

55-w.		KARTA PRZEDMIOTU					
Nazwa przedmiotu/modułu:			Podstawy przedsiębiorczości				
Nazwa angielska:			The Basics of Business				
Kierunek studiów:			Dziennikarstwo i komunikacja społeczna, specjalność produkcja medialna z elementami dziennikarstwa radiowo-telewizyjnego				
Poziom studiów:			Stacjonarne, I-go stopnia – licencjackie				
Profil studiów			Praktyczny				
Jednostka prowadząca:			Karkonoska Państwowa Szkoła Wyższa w Jeleniej Górze, Wydział Nauk Humanistycznych i Społecznych, Zakład Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej				
Prowadzący przedmiot:			dr Jacek Trembecki				
I Formy zajęć, liczba godzin							
Semestr	W	C	L	WR	Inne*	Łącznie	ECTS
V	15					15	1
II Cel przedmiotu							
C 1 – Przekazanie uporządkowanej wiedzy związanej z przedsiębiorczością oraz funkcjonowaniem podstawowych mechanizmów w gospodarce w warunkach współczesnych wymagań rynkowych.							
C 2 – Kształtowanie umiejętności oceny uwarunkowań rynkowych i podejmowania własnych decyzji przedsiębiorczych..							
C 3 – Zapoznanie z podstawowymi problemami związanymi z funkcjonowaniem założonej firmy.							
III Wymagania wstępne w kategoriach wiedzy, umiejętności i innych kompetencji:							
Wiedza z zakresu podstaw zarządzania.							
IV Oczekiwane efekty uczenia się							
EU 1 – Student ma rozszerzoną wiedzę związaną z pojęciami dotyczącymi przedsiębiorczości oraz problemami zakładania i funkcjonowania firmy na współczesnym rynku.							
EU 2 – Student potrafi interpretować mechanizmy funkcjonowania przedsiębiorstwa oraz omówić podstawowe kategorie rynkowe związane z uruchomieniem i prowadzeniem działalności gospodarczej.							
EU 3 – Student rozumie zalety, potrzebę oraz sposób podejmowania własnej działalności, a także myśleć i działać w sposób przedsiębiorczy.							
V Treści programowe:							
Forma zajęć: wykłady semestr V							Liczba godzin
W 1	Przedsiębiorczość – istota i znaczenie (pojęcie przedsiębiorczości, małe i średnie przedsiębiorstwa, cykl życia przedsiębiorstwa).						2
W 2	Rozpoznanie szans i ryzyka. Kalkulacja ryzyka. Idea pomysłu na przedsiębiorczość. Źródła pomysłów i ich weryfikacja.						2

W 3	Innowacje jako źródło przedsiębiorczości	2
W 4	Produkt, jego struktura i cykl życia. Wprowadzenie na rynek nowego produktu.	2
W 5	Początek działalności firmy. Kapitał przedsiębiorstwa. Akceptacja rynku. Płynność finansowa. Cykl operacyjny pieniądza. Wskaźniki płynności finansowej.	2
W 6	Finansowanie zewnętrzne. Fundusze poręczeniowe. Sektor pozabankowy. Próg rentowności. Sukces lub niepowodzenie.	3
W 7	Test sprawdzający – zaliczenie z przedmiotu.	2
Suma godzin		15
VI Narzędzia dydaktyczne		
1.	wykresy, diagramy, podręczniki i teksty przedmiotowo-metodyczne	
2.	prezentacje multimedialne, materiały audio-wizualne	
3.	urządzenia interkomunikacyjne (tablica interaktywna, rzutnik multimedialny) oraz komputery.	
VII Metody dydaktyczne		
Problemowe, praktyczne :1) pokaz, 2) dyskusja.		
VIII Sposoby oceny (F – formująca, P – podsumowująca)		
F 1	Test jednokrotnego wyboru.	
P 2	Ocena za aktywność i test.	
IX Obciążenie pracą studenta		
Forma aktywności		Łączna i średnia liczba godzin na zrealizowanie aktywności
Godziny kontaktowe z nauczycielem (w trakcie zajęć)		15
Godziny kontaktowe z nauczycielem (w trakcie konsultacji, średnio na studenta)		6
Przygotowanie się do zajęć		2
Przygotowanie do zaliczenia przedmiotu		7
SUMA		30
SUMARYCZNA LICZBA PUNKTÓW ECTS DLA PRZEDMIOTU		1
X Literatura podstawowa i uzupełniająca		
Literatura podstawowa:		
1. J. Targalski, A. Francik, Przedsiębiorczość i zarządzanie firmą, Wyd. C,H.Beck, Warszawa2009.		
2. I. Bogaczyk, i inni. <i>Własna firma. Zakładanie i prowadzenie działalności gospodarczej</i> . Wydawnictwo FORUM. Poznań 2005.		
3. J. Jacyszyn, Kosikowski C. <i>Podstawy prawa gospodarczego</i> . Lexis Nexis, Warszawa 2001.		
4. J. Targalski, <i>Przedsiębiorczość i zarządzanie</i> . Wyd. CH Beck, Warszawa 2003.		

5. Z.S. Żaro, *Jak założyć i prowadzić własną firmę*. Sigma. Skierniewice 2001.

Literatura uzupełniająca:

1. J. Altkorn, *Podstawy marketingu*. Instytut Marketingu. Kraków 1999.
2. A. Korczyn, *Jak opracować biznes plan?* Sigma. Skierniewice 2000.
3. W. Markowski, *ABC small business'u*. Marcus s.c. Łódź 2001.
4. K. Poznańska, R. Sobiecki, *Innowacje w przedsiębiorstwie*, SGH, Warszawa 2012.

Ustawy:

- Ustawa z dnia 2 lipca 2004 r. o swobodzie działalności gospodarczej.
- Ustawa z dnia 15. września 2000 r. Kodeks spółek handlowych.
- Ustawa z dnia 23 kwietnia 1964 r. Kodeks Cywilny. (art. 860 – 875).
- Ustawa z dnia 20 sierpnia 1997 r. o Krajowym Rejestrze Sądowym.

XI TABLICA POWIĄZAŃ EFEKTÓW PRZEDMIOTOWYCH I KIERUNKOWYCH Z CELAMI PRZEDMIOTU W ODNIESIENIU DO METOD ICH WERYFIKACJI

Efekty kształcenia	Odniesienie danego efektu do efektów zdefiniowanych dla całego programu (PEK)	Cele przedmiotu	Treści programowe	Narzędzia dydaktyczne	Metody dydaktyczne	Sposób oceny
EU 1	K_W01, K_W02, K_W11, K_W13	C1	W 1,2,3,4,5,6	1, 2, 3	1,2	
EU 2	K_U01, K_U05, K_U16	C2	W 1,2,3,4,5,6	1, 2, 3	1,2	
EU 3	K_U16, K_K05	C3	W 1,2,3,4,5,6	1, 2, 3	1,2	

XII ZASADY WERYFIKACJI OCZEKIWANYCH EFEKTÓW KSZTAŁCENIA

Brak

XIII DODATKOWE INFORMACJE O PRZEDMIOCIE

Brak