówić zgody na studiowanie według ITZ.

5. O ITZ ubiegać się może student, który zaliczył pierwszy semestr studiów. Nie dotyczy to studentów z niepełnosprawnością, studentów II stopnia wyróżniających się szczególną działalnością na rzecz Uniwersytetu oraz innych szczególnie ważnych przypadków.

Indywidualny plan studiów (IPS) jest uregulowany w §17 [regulaminu studiów](#). Zgodnie z jego treścią:

1. Student, który uzyskał potwierdzenie efektów uczenia się może studiować według indywidualnego planu studiów (IPS), polegającego na zmianie obowiązującego planu studiów, w sposób umożliwiający przesunięcie realizacji objętych nim zajęć na semestry wcześniejsze z zastrzeżeniem, że zachowana będzie właściwa kolejność uzyskiwania szczegółowych efektów uczenia się i osiągnięte zostaną wszystkie kierunkowe efekty uczenia się określone w programie studiów oraz istnieje możliwość wcześniejszej realizacji danych zajęć wynikająca z harmonogramów zajęć.
2. Zgodę na rozpoczęcie przez studenta studiów według IPS podejmuje Dyrektor instytutu na podstawie wniosku studenta wraz z dołączoną propozycją zmian planu studiów, które złożone powinny być na co najmniej 2 tygodnie przed rozpoczęciem semestru początkującego IPS.
3. O IPS ubiegać się mogą także studenci, którzy uzyskali średnią ocen co najmniej 4,3 i ukończyli pierwszy rok studiów, a jednocześnie wykazują się innymi znaczącymi osiągnięciami lub równolegle studiują na innym kierunku.

W §28 Regulaminu studiów określone są zasady oceniania. Zawiera on w szczególności zapis, że student po uzyskaniu oceny ma prawo wglądu do własnych prac w terminie 7 dni od uzyskania informacji o ocenie, z zastrzeżeniem, że w przypadku uzyskania w pierwszym terminie oceny niedostatecznej wgląd musi zostać umożliwiony przed zaliczeniem lub egzaminem poprawkowym. Ocena końcowa podawana jest do wiadomości studenta przy wykorzystaniu elektronicznego systemu obsługi studentów niezwłocznie, nie później niż w terminie 7 dni od uzyskania przez studenta tej oceny. Egzaminator informuje studentów o ocenie z egzaminu w ciągu 10 dni od jego przeprowadzenia. Prowadzący zajęcia informuje o ocenach z zaliczeń studenta w ciągu 10 dni od przeprowadzenia danej formy sprawdzenia osiągnięć studenta. W przypadku egzaminu ustnego egzaminator informuje studenta o ocenie z egzaminu niezwłocznie po zakończeniu egzaminu z danym studentem. Starosta grupy ma prawo poinformowania Dyrektora instytutu o każdym przypadku niewywiązania się egzaminatora lub prowadzącego zajęcia z tego obowiązku.

8.5. Sposoby rozstrzygnięcia skarg i rozpatrywania wniosków zgłaszanych przez studentów oraz jego skuteczności

Studenci, którzy chcą złożyć skargę lub wniosek mogą to uczynić indywidualnie lub poprzez Parlament Studencki. W ramach samorządu powołany jest [Rzecznik Praw Studenta](#), który doradza w sprawach związanych z przestrzeganiem przez pracowników Uczelni praw studenta zawartych w Ustawie, statucie, regulaminie studiów i innych aktach. Sposoby rozstrzygnięcia skarg i rozpatrywania wniosków zgłaszanych przez studentów są uregulowane Zarządzeniem Rektora nr R-0201- 36/2019 z dnia 9 września 2019 roku w sprawie **rozpatrywania skarg i wniosków w Uniwersytecie Ekonomicznym w Krakowie**. W kwestiach ocen studenci mają również możliwość zgłoszenia odwołania zgodnie z zapisami Regulaminu studiów §28.

Dodatkowo istnieje możliwość zgłaszania skarg i wniosków do:

- opiekuna kierunku studiów;
- studentów będących członkami Instytutowego Zespołu Programowo-Dydaktycznego ds. kierunku *Marketing i komunikacja rynkowa*;
- Kierownika Katedry, odpowiadającego za realizację programu studiów na kierunku *Marketing i komunikacja rynkowa*;

- Dyrektora Instytutu Zarządzania;
- Dziekana Kolegium Nauko o Zarządzaniu i Jakości;
- Rektora lub Prorektorów;
- innych jednostek odpowiadających za poszczególne obszary działalności np.: Dział Spraw Bytowych Studentów i Doktorantów, Biuro ds. Osób z Niepełnosprawnościami UEK.

Dodatkowo wsparciem służy „[Pogotowie sesyjne](#)”, które analizuje ewentualne nieprawidłowości związane z przebiegiem zaliczeń lub przeprowadzaniem egzaminów. Pogotowie sesyjne jest projektem prowadzonym przez Parlament Studencki UEK.

8.6. Zakres, poziom i skuteczność systemu obsługi administracyjnej studentów, w tym kwalifikacji kadry wspierającej proces kształcenia

Profesjonalna i przyjazna obsługa administracyjna jest jednym z kluczowych elementów wspierania studentów w realizacji kształcenia. W Instytucie Zarządzanie do 2023 roku zadania w tym zakresie realizował dziekanat, oferując studentom bezpośrednie wsparcie przy formalnościach związanych z tokiem studiów. Od 2023 roku zadania dziekanatu w tej dziedzinie przejęło nowo utworzone [Centrum Obsługi Studentów](#). Celem utworzenia Centrum było ujednoczenie i usprawnienie procesu obsługi studentów na całej Uczelni. Dzięki temu rozwiązaniu wszelkie kwestie administracyjne można załatwić w jednym miejscu, co skraca czas oczekiwania na decyzje i ułatwia komunikację z Uczelnią, a także wprowadza przejrzyste, wspólne procedury dla wszystkich kierunków studiów, zapewniając wysoki poziom jakości obsługi.

Pracownicy Centrum uczestniczyli w szkoleniach i kursach podnoszących wiedzę i umiejętności, m.in. w zakresie zmiany przepisów i dostosowania funkcjonowania Centrum do obowiązujących aktów prawnych. Były to następujące szkolenia:

rok 2020:

- Działalność administracji w czasie pandemii. Motywowanie pracowników w warunkach pracy zdalnej;

rok 2021:

- Szkolenie z Microsoft 365;

rok 2023:

- Trzydniowe warsztaty z obsługi i rozliczeń finansowych studentów;

rok 2024:

- Szkolenie POLON 2.0 - Moduł Studenci, część pierwsza – Rejestracja studenta;
- Szkolenie POLON 2.0 - Moduł Studenci, część druga – Aktualizacja danych studenta po rejestracji i przypadki szczególne;

rok 2025:

- Najnowsze zmiany w zakresie rekrutacji kandydatów zagranicznych na studia wyższe;
- Rekrutacja studentów z zagranicy w kontekście nowych przepisów;
- Automatyzacja procesów akademickich z wykorzystaniem podpisów elektronicznych w kontekście Rozporządzenia eIDAS 2.0.

Pracownicy administracyjni opiekujący się kierunkiem *Marketing i komunikacja rynkowa* brali także udział w szkoleniach, które odbyły się w ramach projektu „UEK Dostępny dla Wszystkich”, współfinansowanego ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego. Były to:

- Szkolenie z zakresu wykorzystania technologii wspierających w pracy ze studentami z niepełnosprawnościami w szkolnictwie wyższym;

- Udział w XIX Ogólnopolskim Webinarze pt. „Jak pracować ze studentem z niepełnosprawnościami. Wskazówki dotyczące dostosowań”;
- Szkolenie „Poczuj jak ja” dla pracowników administracyjnych i naukowo-dydaktycznych;
- Dwudniowe szkolenie Zarządzanie szkołą wyższą z perspektywy dostępności” (2-dniowe);
- Szkolenie z zakresu uniwersalnego projektowania;
- Szkolenie Kultura Głuchych dla pracowników naukowo-dydaktycznych i pracowników administracji;
- Szkolenie z zakresu pracy ze studentami ze spektrum autyzmu;
- Szkolenie zakończone uzyskaniem kompetencji z zakresu „Pierwszej pomocy wobec Osób z Niepełnosprawnościami”;
- Komunikacja w zespole i prowadzenie skutecznej dydaktyki w pracy z Osobami z Niepełnosprawnością;
- Kurs online – Komunikacja z głuchym bez barier;
- Szkolenie – Uczelnia wobec studentów chorujących psychicznie.

Dodatkowo pracownicy Centrum Obsługi Studentów w latach 2024-2025 wzięli udział w następujących szkoleniach i konferencjach:

- Optymalizacja procesu on-boardingu studentów w uczelni;
- Trudny interesant na uczelni. Aspekty prawne stosowane w administracji akademickiej;
- Drop-out - kluczowe czynniki wpływające na porzucenie studiów;
- Umiędzynarodowienie szkół wyższych. Jak budować inkluzywną komunikację w środowisku akademickim;
- Jak skutecznie przeciwdziałać przemocy psychicznej w środowisku pracy;
- Jak uczelnie mogą efektywnie współpracować z otoczeniem. Bariery, wyzwania i dobre praktyki;
- Zdrowie psychiczne i bezpieczeństwo a mechanizmy kształtowania prawidłowych relacji w Akademii;
- V Sympozjum dydaktyczne - Sztuczna inteligencja w edukacji, wyzwania i możliwości;
- Konferencja - O kobietach, dla kobiet, przez kobiety. Świadoma kobieta powstrzyma przemoc;
- Dni Integracji. Dialog o zdrowiu psychicznym – współczesne wyzwania.

Pełny zakres szkoleń pracowników COS w latach 2020-2025 znajduje się w Załączniku uzupełniającym 8.C.

Centrum Obsługi Studentów ma Certyfikat Jednostki Przyjaznej Osobom z Niepełnosprawnościami.

8.7. Działania informacyjne i edukacyjne dotyczące bezpieczeństwa studentów, przeciwdziałania dyskryminacji i przemocy, zasad reagowania w przypadku zagrożenia lub naruszenia bezpieczeństwa, dyskryminacji i przemocy wobec studentów, jak również pomocy jej ofiarom

Głównym kanałem przekazywania wszelkich informacji studentom jest [strona internetowa UEK](#), strona Instytutu Zarządzania, strona Kolegium Nauk o Zarządzaniu i Jakości oraz maile na konta uczelniane. Studenci mogą również korzystać z informacji zamieszczonych na stronie Parlamentu oraz uzyskać wsparcie Rzecznika Praw Studenta. Samorząd organizuje również szkolenia z praw i obowiązków. Każdy student rozpoczynający studia jest zobowiązany do zaliczenia kursu z BHP. Na uczelni cyklicznie organizowane są kursy pierwszej pomocy. Instruktorem jest pracownik Katedry Zarządzania Zasobami Pracy mgr Robert Szydło.

W 2008 r. Uczelnia przystąpiła do projektu „Zintegrowana Polityka Bezpieczeństwa” i otrzymała kolejny certyfikat na lata 2021-2025. W uczelni obowiązuje [kodeks etyki studenta](#). W 2011 r. Uchwałą Senatu wprowadzono [Standardy Etyczne UEK](#) w których znajdują się zapisy dotyczące: wolności, odpowiedzialności, godności, życzliwości i tolerancji. 22 maja 2019 r. Uczelnia podpisała Kartę

Różnorodności, która jest inicjatywą na rzecz promocji i rozpowszechniania polityki równego traktowania i zarządzania różnorodnością w miejscu pracy.

Wiele działań informacyjnych i wspierających „odpowiedzialność” realizowanych jest w ramach programu „[UEK odpowiedzialny](#)” kierowanego przez dr. Monikę Sady. Od 2008 r. Uczelnia bierze aktywny udział w Krakowskich Dniach Integracji, których inicjatorką jest pracowniczka BON mgr Marzena Kasperska. Celem imprezy jest wspólna integracja oraz zwiększenie świadomości środowisk akademickich na temat zagadnień związanych z niepełnosprawnością. W strukturze Departamentu Marki i Komunikacji funkcjonuje stanowisko ds. współpracy z organizacjami studenckimi i doktoranckimi.

W sytuacji naruszenia bezpieczeństwa, wystąpienia działań nieetycznych studenci mogą kierować sprawę do: opiekunów roku, dyrekcji instytutów lub Prorektorów i Rektora. W uczelni funkcjonuje [zespół ds. BHP i p.poż.](#), a działania w sytuacji wypadków studentów regulowane są Zarządzeniem Rektora nr R-0121-39/2010 r. w sprawie ustalania ich przyczyn i okoliczności. [Stanowisko ds. Obronnych](#) koordynuje zarówno kwestie obronne jak i alarmowe.

8.8. Współpraca z samorządem studenckim i organizacjami studenckimi

[Parlament Studencki UEK](#) aktywnie uczestniczy w funkcjonowaniu Uczelni. Jego reprezentanci biorą czynny udział w posiedzeniach Senatu, pracach komisji (np. stypendialnej), zespołów koordynujących wsparcie i świadczenia, uczestniczą w posiedzeniach Rady Instytutu Zarządzania oraz są członkami Instytutowego Zespołu Programowo Dydaktycznego ds. Kierunku Marketing i komunikacja rynkowa, gdzie mogą zgłaszać propozycje zmian w zakresie programu studiów. Uczestniczą również w posiedzeniach organów Wewnętrznego Systemu Zapewnienia Jakości Kształcenia, w tym w ramach Instytutowego Zespołu ds. Jakości Kształcenia. W pracach Parlamentu Studenckiego aktywnie bierze udział 2 studentów kierunku *Marketing i komunikacja rynkowa*.

Uczelnia wspiera również działalność Kół Naukowych oraz [Niezależnego Stowarzyszenia Studentów](#). UEK współpracuje z Parlamentem Studenckim w organizacji imprez dla studentów, takich jak: Juwenalia, Xtremalia, Fashion Night, oraz realizacji projektów edukacyjnych, np. „Świeżak” czy „Mosty Ekonomiczne”, pozwalających poszerzać kompetencje pożądane na rynku pracy. Dodatkowo Uczelnia wspiera działalność takich organizacji studenckich, jak: Zrzeszenie Studentów Niepełnosprawnych UEK, Chór „Dominanta”, Erasmus Student NetWork UEK, Klub Uczelniany AZS UEK, PTTK – koło nr 7 przy UEK, AIESEC Kraków.

8.9. Sposoby, częstość i zakres monitorowania, oceny i doskonalenia systemu wsparcia oraz motywowania studentów, jak również oceny kadry wspierającej proces kształcenia, a także udziału w ocenie różnych grup interesariuszy, w tym studentów.

W Uczelni został wdrożony Wewnętrzny System Zapewnienia Jakości Kształcenia (wdrożony Zarządzeniem nr R.0211.67.2021 z dnia 11.10.2021 r., a aktualnie regulowany Zarządzeniem [R.0211.29.2025.](#)) Jednym z jego celów jest systematyczne monitorowanie, ocena i poprawa procesu kształcenia oraz tworzenie i doskonalenie procedur w tym zakresie. WSZJK działa w oparciu o Instytutowe Zespoły ds. Jakości Kształcenia. Taki Zespół funkcjonuje w Instytucie Zarządzania. W zakresie jego obowiązków jest analiza i doskonalenie procesu kształcenia. W pracach tego Zespołu udział biorą również studenci. Dodatkowo funkcjonuje Instytutowy Zespół Programowo-Dydaktyczny ds. Kierunku *Marketing i komunikacja rynkowa*, który opiniuje, proponuje i zatwierdza zmiany w programie studiów na kierunku *Marketing i komunikacja rynkowa*.

Podstawowym źródłem informacji o jakości kształcenia są semestralne ankiety oceny zajęć. Po każdej edycji, pozyskane informacje są analizowane przez Zespół Monitorowania i Analiz Jakości Kształcenia (wcześniej Sekcją Monitoringu i Analiz Jakości Kształcenia) funkcjonujący w ramach Działu

Jakości Kształcenia oraz Radę Instytutu Zarządzania. Do oceny zajęć dostęp ma każdy z pracowników, a także Kierownik Katedry. Prowadzone są również coroczne badania skierowane do absolwentów, które ukierunkowane są na pozyskanie informacji dotyczących między innymi: zakresu i charakteru realizacji przez Uczelnię funkcji wychowawczej, bazy socjalno-bytowej, infrastruktury materialnej, jakości obsługi administracyjnej przez dziekanat, możliwości udziału w życiu organizacji studenckich. Ocena pracy jednostek wspierających dokonywana jest również poprzez system ocen okresowych pracowników administracyjnych. Oceny są przeprowadzane co dwa lata. W Uczelni został również stworzony Fundusz Doskonalenia Dydaktyki, w ramach którego finansowane lub dofinansowywane będą warsztaty i szkolenia pracowników badawczo-dydaktycznych i dydaktycznych.

W pionie Prorektora ds. Współpracy i Projektów funkcjonuje Zespół ds. Rankingów i Analiz, którego zadania koncentrują się na ocenie miejsc UEK, a także kierunków (w tym kierunku *Marketing i komunikacja rynkowa*) w rankingach ogólnopolskich i inicjowaniu działań doskonalących.

Potrzeby studentów są monitorowane na bieżąco przez opiekunów roku oraz w trakcie comiesięcznych posiedzeń Studenckich Rad Instytutu oraz posiedzeń Parlamentu Studenckiego. Jak już wspomniano, studenci mogą zwracać się do Parlamentu ze wszelkimi problemami m.in. poprzez wiadomości w mediach społecznościowych, takich jak: Facebook, LinkedIn, Instagram.

Zalecenia dotyczące kryterium 8 wymienione w uchwale Prezydium PKA Zalecenia dotyczące kryterium 8 wymienione w uchwale Prezydium PKA w sprawie oceny programowej na kierunku studiów, która poprzedziła bieżącą ocenę (jeżeli dotyczy)

Lp.	Zalecenia dotyczące kryterium 8 wymienione we wskazanej wyżej uchwale Prezydium PKA	Opis realizacji zalecenia oraz działań zapobiegawczych podjętych przez uczelnię w celu usunięcia błędów i niezgodności sformułowanych w zaleceniu o charakterze naprawczym
1.	brak	

Dodatkowe informacje, które uczelnia uznaje za ważne dla oceny kryterium 8:

Szczególne znaczenie dla rozwoju społecznego studentów kierunku *Marketing i komunikacja rynkowa* ma obowiązkowy przedmiot „Marketing społeczny”. W ramach tego przedmiotu wszyscy studenci planują i przeprowadzają akcje charytatywne związane z rzeczywistymi potrzebami społecznymi, współpracując z beneficjentami oraz instytucjami zewnętrznymi. Przykładowo w roku akademickim 2024/2025 przeprowadzono cztery akcje charytatywne:

- „Bajkowe Świąta UEK” – organizacja akcji dla dzieci z Placówek Opiekuńczo-Wychowawczych Typu Socjalizacyjnego w Krakowie, obejmująca semestralną zbiórkę darów oraz świąteczną wizytę dzieci na Uniwersytecie Ekonomicznym w Krakowie;
- „Psia Kość” – akcja wspierająca schronisko Krakowskiego Towarzystwa Opieki nad Zwierzętami dla zwierząt, w tym wizyta studentów w schronisku, wieloetapowa współpraca ze schroniskiem, koordynacja zbiórki darów i prowadzenie działań promocyjnych;
- „UEK: Mamy Świąta!” – projekt skierowany do samotnych matek z Domu Samotnej Matki w Krakowie, obejmujący przygotowanie własnoręcznych prezentów, zbiórkę darów oraz wizytę w placówce;
- „Choinka dla Hospicjum” – akcja charytatywna wspierająca podopiecznych hospicjum poprzez zbiórkę darów, nagranie kolędy i przygotowanie świątecznych podarków.

Kryterium 9. Publiczny dostęp do informacji o programie studiów, warunkach jego realizacji i osiągniętych rezultatach

9.1. Informacja o warunkach przyjęć na studia

Uczelnia prowadzi dedykowaną stronę rekrutacyjną [Studiuj – Portal Rekrutacyjny UEK](#), na której kandydaci mogą przeszukać ofertę kierunków pod kątem poziomu lub trybu studiowania, oferty w języku polskim i angielskim, uzyskać informacje o sposobie rekrutacji, dowiedzieć się o Uczelni, Krakowie jak i o zaletach studiowania na UEK. Na stronie prowadzony jest również [Blog rekrutacyjny](#) z najważniejszymi informacjami w danym cyklu rekrutacji. Strona aktualizowana jest wg terminarza rekrutacji, a blog aktualizowany jest na bieżąco wraz z pojawieniem się nowych informacji. Oferta studiów anglojęzycznych dedykowana obcokrajowcom dostępna jest na stronie [Study – KUE Recruitment Portal](#).

Udostępnione publicznie informacje o warunkach przyjęć na studia wszystkie zainteresowane osoby mogą uzyskać z [zakładki Rekrutacja](#). Na stronie dostępne są:

- ogólne informacje na temat prowadzonych studiów;
- zasady przyjęć na studia;
- link do oferty dydaktycznej;
- terminarz obowiązujący w rekrutacji;
- opłaty za studia;
- opłaty rekrutacyjne;
- statystyka ostatniej rekrutacji;
- limity przyjęć na poszczególne kierunki;
- aktualne uchwały Senatu UEK w sprawie:
 - warunków i trybu rekrutacji na I rok stacjonarnych i niestacjonarnych studiów pierwszego stopnia oraz jednolitych studiów magisterskich;
 - warunków i trybu rekrutacji na I rok stacjonarnych i niestacjonarnych;
 - studiów drugiego stopnia;
 - szczegółowych zasad przyjmowania laureatów i finalistów olimpiad stopnia centralnego na I rok stacjonarnych studiów pierwszego stopnia i jednolitych studiów magisterskich;
- link do strony Internetowej Rekrutacji Kandydatów (IRK);
- kontakt do Działu Nauczania oraz Biura Stypendiów i Ubezpieczeń Zdrowotnych;
- informacje o kompetencjach informatycznych oczekiwanych od kandydatów a później studentów UEK, wraz z linkami do źródeł pomocy (np. w przypadku prowadzenia na kierunku zajęć w trybie online – jakie oprogramowanie, wymagania sprzętowe);
- informacje o kompetencjach językowych osiągniętych podczas studiów.

Strona zawiera również syntetyczny przewodnik po kierunkach i specjalnościach oferowanych w UEK (w tym kierunku *Marketing i komunikacja rynkowa*: [studia I stopnia](#) oraz [studia II stopnia](#)). Ponadto kandydaci mogą zaczerpnąć z niej informacji dotyczących kampusu, jego lokalizacji i możliwości dojazdu. Aktualizacja informacji następuje przed każdą rekrutacją. Wytyczne dotyczące zmian w informacjach przygotowują i zgłaszają komórki i organizacje zaangażowane w proces rekrutacji.

Drugie źródło informacji to witryna [Internetowa Rekrutacja Kandydata](#), gdzie część serwisu jest dostępna po zalogowaniu. Strona prezentuje obecną ofertę rekrutacyjną Uczelni. Po wyborze kierunku dostępne są informacje dotyczące m.in. zasad kwalifikacji, obowiązujących terminów i limitów miejsc. Strona jest aktualizowana wg. terminarza rekrutacji. Strona IRK przedstawia również [ofertę w języku angielskim](#).

Informację o warunkach przyjęć na studia można również uzyskać podczas [Dnia Otwartego UEK](#). Jest to cykliczne wydarzenie organizowane raz w roku, skierowane do przyszłych potencjalnych kandydatów na studia w UEK. Najnowszym wydarzeniem nadano charakter dwudniowy (30-31 marca 2023, 20-21 marca 2024, 26-27 marca 2025), gdzie pierwszy dzień dedykowany jest studiom 1-go stopnia oraz jednolitym magisterskim, a dzień drugi studiom 2-go stopnia. Podczas Dnia Otwartego

zainteresowane osoby mogły spotkać się ze studentami i pracownikami Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie. W trakcie dnia otwartego dostępni są pracownicy Działu Nauczania i przedstawiciele kierunków, od których kandydaci mogli uzyskać odpowiedzi na pytania dotyczące zasad rekrutacji, warunków przyjęć na studia, oferowanych kierunków studiów. Swoje treści w ramach Dnia Otwartego mogą prezentować zainteresowane komórki organizacyjne oraz organizacje. Strona aktualizowana jest przed każdym wydarzeniem.

Kolejnym źródłem informacji o warunkach przyjęć na studia jest [Dział Nauczania](#). Poprzez stronę jednostki, telefonicznie, mailowo lub odwiedzając osobiście biuro Działu można uzyskać szczegółowe informacje na temat warunków przyjęć na studia, w tym terminy, limity oraz zasady kwalifikacji.

Strona [Centrum Obsługi Studentów](#) zapewnia informacje o pomocy materialnej, informacje na temat [stypendiów oraz ubezpieczeń zdrowotnych](#), a informacja o każdym z domów studenckich oraz zasad zakwaterowania w nich jest dostępna na [specjalnej stronie](#). [Biuro ds. Osób z Niepełnosprawnościami \(BON\)](#) posiada oddzielną zakładkę z [informacjami dla kandydatów](#) z niepełnosprawnościami, przedstawiającą ofertę wsparcia BON. Biuro posiada również [stronę w języku angielskim](#).

9.2. Informacja o programie studiów

Informacje dotyczące programów studiów dostępne są na stronie [Plany Studiów](#). Jest to ogólnodostępna strona internetowa zawierająca plany studiów wraz z siatką godzin i kartami przedmiotów (sylabusami). Po wybraniu interesującego kierunku, np. *Marketing i komunikacja rynkowa*, na danym stopniu i wskazaniu semestru roku, w którym student rozpoczynał studia, wyświetlony zostaje dla danego cyklu kształcenia odnośnik do aktualnych planów studiów. Informacje mogą zostać pobrane w formacie HTML lub PDF. Plany studiów dla kierunku *Marketing i komunikacja rynkowa* są aktualizowane co rok na semestr zimowy. Karty przedmiotów aktualizowane są na bieżąco w miarę potrzeb, nie rzadziej niż raz w roku. Aktualizacji planów studiów w zakresie przedmiotów i seminariów wybieranych przez studentów dokonuje się raz w roku akademickim.

9.3. Informacja o realizacji planu studiów

Informacje dotyczące realizacji programu studiów dostępne są w kilku źródłach:

- 1) Karty przedmiotów (sylabusy) – karty przedmiotów dla każdego kierunku i specjalności są dostępne na stronie [Plany Studiów](#). Umożliwiają one uzyskanie szczegółowych informacji dotyczących przedmiotów (kierunkowych i specjalnościowych), przypisanej im liczby godzin i punktów ECTS, realizowanych tematów, zalecanej literatury, warunków zaliczenia. Karty przedmiotów aktualizowane są corocznie.
- 2) Strona [Plan zajęć](#) – strona udostępnia informacje o harmonogramach zajęć dla wszystkich grup dziekańskich (w układzie kierunków studiów) oraz nauczycieli akademickich. Można tam znaleźć informacje o przedmiotach realizowanych w bieżącym semestrze, liczbie godzin i nauczycielach akademickich, którzy je prowadzą. Plany zajęć są publikowane co semestr, aktualizowane na bieżąco.
- 3) Strona [Instytutu Zarządzania](#) – na stronie umieszczane są komunikaty dotyczące bieżących spraw związanych z procesem dydaktycznym realizowanego w Instytucie kierunku *Marketing i komunikacja rynkowa*. Strona zawiera także informacje i komunikaty dotyczące m.in. listy promotorów, wykazów opiekunów roku studiów, czy zapisów na przedmioty do wyboru. Strona Instytutu Zarządzania jest aktualizowana na bieżąco.
- 4) Strona [Centrum Obsługi Studentów](#) zawiera ogólnouczelniane informacje o procesie kształcenia, kluczowe akty prawne, procedury oraz informacje o procesie dyplomowania.

Centrum podzielone jest na dwie jednostki, wg poziomu studiów: Biuro Studiów 1-go stopnia oraz Biuro Studiów 2-go stopnia i JSM. Strona zawiera informacje o Regulaminie studiów, organizacji roku akademickiego, zarządzenia związane z tokiem studiów, wymagania stawiane pracom dyplomowym oraz opis procedury obrony pracy dyplomowej. Całość obsługi realizowana jest przy pomocy [systemów](#)

[informatycznych COS](#). [Centrum Obsługi Studentów](#) również prowadzi bieżące informowanie studentów o kwestiach dotyczących ich toku studiów poprzez [komunikaty](#). Jednostka posiada też [stronę anglojęzyczną](#) dla studentów obcokrajowców.

9.4. Informacja o osiągniętych wynikach

Informacje o osiągniętych wynikach są dostępne z wykorzystaniem [systemu USOS](#). Uniwersytecki System Obsługi Studentów wykorzystywany jest do gromadzenia ocen i zaliczeń uzyskiwanych przez studentów z poszczególnych przedmiotów. Wgląd przez studenta do zgromadzonych informacji jest możliwy po zalogowaniu. Prowadzący zajęcia aktualizują oceny we własnym zakresie, na bieżąco pod koniec semestru lub sesji egzaminacyjnej.

Drugim źródłem informacji jest [system Moodle](#). Moodle (dostępny po zalogowaniu) stanowi platformę komunikacji pomiędzy nauczycielami akademickimi i studentami. Umożliwia przekazywanie informacji dotyczących np. realizowanych zadań czy rozwiązywanych testów, w postaci zarówno not punktowych, jak i komentarzy zwrotnych. Właściwa konfiguracja poszczególnych komponentów systemu umożliwia automatyzację części działań związanych z przekazywaniem informacji. System umożliwia komunikację dwukierunkową. Informacje w systemie są aktualizowane na bieżąco przez prowadzących zajęcia.

Dodatkowe informacje

- 1) Studenci zainteresowani poszerzeniem swoich umiejętności praktycznych mają dostęp do szerokiego zestawu informacji na stronie [Akademickiego Centrum Kariery](#), na której mogą znaleźć: oferty pracy, oferty szkoleń i doradztwa zawodowego, informacje o dostępnych praktykach oraz ścieżkach kariery zawodowej. By ułatwić budowanie współpracy z pracodawcami, ACK rozpoczęło współpracę z platformą JobTeaser, dającą dostęp do bazy ofert pracy oraz tworzenia profilu zawodowego studenta. Strona aktualizowana jest na bieżąco.
- 2) Studenci zainteresowani możliwościami studiowania poza granicami Polski, mogą skorzystać z informacji na stronie [Biura Programów Zagranicznych](#), zawierającej informacje o uczelniach partnerskich, możliwościach studiowania oraz ofercie programu Erasmus. Strona aktualizowana jest na bieżąco. BPZ na bieżąco prowadzi kampanie informowania o możliwościach studiowania w zagranicznych uczelniach partnerskich.
- 3) Na stronach internetowych UEK dostępne są treści w Polskim Języku Migowym (PJM). Obejmuje to m.in. informacje o procesie rekrutacji, przyjęciu na studia, opisie kierunków kształcenia, a także o dostępnym wsparciu edukacyjnym. Dla osób Głuchych, które chcą skontaktować się z uniwersytetem, uruchomiono specjalny numer telefonu, pod którym można połączyć się w formie wideo rozmowy i prowadzić rozmowę w PJM. Numer telefonu to: 881-921-211. Dzięki tym działaniom Uniwersytet staje się bardziej dostępny dla osób z niepełnosprawnością słuchu, zapewniając im swobodny dostęp do informacji i możliwość komfortowej komunikacji.
- 4) W celu poprawy komunikacji i precyzji w przekazywaniu ważnych informacji na stronie głównej Uczelni wprowadzono dokument opisujący podstawowe dane o Uczelni w tekście łatwym do czytania i zrozumienia (ETR)- ang. easy-to-read, w skrócie ETR.

Zalecenia dotyczące kryterium 9 wymienione w uchwale Prezydium PKA w sprawie oceny programowej na kierunku studiów, która poprzedziła bieżącą ocenę (jeżeli dotyczy)

Lp.	Zalecenia dotyczące kryterium 9 wymienione we wskazanej wyżej uchwale Prezydium PKA	Opis realizacji zalecenia oraz działań zapobiegawczych podjętych przez uczelnię w celu usunięcia błędów i niezgodności sformułowanych w zaleceniu o charakterze naprawczym
1.	brak	

Kryterium 10. Polityka jakości, projektowanie, zatwierdzanie, monitorowanie, przegląd i doskonalenie programu studiów

10.1. Sposoby sprawowania nadzoru merytorycznego, organizacyjnego i administracyjnego nad kierunkiem studiów, kompetencje i zakres odpowiedzialności osób odpowiedzialnych za kierunek, w tym kompetencje i zakres odpowiedzialności w zakresie ewaluacji i doskonalenia jakości kształcenia na kierunku

Nadzór merytoryczny, organizacyjny i administracyjny nad kierunkiem *Marketing i komunikacja rynkowa* obszarze jakości kształcenia wpisuje się w wymagania formalne dotyczące szkolnictwa wyższego w Polsce, jak też w Proces Boloński i Europejski Obszar Szkolnictwa Wyższego.

W trosce o najwyższą jakość kształcenia w UEK w roku 2015 Senat UEK uchwalił Politykę jakości kształcenia (Uchwała Senatu nr [42/2015](#)), która – po aktualizacji w roku 2021 (Uchwała Senatu nr [T.0022.85.2021](#)) – pozostaje najważniejszym dokumentem regulującym procedury prac i nadzoru nad jakością procesu kształcenia w UEK.

Głównym celem przyjętej Polityki jest zapewnienie najwyższej jakości kształcenia, zgodnie z misją i przyjętą strategią UEK, poprzez stworzenie takich warunków, by absolwenci zdobyli wiedzę, umiejętności i kompetencje społeczne na jak najwyższym poziomie, aktywnie funkcjonowali w nowoczesnym społeczeństwie i na zmieniającym się rynku pracy oraz prezentowali wysokie standardy etyczne. Cel ten jest realizowany m.in. poprzez kształtowanie postaw pro jakościowych wśród członków wspólnoty akademickiej, budowanie wysokiej kultury jakości kształcenia i kultury pracy, przygotowanie oferty dydaktycznej adekwatnie do dyscyplin naukowych Uczelni, w oparciu o krajowe i międzynarodowe doświadczenie nauczycieli akademickich oraz w sposób zgodny z misją Uczelni. Odbywa się to również przez: doskonalenie procesu dydaktycznego zgodnie z obowiązującymi aktami prawnymi oraz oczekiwaniami otoczenia społeczno-gospodarczego, uzyskiwanie krajowych i międzynarodowych akredytacji, umiędzynarodowienie procesu studiowania i sprawne działanie w Uczelni struktur pro jakościowych.

W ramach polityki ciągłego podnoszenia jakości kształcenia podejmowane są na UEK różnorodne działania:

- monitorowanie i analiza stopnia osiągnięcia zakładanych efektów uczenia się;
- ocena jakości i atrakcyjności programów studiów;
- rozwój nowoczesnych metod i form prowadzenia zajęć, w tym kształcenia na odległość;
- zapewnienie wysokiego poziomu kompetencji nauczycieli akademickich i jakości obsługi administracyjno-technicznej;
- udział pracowników, studentów, doktorantów, uczestników studiów podyplomowych i innych form kształcenia oraz interesariuszy zewnętrznych Uczelni w procesie zarządzania jakością kształcenia;
- współpraca z wiodącymi ośrodkami krajowymi i zagranicznymi w obszarze kształcenia, badań naukowych oraz transferu wiedzy;
- dbałość o właściwe relacje student-nauczyciel oraz stałe wspieranie studentów, doktorantów, uczestników studiów podyplomowych i innych form kształcenia, w tym osób z niepełnosprawnościami;
- monitorowanie karier zawodowych absolwentów;
- doskonalenie infrastruktury dydaktycznej, w tym zasobów bibliotecznych i bazy informatycznej;
- zaspokajanie oczekiwań środowiska akademickiego dotyczących kształcenia oraz ciągłe doskonalenie jakości kształcenia.

Należy podkreślić, że realizacja i doskonalenie Polityki Jakości Kształcenia jest obowiązkiem nie tylko władz Uczelni, lecz także wszystkich członków społeczności akademickiej.

W roku 2021 Uczelniany System Zapewniania Jakości Kształcenia został zastąpiony Wewnętrznym Systemem Zapewnienia Jakości Kształcenia w UEK (Zarządzenie Rektora UEK nr [R.0211.67.2021](#)), który w 2022 roku został nieznacznie zmodyfikowany Zarządzeniem Rektora nr [R.0211.33.2022](#) i Zarządzeniem Rektora nr [R.0211.64.2022](#). Istotą WSZJK jest monitorowanie procesu kształcenia, analizowanie uzyskanych z tego tytułu informacji oraz planowanie i wdrażanie działań naprawczych, zapobiegawczych i doskonalących, wynikających z dotychczasowych doświadczeń dydaktycznych UEK oraz przykładów dobrych praktyk. Aktualnie WSZJK w UEK funkcjonuje w oparciu o:

- Uczelnianą Radę Doskonałości Dydaktycznej – powoływaną przez Rektora – w skład której wchodzi Pełnomocnik Rektora ds. Jakości Kształcenia, przedstawiciele wszystkich instytutów i innych jednostek realizujących proces dydaktyczny (tj. Centrum Językowego /CJ/ oraz Studium Wychowania Fizycznego i Sportu /SWFiS/) oraz przedstawiciel samorządu studenckiego i Dział Jakości Kształcenia (jako sekretarz);
- instytutowe zespoły ds. jakości kształcenia – powoływane przez dyrektorów instytutów – w skład których wchodzi co najmniej trzech nauczycieli akademickich prowadzący zajęcia w danej jednostce dydaktycznej oraz co najmniej jeden student wskazany przez właściwy organ samorządu studenckiego;
- zespoły ds. jakości kształcenia w pozostałych jednostkach organizacyjnych UEK realizujących proces dydaktyczny (tj. w Centrum Językowym oraz Studium Wychowania Fizycznego i Sportu) – powoływane przez kierowników tych jednostek – o składzie analogicznym do instytutowych zespołów ds. jakości kształcenia;
- Komisję ds. Dydaktyki i Jakości Kształcenia przy samorządzie studenckim.

Do zadań poszczególnych jednostek należą:

- w przypadku Uczelnianej Rady Doskonałości Dydaktycznej:
 - kształtowanie postaw pro jakościowych wśród członków wspólnoty akademickiej i budowanie wysokiej kultury jakości kształcenia, w tym kultury pracy;
 - troska o właściwą komunikację wewnątrzuczelnianą dotyczącą procesu kształcenia, a zwłaszcza wypracowanie wspólnych rozwiązań systemowych;
 - ocena skuteczności funkcjonowania systemu zapewniania jakości kształcenia;
 - tworzenie i opiniowanie procedur w zakresie monitorowania i doskonalenia jakości kształcenia, w tym troska o realizację rekomendacji płynących z wyników badań dotyczących jakości kształcenia;
 - proponowanie kierunków dysponowania środkami Funduszu Doskonałości Dydaktycznej oraz opiniowanie wniosków w tym zakresie;
- w przypadku zespołów ds. jakości kształcenia w instytutach i pozostałych jednostkach realizujących proces dydaktyczny:
 - kształtowanie postaw pro jakościowych wśród pracowników jednostki i budowanie wysokiej kultury pracy;
 - monitorowanie procesu kształcenia w jednostce;
 - identyfikowanie nieprawidłowości w realizacji procesu kształcenia w jednostce;
 - rekomendowanie rozwiązań w zakresie wykrytych nieprawidłowości;
 - rekomendowanie udoskonaleń w zakresie jakości kształcenia w jednostce;
 - sporządzenie corocznego raportu z działania SZJK w jednostce w poprzednim roku akademickim.

Realizację polityki jakości kształcenia wspiera powołane w roku 2015 Dział Jakości Kształcenia (DJK), które w roku 2021 zostało przekształcone w jednostkę międzykolegialną (Uchwała Senatu nr [T.0022.76.2021](#)). Obecne ramy działalności Działu Jakości Kształcenia określono w Regulaminie

organizacyjnym UEK (Zarządzenie Rektora [nr R.0211.42.2024](#)), w którym ustalono jego nową strukturę. W jego skład wchodzi:

- Biuro Monitorowania i Analiz Jakości Kształcenia;
- Biuro ds. Kształcenia.

Całościowy nadzór nad funkcjonowaniem i doskonaleniem Wewnętrznego Systemu Zapewnienia Jakości Kształcenia sprawuje Rektor, zaś podejmowanie wiążących decyzji w sprawach dotyczących zapewnienia i doskonalenia jakości kształcenia na szczeblu ogólnouczelnianym leży w zakresie kompetencji Prorektora ds. Kształcenia i Studentów. Za jakość kształcenia w jednostce realizującej proces dydaktyczny odpowiada jej dyrektor lub kierownik. Do zadań kierującego należy organizacja systemu zapewnienia i doskonalenia jakości kształcenia na poziomie jednostki, który powinien być spójny z systemem ogólnouczelnianym oraz misją i strategią Uczelni. Zespół ds. Jakości Kształcenia w Instytucie Zarządzania, w którym prowadzony jest kierunek *Marketing i komunikacja rynkowa*, na kadencję 2024-2028 został powołany decyzją Dyrektora Instytutu Zarządzania, po zaopiniowaniu przez Radę Instytutu w dniu 7.11.2024. W jego skład wchodzi 11 osób, w tym 10 pracowników naukowo-dydaktycznych oraz jeden przedstawiciel studentów. Do zadań Zespołu należy: opiniowanie tworzenia nowych kierunków i specjalności, opiniowanie proponowanych zmian w efektach uczenia się i w planach studiów na kierunkach oferowanych w Instytucie Zarządzania (w tym *Marketing i komunikacja rynkowa*), audyt prac dyplomowych (również tych opracowanych przez studentów kierunku *Marketing i komunikacja rynkowa*), rekomendowanie działań w zakresie doskonalenia jakości kształcenia na kierunkach studiów w Instytucie Zarządzania (w tym *Marketing i komunikacja rynkowa*). Ponadto, do końca listopada każdego roku kalendarzowego Zespół przygotowuje raport z działania, sporządzony na podstawie danych dotyczących funkcjonowania Instytutu w zakresie kształcenia w poprzednim roku akademickim. Raport ten zawiera: opis dobrych praktyk w zakresie kształcenia w Instytucie, opis ewentualnych nieprawidłowości w funkcjonowaniu SZJK w Instytucie, rekomendacje w zakresie działań naprawczych i zapobiegawczych, rekomendacje w zakresie działań doskonalących oraz opis realizacji rekomendacji dla Instytutu z poprzedniego raportu.

W ramach wsparcia procesu doskonalenia jakości kształcenia w UEK utworzono w 2021 roku Fundusz Doskonałości Dydaktycznej (Zarządzenie Rektora nr [R.0211.74.2021](#)), którego aktualnie obowiązujące zasady działania określono w Zarządzeniu Rektora nr [R.211.7.2024](#). Celem Funduszu jest finansowe wspomaganie projakościowych działań doskonalących proces dydaktyczny, takich jak:

- udział w szkoleniach dydaktycznych, kursach, warsztatach, konferencjach, sympozjach i innych aktywnościach, służących doskonaleniu kompetencji dydaktycznych;
- zakup publikacji podnoszących kompetencje pracowników;
- zakup materiałów dydaktycznych;
- rozwój kompetencji językowych pracowników;
- inne działania zorientowane na wsparcie kompetencji dydaktycznych pracowników.

Uprawnieni do złożenia wniosku o finansowanie/dofinansowanie są nauczyciele akademicy wykonujący pracę na stanowiskach dydaktycznych i badawczo-dydaktycznych, zatrudnieni w Uczelni jako podstawowym miejscu pracy przez okres co najmniej 12 miesięcy. O środki można ubiegać się dwa razy w roku, tj. w terminach od 15 października do 6 listopada oraz od 15 marca do 6 kwietnia. Koszt finansowanej z FDD aktywności, działania lub zakupu nie może przekroczyć kwoty 5.000 zł brutto; również wartość dofinansowania nie może przekroczyć kwoty 5.000 zł brutto. Finansowanie lub dofinansowanie w wyższej kwocie jest dopuszczalne za zgodą Rektora.

Kolejnym działaniem na rzecz doskonalenia procesu kształcenia było ustalenie zasad działania programu szkoleniowego Szkoły Podstaw Dydaktyki Akademickiej w UEK (aktualnie regulowane Zarządzeniem Rektora nr [R.0211.70.2024](#)), nad którym pieczę sprawuje Dział Jakości Kształcenia. Celem SPDA jest wsparcie nowo zatrudnionych nauczycieli akademickich w nabyciu bądź rozwoju kompetencji zawodowych, m.in. poprzez organizację zajęć warsztatowych, koncentrujących się na kluczowych umiejętnościach nauczyciela akademickiego, w tym takich, jak: skuteczne komunikowanie ze studentami, strategie, metody i techniki motywowania studentów, zarządzanie procesami grupowymi w małych i

dużych grupach studenckich, kształcenie w grupach międzynarodowych i wielokulturowych, indywidualizacja procesów dydaktycznych, ochrona własności intelektualnej czy etyka nauczyciela. Obowiązkowym elementem Programu SPDA są zajęcia przykładowe prowadzone przez uczestnika Programu SPDA i poddane hospitacji.

Dział Jakości Kształcenia oraz inne jednostki organizacyjne UEK pozyskują również środki zewnętrzne, które przeznaczane są na szkolenia pracowników, w tym także w zakresie doskonalenia warsztatu dydaktycznego, co przekłada się na ciągły wzrost jakości procesu nauczania w UEK. Kluczowe znaczenie ma tutaj pozyskanie przez UEK środków z [Programu Operacyjnego Wiedza Edukacja Rozwój \(POWER\)](#) Działanie 3.5 Kompleksowe programy szkół wyższych, Wiedza Edukacja Rozwój. W ramach osi priorytetowej III „Szkolnictwo wyższe dla gospodarki i rozwoju” wsparcie finansowe jest kierowane do uczelni wyższych z zamiarem podniesienia jakości usług edukacyjnych i stworzenia szans na rozwój w skali międzynarodowej, m.in. na otwarcie nowych kierunków i modyfikację istniejących, a także na podniesienie wiedzy i umiejętności studentów oraz kadry naukowo-dydaktycznej i administracyjnej Uniwersytetu. Warto tutaj również wymienić dwie edycje programu Uniwersytecki Hub Dydaktyczny UEK HUB.1.0 (lata 2017-2019) oraz UEK HUB.2.0 (2022-2023), w ramach których kadra dydaktyczna mogła zwiększyć kompetencje dydaktyczne w kilkunastu obszarach oraz uczestniczyć w specjalistycznych szkoleniach dotyczących m.in. nauczania problemowego i partycypacyjnego, gier dydaktycznych i gamifikacji, projektowania i prowadzenia kursów online oraz nauczania w języku angielskim. W ramach pierwszej edycji tego programu (UEK HUB.1.0.) przeprowadzono 928 godzin szkoleniowych, w których wzięło udział 31 trenerów oraz 109 uczestników, którym wydano łącznie 1204 certyfikaty. W obu edycjach UEK HUB uczestniczyło 28 pracowników prowadzących zajęcia na kierunku *Marketing i komunikacja rynkowa* (zob. Załącznik uzupełniający 4.H). Wśród innych programów wpływających na podniesienie jakości kształcenia poprzez wsparcie rozwoju umiejętności dydaktycznych warto wymienić program Mistrzowie Dydaktyki oraz Cyfrowy UEK, a także szeroką działalność Zespołu ds. e-Learningu w zakresie popularyzacji i doskonalenia prowadzenia zajęć (liczba uczestników wszystkich szkoleń w ostatnich 4 semestrach to 1 957 osób) oraz kontaktu ze studentami z wykorzystaniem metod i technik kształcenia na odległość (więcej: kryterium 2.3 oraz 5.3).

Do kolejnych działań, które wpisują się w strategię ciągłego doskonalenia jakości procesu dydaktycznego w UEK zaliczyć można również ujednoczenie wytycznych w sprawie opracowania kart przedmiotów ([Komunikat w sprawie wytycznych do przygotowania kart przedmiotów przewidzianych planem studiów](#) z dnia 15 marca 2022 roku), które powinny zawierać całościową informację o przedmiotach realizowanych w ramach programów studiów, w tym zwłaszcza o wymaganiach wstępnych dla danego przedmiotu, realizowanych efektach uczenia się i sposobach weryfikowania ich osiągnięcia, celach i proponowanych treściach, systemie oceniania, nakładzie pracy studenta, literaturze podstawowej oraz uzupełniającej (w tym obcojęzycznej) oraz osobach prowadzących zajęcia. Integralną częścią kart przedmiotów są macierze realizacji przedmiotu, które stanowią zestawienie realizowanych efektów uczenia się, celów i treści, wykorzystywanych metod dydaktycznych oraz sposobów weryfikacji efektów.

Do działań na rzecz podnoszenia jakości kształcenia w UEK, w tym także na kierunku *Marketing i komunikacja rynkowa*, należy również zaliczyć opracowanie jednolitych zasad i warunków przeprowadzania egzaminu dyplomowego wraz z wytycznymi do przygotowania pracy dyplomowej (Komunikat Prorektora ds. Kształcenia i Studentów nr [K.0211.2.1.2023](#) z dn. 27 stycznia 2023 roku oraz Zalecenia redakcyjne do pracy dyplomowej w Instytucie Zarządzania) oraz listami zagadnień do egzaminu dyplomowego na poszczególnych kierunkach ([Zagadnienia na egzamin dyplomowy](#)), w tym *Marketing i komunikacja rynkowa*. Stosowne regulacje oraz cały proces dyplomowania na studiach pierwszego i drugiego stopnia zostały określone w [Regulaminie studiów](#) UEK, w rozdziale 6 pt. „Praca dyplomowa i egzamin dyplomowy” (więcej: kryterium 3.4).

W czynności wpisujące się w działania na rzecz doskonalenia procesu jakości kształcenia, w tym zwłaszcza w odniesieniu do kontroli realizacji procesu nauczania, wpisuje się również wdrożenie procedury

hospitacji zajęć dydaktycznych (Zarządzenie Rektora nr [R.0211.65.2022](#), zmienione Zarządzeniem Rektora nr [R.0211.70.2023](#)), która szczegółowo określa zasady i sposoby przeprowadzania hospitacji. Planowanie, nadzór oraz analiza wyników hospitacji należą do kompetencji dyrektorów instytutów oraz jednostek realizujących proces dydaktyczny (tj. Centrum Językowego oraz Studium Wychowania Fizycznego i Sportu), zaś same hospitacje przeprowadzane są przez 3-osobowe komisje hospitacyjne. Hospitacje mają charakter doradczy lub interwencyjny, a ich celem jest wsparcie rozwoju nauczycieli akademickich i doskonalenie ich warsztatu dydaktycznego. Hospitacjom podlegają nowo zatrudnieni nauczyciele akademicy w dwóch pierwszych latach pracy w UEK oraz nauczyciele, którzy uzyskali niższą niż 3,5 ocenę z ankietyzacji zajęć dydaktycznych przez studentów. Hospitacje są przeprowadzane również na wniosek:

- Rektora,
- Prorektora właściwego ds. kształcenia,
- Pełnomocnika Rektora ds. Jakości Kształcenia,
- Kierownika Centrum Językowego (CJ),
- Kierownika Studium Wychowania Fizycznego i Sportu (SWFiS),
- Dyrektora Instytutu, w którym zatrudniony jest hospitolany lub w którym hospitolany prowadzi zajęcia w ramach przyporządkowanego temu Instytutowi kierunku studiów,
- Kierownika Katedry, w którym zatrudniony jest hospitolany,

a także na umotywowany wniosek właściwego organu samorządu studenckiego składany do Dyrektora Instytutu /Kierownika CJ/SWFiS.

Kolejnym działaniem, pozwalającym na bieżące monitorowanie prawidłowości procesu kształcenia, również w kontekście oceny jakości procesu dydaktycznego, jest obowiązek przygotowania przez osoby realizujące zajęcia raportu pod nazwą *Informacja nauczyciela akademickiego o osiągnięciu zakładanych efektów kształcenia* (wg wzoru zawartego w Załączniku do Uchwały Senatu nr [28/2015](#), uaktualnionego w kwietniu 2022 roku – zob. Załącznik uzupełniający 10.A). Raporty te są składane po zakończeniu każdego semestru i dotyczą wszystkich przedmiotów prowadzonych w danym semestrze, oddzielnie dla wszystkich zrealizowanych form. Zawierają ocenę stanu osiągnięcia efektów uczenia się w odniesieniu do założeń przyjętych w kartach poszczególnych przedmiotów, w zakresie wiedzy, umiejętności oraz kompetencji społecznych. Ponadto, pozwalają na wskazanie czynników zarówno sprzyjających, jak i utrudniających realizację założonych efektów, stając się cennym źródłem informacji dla celów podnoszenia jakości procesu dydaktycznego w Uczelni.

Informacje do celów oceny jakości procesu dydaktycznego pozyskiwane są również w ramach szerokiej ankietyzacji studentów. Należy tutaj wymienić:

1. ankietę dla rozpoczynających studia – przeprowadzaną w pierwszych tygodniach roku akademickiego; jej celem jest poznanie pierwszych wrażeń związanych z kontaktem kandydata na studia oraz nowego studenta z Uczelnią; zawiera ona pytania odnoszące się do oferty edukacyjnej UEK, formy i trybu przyjmowania dokumentów, kontaktu z Działem Nauczania oraz [Centrum Obsługi Studentów](#) (COS);
2. ankietę oceny zajęć dydaktycznych – przeprowadzaną co semestr ocenę, obejmującą wszystkich nauczycieli akademickich prowadzących zajęcia; zasady oceny oraz kształt ankiety reguluje Zarządzenie Rektora nr [R.0211.26.2022](#), zmienione Zarządzeniem Rektora nr [R.0211.63.2022](#); badania przeprowadza się z wykorzystaniem kwestionariusza w formie elektronicznej, umieszczonego w uczelnianym systemie [USOSweb](#), dostępnym po zalogowaniu; w czterostopniowej skali (2-5) oceniane są (zob. Załącznik 10.B):
 - terminowość odbywania zajęć;
 - wyjaśnianie zagadnień (zadań) w sposób komunikatywny;
 - możliwość zdobycia nowej wiedzy i umiejętności oraz rozwijania kompetencji społecznych w wyniku zaangażowania osobie prowadzącej;
 - zgodność wymagań i warunków zaliczenia z informacjami podanymi na pierwszych zajęciach;
 - gotowość osoby prowadzącej do pomocy podczas zajęć, konsultacji lub kontaktu elektronicznego;
 - traktowanie studentów z szacunkiem;

- ankieta umożliwia także zgłaszanie uwag i opinii o zajęciach i prowadzących; ewaluacja jest przeprowadzana i jej wyniki są analizowane przez Zespół Monitoringu i Analiz Jakości Kształcenia (działający w ramach Działu Jakości Kształcenia); wyniki udostępniane są ocenianym pracownikom oraz kierownikom katedr, dla których stanowią cenne źródło informacji o jakości prowadzonych zajęć; są one również analizowane na poziomie władz instytutów i władz Rektorskich; ocena w zakresie wypełniania obowiązków związanych z kształceniem dokonana przez studentów i doktorantów jest ponadto uwzględniana przy ocenie okresowej nauczyciela akademickiego; warto podkreślić, że dotychczas ewaluacja zajęć dydaktycznych w UEK była już przeprowadzana 31 razy;
3. ankietę dla kończących studia – przeprowadzaną w ostatnim semestrze studiów danego stopnia; obejmuje ona różne obszary funkcjonowania Uczelni ściśle związane z procesem dydaktycznym oraz życiem studenckim; wyniki ankiety są przekazywane władzom Rektorskim, instytutowym oraz odpowiednim jednostkom decyzyjnym; w oparciu o uzyskane informacje podejmowane są działania służące poprawie oferty dydaktycznej, zasobów bibliotecznych, potencjału informatycznego, warunków studiowania oraz doskonaleniu jakości kształcenia.

10.2. Zasady projektowania, dokonywania zmian i zatwierdzania programu studiów

Zasady opracowywania, zatwierdzania i modyfikowania programu studiów na kierunku *Marketing i komunikacja rynkowa* uregulowane zostały Uchwałą Senatu UEK nr [52/2019](#) z dnia 23 września 2019 r., zmodyfikowaną Uchwałą Senatu UEK nr [T.0022.22.2022](#) z dnia 25 kwietnia 2022 r. w sprawie zasad opracowywania programów studiów wyższych w Uniwersytecie Ekonomicznym w Krakowie. Program studiów musi umożliwiać studentowi uzyskanie minimalnej liczby punktów ECTS, wymaganej do zaliczenia semestru (tj. 30 ECTS). Szczegółowe regulacje odnoszą się do typów realizowanych przedmiotów (kierunkowe, specjalnościowe, języki obce, wychowanie fizyczne), w tym zwłaszcza w odniesieniu do przedmiotów do wyboru, które muszą stanowić co najmniej 30% liczby punktów ECTS dla danego programu studiów. W załączniku do Uchwały Senatu UEK nr [T.0022.22.2022](#) zamieszczono wzór szablonu programu studiów, obowiązujący dla wszystkich kierunków studiów prowadzonych w UEK. Przyjęte regulacje szczegółowo określają m.in. konieczność: przyporządkowania kierunku do dziedziny oraz dyscyplin (w tym ustalenia dyscypliny wiodącej), dokonania charakterystyki kierunku, określenia liczby godzin zajęć, liczby punktów ECTS, praktyk zawodowych, efektów uczenia się w zakresie wiedzy, umiejętności i kompetencji społecznych, przygotowania planu studiów z rozbiem na poszczególne semestry, wskazania sposobu weryfikacji i oceny efektów uczenia się, treści programowych przypisanych do poszczególnych zajęć oraz wymogów związanych z ukończeniem studiów (zob. Załącznik uzupełniający 10.C).

W myśl uchwalonych przepisów, programy studiów (oraz ich zmiany) są zatwierdzane przez Senat Uczelni w drodze uchwały. Zatwierdzane programy studiów muszą spełniać wszelkie wymogi formalne i programowe wynikające z przepisów prawa oświatowego, w tym również w zakresie Zintegrowanego Systemu Kwalifikacji.

Przyjęty dla kierunku *Marketing i komunikacja rynkowa* program studiów I i II stopnia został skonstruowany z uwzględnieniem:

- jego zgodności z misją i strategią UEK;
- zgodności przyjętych efektów uczenia się z PRK oraz ich spójność z treściami kształcenia prezentowanymi w kartach przedmiotów i wykorzystywanymi metodami dydaktycznymi;
- spójności poszczególnych treści przedmiotowych z całościową wizją kierunku;
- zgodności kart przedmiotów z programem studiów;
- prawidłowości stosowania systemu ECTS;
- opinii interesariuszy wewnętrznych i zewnętrznych oraz potrzeb płynących z rynku pracy;
- informacji dotyczących losów absolwentów kierunku;
- krajowych i międzynarodowych wzorców, popartych analizą potencjalnych kierunków rozwoju.

Wszystkie zmiany i modyfikacje programu kształcenia na kierunku *Marketing i komunikacja rynkowa* są wypracowywane lub opiniowane przez Zespół Programowo-Dydaktyczny ds. kierunku *Marketing i komunikacja rynkowa*, działający w ramach Instytutu Zarządzania. Zespół ten został powołany uchwałą Rady Instytutu Zarządzania z dnia 7.11.2024 i składa się z 12 członków (w tym 2 przedstawiciele studentów).

W myśl wprowadzonych regulacji, każdy przedmiot w programie studiów musi posiadać tzw. kartę przedmiotu, sporządzoną według wytycznych określonych przez Prorektora ds. Kształcenia i Studentów ([Komunikat w sprawie wytycznych do przygotowania kart przedmiotów przewidzianych planem studiów](#) z dnia 15 marca 2022 roku). Karty przedmiotów na dany cykl kształcenia przygotowywane są przed jego rozpoczęciem, ale mogą podlegać uzasadnionej aktualizacji, pod warunkiem zachowania zgodności z programem studiów, w tym w zakresie efektów uczenia się i treści programowych przypisanych do zajęć. Nadzór w tym zakresie, tj. nad właściwym opracowaniem kart, sprawuje dyrektor odpowiedniej jednostki (tj. instytutu, Centrum Językowego lub Studium Wychowania Fizycznego i Sportu).

10.3. Sposoby i zakres bieżącego monitorowania oraz okresowego przeglądu programu studiów na ocenianym kierunku oraz źródła informacji wykorzystywane w tych procesach

Program studiów na kierunku *Marketing i komunikacja rynkowa* jest monitorowany przez władze Instytutu Zarządzania oraz systematycznie analizowany przez Instytutowy Zespół Programowo-Dydaktyczny ds. kierunku *Marketing i komunikacja rynkowa*, który w bieżącej kadencji (2024-2028) obradował łącznie na 1 posiedzeniu (18.12.2024). Głównym motywem tych działań była chęć dostosowania programu studiów do zmieniającej się sytuacji społeczno-ekonomicznej oraz związanych z tym zmieniających się potrzeb zgłaszanych przez otoczenie, zarówno gospodarcze, jak i naukowe, a także przez samych studentów i absolwentów kierunku *Marketing i komunikacja rynkowa*. Wynikiem aktywności Zespołu były modyfikacje programu studiów, wychodzące naprzeciw zgłaszanym uwagom (więcej: kryterium 1.3).

Analiza, monitorowanie oraz ocena potencjału kierunku *Marketing i komunikacja rynkowa* oraz poziomu kształcenia są również przedmiotem zainteresowania Instytutowego Zespołu ds. Jakości Kształcenia oraz władz Instytutu, m.in. pod kątem potrzeb zgłaszanych doraźnie przez studentów oraz w ankietach cosemestralnej studenckiej oceny zajęć dydaktycznych. Karty przedmiotów, przygotowywane corocznie przez delegowanych pracowników, podlegają wstępnej akceptacji przez kierownika macierzystej katedry, co także jest okazją do dokonania przeglądu proponowanych treści, stosowanych metod i narzędzi dydaktycznych oraz zakładanych efektów uczenia się, w tym zwłaszcza pod kątem ich zgodności z efektami kierunkowymi oraz ze sposobem weryfikacji ich osiągnięcia przez studentów. Również wspomniana wcześniej hospitacja zajęć dydaktycznych oraz wnioski formułowane przez komisję hospitacyjną dają możliwość analizy jakości procesu dydaktycznego prowadzonego na kierunku *Marketing i komunikacja rynkowa*.

Warto zwrócić uwagę, że program studiów kierunku *Marketing i komunikacja rynkowa* oraz wszelkie kwestie związane z realizacją zajęć są przedmiotem dyskusji w ramach zebrań poszczególnych katedr oraz Rady Instytutu. Pracownicy poszczególnych katedr, prowadzący zajęcia na kierunku *Marketing i komunikacja rynkowa* także zgłaszają swoje uwagi do programu studiów oraz wszelkich kwestii związanych z jego realizacją, często uwzględniając opinie studentów kierunku.

Okresowy przegląd i modyfikacja programu studiów kierunku *Marketing i komunikacja rynkowa* dokonywany był głównie pod kątem:

- aktualności efektów uczenia się;
- poprawności i spójności przyjętego systemu punktów ECTS;
- możliwości odpowiedzi na zmieniające się potrzeby otoczenia społeczno-gospodarczego, w tym na sygnały płynące z rynku pracy;
- możliwości wykorzystywania najnowszych wzorców krajowych i zagranicznych;

- monitorowania trendów krajowych i zagranicznych w sferze związanej z dydaktyką kierunku *Marketing i komunikacja rynkowa*;
- uwzględnienia wniosków płynących z badań losów absolwentów;
- adekwatności kwalifikacji nauczycieli akademickich (w tym w zakresie rozwoju dydaktycznego) do treści realizowanych na prowadzonych przez nich przedmiotach;
- oceny kwalifikacji osób prowadzących zajęcia na kierunku, w tym zwłaszcza pod kątem oceny jakości procesu dydaktycznego dokonywanego w ankietach studenckiej oceny zajęć;
- modyfikowania metod i narzędzi związanych z realizacją zajęć, szczególnie pod kątem wniosków płynących z hospitacji zajęć.

10.4. Sposób oceny osiągnięcia efektów uczenia się przez studentów ocenianego kierunku, z uwzględnieniem poszczególnych etapów kształcenia, jego zakończenia oraz przydatności efektów uczenia się na rynku pracy lub w dalszej edukacji, jak też wykorzystania wyników tej oceny w doskonaleniu programu studiów

Ocena osiągnięcia efektów uczenia się przez studentów kierunku *Marketing i komunikacja rynkowa* ma charakter cykliczny i przebiega wielotorowo. W ramach każdego realizowanego przedmiotu prowadzący korzysta ze zdefiniowanych wcześniej i zróżnicowanych metod weryfikacji osiągnięcia zakładanych efektów. Są to: sprawdziany pisemne, zadania tablicowe, prezentacje multimedialne przygotowywane i prezentowane przez studentów, referaty, projekty indywidualne i grupowe, wypowiedzi ustne, ćwiczenia praktyczne, case studies itd. (zob. Załącznik uzupełniający 3.D), ściśle powiązane z realizowanymi treściami przedmiotu (wymagające nie tylko posiadania wiedzy teoretycznej, lecz także umiejętności praktycznego jej zastosowania oraz prezentowania określonych postaw, podejścia do badanych zjawisk i procesów społecznych, nabywanych jako kompetencje społeczne). Prowadzący ma w ten sposób możliwość indywidualnej oceny stopnia osiągnięcia przez studentów zakładanych efektów uczenia się. W zależności od rozwiązań zapisanych w kartach poszczególnych przedmiotów, studenci otrzymują informację o poziomie realizacji osiągnięć bieżących i ocenie z egzaminu (jeżeli jest on przewidziany w programie studiów), przeprowadzonego w różnorodnych formach (np. egzamin pisemny, ustny, esej, test). Ocena końcowa, uwzględniająca ocenę bieżących osiągnięć i ocenę z egzaminu, jest wpisywana do dokumentów potwierdzających przebieg kształcenia i stanowi potwierdzenie osiągnięcia przez studenta zakładanych efektów uczenia się. Szczegółowy sposób oceny jest każdorazowo zapisany w kartach poszczególnych przedmiotów oraz przedstawiany studentom na pierwszych zajęciach. W razie potrzeby prowadzący mają możliwość cosemestralnej kontroli kart przedmiotów, w tym pod kątem aktualności proponowanych treści, zalecanej literatury czy systemu oceniania (a więc także sposobów oceny osiągnięcia założonych efektów uczenia się), pozostając jednak w zgodzie z wymogami formalnymi stawianymi programowi studiów i kartom przedmiotów. Kontrola nad poprawnością przyjętego systemu oceniania jest dwustopniowa, bowiem karta każdego przedmiotu podlega akceptacji najpierw kierownika katedry, a następnie osoby odpowiedzialnej za akceptację kart, którym w przypadku kierunku *Marketing i komunikacja rynkowa* jest Dyrektor Instytutu Zarządzania lub jego zastępca. Uwagi przekazywane są autorom za pomocą narzędzi komunikacji elektronicznej w funkcjonującym na UEK systemie PRK.

Z kolei efekty uzyskane podczas praktyk zawodowych są weryfikowane przez opiekunów na podstawie raportów praktyk (zgodnie z Zarządzeniem Rektora nr [R.0211.4.2025](#)). W raporcie z przebiegu studenckiej praktyki zawodowej (w brzmieniu określonym w załączniku nr 2 do wspomnianego ZR – zob. Załącznik 10.D) uwzględniane są efekty uczenia się z zakresu wiedzy, umiejętności i kompetencji społecznych, wynikające z karty przedmiotu „Praktyka” na studiowanym kierunku oraz zadania, czynności wykonywane w trakcie praktyki służące realizacji tych efektów. Organizator praktyki potwierdza opisany przebieg praktyki oraz osiągnięcie przez studenta efektów uczenia się podczas jej trwania (jako w pełni lub częściowo zrealizowane albo niezrealizowane). Na tej podstawie Opiekun praktyk w UEK zalicza praktykę lub jej nie zalicza (więcej: kryterium 2.6).

Monitoring sposobów realizacji i jakości zajęć oraz osiągniętych efektów uczenia się jest prowadzony przez studentów, jak również przez Kierowników Katedr. Studenci co semestr oceniają jakość zajęć dydaktycznych, w których uczestniczą (zob. kryterium 10.1). Opracowane przez Dział Jakości Kształcenia zestawienia opinii studentów są przekazywane Dyrektorowi Instytutu, Kierownikom Katedr i ocenianym pracownikom. Stanowią one podstawę doskonalenia procesu kształcenia oraz podejmowania działań mających na celu wyeliminowanie zastrzeżeń dotyczących prowadzonych zajęć i poprawę ich jakości. Pojawiające się problemy dydaktyczne na kierunku *Marketing i komunikacja rynkowa* są przedmiotem dyskusji na zebraniach Katedry, sprawującej nad nim opiekę merytoryczną. Dyrekcja Instytutu na posiedzeniach Rady Instytutu prezentuje wyniki najlepszych 10 pracowników Instytutu w podziale na zajmowane stanowiska: asystent, adiunkt, profesor oraz przedstawia ranking 10 najlepszych Katedr Instytutu, a także miejsce Instytutu w rankingu Instytutów Uczelni. Przeprowadza też rozmowy z najniższymi ocenionymi pracownikami, proponując im udział w szkoleniach i kursach doskonalących warsztat dydaktyczny.

Semestralna studencka ewaluacja zajęć jest dodatkowo wzmocniona badaniem satysfakcji studentów ostatniego semestru studiów prowadzonej przez Dział Jakości Kształcenia (zob. kryterium 10.1). Badania te mają istotne znaczenie, gdyż na ich podstawie można uzyskać ważne informacje ze strony kończących studia, potrzebne do dalszego doskonalenia procesu kształcenia i studiowania. Opinie studentów zaprezentowane w ankiecie są tym bardziej interesujące, że pokazują studenckie doświadczenia wyniesione podczas procesu kształcenia w UEK w różnych obszarach funkcjonowania Uczelni. Opinie studentów są przekazywane przez DJK Dyrektorowi Instytutu Zarządzania, który je analizuje i udostępnia Kierownikom katedr.

Po zakończeniu każdego semestru prowadzący przedkładają *Informacje nauczyciela akademickiego o osiągnięciu zakładanych efektów kształcenia*, w której odnoszą się od osiągniętych efektów w ramach poszczególnych przedmiotów, grup oraz form zajęć (wg wzoru zawartego w załączniku do Uchwały Senatu nr [28/2015](#), uaktualnionego w kwietniu 2022 roku – zob. Załącznik uzupełniający 10.A). W ramach tego raportu prowadzący mogą również wskazać czynniki, które – pozytywnie bądź negatywnie – wpłynęły na stopień osiągnięcia przez studentów zakładanych efektów uczenia się (por. kryterium 10.1). Zgromadzone informacje odnoszące się do zajęć prowadzonych na kierunku *Marketing i komunikacja rynkowa* są analizowane przez Instytutowy Zespół ds. Jakości Kształcenia oraz omawiane przez Dyrektora i Kierowników Katedr Instytutu Zarządzania, co pozwala m.in. na formułowanie wniosków odnośnie do procesu kształcenia, które z kolei przekazywane i dyskutowane są na zebraniach katedr oraz na posiedzeniach innych jednostek Uczelni.

Sposób weryfikacji zakładanych efektów uczenia się w odniesieniu do poszczególnych przedmiotów podlega ocenie również w trakcie hospitacji zajęć (por. kryterium 10.1). Wyniki hospitacji, składane do [Centrum Obsługi Studentów](#) (COS), są analizowane przez Dyrekcję Instytutu oraz Instytutowy Zespół ds. Jakości Kształcenia. Wnioski z hospitacji mogą być podstawą do podjęcia przez kierownika katedry decyzji o przeprowadzeniu stosownej rozmowy z pracownikiem w odniesieniu do potrzeby podjęcia przez niego odpowiednich działań korygujących stwierdzone nieprawidłowości.

Całokształt efektów nabytych w toku studiów jest oceniany w trakcie obrony pracy dyplomowej, w tym także na podstawie wyników egzaminu dyplomowego. Zasady i warunki przeprowadzania tego egzaminu, wraz z całym procesem dyplomowania określone zostały w [Regulaminie studiów](#), w rozdziale 6 pt. „Praca dyplomowa i egzamin dyplomowy” (więcej: kryterium 3.4 i 3.7).

Przydatność osiągniętych w trakcie studiów efektów uczenia się jest również oceniana w stosunku do absolwentów kierunku *Marketing i komunikacja rynkowa* już po ich wejściu na rynek pracy i chociaż odbywa się to w mniej formalny sposób, jest jednak niezwykle cennym źródłem informacji wykorzystywanych w procesie doskonalenia programu studiów oraz podnoszenia jakości kształcenia. Ów nieformalny – aczkolwiek bardzo wartościowy – charakter oceny odnosi się m.in. do kontaktu pracowników Instytutu Zarządzania z absolwentami kierunku *Marketing i komunikacja rynkowa*, którzy w trakcie rozmów oceniają przydatność nabytej w trakcie studiów wiedzy, umiejętności i kompetencji

społecznych w ich pracy zawodowej. Takie rozmowy stanowią również cenne źródło informacji w zakresie najnowszych trendów w dziedzinie oraz wymagań, które są aktualnie stawiane absolwentom kierunku *Marketing i komunikacja rynkowa* w trakcie procesu rekrutacyjnego.

Podobny rodzaj informacji jest pozyskiwany również w kontaktach pracowników Instytutu Zarządzania z otoczeniem gospodarczym, a więc pracodawcami, których przedstawiciele konstituują Radę Interesariuszy przy kierunku Marketing i komunikacja rynkowa czy są współprowadzącymi zajęcia praktykami (więcej: kryterium 6).

10.5. Zakres, formy udziału i wpływ interesariuszy wewnętrznych – w tym studentów – i interesariuszy zewnętrznych na doskonalenie i realizację programu studiów

Na doskonalenie i realizację programu studiów na kierunku *Marketing i komunikacja rynkowa* mają wpływ zarówno interesariusze wewnętrzni, jak i zewnętrzni. Różnorakie zagadnienia związane z budową, realizacją i doskonaleniem programu studiów na kierunku *Marketing i komunikacja rynkowa* oraz oceną jakości kształcenia na tym kierunku są przedmiotem rozważań w ramach zebrań pracowników poszczególnych katedr Instytutu Zarządzania, władz Instytutu Zarządzania oraz zespołów działających przy Instytucie. W ich trakcie często wykorzystywane są informacje pozyskiwane właśnie od interesariuszy w czasie formalnych i nieformalnych spotkań.

Głównymi interesariuszami wewnętrznymi są studenci, z którymi współpraca daje możliwość bieżącej kontroli jakości procesu kształcenia oraz opracowania potencjalnych kierunków rozwoju i sposobów modyfikacji programu nauczania. Przeprowadzana co semestr studencka ocena zajęć dydaktycznych (regulowana przez Zarządzenie Rektora nr [R.0211.26.2022](#), zmienione Zarządzeniem Rektora nr [R.0211.63.2022](#); por. kryterium 10.1 i Załącznik uzupełniający 10.B) jest jednym ze źródeł informacji o sposobie realizacji zajęć, w tym ich zgodności z przyjętym programem studiów i kartami poszczególnych przedmiotów. Pozyskane na jej podstawie informacje są wykorzystywane przez kierowników katedr do oceny prawidłowości procesu dydaktycznego oraz mogą być wykorzystane do interwencji w przypadku stwierdzenia nieprawidłowości. Studenci, zwłaszcza ci, którzy podjęli w trakcie studiów pracę zawodową, są też cennym źródłem informacji w zakresie potrzeb zgłaszanych przez pracodawców oraz w kontekście przydatności na rynku pracy wiedzy, umiejętności i kompetencji społecznych nabytych w trakcie studiów na *Marketing i komunikacja rynkowa*. Współpraca ze studentami, w tym również działającymi w Kołach Naukowych działających przy Instytucie Zarządzania w zakresie organizacji szkoleń, warsztatów, konferencji i spotkań z pracodawcami jest również okazją do wymiany doświadczeń, które są później wykorzystywane do ciągłego doskonalenia programu studiów na kierunku *Marketing i komunikacja rynkowa* oraz modyfikowania metod i narzędzi dydaktycznych. Szczególną pozycję w ramach grupy interesariuszy wewnętrznych zajmuje Parlament Studencki, który ma prawo m.in. do opiniowania proponowanych zmian w programie studiów lub do wnioskowania o hospitacje wskazanych zajęć.

Drugą grupę interesariuszy stanowią interesariusze zewnętrzni, głównie pracodawcy oraz jednostki kooperujące. W przypadku Instytutu Zarządzania ich przedstawiciele tworzą Radę Biznesu przy Kolegium Nauk o Zarządzaniu i Jakości, a w przypadku kierunku Marketing i Komunikacja Rynkowa tron interesariuszy zewnętrznych stanowi dedykowana dla kierunku Rada Interesariuszy (więcej: kryterium 6). Na podkreślenie zasługuje, wypracowana w strukturach kierunku Marketing i Komunikacja Rynkowa, formuła współpracy - Uniwersjada Marketingu (ostatnia edycja odbyła się 12.06.2025). Konwencja obejmuje spotkania konferencyjne, w których biorą udział przedstawiciele otoczenia gospodarczego, którzy prowadzą wykłady oraz warsztaty dla uczestników. Jej sednem są swoiste zawody sportowe w marketingu, w których studenci konkurują przedstawiając wykonywane przez cały semestr plakaty (postery) o charakterze naukowo-dydaktycznym. Uniwersjada Marketingu-Konferencja plakatowa stanowi płaszczyznę dydaktycznego współzawodnictwa zespołów studenckich w obszarze komunikacji marketingowej. Misją Uniwersjady jest pobudzenie i zainteresowanie i podniesienie poziomu wiedzy,

kompetencji i umiejętności studentów w zakresie marketingu. Formą realizacji tej misji są szczególne zawody dydaktyczne, pozwalające na konfrontację swoich osiągnięć w środowisku akademickim na arenie międzyuczelnianej. 12.06.2025 uczestniczyły w nich zespoły z trzech uniwersytetów – UE w Krakowie, Uniwersytetu Jagiellońskiego i Akademii Górniczo-Hutniczej, skupiające studentów polskich, ukraińskich i białoruskich. Patronem instytucjonalnym Uniwersjady jest zazwyczaj Fundacja UEK oraz Polskie Naukowe Towarzystwo Marketingu.

Istotne znaczenie ma także współpraca z interesariuszami zewnętrznymi nawiązywana przez Koło Naukowe Marketing KolMark, czy inicjatywy, których zwieńczeniem są organizowane praktyki studenckie.

Kolejną grupę interesariuszy zewnętrznych tworzą przedstawiciele instytucji patronackich. Tworzą oni gremium Rady Patronackiej UEK, której główną ideą powołania jest rozwijanie angażującej współpracy Uczelni z otoczeniem, w celu lepszego wglądu w rozpoznanie jego potrzeb. Umożliwia ona wymianę myśli w obszarze obecnych działań Uniwersytetu oraz wyznaczanie kierunków jego dalszego rozwoju. W dbałości o szerokie spojrzenie na poszczególne obszary współpracy Uczelni z otoczeniem, do współpracy w ramach Rady Patronackiej UEK zaproszono przedstawicieli reprezentujących różne środowiska, w szczególności przedstawicieli władz samorządowych, instytucji kultury, Małych i Średnich Przedsiębiorstw (MŚP), dużych korporacji o zasięgu globalnym, firm biotechnologicznych, instytucji finansowych oraz środowiska medycznego. Członkowie:

- **Stanisław Mazur** – I Zastępca Prezydenta Miasta Krakowa;
- **Katarzyna Basiak-Gała** – Dyrektor Oddziału Okręgowego NBP w Krakowie;
- **Philippe De Brouwer** – Head of Model Risk Management and Head of Diversity and Inclusion at HSBC;
- **Krzysztof Głuchowski** – Dyrektor Teatru im. J. Słowackiego;
- **Edyta Jaworska** – Dyrektor Zarządzający/ Prezes Zarządu Croda Central Europe;
- **Anna Thompson** – Change and Community Lead, Group Strategic Clients Program, Capgemini Group;
- **Anna Lorch** – Group Compliance & Regulatory Governance Poland Head, Entity Risk Officer Poland UBS;
- **Andrzej Matyja** – Wiceprezes Okręgowej Rady Lekarskiej w Krakowie;
- **Grzegorz Piątkowski** – Prezes Rady Polskich Przedsiębiorców Globalnych;
- **Michał Sokołowski** – GBS HUB Infrastructure Manager at ABB;
- **Karol Kozłowski** – Dyrektor Zarządzający ds. Alternatywnych Rozwiązań Inwestycyjnych State Street Bank;
- **Monika Martuszevska-Skoczyńska** – Prezes Stowarzyszenia Alumni UEK;
- **Zbigniew Wolfram** – Zakład Budowy Maszyn i Aparatury im. Ludwika Zieleniewskiego Kraków SA.

Ważnym interesariuszem zewnętrznym w funkcjonowaniu kierunku jest Polskie Naukowe Towarzystwo Marketingu. Jednym z celów działania PNTM jest tworzenie sprzyjających warunków do rozwoju nauki o marketingu w Polsce i popularyzacji wiedzy z tego zakresu we wszystkich ośrodkach akademickich, na każdym poziomie kształcenia. W dniu 4.11.2022 roku PNTM, po analizie i ocenie programu kształcenia na kierunku, objęło patronatem *Marketing i komunikację rynkową*. Jednocześnie PNTM podejmując różne działania tworzy pole do integracji przedstawicieli nauki o marketingu w Polsce i do tworzenia wspólnoty osób zawodowo zajmujących się marketingiem, zarówno od strony dydaktycznej, jak i badawczej. Członkami PNTM jest znaczna część kadry kierunku.

Do grupy interesariuszy zewnętrznych zaliczyć można niewątpliwie również absolwentów kierunku *Marketing i komunikacja rynkowa*, którzy są źródłem niezwykle cennych informacji o stopniu wykorzystania nabytej w czasie studiów wiedzy, umiejętności i kompetencji społecznych w dalszej pracy zawodowej. Kontakt z nimi – często o charakterze nieformalnym – jest utrzymywany przez wielu pracowników katedr należących do Instytutu Zarządzania. Tego rodzaju informacje pozyskiwane są

również w trakcie różnych konferencji, sympozjów, warsztatów czy szkoleń, często z udziałem praktyków, a także tutorów i instruktorów.

Pracownicy poszczególnych katedr Instytutu spotykają się w ramach cyklicznie organizowanych zebrań. W ramach tych spotkań dokonywana jest bieżąca *diagnoza* problemów związanych z procesem dydaktycznym i procesem osiągania przez studentów efektów uczenia się, w tym również w kontekście ich odpowiedzi na potrzeby szeroko rozumianej praktyki gospodarczej.

Na poziomie katedr Instytutu gromadzone i analizowane są zatem różnorodne informacje dotyczące sygnałów płynących ze strony interesariuszy. Wnioski wyciągnięte z takich analiz przedstawiane są na zebraniach Katedr, posiedzeniach instytutowego Zespołu Programowo-Dydaktycznego ds. kierunku *Marketing i komunikacja rynkowa* oraz Zespołu ds. Jakości Kształcenia. Przedstawiciele interesariuszy wewnętrznych (studentów) są członkami ww. zespołów, natomiast interesariusze zewnętrzni mogą w takich posiedzeniach uczestniczyć lub przekazać stosowne opinie czy sugestie co do procesu kształcenia na kierunku. Informacje pozyskane od interesariuszy są wykorzystywane do doskonalenia programu studiów, wprowadzania innowacji dydaktycznych i aktywizujących form nauczania.

Ponadto w ramach Katedr prowadzone są różne formy gromadzenia informacji o potrzebnych zmianach w zakresie efektów uczenia się i treści kształcenia wymaganych przez rynek pracy – organizowane są np. konferencje, sympozja z udziałem praktyków, wykłady gościnne. Propozycje zmian sugerowane przez interesariuszy zewnętrznych są przedstawiane na spotkaniach Instytutowego Zespołu Programowo-Dydaktycznego ds. Kierunku *Marketing i komunikacja rynkowa*. Warunkiem koniecznym do wprowadzenia zmian w programie jest ich zaakceptowanie przez Instytutowy Zespół ds. Jakości Kształcenia, Parlament Studencki i przez Radę Instytutu Zarządzania. Każda zmiana w programie studiów może zostać wdrożona dopiero po uzyskaniu pozytywnej Senackiej Komisji ds. Kształcenia, natomiast wejście jej w życie następuje w momencie zatwierdzenia przez Senat Uczelni w postaci stosownej uchwały.

Warto tutaj również wspomnieć, że osoby prowadzące zajęcia na kierunku *Marketing i komunikacja rynkowa* mają możliwość ciągłego podnoszenia swoich kwalifikacji poprzez udział w różnorodnych szkoleniach, kursach językowych czy wyjazdach naukowo-dydaktycznych do ośrodków krajowych i zagranicznych (zob. Załącznik 4.F i 7.C). Rozwój metodyki nauczania ze wsparciem narzędzi teleinformatycznych jest realizowany we współpracy z Zespołem ds. e-Learningu, oraz dzięki innym szkoleniom, np. UEK HUB Dydaktyczny, co również świadczy o wpływie podmiotów wewnętrznych oraz pozauczelnianych na metody realizacji procesu dydaktycznego na kierunku *Marketing i komunikacja rynkowa*.

10.6. Sposoby wykorzystania wyników zewnętrznych ocen jakości kształcenia i sformułowanych zaleceń w doskonaleniu programu kształcenia na ocenianym kierunku

Program kształcenia na kierunku *Marketing i komunikacja rynkowa* jest ciągle doskonalony i podlega okresowym przeglądom oraz systematycznej ocenie. Istotnym działaniem umożliwiającym zapewnienie wysokiej jakości programu studiów oraz procesu kształcenia są bezpośrednie kontakty pracowników Instytutu z interesariuszami wewnętrznymi i zewnętrznymi (por. kryterium 10.5). Pracownicy Instytutu gromadzą informacje o sugestiach dotyczących zmian w zakresie efektów uczenia się na kierunku *Marketing i komunikacja rynkowa*, w tym przede wszystkim w zakresie wiedzy, umiejętności i kompetencji społecznych pożądanych na rynku pracy, jak również w odniesieniu do jakości procesu dydaktycznego. Opinie interesariuszy zewnętrznych (w tym potencjalnych pracodawców oraz absolwentów kierunku *Marketing i komunikacja rynkowa*) są zatem źródłem informacji dla celów wprowadzania zmian doskonalących program studiów oraz organizacji procesu kształcenia.

Doskonaleniu programu kształcenia na kierunku *Marketing i komunikacja rynkowa*, jak i podejmowaniu inicjatyw na rzecz większego powiązania wiedzy teoretycznej z praktyczną i uatrakcyjnieniu go dla studentów służą także warsztaty i sympozja organizowane wspólnie z pracownikami Katedr prowadzących zajęcia na ocenianym kierunku. Inicjatorami tych spotkań są często Koła Naukowe

funkcjonujące przy kierunku *Marketing i komunikacja rynkowa*. Stanowią one swoistego rodzaju platformę wymiany informacji o oczekiwaniach studentów, w tym dotyczących jakości kształcenia i propozycji doskonalenia programu studiów.

Zalecenia dotyczące kryterium 10 wymienione w uchwale Prezydium PKA w sprawie oceny programowej na kierunku studiów, która poprzedziła bieżącą ocenę (jeżeli dotyczy)

Lp.	Zalecenia dotyczące kryterium 10 wymienione we wskazanej wyżej uchwale Prezydium PKA	Opis realizacji zalecenia oraz działań zapobiegawczych podjętych przez uczelnię w celu usunięcia błędów i niezgodności sformułowanych w zaleceniu o charakterze naprawczym
1.	brak	

Część II. Perspektywy rozwoju kierunku studiów

Analiza SWOT programu studiów na ocenianym kierunku i jego realizacji, z uwzględnieniem szczegółowych kryteriów oceny programowej

	POZYTYWNE	NEGATYWNE
Czynniki wewnętrzne	<p>Mocne strony</p> <ul style="list-style-type: none"> Szeroki i jednocześnie unikatowy profil kształcenia. Przedmioty przewidziane w programie studiów pozwalają na zdobycie uniwersalnych kompetencji przydatnych w różnych branżach, a także w prowadzeniu przez absolwentów własnej działalności gospodarczej. Wykwalifikowana i doświadczona kadra dydaktyczna. Posiadanie dedykowanego laboratorium komputerowego ze specjalistycznym oprogramowaniem, przeznaczonego do prowadzenia zajęć dydaktycznych i badań marketingowych. Duże zainteresowanie studiami – corocznie przeciętnie ok. 7 kandydatów na jedno miejsce na studiach stacjonarnych I stopnia. Międzynarodowa akredytacja ACQUIN aktualna do 2030 r. 	<p>Słabe strony</p> <ul style="list-style-type: none"> Niewielka liczba przedmiotów w języku angielskim. Ograniczenia organizacyjne - zbyt liczne grupy dziekańskie. Ograniczone zaangażowanie studentów w działalność naukową.
Czynniki zewnętrzne	<p>Szanse</p> <ul style="list-style-type: none"> Atrakcyjna lokalizacja uczelni – duży rynek pracy ułatwiający odbywanie praktyk, staży i poszukiwanie pracy. Duże zapotrzebowanie rynku na specjalistów z zakresu szeroko pojętego marketingu, wynikający m. in. z dynamicznego rozwoju rynku e-commerce oraz rosnącej popularności marketingu cyfrowego. Wyraźny wzrost znaczenia orientacji rynkowej podmiotów z różnych sektorów (gospodarki, sektora publicznego i non-profit), połączona - w kontekście globalizacji i natężenia konkurencji - z potrzebą profesjonalizacji działań w sferze praktyki marketingowej. Zainteresowanie przedsiębiorców współpracą w ramach kształcenia przyszłych marketerów. Możliwości kształcenia studentów i rozwoju kadry dydaktycznej w ramach międzynarodowych programów mobilności akademickiej. 	<p>Zagrożenia</p> <ul style="list-style-type: none"> Konkurencja ze strony innych, pokrewnych kierunków studiów prowadzonych na uczelniach zarówno krajowych, jak i zagranicznych. Postępujący niż demograficzny. Zmniejszająca się motywacja do podejmowania studiów (szczególnie II stopnia) oraz wczesna aktywizacja zawodowa studentów. Ujawniający się brak prospołecznych postaw i zachowań studentów; brak rzeczywistej integracji studentów. Wyraźnie zróżnicowany wizerunek społeczny marketingu jako strategii działań biznesu; kontrowersje społeczne wobec marketingu.

(Pieczęć uczelni)

.....

(podpis Kierownika jednostki)

.....

(podpis Rektora)

Kraków, dn. 18 września 2025

(miejscowość)

Część III. Załączniki

Załącznik nr 1. Zestawienia dotyczące ocenianego kierunku studiów

Tabela 1. Liczba studentów ocenianego kierunku¹

Poziom studiów	Rok studiów	Studia stacjonarne		Studia niestacjonarne	
		Dane sprzed 3 lat*	Bieżący rok akademicki**	Dane sprzed 3 lat*	Bieżący rok akademicki**
I stopnia	I	85	78	100	111
	II	66	86	83	99
	III	43	90	77	103
	IV	--	--	--	--
II stopnia	I	71	91	73	83
	II	61	88	79	74
jednolite studia magisterskie	I	--	--	--	--
	II	--	--	--	--
	III	--	--	--	--
	IV	--	--	--	--
	V	--	--	--	--
	VI	--	--	--	--
Razem:			433		470

*) Dane sprzed 3 lat oznaczają dane po zakończeniu semestru zimowego roku akademickiego 2021/2022 – dokładnie o 3 lata wcześniejsze niż dane prezentowane dla bieżącego roku akademickiego.

**) Dane dla bieżącego roku akademickiego oznaczają dane po zakończeniu semestru zimowego roku akademickiego 2024/2025, jako ostatnie dane możliwe do zaprezentowania (ostatni semestr zakończony w momencie przygotowywania raportu samooceny).

¹ Należy podać liczbę studentów ocenianego kierunku, z podziałem na poziomy, lata i formy studiów (z uwzględnieniem tylko tych poziomów i form studiów, które są prowadzone na ocenianym kierunku).

Tabela 2. Liczba absolwentów ocenianego kierunku w ostatnich trzech latach poprzedzających rok przeprowadzenia oceny

Poziom studiów	Rok ukończenia	Studia stacjonarne		Studia niestacjonarne	
		Liczba studentów, którzy rozpoczęli cykl kształcenia kończący się w danym roku	Liczba absolwentów w danym roku	Liczba studentów, którzy rozpoczęli cykl kształcenia kończący się w danym roku	Liczba absolwentów w danym roku
I stopnia	2023/24	95	58	109	76
	2022/23	75	38	95	62
	2021/22	67	43	103	98
II stopnia	2023/24	79	60	84	68
	2022/23	69	58	70	63
	2021/22	81	38	79	48
jednolite studia magisterskie	...	--	--	--	--
	...	--	--	--	--
	...	--	--	--	--
Razem:		466	25	540	415

Tabela 3.1. Wskaźniki dotyczące programu studiów na ocenianym kierunku studiów, poziomie i profilu określone w rozporządzeniu Ministra Nauki i Szkolnictwa Wyższego z dnia 27 września 2018 r. w sprawie studiów (Dz. U. poz. 1861 z późn. zm.)² – studia I stopnia

Nazwa wskaźnika	Liczba punktów ECTS/Liczba godzin
Liczba semestrów i punktów ECTS konieczna do ukończenia studiów na ocenianym kierunku na danym poziomie	stacjonarne: 6 semestrów, 189 ECTS / niestacjonarne: 6 semestrów, 180 ECTS
Łączna liczba godzin zajęć z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich lub innych osób prowadzących zajęcia i studentów ³	stacjonarne: 1890 (specj. E-marketing), 1859 (specj. Reklama i public relations) / niestacjonarne: 1144 (specj. E-marketing), 1123 (specj. Reklama i public relations)
Łączna liczba punktów ECTS, jaką student musi uzyskać w ramach zajęć prowadzonych z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich lub innych osób prowadzących zajęcia	96 ECTS (stacjonarne) / 91 ECTS (niestacjonarne)
Łączna liczba punktów ECTS przyporządkowana zajęciom związanym z prowadzoną w uczelni działalnością naukową w dyscyplinie lub dyscyplinach, do których przyporządkowany jest kierunek studiów	stacjonarne: 161 ECTS (specjalność E-marketing) / 159 (specjalność Reklama i Public Relations) / niestacjonarne: 152 ECTS (specjalność E-marketing) / 150 (specjalność Reklama i Public Relations)
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 ECTS
Łączna liczba punktów ECTS przyporządkowana zajęciom do wyboru	63 ECTS / 54 ECTS
Łączna liczba punktów ECTS przyporządkowana praktykom zawodowym (jeżeli program studiów przewiduje praktyki)	6 ECTS
Wymiar praktyk zawodowych (jeżeli program studiów przewiduje praktyki) ⁴	160 godz.
W przypadku stacjonarnych studiów pierwszego stopnia i jednolitych studiów magisterskich liczba godzin zajęć z wychowania fizycznego.	60 godz. (stacjonarne)
W przypadku prowadzenia zajęć z wykorzystaniem metod i technik kształcenia na odległość:	

² Tabelę należy wypełnić odrębnie dla każdego z poziomów studiów i każdej z form studiów podlegających ocenie.

³ Proszę podać łączną liczbę godzin zajęć z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich lub innych osób prowadzących zajęcia i studentów bez liczby godzin praktyk zawodowych (jeżeli program studiów przewiduje praktyki).

⁴ Proszę podać wymiar praktyk w miesiącach oraz w godzinach dydaktycznych.

<p>1. łączna liczba godzin zajęć określona w programie studiów na studiach stacjonarnych/ łączna liczba godzin zajęć na studiach stacjonarnych prowadzonych z wykorzystaniem metod i technik kształcenia na odległość.</p>	<p>1. 1960 / 0-60**</p>
<p>2. łączna liczba godzin zajęć określona w programie studiów na studiach niestacjonarnych/ łączna liczba godzin zajęć na studiach niestacjonarnych prowadzonych z wykorzystaniem metod i technik kształcenia na odległość.</p>	<p>2. 1180 / 441-477**</p>

*) na podstawie wykonania z roku akademickiego 2024/2025; szczegółowe wyliczenia w punkcie 2.5 raportu
 **) przedział godzin wynika z możliwości realizacji seminarium dyplomowego stacjonarnie bądź w formie zdalnej w trybie synchronicznym (podst. [Zarządzenie Rektora UEK nr R.0211.32.2025](#) z 24 czerwca 2025 roku)

Tabela 4.2. Wskaźniki dotyczące programu studiów na ocenianym kierunku studiów, poziomie i profilu określone w rozporządzeniu Ministra Nauki i Szkolnictwa Wyższego z dnia 27 września 2018 r. w sprawie studiów (Dz. U. poz. 1861 z późn. zm.)⁵ – studia II stopnia

Nazwa wskaźnika	Liczba punktów ECTS/Liczba godzin
Liczba semestrów i punktów ECTS konieczna do ukończenia studiów na ocenianym kierunku na danym poziomie	4 semestry / 120 ECTS
Łączna liczba godzin zajęć z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich lub innych osób prowadzących zajęcia i studentów ⁶	stacjonarne: 761 / niestacjonarne: 459
Łączna liczba punktów ECTS, jaką student musi uzyskać w ramach zajęć prowadzonych z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich lub innych osób prowadzących zajęcia	61 ECTS
Łączna liczba punktów ECTS przyporządkowana zajęciom związanym z prowadzoną w uczelni działalnością naukową w dyscyplinie lub dyscyplinach, do których przyporządkowany jest kierunek studiów	107 ECTS (specjalność Handel elektroniczny) / 105 (specjalność Zarządzanie produktem)
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 ECTS
Łączna liczba punktów ECTS przyporządkowana zajęciom do wyboru	52 ECTS
Łączna liczba punktów ECTS przyporządkowana praktykom zawodowym (jeżeli program studiów przewiduje praktyki)	--
Wymiar praktyk zawodowych (jeżeli program studiów przewiduje praktyki) ⁷	--
W przypadku stacjonarnych studiów pierwszego stopnia i jednolitych studiów magisterskich liczba godzin zajęć z wychowania fizycznego.	--
W przypadku prowadzenia zajęć z wykorzystaniem metod i technik kształcenia na odległość:	
1. Łączna liczba godzin zajęć określona w programie studiów na studiach stacjonarnych/ łączna liczba godzin zajęć na studiach stacjonarnych prowadzonych z wykorzystaniem metod i technik kształcenia na odległość.	1. 795 / 330-390**
2. Łączna liczba godzin zajęć określona w programie studiów na studiach niestacjonarnych/ łączna liczba godzin zajęć na studiach niestacjonarnych prowadzonych z wykorzystaniem metod i technik kształcenia na odległość.	2. 477 / 198-234**

*) na podstawie wykonania z roku akademickiego 2024/2025; szczegółowe wyliczenia w punkcie 2.5 raportu
 **) przedział godzin wynika z możliwości realizacji seminarium dyplomowego stacjonarnie bądź w formie zdalnej w trybie synchronicznym (podst. [Zarządzenie Rektora UEK nr R.0211.32.2025](#) z 24 czerwca 2025 roku)

⁵ Tabelę należy wypełnić odrębnie dla każdego z poziomów studiów i każdej z form studiów podlegających ocenie.

⁶ Proszę podać łączną liczbę godzin zajęć z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich lub innych osób prowadzących zajęcia i studentów bez liczby godzin praktyk zawodowych (jeżeli program studiów przewiduje praktyki).

⁷ Proszę podać wymiar praktyk w miesiącach oraz w godzinach dydaktycznych.

Tabela 5.1. Zajęcia lub grupy zajęć związane z prowadzoną w uczelni działalnością naukową w dyscyplinie lub dyscyplinach, do których przyporządkowany jest kierunek studiów na I stopniu specjalność E-marketing⁸

Nazwa zajęć/grupy zajęć	Forma / formy zajęć	Łączna liczba godzin zajęć stacjonarne / niestacjonarne	Liczba punktów ECTS
Badania marketingowe	W + Ćw	60 / 36	6
Grafika komputerowa i produkcja multimedialna	K	30 / 18	3
Handel i zarządzanie sprzedażą	W + Ćw	60 / 36	6
Innovation in commerce and services	W	30 / 18	3
Język obcy I	Ćw	120 / 120	9
Język obcy II	Ćw	120 / 0	9
Kształtowanie marki osobistej	K	30 / 18	3
Logistyka	W + Ćw	30 / 18	4
Marketing	W + Ćw	60 / 36	6
Marketing usług	W + Ćw	45 / 27	5
Nauka o przedsiębiorstwie	W + Ćw	45 / 27	6
Negocjacje handlowe	W + Ćw	45 / 27	5
Podstawy e-marketingu	W + Ćw	45 / 27	5
Podstawy komunikacji rynkowej	W + Ćw	60 / 36	6
Podstawy organizacji i zarządzania	W + Ćw	45 / 27	5
Prawo handlowe	W	30 / 18	4
Rachunkowość	W + Ćw	45 / 27	5
Statystyka	W + Ćw	60 / 36	6
Technologie informatyczne w zarządzaniu	K	30 / 18	3
Wprowadzenie do analizy danych ankietowych	K	30 / 18	3
Zachowania konsumenta	W + Ćw	60 / 36	6
Zarządzanie finansami przedsiębiorstw	W + Ćw	30 / 18	3
Zarządzanie marketingiem	W + Ćw	45 / 27	5
Zarządzanie projektami	W + Ćw	45 / 27	5

⁸ Tabelę należy wypełnić odrębnie dla każdego z poziomów studiów i każdej z form studiów podlegających ocenie.

Zarządzanie zasobami ludzkimi	W + Ćw	30 / 18	3
Praktyka zawodowa	-	160 / 160	6
Seminarium dyplomowe	S	60 / 36	12
Wykład do wyboru - semestr VI	W	30 / 18	2
Wykład do wyboru – semestr IV	W	30 / 18	3
Wykład do wyboru nr 1 - semestr V	W	30 / 18	2
Wykład do wyboru nr 2 - semestr V	W	30 / 18	2
Badania Internetu	W + Ćw	60 / 36	6
Promocja internetowa	W + Ćw	60 / 36	6
Przedsiębiorstwo w Internecie	W + Ćw	60 / 36	6
Razem:		1750 / 1090	169

Tabela 6.2. Zajęcia lub grupy zajęć związane z prowadzoną w uczelni działalnością naukową w dyscyplinie lub dyscyplinach, do których przyporządkowany jest kierunek studiów na I stopniu specjalność Reklama i Public Relations⁹

Nazwa zajęć/grupy zajęć	Forma / formy zajęć	Łączna liczba godzin zajęć stacjonarne / niestacjonarne	Liczba punktów ECTS
Badania marketingowe	W + Ćw	60 / 36	6
Grafika komputerowa i produkcja multimedialna	K	30 / 18	3
Handel i zarządzanie sprzedażą	W + Ćw	60 / 36	6
Innovation in commerce and services	W	30 / 18	3
Język obcy I	Ćw	120 / 120	9
Język obcy II	Ćw	120 / 0	9
Kształtowanie marki osobistej	K	30 / 18	3
Logistyka	W + Ćw	30 / 18	4
Marketing	W + Ćw	60 / 36	6
Marketing usług	W + Ćw	45 / 27	5
Nauka o przedsiębiorstwie	W + Ćw	45 / 27	6
Negocjacje handlowe	W + Ćw	45 / 27	5
Podstawy e-marketingu	W + Ćw	45 / 27	5

⁹ Tabelę należy wypełnić odrębnie dla każdego z poziomów studiów i każdej z form studiów podlegających ocenie.

Podstawy komunikacji rynkowej	W + Ćw	60 / 36	6
Podstawy organizacji i zarządzania	W + Ćw	45 / 27	5
Prawo handlowe	W	30 / 18	4
Rachunkowość	W + Ćw	45 / 27	5
Statystyka	W + Ćw	60 / 36	6
Technologie informatyczne w zarządzaniu	K	30 / 18	3
Wprowadzenie do analizy danych ankietowych	K	30 / 18	3
Zachowania konsumenta	W + Ćw	60 / 36	6
Zarządzanie finansami przedsiębiorstw	W + Ćw	30 / 18	3
Zarządzanie marketingiem	W + Ćw	45 / 27	5
Zarządzanie projektami	W + Ćw	45 / 27	5
Zarządzanie zasobami ludzkimi	W + Ćw	30 / 18	3
Praktyka zawodowa	-	160 / 160	6
Seminarium dyplomowe	S	60 / 36	12
Wykład do wyboru - semestr VI	W	30 / 18	2
Wykład do wyboru – semestr IV	W	30 / 18	3
Wykład do wyboru nr 1 - semestr V	W	30 / 18	2
Wykład do wyboru nr 2 - semestr V	W	30 / 18	2
Podstawy nauki o mediach	W + Ćw	60 / 36	6
Public relations	W + Ćw	60 / 36	6
Reklama	W + Ćw	60 / 36	6
Razem:		1750 / 1090	169

Tabela 7.3. Zajęcia lub grupy zajęć związane z prowadzoną w uczelni działalnością naukową w dyscyplinie lub dyscyplinach, do których przyporządkowany jest kierunek studiów na II stopniu specjalność Handel elektroniczny¹⁰

Nazwa zajęć/grupy zajęć	Forma / formy zajęć	Łączna liczba godzin zajęć stacjonarne / niestacjonarne	Liczba punktów ECTS
Analiza zachowań konsumenta	K	15 / 9	3
Ekonomia behawioralna	W + Ćw	30 / 18	4
Gromadzenie i analiza danych	W + Ćw	30 / 18	5
Instytucje rynkowe	W + Ćw	30 / 18	5
Język obcy	Ćw	60 / 36	5
Komunikacja marketingowa	W + Ćw	45 / 27	7
Kontrola marketingu	W + Ćw	45 / 27	6
Marketing międzynarodowy	W + Ćw	45 / 27	6
Marketing społeczny	W + Ćw	30 / 18	5
Marketing terytorialny	K	15 / 9	3
Modelowanie marketingowe	W + Ćw	30 / 18	5
Statystyka matematyczna	W + Ćw	30 / 18	5
Współczesne koncepcje marketingu	W + Ćw	60 / 36	8
Współczesne koncepcje zarządzania	W + Ćw	30 / 18	5
Seminarium dyplomowe	S	60 / 36	15
Wykłady do wyboru - semestr III	W	15 / 9	3
Wykłady do wyboru - semestr IV	W	15 / 9	3
Analityka e-handlu	W + Ćw	45 / 27	5
Modele i strategie e-handlu	W + Ćw	45 / 27	5
Prawo e-handlu	W + Ćw	30 / 18	5
Promocja handlu elektronicznego	W + Ćw	45 / 27	5
Razem:		750 / 450	113

¹⁰ Tabelę należy wypełnić odrębnie dla każdego z poziomów studiów i każdej z form studiów podlegających ocenie.

Tabela 8.4. Zajęcia lub grupy zajęć związane z prowadzoną w uczelni działalnością naukową w dyscyplinie lub dyscyplinach, do których przyporządkowany jest kierunek studiów na II stopniu specjalność Zarządzanie produktem¹¹

Nazwa zajęć/grupy zajęć	Forma / formy zajęć	Łączna liczba godzin zajęć stacjonarne / niestacjonarne	Liczba punktów ECTS
Analiza zachowań konsumenta	K	15 / 9	3
Ekonomia behawioralna	W + Ćw	30 / 18	4
Gromadzenie i analiza danych	W + Ćw	30 / 18	5
Instytucje rynkowe	W + Ćw	30 / 18	5
Język obcy	Ćw	60 / 36	5
Komunikacja marketingowa	W + Ćw	45 / 27	7
Kontrola marketingu	W + Ćw	45 / 27	6
Marketing międzynarodowy	W + Ćw	45 / 27	6
Marketing społeczny	W + Ćw	30 / 18	5
Marketing terytorialny	K	15 / 9	3
Modelowanie marketingowe	W + Ćw	30 / 18	5
Statystyka matematyczna	W + Ćw	30 / 18	5
Współczesne koncepcje marketingu	W + Ćw	60 / 36	8
Współczesne koncepcje zarządzania	W + Ćw	30 / 18	5
Seminarium dyplomowe	S	60 / 36	15
Wykłady do wyboru - semestr III	W	15 / 9	3
Wykłady do wyboru - semestr IV	W	15 / 9	3
Design	W + Ćw	30 / 18	5
Strategie produktu	W + Ćw	45 / 27	5
Zarządzanie jakością produktu	W + Ćw	45 / 27	5
Zarządzanie marką	W + Ćw	45 / 27	5
Razem:		750 / 450	113

¹¹ Tabelę należy wypełnić odrębnie dla każdego z poziomów studiów i każdej z form studiów podlegających ocenie.

Tabela 9. Zajęcia lub grupy zajęć służące zdobywaniu przez studentów kompetencji inżynierskich/ Zajęcia lub grupy zajęć przygotowujące studentów do wykonywania zawodu nauczyciela¹²

Nie dotyczy

Tabela 6. Informacja o programach studiów/zajęciach lub grupach zajęć prowadzonych w językach obcych¹³

Nazwa programu/zajęć/grupy zajęć	Forma realizacji	Semestr	Forma studiów	Język wykładowy	Liczba studentów (w tym niebędących obywatelami polskimi)
Innovation in commerce and services	W	6	I st. ST/NST	angielski	0
Business in Modern Ecosystems and Networks	W	4	II st. ST/NST	angielski	0
ESG and Marketing Communication	W	4	II st. ST/NST	angielski	0
Place Branding	W	4	II st. ST/NST	angielski	0

¹² Tabelę należy wypełnić odrębnie dla każdego z poziomów studiów i każdej z form studiów podlegających ocenie, w przypadku, gdy absolwenci ocenianego kierunku uzyskują tytuł zawodowy inżyniera/magistra inżyniera lub w przypadku studiów uwzględniających przygotowanie do wykonywania zawodu nauczyciela.

¹³ Tabelę należy wypełnić odrębnie dla każdego z poziomów studiów i każdej z form studiów podlegających ocenie. Jeżeli wszystkie zajęcia prowadzone są w języku obcym należy w tabeli zamieścić jedynie taką informację.

Załącznik nr 2. Wykaz materiałów uzupełniających

Załączniki obowiązkowe

1. Program studiów dla kierunku studiów, profilu i poziomu opisany zgodnie z art. 67 ust. 1 ustawy z dnia 20 lipca 2018 r. Prawo o szkolnictwie wyższym i nauce (Dz. U. poz. 1668 z późn. zm.) oraz § 3-4 rozporządzenia Ministra Nauki i Szkolnictwa Wyższego z dnia 27 września 2018 r. w sprawie studiów (Dz. U. poz. 1861 z późn. zm.).
2. Obsada zajęć na kierunku, poziomie i profilu w roku akademickim, w którym przeprowadzana jest ocena. – **Plik niekompletny w momencie złożenia samooceny – harmonogram nadal tworzony.**
3. Harmonogram zajęć na studiach stacjonarnych i niestacjonarnych, obowiązujący w semestrze roku akademickiego, w którym przeprowadzana jest ocena, dla każdego z poziomów studiów. - **BRAK w momencie złożenia samooceny – będzie gotowy w terminie późniejszym.**
4. Charakterystykę nauczycieli akademickich oraz innych osób prowadzących zajęcia lub grupy zajęć wykazane w tabeli 4, tabeli 5 (jeśli dotyczy ocenianego kierunku) oraz opiekunów prac dyplomowych (jeśli dotyczy ocenianego kierunku),
5. Charakterystyka wyposażenia sal wykładowych, pracowni, laboratoriów i innych obiektów, w których odbywają się zajęcia związane z kształceniem na ocenianym kierunku, a także informacja o bibliotece i dostępnych zasobach bibliotecznych i informacyjnych.
6. Wykaz tematów prac dyplomowych uporządkowany według lat, z podziałem na poziomy oraz formy studiów.

Załączniki uzupełniające (wg. kryteriów)

- 1.A. Postępowania awansowe
- 1.B. Publikacje wykładowców
- 1.C. Lista wniosków o granty międzynarodowe
- 1.D. Wnioski o granty krajowe
- 1.E. Wnioski o granty wewnętrzne
- 1.F. Macierz kierunkowych efektów uczenia się dla I stopnia
- 1.G. Macierz kierunkowych efektów uczenia się dla II stopnia
- 1.H. Certyfikaty akredytacji ACQUIN
- 2.A. Tabelaryczne przedstawienie kierunkowych efektów uczenia się w przedmiotach dla I stopnia
- 2.B. Tabelaryczne przedstawienie kierunkowych efektów uczenia się w przedmiotach dla II stopnia
- 2.C. Sylabus przedmiotu "Praktyka"
- 2.D. Miejsca odbywania praktyk w roku akademickim 2023-24
- 2.E. miejsca odbywania praktyk w roku akademickim 2024-25
- 3.A. Dane o studentach przyjętych
- 3.B. Dane o absolwentach
- 3.C. Dane o studentach, którzy nie skończyli studiów, tzw. drop-out
- 3.D. Metody prowadzenia zajęć
- 3.E. Sposoby oceny zajęć
- 4.A. Kadra – przypisanie do dyscyplin
- 4.B. Kadra – publikacje

- 4.C. Kadra – Składane projekty, wnioski
- 4.D. Kadra – udział w redakcjach, stowarzyszeniach
- 4.E. Kształcenie kadr
- 4.F. Kadra – konferencje
- 4.G. Kadra – recenzje
- 4.H. Kadra – ukończone szkolenia
- 4.I. Kadra – nagrody, medale
- 5.A. Wykaz sal dydaktycznych wraz z opisem sprzętu
- 5.B. Literatura wykorzystywana na zajęciach I stopnia
- 5.C. Literatura wykorzystywana na zajęciach II stopnia
- 6.A. Wykłady rektorskie
- 6.B. Rada Biznesu – Regulamin
- 6.C. Akcje charytatywne z firmami
- 7.A. Kadra - publikacje ze studentami w języku angielskim
- 7.B. Studenci - cudzoziemcy
- 7.C. Kadra – wyjazdy zagraniczne
- 7.D. Egzamin z języka obcego
- 7.E. Certyfikat akredytacji EAQUALS dla Centrum Językowego UEK
- 7.G. Studenci – wyjazdy na BIP
- 7.H. Kadra - doskonalenie języków obcych
- 7.I. Kadra – konferencje międzynarodowe
- 8.A. Studenci – przyznane stypendia 2020-2025
- 8.B. Studenci – publikacje naukowe
- 8.C. Pracownicy COS – najnowsze szkolenia 2024-25
- 10.A. Informacja nauczyciela o realizacji zakładanych efektów uczenia się
- 10.B. Ankieta oceny zajęć
- 10.C. Szablon programu studiów

Raport samooceny znajduje się na [stronie BIP UEK](#)

