

25. Przedsiębiorczość lokalna

Kod przedmiotu		Nazwa przedmiotu	Przedsiębiorczość lokalna	
Kierunek			Ekonomia - studia pierwszego stopnia	
Rodzaj przedmiotu lub modułu			D. Przedmioty specjalnościowe	
Profil kształcenia (studiów)		praktyczny		
Semestr		5		
Osoba koordynująca przedmiot				
Osoby prowadzące zajęcia				
Język prowadzenia zajęć		Język polski		
Wymiar godzinowy zajęć i pracy studenta			Stacjonarne	Niestacjonarne
1. Wykłady (wspólny udział nauczycieli akademickich i studentów)			30	9
2. Ćwiczenia (wspólny udział nauczycieli akademickich i studentów)			30	27
Razem 1+2			60	36
3. Praktyki (realizowane samodzielnie przez studentów)			—	—
4. Praca własna studenta (w tym prace domowe i projektowe, przygotowanie się do zaliczenia/egzaminu)			40	64
Razem 3+4			40	64
SUMA 1+2+3+4			100	100
Łącznie punktów ECTS wg planu studiów			4	4
Wymagania wstępne i dodatkowe				
Przedmioty realizowane na wcześniejszych semestrach studiów				
Opis efektów uczenia się dla przedmiotu				
	OPIS PRZEDMIOTOWEGO EFEKTU UCZENIA SIĘ			SYMBOL EKK (odniesienie do kierunkowych efektów uczenia się)
	ma wiedzę – zna i rozumie:			Kod efektu

		kierunkowego
	w zaawansowanym stopniu zasady funkcjonowania gospodarki lokalnej	EK.I_W08
	w zaawansowanym stopniu wybrane procesy planowania, organizacji i prowadzenia działalności gospodarczej	EK.I_W11
	ma następujące umiejętności – potrafi, umie:	
	analizować i krytycznie oceniać informacje rynkowe i wykorzystywać je do rozwiązywania praktycznych problemów gospodarczych, w tym do oceny kondycji ekonomicznej przedsiębiorstw i ich pozycji rynkowej	EK.I_U05
	posiada następujące kompetencje społeczne – ma świadomość i jest gotów do:	
	krytycznej oceny posiadanej wiedzy i odbieranych treści dotyczących zagadnień ekonomicznych, uznawania znaczenia wiedzy w rozwiązywaniu problemów poznawczych i praktycznych w realizacji projektów społeczno-ekonomicznych	EK.I_K01
	współpracy w realizacji projektów społeczno-ekonomicznych oraz współorganizowania działalności na rzecz środowiska społecznego, zawodowego i lokalnego	EK.I_K03
Cele kształcenia		
Przekazanie aktualnej wiedzy na temat uruchamiania i prowadzenia działalności gospodarczej oraz dotyczącej innowacyjnych metod i narzędzi przydatnych w kierowaniu małym i średnim przedsiębiorstwem, ze szczególnym uwzględnieniem uwarunkowań lokalnych.		
Treści kształcenia		
Wykłady:		
<ul style="list-style-type: none"> – Przedsiębiorczość – jej źródła i istota; człowiek w procesie przedsiębiorczości; ekonomiczna interpretacja przedsiębiorczości, kulturowe źródła przedsiębiorczości. – Polityka wspierania i rozwoju sektora MSP w Polsce i w EU. – Zróżnicowanie warunków rozwoju przedsiębiorczości w ujęciu przestrzennym; historyczne przesłanki zróżnicowania regionów; środowiskowe przesłanki zróżnicowania regionów; rynkowe przesłanki zróżnicowania regionów. – Czynniki stymulujące i ograniczające rozwój przedsiębiorczości, Otoczenie instytucjonalne przedsiębiorczości, otoczenie komercyjne i niekomercyjne przedsiębiorstw, systemowe mechanizmy wsparcia przedsiębiorczości. – Marketing w małej firmie: marketingowe instrumenty oddziaływania na rynek; strategie marketingowe małych firm; marka firmy i jej znaczenie w osiągnięciu przewagi konkurencyjnej, wizerunek firmy – znaczenie i sposoby kształtowania. – Uwarunkowania i konsekwencje realizacji koncepcji społecznej odpowiedzialności biznesu. 		

Ćwiczenia:

- Podstawowe pojęcie związane z działalnością gospodarczą, przedsiębiorstwo z znaczeniu podmiotowym i przedmiotowym, sposoby definiowania przedsiębiorczości; źródła wiedzy przedsiębiorczej (prawo, organizacja, finanse, podatki, administracja) – odnajdywanie i umiejętne korzystanie.
- Koncepcje przedsiębiorcze, przedsiębiorczość jako zachowanie, przedsiębiorczość jako postawa, przedsiębiorczość w ujęciu systemowym. Decyzja o rozpoczęciu działalności gospodarczej; sposoby rozpoczynania prowadzenia działalności gospodarczej.
- Motywy postaw przedsiębiorczych, cechy przedsiębiorcy, rola i funkcje realizowane przez przedsiębiorcę w firmie, koncepcja przedsiębiorczości intelektualnej.
- Formy organizacyjno – prawne przedsiębiorstw; wady i zalety prowadzenia działalności w zależności od wybranej formy; wybór optymalnej formy; przegląd form prowadzenia działalności gospodarczej (osoba fizyczna jako przedsiębiorca, spółka cywilna, spółki prawa handlowego, spółdzielnie).
- Zastosowanie procedury segmentacji rynku dla określenia profilu działalności gospodarczej.
- Marketingowe i prawne aspekty wybranych czynności związanych z uruchomieniem działalności: nazwa przedsiębiorstwa, strategie nazewnicze, logotyp, slogan.
- Charakterystyka procesu ewidencji i rejestracji działalności gospodarczej
- Innowacyjność przedsiębiorstw, obszary innowacyjności, znaczenie dla konkurencyjności na rynku, źródła finansowania innowacyjności
- Finansowanie działalności gospodarczej, zewnętrzne i wewnętrzne źródła finansowania, charakterystyka: kredytu bankowego, kredytu handlowego, leasingu, franchisingu, forfaitingu, faktoringu, emisji akcji i obligacji, venture capital.
- Pojęcie i istota MSP, rola MSP w gospodarce; uwarunkowania prawne i specyfika działalności w małym rozmiarze; charakter przedsiębiorstwa rodzinnego.
- Bariery rozwoju MSP; system wspierania organizacyjno-instytucjonalnego MPS w Polsce i programach wspólnotowych; otoczenie instytucjonalne przedsiębiorcy: instytucje doradcze, administracja państwowa ze szczególnym uwzględnieniem samorządów lokalnych, jednostki badawczo – rozwojowe, organizacje pozarządowe wspierające przedsiębiorczość.
- Obszary zastosowania badań marketingowych w przedsiębiorstwach.
- Zastosowanie Internetu w funkcjonowaniu nowoczesnej firmy.

Zalecana literatura

Podstawowa:	
<ul style="list-style-type: none"> – Przedsiębiorczość: podstawy teoretyczne / Teresa Piecuch. - Warszawa: C. H. Beck, 2013. – Przedsiębiorczość / Beata Glinka, Svetlana Gudkova. - Warszawa: Wolters Kluwer Polska, 2011. 	
Uzupelniająca:	
<ul style="list-style-type: none"> – Przedsiębiorczość / Krzysztof Zięba. - Warszawa: CeDeWu, 2016. – Przedsiębiorczość : jednostka, organizacja, kontekst / red. nauk. Agnieszka Postuła, Julita Majczyk, Marcin Darecki. - Warszawa: Wydawnictwo Naukowe Wydziału Zarządzania Uniwersytetu Warszawskiego, 2015. – Przedsiębiorczość i innowacyjność terytorialna: region w warunkach konkurencji / Zbigniew Makięła. – Warszawa: Wydawnictwo C. H. Beck, 2013. 	
Metody i formy prowadzenia zajęć	Tak (X) / nie
Wykład z prezentacją multimedialną wybranych zagadnień	
Wykład konwersatoryjny	
Wykład problemowy	X
Wykład informacyjny	X
Dyskusja	X
Praca z tekstem	
Metoda analizy przypadków	X
Uczenie problemowe (Problem-based learning)	X
Gra dydaktyczna/symulacyjna	X
Metoda ćwiczeniowa	
Metoda warsztatowa	X
Metoda projektu	
Prezentacja multimedialna	
Demonstracje dźwiękowe i/lub video	X
Metody aktywizujące (np.: „burza mózgów”, technika analizy SWOT, technika drzewka decyzyjnego, metoda „kuli śniegowej”, konstruowanie „map myśli”)	X
Praca w grupach	X
Praca indywidualna ze studentem (w tym tutoring)	
Hospitacje zajęć realizowanych przez nauczycieli lub innych studentów	
Samodzielne prowadzenie zajęć z dziećmi (uczniami, wychowankami)	
Inne (jakie?) -	

Metody i formy weryfikacji efektów uczenia się		Tak (X) / nie
Egzamin pisemny		
Egzamin ustny		
Zaliczenie pisemne na zakończenie zajęć		
Zaliczenie ustne na zakończenie zajęć		X
Kolokwium pisemne śródsesestralne		
Kolokwium ustne śródsesestralne		
Test		X
Esej		
Raport		
Prezentacja multimedialna		
Udział w debacie		X
Projekt lub wytworzenie produktu		
Sprawozdania z zajęć laboratoryjnych		
Inne (jakie?) -		
Uwagi prowadzącego		
Skala ocen i sposób ustalania ocen		
Skala ocen:	Ocena ustalana jest na podstawie następującej skali:	
niedostateczny (2)	Poniżej 55.00 % - ocena 2	
dostateczny (3)	55.00 % i więcej - ocena 3	
dostateczny plus (3,5)	60.00 % i więcej - ocena 3,5	
dobry (4)	70.00 % i więcej - ocena 4	
dobry plus (4,5)	80.00 % i więcej - ocena 4,5	
bardzo dobry (5)	90.00 % i więcej - ocena 5	