**Nazwa przedmiotu:**

Innowacyjność w gospodarce globalnej

**Koordynator przedmiotu:**

dr hab. R. Koszewski - prof. PW

**Status przedmiotu:**

Fakultatywny ograniczonego wyboru

**Poziom kształcenia:**

Studia II stopnia

**Program:**

Administracja

**Grupa przedmiotów:**

Obieralne

**Kod przedmiotu:**

A21\_IGG

**Semestr nominalny:**

2 / rok ak. 2023/2024

**Liczba punktów ECTS:**

3

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

30h ćwiczeń + 5h konsultacji + 10h pracy w grupach = 45h

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

3

**Język prowadzenia zajęć:**

polski

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

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

|  |  |
| --- | --- |
| Wykład:  | 0h |
| Ćwiczenia:  | 30h |
| Laboratorium:  | 0h |
| Projekt:  | 0h |
| Lekcje komputerowe:  | 0h |

**Wymagania wstępne:**

Student wykazuje zainteresowanie ekonomią, stosunkami międzynarodowymi, innowacjami. Potrafi korzystać z elektronicznych baz zasobów bibliotecznych oraz wyszukiwać informacje w Internecie, przede wszystkim raporty spółek, dane statystyczne, informacje o programach finansowania innowacji itp. Potrafi pracować w grupie i przygotować prezentacje w PPT.

**Limit liczby studentów:**

grupa obieralna

**Cel przedmiotu:**

- Zapoznanie studentów z wiedzą na temat innowacji w gospodarce globalnej, mechanizmami współpracy pomiędzy podmiotami działającymi na rynku innowacji
- Opracowanie pomysłu na innowacyjny produkt i przedstawienie pomysłu w formie prezentacji (pitch)
- Rozpoznanie metod finansowania innowacji w zależności od rodzaju innowacji i etapu rozwoju pomysłu lub produktu
- Rozwój umiejętności pracy w grupach

**Treści kształcenia:**

1. Definicje innowacji
2. Typy innowacji i metody wstępnej oceny ich potencjału biznesowego
3. Ekosystem innowacji w Polsce i na świecie
4. Metody komercjalizacji innowacji
5. Wykorzystanie instrumentów marketingowych w komercjalizacji innowacji
6. Formy finansowania innowacji
7. Strategie innowacyjności
8. Praca w grupach nad opracowanie propozycji innowacyjnych produktów
9. Prezentacja innowacji (pitch)

**Metody oceny:**

Studenci zostaną ocenieni na podstawie ich aktywności na zajęciach oraz końcowej prezentacji propozycji innowacyjnego produktu

**Egzamin:**

nie

**Literatura:**

Gierszewska G. (red.), Zarządzanie w przedsiębiorstwie N.0. Droga do przyszłości, Oficyna Wydawnicza PW, Warszawa 2020.
Morawski M. (red.), Gospodarka 4.0 na przykładzie przedsiębiorstw w Polsce, Oficyna Wydawnicza PW, Warszawa 2021.
Cygler J., Aluchna M., Marciszewska E., Witek-Hajduk M.K., Materna G., Kooperencja przedsiębiorstw w dobie globalizacji. Wyzwania strategiczne, uwarunkowania prawne, Wyd. Oficyna a Wolters Kluwer business, Warszawa 2013.

**Witryna www przedmiotu:**

do uzupełnienia

**Uwagi:**

Do opracowania i prezentacji innowacyjnego produktu studenci powinni dysponować przynajmniej jednym komputerem na grupę

## Charakterystyki przedmiotowe