

# AKADEMIA TECHNICZNO-INFORMATYCZNA W NAUKACH STOSOWANYCH

## KARTA OPISU PRZEDMIOTU

<b>Wydział</b>		<b>Informatyki</b>	
<b>Kierunek</b>		<b>Informatyka</b>	
<b>Specjalność</b>			
<b>Semestr</b>	<b>III</b>	<b>Program studiów, dla którego obowiązuje sylabus</b>	2024/2025
<b>Stopień studiów</b>	<b>I</b>		

<b>Nazwa przedmiotu</b>	<b>Przedsiębiorczość akademicka</b>			
<b>Kod przedmiotu</b>	PA			
<b>Łączna liczba godzin</b>	<b>30</b>	<b>Tryb</b>	stacjonarny	niestacjonarny
<b>Profil kształcenia</b>	Ogólnoakademicki (A)   Praktyczny (P)			
<b>Forma zajęć</b>	wykład			
<b>Język przedmiotu</b>	polski			
<b>Liczba punktów ECTS</b>	3			

<b>Prowadzący zajęcia</b>	
<b>Forma prowadzonych zajęć</b>	<b>Wykład</b>
<b>Wymiar zajęć</b>	<b>30 h</b>
<b>Stopień (tytuł) naukowy</b>	
<b>Imię</b>	
<b>Nazwisko</b>	

<b>Wymagania wstępne</b>	Brak.
<b>Założenia i cele przedmiotu</b>	Kurs przeznaczony jest dla studentów zainteresowanych stawianiem pierwszych kroków w biznesie. Założenia przedmiotu sprowadzają się do tego, aby studenci i absolwenci uczelni otrzymali podstawowy pakiet wiedzy i informacji w zakresie rozpoczęcia oraz prowadzenia własnej działalności gospodarczej. Zajęcia służą wskazaniu możliwości wykorzystania współczesnych koncepcji, metod i technik zarządzania w działalności gospodarczej oraz wyrobieniu umiejętności pozyskiwania zewnętrznych źródeł finansowania i umiejętności podejmowania decyzji w zmieniających się realiach rynkowych.
<b>Metody dydaktyczne</b>	1. Wykład – w formie tradycyjnej lub prezentacji multimedialnej – z elementami dyskusji

<b>Efekty uczenia się (odniesienie do charakterystyk poziomów Polskiej Ramy Kwalifikacji)</b>		<b>Odniesienie do efektów dla kierunku</b>	<b>Odniesienie do efektów uczenia się wg Polskiej Ramy Kwalifikacji</b>
WIEDZA – absolwent zna i rozumie:	01. Podstawowe pojęcia związane z prowadzeniem działalności gospodarczej. 02. Możliwości wsparcia, w tym finansowania działalności gospodarczej.	K_W13	P7S_WG

## AKADEMIA TECHNICZNO-INFORMATYCZNA W NAUKACH STOSOWANYCH

UMIEJĘTNOŚCI – absolwent potrafi	01. Dobiera stosowne do okoliczności koncepcje, metody i techniki zarządzania oraz przewidywać skutki ich wdrożenia.  02. Wybierać adekwatny do potrzeb sposób finansowania działalności gospodarczej.  03. Konstruować strategię marketingową firmy.  04. Oceniać szansę powodzenia przedsięwzięcia na podstawie biznesplanu.	K_U01	P7S_UW P7S_KK
KOMPETENCJE SPOŁECZNE – absolwent jest gotów do	01. Ciągłego samokształcenia się.	K_K03	P7S_UU

Treści programowe		
Lp.	Tematyka zajęć	Liczba godzin
<b>Forma zajęć – wykład</b>		
1	<b>Przedsiębiorczość studencka</b> – Pojęcie przedsiębiorczości – Przedsiębiorczość akademika – Wady i zalety własnej działalności gospodarczej – Czynniki sukcesu i porażki – Ocena własnego potencjału przedsiębiorczości – Ocena kompetencji kandydata do prowadzenia określonego biznesu– ustalenie posiadanych atutów i braków – Sposoby testowania swojego profilu osobowościowego	4
2	<b>Formalno–prawne aspekty działalności gospodarczej</b> – Procedura rejestracji działalności gospodarczej – Rejestracja działalności gospodarczej w gminie – Rejestracja działalności gospodarczej w Krajowym Rejestrze Sądowym – Zgłoszenie działalności w Urzędzie Statystycznym – Zgłoszenie działalności w Urzędzie Skarbowym – Zgłoszenie w Zakładzie Ubezpieczeń Społecznych – Założenie rachunku bankowego – Pozostałe formalności	3
3	<b>Źródła finansowania działalności gospodarczej</b> – Finansowanie ze środków własnych – Finansowanie ze środków obcych – Dźwignia finansowa – Współfinansowanie – Quasi-f finansowanie	3
4	<b>Zarządzanie firmą studencką</b>	4

## AKADEMIA TECHNICZNO-INFORMATYCZNA W NAUKACH STOSOWANYCH

Treści programowe		
	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Pojęcie i zasady zarządzania</li> <li>– Struktura</li> <li>– Zasoby i procesy</li> <li>– Ludzie i motywowanie</li> <li>– Zarządzanie zasobami ludzkimi</li> <li>– Kultura organizacji</li> <li>– Rola menadżera</li> <li>– Negocjacje w biznesie</li> </ul>	
5	<b>Marketing w firmie studenckiej</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Pojęcie i cele marketingu</li> <li>– Analiza otoczenia</li> <li>– Badanie rynku</li> <li>– Etapy rozwoju produkcji/usługi</li> <li>– Segmentacja</li> <li>– Pozycjonowanie</li> <li>– Opracowywanie planu marketingu i sprzedaży</li> <li>– Budowa strategii marketingowej</li> <li>– Strategia produktu</li> <li>– Strategia cenowa</li> <li>– Strategia dystrybucji</li> <li>– Strategia promocji</li> <li>– Marketing partyzancki</li> <li>– Budżet marketingowy</li> </ul>	4
6	<b>Zarządzanie projektami</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Projekt</li> <li>– Cechy projektów</li> <li>– Fazy realizacji projektów</li> <li>– Skuteczne opisanie projektu</li> </ul>	4
7	<b>Działalność na wielu rynkach</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Otoczenie makroekonomiczne</li> <li>– Cechy kulturowe w biznesie</li> </ul>	2
8	<b>Biznesplan</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Cechy biznesplanu</li> <li>– Struktura biznesplanu</li> <li>– Ewentualne rozszerzenia</li> <li>– Załączniki do biznesplanu</li> </ul>	4
9	<b>Instytucje Otoczenia Biznesu (IOB)</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Akademickie Inkubatory Przedsiębiorczości</li> </ul>	2

# AKADEMIA TECHNICZNO-INFORMATYCZNA W NAUKACH STOSOWANYCH

Treści programowe		
	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Agencje Rozwoju regionalnego</li> <li>– Parki technologiczne</li> <li>– Parki przemysłowe</li> <li>– Klastery i inicjatywy sieciowe</li> <li>– Inne IOB</li> </ul>	

<b>Forma i warunki zaliczenia przedmiotu</b>	Kolokwium pisemne.	
<b>Metody weryfikacji efektów uczenia się</b>		<b>Nr efektu uczenia się z sylabusu</b>
	Ocena kolokwium pisemnego.	W01–W02, U01–U03, K01.

<b>Literatura podstawowa</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <i>Finanse małego przedsiębiorstwa w teorii i praktyce</i>, red. H. Zadora, C. H. Beck, Warszawa 2009.</li> <li>2. <i>Finanse przedsiębiorstwa</i>, red. J. Szczepański, L. Szyszko, PWE, Warszawa 2007.</li> </ol>
<b>Literatura uzupełniająca</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. B. Bartkowiak, <i>Fundusze pożyczkowe i poręczenia w finansowaniu małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce</i>, Cedetu, Warszawa 2009.</li> <li>2. M. Gancarczyk, <i>Wsparcie publiczne dla MSP. Postawy teoretyczne a praktyka gospodarcza</i>, C.H. Beck, Warszawa 2010.</li> <li>3. R. Kozielski, <i>Wskaźniki marketingowe</i>, Oficyna Wolters Kluwer business, Kraków 2008.</li> </ol>

Nakład pracy studenta	
	Liczba godzin
Zajęcia dydaktyczne	30
Przygotowanie się do zajęć	15
Studiowanie literatury	15
Udział w konsultacjach	2
Przygotowanie projektu / eseju / prezentacji itp.	
Przygotowanie się do egzaminu / zaliczenia	15
Inne	-
<b>ŁĄCZNY nakład pracy studenta w godz.</b>	<b>77</b>
<b>Liczba punktów ECTS</b>	<b>3</b>