

Karta przedmiotu

Nazwa i kod przedmiotu	Modele biznesowe przedsiębiorstw (Wykład), PG_00172703						
Kierunek studiów	Biznes i technologia ekologiczna (O)						
Data rozpoczęcia studiów	październik 2025 r.		Rok akademicki realizacji przedmiotu		2026/2027		
Poziom kształcenia	II stopnia		Grupa zajęć				
Forma studiów	stacjonarne		Sposób realizacji		na uczelni		
Rok studiów	2		Język wykładowy		polski		
Semestr studiów	3		Liczba punktów ECTS		3.0		
Profil kształcenia	ogólnoakademicki		Forma zaliczenia		egzamin		
Jednostka prowadząca	Rektor -> Wydział Ekonomiczny -> Katedra Makroekonomii						
Imię i nazwisko wykładowcy (wykładowców)	Odpowiedzialny za przedmiot		dr Andrzej Poszewiecki				
	Prowadzący zajęcia z przedmiotu		dr Andrzej Poszewiecki				
Formy zajęć	Forma zajęć	Wykład	Ćwiczenia	Laboratorium	Projekt	Seminarium	RAZEM
	Liczba godzin zajęć	7.0	0.0	0.0	0.0	0.0	7
	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	7		6.0		62.0	75
Cel przedmiotu	Celem przedmiotu jest zdobycie przez studenta umiejętności analizy modeli biznesowych istniejących przedsiębiorstw oraz projektowanie modeli biznesowych dla nowych przedsięwzięć gospodarczych i nowych przedsiębiorstw.						

Efekty uczenia się przedmiotu	Efekt kierunkowy	Efekt z przedmiotu	Sposób weryfikacji i oceny efektu
	[BiTEMU2_U04] samodzielnie analizuje zjawiska i procesy ekonomiczne, dokonuje teoretycznej oceny tych zjawisk w wybranych obszarach, z zastosowaniem odpowiednio dobranej metody badawczej	Student dokonuje analizy modeli biznesowych firm, oceniając ich skuteczność w kontekście teoretycznym i praktycznym.	[SU2] prezentacja/projekt/referat/raport
	[BiTEMU2_U02] korzysta w praktyce różnych form i zakresu zdobytej wiedzy ekonomicznej uzupełniając ją o krytyczną analizę skuteczności i przydatności	Student wykorzystuje wiedzę ekonomiczną do krytycznej oceny funkcjonowania modeli biznesowych w różnych branżach.	[SU2] prezentacja/projekt/referat/raport
	[BiTEMU2_K03] potrafi odpowiednio określać priorytety i planować oraz organizować zadania związane z ich realizacją, a także monitorować i oceniać postępy	Student planuje i organizuje etapy tworzenia oraz analizy modeli biznesowych przedsiębiorstw, monitorując osiągane rezultaty.	[SK2] prezentacja/projekt/referat/raport
	[BiTEMU2_U03] samodzielnie proponuje rozwiązania konkretnego problemu ekonomicznego i przeprowadzenia procedur podjęcia rozstrzygnięć w tym zakresie	Student proponuje rozwiązania dotyczące optymalizacji modeli biznesowych dla wybranych przedsiębiorstw.	[SU2] prezentacja/projekt/referat/raport
	[BiTEMU2_W03] ma pogłębioną wiedzę o procesach, zjawiskach, podmiotach, strukturach i instytucjach ekonomicznych oraz o szczegółowych zasadach ich funkcjonowania	Student posiada wiedzę o procesach tworzenia modeli biznesowych oraz ich roli w strukturach organizacyjnych przedsiębiorstw.	[SW2] prezentacja/projekt/referat/raport
	[BiTEMU2_W06] ma pogłębioną wiedzę o poglądach na temat wybranych rodzajów podmiotów, struktur i instytucji ekonomicznych oraz wybranych kategorii więzi ekonomicznych i o ich historycznej ewolucji	Student rozumie ewolucję modeli biznesowych i zmiany w strukturach ekonomicznych przedsiębiorstw.	[SW2] prezentacja/projekt/referat/raport
	[BiTEMU2_W08] opisuje zasady tworzenia oraz rozwoju form indywidualnej przedsiębiorczości, wykorzystującej wiedzę z zakresu nauk ekonomicznych	Student opisuje proces tworzenia modeli biznesowych w działalności indywidualnej przedsiębiorczości.	[SW2] prezentacja/projekt/referat/raport
	[BiTEMU2_K02] potrafi współdziałać i pracować w grupie, przyjmując w niej odpowiedzialne role	Student współpracuje w grupie przy opracowywaniu modeli biznesowych, podejmując się odpowiedzialnych zadań.	[SK2] prezentacja/projekt/referat/raport

Treści przedmiotu	1. Typowe modele biznesowe 1.1. Charakterystyka cech modelu biznesowego 1.2. Typowe modele biznesowe przedsiębiorstw - czynniki wyróżnienia 1.3. Charakterystyka głównych modeli typowych na podstawie literatury 1.4. Typowe a innowacyjne modele biznesowe 2. Innowacyjne modele biznesowe 2.1. Charakterystyka innowacyjnego modelu biznesowego 2.2. Czynniki trwałości modelu innowacyjnego 2.3. Czynniki ludzki w modelu innowacyjnym 2.4. Trudności we wdrożeniu innowacyjnego modelu biznesowego i sposoby ich pokonywania 2.5. Dojrzały innowacyjny model biznesowy - charakterystyka 3. Modele biznesowe spółek technologicznych, medialnych i rozrywkowych - analiza empiryczna praktycznych przypadków 3.1. Modele biznesowe spółek technologicznych 3.2. Modele biznesowe spółek związanych z mediami i upowszechnieniem informacji 3.3. Modele biznesowe spółek związanych z przemysłem rozrywkowym 4. Projektowanie modelu biznesowego innowacyjnej firmy 4.1. Formowanie propozycji dla klienta 4.2. Ustalenie celów marketingowych - Klienci (segmenty rynkowe) 4.3. Opis łańcucha wartości w którym będzie działała firma 4.4. Budowa zasobów i kompetencji firmy wspierających pozycję firmy w łańcuchu wartości 4.5. Kalkulacja ekonomiczna - ustalenie zasadniczych elementów przychodowych i kosztowych 4.6. Pozycjonowanie firmy w łańcuchu wartości 4.7. Budowa strategii konkurencyjnej 5. Kreatywne rozwiązania biznesowe i ich wykorzystanie w projektowaniu modeli biznesowych 5.1. Metody kreatywnego myślenia i generowania idei - przegląd 5.2. Kreatywne myślenie w biznesie i jego wykorzystanie w projektowaniu modeli biznesowych 5.3. Sposoby wdrażania kreatywnych modeli biznesowych 5.4. Główne przyczyny niepowodzeń we wdrażaniu kreatywnych modeli biznesowych oraz jak im przeciwdziałać 6. Modele biznesowe spółki spin off 6.1. Istota i zasadnicze elementy modelu biznesowego 6.2. Porównanie zasadniczych modeli biznesowych spółek spin off 6.3. Konstruowanie własnego modelu biznesowego spółki spin off 7. Analiza modelu biznesowego 8. Główne metody projektowania modeli biznesowych		
-------------------	--	--	--

Dokument wygenerowany elektronicznie. Nie wymaga pieczęci ani podpisu.