

KARTA MODUŁU / KARTA PRZEDMIOTU

Kod modułu	Z-EKO
Nazwa modułu	Biznesplan
Nazwa modułu w języku angielskim	Business plan
Obowiązuje od roku akademickiego	2017/2018

A. USYTUOWANIE MODUŁU W SYSTEMIE STUDIÓW

Kierunek studiów	Ekonomia
Poziom kształcenia	I stopień
Profil studiów	Ogólnoakademicki
Forma i tryb prowadzenia studiów	studia stacjonarne
Specjalność	Analityka działalności przedsiębiorstw
Jednostka prowadząca moduł	Katedra Zarządzania i Marketingu
Koordinator modułu	Małgorzata Sztorc
Zatwierdził	

B. OGÓLNA CHARAKTERYSTYKA PRZEDMIOTU

Przynależność do grupy/bloku przedmiotów	Specjalnościowy
Status modułu	Obowiązkowy
Język prowadzenia zajęć	Polski
Usytuowanie modułu w planie studiów - semestr	Semestr VI
Usytuowanie realizacji przedmiotu w roku akademickim	Semestr letni
Wymagania wstępne	Ekonomia, Podstawy marketingu, Zarządzanie strategiczne, Organizacja i zarządzanie, Prawo gospodarcze, Rachunkowość finansowa
Egzamin (TAK/NIE)	nie
Liczba punktów ECTS	1

Forma prowadzenia zajęć	wykład	ćwiczenia	laboratorium	projekt	inne
Liczba godzin w semestrze	15				

C. EFEKTY KSZTAŁCENIA I METODY SPRAWDZANIA EFEKTÓW KSZTAŁCENIA

Cel modułu	Celem przedmiotu jest zapozowanie Studentów z teoretycznymi podstawami i metodologią przygotowywania biznesplanów. W wyniku procesu kształcenia Student powinien posiadać podstawową wiedzę z zakresu metod sporządzania biznesplanu, prowadzenia procesu kompletowania danych źródłowych będących podstawą do stworzenia biznesplanu, przeprowadzenia analizy otoczenia rynkowego przedsięwzięcia, prognozowania przychodów i kosztów bieżących przedsiębiorstwa, tworzenia planu inwestycyjnego.
-------------------	--

Symbol efektu	Efekty kształcenia	Forma prowadzenia zajęć	Odniesienie do efektów kierunkowych	Odniesienie do efektów obszarowych
W_01	Zna ogólne zasady uruchamiania i prowadzenia działalności gospodarczej, zbierania danych źródłowych i informacji niezbędnych do opracowania biznesplanu. Ma pogłębioną wiedzę o procesach inwestycyjnych i metodach planowania inwestycyjnego wspomagających procesy podejmowania optymalnych decyzji dotyczących kluczowych obszarów działalności przedsiębiorstwa i gospodarki	w	K_W10 K_W11	S2A_W08 S2A_W11
W_02	Ma pogłębioną wiedzę o prawnych, ekonomicznych, rynkowych uwarunkowaniach funkcjonowania przedsiębiorstw kształtujących ich sytuację majątkowo- finansową przedstawianą w biznesplanie.	W	K_W05	S2A_W02 S2A_W03
W_03	Zna metodyczne zasady przygotowania biznesplanu i obszarów jego zastosowania w praktyce	w	K_W07	S2A_W06
W_04	Zna i interpretuje zjawiska oraz uwarunkowania funkcjonowania przedsiębiorstw na rynku i zależności między podstawowymi zjawiskami rynkowymi a możliwościami rozwojowymi przedsiębiorstw	w	K_W08	S2A_W07
U_01	Posiada umiejętność rozumienia i analizowania przyczyn procesów ekonomicznych zachodzących w przedsiębiorstwie. Potrafi sformułować i zweryfikować hipotezy badawcze i opinie na temat sytuacji badanych przedsiębiorstw	w	K_U03	S2A_U03
U_02	Potrafi wykorzystać zaawansowane metody analizy finansowej podmiotów gospodarczych i weryfikuje uzyskane wyniki oraz poddaje je krytycznej ocenie. Właściwie określa harmonogram rzeczowo-finansowy przedsięwzięcia oraz określa źródła finansowania inwestycji	w	K_U06	S2A_U06
U_03	Potrafi prawidłowo interpretować i wyjaśniać zjawiska ekonomiczne oraz wzajemne relacje między zjawiskami i procesami ekonomicznymi w celu opracowania biznesplanu	w	K_U01	S2A_U01
K_01	Prawidłowo identyfikuje i rozstrzyga przyczyny prawne, finansowe, organizacyjne związane z przedsięwzięciem opisanym biznesplanem	w	K_K04	S2A_K04
K_02	Potrafi pokierować przygotowaniem biznesplanu, określając priorytety służące jego realizacji	w	K_K03	S2A_K02 S2A_K03
K_03	Potrafi samodzielnie uruchomić i prowadzić działalność gospodarczą. Prawidłowo identyfikuje i rozstrzyga dylematy związane z prawnymi i finansowymi aspektami prowadzenia działalności gospodarczej w wymiarze krajowym i zagranicznym	w	K_K04 K_K08	S2A_K04 S2A_K07

Treści kształcenia

1. Treści kształcenia w zakresie wykładu

Nr wykładu	Treści kształcenia	Odniesienie do efektów kształcenia dla modułu
1.	Standardy tworzenia biznesplanu. Podstawowe definicje biznesplanu. Typologia i klasyfikacja planów. Zagrożenia występujące w planowaniu biznesowym.	W_01 U_01 K_02
2.	Planowanie i decydowanie w przedsiębiorstwie. Cele, funkcje, istota, zadania i przesłanki planowania w przedsiębiorstwie. Rola decydowania w zarządzaniu. Rodzaje planowania. Typologia procesu decyzyjnego. Tradycyjne i nowoczesne techniki decyzyjne. Fazy procesu decyzyjnego. Zasady i metody tworzenia planów. Wielowymiarowa matryca planowania – obszary decyzyjne.	W_04 U_02 K_02
3.	Metodyczne podstawy sporządzania biznesplanu. Korzyści z opracowania biznesplanu. Typowe zastosowania biznesplanu. Błędy i zagrożenia w sporządzaniu i realizacji biznesplanów. Procedura tworzenia biznesplanów.	W_04 U_02 K_02
4.	Etapy konstrukcji biznesplanu. Istota i rola biznesplanu. Typowe zastosowanie biznesplanu. Zasady tworzenia biznesplanu. Elementy biznesplanu. Przykładowe struktury biznesplanów. Wybór odpowiedniego schematu biznesplanu zgodnie z cyklem życia projektu. Określenie profilu planowanego przedsięwzięcia.	W_01 W_03 U_01 K_02 K_03
5.	Plan strategiczny. Strategiczne zarządzanie przedsiębiorstwem. Ustalenie wizji i misji przedsiębiorstwa. Zasady formułowania celów strategicznych. Metody analizy strategicznej jako narzędzia oceny i formułowania strategii (SWOT/TOWS)	W_02 U_04 K_01
6.	Proces formułowania i implementacji strategii. Istota formułowania i wdrażania strategii w przedsiębiorstwie. Instrumenty formułowania i implementacji strategii. Etapy wyboru strategii oraz sposobu jej wdrożenia.	W_03 U_01 K_03
7.	Plan marketingowy. Struktura planu marketingowego. Określenie celów przedsiębiorstwa w ujęciu marketingowym. Harmonogram koordynacji działań marketingowych. Analiza marketingowa (branży, sektora, nabywców, konkurencji, segmentacja rynku). Wybór rynku docelowego	W_02 U_04 K_01 K_04
8.	Klasyfikacja i rodzaje strategii marketingowych. Typologia strategii marketingowych (produktowych, cenowych, promocji, dystrybucji, dyferencjacji, wejścia na nowe rynki). Kreowanie strategii marketingowej.	W_01 W_02 U_01 K_03
9.	Plan techniczny. Struktura planu technicznego. Opis techniczny produktów i usług. Planowanie techniczno-ekonomiczne produkcji. Określenie poziomu nakładów inwestycyjnych i kosztów	W_01 U_02 K_02 K_03
10.	Plan organizacyjny. Struktura planu organizacyjnego. Charakterystyka celów strategicznych w ujęciu organizacyjnym. Harmonogram realizacji przedsięwzięcia. System organizacji pracy i zasobów ludzkich. Określenie kosztów w sferze organizacyjnej.	W_02 U_01 K_01
11.	Plan finansowy. Elementy planu finansowego. Zestaw analiz finansowych (płynności, rentowności, zadłużenia). Projekcja rachunku zysków i strat. Projekcja bilansu. Ocena finansowa przedsięwzięcia.	W_04 U_01 K_01
12.	Plan wdrożenia, ocena efektywności projektu oraz wycena przedsiębiorstwa. Metody obliczania wskaźników oceny efektywności projektu. Metody majątkowe, dochodowe, mieszane wyceny przedsiębiorstwa.	W_03 U_02 K_02

Metody sprawdzania efektów kształcenia

Symbol efektu	Metody sprawdzania efektów kształcenia <i>(sposób sprawdzenia, w tym dla umiejętności – odwołanie do konkretnych zadań projektowych, laboratoryjnych, itp.)</i>
W_01	Kolokwium zaliczeniowe
W_02	Kolokwium zaliczeniowe
W_03	Kolokwium zaliczeniowe
W_04	Kolokwium zaliczeniowe
U_01	Kolokwium zaliczeniowe
U_02	Kolokwium zaliczeniowe
U_03	Kolokwium zaliczeniowe
K_01	Kolokwium zaliczeniowe
K_02	Kolokwium zaliczeniowe
K_03	Kolokwium zaliczeniowe

D. NAKŁAD PRACY STUDENTA

Bilans punktów ECTS			
Lp.	Rodzaj aktywności	Obciążenie studenta	Jednostka
1.	Udział w wykładach	15	h
2.	Udział w ćwiczeniach		h
3.	Udział w laboratoriach		h
4.	Udział w zajęciach projektowych		h
5.	Udział w konsultacjach (2-3 razy w semestrze)	3	h
6.	Konsultacje projektowe		h
7.	Udział w egzaminie		h
8.			
9.	Liczba godzin realizowanych przy bezpośrednim udziale nauczyciela akademickiego	18	h
10.	Liczba punktów ECTS, którą student uzyskuje na zajęciach wymagających bezpośredniego udziału nauczyciela akademickiego <i>(1 punkt ECTS=25 godzin obciążenia studenta)</i>	0,7	ECTS
11.	Samodzielne studiowanie tematyki wykładów	5	h
12.	Samodzielne przygotowanie się do ćwiczeń		h
13.	Samodzielne przygotowanie się do kolokwium		h
14.	Samodzielne przygotowanie się do laboratoriów		h
15.	Wykonanie sprawozdań		h
16.	Przygotowanie do kolokwium końcowego z laboratorium	3	h
17.	Wykonanie projektu lub dokumentacji		h
18.	Przygotowanie do egzaminu		h
19.			
20.	Liczba godzin samodzielnej pracy studenta	8	h
21.	Liczba punktów ECTS, którą student uzyskuje w ramach samodzielnej pracy <i>(1 punkt ECTS=25 godzin obciążenia studenta)</i>	0,3	ECTS
22.	Sumaryczne obciążenie pracą studenta	26	h
23.	Punkty ECTS za moduł <i>1 punkt ECTS=25 godzin obciążenia studenta</i>	1	ECTS
24.	Nakład pracy związany z zajęciami o charakterze praktycznym <i>Suma godzin związanych z zajęciami praktycznymi</i>		h
25.	Liczba punktów ECTS, którą student uzyskuje w ramach zajęć o charakterze praktycznym <i>1 punkt ECTS=25 godzin obciążenia studenta</i>		ECTS

E. LITERATURA

Wykaz literatury	<ol style="list-style-type: none"> McKeever M., <i>How to Write a Business Plan</i>, Delta Printing Solution, Berkley 2005. Opolski K., Waśniewski K., <i>Biznesplan jak go budować i analizować</i>, CeDeWu, Warszawa 2017. Pasieczny J., <i>Biznesplan</i>, PWE, Warszawa 2013. Pawlak Z., <i>Biznesplan Zastosowania i przykłady</i>, Poltext, Warszawa 2008. Pinson L., <i>Anatomy of a Business Plan</i>, Dearborn Trade Publishing a Kaplon Professional Company, Chicago 2004. Sitkiewicz R., <i>Praktyczne sporządzenie biznesplanu</i>, Difin, Warszawa 2014. Skrzypek J., Filar E., <i>Biznesplan</i>, Poltex, Warszawa 2007. Tokarski A., Tokarski M., Wójcik J., <i>Jak solidnie przygotować profesjonalny biznesplan</i>, CeDeWu, Warszawa 2017. Williams K., <i>Brilliant Business Plan: What to know and do to make the per-</i>
------------------	--

	<i>fect plan</i> , Pearson, United Kingdom 2011.
Witryna WWW modułu/przedmiotu	