

Nazwa przedmiotu		Finansowanie społecznościowe					Kod ECTS	14.3.E.SL.3599				
							Pkt.ECTS	2				
Jednostka prowadząca przedmiot		KZPR	Nazwa kierunku		MSG	Nazwa specjalności		C2SOB;				
Nazwisko prowadzącego		dr Urszula Mrzygłód, dr Joanna Adamska-Mieruszevska										
Forma zajęć/Liczba godzin												
Wykład	0	Ćwiczenia	0	Konwersatoria	12	Laboratoria komputerowe	0	Seminaria	0	Lektoraty	0	
Forma aktywności						Rok i rodzaj studiów:		2 NS2,				
Godziny z udziałem nauczyciela akademickiego (w tym konsultacje, egzaminy i inne):						Semestr:		4,				
Godziny bez udziału nauczyciela akademickiego (samodzielna praca studenta):						Status przedmiotu:		Obligatoryjny				
Sumaryczna liczba godzin:						0	Język wykładowy:		polski			
Sposób realizacji zajęć		Zajęcia w sali dydaktycznej.										
Metody dydaktyczne		Ćwiczenia z wykorzystaniem metod aktywizujących, Dyskusja na zajęciach konwersatoryjnych, Aktywność w grupach, współpraca,										
Określenie przedmiotów wprowadzających wraz z wymogami wstępnymi												
Wymagania formalne		Brak.										
Wymagania wstępne		Brak.										
Sposób i forma zaliczenia oraz kryteria oceny												
Sposób zaliczenia		Zaliczenie na ocenę										
Kryteria oceny		Zajęcia odbywają się w formie ćwiczeń i konwersatorium. Ocena wyznaczana zgodnie z regulaminem studiów na podstawie aktywności w trakcie zajęć (20 proc.), udziału w dyskusji (20 proc.) i prezentacji projektu wykonywanego w grupach (60 proc.).										
Cele przedmiotu												
Głównym celem przedmiotu jest zapoznanie studentów z możliwościami finansowania społecznościowego. W trakcie zajęć są omawiane konkretne przypadki, uwaga jest skoncentrowana na tych elementach kampanii, które dają większe prawdopodobieństwo osiągnięcia sukcesu.												
Efekty uczenia się												
Wiedza	MSG2_W10	student dysponuje pogłębioną wiedzą z zakresu finansowych związanych z prowadzeniem działalności gospodarczej, w szczególności pozyskiwaniem środków finansowych na nowe inicjatywy i projekty, zarówno o komercyjnym, jak i społecznym charakterze										
	MSG2_W14	student posiada pogłębioną wiedzę z zakresu podejmowania decyzji ekonomicznych przez osoby indywidualne, w szczególności rozumie, że decyzje te mogą się różnić w zależności od skali prowadzonej działalności										
Weryfikacja efektów uczenia się - 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	
MSG2_W10							X	X	X		X	
MSG2_W14							X	X			X	
Umiejętności	MSG2_U01	student potrafi twórczo interpretować i wyjaśniać problemy finansowania społecznościowego w oparciu o wiedzę z zakresu finansów										
	MSG2_U04	student potrafi identyfikować i analizować relacje pomiędzy organizatorami a odbiorcami transakcji finansowania społecznościowego, rozumie wpływ otoczenia gospodarczego na rodzaj zgłaszanych kampanii										
	MSG2_U06	student potrafi zidentyfikować rodzaje ryzyka związane z finansowaniem społecznościowym w odniesieniu do różnych kategorii uczestników										

Weryfikacja efektów uczenia się - 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
MSG2_U01							X		X		X
MSG2_U03								X	X		
MSG2_U06							X		X		X
Kompetencje	MSG2_K05	student rozumie możliwości jakie stwarza finansowanie społecznościowe dla projektów nietypowych, aktualnych i związanych ze zrównoważonym rozwojem, potrzebami lokalnych społeczności									
	MSG2_K07	student rozumie czym są potrzeby społeczne, różnorodność kultur i jest gotów uwzględniania ich w swoim działaniu									

Weryfikacja efektów uczenia się - 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
MSG2_K05									X		
MSG2_K07									X		

Treści programowe

1. Finansowanie społecznościowe, crowdfunding, crowdinvesting, crowdsourcing - wprowadzenie, podstawowe pojęcia, rodzaje crowdfundingu, porównanie do innych form finansowania.
2. Crowdinvesting i crowdfunding: analiza porównawcza, rozwój rynku w Polsce i na świecie.
3. Kampanie crowdfundingowe: struktura i etapy kampanii, cel i odbiorcy kampanii, budżet kampanii. Analiza kampanii crowdfundingowych z różnych rynków - przykłady.
4. Udaane i nieudane kampanie crowdfundingowe - czym się różnią, co zawiodło? Analiza jakościowa i ilościowa (statystyczna).
5. Finansowanie społecznościowe - podstawowe regulacje.
6. Kampanie społecznościoowe ukierunkowane na zrównoważony rozwój, realizację lokalnych potrzeb społecznych.

Wykaz literatury podstawowej i uzupełniającej
Literatura obowiązkowa:

1. Mrzygłód U., Adamska-Mieruszewska J., Skurczyński M., *Charakterystyka inicjatyw crowdfundingowych w Polsce na przykładzie wybranych branż sektora kreatywnego*, [w:] *Crowdfunding w Polsce*, red. A. Pluszyńska i A. Szopa, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2018. Także rozdziały 1-6 z tej pozycji.

Literatura uzupełniająca:

1. Cumming D. J., Johan S.A., *Crowdfunding. Fundamental Cases, Facts, and Insights*, Elsevier Academic Press, 2020.
2. Shneor R., Zhao L., Filten B.T., *Advances in crowdfunding: research and practice* (p. 531), Springer Nature, 2020.
3. Shneor R., Mrzygłód U., Adamska-Mieruszewska J., Fornalska-Skurczyńska A., *The role of social trust in reward crowdfunding campaigns' design and success*, "Electron Markets", 2021, 1-16.
4. Adamska-Mieruszewska J., Mrzygłód U., Suchanek M., Fornalska-Skurczyńska A., *Keep it simple. The impact of language on crowdfunding success*, "Economics & Sociology", 2021, 14(1), pp. 130-144.

Kontakt

urszula.mrzyglod@ug.edu.pl, ioanna.adamska-mieruszewska@ug.edu.pl,