**Nazwa przedmiotu:**

Modele biznesowe organizacji

**Koordynator przedmiotu:**

dr Dionizy Smoleń

**Status przedmiotu:**

Obowiązkowy

**Poziom kształcenia:**

Studia II stopnia

**Program:**

Zarządzanie

**Grupa przedmiotów:**

kierunkowe

**Kod przedmiotu:**

-

**Semestr nominalny:**

2 / rok ak. 2022/2023

**Liczba punktów ECTS:**

3

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

3 ECTS
75h = 18h wykład + 3h konsultacje + 14h analiza literatury + 20h przygotowanie do wykładu + 20h przygotowanie do egzaminu

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

0,8 ECTS

**Język prowadzenia zajęć:**

polski

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

-

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

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

**Wymagania wstępne:**

Podstawowa znajomość zagadnień:
• zarządzania strategicznego
• zarządzanie w organizacji, podział funkcjonalny organizacji,
• planowanie w organizacji, ustalanie celów finansowych i poza-finansowych.

**Limit liczby studentów:**

-od 15 osób do limitu miejsc w sali audytoryjnej (wykład)

**Cel przedmiotu:**

Celem przedmiotu jest aby po jego zaliczeniu student:
• posiadał wiedzę na temat teorii, metod i narzędzi tworzenia i usprawniania modeli biznesowych w kontekście wyzwań stojących przed współczesną organizacją
• potrafił wykorzystać tą wiedzę do krytycznej oceny modelu biznesowego istniejącego w organizacji
• potrafił zaproponować usprawnienie modelu biznesowego organizacji wykorzystując poznane metody i narzędzia
• potrafił myśleć i działać w sposób przedsiębiorczy.

**Treści kształcenia:**

Wykład:
1. Wprowadzenie. Wyjaśnienie podstawowych pojęć. Istota modelu biznesowego.
2. Model biznesowy wobec wyzwań stojących przed organizacją we współczesnym świecie.
3. Rola modelu biznesowego w zarządzaniu organizacją. Kontekst zarządzania strategicznego. Relacje między strategią a modelem biznesowym.
4. Rola modelu biznesowego w tworzeniu wartości dla klienta. Model biznesowy w kontekście zarządzania relacją z klientem.
5. Business model Canvas (BMC) jako przykład szablonu modelu biznesowego. Elementy składowe Business Model Canvas.
6. Kolokwium nt. podstaw teoretycznych modeli biznesowych.
7. Praktyczne aspekty wykorzystania modeli biznesowych i czynniki decydujące o sukcesie. Perspektywa organizacji. Perspektywa klienta.
8. Diagnoza modelu biznesowego w organizacji. Wykorzystanie studium przypadku - problem do rozwiązania.
9. Określenie profilu klienta w kontekście tworzenia bądź usprawniania modelu biznesowego organizacji. Wykorzystanie studium przypadku – problem do rozwiązania.
10. Tworzenie mapy wartości i określenie dopasowania modelu biznesowego organizacji do potrzeb klienta. Wykorzystanie studium przypadku - problem do rozwiązania.
11. Tworzenie nowego modelu biznesowego w organizacji. Wykorzystanie studium przypadku – problem do rozwiązania.
12. Wykorzystanie analizy ryzyka w tworzeniu nowego modelu biznesowego w organizacji. Wykorzystanie studium przypadku – problem do rozwiązania.
13. Praktyczne aspekty ewolucji modelu biznesowego w organizacji w kontekście zmian technologicznych, postępu cyfryzacji oraz zmiany oczekiwań klientów.
14. Podsumowanie zajęć.
15. Egzamin końcowy.

**Metody oceny:**

Wykład:
1. Ocena formatywna: Ocenie podlega zdobyta przez studentów wiedza przekazana na wykładzie oraz zaczerpnięta z literatury
2. Ocena sumatywna : przeprowadzenie jednego kolokwium pisemnego w połowie zajęć, przeprowadzenie egzaminu, zwierającego pytania testowe ; ocena z kolokwium oraz ocena z egzaminu w zakresie 2-5.

Ocena końcowa z przedmiotu: Do zaliczenia przedmiotu wymagane jest uzyskanie oceny >=3 zarówno z kolokwium jak i egzaminu
Ocena końcowa jest ważoną oceny z egzaminu (60%) i kolokwium (40%). Ponadprzeciętna aktywność studenta może skutkować podniesieniem oceny końcowej według uznania prowadzącego.

**Egzamin:**

tak

**Literatura:**

Obowiązkowa:
1. Osterwalder A., Pigneur, Y., 2012 Tworzenie modeli biznesowych. Podręcznik wizjonera, Wydawnictwo Helion.
2. Duczkowska-Piasecka M. (red.), 2013, Model biznesu. Nowe myślenie strategiczne, Wydawnictwo Difin.
3. Jensen, A.B., 2013 Do we need one business model definition? 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. Ovans, A., 2015 What is a business model, Harvard Business Review, [online]. Available at: https://hbr.org/2015/01/what-is-a-business-model.
2. Weill, P., Malone, T.W., Apel, T.G.,2011 The business models investors prefer, MIT Sloan Management review, [online]. Available at: https://sloanreview.mit.edu/article/the-business-models-investors-prefer/.

**Witryna www przedmiotu:**

moodle.usos.pw.edu.pl

**Uwagi:**

-

## Charakterystyki przedmiotowe

### Profil ogólnoakademicki - wiedza

**Charakterystyka Z2\_WG1:**

Absolwent zna i rozumie w pogłębionym stopniu wybrane zagadnienia globalnej gospodarki cyfrowej oraz płynące z nich uwarunkowania dotyczące zarządzania organizacjami a w szczególności tworzenia i usprawniania modeli biznesowych.

Weryfikacja:

Wykład – kolokwium pisemne, egzamin (test wiedzy)

**Powiązane charakterystyki kierunkowe:**

**Powiązane charakterystyki obszarowe:**

### Profil ogólnoakademicki - umiejętności

**Charakterystyka Z2\_UW1:**

Absolwent potrafi wykorzystywać posiadaną wiedzę do formułowania i rozwiązywania złożonych i nietypowych problemów napotykanych w procesie krytycznej oceny modelu biznesowego istniejącego w organizacji oraz do proponowania usprawnień tego modelu wykorzystując poznane metody i narzędzia

Weryfikacja:

Wykład – kolokwium pisemne, analiza studiów przypadków

**Powiązane charakterystyki kierunkowe:**

**Powiązane charakterystyki obszarowe:**

### Profil ogólnoakademicki - kompetencje społeczne

**Charakterystyka Z2\_KO5:**

Absolwent jest gotowy do myślenia i działania w sposób racjonalny i przedsiębiorczy, potrafi projektować i usprawniać modele biznesowe w kontekście wyzwań stojących przed współczesną organizacją

Weryfikacja:

Wykład – kolokwium pisemne, analiza studiów przypadków

**Powiązane charakterystyki kierunkowe:**

**Powiązane charakterystyki obszarowe:**