



## KARTA OPISU PRZEDMIOTU - SYLABUS

Nazwa przedmiotu

Modelowanie procesów identyfikacji okazji

### Przedmiot

Kierunek studiów

Inżynieria Zarządzania

Studia w zakresie (specjalność)

Zarządzanie zasobami i procesami przedsiębiorstw

Poziom studiów

drugiego stopnia

Forma studiów

stacjonarne

Rok/semestr

2/3

Profil studiów

ogólnoakademicki

Język oferowanego przedmiotu

polski

Wymagalność

obligatoryjny

### Liczba godzin

Wykład

Laboratoria

Inne (np. online)

Ćwiczenia

Projekty/seminaria

15

### Liczba punktów ECTS

1

### Wykładowcy

Odpowiedzialny za przedmiot/wykładowca:

prof. dr hab. inż. Stefan Trzcieliński

e-mail: stefan.trzcielinski@put.poznan.pl

Wydział Inżynierii Zarządzania

ul. J. Rychlewskiego 2, 60-965 Poznań

Odpowiedzialny za przedmiot/wykładowca:

dr inż. Jowita Trzcielińska

e-mail: jowita.trzcielinska@put.poznan.pl

Wydział Inżynierii Zarządzania

ul. J. Rychlewskiego 2, 60-965 Poznań

### Wymagania wstępne

Wiedza w zakresie: zarządzania strategicznego a w tym o strukturze otoczenia biznesu oraz metodach analizy strategicznej; współczesnych koncepcji zarządzania



## **Cel przedmiotu**

Ukształtowanie umiejętności studenta do kojarzenia zdarzeń zachodzących w otoczeniu biznesu z celami i zasobami przedsiębiorstwa.

## **Przedmiotowe efekty uczenia się**

### Wiedza

Student definiuje specjalistyczne metody i narzędzia modelowania niezbędne do efektywnego identyfikowania okazji biznesowych, ze szczególnym uwzględnieniem shumpeterowskich i kirznerowskich modeli identyfikacji [P7S\_WG\_02].

Student opisuje wpływ struktur organizacyjnych na procesy identyfikacji okazji, analizując różne modele przedsiębiorczości i ich zastosowanie w praktyce [P7S\_WG\_05].

Student charakteryzuje rolę i wpływ powiązań sieciowych w przedsiębiorstwach na proces identyfikacji i wykorzystania okazji biznesowych [P7S\_WG\_06].

Student wymienia nowoczesne technologie i systemy informatyczne, które mogą wspierać procesy identyfikacji i oceny okazji biznesowych [P7S\_WG\_10].

### Umiejętności

Student interpretuje i analizuje efektywność różnych metod identyfikacji okazji biznesowych w różnych kontekstach rynkowych i organizacyjnych, korzystając z narzędzi analitycznych i krytycznego myślenia [P7S\_UW\_02].

Student przygotowuje własne modele identyfikacji okazji, integrując wiedzę teoretyczną i praktyczne narzędzia, oraz potrafi je wdrożyć w praktyce [P7S\_UW\_03].

Student potrafi analizować i interpretować dane w kontekście identyfikacji okazji biznesowych, wykorzystując zaawansowane techniki badawcze [P7S\_UW\_04].

Student opracowuje umiejętność praktycznego zastosowania modelowania procesów do identyfikacji i oceny okazji biznesowych w różnych kontekstach rynkowych i organizacyjnych [P7S\_UW\_07].

### Kompetencje społeczne

Student integruje wiedzę z różnych dziedzin, wykazując świadomość znaczenia interdyscyplinarnego podejścia w procesie identyfikacji okazji biznesowych [P7S\_KK\_01].

Student identyfikuje, ocenia i analizuje potencjalne okazje biznesowe, uwzględniając ich wpływ na cele i strategię przedsiębiorstwa, oraz podejmuje świadome decyzje biznesowe [P7S\_KK\_02].

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

Efekty uczenia się przedstawione wyżej weryfikowane są w następujący sposób:

Wykonanie projektu z wykorzystaniem danych odnoszących się do rzeczywistości konkretnej organizacji.

## **Treści programowe**



Elementy teorii okazji, shumpeterowski i kirznerowski model identyfikacji okazji, cele i potencjał przedsiębiorstwa a jego sytuacyjne uwarunkowania zewnętrzne.

### Metody dydaktyczne

Projekt identyfikacji okazji oraz jego metodyczna synteza z wykorzystaniem komputerowego modelowania procesów.

### Literatura

#### Podstawowa

Trzcieliński S., Pawłowski G. (2023). Knowledge in the Discovery of Market Opportunities. W: Proceedings of the 24th European Conference on Knowledge Management ECKM 2023. Vol. 1: Academic Conferences International Limited, Reading, UK, 2023, s. 1366-1374.

Trzcielinski S. (2021). Model of the Opportunity Recognition Process. In: Innovation Management and information Technology impact on Global Economy in the Era of Pandemic, IBIMA Conference, pp. 8733-8743.

Trzcieliński S. (2011) Przedsiębiorstwo zwinne, Wydawnictwo Politechniki Poznańskiej, Poznań.

Trzcieliński S., Trzcielińska J. (2011). Some Elements of Theory of Opportunities, Human Factors and Ergonomics in Manufacturing & Service Industries 21 (2) 124–131.

#### Uzupełniająca

Krupski R. (2013). Rodzaje okazji w teorii i w praktyce zarządzania. Prace Naukowe Wałbrzyskiej Wyższej Szkoły Zarządzania i Przedsiębiorczości, T. 21, Wałbrzych.

Yitshaki, R., Kropp, F. (2018). Revisiting entrepreneurial motivation and opportunity recognition. In: A Research Agenda for Entrepreneurial Cognition and Intention, Edward Elgar Publishing Ltd., pp. 122-141.

### Bilans nakładu pracy przeciętnego studenta

	Godzin	ECTS
Łączny nakład pracy	30	1,0
Zajęcia wymagające bezpośredniego kontaktu z nauczycielem	15	0,5
Praca własna studenta (studia literaturowe, przygotowanie do zajęć laboratoryjnych/ćwiczeń, przygotowanie do kolokwiiów, wykonanie projektu) <sup>1</sup>	15	0,5

<sup>1</sup> niepotrzebne skreślić lub dopisać inne czynności