



## KARTA OPISU PRZEDMIOTU - SYLABUS

Nazwa przedmiotu

Podstawy informacji biznesowej [S1FT2>PIB]

### Przedmiot

Kierunek studiów

Fizyka techniczna

Rok/Semestr

1/2

Studia w zakresie (specjalność)

–

Profil studiów

ogólnoakademicki

Poziom studiów

pierwszego stopnia

Język oferowanego przedmiotu

polski

Forma studiów

stacjonarne

Wymagalność

obieralny

### Liczba godzin

Wykład

15

Laboratorium

0

Inne

0

Ćwiczenia

0

Projekty/seminaria

0

### Liczba punktów ECTS

1,00

### Koordynatorzy

dr Jakub Pawlak

[jakub.pawlak@put.poznan.pl](mailto:jakub.pawlak@put.poznan.pl)

### Wykładowcy

### Wymagania wstępne

Wiedza: Student ma podstawową wiedzę w zakresie umiejętności pozyskiwania informacji biznesowych oraz roli marketingu i zarządzania na wolnym rynku Umiejętności: Student potrafi: (1) pozyskiwać informacje z literatury przedmiotu, baz danych oraz innych właściwie dobranych źródeł, także w języku angielskim; potrafi integrować uzyskane informacje, dokonywać ich interpretacji, a także wyciągać wnioski oraz formułować i uzasadniać opinie; (2) zinterpretować i opisać zjawiska mające wpływ na działalność biznesową przedsiębiorstw; (3) ocenić wiarygodność potencjalnych partnerów biznesowych na podstawie samodzielnie zebranych informacji o środowisku i branży oraz z raportów i wyników finansowych Kompetencje społeczne: Student ma świadomość roli i znaczenia wiedzy z zakresu możliwości pozyskiwania informacji biznesowych oraz jej wpływy na zjawiska społeczno-ekonomiczne implikujące współczesne gospodarki rynkowe

### Cel przedmiotu

Zdobycie podstawowych umiejętności wyszukiwania informacji biznesowych, ułatwiających prowadzenia działalności gospodarczej poprzez znajomość profesjonalnych narzędzi informatycznych, organów wspierających i raportów publicznych.

### Przedmiotowe efekty uczenia się

#### Wiedza:

1. Zna w sposób pogłębiony metody i narzędzi procesów pozyskiwania informacji w aspekcie ekonomicznym
2. Ma podstawową wiedzę w zakresie kreowania informacji i implikacji wywoływanych w gospodarce świata
3. Zna metody pozyskiwania danych dotyczących informacji kluczowych do zarządzania przedsiębiorstwami działających na rynku globalnym
4. Ma wiedzę o procesach związanych ze zmianą struktur właścicielskich przedsiębiorstw i wpływem tych zjawisk na prezentację informacji biznesowych oraz wiarygodność biznesowa przedsiębiorstw

#### Umiejętności:

1. Potrafi pozyskiwać informacje biznesowe z literatury przedmiotu, baz danych oraz innych właściwie dobranych źródeł, także w języku angielskim lub innym języku uznawanym za język komunikacji międzynarodowej w zakresie studiowanego kierunku studiów; potrafi integrować uzyskane informacje, dokonywać ich interpretacji, a także wyciągać wnioski oraz formułować i uzasadniać opinie
2. Potrafi właściwie analizować przyczyny i przebieg procesów i zjawisk (społecznych, kulturowych, politycznych, prawnych, gospodarczych), formułować własne opinie na ten temat oraz stawiać proste hipotezy badawcze i je weryfikować
3. Posiada umiejętność wykorzystania zdobytej wiedzy w różnych zakresach i formach, rozszerzoną o krytyczną analizę skuteczności i przydatności stosowanej wiedzy

#### Kompetencje społeczne:

1. Ma świadomość konieczności pozyskiwania wiedzy z różnorodnych krajowych i światowych źródeł informacji biznesowej; rozumienie znaczenie postępowania zgodnie z zasadami etyki zawodowej oraz rzetelne uzyskiwanie wyników swoich prac i ich interpretację, a także recenzowanie i wydawanie opinii na temat prac innych
2. Ma świadomość znaczenia zagadnienia dotyczącego odpowiedniego doboru właściwych źródeł informacji; potrafi określać priorytety w zadaniach; ma świadomość ważności profesjonalnego zachowania
3. Rozumie potrzebę uczenia się przez całe życie i przestrzegania zasad etyki zawodowej oraz poszanowania różnorodności poglądów i kultur
4. Ma świadomość interdyscyplinarności wiedzy i możliwości interpretacyjnych poszczególnych zagadnień związanych z postrzeganiem informacji biznesowych (szansa a ryzyko); ma świadomość ważności informacji funkcjonującej w środowisku bez względu na jej aspekt i rozumie znaczenie odpowiedzialności społecznej w kreowaniu nowych informacji; potrafi samodzielnie wnioskować

#### Metody weryfikacji efektów uczenia się i kryteria oceny

Efekty uczenia się przedstawione wyżej weryfikowane są w następujący sposób:

Ocena formująca:

Na podstawie aktywności w dyskusji oraz egzaminu/ pracy semestralnej

Ocena podsumowująca:

Zaliczenie w formie egzaminu pisemnego w postaci testu

#### Treści programowe

Ekonomiczne, techniczne, psychologiczne, socjologiczne aspekty informacji w biznesie

#### Tematyka zajęć

1. Istota i znaczenie informacji w warunkach globalizacji
2. Formy prawne przedsiębiorstw oraz ich wiarygodność i transparentność biznesowa
3. Podstawy komunikacji a skuteczne pozyskiwaniu informacji
4. Aspekty informacji w biznesie: ekonomiczne
5. Aspekty informacji w biznesie: techniczne
6. Aspekty informacji w biznesie: psychologiczne
7. Aspekty informacji w biznesie: socjologiczne
8. Aspekty informacji w biznesie: lingwistyczne
9. Aspekty informacji w biznesie: prawne
10. Aspekty informacji w biznesie: etyczne
11. Wywiad gospodarczy a wzrost konkurencyjności przedsiębiorstw

12. Sprzedaż i dystrybucja informacji a powszechność digitalizacji
13. Wiedza a informacja niedoskonała i jej gospodarcze efekty
14. Informacja gospodarcza w zarządzaniu
15. Bariery współpracy przedsiębiorstw komercyjnych i ośrodków naukowych

## Metody dydaktyczne

Wykład: prezentacja multimedialna, prezentacja ilustrowana przykładami podawanymi na tablicy, wykład konwersatoryjny

## Literatura

Podstawowa:

1. Forlicz, S. (2008). Informacja w biznesie. Warszawa: PWE
2. Korsak, W. (2015). Wizualizacja informacji w biznesie. Warszawa: Nova Res
3. Konstytucja Biznesu (2018) Ministerstwo Przedsiębiorczości i Technologii.  
<https://www.biznes.gov.pl/pl/ulatwienia-dla-biznesu/konstytucja-biznesu>
4. Gajd, W. (2015). Informacja w biznesie - aspekt naukowy. Przegląd Organizacji 1 2015 art. 06. Pp.35-41. Era informacji i wiedzy.  
[file:///C:/Users/Joanna/Downloads/Przegląd%20Organizacji%201%202015%20art%2006%20Informacja%20w%20biznesie%20aspekty%20naukowe.pdf](file:///C:/Users/Joanna/Downloads/Przegl%C4%85d%20Organizacji%201%202015%20art%2006%20Informacja%20w%20biznesie%20aspekty%20naukowe.pdf)
5. Małecka, J. (2018). Knowledge Management in SMEs - In Search of a Paradigm. Proceedings of the 19th European Conference of Knowledge Management. Published by Academic Conferences and Publishing International Limited Reading, UK. E-Book: ISBN: 978-1-911218-95-1. E-BOOKISSN: 2048-8971. Book version ISBN: 978-1-911218-94-4 Book Version ISSN: 2048-8963. p.485-493. - pdf.

Uzupełniająca:

1. Forlicz, S. (2008). Informacja w biznesie. Warszawa: Muzeum Historii Polski  
[http://bazhum.muzhp.pl/media/files/Lingwistyka\\_Stosowana\\_Applied\\_Linguistics\\_Angewandte\\_Linguistik/Lingwistyka\\_Stosowana\\_Applied\\_Linguistics\\_Angewandte\\_Linguistik-r2010-t-n3/Lingwistyka\\_Stosowana\\_Applied\\_Linguistics\\_Angewandte\\_Linguistik-r2010-t-n3-s313-321/Lingwistyka\\_Stosowana\\_Applied\\_Linguistics\\_Angewandte\\_Linguistik-r2010-t-n3-s313-321.pdf](http://bazhum.muzhp.pl/media/files/Lingwistyka_Stosowana_Applied_Linguistics_Angewandte_Linguistik/Lingwistyka_Stosowana_Applied_Linguistics_Angewandte_Linguistik-r2010-t-n3/Lingwistyka_Stosowana_Applied_Linguistics_Angewandte_Linguistik-r2010-t-n3-s313-321/Lingwistyka_Stosowana_Applied_Linguistics_Angewandte_Linguistik-r2010-t-n3-s313-321.pdf)
2. Małecka, J. (2017). Alternative Securities Markets as Financing Sources for SMEs - Selected Aspects of AIM and NC. Contemporary Issues in Business, Management and Education 2017, 1-9.  
<http://doi.org/10.3846/cbme.2017.072> WOS: 000400572200001
3. Małecka, J. (2016). Revenues, Expenses, Profitability and Investments of Potential Contenders for the Status of a Listed Company in Poland. Oeconomia Copernicana, 6 (4), pp.91-122,  
<http://dx.doi.org/10.12775/OeC.2015.031> WOS:000216511300006
4. Małecka, J. (2015). Economic condition of legal persons in the SME sector - potential participants of the capital market in Poland. In Starnawska, M. (Ed), Social, Innovative and Financial Dimensions of Enterprising Organizations, pp. 39-54, Gdańsk: Gdańsk University of Technology.  
<http://zie.pg.edu.pl/documents/10693/38995566/Social%20innovative%20and%20financial%20dimensions.pdf>
5. Przybyłowicz, P. (2008) Wstęp do teorii informacji i kodowania. Warszawa:  
[http://www.cmmsigma.eu/download/mat\\_info/wstep\\_do\\_teorii\\_informacji.pdf](http://www.cmmsigma.eu/download/mat_info/wstep_do_teorii_informacji.pdf) data dostępu: 15.07.2010.
6. [MNiSW] (2006) Bariery współpracy przedsiębiorców i ośrodków naukowych : raport / Ministerstwo Nauki i Szkolnictwa Wyższego. Departament Wdrożeń i Innowacji. Warszawa
7. Burdecka, W. (2004).Instytucje otoczenia biznesu : badania własne Warszawa: PARP:
8. Nawrocki, W. (2003) W poszukiwaniu istoty informacji. (w:) Jadacki J. (red) Analiza pojęcia informacji. Warszawa

## Bilans nakładu pracy przeciętnego studenta

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