

Politechnika Krakowska im. Tadeusza Kościuszki

KARTA PRZEDMIOTU

Modele biznesu <i>nazwa przedmiotu</i>
Business models <i>nazwa przedmiotu w języku angielskim</i>
<i>polski</i> <i>język wykładowy</i>
Przedmioty ogólne <i>kategoria przedmiotu/grupa zajęć</i>

Cykl kształcenia rozpoczynający się od: rok akademicki 2025/26, semestr.....

Jednostka organizacyjna: do ustalenia z opiekunem kierunku

Kierunek studiów: do ustalenia z opiekunem kierunku

Specjalność: do ustalenia z opiekunem kierunku

Profil studiów: do ustalenia z opiekunem kierunku

Poziom studiów: II stopień

Forma studiów: do ustalenia z opiekunem kierunku

Wymagania wstępne:

1. Brak wymagań wstępnych.

Cele przedmiotu:

1. Zapoznanie studentów z kluczowymi koncepcjami i typologiami modeli biznesu oraz rolą wartości dla klienta w budowaniu przewagi konkurencyjnej.
2. Wykształcenie umiejętności analizy i projektowania modelu biznesu dla różnych przedsięwzięć gospodarczych.
3. Wykształcenie postawy przedsiębiorczej związanej z samodzielnym kierowaniem przedsięwzięciem biznesowym

Efekty uczenia się:

Kod efektu uczenia się	Opis efektu uczenia się	Kod kierunkowego efektu uczenia się
Wiedza Absolwent zna i rozumie:		
EW1	koncepcje i typologie modeli biznesu oraz wymienia i wyjaśnia ich główne składowe.	
Umiejętności Absolwent potrafi:		
EU1	w oparciu o kluczowe zagadnienia modeli biznesu zidentyfikować i opisać wybrane modele biznesu.	
EU2	zaprojektować własny model biznesu dla konkretnej usługi lub produktu.	
Kompetencje społeczne Absolwent jest gotów do:		
EK1	myślenia i działania w sposób przedsiębiorczy.	

Forma zajęć, semestralna liczba godzin:

Semestr	Punkty ECTS	Forma zaliczenia (E/Z)	Wykłady (W)	Ćwiczenia (C)	Laboratoria (L)	Laboratoria komputerowe (LK)	Projekty (P)	Seminaria (S)	Praktyka zawodowa (PZ)
	1	Z						15	

E – egzamin; Z – zaliczenie

Treści programowe:

Lp.	Forma zajęć	tematyka zajęć	Liczba godzin
1	S	Pojęcie i koncepcja modelu biznesowego. Ewolucja modeli biznesowych. Model biznesu a strategia firmy.	2
2	S	Elementy modelu biznesu (segmenty klientów, propozycje wartości, kanały komunikacji, relacje z klientami, strumienie przychodów, kluczowe zasoby, kluczowe działania, kluczowi partnerzy, struktura kosztów). Charakterystyka i dynamika relacji między nimi.	4
3	S	Klasyfikacja modeli biznesu i uwarunkowania wyboru modelu dla danego przedsięwzięcia. Zasady projektowania i implementacji modeli biznesu w odniesieniu do celów.	4

4	S	Analiza wybranych modeli biznesu.	2
5	S	Prezentacja zaprojektowanych modeli biznesu.	3

Praca własna studenta:

Lp.	Opis pracy własnej	Liczba godzin
1	przygotowanie się do zajęć, w tym studiowanie zalecanej literatury	8
2	konsultacje przedmiotowe	2
3	przygotowanie raportu, projektu, prezentacji	5

Metody dydaktyczne:

analiza przypadku, dyskusja, praca w grupach, projekt, seminarium, prezentacja multimedialna

Metody i techniki kształcenia na odległość:

zajęcia są możliwe do prowadzenia z wykorzystaniem metod i technik kształcenia na odległość.

Sposoby weryfikacji i oceny efektów uczenia się:

uczestnictwo w zajęciach seminaryjnych, test, projekt, rozwiązanie zadania problemowego

Kryteria oceny:

1. Na ocenę 5,0 student wyjaśnia procesy związane z tworzeniem i implementacją modeli biznesu posługując się w poprawny sposób językiem dyscypliny.
2. Na ocenę 5,0 student przeprowadza analizę przedsiębiorstwa pozwalającą na identyfikację modelu biznesu i jego składowych oraz przypisanie go do istniejących kategorii.
3. Na ocenę 5,0 student przygotowuje opis modelu biznesowego w wymiarze szczegółowych założeń i charakterystyki wszystkich składowych modelu biznesu.
4. Na ocenę 5,0 student jest świadomy konieczności bycia elastycznym i dostosowywania swoich postaw, decyzji, działań do szans i atutów oraz eliminacji zagrożeń i słabości towarzyszących aktywności zawodowej/gospodarczej.

Literatura:

obowiązkowa:

1. T. Waściński, Teoria budowy modeli biznesowych, Warszawa, 2019, Oficyna Wydawnicza PW
2. A. Osterwalder, Y. Pigneur, Tworzenie modeli biznesowych. Podręcznik wizjonera, Gliwice, 2021, One-Press

zalecana/fakultatywna:

3. P. van der Pijl, J. Lokitz, L. K. Solomon - Nowoczesne projektowanie modeli biznesowych. Narzędzia, kompetencje, mentalność i innowacje, które zapewnia firmie sukces, Gliwice, 2018, OnePress

4. T. Gołębiowski, T. M. Dudzik, M. Lewandowska, M. Witek-Hajduk, Modele biznesu polskich przedsiębiorstw, Warszawa, 2018, SGH
 5. O. Gassmann, K. Frankenberger, M. Csik, Nawigator Modelu Biznesowego. 55 modeli, które zrewolucjonizują Twój biznes, Gliwice, 2016, Helion
-