



KARTA OPISU PRZEDMIOTU - SYLABUS

Nazwa przedmiotu

Podstawy przedsiębiorczości w ict [S1Teleinf1>PPwICT]

Przedmiot

Kierunek studiów
Teleinformatyka

Rok/Semestr
4/7

Studia w zakresie (specjalność)
–

Profil studiów
ogólnoakademicki

Poziom studiów
pierwszego stopnia

Język oferowanego przedmiotu
polski

Forma studiów
stacjonarne

Wymagalność
obligatoryjny

Liczba godzin

Wykład
30

Laboratorium
0

Inne (np. online)
0

Ćwiczenia
0

Projekty/seminaria
0

Liczba punktów ECTS

3,00

Koordynatorzy

dr Ewa Badzińska
ewa.badzinska@put.poznan.pl

Wykładowcy

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 chęć do pracy w zespole.

Cel przedmiotu

Celem przedmiotu jest zdobycie przez studentów wiedzy oraz nabycie umiejętności i kompetencji w zakresie: roli przedsiębiorczości w rozwoju społeczno-gospodarczym i tworzeniu innowacji; rozumienia podstawowych aspektów konkurencyjności firmy i strategii konkurowania; tworzenia i rozwoju nowoczesnego przedsiębiorstwa i innowacyjnych rozwiązań ICT w odpowiedzi na potrzeby rynku i diagnozę okazji przedsiębiorczych; zasad tworzenia modelu biznesowego w oparciu o metodykę canvas i lean canvas.

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 oraz zasobów organizacji.

3. Ma wiedzę na temat zasad tworzenia modelu biznesowego z wykorzystaniem narzędzi business model canvas i lean canvas.

Umiejętności:

1. Potrafi definiować i analizować cechy osoby przedsiębiorczej.

2. Potrafi zaprojektować koncepcję modelu biznesowego dla innowacyjnego rozwiązania biznesowego w obszarze ICT.

3. Potrafi wykorzystywać dane ze źródeł wtórnych i krytycznie ustosunkować się do zagadnienia konkurencyjności firmy.

Kompetencje społeczne:

1. Ma świadomość wyzwań stojących przed branżą teleinformatyki 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:

Zaliczenie: wiedza, umiejętności i kompetencje społeczne nabyte w ramach wykładu są weryfikowane przez jedno 60-minutowe kolokwium realizowane na ostatnim wykładzie. Składa się ono z 25-30 pytań (testowych i otwartych) różnie punktowanych w zależności od stopnia ich trudności. Próg zaliczeniowy: 60% punktów. Zagadnienia, na podstawie których opracowywane są pytania na kolokwium zaliczeniowe, zostaną omówione podczas zajęć w trybie stacjonarnym bądź zdalnym. Ocena końcowa może zostać podwyższona za aktywny udział studenta w wykładzie problemowym i konwersatoryjnym.

Treści programowe

1. Przedsiębiorczość - wybrane koncepcje teoretyczne w świetle uwarunkowań interdyscyplinarnych.

2. Przedsiębiorczość i intraprzsiębiorczość.

3. Podstawowe aspekty konkurencyjności firmy i poszukiwania okazji przedsiębiorczych.

4. Lokalny i globalny kontekst strategii konkurowania.

5. Zasady generowania modelu biznesowego w oparciu o narzędzia business model canvas i lean canvas.

6. Diagnoza aktualnego problemu biznesowego w obszarze ICT.

7. Obserwacje, profile klientów i testy użytkowników.

8. Definiowanie/generowanie unikatowej propozycji wartości - zastosowanie narzędzia value proposition canvas.

9. Prototypowanie pomysłu na biznes – metoda design thinking.

10. Wyzwania w obszarze teleinformatyki w XXI wieku oraz ich wpływ na rozwój społeczeństwa informacyjnego / przemysłu 4.0.

1. Przedsiębiorczość - wybrane koncepcje teoretyczne w świetle uwarunkowań interdyscyplinarnych.

2. Przedsiębiorczość i intraprzsiębiorczość (charakterystyka osoby przedsiębiorczej i intraprzsiębiorcy).

3. Podstawowe aspekty konkurencyjności firmy i poszukiwania okazji przedsiębiorczych (konkurencja vs konkurencyjność, źródła przewagi konkurencyjnej we współczesnej gospodarce).

4. Lokalny i globalny kontekst strategii konkurowania (m.in. strategia dyferencjacji, koncentracji, niszy rynkowej, błękitnego oceanu).

5. Zasady generowania modelu biznesowego w oparciu o narzędzia business model canvas i lean canvas.

6. Diagnoza aktualnego problemu biznesowego w obszarze ICT.

7. Obserwacje, profile klientów i testy użytkowników.

8. Definiowanie/generowanie unikatowej propozycji wartości - zastosowanie narzędzia value proposition canvas.

9. Prototypowanie pomysłu na biznes – metoda design thinking.

10. Wyzwania w obszarze teleinformatyki w XXI wieku oraz ich wpływ na rozwój społeczeństwa informacyjnego / przemysłu 4.0.

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. Cieślik J., (2006), Przedsiębiorczość dla ambitnych. Jak uruchomić własny biznes , Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne.
3. Majkut R., (2014), Przedsiębiorczość w świetle uwarunkowań interdyscyplinarnych, Wydawnictwo: CEDEWU, Warszawa.
4. Osterwalder A., Pigneur Y., (2012), Tworzenie modeli biznesowych. Podręcznik wizjonera. Wydawca: One Press / Helion.
5. Ries E., (2017), Metoda Lean Startup, Wydawca: One Press / Helion.

Uzupełniająca:

1. Badzińska E., (2017), Assessing the concept of innovative business model with regard to IT enterprise, Economics and Law, Vol. 16(3), pp. 245-258.
2. 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.
3. Drucker P. F., (2014), Innovation and Entrepreneurship, Taylor & Francis Ltd.
4. Maurya A., (2012), Running Lean. Iterate from Plan A to a Plan That Works. Wydawca: O'Reilly Media.
5. Mellor R. B., Coulton G., Chick A., Bifulco A., Mellor N., Fisher A., (2011), Przedsiębiorczość, PWE Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne.

Bilans nakładu pracy przeciętnego studenta

	Godzin	ECTS
Łączny nakład pracy	56	3,00
Zajęcia wymagające bezpośredniego kontaktu z nauczycielem	30	2,00
Praca własna studenta (studia literaturowe, przygotowanie do zajęć laboratoryjnych/ćwiczeń, przygotowanie do kolokwium/egzaminu, wykonanie projektu)	26	1,00