

**DODATKOWE PRZEDMIOTY
WPROWADZONE DO PROGRAMU STUDIÓW
NA STUDIACH I STOPNIA
NA KIERUNKU: ZARZĄDZANIE (profil praktyczny)
w ramach projektu
„KPK- Kompleksowy Program Kształcenia w PWSliP w Łomży”
nr projektu WND-POWR.03.05.00-00-Z040/17-01**

str. 1



**Fundusze
Europejskie**
Wiedza Edukacja Rozwój

Unia Europejska
Europejski Fundusz Społeczny



Projekt „KPK – Kompleksowy Program Kształcenia w PWSliP w Łomży”
nr POWR.03.05.00-00-z040/17 współfinansowany ze środków Europejskiego Funduszu Społecznego
w ramach Programu Operacyjnego Wiedza Edukacja Rozwój

Spis treści:

I	Informacje podstawowe	3
II	Efekty uczenia się	3
III	Dodatkowy przedmiot wprowadzony do programu studiów	4
IV	Sylabus	5

str. 2

I - INFORMACJE PODSTAWOWE

1. Jednostka prowadząca studia: PWSliP w Łomży; Wydział Nauk Społecznych i Humanistycznych
2. Poziom kształcenia: studia I stopnia
3. Profil kształcenia: praktyczny
4. Forma studiów: stacjonarne, niestacjonarne
5. Łączna liczba dodatkowych punktów ECTS: 2

II – EFEKTY UCZENIA SIĘ

1. Realizowane efekty uczenia się

Efekty uczenia się na studiach I stopnia na kierunku Zarządzanie osiągnane są poprzez realizację dodatkowego przedmiotu wprowadzonego do programu studiów w ramach projektu „KPK – Kompleksowy Program Kształcenia w PWSliP w Łomży nr projektu WND-POWR.03.05.00-00-Z040/17-01.

Tabela 1. EFEKTY UCZENIA SIĘ Z ODNIESIENIEM DO KIERUNKOWYCH EFEKTÓW UCZENIA SIĘ OSIĄGANE W RAMACH DODATKOWEGO PRZEDMIOTU

Dodatkowy przedmiot wprowadzony do programu studiów	Odniesienie do kierunkowych efektów uczenia się w zakresie		
	wiedzy:	umiejętności:	kompetencji społecznych:
Symulacje biznesowe	Z1P_W01	Z1P_U01	Z1P_K02
	Z1P_W04	Z1P_U02	Z1P_K03
	Z1P_W05	Z1P_U03	Z1P_K04
	Z1P_W07	Z1P_U04	Z1P_K05
	Z1P_W13	Z1P_U05	Z1P_K08
		Z1P_U08	Z1P_K09
		Z1P_U11	

str. 3

III – DODATKOWY PRZEDMIOT WPROWADZONY DO PROGRAMU STUDIÓW

Lp	Nazwa przedmiotu	L. godz. na studiach stacjonarnych	L. godz. na studiach niestacjonarnych	Liczba pkt. ECTS	Forma zał.	Realizacja przedmiotu w poszczególnych latach akademickich		
						2019/2020	2020/2021	2021/2022
1	Symulacje biznesowe	20	12	2	Zal.	Tak*	Tak*	Tak*
RAZEM		20	12	2				

*zgodnie harmonogramem realizacji projektu „KPK- Kompleksowy Program Kształcenia w PWSliP w Łomży”

str. 4



**Fundusze
Europejskie**
Wiedza Edukacja Rozwój

Unia Europejska
Europejski Fundusz Społeczny



Projekt „KPK – Kompleksowy Program Kształcenia w PWSliP w Łomży”
nr POWR.03.05.00-00-z040/17 współfinansowany ze środków Europejskiego Funduszu Społecznego
w ramach Programu Operacyjnego Wiedza Edukacja Rozwój

IV- SYLABUS REALIZOWANEGO PRZEDMIOTU

Nazwa przedmiotu		SYMULACJE BIZNESOWE	
Liczba pkt ECTS		2	
Kierunek studiów		Poziom kształcenia	Rok akademicki
ZARZĄDZANIE		Studia I stopnia	2019/2020 2020/2021 2021/2022
Profil studiów	praktyczny		
rok studiów	semestr	Forma studiów	Język przedmiotu
II lub III*	III - VI*	Stacjonarne/Niestacjonarne	polski
Metody dydaktyczne oraz ogólna forma zaliczenia przedmiotu			
<i>Ćwiczenia praktyczne</i> realizowane z wykorzystaniem metody problemowej a w szczególności: - metody przypadków (case study/kazusy) - metody sytuacyjnej* <i>Ćwiczenia praktyczne:</i> Zajęcia realizowane są z wykorzystaniem aktywizujących metod dydaktycznych - symulacji biznesowej Marketplace, w której uczestnicy gry pełnią rolę menedżerów i zarządzają wirtualnymi firmami w warunkach konkurencji rynkowej. Kluczowym elementem gry jest rywalizacja pomiędzy zespołami utworzonymi w ramach zajęć dydaktycznych. *w/w metoda dydaktyczna odpowiada formie zajęć określonej w ścieżce 2, a zdefiniowanej w ramach projektu KPK – Kompleksowy program kształcenia w PWSliP w Łomży nr POWR.03.05.00-00-z040/17			
Formy zaliczenia przedmiotu			
<i>Ćwiczenia praktyczne:</i> – Wynik uzyskany w środowisku symulacji 30 % – Prezentacja multimedialna 20% – Raporty podsumowujące działalność podmiotów 30% – Aktywna obecność w trakcie zajęć oraz udokumentowana aktywność studenta przy wykorzystywaniu symulacji komputerowej w trakcie zajęć oraz poza uczelnią 20% Końcowa weryfikacja umiejętności: egzamin/zaliczenie i raport porównawczy uzyskanych wyników bilansu kompetencji na wejściu/wyjściu u osób uczących się na zmodyfikowanych kierunkach *Dodatkowo na podstawie przeprowadzonego przez zespół projektowy KPK – Kompleksowy program kształcenia w PWSliP w Łomży nr POWR.03.05.00-00-z040/17 bilansu kompetencji zostanie określone jakich umiejętności i wiedzy brakuje studentom z zakresu kompetencji zawodowych , analitycznych i komunikacyjnych oraz w jakim stopniu zostały uzupełnione na koniec uczestnictwa w projekcie tj. uzyskania formalnego wyniku oceny w formie np. egzaminu, testu, rozmowy oceniającej			

str. 5

na podstawie opracowanych kryteriów oceny i jego walidacji potwierdzonego przez realizatora kursu, co będzie oznaczało, że dana osoba uzyskała efekt uczenia się spełniając określone standardy zawarte w ramowym programie Studiów/Sylabusie

Pełny opis przedmiotu

1.	ZORGANIZOWANIE FIRMY. • Określenie pożądanego wizerunku firmy • Skupienie na pracy zespołowej w drodze do osiągnięcia założonych celów (Ocena umiejętności i stylu pracy członków zespołu, przydział zakresu odpowiedzialności i wybór prezesa; Zorganizowanie pracy i określenie celów osobistych; Określenie sposobu zarządzania organizacją i ustalenie norm grupowych) • Sprzedaż akcji zwyczajnych zespołowi zarządzającemu firmą • Zlecenie wykonania badania rynku
2.	WEJŚCIE NA RYNEK ABY PRZETESTOWAĆ STRATEGIĘ I ZAŁOŻENIA DOTYCZĄCE RYNKU. • Zarządzanie biurami sprzedaży (Zatrudnienie sprzedawców - wybór treningu ukierunkowanego na dany segment; Ustalenie cen produktów - promocje cenowe; Ustalenie priorytetów sprzedaży; Wybór ekspozycji w punkcie sprzedaży (POP); Otwarcie nowych biur sprzedaży) • Reklama (Projekt hasła reklamowego; Umieszczanie reklam w mediach i ich częstotliwość) • Ustalenie planu produkcji dla kwartału (Prognozowanie popytu dla poszczególnych marek; Ustalenie harmonogramu produkcji dla bieżącego kwartału - moce produkcyjne, kontrola zapasów; Przeprowadzanie symulacji procesu produkcyjnego) • Zabudżetowanie badań rynku • Sprzedaż akcji zwyczajnych zespołowi zarządzającemu firmą • Obliczenie pro forma cash flow
3.	OCENA WYNIKÓW RYNKU TESTOWEGO ORAZ KOREKTA STRATEGII, STAWANIE SIĘ ORGANIZACJA UCZĄCĄ SIĘ. • Ocena wyniku finansowego (Analiza rentowności) • Ocena wyniku rynkowego (Opinie konsumentów - projekty marek, ceny, reklamy i kadra handlowa; Popyt rynkowy - według firm, produktów i przypadający na sprzedawcę; Taktyki konkurencji - segmenty docelowe i wybór taktyk marketingowych) • Zabudżetowanie badań rynku • Odpowiednia korekta taktyk marketingowych oraz kontynuacja marketingu testowego (Projekty marek; Ceny produktów, promocje cenowe, priorytet sprzedaży i ekspozycje w punkcie sprzedaży (POP); Lokalizacje biur sprzedaży; Liczba sprzedawców i ich przydział; Hasło reklamowe; Umieszczanie reklam w mediach i ich częstotliwość) • Produkcja (Analiza wyników produkcji z poprzedniego kwartału; Moce produkcyjne; Sterowanie zapasami; Przeprowadzanie symulacji procesu produkcyjnego; Inwestycja w moce produkcyjne zakładu) • Zabudżetowanie badań rynku • Sprzedaż akcji zwyczajnych zespołowi zarządzającemu firmą • Obliczenie pro forma cash flow

str. 6



Fundusze Europejskie
Wiedza Edukacja Rozwój

Unia Europejska
Europejski Fundusz Społeczny



4.	POSZUKIWANIE ZEWNĘTRZNEGO FINANSOWANIA - PRZYGOTOWANIE BIZNESPLANU I NEGOCJOWANIE INWESTYCJI. - Ocena wyniku finansowego (Analiza rentowności) - Ocena wyniku rynkowego (Opinie konsumentów - projekty marek, ceny, reklamy i kadra handlowa; Popyt rynkowy - według firm, produktów i przypadający na sprzedawcę; Taktyki konkurencji - segmenty docelowe i wybór taktyk marketingowych) - Sformułowanie dwuletniego biznesplanu (Cele marketingowe, finansowe i własnościowe; Strategia marketingowa; Strategia produkcyjna; Strategia finansowa; Przepływy środków pieniężnych Pro forma i sprawozdania finansowe; Rozmiar zapotrzebowania na kapitał inwestycyjny, ilość zaoferowanych akcji oraz cena akcji) - Przedstawienie biznesplanu potencjalnym inwestorom i wynegocjowanie emisji akcji zwyczajnych w zamian za inwestycje - Rozpoczęcie globalnej realizacji biznesplanu - Inwestycja w prace badawczo-rozwojowe nad nowymi technologiami - Rozszerzanie taktyk marketingowych (Projekty marek; Lokalizacje biur sprzedaży; Kadra handlowa; Hasło reklamowe; Umieszczanie reklam w mediach i ich częstotliwość) - Produkcja (Analiza wyników produkcji z poprzedniego kwartału; Moce produkcyjne; Sterowanie zapasami; Przeprowadzanie symulacji procesu produkcyjnego; Inwestycja w moce produkcyjne zakładu) - Zabudżetowanie badań rynku - Obliczenie pro forma cash flow - Przygotowanie planu taktycznego
5.	MONITOROWANIE, KOREKTA, WYKONANIE. - Ocena zespołu - samoocena swojej roli w zespole, włożonego wkładu w pracę zespołu oraz potrzebne korekty - Ocena wyników firmy - finansowego, rynkowego oraz marketingowego - Umiejętna korekta strategii (Nieprzewidziane posunięcia konkurencji; Możliwości finansowe) - Marketing- dokonywanie przyrostowych zmian w taktykach (Wykorzystanie kalkulacji opartej na analizie działalności (Activity Based Costing) w celu oceny rentowności produktów i biur sprzedaży; Przeprowadzenie analizy popytu aby oszacować elastyczność produktu, cen, reklam i kadry handlowej) - Projekt marki (Stałe zwiększanie wyboru komponentów (R&D); Wprowadzenie na rynek nowych produktów, zawierających nowe komponenty R&D; Zapoznanie się z możliwościami udzielenia i zakupu licencji oraz stworzenia sojuszy strategicznych) - Kanały sprzedaży (Biura sprzedaży; Kadra handlowa) - Reklama (Oceny haseł reklamowych; Umieszczanie reklam w mediach i ich częstotliwość) - Produkcja - poprawa ekonomiki produkcji (Inwestycja w potencjał wytwórczy zakładu) - Zabudżetowanie badań rynku - Obliczenie pro forma cash flow - Zaplanowanie zmian w planie taktycznym

str. 7



Fundusze Europejskie
Wiedza Edukacja Rozwój

Unia Europejska
Europejski Fundusz Społeczny



6.	DALSZE MONITOROWANIE, KOREKTA, WYKONANIE. • Zarządzanie strategią (Nieprzewidziane posunięcia konkurencji; Możliwości finansowe) • Marketing- dokonywanie przyrostowych zmian w taktykach (Wykorzystanie kalkulacji opartej na analizie działalności (Activity Based Costing) w celu oceny rentowności produktów i biur sprzedaży; Przeprowadzenie analizy popytu aby oszacować elastyczność produktu, cen, reklam i kadry handlowej) • Stała poprawa ocen dokonywanych przez konsumentów (Oceny marek - R&D; Ceny - promocje cenowe; Hasła reklamowe) • Produkcja - poprawa ekonomiki produkcji (Inwestycja w potencjał wytwórczy zakładu) • Zabudżetowanie badań rynku • Obliczenie pro forma cash flow • Zaplanowanie zmian w planie taktycznym
7.	RAPORT DLA RADY NADZORCZEJ. • Ocena pracy zespołowej - samoocena swojej roli w zespole, włożonego wkładu w pracę zespołu oraz potrzebne korekty • Ocena wyniku finansowego (Analiza rentowności) • Ocena wyniku rynkowego (Opinie konsumentów - projekty marek, ceny i reklamy; Popyt rynkowy - według firm, produktów i przypadający na sprzedawcę; Taktyki konkurencji - segmenty docelowe i wybór taktyk marketingowych) • Przedstawienie Radzie Nadzorczej raportu z działalności firmy od momentu przedstawienia biznesplanu (Wynik rynkowy i finansowy; Wycena firmy; Odstępstwa od planu i ich uzasadnienie) • Prezentacja planów na przyszłość
Razem: 20 godz. na studiach stacjonarnych/ 12 godz. na studiach niestacjonarnych	
Literatura podstawowa i uzupełniająca/źródła:	
1. Gierszewska G., Romanowska M., <i>Analiza strategiczna przedsiębiorstwa</i>, PWE, Warszawa 2009 2. Oblój K., <i>Strategia organizacji</i>, PWE, Warszawa 2007 3. Porter M.E., <i>Strategie konkurencji. Metody analizy sektorów i konkurentów</i>, MT-Biznes, Warszawa 2006 <u>Źródła internetowe:</u> www.marketplace.pl www.marketplace-simulation.com	

Efekty uczenia się dla przedmiotu	Odniesienie do kierunkowych efektów uczenia się (symbol efektu)	Sposób weryfikacji efektów uczenia się										
		egzamin pisemny/zaliczenie	egzamin ustny/zaliczenie ustne	kolokwium	projekt indywidualny	Symulacja biznesowa	prezentacja	Raport z symulacji	praca w grupach na zajęciach	aktywność na zajęciach i w domu	dyskusja	Case study
1_W Ma podstawową wiedzę z zakresu strategii organizacji i zarządzania strategicznego	Z1P_W01 Z1P_W04 Z1P_W07					X	X	X				
2_W W dysponuje wiedzą z zakresu podstawowych obszarów funkcjonowania współczesnego przedsiębiorstwa	Z1P_W04 Z1P_W05 Z1P_W07 Z1P_W13					X	X	X				
1_U potrafi planować strategicznie i operacyjnie działalność przedsiębiorstwa	Z1P_U02 Z1P_U03 Z1P_U04 Z1P_U08 Z1P_U11					X	X	X				
2_U potrafi prawidłowo interpretować otrzymane wyniki funkcjonowania przedsiębiorstwa i na ich podstawie podejmować decyzje o usprawnieniach	Z1P_U01 Z1P_U02 Z1P_U03 Z1P_U04 Z1P_U05 Z1P_U08					X	X	X		X		
1_K potrafi współpracować w zespole, w tym przyjmować różne role	Z1P_K02 Z1P_K03 Z1P_K04					X	X			X		



zespołowe, posiada umiejętności organizacyjne, które pozwalają na realizację celów związanych z projektowaniem i podejmowaniem działań												
2_K potrafi myśleć i działać w sposób przedsiębiorczy	Z1P_K05 Z1P_K08 Z1P_K09					X	X			X		
Praca własna studenta												
– przygotowanie raportu, – aktywność studenta przy wykorzystywaniu symulacji komputerowej; – studiowanie literatury, – przygotowania prezentacji												

**zgodnie harmonogramem realizacji projektu „KPK- Kompleksowy Program Kształcenia w PWSliP w Łomży”*

