**Nazwa przedmiotu:**

Lean startup

**Koordynator przedmiotu:**

dr Skala Agnieszka

**Status przedmiotu:**

Obowiązkowy

**Poziom kształcenia:**

Studia II stopnia

**Program:**

Inżynieria Zarządzania

**Grupa przedmiotów:**

Specjalność: Innowatyka i Zarządzanie rozwojem

**Kod przedmiotu:**

-

**Semestr nominalny:**

3 / rok ak. 2019/2020

**Liczba punktów ECTS:**

3

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

3 ECTS
10h wykład + 20h ćwiczenia + 5h konsultacje z prowadzącym + 10h projektowanie na kanwie propozycji wartości + 10h projektowanie i przeprowadzania wywiadów z interesariuszami + 10h studiowanie literatury + 5h projektowanie na kanwie modelu biznesowego + 5h przygotowanie prezentacji końcowej = 75h

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

1,4 ECTS
10h wykład + 20h ćwiczenia + 5h konsultacje z prowadzącym = 35h

**Język prowadzenia zajęć:**

polski

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

2,2 ECTS
20h ćwiczenia + 10h projektowanie na kanwie propozycji wartości + 10h projektowanie i przeprowadzania wywiadów z interesariuszami + 10h studiowanie literatury + 5h projektowanie na kanwie modelu biznesowego + 5h przygotowanie prezentacji końcowej = 55h

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

|  |  |
| --- | --- |
| Wykład: | 10h |
| Ćwiczenia: | 20h |
| Laboratorium: | 0h |
| Projekt: | 0h |
| 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 (ćwiczenia)

**Cel przedmiotu:**

Średniozaawansowana wiedza i umiejętności w zakresie zarządzania przedsięwzięciem zgodnie z metodyką Lean Startup.

**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 (fit) oraz triada: klient-problem-rozwiązanie (CPS);
3. Modelowanie biznesowe na bazie kanwy modelu biznesowego oraz kanwy propozycji wartości wg Osterwaldera;
4. Odkrywanie klienta – zasady projektowania i przeprowadzania wywiadów z interesariuszami projektu;
5. Prototypowanie, koncepcja MVP;
6. Formułowanie oraz weryfikowanie hipotez biznesowych w procesie modelowania biznesowego;
7. Zasady prawidłowego „pitchu” projektu.
B.Ćwiczenia:
Praca nad realizacją startupu – co najmniej zakończenie etapu Customer Discovery - na projekcie własnym lub dla funkcjonującego startupu (we współpracy):
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,
5. Prezentacja końcowa projektu (w obecności gości spoza uczelni).

**Metody oceny:**

A. Wykład:
1. Ocena formatywna: egzamin pisemny lub ustny z elementów wiedzy przekazanej na zajęciach
2. Ocena sumatywna : suma punktów zdobytych na egzaminie (minimum 60% na ocenę pozytywną). Ocena pozytywna z egzaminu warunkuje zaliczenie przedmiotu.
B. Ćwiczenia:
1. Ocena formatywna: ocenie podlega aktywność na zajęciach (30% wagi), jakość, regularność i sumienność przekazywania zadań i pracy wykonywanej między zajęciami (50%), w tym także jakość pracy zbiorowej (w zespołach) (20%)
2. Ocena sumatywna: suma punktów zdobytych w ramach elementów wymienionych w pkt. 1.
C. Końcowa ocena z przedmiotu: 30% wagi: wykład, 50% wagi: ćwiczenia, 20% prezentacja końcowa zadania (zadań)

**Egzamin:**

tak

**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
Uzupełniająca:
1. Cieślik, J., 2014. Przedsiębiorczość, polityka, rozwój, Warszawa: Wydawnictwo Akademickie Sedno
2. Osterwalder A., Pigneur Y., 2010. Business model generation: a handbook for visionaries, game changers, and challengers, New Jersey: John Wiley & Sons

**Witryna www przedmiotu:**

www.olaf.wz.pw.edu.pl

**Uwagi:**

-

## Efekty przedmiotowe

### Profil ogólnoakademicki - wiedza

**Efekt Z2\_W06:**

Student zna i rozumie w pogłębionym stopniu teorie naukowe właściwe dla nauki o przedsiębiorczości oraz kierunki jej rozwoju, a także zaawansowaną metodologię badań

Weryfikacja:

Egzamin

**Powiązane efekty kierunkowe:**

**Powiązane efekty obszarowe:**

**Efekt Egzamin i praca projektowa:**

Student zna i rozumie główne trendy rozwojowe w zakresie innowacyjności i przedsiębiorczości

Weryfikacja:

Z2\_W10

**Powiązane efekty kierunkowe:**

**Powiązane efekty obszarowe:**

### Profil ogólnoakademicki - umiejętności

**Efekt Z2\_U06:**

Student potrafi identyfikować, interpretować i wyjaśniać złożone zjawiska i procesy społeczne oraz relacje między nimi z wykorzystaniem wiedzy z zakresu przedsiębiorczości

Weryfikacja:

Praca projektowa

**Powiązane efekty kierunkowe:**

**Powiązane efekty obszarowe:**

**Efekt Z2\_U11:**

Student potrafi analizować, prognozować i modelować złożone procesy społeczne z wykorzystaniem zaawansowanych metod i narzędzi z zakresu przedsiębiorczości, w tym narzędzi IT

Weryfikacja:

Praca projektowa

**Powiązane efekty kierunkowe:**

**Powiązane efekty obszarowe:**

### Profil ogólnoakademicki - kompetencje społeczne

**Efekt Z2\_K03:**

Student wypełniania zobowiązań wobec organizacji oraz inspirowania i organizowania działalności na rzecz organizacji

Weryfikacja:

Praca projektowa

**Powiązane efekty kierunkowe:**

**Powiązane efekty obszarowe:**

**Efekt Z2\_K05:**

Student myśli i działa w sposób przedsiębiorczy

Weryfikacja:

Praca projektowa

**Powiązane efekty kierunkowe:**

**Powiązane efekty obszarowe:**