



KARTA OPISU PRZEDMIOTU - SYLABUS

Nazwa przedmiotu

Modele biznesowe przedsiębiorstw

Przedmiot

Kierunek studiów

Inżynieria Zarządzania

Studia w zakresie (specjalność)

Zarządzanie przedsiębiorstwem przyszłości

Poziom studiów

drugiego stopnia

Forma studiów

stacjonarne

Rok/semestr

1/2

Profil studiów

ogólnoakademicki

Język oferowanego przedmiotu

polski

Wymagalność

obieralny

Liczba godzin

Wykład

15

Laboratoria

Inne (np. online)

Ćwiczenia

15

Projekty/seminaria

Liczba punktów ECTS

2

Wykładowcy

Odpowiedzialny za przedmiot/wykładowca:

dr Daria Motąła

e-mail: daria.motala@put.poznan.pl

Wydział Inżynierii Zarządzania

ul. J. Rychlewskiego 2, 60-965 Poznań

Odpowiedzialny za przedmiot/wykładowca:

dr hab. Hanna Włodarkiewicz - Klimek, prof. PP

e-mail: hanna.wlodarkiewicz-klimek@put.poznan.pl

Wydział Inżynierii Zarządzania

ul. J. Rychlewskiego 2, 60-965 Poznań

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 strategie [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:

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

Duczowska-Piasecka M. (red.) "Model biznesu. Nowe myślenie strategiczne" Difin 2013

Bilans nakładu pracy przeciętnego studenta

	Godzin	ECTS
Łączny nakład pracy	50	2,0
Zajęcia wymagające bezpośredniego kontaktu z nauczycielem	30	1,0
Praca własna studenta (studia literaturowe, przygotowanie do zajęć laboratoryjnych/ćwiczeń, przygotowanie do kolokwium/zaliczenia, wykonanie projektu) ¹	20	1,0

¹ niepotrzebne skreślić lub dopisać inne czynności