



KARTA OPISU PRZEDMIOTU - SYLABUS

Nazwa przedmiotu

Koncepcja i narzędzia zarządzania nowoczesnym przedsiębiorstwem [S2EiT1>KiNZNP]

Przedmiot

Kierunek studiów

Elektronika i telekomunikacja

Rok/Semestr

2/3

Studia w zakresie (specjalność)

Sieci, systemy i usługi

Profil studiów

ogólnoakademicki

Poziom studiów

drugiego stopnia

Język oferowanego przedmiotu

polski

Forma studiów

stacjonarne

Wymagalność

obieralny

Liczba godzin

Wykład

15

Laboratorium

0

Inne

0

Ćwiczenia

15

Projekty/seminaria

0

Liczba punktów ECTS

3,00

Koordynatorzy

dr Ewa Badzińska

ewa.badzinska@put.poznan.pl

Wykładowcy

Wymagania wstępne

Zna podstawowe terminy dotyczące funkcjonowania przedsiębiorstw w gospodarce rynkowej. Potrafi identyfikować podstawowe problemy zarządzania przedsiębiorstwem. Wykazuje gotowość do rozwoju swojej wiedzy i umiejętności. Jest otwarty na pracę w zespole.

Cel przedmiotu

Celem przedmiotu jest zdobycie przez studentów wiedzy oraz nabycie umiejętności i kompetencji w zakresie: rozumienia istoty, zasad i prawidłowości zarządzania nowoczesnym przedsiębiorstwem; rozumienia metod analizy strategicznej, otoczenia konkurencyjnego i modelowania biznesowego; stosowania zasad tworzenia modelu biznesowego w oparciu o metodykę Business Model Canvas i Lean Canvas; diagnozowania czynników rozwoju i barier nowoczesnego przedsiębiorstwa.

Przedmiotowe efekty uczenia się

Wiedza:

1. Zna podstawowe zasady i prawidłowości zarządzania nowoczesnym przedsiębiorstwem.
2. Zna wybrane metody analizy strategicznej i konkurencji w branży.
3. Ma wiedzę na temat zasad tworzenia modelu biznesowego w oparciu o metodykę canvas i lean

canvas.

4. Ma wiedzę na temat determinant rozwoju przedsiębiorstwa.

Umiejętności:

1. Potrafi zastosować wybrane metody analizy strategicznej i konkurencji.
2. Potrafi stworzyć koncepcję modelu biznesowego dla innowacyjnego rozwiązania biznesowego.
3. Umie interpretować i wyjaśniać zjawiska zachodzące w otoczeniu przedsiębiorstwa.
3. Umie wykorzystać dane ze źródeł wtórnych i krytycznie ustosunkować się do misji, celów i strategii przedsiębiorstwa w kontekście aktualnej sytuacji rynkowej.

Kompetencje społeczne:

1. Potrafi pracować w zespole i być otwartym na propozycje innych członków.
2. Potrafi dostrzegać zależności przyczynowo-skutkowe w realizacji postawionych celów i rangować istotność alternatywnych bądź konkurencyjnych zadań przy realizacji projektów.
3. Ma świadomość konieczności poszerzania wiedzy na temat zarządzania nowoczesnym przedsiębiorstwem ze względu na dużą zmienność otoczenia społeczno-polityczno-gospodarczego.
4. 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 nabyta w ramach wykładu jest weryfikowana 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 zaliczeniowe, na podstawie których opracowywane są pytania na kolokwium, zostaną umieszczone na platformie eKursy. Ocena końcowa może zostać podwyższona za aktywny udział studenta w wykładzie problemowym i konwersatoryjnym.

Wiedza, umiejętności i kompetencje społeczne nabyte w ramach ćwiczeń są weryfikowane na podstawie prezentacji zrealizowanego projektu, opracowanego przypadku i aktywności studenta podczas zajęć (udział w dyskusji, samodzielne rozwiązywanie problemów). Kryteria ewaluacji projektu będą przekazane studentom na pierwszych zajęciach.

Treści programowe

Wyzwania i nowe koncepcje zarządzania przedsiębiorstwem.

Rola przedsiębiorczości, innowacji i kapitału intelektualnego w rozwoju społeczno-gospodarczym na poziomie mikro i makro.

Koncepcje modeli biznesowych dla innowacyjnych rozwiązań.

Tematyka zajęć

Wykład

1. Współczesne koncepcje zarządzania przedsiębiorstwem (np. zwinne zarządzanie, turkusowe organizacje).
2. Istota strategii i zarządzania strategicznego. Globalny i lokalny kontekst strategii.
3. Endo- i egzogeniczne czynniki rozwoju przedsiębiorstwa.
4. Metody analizy strategicznej i otoczenia konkurencyjnego.
5. Zasady tworzenia modelu biznesowego w oparciu o metodykę Business Model Canvas i Lean Canvas.
6. Przykłady zachowań przedsiębiorczych i innowacyjnych rozwiązań biznesowych stworzonych m.in. przez startupy akademickie, firmy born-globals, turkusowe organizacje – studia przypadku.

Ćwiczenia

1. Generowanie modelu biznesowego inspirowanego potrzebami klientów z wykorzystaniem Business Model Canvas.
2. Diagnoza aktualnego problemu biznesowego, tworzenie profilu klientów i testy użytkowników.
3. Tworzenie propozycji wartości dla klienta z zastosowaniem narzędzia Value Proposition Canvas.
4. Zastosowanie metody Design Thinking w projektowaniu rozwiązania biznesowego.
5. Zasady ustnej prezentacji pomysłu biznesowego: "Elevator Pitch".
6. Stworzenie i prezentacja koncepcji modelu biznesowego dla innowacyjnego rozwiązania - praca

zespołowa.

Metody dydaktyczne

Wykład: prezentacja multimedialna ilustrowana przykładami; wykład problemowy (dyskusja nad rozwiązaniem danego problemu), wykład konwersatoryjny (dyskusja moderowana przez prowadzącego). Ćwiczenia: metoda case study, metody dyskusyjne: konwersatorium, brainstorming, metaplan (wnioski z dyskusji w zespołach prezentowane na forum w formie plakatu, prezentacji multimedialnej); metody ćwiczeniowo-praktyczne: rozwiązywanie zadań poznawczych, praca w zespole.

Literatura

Podstawowa

1. Włodarkiewicz-Klimek H. (2018), Kapitał ludzki w kształtowaniu zwinności organizacji opartych na wiedzy, Wydawnictwo Politechniki Poznańskiej, Poznań.
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. Trzcieliński S. Włodarkiewicz-Klimek H., Pawłowski K. Współczesne koncepcje zarządzania, Wydawnictwo Politechniki Poznańskiej, Poznań 2013.
5. Badzińska E., (2017), Assessing the concept of innovative business model with regard to IT enterprise, Economics and Law, Vol. 16(3), pp. 245-258.
6. 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.
7. Gierszewska G., Romanowska M., (2009), Analiza strategiczna przedsiębiorstwa, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa.

Uzupełniająca

1. 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.
2. Griffin R.W., (2013), Podstawy zarządzania organizacjami, PWN, Warszawa.
3. Grudzewski W.M, Hejduk I.K., Sankowska A., Wańtuchowicz M., (2010), Sustainability w biznesie czyli przedsiębiorstwo przyszłości. Zmiany paradygmatów i koncepcji zarządzania. Poltext, Warszawa.
4. Pawłowski E., Trzcieliński S., (2011), Zarządzanie Przedsiębiorstwem. Funkcje i struktury. Wydawnictwo Politechniki Poznańskiej, Poznań.
5. Ries E., (2017), Metoda Lean Startup, Wydawca: One Press / Helion.

Bilans nakładu pracy przeciętnego studenta

	Godzin	ECTS
Łączny nakład pracy	75	3,00
Zajęcia wymagające bezpośredniego kontaktu z nauczycielem	40	2,00
Praca własna studenta (studia literaturowe, przygotowanie do zajęć laboratoryjnych/ćwiczeń, przygotowanie do kolokwium/egzaminu, wykonanie projektu)	35	1,00