

SYLABUS

DOTYCZY CYKLU KSZTAŁCENIA 2023/2024 – 2024/2025

(skrajne daty)

Rok akademicki 2023/2024

1. PODSTAWOWE INFORMACJE O PRZEDMIOCIE

Nazwa przedmiotu	Strategie przedsiębiorcze
Kod przedmiotu*	
Nazwa jednostki prowadzącej kierunek	Katedra Rusycystyki
Nazwa jednostki realizującej przedmiot	Katedra Rusycystyki
Kierunek studiów	filologia rosyjska
Poziom studiów	studia II stopnia
Profil	ogólnoakademicki
Forma studiów	stacjonarna
Rok i semestr/y studiów	I/1
Rodzaj przedmiotu	kierunkowy
Język wykładowy	polski
Koordinator	Dr hab. prof. UR A. Barwińska-Małajowicz
Imię i nazwisko osoby prowadzącej / osób prowadzących	Dr hab. prof. UR A. Barwińska-Małajowicz

* -opcjonalnie, zgodnie z ustaleniami w Jednostce

1.1. Formy zajęć dydaktycznych, wymiar godzin i punktów ECTS

Semestr (nr)	Wykł.	Ćw.	Konw.	Lab.	Sem.	ZP	Prakt.	Inne (jakie?)	Liczba pkt. ECTS
1	15								1

1.2. Sposób realizacji zajęć

- zajęcia w formie tradycyjnej
 zajęcia realizowane z wykorzystaniem metod i technik kształcenia na odległość

1.3 Forma zaliczenia przedmiotu (z toku) (egzamin, zaliczenie z oceną, zaliczenie bez oceny)

ZALICZENIE BEZ OCENY; EGZAMIN

2. WYMAGANIA WSTĘPNE

Wiedza o współczesnej Rosji na poziomie studiów licencjackich

3. CELE, EFEKTY UCZENIA SIĘ, TREŚCI PROGRAMOWE I STOSOWANE METODY DYDAKTYCZNE

3.1 Cele przedmiotu

C ₁	Przekazanie studentom wiedzy dotyczącej zasad tworzenia i prowadzenia nowych podmiotów gospodarczych na wolnym rynku.
C ₂	Rozpoznawanie przez studentów zjawisk i procesów zachodzących w przedsiębiorstwach i ich otoczeniu.
C ₃	Wykształcenie umiejętności współdziałania w grupie, w procesie przygotowania przedsięwzięć przedsiębiorczych oraz analiz o charakterze marketingowym

3.2 Efekty uczenia się dla przedmiotu

EK (efekt uczenia się)	Treść efektu uczenia się zdefiniowanego dla przedmiotu	Odniesienie do efektów kierunkowych ¹
EK_01	Student zna i rozumie podstawowe zasady tworzenia i rozwoju różnych form przedsiębiorczości	K_W07
EK_02	Student poznaje myślenie i działanie w sposób przedsiębiorczy	K_K04

3.3 Treści programowe

A. Problematyka wykładu

Treści merytoryczne
Strategie przedsiębiorcze - wprowadzenie
Wewnętrzne i zewnętrzne strategie rozwoju firm
Kreatywność i innowacje
Techniki rozwiązywania problemów i rozpoznawania potrzeb
Marketing i sprzedaż w przedsiębiorstwie
Budowanie sieci i zespołów

3.4 Metody dydaktyczne

Wykład problemowy, wykład z prezentacją multimedialną

4. METODY I KRYTERIA OCENY

4.1 Sposoby weryfikacji efektów uczenia się

Symbol efektu	Metody oceny efektów uczenia się (np.: kolokwium, egzamin ustny, egzamin pisemny, projekt, sprawozdanie, obserwacja w trakcie zajęć)	Forma zajęć dydaktycznych (w, ćw, ...)
EK_01	Kolokwium	WYKŁAD
EK_02	Kolokwium, obserwacja w trakcie zajęć	WYKŁAD

¹ W przypadku ścieżki kształcenia prowadzącej do uzyskania kwalifikacji nauczycielskich uwzględnić również efekty uczenia się ze standardów kształcenia przygotowującego do wykonywania zawodu nauczyciela.

4.2 Warunki zaliczenia przedmiotu (kryteria oceniania)

Wykład Zaliczenie na podstawie kolokwium (testu zaliczeniowego); Skala ocen stosowana przy ocenie kolokwium: 0% - 59,5% - ndst 60%-69,5 % - dst 70%-78,5% - plus dst 79%-86,5% - db 87%-93,5% - plus db 94%-100% - bdb
--

5. CAŁKOWITY NAKŁAD PRACY STUDENTA POTRZEBNY DO OSIĄGNIĘCIA ZAŁOŻONYCH EFEKTÓW W GODZINACH ORAZ PUNKTACH ECTS

Forma aktywności	Średnia liczba godzin na zrealizowanie aktywności
Godziny z harmonogramu studiów	15
Inne z udziałem nauczyciela (udział w konsultacjach, egzaminie)	3
Godziny niekontaktowe – praca własna studenta (przygotowanie do zajęć, egzaminu, napisanie referatu itp.)	10
SUMA GODZIN	28
SUMARYCZNA LICZBA PUNKTÓW ECTS	1

* Należy uwzględnić, że 1 pkt ECTS odpowiada 25-30 godzin całkowitego nakładu pracy studenta.

6. PRAKTYKI ZAWODOWE W RAMACH PRZEDMIOTU/ MODUŁU

wymiar godzinowy	
zasady i formy odbywania praktyk	

7. LITERATURA

Literatura podstawowa: <ol style="list-style-type: none">1. Lis, P. (pod red.), 2014, <i>Strategia i Planowanie Biznesu</i>, Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu, Poznań 2014.2. Harvard Business Review Polska, 2012, <i>O strategii</i>, ICAN, Warszawa 2012.3. Pierścionek Z., <i>Zarządzania strategiczne w przedsiębiorstwie</i>, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2011
Literatura uzupełniająca: <ol style="list-style-type: none">1. Krupski, R., <i>Zarządzanie strategiczne. Koncepcje – metody</i>, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej we Wrocławiu, Wrocław 20072. Christensen Clayton M., 2010, <i>Przełomowe innowacje</i>, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa, 2010,

Akceptacja Kierownika Jednostki lub osoby upoważnionej