**Nazwa przedmiotu:**

Komercjalizacja innowacji

**Koordynator przedmiotu:**

dr inż. Jolanta Jurczak

**Status przedmiotu:**

Obowiązkowy

**Poziom kształcenia:**

Studia I stopnia

**Program:**

Zarządzanie

**Grupa przedmiotów:**

Specjalność: Zarządzanie procesami w przedsiębiorstwie

**Kod przedmiotu:**

-

**Semestr nominalny:**

6 / rok ak. 2020/2021

**Liczba punktów ECTS:**

2

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

2 ECTS
18h ćwiczenia + 15h przygotowanie projektu/prezentacji + 4h studia literaturowe + 3h konsultacje + 10h przygotowanie do egzaminu/zaliczenia = 50h

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

0,84 ECTS
18h ćwiczenia + 3h konsultacje = 21h

**Język prowadzenia zajęć:**

polski

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

3 ECTS
18h ćwiczenia + 15h przygotowanie projektu/prezentacji + 4h studia literaturowe + 3h konsultacje + 10h przygotowanie do egzaminu/zaliczenia = 50h

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

|  |  |
| --- | --- |
| Wykład:  | 0h |
| Ćwiczenia:  | 18h |
| Laboratorium:  | 0h |
| Projekt:  | 0h |
| Lekcje komputerowe:  | 0h |

**Wymagania wstępne:**

Podstawy zarządzania innowacjami

**Limit liczby studentów:**

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

**Cel przedmiotu:**

Celem przedmiotu jest wyposażenie studentów w praktyczne umiejętności i wiedzę z zakresu komercjalizacji innowacji.

**Treści kształcenia:**

B. Ćwiczenia:
 1. Wprowadzenie do przedmiotu. Komercjalizacja innowacji – istota procesu, rodzaje. Transfer wiedzy w kontekście komercjalizacji.
2. Typy innowacyjnych przedsiębiorstw i ich przykłady - 3M, Microsoft, Toyota Motor Corporation, Deloitte.
3. Ogólny model procesu komercjalizacji. Etapy komercjalizacji nowych technologii.
4. Kluczowe aspekty i bariery procesu komercjalizacji.
5-6. Współczesne modele komercjalizacji innowacji (model Stage-Gate, Jolly’ego, Goldsmitha, model J. Andrewa i A. Sirkina, model Rothwella i Zegvelda, model De Geetera, model Marshal Scool of Business).
7. Przykład wykorzystania modelu Stage-Gate w organizacji procesów innowacji.
8. Finansowanie projektów innowacyjnych – case study . Zarządzanie ryzykiem w działalności innowacyjnej.
9. Ocena potencjału komercyjnego innowacji lub technologii. Metody wyceny nowych technologii (metody kosztowe, metody rynkowe, metody dochodowe, opcje realne, oraz metoda wyceny ekonomicznej wartości dodanej).
10. Pomiar efektów komercjalizacji projektów innowacyjnych.
11. Komercjalizacja produktów zaawansowanych technologii - case study.
12. Komercjalizacja wyników badań naukowych.
13-14. Prezentacja projektów grupowych dotyczących przykładów komercjalizacji innowacji.
15. Podsumowanie i zaliczenie przedmiotu

**Metody oceny:**

B. Ćwiczenia:
1. Ocena formatywna: projekt końcowy, aktywność i zaangażowanie studenta w przygotowanie i zaprezentowanie bieżących prac ćwiczeniowych, obecność.
2. Ocena sumatywna: projekt końcowy dot. komercjalizacji innowacji (skala: 2-5, waga 40%), aktywność i zaangażowanie studenta w przygotowanie i zaprezentowanie bieżących prac ćwiczeniowych (skala: 2-5,waga: 40%), obecność (skala 2-5, waga 20%).

**Egzamin:**

nie

**Literatura:**

Obowiązkowa:
1. Bolek M., Bolek C., 2014. Komercjalizacja innowacji. Zarządzanie projektami i finansowanie. Warszawa: Difin.
2. Knosala R., Boratyńska-Sala A., Jurczyk-Bunkowska M., Moczała A., 2014. Zarządzanie innowacjami. Warszawa: PWE.
3. Makieła Z. J., Stuss M., (red.), 2018. Przedsiębiorczość i zarządzanie innowacjami. Wiedza, technologia, konkurencja, przedsiębiorstwo. Warszawa: C.H. Beck.
Uzupełniająca:
1. Antoszkiewicz J.D., 2008, Innowacje w firmie. Praktyczne metody wprowadzania zmian, Warszawa: POLTEXT.
2. Szwajca, D., 2016. Macierz aspiracji innowacyjnych jako narzędzie zarządzania portfelem innowacji w przedsiębiorstwie, Zeszyty Naukowe Politechniki Śląskiej: Organizacja i Zarządzanie, z. 88.
3. Tidd, J., Bessant D., 2011. Zarządzanie innowacjami: integracja zmian technologicznych, rynkowych, organizacyjnych. Warszawa: Wolters Kluwer .
4. Trzmielak D. M. (red.), 2013. Innowacje i komercjalizacja w biotechnologii. Poznań-Łódź: Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego.

**Witryna www przedmiotu:**

www.olaf.wz.pw.edu.pl

**Uwagi:**

-

## Efekty przedmiotowe

### Profil ogólnoakademicki - wiedza

**Efekt Z1\_W01:**

teorie oraz ogólną metodologię badań w zakresie zarządzania, ze szczególnym uwzględnieniem zarządzania przedsiębiorstwem/organizacją

Weryfikacja:

test, projekt, prezentacja

**Powiązane efekty kierunkowe:**

**Powiązane efekty obszarowe:**

**Efekt Z1\_W15:**

ogólne zasady tworzenia i rozwoju form indywidualnej przedsiębiorczości

Weryfikacja:

test, projekt, prezentacja

**Powiązane efekty kierunkowe:**

**Powiązane efekty obszarowe:**

### Profil ogólnoakademicki - umiejętności

**Efekt Z1\_U01:**

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

Weryfikacja:

test, projekt, prezentacja

**Powiązane efekty kierunkowe:**

**Powiązane efekty obszarowe:**

**Efekt Z1\_U17:**

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

Weryfikacja:

test, projekt, prezentacja

**Powiązane efekty kierunkowe:**

**Powiązane efekty obszarowe:**

### Profil ogólnoakademicki - kompetencje społeczne

**Efekt Z1\_K01:**

krytycznej oceny posiadanej wiedzy

Weryfikacja:

test, projekt, prezentacja

**Powiązane efekty kierunkowe:**

**Powiązane efekty obszarowe:**

**Efekt Z1\_K04:**

myślenia i działania w sposób przedsiębiorczy

Weryfikacja:

test, projekt, prezentacja

**Powiązane efekty kierunkowe:**

**Powiązane efekty obszarowe:**