Uniwersytet Gdański

Karta przedmiotu

Nazwa i kod przedmiotu	Design thinking w biznesie międzynarodowym (Ćw. audytoryne), PG_00121898		
Kierunek studiów	Międzynarodowe stosunki gospodarcze (O)		
Data rozpoczęcia studiów	październik 2024 r.	Rok akademicki realizacji przedmiotu	2026/2027
Poziom kształcenia	I stopnia - licencjackie	Grupa zajęć	Grupa zajęć obowiązkowych z zakresu kierunku studiów
Forma studiów	stacjonarne	Sposób realizacji	na uczelni
Rok studiów	3	Język wykładowy	polski
Semestr studiów	6	Liczba punktów ECTS	4.0
Profil kształcenia	ogólnoakademicki	Forma zaliczenia	zaliczenie
Jednostka prowadząca			
Imię i nazwisko wykładowcy (wykładowców)	Odpowiedzialny za przedmiot	dr Dominik Aziewicz	
	Prowadzący zajęcia z przedmiotu	dr Dominik Aziewicz	

Formy zajęć							
	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	0.0	0.0	30

Cel przedmiotu	Celem przedmiotu jest zapoznanie studentow z metoda pracy wg koncepcji Design Thinking wraz z jej praktycznym zastosowaniem w procesie opracowywania biznesplanu.

Efekty uczenia się przedmiotu	Efekt kierunkowy	Efekt z przedmiotu	Sposób weryfikacji i oceny efektu
	[MSGL3_U01] potrafi prawidłowo interpretować i wyjaśniać zjawiska gospodarcze i społeczne, analizować ich przyczyny, przebieg oraz powiązania między tymi zjawiskami, korzystając z posiadanej wiedzy z ekonomii, finansów i międzynarodowych stosunków gospodarczych	Student potrafi prawidłowo interpretować i analizować zjawiska ekonomiczne. Potrafi wykonać zadanie projektowe metodą Design Thinking oraz konsultuje jego założenia i postępy z prowadzącym zajęcia podczas konsultacji oraz bloków projektowych. Bloki projektowe ujęte są w planie zajęć a terminy i miejsca konsultacji opublikowane na stronie internetowej UG	[SU2] prezentacja/projekt/referat/ raport [SU8] obserwacja samodzielnej lub zespołowej pracy studenta
	[MSGL3_K06] jest gotów do kierowania się w życiu zawodowym etyką biznesu i społeczną odpowiedzialnością biznesu, poszanowania dla innych oraz bycia lojalnym wobec pracodawcy	Podejmując decyzje biznesowe, student kieruje się etyką biznesu i społeczną odpowiedzialnością biznesu.	[SK2] prezentacja/projekt/referat/ raport [SK8] obserwacja samodzielnej lub zespołowej pracy studenta
	[MSGL3_W08] zna i rozumie fundamentalne dylematy współczesnej cywilizacji, w tym strategię zrównoważonego rozwoju i społeczną odpowiedzialność biznesu	Student rozumie istotę celów zrównoważonego rozwoju i społecznej odpowiedzialności oraz ich wpływ na decyzje podejmowane przez przedsiębiorstwo na rynku międzynarodowym	[SW2] prezentacja/projekt/referat/ raport
	[MSGL3_K02] krytycznie ocenia poziom swojej wiedzy w obszarze ekonomii, wykazuje gotowość do pogłębiania oraz aktualizowania tej wiedzy przez całe życie	Student krytycznie ocenia poziom swojej wiedzy dotyczącej potrzeb konsumentów i oferowanych produktów i wie jak ją pogłębić wykorzystując metodę design thining	[SK2] prezentacja/projekt/referat/ raport [SK8] obserwacja samodzielnej lub zespołowej pracy studenta
	[MSGL3_W05] zna i rozumie podstawowe zasady tworzenia oraz rozwoju różnych form przedsiębiorczości	Student zna i rozumie podstawowe zasady rozwiązywania problemów biznesowych metodą design thinking	[SW2] prezentacja/projekt/referat/ raport
	[MSGL3_U04] wykorzystuje posiadaną wiedzę teoretyczną z zakresu ekonomii do analizy i oceny funkcjonowania podmiotów gospodarczych na rynku międzynarodowym, ze szczególnym uwzględnieniem rynku Unii Europejskiej	Student wykorzystuje posiadaną wiedzę teoretyczną z zakresu ekonomii i design thinking do wykonania projektu grupowego.	[SU2] prezentacja/projekt/referat/ raport [SU8] obserwacja samodzielnej lub zespołowej pracy studenta
	[MSGL3_U02] potrafi oceniać zjawiska gospodarcze i społeczne zachodzące w gospodarce otwartej, interpretować niezbędne w tym zakresie dane statystyczne oraz wskaźniki ekonomiczne, a także prognozować zjawiska i procesy gospodarcze z wykorzystaniem standardowych metod i narzędzi stosowanych w naukach ekonomicznych	Student umie interpretować zebrany materiał empiryczny, dokonać jego analizy i na jego podstawie zaproponować rozwiązanie metodą design thinking	[SU2] prezentacja/projekt/referat/ raport [SU8] obserwacja samodzielnej lub zespołowej pracy studenta
	[MSGL3_W02] zna i rozumie w zaawansowanym stopniu terminologię z zakresu międzynarodowych stosunków gospodarczych i dyscyplin komplementarnych	Student zna podstawową terminologię z zakresu przedsiębiorczości na rynku krajowym i międzynarodowym.	[SW2] prezentacja/projekt/referat/ raport

<table>
<tr><td>Treści przedmiotu</td><td colspan="3">Opracowanie produktu lub usługi z wykorzystaniem koncepcji design thinking uwzgledniajac wszystkie etapy:

1. empatia

2. definiowanie problemu,

3. generowanie pomysłow,

4. prototypowanie

5. testowanie.</td></tr>
<tr><td>Wymagania wstępne i dodatkowe</td><td colspan="3"></td></tr>
<tr><td>Sposoby i kryteria oceniania osiąganych efektów uczenia się</td><td colspan="3"><table><tr><th>Sposób oceniania (składowe)</th><th>Próg zaliczeniowy</th><th>Składowa oceny końcowej</th></tr><tr><td>Projekt realizowany przez studentów w grupach</td><td>51.0%</td><td>100.0%</td></tr></table></td></tr>
<tr><td rowspan="3">Zalecana lista lektur</td><td>Podstawowa lista lektur</td><td colspan="2">1. Poradnik design thinking - czyli jak wykorzystać myślenie projektowe w biznesie, B. Michalska-Dominiak, P. Grocholiński, Onepress, 2019.

2. J. Bednarz, E. Gostomski, Działalnosc małych i srednich przedsiebiorstw na rynkach zagranicznych, Wydawnictwo Uniwersytetu Gdanskiego, Gdansk 2009.</td></tr>
<tr><td>Uzupełniająca lista lektur</td><td colspan="2">Materiały przekazywane przez osoby prowadzace.

K. Wach, Własny biznes w Unii Europejskiej, Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie, Krakow 2008. 3. Badania marketingowe. Od teorii do praktyki. Redakcja D. Maison, A. Noga - Bogomilski, Gdanskie Wydawnictwo Psychologiczne, Gdansk 2007. Badania marketingowe. Teoria i praktyka. Redakcja naukowa K. Mazurek - Łopacinska, PWN, Warszawa 2011.</td></tr>
<tr><td>Adresy eZasobów</td><td colspan="2"></td></tr>
<tr><td>Przykładowe zagadnienia/ przykładowe pytania/ realizowane zadania</td><td colspan="3"></td></tr>
<tr><td>Praktyki zawodowe w ramach przedmiotu</td><td colspan="3">Nie dotyczy</td></tr>
</table>

Dokument wygenerowany elektronicznie. Nie wymaga pieczęci ani podpisu.