



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
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

Przedsiębiorczość – wybrane koncepcje teoretyczne w świetle uwarunkowań interdyscyplinarnych. Rola przedsiębiorczości, innowacji i kapitału intelektualnego we współczesnym rozwoju społeczno-gospodarczym na poziomie mikro i makro.

Podstawowe aspekty konkurencyjności przedsiębiorstwa i strategii konkurencji.

Przedsiębiorczość akademicka (spin-off, startup).

Koncepcje modeli biznesowych dla innowacyjnych rozwiązań

Tematyka zajęć

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 konkurencji.

5. Zasady generowania modelu biznesowego w oparciu o metodykę 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.

Metody dydaktyczne

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

Literatura

Podstawowa:

1. Drucker P. F. (2014), Innovation and Entrepreneurship, Taylor & Francis Ltd.
2. Blank S., Dorf B. (2013), Podręcznik startupu. Budowa wielkiej firmy krok po kroku. Wydawca: One Press / Helion.
3. Osterwalder A., Pigneur Y. (2012), Tworzenie modeli biznesowych. Podręcznik wizjonera. Wydawca: One Press / Helion.
4. Ries E., Metoda Lean Startup (2017), Wydawca: One Press / Helion, 2017.
5. Łobacz, K., & Głodek, P. (2020). Przedsiębiorczość akademicka. Procesowe modele tworzenia i rozwoju przedsiębiorstw akademickich, Wydawnictwo SIŻ, Łódź.
6. Badzińska, E. (2022). Potencjał międzynarodowy we współpracy między sektorem nauki i biznesu - studium przypadku parku narodowo-technologicznego, [w:] Wpływ otoczenia międzynarodowego na funkcjonowanie przedsiębiorstw w Polsce, (red.) A. Baszyński, R. Kamiński, Poznań, Polskie Towarzystwo Ekonomiczne, s. 251-271.
7. 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.
8. 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.
9. 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.

Uzupełniająca:

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.
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	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