

## Opis zajęć (syllabus): ZARZĄDZANIE INNOWACJAMI

Nazwa zajęć:	<b>ZARZĄDZANIE INNOWACJAMI</b>	<b>ECTS</b>	<b>3</b>
Nazwa zajęć w j. angielskim:	Innovation management		
Zajęcia dla kierunku studiów:	<b>Ekonomia</b>		

Język wykładowy: <b>polski</b>		Poziom studiów: <b>2</b>	
Forma studiów: <b>stacjonarne i niestacjonarne</b>	Status zajęć: <b>kierunkowy - do wyboru</b>	Numer semestru: <b>semestr letni</b>	
Rok akademicki, od którego obowiązuje opis (rocznik):		<b>2020/2021</b>	Numer katalogowy: <b>EKR-E-2SZ-X-99-KF-2020</b>

Koordinator zajęć:	<b>dr hab. Michał Roman, adiunkt</b>		
Prowadzący zajęcia:	<b>dr hab. Michał Roman, adiunkt</b>		
Jednostka realizująca:	<b>Katedra Turystyki, Komunikowania Społecznego i Doradztwa</b>		
Jednostka zlecająca:	<b>Wydział Ekonomiczny</b>		
Założenia, cele i opis zajęć:	<p>a. Przekazanie wiedzy w zakresie istoty, rodzajów oraz uwarunkowań kreowania i metod wdrażania innowacji.  b. Zaprezentowanie klasycznych i nowoczesnych podejść do procesu innowacji.  c. Kształcenie umiejętności sprawnego zarządzania procesami innowacyjnymi.  d. Ukazanie wpływu otoczenia na transfer innowacji.</p> <p><b>Wykład</b>  Pojęcie i rodzaje innowacji. Innowacyjność Polski i pozycja polskich przedsiębiorstw w świetle danych statystycznych. Źródła innowacji. Efekty działalności innowacyjnej. Koszty działalności innowacyjnej. Bariery wprowadzania innowacji. Finansowanie innowacji. Firma innowacyjna – pojęcie, rodzaje, sposoby tworzenia. Przedsiębiorczość akademicka.</p> <p><b>Ćwiczenia</b>  Klasyfikacja innowacji i istota procesu innowacji. Wewnętrzne uwarunkowania innowacyjności. Zewnętrzne uwarunkowania tworzenia innowacji. Rola otoczenia w stymulowaniu innowacyjności sektora małych i średnich przedsiębiorstw. Metody i narzędzia innowacyjnego zarządzania. Zarządzanie nowym produktem innowacyjnym: istota produktu i nowego produktu, strategiczny charakter zarządzania nowym produktem, kreowanie nowego produktu, zarządzanie marką, proces rozwoju nowego produktu, zarządzanie cyklem życia nowego produktu, czynniki sukcesu nowego produktu.</p>		
Formy dydaktyczne, liczba godzin:	<p>a. wykład - liczba godzin: stacj: 20, niestacj. 12  b. ćwiczenia audytoryjne - liczba godzin: stacj: 10, niestacj. 4</p>		
Metody dydaktyczne:	dyskusja, rozwiązywanie problemu, konsultacje, studium przypadku, indywidualne projekty studenckie		
Wymagania formalne i założenia wstępne:	Wiedza z zakresu mikro- i makroekonomii		
Efekty uczenia się:	<p><b>Wiedza - Zna i rozumie:</b>  1. definiuje podstawowe pojęcia z zakresu innowacyjności, rozróżnia różne typy innowacji i charakteryzuje znaczenie innowacji w procesach gospodarczych  2. definiuje podstawowe zasady, metody i techniki sprawnego wdrażania innowacji oraz ich rodzaje</p>	<p><b>Umiejętności - Potrafi:</b>  3. umie proponować wdrażanie innowacji w oparciu o znajomość zasad, metod i technik skutecznej innowacji  4. analizuje przykłady z praktyki gospodarczej w zakresie sposobów i efektów wdrożenia innowacji</p>	<p><b>Kompetencje - Jest gotów do:</b>  5. potrafi pracować indywidualnie i w zespole przy rozwiązywaniu problemów</p>
Sposób weryfikacji efektów uczenia się:	egzamin pisemny (efekty: 1,2,3,4), ocena prac wykonywanych w ramach pracy własnej studenta (efekty: 1,3,5)		
Forma dokumentacji osiągniętych efektów uczenia się:	prace pisemne, indywidualne projekty studenckie		
Elementy i wagi mające wpływ na ocenę końcową:	egzamin pisemny - 50%, ocena prac wykonywanych w ramach pracy własnej studenta - 50%		
Miejsce realizacji zajęć:	sala dydaktyczna (wykładowa/ćwiczeniowa)		

Literatura podstawowa i uzupełniająca:

1. Drucker P. F.: Innowacja i przedsiębiorczość. Emka, Warszawa 2004.
2. Niedzielski P., Rychlik K.: Innowacje i kreatywność. Wydawnictwo Uniwersytetu Szczecińskiego, Szczecin 2006.
3. Bogdanienko J.: Innowacyjność przedsiębiorstw. Wydawnictwo Uniwersytetu Mikołaja Kopernika, Toruń 2004.
4. Kalinowski T.B.: Innowacyjność przedsiębiorstw a systemy zarządzania jakością. Oficyna Wolters Kluwer Polska, Warszawa 2010.
5. Knosala R., Boratyńska-Sala A., Jurczyk-Bunkowska M.: Zarządzanie innowacjami. PWE, Warszawa 2014.
6. Karlik M.: Zarządzanie innowacjami w przedsiębiorstwie. Poltext, Wydanie 1, Warszawa 2013.
7. Janasz W., Kozioł K.: Determinanty działalności innowacyjnej przedsiębiorstw. PWE Warszawa 2006.
8. Żebrowski M., Waćkowski K.: Strategiczne zarządzanie innowacjami: strategię małych i średnich przedsiębiorstw IT. Difin, Warszawa 2011.

Uwagi:

**Wskaźniki ilościowe charakteryzujące moduł/przedmiot:**

Szacunkowa sumaryczna liczba godzin pracy studenta (kontaktowych i pracy własnej) niezbędna dla osiągnięcia zakładanych dla zajęć efektów uczenia się - na tej podstawie należy wypełnić pole ECTS:

**75/66**

Łączna liczba punktów ECTS, którą student uzyskuje na zajęciach wymagających bezpośredniego udziału nauczycieli akademickich lub innych osób prowadzących zajęcia:

**1.4/0.84 ECTS**

**Tabela zgodności kierunkowych efektów uczenia się z efektami przedmiotu:**

Kategoria efektu	Efekty uczenia się dla zajęć:	Odniesienie do efektów dla programu studiów dla kierunku	Oddziaływanie zajęć na efekt kierunkowy*)
Wiedza	1. definiuje podstawowe pojęcia z zakresu innowacyjności, rozróżnia różne typy innowacji i charakteryzuje znaczenie innowacji w procesach gospodarczych	EK2_KW01	3
	2. definiuje podstawowe zasady, metody i techniki sprawnego wdrażania innowacji oraz ich rodzaje	EK2_KW02	2
Umiejętności	3. umie proponować wdrażanie innowacji w oparciu o znajomość zasad, metod i technik skutecznej innowacji	EK2_KU01	3
	4. analizuje przykłady z praktyki gospodarczej w zakresie sposobów i efektów wdrożenia innowacji	EK2_KU02	2
Kompetencje	5. potrafi pracować indywidualnie i w zespole przy rozwiązywaniu problemów	EK2_KK01	2

\*) 3 - zaawansowany i szczegółowy, 2 - znaczący, 1 - podstawowy