



KARTA OPISU PRZEDMIOTU - SYLABUS

Nazwa przedmiotu

Biznes w ICT [S1EiT1E>BwICT]

Przedmiot

Kierunek studiów

Elektronika i telekomunikacja/Electronics and Telecommunications

Rok/Semestr

1/2

Studia w zakresie (specjalność)

–

Profil studiów

ogólnoakademicki

Poziom studiów

pierwszego stopnia

Język oferowanego przedmiotu

angielski

Forma studiów

stacjonarne

Wymagalność

obieralny

Liczba godzin

Wykład

30

Laboratorium

0

Inne

0

Ćwiczenia

0

Projekty/seminaria

0

Liczba punktów ECTS

2,00

Koordynatorzy

dr Ewa Badzińska

ewa.badzinska@put.poznan.pl

Wykładowcy

Wymagania wstępne

Student zna podstawowe pojęcia dotyczące przedsiębiorstwa w gospodarce rynkowej i posiada podstawową wiedzę na temat współpracy biznesowej. Posiada umiejętność rozumienia i analizowania podstawowych zjawisk społeczno-ekonomicznych oraz jest gotowy do podejmowania działalności przedsiębiorczej. Jest świadomy głównych wyzwań stojących przed elektroniką i telekomunikacją w XXI wieku. Wykazuje gotowość do rozwijania swojej wiedzy i umiejętności oraz chęć pracy zespołowej.

Cel przedmiotu

Celem studiów jest zdobycie wiedzy oraz nabycie umiejętności i kompetencji w zakresie: zrozumienia istoty, zasad i prawidłowości zarządzania firmą informatyczną; podstawowych pojęć funkcjonowania biznesu w gospodarce rynkowej; nowych trendów w komunikacji przedsiębiorstwa z klientami: customizacji, grywalizacji itp.; podstawowych aspektów konkurencyjności przedsiębiorstwa w gospodarce opartej na wiedzy; modelowania biznesowego i stosowania zasad tworzenia modelu biznesowego dla firmy IT; wpływu systemów i sieci teleinformatycznych na rozwój społeczeństwa informacyjnego / Przemysłu 4.0.

Przedmiotowe efekty uczenia się

Dostępne są tłumaczenia
brak

I hope this email finds you well.

As we continue to advance our plans for upcoming projects and contracts for the 2025-2028 period, Qatar Airways is reaching out to trusted suppliers like yourself to explore potential partnerships. We are committed to working with organizations that share our values of excellence, reliability, and innovation.

We would like to invite your esteemed company to express interest in partnering with us for these projects. To initiate the process, kindly request the Qatar Airways Vendor Questionnaire and Acknowledgement Form, which are required to evaluate your qualifications and facilitate the onboarding process.

We look forward to the possibility of collaborating with you on these exciting ventures.

Best regards,
Zobacz słownik
4 / 5 000
lack

I hope this email finds you well.

As we continue to advance our plans for upcoming projects and contracts for the 2025-2028 period, Qatar Airways is reaching out to trusted suppliers like yourself to explore potential partnerships. We are committed to working with organizations that share our values of excellence, reliability, and innovation.

We would like to invite your esteemed company to express interest in partnering with us for these projects. To initiate the process, kindly request the Qatar Airways Vendor Questionnaire and Acknowledgement Form, which are required to evaluate your qualifications and facilitate the onboarding process.

We look forward to the possibility of collaborating with you on these exciting ventures.

Best regards,
Zobacz słownik
4 / 5 000
lack

1 172 / 5 000

Wiedza:

1. Zna podstawowe zasady i prawidłowości zakładania firmy IT.
2. Posiada wiedzę o podstawowych aspektach konkurencyjności firmy w gospodarce opartej na wiedzy.
3. Zna nowe trendy w komunikacji biznesowej ICT.
4. Posiada wiedzę o zasadach tworzenia modelu biznesowego firmy IT.

Umiejętności:

1. Potrafi zdefiniować i przeanalizować cechy przedsiębiorcy / menedżera / pracownika.
2. Potrafi stworzyć koncepcję modelu biznesowego dla innowacyjnego rozwiązania ICT.
3. Potrafi wykorzystać zdobytą wiedzę do praktycznych rozwiązań.
4. Potrafi korzystać z danych ze źródeł wtórnych i krytycznie reagować na wyzwania ICT gospodarki rynkowej.

Kompetencje społeczne:

1. Potrafi pracować w zespole i być otwartym na sugestie innych członków zespołu.
2. Jest świadomy głównych wyzwań stojących przed elektroniką i telekomunikacją w XXI wieku oraz ich wpływu na rozwój społeczeństwa informacyjnego.
3. Jest świadomy ograniczeń swojej obecnej wiedzy w zakresie ICT i zobowiązuje się do dalszego samokształcenia.
4. Wykazuje odpowiedzialność za projektowane systemy ICT. Jest świadomy zagrożeń, jakie stwarzają one

dla jednostek i społeczności, jeśli zostaną niewłaściwie zaprojektowane lub wyprodukowane.

Metody weryfikacji efektów uczenia się i kryteria oceny

Efekty uczenia się przedstawione wyżej weryfikowane są w następujący sposób:

Przedstawione powyżej efekty kształcenia weryfikowane są w następujący sposób:

Wiedza, umiejętności i kompetencje społeczne nabyte podczas wykładu weryfikowane są poprzez jedno 60-minutowe kolokwium, przeprowadzane na ostatnich zajęciach. Składa się ono z 25-30 pytań (testowych i otwartych) o zróżnicowanej punktacji w zależności od poziomu trudności. Zaliczenie od: 60% punktów.

Zagadnienia i materiały, na podstawie których przygotowywane są pytania na kolokwium, zostaną przesłane studentom drogą mailową za pośrednictwem uczelnianego systemu poczty elektronicznej.

Ocenę końcową można podwyższyć za aktywny udział studenta w wykładzie problemowo-konwersacyjnym.

Treści programowe

343 / 5 000

Zasady i wymogi zakładania działalności gospodarczej.

Rola przedsiębiorczości, innowacyjności i kapitału intelektualnego we współczesnym rozwoju społeczno-gospodarczym na poziomie mikro i makro.

Podstawowe aspekty konkurencyjności przedsiębiorstw i strategie konkurencyjne.

Trendy w komunikacji biznesowej.

Koncepcje modeli biznesowych dla innowacyjnych rozwiązań.

Tematyka zajęć

Program kursu obejmuje następujące zagadnienia:

1. Istota, zasady i wymagania dotyczące zakładania działalności gospodarczej w sektorze ICT.
2. Przedsiębiorczość i kompetencje przekrojowe.
3. Wybrane koncepcje funkcjonowania przedsiębiorstw w gospodarce rynkowej.
4. Podstawowe aspekty konkurencyjności przedsiębiorstwa w gospodarce opartej na wiedzy.
5. Uwarunkowania wewnątrzorganizacyjne i czynniki zewnętrzne. Współczesne strategie konkurencyjne.
6. Trendy w komunikacji biznesowej: customizacja, grywalizacja itp.
7. Zasady generowania modelu biznesowego inspirowanego potrzebami klienta (metoda Business Model Canvas i Lean Canvas).
8. Definiowanie/generowanie unikalnej propozycji wartości dla potencjalnych klientów – z wykorzystaniem narzędzia Value Proposition Canvas.
9. Zastosowanie metody Design Thinking w projektowaniu rozwiązania biznesowego.
10. Wyzwania w obszarze ICT w XXI wieku i ich wpływ na rozwój społeczeństwa informacyjnego.

Metody dydaktyczne

Wykład: prezentacja multimedialna ilustrowana przykładami, studiami przypadków; wykład problemowy (dyskusja na temat rozwiązania danego problemu), wykład konwersacyjny (dyskusja moderowana przez wykładowcę).

Literatura

Basic

1. Blank S., Dorf B., (2013), The Startup Owner's Manual The Step-By-Step Guide for Building a Great Company, K & S Ranch.
2. Mach-Król M., Olszak C. M., Pelech-Pilichowski T., (2014), Advances in ICT for Business, Industry and Public Sector, Springer International Publishing AG.
3. Maurya A., (2012), Running Lean. Iterate from Plan A to a Plan That Works. Wydawca: O'Reilly Media.
4. Osterwalder A., Pigneur Y., (2010), Business model generation, John Wiley and Sons Ltd.
5. Ries, E. (2013). The Lean Startup. Random House USA Inc, New York.
6. Badzińska E., (2017), Assessing the concept of innovative business model with regard to IT enterprise, *Ekonomia i Prawo. Economics and Law*, 16 (3), pp. 245-258.
7. 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.

Additional

1. Badzińska E, (2017), Mobile Technology Solutions in Business Communications – New Tools in Practical Implementation. Handel Wewnętrzny, 367 (2), pp. 5-16.
2. Drucker P. F., (2014), Innovation and Entrepreneurship, Taylor & Francis Ltd.
- Barringer B.R., Ireland D. (2018), Entrepreneurship: Successfully Launching New Ventures, Global Edition, Pearson Education Limited.
3. Barringer B.R., Ireland D. (2018), Entrepreneurship: Successfully Launching New Ventures, Global Edition, Pearson Education Limited.
4. Porter M. E., (2004), Competitive Advantage, Simon & Schuster.

Bilans nakładu pracy przeciętnego studenta

	Godzin	ECTS
Łączny nakład pracy	60	2,00
Zajęcia wymagające bezpośredniego kontaktu z nauczycielem	40	2,00
Praca własna studenta (studia literaturowe, przygotowanie do zajęć laboratoryjnych/ćwiczeń, przygotowanie do kolokwίων/egzaminu, wykonanie projektu)	20	0,00