

Nazwa przedmiotu		Design Thinking w biznesie międzynarodowym					Kod ECTS	14.3.E.OL.3727				
							Pkt.ECTS	5				
Jednostka prowadząca przedmiot		KBM	Nazwa kierunku		MSG		Nazwa specjalności		BM;			
Nazwisko prowadzącego		prof. UG dr hab. Joanna Bednarz, dr Aleksandra Aziewicz										
Forma zajęć/Liczba godzin												
Wykład	0	Ćwiczenia	0	Konwersatoria	30	Laboratoria komputerowe	0	Seminaria	0	Lektoraty	0	
Forma aktywności							Rok i rodzaj studiów:		3 SS1,			
Godziny z udziałem nauczyciela akademickiego (w tym konsultacje, egzaminy i inne):							Semestr:		6,			
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		Aktywność w grupach, współpraca, Projekt grupowy										
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		Zaliczenie: prezentacja projektu realizowanego przez Studentów w grupach. System oceniania zgodny z Regulaminem studiów.										
Cele przedmiotu												
Celem przedmiotu jest przygotowanie biznesplanu wybranego przedsiębiorstwa. Ponadto celem jest zapoznanie studentów z metodą pracy wg koncepcji Design Thinking wraz z jej praktycznym zastosowaniem w procesie opracowywania biznesplanu.												
Efekty uczenia się												
Wiedza	MSG1_W02	Student zna podstawową terminologię z zakresu przedsiębiorczości na rynku krajowym i międzynarodowym.										
	MSG1_W05	Student zna zasady funkcjonowania rynku i mechanizmu rynkowego, zarówno w aspekcie krajowym, międzynarodowym i globalnym.										
	MSG1_W08	Student zna w sposób pogłębiony wybrane metody i narzędzia opisu zjawisk ekonomicznych, w tym techniki pozyskiwania danych, pozwalające opisywać i analizować podmioty gospodarcze funkcjonujące na rynku.										
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	
MSG1_W02								X	X		X	
MSG1_W05								X	X		X	
MSG1_W08								X	X		X	
Umiejętności	MSG1_U01	Student potrafi prawidłowo interpretować i analizować zjawiska ekonomiczne.										
	MSG1_U02	Student umie wykorzystać podstawową wiedzę w odniesieniu do funkcjonowania podmiotów gospodarczych na rynku krajowym i międzynarodowym.										
	MSG1_U04	Student potrafi obserwować, analizować i interpretować procesy gospodarcze zachodzące w gospodarce otwartej.										
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
MSG1_U01								X	X		X
MSG1_U02								X	X		X
MSG1_U04								X	X		X
Kompetencje	MSG1_K02	Student potrafi współpracować w zespole, w tym przyjmować różne role zespołowe, posiada elementarne umiejętności organizacyjne, które pozwalają na realizację założonych celów.									
	MSG1_K06	Student potrafi myśleć i działać w sposób przedsiębiorczy.									

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
MSG1_K02								X	X		X
MSG1_K06								X	X		X

Treści programowe

Przygotowanie biznesplanu wybranego przedsiębiorstwa przez studentów; praca projektowa w grupach.

1. Biznesplan - istota, rodzaje, funkcje, struktura
2. Ogólna charakterystyka przedsiębiorstwa, obszar działania
3. Analiza rynku
4. Analiza SWOT/TOWS
5. Strategie naśladowców i specjalistów rynkowych
6. Strategie cenowe, dystrybucji i promocji
7. Źródła finansowania przedsiębiorstwa
8. Plan finansowy przedsiębiorstwa
9. Struktura organizacyjna i plan zatrudnienia

Opracowanie produktu lub usługi z wykorzystaniem koncepcji design thinking uwzględniając wszystkie etapy: empatia, definiowanie problemu, generowanie pomysłów, prototypowanie, testowanie. Projektowany metodą Design Thinking produkt lub usługa stanowią element tworzonego przez studentów biznesplanu.

Wykaz literatury podstawowej i uzupełniającej
Literatura podstawowa:

1. J. Bednarz, E. Gostomski, *Działalność małych i średnich przedsiębiorstw na rynkach zagranicznych*, Wydawnictwo Uniwersytetu Gdańskiego, Gdańsk 2009.
2. K. Wach, *Własny biznes w Unii Europejskiej*, Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie, Kraków 2008.
3. *Badania marketingowe. Od teorii do praktyki*. Redakcja D. Maison, A. Noga - Bogomiłski, Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne, Gdańsk 2007.
4. *Badania marketingowe. Teoria i praktyka*. Redakcja naukowa K. Mazurek - Łopacińska, PWN, Warszawa 2011.

Literatura studiowana samodzielnie przez studenta:

Materiały przekazywane przez osoby prowadzące

Kontakt

joanna.bednarz@ug.edu.pl, aleksandra.aziewicz@ug.edu.pl,