**Nazwa przedmiotu:**

Modele biznesu

**Koordynator przedmiotu:**

dr inż. Kotarba Marcin

**Status przedmiotu:**

Obowiązkowy

**Poziom kształcenia:**

Studia I stopnia

**Program:**

Inżynieria Zarządzania

**Grupa przedmiotów:**

kierunkowe

**Kod przedmiotu:**

-

**Semestr nominalny:**

3 / rok ak. 2020/2021

**Liczba punktów ECTS:**

2

**Liczba godzin pracy studenta związanych z osiągnięciem efektów uczenia się:**

2 ECTS:
15h ćwiczenia + 15h przygotowanie projektu + 5h konsultacje + 5h przygotowanie prezentacji oraz zaliczenia projektu + 10h analiza literatury= 50h

**Liczba punktów ECTS na zajęciach wymagających bezpośredniego udziału nauczycieli akademickich:**

0,80 ECTS:
15h ćwiczenia + 5h konsultacje = 20h

**Język prowadzenia zajęć:**

polski

**Liczba punktów ECTS, którą student uzyskuje w ramach zajęć o charakterze praktycznym:**

2 ECTS:
15h ćwiczenia + 15h przygotowanie projektu + 5h konsultacje + 5h przygotowanie prezentacji oraz zaliczenia projektu + 10h analiza literatury= 50h

**Formy zajęć i ich wymiar w semestrze:**

|  |  |
| --- | --- |
| Wykład:  | 0h |
| Ćwiczenia:  | 15h |
| Laboratorium:  | 0h |
| Projekt:  | 0h |
| Lekcje komputerowe:  | 0h |

**Wymagania wstępne:**

Podstawowa znajomość zagadnień:
1. zarządzanie w organizacji, podział funkcjonalny organizacji,
2. finanse przedsiębiorstwa, pomiaru efektów działalności,
3. planowanie strategicznego, ustalanie celów finansowych i pozafinansowych

**Limit liczby studentów:**

- od 25 osób do limitu miejsc w sali laboratoryjnej (ćwiczenia)

**Cel przedmiotu:**

Poznanie i opanowanie metod oraz narzędzi diagnozy stanu obecnego oraz projektowania stanu docelowego modeli biznesowych, w kontekście ich dostosowania do zmian paradygmatów działania przedsiębiorstw w gospodarce cyfrowej.
Cele poznawcze przedmiotu realizowane są poprzez przekazanie wiedzy dotyczącej teoretycznych podstaw modelowania biznesu. Cele aplikacyjne związane są ze zdobyciem praktycznych umiejętności zaprojektowania modelu, w jego wszystkich wymiarach: klient (segment), relacje z klientem, propozycja wartości (przewaga konkurencyjna), zasobów, kanałów, partnerstw, aktywności oraz finansów.

**Treści kształcenia:**

B. Ćwiczenia:
1. Wprowadzenie - ontologia i taksonomia modeli biznesowych. Relacja między strategią a modelem biznesowym.
2. Wybór przedsiębiorstw do zadania grupowego. Praca grupowa – opis modelu biznesowego (sytuacja obecna) wybranych przedsiębiorstw przypisanych do grup..
3. Metoda i narzędzie Business Model Canvas (BMC) – wprowadzenie, przykłady zastosowania.
4. Praca indywidualna – wypełnienie BMC dla wybranych przedsiębiorstw.
5. Prezentacja wyników w ramach grup i wypracowanie ujęcia skonsolidowanego. Prezentacja i dyskusja rezultatów.
6. Teoria/badania – ewolucja modeli biznesowych wywoływana zmianami technologicznymi i społecznymi.
7. Praktyczne przykłady modeli biznesowych, w świetle postępującej cyfryzacji.
8. Praca indywidualna – projekt zmiany strategii i modelu biznesowego wybranych przedsiębiorstw.
9. Prezentacja prac indywidualnych na ćwiczeniach.
10. Rozmowa zaliczeniowa z prowadzącym zajęcia dotycząca projektu

**Metody oceny:**

B. Ćwiczenia:
1. Ocena formatywna - ocena przygotowanego przez studenta modelu biznesowego, odpowiadająca
2. Ocena sumatywna - ocena wartości merytorycznej przeprowadzonych przez studentów analiz, terminowość wykonania prac, współpraca w grupach, redakcja raportu końcowego.

**Egzamin:**

nie

**Literatura:**

Obowiązkowa:
1. Materiały pracowni Transformacji Biznesowej, Wydział Zarządzania, Politechnika Warszawska – morfologia modeli biznesowych (dystrybucja przez prowadzącego).
2. Osterwalder, A., Pigneur, Y., 2010 Business Model Generation, John Wiley & Sons.
3. Jensen, A.B., Do we need one business model definition? 2013, Journal of Business Models (2013), Vol. 1, No. 1 pp. 61-84, [online]. Available at: https://journals.aau.dk/index.php/
JOBM/article/download/705/542.
Uzupełniająca:
1. Burkhardt, T., Krumeich, J., Werth, D., Loos, P., Analyzing the business model concept, 2011, German Research Center for Ar-tificial Intelligence (DFKI), Institute for Information Systems (IWi) Saarbrücken, Germany [online]. Available at: http://aisel.aisnet.org/cgi/viewcontent.cgi?article=1263&context=icis2011.
2. Ovans, A., What is a business model, 2015, Harvard Business Review, [online]. Available at: https://hbr.org/2015/01/what-is-a-business-model.
3. Weill, P., Malone, T.W., Apel, T.G., The business models inves-tors prefer, 2011, MIT Sloan Management review, [online]. Available at: https://sloanreview.mit.edu/article/the-business-models-investors-prefer/.

**Witryna www przedmiotu:**

www.olaf.wz.pw.edu.pl

**Uwagi:**

-

## Efekty przedmiotowe

### Profil ogólnoakademicki - wiedza

**Efekt I1\_W01:**

teorie oraz ogólną metodologię badań w zakresie zarządzania, ze szczególnym uwzględnieniem modeli biznesowych

Weryfikacja:

ćwiczenia

**Powiązane efekty kierunkowe:**

**Powiązane efekty obszarowe:**

### Profil ogólnoakademicki - umiejętności

**Efekt I1\_U15:**

projektować nowe rozwiązania, jak również doskonalić istniejące, zgodnie z przyjętymi założeniami ich realizacji i wdrożenia

Weryfikacja:

ćwiczenia

**Powiązane efekty kierunkowe:**

**Powiązane efekty obszarowe:**

**Efekt I1\_U14:**

dokonywać krytycznej analizy stanu obecnego oraz jego niewystarczalności w stosunku do stanu oczekiwanego

Weryfikacja:

ćwiczenia

**Powiązane efekty kierunkowe:**

**Powiązane efekty obszarowe:**

### Profil ogólnoakademicki - kompetencje społeczne

**Efekt I1\_K01:**

krytycznej oceny posiadanej wiedzy

Weryfikacja:

ćwiczenia

**Powiązane efekty kierunkowe:**

**Powiązane efekty obszarowe:**

**Efekt I1\_K02:**

uznawania znaczenia wiedzy w rozwiązywaniu problemów poznawczych i praktycznych

Weryfikacja:

ćwiczenia

**Powiązane efekty kierunkowe:**

**Powiązane efekty obszarowe:**