



KARTA OPISU PRZEDMIOTU - SYLABUS

Nazwa przedmiotu

Modele biznesowe przedsiębiorstw

Przedmiot

Kierunek studiów

Inżynieria zarządzania

Studia w zakresie (specjalność)

Poziom studiów

drugiego stopnia

Forma studiów

niestacjonarne

Rok/semestr

1/2

Profil studiów

ogólnoakademicki

Język oferowanego przedmiotu

polski

Wymagalność

obieralny

Liczba godzin

Wykład

8

Laboratoria

Inne (np. online)

Ćwiczenia

10

Projekty/seminaria

Liczba punktów ECTS

2

Wykładowcy

Odpowiedzialny za przedmiot/wykładowca:

dr Daria Motąła

Odpowiedzialny za przedmiot/wykładowca:

email: daria.motala@put.poznan.pl

Wydział Inżynierii Zarządzania

ul. J. Rychlewskiego 2, 60-965 Poznań

Wymagania wstępne

Wiedza: student posiada podstawową wiedzę na temat zasad funkcjonowania przedsiębiorstw.

Umiejętności: student potrafi dokonać analiz funkcjonowania organizacji związanych z otoczeniem oraz wewnętrznymi uwarunkowaniami; umie na ich podstawie sformułować cele działania firmy.

Kompetencje społeczne: student aktywnie i chętnie podejmuje działania przedsiębiorcze oraz pracuje w grupie

Cel przedmiotu

Zapoznanie studentów z problematyką działania organizacji w formie różnorodnych modeli.

Opracowanie planu działania i produktu, który może być oferowany w wybranym do analizy modelu.



Przedmiotowe efekty uczenia się

Wiedza

1. zna w sposób pogłębiony metody i narzędzia modelowania procesów informacyjnych i decyzyjnych
2. ma wiedzę o zależnościach wewnętrznych występujących w organizacjach oraz pogłębioną wiedzę o powiązaniach występujących pomiędzy jednostkami organizacyjnymi przedsiębiorstwa, a także między przedsiębiorstwem i elementami jego otoczenia
3. zna w sposób pogłębiony metody pozyskiwania danych o zachowaniach uczestników rynków
4. ma pogłębioną wiedzę o naturze, zmianach i sposobach wzajemnego oddziaływania organizacji
5. zna ogólne zasady tworzenia i rozwoju różnych form przedsiębiorczości

Umiejętności

1. posiada umiejętność wykorzystania wiedzy w zakresie analizy przedsiębiorstw i uwarunkowań ich funkcjonowania, potrafi dokonać ich krytycznej analizy, skuteczności i przydatności stosowanej wiedzy
2. posiada umiejętność samodzielnego proponowania rozwiązań w zakresie doboru modelu biznesowego przedsiębiorstwa oraz sposobu jego wdrożenia
3. potrafi właściwie analizować przyczyny i przebieg procesów i zjawisk w otoczeniu przedsiębiorstwa oraz przeprowadzać na ich podstawie odpowiednie wnioskowanie
4. potrafi ponosić odpowiedzialność za pracę własną i wspólnie realizowane zadania oraz kierować pracą w zespole

Kompetencje społeczne

1. ma świadomość interdyscyplinarności wiedzy i umiejętności potrzebnych do wyboru i opracowania odpowiedniego modelu biznesu w stosunku do zidentyfikowanych warunków działania
2. potrafi dostrzegać zależności przyczynowo-skutkowe występujące w funkcjonowaniu wybranych modeli biznesu i rangować istotność alternatywnych bądź konkurencyjnych zadań i przedstawieli otoczenia
3. potrafi inicjować działania na rzecz wybranych do realizacji modeli biznesu
4. potrafi planować i zarządzać przedsięwzięciami biznesowymi

Metody weryfikacji efektów uczenia się i kryteria oceny

Efekty uczenia się przedstawione wyżej weryfikowane są w następujący sposób:

Wykłady

ocena formująca: dialog ze studentami pozwalający skontrolować ich znajomość wcześniej zrealizowanej tematyki

ocena podsumowująca: egzamin końcowy w formie testu lub krótkich pytań opisowych; próg zaliczeniowy 50%



Ćwiczenia:

ocena formująca: opracowanie poszczególnych, następujących po sobie elementów ćwiczeń, które podlegają systematycznemu sprawdzeniu przez prowadzącego

ocena podsumowująca: suma punktów z poszczególnych ćwiczeń; próg zaliczeniowy 50%

Treści programowe

Wykład:

1. Definicja i koncepcja pojęcia modelu biznesowego
2. Szablon modelu biznesowego i jego elementy
3. Model zwinności organizacji opartej na wiedzy
4. Modele biznesowe w kreowaniu nowych strategii
5. Projektowanie modeli biznesu
6. Modele biznesu w Internecie
7. Sieciowe modele biznesu
8. Analiza przykładowych modeli biznesowych

Ćwiczenia:

1. Wybór modelu do analizy - wskazanie celów i obszaru działania
2. Analiza klientów aktualnych i potencjalnych i ich oczekiwań
3. Opracowanie propozycji wartości dla klienta
4. Wieloaspektowa analiza otoczenia wybranego modelu
5. Wstępne założenia do implementacji modelu
6. Opracowanie, prezentacja i testowanie prototypu

Metody dydaktyczne

Wykład informacyjny z elementami wykładu konwersatoryjnego. Dyskusja seminaryjna.

Metoda ćwiczeniowa w formie ćwiczeń audytoryjnych i projektowych.

Literatura



Podstawowa

Osterwalder A. Pigneur Y. "Tworzenie modeli biznesowych - Podręcznik wizjonera", Helion 2012

Pijl P., Lokitz J., Solomon L.K., "Nowoczesne projektowanie modeli biznesowych", Helion 2018

Uzupełniająca

Doligalski T. (red.) "Modele biznesu w Internecie. Teoria i studia przypadków polskich firm" PWN 2014

Duczowska-Piasecka M. (red.) "Model biznesu. Nowe myślenie strategiczne" Difin 2013

Bilans nakładu pracy przeciętnego studenta

	Godzin	ECTS
Łączny nakład pracy	50	2,0
Zajęcia wymagające bezpośredniego kontaktu z nauczycielem	18	1,0
Praca własna studenta (studia literaturowe, przygotowanie do zajęć laboratoryjnych/ćwiczeń, przygotowanie do kolokwίων/egzaminu, wykonanie projektu) ¹	32	1,0

¹ niepotrzebne skreślić lub dopisać inne czynności