**Nazwa przedmiotu:**

Warsztaty projektowe - Lean startup

**Koordynator przedmiotu:**

Dr Agnieszka Skala

**Status przedmiotu:**

Obowiązkowy

**Poziom kształcenia:**

Studia I stopnia

**Program:**

Inżynieria Zarządzania

**Grupa przedmiotów:**

Specjalność: Przedsiębiorczość technologiczna

**Kod przedmiotu:**

-

**Semestr nominalny:**

7 / rok ak. 2019/2020

**Liczba punktów ECTS:**

4

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

4 ECTS
8h wykład + 18h projekt + 62h przygotowanie do projektu + 10h analiza literatury + 5h konsultacje + 7h przygotowanie do prac kontrolnych + 10h przygotowanie do prezentacji końcowych = 120h

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

1 ECTS:
8h wykład + 18h projekt + 5h konsultacje = 31h

**Język prowadzenia zajęć:**

polski

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

3,7 ECTS
18h projekt + 62h przygotowanie do projektu + 10h analiza literatury + 5h konsultacje + 7h przygotowanie do prac kontrolnych + 10h przygotowanie do prezentacji końcowych = 112h

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

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

**Wymagania wstępne:**

-

**Limit liczby studentów:**

- od 25 osób do limitu miejsc w sali audytoryjnej (wykład) - od 25 osób do limitu miejsc w sali laboratoryjnej (projekt)

**Cel przedmiotu:**

Podstawowa wiedza i umiejętności w zakresie zarządzania przedsięwzięciem zgodnie z metodyką Lean Startup, ze szczególnym uwzględnieniem praktycznej strony tej metody i wyrobienia umiejętności w tym względzie.

**Treści kształcenia:**

A. Wykład: Wiedza w zakresie metodyki zarządzania Lean Startup oraz narzędzi i technik tego zarządzania:
1. Lean Startup jako metodyka zarządzania startupem i jej składowe: zwinny rozwój produktu (agile development), odkrywanie klienta (customer development) i modelowanie biznesowe;
2. Rodzaje dopasowań rynkowych oraz triada: klient-problem-rozwiązanie (CPS);
3. Modelowanie biznesowe na bazie kanwy modelu biznesowego oraz kanwy propozycji wartości wg Osterwaldera;
4. Odkrywanie klienta – projektowanie wywiadów z interesariuszami projektu;
5. Prototypowanie;
6. Formułowanie oraz weryfikowanie hipotez biznesowych w procesie modelowania biznesowego;
7. Zasady prawidłowego „pitchu” projektu.
B. Projekt: Realizacja projektu startupu – co najmniej zakończenie etapu Customer Discovery - na projekcie własnym lub dla funkcjonującego startupu (w zespołach projektowych):
1. Sformułowanie hipotez biznesowych: CPS i archetypu klienta,
2. Kanwa propozycji wartości i kanwa modelu biznesowego,
3. Zaprojektowanie wywiadów i przeprowadzenie ich,
4. Weryfikacja hipotez biznesowych i (opcjonalnie) prototypy produktów lub usług)
Prezentacja końcowa projektu w obecności gości z zewnątrz: przedsiębiorców, inwestorów, edukatorów, członków ekosystemu przedsiębiorczości innowacyjnej (akceleratory, inkubatory, społeczności startupowe)

**Metody oceny:**

A. Wykład:
1. Ocena formatywna: egzamin pisemny lub ustny z wiedzy
2. Ocena sumatywna : wynik egzaminu i aktywność na wykładach
D. Projekt:
1. Ocena formatywna: praca projektowa w grupach
2. Ocena sumatywna: ocena projektu wraz z ocena aktywności na zajęciach
E. Końcowa ocena z przedmiotu: ocena sumaryczna 30% wagi wykład 70% projekt

**Egzamin:**

nie

**Literatura:**

Obowiązkowa:
1. Blank, S., 2013. Why the lean Startup Changes Everything?, Harvard Business Review, Vol 91(5), ss. 63-72
2. Skala, A., 2018. Startupy. Wyzwanie dla zarządzania i edukacji przedsiębiorczości. Kraków: edu-Libri
3. Cieślik, J., 2014. Przedsiębiorczość, polityka, rozwój, Warszawa: Wydawnictwo Akademickie Sedno
Uzupełniająca:
1. Aulet, B., 2014. Przedsiębiorczość zdyscyplinowana, Poznań: Helion
2. Blank, S., Dorf, B., 2013. Podręcznik Startupu. Budowa wielkiej firmy krok po kroku. Poznań: Helion
3. Osterwalder, A., 2012. Tworzenie modeli biznesowych. Podręcznik wizjonera. Poznań: Helion
4. Osterwalder A., Pigneur Y., 2010. Business model generation: a handbook for visionaries, game changers, and challengers, New Jersey: John Wiley & So

**Witryna www przedmiotu:**

www.olaf.wz.pw.edu.pl

**Uwagi:**

-

## Efekty przedmiotowe

### Profil ogólnoakademicki - wiedza

**Efekt I1\_W08:**

Student zna i rozumie teorie oraz ogólną metodologię badań w zakresie przedsiębiorczości, ze szczególnym uwzględnieniem kreowania postaw przedsiębiorczych i podejmowania wyzwań związanych z rozwojem przedsiębiorczości

Weryfikacja:

Egzamin, aktywność na zajęciach oraz jakość pracy projektowej.

**Powiązane efekty kierunkowe:**

**Powiązane efekty obszarowe:**

**Efekt I1\_W14:**

Student zna i rozumie ogólne zasady tworzenia i rozwoju form indywidualnej przedsiębiorczości – odnośnie przedsięwzięć ambitnych i innowacyjnych.

Weryfikacja:

Egzamin, aktywność na zajęciach oraz jakość pracy projektowej.

**Powiązane efekty kierunkowe:**

**Powiązane efekty obszarowe:**

### Profil ogólnoakademicki - umiejętności

**Efekt I1\_U01:**

Student potrafi identyfikować i interpretować podstawowe zjawiska i procesy społeczne z wykorzystaniem wiedzy z zakresu zarządzania, ze szczególnym uwzględnieniem uwarunkowań zarządzania przedsiębiorstwem produkcyjnym oraz zarządzania projektami

Weryfikacja:

Aktywność na zajęciach oraz jakość pracy projektowej.

**Powiązane efekty kierunkowe:**

**Powiązane efekty obszarowe:**

**Efekt I1\_U05:**

Student potrafi identyfikować i interpretować podstawowe zjawiska i procesy społeczne z wykorzystaniem wiedzy z zakresu przedsiębiorczości, ze szczególnym uwzględnieniem kreowania postaw przedsiębiorczych i podejmowania wyzwań związanych z rozwojem przedsiębiorczości

Weryfikacja:

Aktywność na zajęciach oraz jakość pracy projektowej.

**Powiązane efekty kierunkowe:**

**Powiązane efekty obszarowe:**

### Profil ogólnoakademicki - kompetencje społeczne

**Efekt I1\_K04:**

Student jest gotowy do myślenia i działania w sposób przedsiębiorczy.

Weryfikacja:

Aktywność na zajęciach oraz jakość pracy projektowej, a zwłaszcza prezentacji końcowej.

**Powiązane efekty kierunkowe:**

**Powiązane efekty obszarowe:**