



KARTA OPISU PRZEDMIOTU - SYLABUS

Nazwa przedmiotu

Po w/z ekonomii 1. Podstawy przedsiębiorczości

Przedmiot

Kierunek studiów

Elektronika i Telekomunikacja

Studia w zakresie (specjalność)

Poziom studiów

pierwszego stopnia

Forma studiów

stacjonarne

Rok/semestr

III/VI

Profil studiów

ogólnoakademicki

Język oferowanego przedmiotu

P

Wymagalność

obieralny

Liczba godzin

Wykład

15

Laboratoria

Inne (np. online)

Ćwiczenia

Projekty/seminaria

Liczba punktów ECTS

1

Wykładowcy

Odpowiedzialny za przedmiot/wykładowca:

dr Ewa Badzińska,

ewa.badzinska@put.poznan.pl

Odpowiedzialny za przedmiot/wykładowca:

Wymagania wstępne

Student zna podstawowe pojęcia dotyczące przedsiębiorstwa, mechanizmów w gospodarce rynkowej i przedsiębiorczości. Ma umiejętność rozumienia i analizowania podstawowych zjawisk społeczno-ekonomicznych i jest skłonny do podejmowania działań przedsiębiorczych. Wykazuje gotowość do pogłębiania wiedzy i kompetencji zawodowych oraz jest gotowy do pracy w zespole.

Cel przedmiotu

Celem przedmiotu jest zdobycie przez studentów wiedzy i umiejętności w zakresie: koncepcji i roli przedsiębiorczości w rozwoju społeczno-gospodarczym i tworzeniu innowacji; rozumienia podstawowych aspektów konkurencyjności firmy; tworzenia i rozwoju nowoczesnego przedsiębiorstwa i innowacyjnych rozwiązań biznesowych w oparciu o zachowania przedsiębiorcze; zastosowania zasad tworzenia modelu biznesowego dla start-upów.

Przedmiotowe efekty uczenia się

Wiedza

1. Zna podstawowe zasady i prawidłowości dotyczące przedsiębiorczości jako procesu poszukiwania okazji rynkowych oraz cech/zachowań ludzkich.



2. Zna podstawowe uwarunkowania budowania przewagi konkurencyjnej firmy; rozumie znaczenie sił otoczenia konkurencyjnego.
3. Ma wiedzę na temat zasad tworzenia modelu biznesowego opartego na metodologii canvas i lean canvas.

Umiejętności

1. Potrafi definiować i analizować cechy osoby przedsiębiorczej.
2. Potrafi zaprojektować koncepcję modelu biznesowego dla innowacyjnego rozwiązania biznesowego.
3. Potrafi wykorzystywać dane ze źródeł wtórnych i krytycznie ustosunkować się do zagadnienia konkurencyjności firmy.

Kompetencje społeczne

1. Ma świadomość wyzwań stojących przed branżą elektroniki i telekomunikacji w XXI wieku oraz ich wpływu na rozwój społeczeństwa informacyjnego.
2. Potrafi myśleć i działać w sposób przedsiębiorczy.
3. Ma świadomość interdyscyplinarności wiedzy i umiejętności potrzebnych do rozwiązywania złożonych problemów.

Metody weryfikacji efektów uczenia się i kryteria oceny

Efekty uczenia się przedstawione wyżej weryfikowane są w następujący sposób:

Wiedza, umiejętności i kompetencje społeczne nabyta w ramach wykładu są weryfikowane przez jedno 60-minutowe kolokwium realizowane na ostatnim wykładzie. Składa się ono z 10-15 pytań (testowych i otwartych) różnie punktowanych w zależności od stopnia ich trudności. Próg zaliczeniowy: 60% punktów. Zagadnienia zaliczeniowe, na podstawie których opracowywane są pytania na kolokwium, zostaną przesłane studentom drogą mailową z wykorzystaniem systemu uczelnianej poczty elektronicznej. Ocena końcowa może zostać podwyższona za aktywny udział studenta w wykładzie problemowym i konwersatoryjnym.

Treści programowe

Program przedmiotu obejmuje następujące zagadnienia: Podstawowe pojęcia przedsiębiorczości i działania mechanizmu rynkowego. Modele tworzenia i rozwoju przedsiębiorstwa. Podstawowe aspekty konkurencyjności firmy i poszukiwania przedsiębiorczych okazji. Zasady generowania modelu biznesowego w oparciu o metodykę canvas i lean canvas.

Metody dydaktyczne

Wykład: prezentacja multimedialna ilustrowana przykładami; wykład problemowy (dyskusja nad rozwiązaniem danego problemu), wykład konwersatoryjny (dyskusja moderowana przez prowadzącego).

Literatura



Podstawowa

1. Blank S., Dorf B., (2013), Podręcznik startupu. Budowa wielkiej firmy krok po kroku. Wydawca: One Press / Helion.
2. Cieślak J., (2006), Przedsiębiorczość dla ambitnych. Jak uruchomić własny biznes , Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne.
3. Mellor R. B., Coulton G., Chick A., Bifulco A., Mellor N., Fisher A., (2011), Przedsiębiorczość, PWE Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne.
4. Osterwalder A., Pigneur Y., (2012), Tworzenie modeli biznesowych. Podręcznik wizjonera. Wydawca: One Press / Helion.

Uzupełniająca

1. Badzińska E., (2019), Knowledge Acquisition and Business Modeling Using Experiential Learning Approach to Entrepreneurship. European Journal of Social Science Education and Research 6 (2), pp. 48-56.
2. Badzińska E., Wyrwicka M. K., (2016), Models of Creation and Development of an Enterprise – a Conceptual Approach, Zeszyty Naukowe Politechniki Poznańskiej. Organizacja i Zarządzanie Nr 70, s. 5-17.
3. Drucker P. F., (2014), Innovation and Entrepreneurship, Taylor & Francis Ltd.
4. Porter M. E., (2004), Competitive Advantage, Simon & Schuster.

Bilans nakładu pracy przeciętnego studenta

	Godzin	ECTS
Łączny nakład pracy	15	1,0
Zajęcia wymagające bezpośredniego kontaktu z nauczycielem	15	1,0
Praca własna studenta (studia literaturowe, przygotowanie do kolokwium) ¹	0	0

¹ niepotrzebne skreślić lub dopisać inne czynności