



KARTA OPISU PRZEDMIOTU - SYLABUS

Nazwa przedmiotu

Zarządzanie Small Business'em

Przedmiot

Kierunek studiów

Lotnictwo i kosmonautyka

Studia w zakresie (specjalność)

-

Poziom studiów

pierwszego stopnia

Forma studiów

stacjonarne

Rok/semestr

4/7

Profil studiów

ogólnoakademicki

Język oferowanego przedmiotu

polski

Wymagalność

obligatoryjny

Liczba godzin

Wykład

15

Laboratoria

0

Inne (np. online)

0

Ćwiczenia

15

Projekty/seminaria

0

Liczba punktów ECTS

2

Wykładowcy

Odpowiedzialny za przedmiot/wykładowca:

dr Joanna Małecka

e-mail: joanna.malecka@put.poznan.pl

Wydział Inżynierii Zarządzania

u. J. Rychlewskiego 2, 60-965 Poznań

Odpowiedzialny za przedmiot/wykładowca:

prof. Teresa Łuczka

teresa.luczka@put.poznan.pl

Wydział Inżynierii Zarządzania

u. J. Rychlewskiego 2, 60-965 Poznań

Wymagania wstępne

WIEDZA: Student zna podstawowe pojęcia z zakresu ekonomii i finansów przedsiębiorstw oraz zarządzania. Ma ogólną wiedzę na temat przedsiębiorczości i funkcjonowania firm w gospodarce rynkowej

UMIEJĘTNOŚCI: Student posiada umiejętności dostrzegania, kojarzenia i interpretowania zjawisk zachodzących w przedsiębiorstwach i gospodarce

KOMPETENCJE SPOŁECZNE: Student rozumie i jest przygotowany do ponoszenia społecznej odpowiedzialności za decyzje w obszarze zarządzania małym przedsiębiorstwem



Cel przedmiotu

Zapoznanie studentów ze specyfiką tworzenia i zarządzania małym i średnim przedsiębiorstwem
Zwrócenie uwagi na problem wzrostu oraz finansowania przedsiębiorstw tej kategorii

Przedmiotowe efekty uczenia się

Wiedza

1. Student zna istotę i specyfikę funkcjonowania małych przedsiębiorstw
2. Student ma wiedzę dotyczącą różnych aspektów zarządzania strategicznego małą firmą
3. Student posiada pogłębioną wiedzę w zakresie alternatywnych źródeł finansowania MSP

Umiejętności

1. Student posiada umiejętność radzenia sobie ze wzrostem przedsiębiorstwa
2. Student posiada umiejętność dokonywania optymalnych wyborów w zakresie gospodarki finansowej (np. dobór źródeł finansowania do danej formy prawnej przedsiębiorstwa)
3. Student posiada umiejętność formułowania problemów i dokonywania wyborów w zakresie zarządzania strategicznego, a także określenia misji, wizji i wartości przedsiębiorstwa

Kompetencje społeczne

1. Student jest przygotowany do pełnienia roli zarządzającego (właściciela) małym przedsiębiorstwem
2. Student potrafi sprawnie komunikować się w przedmiocie i bronić swoich racji
3. Student jest świadom społecznej roli jaką pełni menadżer (właściciel) w firmie i jej otoczeniu

Metody weryfikacji efektów uczenia się i kryteria oceny

Efekty uczenia się przedstawione wyżej weryfikowane są w następujący sposób:

WYKŁADY Ocena formująca: aktywność w dyskusjach, podsumowujących poszczególne wykłady lub zadany materiał (np. książka, film), dająca możliwość oceny zrozumienia problematyki przez studenta; prace pisemne zadane w trakcie semestru (np. esej). Ocena podsumowująca: egzamin pisemny na ostatnich zajęciach (do uzyskania oceny pozytywnej niezbędne jest otrzymanie 55% punktów)

ĆWICZENIA: Ocena formująca: bieżąca aktywność na zajęciach i udział w dyskusji; przygotowanie prezentacji i biznesplanu dla wylosowanej tożsamości prawnej przedsiębiorstwa oraz jego zaprezentowanie na zajęciach; wejściówki; prace pisane (esej) na podstawie zadanych książek, artykułów lub filmów; zadana analiza case-study; kolokwium, wejściówki. Ocena podsumowująca: średnia arytmetyczna z ocen formujących warunkami zaokrąglenia podanymi i umieszczonymi na platformie MODDLE - brak możliwości uzyskania zaliczenia bez napisania kolokwium na ocenę pozytywną (min. 55% punktów)

Treści programowe

1. Istota małego i średniego przedsiębiorstwa (definicje sektora MSP)



2. Rozwój i znaczenie MSP we współczesnej gospodarce rynkowej
3. Struktura MSP w Polsce i UE
4. Globalizacja i internacjonalizacja a MSP
5. Zarządzanie strategiczne w MSP (formułowanie strategii; narzędzia analizy strategicznej i finansowej; czynniki ułatwiające i utrudniające budowanie strategii w małej firmie)
6. Zarządzanie strategiczne w MSP (obszary wyboru strategii, charakterystyka zarządzania strategicznego w MSP; podstawowe indykatory analizy wskaźnikowej pozwalające ocenić rentowność przedsiębiorstw)
7. Zagadnienie zarządzania wiedzą i możliwości jej implementacji w MSP
8. Budowanie firmy (szanse i bariery rozwoju MSP)
9. Pojęcie Organizacji i Zarządzania; Definiowanie misji, wizji i wartości przedsiębiorstwa
10. Znaczenie definicja MSP i formy prawne prowadzenia działalności gospodarczej w Polsce
11. Cele ich sposób definiowania, rola i znaczenie; Funkcje zarządzania w aspekcie strategii MSP
12. Biznesplan jako forma Planowania; Funkcje, struktura i odbiorcy biznesplanu
13. Gospodarka finansowa MSP (przegląd źródeł finansowania: kapitał własny i obcy; efektywne formy finansowania MSP)
14. Gospodarka finansowa MSP (przegląd alternatywnych źródeł finansowania)
15. Współczesne koncepcje zarządzania a możliwości ich wdrażania w MSP

Metody dydaktyczne

- I. PODOAJĄCE: Wykład informacyjny, Wykład problemowy, Wykład konwersacyjny, Pogadanka, Prelekcja, odczyt
- II. POSZUKUJĄCE: Case study, Burza mózgów, Dyskusja – okrągłego stołu, Dyskusja - piramidowa, Dyskusja – seminaryjna, Dyskusja - referatowa
- III. ĆWICZENIOWO – PRAKTYCZNE: Ćwiczenia audytoryjne, Metoda demonstracji, Metoda projektu, Metoda warsztatowa, Rozwiązywanie zadań
- IV. EKSPONUJĄCE: Pokaz (film / prezentacja)

Literatura

Podstawowa

1. Goldratt, E.M., Cox, J. (2008). CELI. Doskonałość w produkcji. Wydawnictwo: MintBooks - dostępne dla Studentów na MOodle w werskoeBook



2. Griffin, R.W. (2017). Podstawy zarządzania organizacjami. Warszawa: PWN
3. Drucker, P.F. (2001). Myśli Przewodnie Druckera. Harvard Business School
4. Matejun, (2012). Zarządzanie małą i średnią firmą w teorii i w ćwiczeniach, DIFIN:Warszawa
5. Małecka (2019). Knowledge Management in SMEs. Journal of Knowledge Management Application and Practice Vol.1. No.3. (Dec. 2019). pp. 47-57. Natural Science Publishing.
<http://www.naturalspublishing.com/ContIss.asp?IssID=1680> - dostępne on-line

Uzupełniająca

1. Małecka, J. (2018). Knowledge Management in SMEs – In Search of a Paradigm. Proceedings of the 19th European Conference of Knowledge Management. Published by Academic Conferences and Publishing International Limited Reading, UK. E-Book: ISBN: 978-1-911218-95-1. E-BOOKISSN: 2048-8971. Book version ISBN: 978-1-911218-94-4 Book Version ISSN: 2048-8963. p.485-493 - dostępne on-line
2. Małecka, J. (2018). Alternative Sources of Financing for SMEs in Poland in the Light of Empirical Research. Proceedings of the Entrepreneurship and Family Enterprise Research International Conference - dostępne on-line
3. Małecka, J.(2017). The role of SMEs in international trade: Selected aspects, Institute of Economic Research Working Papers, No. 68/2017, available at:
http://econpapers.repec.org/scripts/redir.pf?u=http%3A%2F%2Fwww.badania-gospodarcze.pl%2Fimages%2FWorking_Papers%2F2017_No_68.pdf;h=repec:pes:wpaper:2017:no68 - dostępne on-line
4. Goldratt E.M. (2008). Cel II. To nie przypadek. Wydawnictwo: Mint Books
5. Porter M.E. (2001). Porter o konkurencji. Warszawa: PWE
6. Porter, M.E. (1994). Strategia konkurencji. Metody analizy sektorów i konkurentów. Warszawa: PWE

Bilans nakładu pracy przeciętnego studenta

	Godzin	ECTS
Łączny nakład pracy	60	2,0
Zajęcia wymagające bezpośredniego kontaktu z nauczycielem	30	1,0
Praca własna studenta (studia literaturowe, przygotowanie do wykładów i ćwiczeń, przygotowanie do wejściówek/kolokwiów, wykonanie projektu/prezentacji, napisanie eseju, analiza case-study, obejrzenie filmów) ¹	30	1,0

¹niepotrzebne skreślić lub dopisać inne czynności