

| | | | | | | | | | | | |
|---|--|----------------|--------------|---------------|--------------------|-------------------------|--------------|-----------|---|-----------|---|
| Nazwa przedmiotu | Przedsiębiorczość innowacyjna | | | | Kod ECTS | 04.0.E.FZ.126 | | | | | |
| | | | | | Pkt.ECTS | 2 | | | | | |
| | | | | | Limit osób | 30 | | | | | |
| Jednostka prowadząca przedmiot | KMakr | Nazwa kierunku | Ekonomia/MSG | | Nazwa specjalności | BRAK; | | | | | |
| Nazwisko prowadzącego | dr Andrzej Poszewiecki | | | | | | | | | | |
| Forma zajęć/Liczba godzin | | | | | | | | | | | |
| Wykład | 20 | Ćwiczenia | 0 | Konwersatoria | 0 | Laboratoria komputerowe | 0 | Seminaria | 0 | Lektoraty | 0 |
| Forma aktywności | | | | | | Rok i rodzaj studiów: | 3 NS1, | | | | |
| Godziny z udziałem nauczyciela akademickiego (w tym konsultacje, egzaminy i inne): | | | | | | Semestr: | 5, | | | | |
| Godziny bez udziału nauczyciela akademickiego (samodzielna praca studenta): | | | | | | Status przedmiotu: | Fakultatywny | | | | |
| Sumaryczna liczba godzin: | | | | 0 | Język wykładowy: | polski | | | | | |
| Sposób realizacji zajęć | Zajęcia on-line. | | | | | | | | | | |
| Metody dydaktyczne | Formy kształcenia na odległość (e-learning), | | | | | | | | | | |
| Określenie przedmiotów wprowadzających wraz z wymogami wstępnymi | | | | | | | | | | | |
| Wymagania formalne | Podstawy wiedzy z zakresu marketingu, zarządzania, finansów | | | | | | | | | | |
| Wymagania wstępne | Podstawy wiedzy z zakresu marketingu, zarządzania, finansów. Umiejętności związane z przygotowaniem analiz. | | | | | | | | | | |
| Sposób i forma zaliczenia oraz kryteria oceny | | | | | | | | | | | |
| Sposób zaliczenia | Egzamin | | | | | | | | | | |
| Kryteria oceny | Projekt W przypadku oceny projektu (jego tematyka dotyczyć będzie stworzenia koncepcji nowego przedsięwzięcia biznesowego) pod uwagę będą brane: - innowacyjność pomysłu, - zgodność zaproponowanego pomysłu z wymogami podanymi przez wykładowcę, - argumentacja wskazująca na możliwość realizacji i wdrożenia pomysłu, - jakość przygotowanej prezentacji. | | | | | | | | | | |
| Cele przedmiotu | | | | | | | | | | | |
| Celem przedmiotu do wyboru jest uzupełnienie realizacji wybranych celów kształcenia w zakresie wiedzy, umiejętności i kompetencji społecznych przewidzianych dla kierunków ekonomia i / lub międzynarodowe stosunki gospodarcze. | | | | | | | | | | | |
| Efekty uczenia się | | | | | | | | | | | |
| Treści programowe | | | | | | | | | | | |
| 1_Dlaczego własny biznes? 2_Cechy i umiejętności liderów nowych przedsięwzięć 3_Od pomysłu do wstępnej koncepcji biznesu 4_Wybór formy prawnej dla nowego przedsięwzięcia 5_Źródła finansowania 6_System finansowo-księgowy 7_Zespół założycielski, kadry, kultura organizacyjna firmy na starcie 8_Jak zaistnieć na rynku? 9_Franchising 10_Wykorzystanie potencjału internetu 11_Uruchomienie firmy - i co dalej | | | | | | | | | | | |
| Wykaz literatury podstawowej i uzupełniającej | | | | | | | | | | | |
| Literatura obowiązkowa: J. Cieślak, <i>Przedsiębiorczość dla ambitnych. Jak uruchomić własny biznes</i> , Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa, 2006 Literatura uzupełniająca: P. F. Drucker, <i>Innowacja i przedsiębiorczość. Polityka i zasady</i> , PWE, Warszawa 1992 L. Lewandowska, <i>Niekonwencjonalne formy finansowania przedsiębiorczości</i> , ODDK, Gdańsk 1999 L. Lewandowska, <i>Rozwój firmy. Koncepcje zarządzania i finansowania</i> , ODDK, Gdańsk 2001 Ph. Kotler, <i>Marketing. Analiza, planowanie, wdrażanie, kontrola</i> , Gebethner i S-ka, Warszawa 1994. M. Porter, <i>Strategia konkurencji</i> , Państwowe Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 1994. | | | | | | | | | | | |



Kontakt

andrzej.poszowiecki@ug.edu.pl