

Nazwa przedmiotu		Strategiczne zarządzanie przedsiębiorstwem innowacyjnym - warsztaty praktyczne					Kod ECTS	14.3.E.SZ.2315			
							Pkt.ECTS	3			
Jednostka prowadząca przedmiot		KEIE	Nazwa kierunku		Ekonomia		Nazwa specjalności		IWG;		
Nazwisko prowadzącego		dr Joanna Kuczewska, mgr Jakub Kwiatkowski									
Forma zajęć/Liczba godzin											
Wykład	0	Ćwiczenia	30	Konwersatoria	0	Laboratoria komputerowe	0	Seminaria	0	Lektoraty	0
Forma aktywności						Rok i rodzaj studiów:		1 SS2,			
Godziny z udziałem nauczyciela akademickiego (w tym konsultacje, egzaminy i inne):				60		Semestr:		1,			
Godziny bez udziału nauczyciela akademickiego (samodzielna praca studenta):				15		Status przedmiotu:		Obligatoryjny			
Sumaryczna liczba godzin:				75		Język wykładowy:		polski			
Sposób realizacji zajęć		Zajęcia poza pomieszczenia dydaktycznymi UG. PPNT									
Metody dydaktyczne		Wykłady z prezentacjami multimedialnymi, Aktywność w grupach, współpraca, Ćwiczenia z wykorzystaniem metod aktywizujących, Studia przypadków,									
Określenie przedmiotów wprowadzających wraz z wymogami wstępnymi											
Wymagania formalne		mikroekonomia									
Wymagania wstępne		znajomość teorii ekonomii ze szczególnym uwzględnieniem teorii przedsiębiorstwa; znajomość struktur rynku; umiejętność pracy w grupach; aktywne zaangażowanie w prace zespołową									
Sposób i forma zaliczenia oraz kryteria oceny											
Sposób zaliczenia		Zaliczenie na ocenę									
Kryteria oceny		Przygotowanie indywidualnych lub grupowych projektów dotyczących strategii rozwoju przedsiębiorstwa									
Cele przedmiotu											
Zapoznanie studentów z podstawowymi zagadnieniami zarządzania przedsiębiorstw innowacyjnych											
wiedza: E2_W04, E2_W09, E2_W11											
umiejętności: E2_U01, E2_U02, E2_U06											
kompetencje: E2_K04											
Efekty kształcenia się											
Wiedza	E2_W04	Student dysponuje podstawową i uporządkowaną wiedzą z zakresu zarządzania współczesnym przedsiębiorstwem, w tym na rynku międzynarodowym									
	E2_W09	Student zdobywa wiedzę na temat formułowania strategii działania przedsiębiorstwa w warunkach zmiennego, burzliwego i wymagającego otoczenia; zdobycie umiejętności analizy otoczenia okołobiznesowego oraz zasobów wewnętrznych przedsiębiorstwa									
	E2_W11	Student dowiadyuje się jak wykorzystać praktyczne narzędzia oceny pozycji konkurencyjnej firmy; poznaje więzi ekonomiczne oraz rządzących nimi prawidłowości									
Weryfikacja efektów kształcenia - Wiedza											
Efekty	egzamin pisemny	egzamin ustny	kolokwium	esej/referat /portfolio	zadania / prace domowe	prezentacja indywidualna	prezentacja grupowa	aktywność na zajęciach	udział w dyskusji	projekt indywidualny	projekt grupowy
E2_W04								X	X		
E2_W09								X	X		
E2_W11								X	X		X

Umiejętności	E2_U01	Student potrafi wykorzystać podstawową wiedzę teoretyczną w praktyce, w odniesieniu do funkcjonowania podmiotów gospodarczych
	E2_U02	Wykorzystując specjalistyczną wiedzę z dziedziny ekonomii potrafi identyfikować i analizować relacje występujące między przedsiębiorstwami i posiada umiejętność ich rozumienia
	E2_U06	Student posiada wiedzę na temat analizowania, interpretowania i planowania strategicznego; pracy grupowej nad analizą konkurencyjności przedsiębiorstw

**Weryfikacja efektów kształcenia - Umiejętności**

Efekty	egzamin pisemny	egzamin ustny	kolokwium	esej/referat /portfolio	zadania / prace domowe	prezentacja indywidualna	prezentacja grupowa	aktywność na zajęciach	udział w dyskusji	projekt indywidualny	projekt grupowy
E2_U01								X	X		X
E2_U02								X	X		X
E2_U06								X	X		X

Kompetencje	E2_K04	Kształtowanie postaw przedsiębiorczości; umiejętność pracy w grupie; wspólne analizowanie problemu i delegowanie uprawnień w zespole, przygotowanie do podejmowania decyzji i realizacji zadań w zespołach projektowych; umiejętności analizowania i wyboru czynników istotnych dla formułowania strategii działań. Umiejętność logicznego myślenia i komunikowania się z otoczeniem; dostosowanie się do nowych sytuacji i warunków; podejmowanie nowych wyzwań kreatywnego i nabywanie odporności na porażki. Kształtowanie postaw związanych z etyką biznesu i społeczną jego odpowiedzialnością
-------------	--------	---

**Weryfikacja efektów kształcenia - Kompetencje**

Efekty	egzamin pisemny	egzamin ustny	kolokwium	esej/referat /portfolio	zadania / prace domowe	prezentacja indywidualna	prezentacja grupowa	aktywność na zajęciach	udział w dyskusji	projekt indywidualny	projekt grupowy
E2_K04											X

**Treści programowe**
**1.Design jako element przewagi konkurencyjnej firmy**

Wdrażanie nowego produktu - schemat czynności, Case study - nowa szatkownica do warzyw  
 Brief - debrief - specyfikacja projektowa; autorskie opracowanie specyfikacji projektu wzorniczego w zespołach; koncepcje nowego produktu, analiza możliwości realizacji, badania, weryfikacja wg listy kontrolnej, wybór wariantu do szczegółowego opracowania, kompletny projekt wzorniczy, autorskie propozycje możliwych rozwiązań; prezentacja wyników sesji 2 (20 minut każdy zespół) z dyskusją o możliwych skutkach ich realizacji, podsumowanie

**2.Etykieta w biznesie**

Wprowadzenie w tematykę partnerskiej relacji w biznesie, savoir vivre w komunikacji - o czym należy pamiętać, na co zwracać uwagę, a czego unikać, aby być profesjonalistą?, Postawy i gesty, które pomagają pokonać bariery i stworzyć partnerską relację

- Odległość jako kluczowa płaszczyzna partnerstwa
- Kontakt wzrokowy
- Przywitanie jako czynnik otwierający relację w biznesie
- Wygląd i ton głosu
- Jak zarządzać swoją przestrzenią?

Słuchanie jako umiejętność, która buduje poprawną relację między partnerami w biznesie, przegląd technik aktywnego słuchania, co zrobić, aby rozmówca czuł, że go słucham? Spotkanie biznesowe - jak je poprowadzić zachowując zasady partnerskiej współpracy? Podczas tego modułu uczestnicy będą mieli okazję sprawdzić swoje umiejętności prowadzenia spotkań biznesowych, etyka w biznesie czyli wartości, na których opiera się "zdrowy" biznes?

**3.Przygotowanie do spotkania z inwestorem**

Źródła finansowania przedsięwzięć na wczesnym etapie rozwoju, proces pozyskiwania środków pieniężnych i kapitału - etapy, anioły biznesu, fundusze venture capital, inne instytucje finansowe, w jaki sposób należy przygotować się do rozmów z inwestorem, czynności przygotowawcze - teaser, prezentacje, Business Plan, na co inwestorzy zwracają szczególną uwagę w przedstawianych projektach, jakie błędy popełniają osoby/ zespoły ubiegające się o środki kapitałowe/ inwestora, najczęściej popełniane błędy, jak przekonać do siebie inwestora

#### **4.Zarządzanie strategiczne firmą**

Co to jest strategia, wyzwania i dylematy współczesnego biznesu, kluczowe czynniki powodzenia firmy, test zasobów strategicznych przedsiębiorstwa, planowanie strategiczne, inicjatywy w biznesie, wartość dodana, wizja, misja i strategia w praktyce, przygotowanie start - up i spotkanie z inwestorem .

#### **5.Design thinking**

Wprowadzenie do tematu design thinking, rola poznania użytkowników przy tworzeniu nowych produktów i usług, Generowanie pomysłów z wykorzystaniem design thinking - studia przypadków i warsztaty praktyczne.

#### Wykaz literatury podstawowej i uzupełniającej

1. Gierszewska G., Romanowska M., Analiza strategiczna przedsiębiorstwa, PWE Warszawa 2009;
2. Porter M. E., Porter o konkurencji, PWE, Warszawa 2001;
3. Porter M. E., Strategia konkurencji. Metody analizy sektorów i konkurentów, 2010;
4. Jarczyński A., Etykieta w biznesie, Wydawnictwo helion 2009
5. Cook G. O., Cook R. A., Yale L.J., Etykieta biznesu, Wolters Kluwer, 2009
6. Pierścionek Z., Zarządzanie strategiczne w przedsiębiorstwie, PWN, 2012
7. Chojnacka E., Kołosowska B., Tokarski A., Tokarski M., Strategie finansowania działalności przedsiębiorstw, Wolters Kluwer 2014
8. Brown T., Zmiana przez design: jak design thinking zmienia organizacje i pobudza innowacyjność, 2013
9. Cross N., Design Thinking. Understanding How Designers Think and Work, wydawnictwo, A&C Black 2011;

Kontakt

[ekoju@univ.gda.pl](mailto:ekoju@univ.gda.pl), [j.kwiatkowski@ug.edu.pl](mailto:j.kwiatkowski@ug.edu.pl),