



KARTA OPISU PRZEDMIOTU - SYLABUS

Nazwa przedmiotu

Modelowanie procesów identyfikacji okazji [N2IZarz1-ZZiPP>MPIO]

Przedmiot

Kierunek studiów

Inżynieria zarządzania

Rok/Semestr

2/3

Studia w zakresie (specjalność)

Zarządzanie zasobami i procesami przedsiębiorstw

Profil studiów

ogólnoakademicki

Poziom studiów

drugiego stopnia

Język oferowanego przedmiotu

polski

Forma studiów

niestacjonarne

Wymagalność

obligatoryjny

Liczba godzin

Wykład

0

Laboratorium

0

Inne

0

Ćwiczenia

0

Projekty/seminaria

10

Liczba punktów ECTS

1,00

Koordynatorzy

dr inż. Jowita Trzcielińska

jowita.trzcielinska@put.poznan.pl

Wykładowcy

Wymagania wstępne

Wiedza w zakresie: zarządzania strategicznego a w tym o strukturze otoczenia biznesu oraz metodach analizy strategicznej; współczesnych koncepcji zarządzania

Cel przedmiotu

Ukształtowanie umiejętności studenta do kojarzenia zdarzeń zachodzących w otoczeniu biznesu z celami i zasobami przedsiębiorstwa.

Przedmiotowe efekty uczenia się

Wiedza:

Student definiuje specjalistyczne metody i narzędzia modelowania niezbędne do efektywnego identyfikowania okazji biznesowych, ze szczególnym uwzględnieniem shumpeterowskich i kirznerowskich modeli identyfikacji [P7S_WG_02].

Student opisuje wpływ struktur organizacyjnych na procesy identyfikacji okazji, analizując różne modele przedsiębiorczości i ich zastosowanie w praktyce [P7S_WG_05].

Student charakteryzuje rolę i wpływ powiązań sieciowych w przedsiębiorstwach na proces identyfikacji i wykorzystania okazji biznesowych [P7S_WG_06].

Student wymienia nowoczesne technologie i systemy informatyczne, które mogą wspierać procesy identyfikacji i oceny okazji biznesowych [P7S_WG_10].

Umiejętności:

Student interpretuje i analizuje efektywność różnych metod identyfikacji okazji biznesowych w różnych kontekstach rynkowych i organizacyjnych, korzystając z narzędzi analitycznych i krytycznego myślenia [P7S_UW_02].

Student przygotowuje własne modele identyfikacji okazji, integrując wiedzę teoretyczną i praktyczne narzędzia, oraz potrafi je wdrożyć w praktyce [P7S_UW_03].

Student potrafi analizować i interpretować dane w kontekście identyfikacji okazji biznesowych, wykorzystując zaawansowane techniki badawcze [P7S_UW_04].

Student opracowuje umiejętność praktycznego zastosowania modelowania procesów do identyfikacji i oceny okazji biznesowych w różnych kontekstach rynkowych i organizacyjnych [P7S_UW_07].

Kompetencje społeczne:

Student integruje wiedzę z różnych dziedzin, wykazując świadomość znaczenia interdyscyplinarnego podejścia w procesie identyfikacji okazji biznesowych [P7S_KK_01].

Student identyfikuje, ocenia i analizuje potencjalne okazje biznesowe, uwzględniając ich wpływ na cele i strategię przedsiębiorstwa, oraz podejmuje świadome decyzje biznesowe [P7S_KK_02].

Metody weryfikacji efektów uczenia się i kryteria oceny

Efekty uczenia się przedstawione wyżej weryfikowane są w następujący sposób:

Wykonanie projektu z wykorzystaniem danych odnoszących się do rzeczywistości konkretnej organizacji.

Treści programowe

Elementy teorii okazji, shumpeterowski i kirznerowski model identyfikacji okazji, cele i potencjał przedsiębiorstwa a jego sytuacyjne uwarunkowania zewnętrzne.

Tematyka zajęć

Elementy teorii okazji, shumpeterowski i kirznerowski model identyfikacji okazji, cele i potencjał przedsiębiorstwa a jego sytuacyjne uwarunkowania zewnętrzne.

Metody dydaktyczne

Projekt identyfikacji okazji oraz jego metodyczna synteza z wykorzystaniem komputerowego modelowania procesów.

Literatura

Podstawowa:

Trzcieliński S., Pawłowski G. (2023). Knowledge in the Discovery of Market Opportunities. W: Proceedings of the 24th European Conference on Knowledge Management ECKM 2023. Vol. 1: Academic Conferences International Limited, Reading, UK, 2023, s. 1366-1374.

Trzcielinski S. (2021). Model of the Opportunity Recognition Process. In: Innovation Management and information Technology impact on Global Economy in the Era of Pandemic, IBIMA Conference, pp. 8733-8743.

Trzcieliński S. (2011) Przedsiębiorstwo zwinne, Wydawnictwo Politechniki Poznańskiej, Poznań.

Trzcieliński S., Trzcielińska J. (2011). Some Elements of Theory of Opportunities, Human Factors and Ergonomics in Manufacturing & Service Industries 21 (2) 124-131.

Uzupełniająca:

Krupski R. (2013). Rodzaje okazji w teorii i w praktyce zarządzania. Prace Naukowe Wałbrzyskiej Wyższej Szkoły Zarządzania i Przedsiębiorczości, T. 21, Wałbrzych.

Yitshaki, R., Kropp, F. (2018). Revisiting entrepreneurial motivation and opportunity recognition. In: A Research Agenda for Entrepreneurial Cognition and Intention, Edward Elgar Publishing Ltd., pp. 122-141.

Bilans nakładu pracy przeciętnego studenta

	Godzin	ECTS
Łączny nakład pracy	25	1,00
Zajęcia wymagające bezpośredniego kontaktu z nauczycielem	10	0,50
Praca własna studenta (studia literaturowe, przygotowanie do zajęć laboratoryjnych/ćwiczeń, przygotowanie do kolokwium/egzaminu, wykonanie projektu)	15	0,50