

<b>STUDY MODULE DESCRIPTION FORM</b>		
Name of the module/subject <b>Enterprise Competitiveness</b>		Code <b>1011105231011134078</b>
Field of study <b>Corporate Management - Part-time studies -</b>	Profile of study (general academic, practical) <b>(brak)</b>	Year /Semester <b>2 / 3</b>
Elective path/specialty <b>Corporate Management</b>	Subject offered in: <b>Polish</b>	Course (compulsory, elective) <b>elective</b>
Cycle of study: <b>Second-cycle studies</b>	Form of study (full-time,part-time) <b>part-time</b>	
No. of hours Lecture: <b>10</b> Classes: <b>-</b> Laboratory: <b>-</b> Project/seminars: <b>-</b>		No. of credits <b>3</b>
Status of the course in the study program (Basic, major, other) <b>(brak)</b>		(university-wide, from another field) <b>(brak)</b>
Education areas and fields of science and art <b>technical sciences</b>		ECTS distribution (number and %) <b>3 100%</b>
<b>Responsible for subject / lecturer:</b>  dr Ewa Badzińska email: ewa.badzinska@put.poznan.pl tel. +48-61-665-3390 Wydział Inżynierii Zarządzania ul. Strzelecka 11 60-965 Poznań		
<b>Prerequisites in terms of knowledge, skills and social competencies:</b>		
1	<b>Knowledge</b>	Student knows the basic theoretical knowledge from economics and management.
2	<b>Skills</b>	Student describes the basic organizational structures of companies.
3	<b>Social competencies</b>	Student is active in economic sphere, aware of his influence on economic processes and is able to act in an enterprising way and act due to stable development.
<b>Assumptions and objectives of the course:</b> C1 Developing the ability and competences of understanding basic aspects of company?s competitiveness. C2 Transferring the knowledge about the competitive environment of a company. C3 Transferring the knowledge about the opportunities of getting competitive advantage of enterprise using material and non-material resources.		
<b>Study outcomes and reference to the educational results for a field of study</b>		
<b>Knowledge:</b> 1. Student defines basic measures of competitive advantage of a company. - [K2A_W04;K2A_W05;K2A_W16] 2. Student explains basic mechanism of growing company?s competitiveness. - [K2A_W04;K2A_W05;K2A_W16] 3. Student knows the relations between competitiveness and innovativeness. - [K2A_W04;K2A_W05;K2A_W16]		
<b>Skills:</b> 1. Student specifies the competitive position of a company. - [K2A_U01;K2A_U02;K2A_U03;K2A_U04] 2. Student describes the role of material and non-material recourses on competitiveness. - [K2A_U01;K2A_U02;K2A_U03;K2A_U04] 3. Student uses the cluster theories to explain the growth possibilities of the competitiveness of a company, a region and a country. - [K2A_U01;K2A_U02;K2A_U03;K2A_U04]		
<b>Social competencies:</b> 1. Student is aware of a need for growing competitiveness of a company, regions and a country. - [K2A_K01;K2A_K02;K2A_K04;K2A_K04;K2A_K06] 2. Student is responsible for common good. - [K2A_K01;K2A_K02;K2A_K04;K2A_K04;K2A_K06] 3. Student is active in building the relations between people. - [K2A_K01;K2A_K02;K2A_K04;K2A_K04;K2A_K06]		

<b>Assessment methods of study outcomes</b>		
Written test ? multichoice		
<b>Course description</b>		
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Theoretical aspects of company?s competitiveness.</li> <li>2. The role of entrepreneurship in getting a competitive position.</li> <li>3. The meaning of innovativeness in getting the competitive advantage.</li> <li>4. The influence of non-material recourses (human and social capital) on building company?s competitiveness.</li> <li>5. The role of Polish government on company?s competitiveness.</li> <li>6. Situation in different countries taking into consideration company?s competitiveness.</li> <li>7. Competitive position of Poland due to international rankings.</li> <li>8. Meaning of economic crisis on Polish company?s competitive position.</li> </ol>		
<b>Basic bibliography:</b>		
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Porter M.E., Strategia konkurencji. Metody analizy sektorów i konkurentów, Wydawnictwo MT Biznes Sp. z o.o., Warszawa 2006.</li> <li>2. Borowiecki R., Siuta-Tokarska B., Konkurencyjność przedsiębiorstw i konkurencyjność gospodarki Polski - zarys problemu, Nierówności Społeczne a Wzrost Gospodarczy, 2015, vol. 41, s. 52-66</li> <li>3. Zastempowski M., Uwarunkowania budowy potencjału innowacyjnego polskich małych i średnich przedsiębiorstw, Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu im. M. Kopernika, Toruń 2011.</li> <li>4. Skawińska E., Cyrson E., Zalewski R. I., Konkurencyjność przedsiębiorstw, Wyd. PP, Poznań, 2011.</li> <li>5. Badzińska E., Enterprise Competitiveness. Lectures and Exercises. Materiały dydaktyczne w ramach Projektu Inżynier przyszłości. Wzmocnienie potencjału dydaktycznego Politechniki Poznańskiej, 2014.</li> <li>6. Badzińska E., The exemplification of the concept of born-global enterprises by technology start-ups, International Business and Global Economy 2016, no. 35/2, pp. 367?378.</li> <li>7. Skawińska E., Zalewski R.I., Kłustry biznesowe w rozwoju konkurencyjności i innowacji regionów. Świat - Europa - Polska, PWE, Warszawa 2009.</li> <li>8. Glinka B., Gudkova S., Przedsiębiorczość, Wolters Kluwer Polska, Warszawa 2011.</li> </ol>		
<b>Additional bibliography:</b>		
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Wach K., Europeizacja małych i średnich przedsiębiorstw, PWN, Warszawa 2013.</li> <li>2. Misala J., Międzynarodowa konkurencyjność gospodarek narodowych, PWE, Warszawa 2011.</li> <li>3. Dzikowska M., Gorynia M., Teoretyczne aspekty konkurencyjności przedsiębiorstwa ? w kierunku koncepcji eklektycznej? GOSPODARKA NARODOWA, 4(248) 2012, s. 1-30.</li> <li>4. Zastempowski M., Uwarunkowania budowy potencjału innowacyjnego polskich małych i średnich przedsiębiorstw, Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu im. M. Kopernika, Toruń 2011.</li> <li>5. Konkurencyjność. Poziom makro, mezo i mikro, red. N. Daszkiewicz, Wyd. Naukowe PWN, Warszawa 2008.</li> <li>6. Innowacyjność w zarządzaniu a konkurencyjność przedsiębiorstwa, red. R. Nowacki, Difin, Warszawa 2010.</li> <li>7. Hołub-Iwan J., Perenc J., Innowacje w rozwijaniu konkurencyjności firm. Znaczenie, wsparcie, przykłady zastosowań, C. H. Beck, Warszawa .2011</li> <li>8. Prahalad C.K., Ramaswamy V., Przyszłość konkurencji, PWE, Warszawa 2005.</li> <li>9. Badzińska E., Gołata K., Szczepański M., Współczesne formy komunikowania oraz kreowania wizerunku firmy i przedsiębiorcy, Wydawnictwo Politechniki Poznańskiej, Poznań 2015</li> <li>10. Strony internetowe: IMD, WEF, OECD, UE.</li> </ol>		
<b>Result of average student's workload</b>		
Activity	Time (working hours)	
1. Participations in lectures	10	
2. Consultation	6	
3. Preparing for the subject	27	
4. Preparing for test	30	
5. Test	2	
<b>Student's workload</b>		
Source of workload	hours	ECTS
Total workload	75	3
Contact hours	18	1
Practical activities	57	2

