



KARTA OPISU PRZEDMIOTU - SYLABUS

Nazwa przedmiotu

Modele biznesowe przedsiębiorstw [N2IZarz1>MBP]

Przedmiot

Kierunek studiów

Inżynieria zarządzania

Rok/Semestr

1/2

Studia w zakresie (specjalność)

Zarządzanie zasobami i procesami przedsiębiorstw

Profil studiów

ogólnoakademicki

Poziom studiów

drugiego stopnia

Język oferowanego przedmiotu

polski

Forma studiów

niestacjonarne

Wymagalność

obieralny

Liczba godzin

Wykład

8

Laboratorium

0

Inne

0

Ćwiczenia

10

Projekty/seminaria

0

Liczba punktów ECTS

2,00

Koordynatorzy

dr Daria Motąła

daria.motala@put.poznan.pl

Wykładowcy

Wymagania wstępne

Wiedza: student posiada podstawową wiedzę na temat zasad funkcjonowania przedsiębiorstw.

Umiejętności: student potrafi dokonać analiz funkcjonowania organizacji związanych z otoczeniem oraz wewnętrznymi uwarunkowaniami; umie na ich podstawie sformułować cele działania firmy. Kompetencje społeczne: student aktywnie i chętnie podejmuje działania przedsiębiorcze oraz pracuje w grupie

Cel przedmiotu

Zapoznanie studentów z problematyką działania organizacji w formie różnorodnych modeli. Opracowanie planu działania i produktu, który może być oferowany w wybranym do analizy modelu.

Przedmiotowe efekty uczenia się

Wiedza:

Student charakteryzuje metody i narzędzia modelowania procesów informacyjnych i decyzyjnych stosowanych w projektowaniu modeli biznesowych [P7S_WG_02]

Student rozróżnia powiązania występujące w organizacjach sieciowych i analizuje ich wpływ na modele biznesowe, w tym sieciowe modele biznesu [P7S_WG_06]

Student opisuje metody pozyskiwania danych o rynku i zachowaniach klientów, które są niezbędne do

analizy i tworzenia modeli biznesowych [P7S_WG_07]

Student wyjaśnia normy etyczne i ich wpływ na modele biznesowe, w tym etykę kreowania i implementacji strategii biznesowych [P7S_WK_01]

Student definiuje zasady tworzenia i rozwoju modeli biznesowych, wykorzystując wiedzę z zakresu techniki, ekonomii i zarządzania [P7S_WK_03]

Umiejętności:

Student analizuje skuteczność różnych modeli biznesowych i ich stosowalność w różnych kontekstach, wykorzystując zdobytą wiedzę [P7S_UW_03]

Student samodzielnie projektuje modele biznesowe, biorąc pod uwagę analizę otoczenia, potrzeb klientów i proponowaną wartość dla klienta [P7S_UW_04]

Student interpretuje zjawiska społeczne, kulturowe, polityczne, prawne, ekonomiczne i ich wpływ na modele biznesowe [P7S_UW_06]

Student analizuje procesy biznesowe, formułuje hipotezy na temat efektywności modeli biznesowych i weryfikuje je [P7S_UW_07]

Kompetencje społeczne:

Student identyfikuje i opisuje różne dyscypliny i ich wkład w proces tworzenia modeli biznesowych oraz demonstruje umiejętność efektywnej współpracy w zespołach interdyscyplinarnych poprzez udział w projektach lub symulacjach tworzenia modeli biznesowych [P7S_KK_01]

Student identyfikuje zależności przyczynowo-skutkowe w procesie projektowania modeli biznesowych i ocenia ich istotność [P7S_KK_02]

Student inicjuje działania na rzecz innowacyjnych projektów biznesowych, wdrażając nowe pomysły i strategię [P7S_KO_02]

Student planuje i zarządza przedsięwzięciami biznesowymi, w tym implementacją i testowaniem prototypów modeli biznesowych [P7S_KO_03]

Metody weryfikacji efektów uczenia się i kryteria oceny

Efekty uczenia się przedstawione wyżej weryfikowane są w następujący sposób:

Wykłady

ocena formująca: dialog ze studentami pozwalający skontrolować ich znajomość wcześniej zrealizowanej tematyki

ocena podsumowująca: w formie testu lub krótkich pytań opisowych; próg zaliczeniowy 50%

Ćwiczenia:

ocena formująca: opracowanie poszczególnych, następujących po sobie elementów ćwiczeń, które podlegają systematycznemu sprawdzeniu przez prowadzącego

ocena podsumowująca: suma punktów z poszczególnych ćwiczeń; próg zaliczeniowy 50%

Treści programowe

Wykład obejmuje definicję i koncepcję modelu biznesowego, szablon modelu oraz jego elementy, a także zwinność organizacji opartej na wiedzy. Zawiera również omówienie modeli biznesowych w kontekście kreowania strategii, projektowania oraz ich zastosowania w Internecie i w sieciach. Analizowane są przykładowe modele biznesowe.

W ćwiczeniach uczestnicy dokonują wyboru modelu do analizy, wskazując cele i obszar działania. Przeprowadzają analizę klientów, ich oczekiwań oraz opracowują propozycję wartości. Następnie realizują wieloaspektową analizę otoczenia modelu, przygotowują wstępne założenia do jego implementacji oraz tworzą, prezentują i testują prototyp.

Tematyka zajęć

Wykład:

1. Definicja i koncepcja pojęcia modelu biznesowego
2. Szablon modelu biznesowego i jego elementy
3. Model zwinności organizacji opartej na wiedzy
4. Modele biznesowe w kreowaniu nowych strategii
5. Projektowanie modeli biznesu
6. Modele biznesu w Internecie

7. Sieciowe modele biznesu
8. Analiza przykładowych modeli biznesowych

Ćwiczenia:

1. Wybór modelu do analizy - wskazanie celów i obszaru działania
2. Analiza klientów aktualnych i potencjalnych i ich oczekiwań
3. Opracowanie propozycji wartości dla klienta
4. Wieloaspektowa analiza otoczenia wybranego modelu
5. Wstępne założenia do implementacji modelu
6. Opracowanie, prezentacja i testowanie prototypu

Metody dydaktyczne

Wykład informacyjny z elementami wykładu konwersatoryjnego. Dyskusja seminaryjna.
Metoda ćwiczeniowa w formie ćwiczeń audytoryjnych i projektowych.

Literatura

Podstawowa:

Osterwalder A. Pigneur Y. "Tworzenie modeli biznesowych - Podręcznik wizjonera", Helion 2012
Pijl P., Lokitz J., Solomon L.K., "Nowoczesne projektowanie modeli biznesowych", Helion 2018

Uzupełniająca:

Doligalski T. (red.) "Modele biznesu w Internecie. Teoria i studia przypadków polskich firm" PWN 2014
Duczkowska-Piasecka M. (red.) "Model biznesu. Nowe myślenie strategiczne" Difin 2013

Bilans nakładu pracy przeciętnego studenta

	Godzin	ECTS
Łączny nakład pracy	50	2,00
Zajęcia wymagające bezpośredniego kontaktu z nauczycielem	20	1,00
Praca własna studenta (studia literaturowe, przygotowanie do zajęć laboratoryjnych/ćwiczeń, przygotowanie do kolokwium/egzaminu, wykonanie projektu)	30	1,00