

**DODATKOWY PRZEDMIOT
WPROWADZONY 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
w roku akademickim 2023/2024**

Spis treści:

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

I - INFORMACJE PODSTAWOWE

1. Jednostka prowadząca studia: Akademia Łomżyńska; 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	K_W05 K_W08 K_W09	K_U01 K_U02 K_U03 K_U06 K_U14	K_K03 K_K04

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.
1	Symulacje biznesowe	20	12	2	Zal.
RAZEM		20	12	2	

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



**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

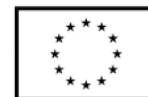
IV- SYLABUS REALIZOWANEGO PRZEDMIOTU

Nazwa przedmiotu		SYMULACJE BIZNESOWE	
Liczba pkt ECTS		2	
Kierunek studiów		Poziom kształcenia	Rok akademicki
ZARZĄDZANIE		Studia I stopnia	2023/2024
Profil studiów	praktyczny		
rok studiów	semestr	Forma studiów	Język przedmiotu
III	V	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 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			



Fundusze Europejskie
Wiedza Edukacja Rozwój

Unia Europejska
Europejski Fundusz Społeczny

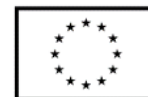


Pełny opis przedmiotu	
1.	ZORGANIZOWANIE FIRMY. - Określenie pożądanego wizerunku firmy - Skupienie na pracy zespołowej w drodze do osiągnięcia założonych celów (Ocena umiejętności i stylu pracy członków zespołu, przydział zakresu odpowiedzialności i wybór prezesa; Zorganizowanie pracy i określenie celów 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 ORGANIZACJĄ 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



Fundusze Europejskie
Wiedza Edukacja Rozwój

Unia Europejska
Europejski Fundusz Społeczny

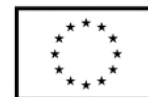


4.	POSZUKIWANIE ZEWNĘTRZNEGO FINANSOWANIA - PRZYGOTOWANIE BIZNESPLANU I NEGOCJOWANIE INWESTYCJI. • Ocena wyniku finansowego (Analiza rentowności) • Ocena wyniku rynkowego (Opinie konsumentów - projekty marek, ceny, reklamy i kadra handlowa; Popyt rynkowy - według firm, produktów i przypadający na sprzedawcę; 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



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:	
G. Gierszewska, M. Romanowska, <i>Analiza strategiczna przedsiębiorstwa</i>, Wyd. PWE Warszawa 2007 (biblioteka AŁ, baza KOHA) K. Oblój, <i>Strategia sukcesu firmy</i>, PWE, Warszawa 2000 (biblioteka AŁ, baza KOHA) K. Oblój, <i>Strategia organizacji w poszukiwaniu trwałej przewagi</i> (biblioteka AŁ, baza KOHA) konkurencyjnej, PWE, Warszawa 2006 M.E. Porter, <i>Strategia konkurencji metody analizy sektorów i konkurentów</i>, MT Biznes Sp. z o. o., Warszawa 2006 (biblioteka AŁ, baza KOHA) Z. Pierścione, <i>Strategie konkurencji i rozwoju przedsiębiorstwa</i>, Wydaw. Naukowe PWN 2003 (biblioteka AŁ, baza KOHA) <u>Źródła internetowe:</u> www.marketplace.pl www.marketplace-simulation.com	



Fundusze Europejskie
Wiedza Edukacja Rozwój

Unia Europejska
Europejski Fundusz Społeczny

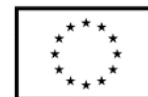


Efekty uczenia się dla przedmiotu	Odniesienie do kierunkowych efektów uczenia się (symbol efektu)	Sposób weryfikacji efektów uczenia się										
		egzamin pisemny/zaliczen	egzamin ustny/zaliczenie ustne	kolokwium	projekt indywidualny	Symulacja biznesowa	prezentacja	Raport z oceny	praca w grupach na zajęciach	aktywność na zajęciach i w	dyskusja	Case study
1_W Ma podstawową wiedzę z zakresu strategii organizacji i zarządzania strategicznego	K_W05 K_W08 K_W09					X	X	X				
2_W W dysponuje wiedzą z zakresu podstawowych obszarów funkcjonowania współczesnego przedsiębiorstwa	K_W05 K_W08 K_W09					X	X	X				
1_U potrafi planować strategicznie i operacyjnie działalność przedsiębiorstwa	K_U01 K_U02 K_U03 K_U06					X	X	X				
2_U potrafi prawidłowo interpretować otrzymane wyniki funkcjonowania przedsiębiorstwa i na ich podstawie podejmować decyzje o usprawnieniach	K_U01 K_U02 K_U03 K_U06					X	X	X		X		
3_U potrafi współpracować w zespole, w tym przyjmować różne role zespołowe, posiada umiejętności	K_U14					X	X			X		



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

organizacyjne, które pozwalają na realizację celów związanych z projektowaniem i podejmowaniem działań												
1_K jest przygotowany do aktywnego uczestnictwa w opracowaniu, wdrażaniu dokumentów strategicznych	K_K03											
2_K potrafi myśleć i działać w sposób przedsiębiorczy	K_K04					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”



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