



Karta przedmiotu

Nazwa i kod przedmiotu	ENTREPRENEURSHIP AND CREATIVITY, PG_00037896						
Kierunek studiów	Zarządzanie (studia w jęz. angielskim)						
Data rozpoczęcia studiów	październik 2022 r.	Rok akademicki realizacji przedmiotu			2023/2024		
Poziom kształcenia	II stopnia	Grupa zajęć			Grupa zajęć fakultatywnych Grupa zajęć powiązanych z prowadzonymi badaniami naukowymi w dziedzinie nauki związanej z kierunkiem - profil ogólnookadernicki		
Forma studiów	stacjonarne	Sposób realizacji			na uczelni		
Rok studiów	2	Język wykładowy			angielski		
Semestr studiów	4	Liczba punktów ECTS			2.0		
Profil kształcenia	ogólnookadernicki	Forma zaliczenia			zaliczenie		
Jednostka prowadząca	Wydział Zarządzania i Ekonomii -> Katedra Przedsiębiorczości						
Imię i nazwisko wykładowcy (wykładowców)	Odpowiedzialny za przedmiot		dr Magdalena Popowska				
	Prowadzący zajęcia z przedmiotu						
Formy zajęć i metody nauczania	Forma zajęć	Wykład	Ćwiczenia	Laboratorium	Projekt	Seminarium	RAZEM
	Liczba godzin zajęć	0.0	30.0	0.0	0.0	0.0	30
	W tym liczba godzin zajęć na odległość: 0.0						
Aktywność studenta i liczba godzin pracy	Aktywność studenta	Udział w zajęciach dydaktycznych, objętych planem studiów		Udział w konsultacjach		Praca własna studenta	RAZEM
	Liczba godzin pracy studenta	30		4.0		16.0	50
Cel przedmiotu	Celem zajęć jest zapoznanie studentów z przedsiębiorczością jako zjawiskiem, podniesienie ich postaw pro-przedsiębiorczych oraz rozwinięcie umiejętności niezbędnych w procesie przedsiębiorczości. Szczególny nacisk zostanie położony na biznes modowy jako reprezentujący przemysł kreatywny.						
Efekty uczenia się przedmiotu	Efekt kierunkowy		Efekt z przedmiotu		Sposób weryfikacji i oceny efektu		
	[K7_W12] ma pogłębioną wiedzę na temat form organizacyjnych przedsiębiorstw i innych instytucji oraz zasad ich tworzenia, funkcjonowania i rozwoju		Student posiada wiedzę na temat tworzenia szablonu modelu biznesu dla wybranego przedsięwzięcia.		[SW1] Ocena wiedzy faktograficznej		
	[K7_U02] analizuje złożone procesy i zjawiska gospodarcze stosując wybrane metody i techniki analizowania danych społeczno-ekonomicznych, jak również formułuje własne opinie i wnioski dotyczące tych procesów i zjawisk		Student generuje różnorodne pomysły na rozwiązanie problemów dotyczących przedsiębiorstwa.		[SU4] Ocena umiejętności korzystania z metod i narzędzi [SU3] Ocena umiejętności wykorzystania wiedzy uzyskanej w ramach przedmiotu		
	[K7_W02] ma pogłębioną wiedzę z zakresu klasycznych i nowoczesnych koncepcji zarządzania oraz możliwości ich zastosowania w zarządzaniu współczesnymi organizacjami różnego typu		Student posiada wiedzę o procesie przedsiębiorczym.		[SW2] Ocena wiedzy zawartej w prezentacji [SW1] Ocena wiedzy faktograficznej		

Treści przedmiotu	<ul style="list-style-type: none"> • Introduction to the class • Defining entrepreneurship and creativity • Entrepreneurship in modern environment (i.a. young entrepreneurs, early stage entrepreneurial activity, intrapreneurship) • Creativity in business - creative process, examples of creative business ideas • Introduction to business idea generation and innovation • Funding for young and early stage entrepreneurs (i.a. crowdfunding, start-ups, incubators) • Trends in entrepreneurship • Factors influencing success in business (finding competitive advantage of young entrepreneurs) • Decision making and risk-management • Real entrepreneur meeting and discussion • Defining the concept of business model • Business idea generation • Brain storming and mind mapping • Introduction to business model canvas • Introduction to value map and customer profile • Generating business ideas /business idea as a solution to an existing economic, social, problem/ • Scanning environment for business opportunities /competitor analysis, external environment analysis, risk analysis/ • Creating business model canvas for students' proposed ideas /i.e. customer segments, value proposition, channels, customer relations, revenue streams, key resources, key activities, key partners, cost structure/ • Summary of the course and presentation of final projects 		
Wymagania wstępne i dodatkowe			
Sposoby i kryteria oceniania osiągniętych efektów uczenia się	Sposób oceniania (składowe)	Próg zaliczeniowy	Składowa oceny końcowej
	Indywidualne zadania	60.0%	20.0%
	Projekt modelu biznesu	60.0%	80.0%
Zalecana lista lektur	Podstawowa lista lektur	<p>Storey D., Greene F.J., "Small business and entrepreneurship", Pearson Education 2010</p> <p>Dion, D., Mazzalovo, G. (2016). Reviving sleeping beauty brands by rearticulating brand heritage, Journal of Business Research 69 (2016) 58945900</p> <p>Donzé, P-Y., Wubs B. (2019). LVMH: Storytelling and organizing creativity in luxury and fashion, International Journal of Fashion Studies Volume 6 Number 1.</p> <p>Darpy, D., Lasri, S., Loupiac, P. (2019). ICICLE: international development of a Chinese eco-friendly fashion brand, CCMP Publishing</p>	
	Uzupełniająca lista lektur	Kuratko D.K., "Introduction to Entrepreneurship", International Students Edition, Cengage Learning, 2009	
	Adresy eZasobów		
Przykładowe zagadnienia/ przykładowe pytania/ realizowane zadania	<p>Przygotuj listę 10 pomysłów biznesowych, które przedstawiś w trakcie burzy mózgów</p> <p>Dokonaj podziału ról w zespole</p> <p>Zidentyfikuj problem społeczny/rynkowy itd. który może później zostać rozwiązany za pomocą pomysłu biznesowego</p> <p>Narysuj mind mapę (mapę myśli) dotyczącą zadanego zagadnienia problemowego ze wskazaniem obszarów, które mogą być zaadresowane później w formie pomysłu biznesowego</p> <p>Wypełnij formularz kanwy modelu biznesowego dla planowanego pomysłu biznesowego</p>		
Praktyki zawodowe w ramach przedmiotu	Nie dotyczy		