

Karta przedmiotu

Nazwa i kod przedmiotu	Crowdfunding Academy , PG_00177626						
Kierunek studiów	Ekonomia (O), Międzynarodowe stosunki gospodarcze (O)						
Data rozpoczęcia studiów	październik 2024 r.		Rok akademicki realizacji przedmiotu		2025/2026		
Poziom kształcenia	II stopnia		Grupa zajęć		Grupa zajęć obowiązkowych z zakresu kierunku studiów Grupa zajęć fakultatywnych		
Forma studiów	stacjonarne		Sposób realizacji		na uczelni		
Rok studiów	2		Język wykładowy		polski		
Semestr studiów	4		Liczba punktów ECTS		5.0		
Profil kształcenia	ogólnoakademicki		Forma zaliczenia		zaliczenie		
Jednostka prowadząca	Rektor -> Wydział Ekonomiczny -> Katedra Zrównoważonych Procesów Rynkowych						
Imię i nazwisko wykładowcy (wykładowców)	Odpowiedzialny za przedmiot		dr Joanna Adamska				
	Prowadzący zajęcia z przedmiotu		dr Joanna Adamska dr Urszula Mrzygłód				
Formy zajęć	Forma zajęć	Wykład	Ćwiczenia	Laboratorium	Projekt	Seminarium	RAZEM
	Liczba godzin zajęć	0.0	30.0	0.0	0.0	0.0	30
	W tym liczba godzin zajęć na odległość: 0.0						
Aktywność studenta i liczba godzin pracy	Aktywność studenta	Udział w zajęciach dydaktycznych, objętych planem studiów		Udział w konsultacjach		Praca własna studenta	RAZEM
	Liczba godzin pracy studenta	30		0.0		0.0	30
Cel przedmiotu	Kurs ma na celu promowanie przedsiębiorczości i innowacyjności poprzez zapewnienie studentom wiedzy na temat różnych modeli i koncepcji finansowania społecznościowego, a także nauczanie ich praktycznych umiejętności niezbędnych do planowania, realizacji i zarządzania udaną kampanią crowdfundingową.						

Efekty uczenia się przedmiotu	Efekt kierunkowy	Efekt z przedmiotu	Sposób weryfikacji i oceny efektu
	[EKONMU2_W11] zna szczegółowe zasady tworzenia oraz rozwoju form indywidualnej przedsiębiorczości, wykorzystując wiedzę z zakresu ekonomii, finansów i nauk o zarządzaniu	Student zna szczegółowe zasady tworzenia oraz rozwijania indywidualnych inicjatyw przedsiębiorczych z wykorzystaniem finansowania społecznościowego, integrując wiedzę z zakresu ekonomii, finansów oraz nauk o zarządzaniu.	[SW2] prezentacja/projekt/referat/raport
	[MSGMU2_W11] ma podbudowaną teoretycznie, pogłębioną wiedzę na temat kluczowych zagadnień z zakresu zarządzania podmiotem gospodarczym na rynku krajowym i międzynarodowym oraz wybranych szczegółowych zagadnień dotyczących międzynarodowego łańcucha dostaw	Student ma podbudowaną teoretycznie, pogłębioną wiedzę na temat kluczowych zagadnień związanych z zarządzaniem przedsięwzięciem crowdfundingowym na rynku krajowym i międzynarodowym, w tym wybranych aspektów funkcjonowania międzynarodowego łańcucha dostaw w kontekście realizacji projektów finansowanych społecznością.	[SW2] prezentacja/projekt/referat/raport
	[EKONMU2_U10] posiada pogłębioną umiejętność przygotowania specjalistycznych wystąpień ustnych, w języku polskim i języku obcym z problematyki gospodarczej i społecznej, z wykorzystaniem specjalistycznych ujęć teoretycznych, zasad gromadzenia różnych źródeł danych, ich opisu i interpretacji oraz wnioskowania na bazie literatury naukowej, potrafi przygotować i poprowadzić debatę	Student posiada pogłębioną umiejętność przygotowania specjalistycznych wystąpień ustnych w języku polskim i angielskim na temat zagadnień związanych z crowdfundingiem oraz przedsiębiorczością społeczną i gospodarczą, wykorzystując specjalistyczne koncepcje teoretyczne, zasady gromadzenia i analizy danych z różnych źródeł oraz formułowania wniosków w oparciu o literaturę naukową; potrafi również przygotować i poprowadzić debatę na tematy związane z finansowaniem społecznością.	[SU1] wypowiedź ustna/rozmowa/diskusja [SU2] prezentacja/projekt/referat/raport
	[MSGMU2_U13] posiada pogłębioną umiejętność przygotowania specjalistycznych prac pisemnych w języku polskim i języku obcym z problematyki gospodarczej i społecznej, z wykorzystaniem specjalistycznych ujęć teoretycznych i metodologicznych, gromadzenia różnych źródeł danych, ich opisu i interpretacji, zasad formułowania hipotez oraz wnioskowania na bazie literatury naukowej i danych faktograficznych, potrafi dokonywać rozwiniętych porównań międzynarodowych	Student posiada pogłębioną umiejętność przygotowania specjalistycznych prac pisemnych w języku polskim i angielskim na temat zagadnień związanych z crowdfundingiem oraz problematyką społeczno-gospodarczą, z wykorzystaniem zaawansowanych ujęć teoretycznych i metodologicznych, zasad gromadzenia, opisu i interpretacji danych z różnych źródeł, formułowania hipotez badawczych oraz wyciągania wniosków na podstawie literatury naukowej i danych empirycznych; potrafi także przeprowadzać pogłębione porównania międzynarodowe dotyczące zjawisk związanych z finansowaniem społecznością.	[SU2] prezentacja/projekt/referat/raport
	[MSGMU2_K03] jest gotów do aktywnego uczestniczenia w grupach, organizacjach i instytucjach realizujących profesjonalne projekty dotyczące funkcjonowania podmiotów gospodarczych w warunkach globalizacji i rozwoju procesów integracyjnych	Jest gotów do aktywnego uczestniczenia w grupach, organizacjach i instytucjach realizujących profesjonalne projekty crowdfundingowe związane z funkcjonowaniem podmiotów gospodarczych w warunkach globalizacji i rozwoju procesów integracyjnych.	[SK1] wypowiedź ustna/rozmowa/diskusja [SK2] prezentacja/projekt/referat/raport
	[EKONMU2_K03] inspirowuje i organizuje przygotowywanie projektów ekonomiczno-społecznych, w zgodzie z ideą zrównoważonego rozwoju, potrafiąc godzić wymagania prawne, ekonomiczne, ekologiczne, polityczne i społeczne	Student inspirowuje i organizuje przygotowanie projektów ekonomiczno-społecznych finansowanych w modelu crowdfundingowym, zgodnie z zasadami zrównoważonego rozwoju, umiejętnie godząc wymagania prawne, ekonomiczne, ekologiczne, polityczne i społeczne w procesie planowania i realizacji przedsięwzięć.	[SK2] prezentacja/projekt/referat/raport

	<table><tr><th>Efekt kierunkowy</th><th>Efekt z przedmiotu</th><th>Sposób weryfikacji i oceny efektu</th></tr><tr><td>[EKONMU2_U14] potrafi odpowiednio określać priorytety oraz planować i organizować zadania związane z ich realizacją, a także monitorować i oceniać postępy</td><td>Student potrafi określać priorytety oraz skutecznie planować, organizować i realizować zadania związane z przygotowaniem i prowadzeniem kampanii crowdfundingowej, a także monitorować jej przebieg i oceniać postępy na poszczególnych etapach projektu.</td><td>[SU2] prezentacja/projekt/referat/raport</td></tr></table>	Efekt kierunkowy	Efekt z przedmiotu	Sposób weryfikacji i oceny efektu	[EKONMU2_U14] potrafi odpowiednio określać priorytety oraz planować i organizować zadania związane z ich realizacją, a także monitorować i oceniać postępy	Student potrafi określać priorytety oraz skutecznie planować, organizować i realizować zadania związane z przygotowaniem i prowadzeniem kampanii crowdfundingowej, a także monitorować jej przebieg i oceniać postępy na poszczególnych etapach projektu.	[SU2] prezentacja/projekt/referat/raport
Efekt kierunkowy	Efekt z przedmiotu	Sposób weryfikacji i oceny efektu					
[EKONMU2_U14] potrafi odpowiednio określać priorytety oraz planować i organizować zadania związane z ich realizacją, a także monitorować i oceniać postępy	Student potrafi określać priorytety oraz skutecznie planować, organizować i realizować zadania związane z przygotowaniem i prowadzeniem kampanii crowdfundingowej, a także monitorować jej przebieg i oceniać postępy na poszczególnych etapach projektu.	[SU2] prezentacja/projekt/referat/raport					
Treści przedmiotu	Na każdych zajęciach studenci będą analizować studia przypadków rzeczywistych kampanii crowdfundingowych. Poprzez dyskusje, pracę grupową i analizę dostarczonych materiałów będziemy zgłębiać różne aspekty crowdfundingu oraz projektów, zgodnie z poniższym wykazem. Na zakończenie kursu studenci, pracując w grupach, opracują propozycję kampanii crowdfundingowej dla rzeczywistego lub hipotetycznego projektu, z opcjonalną możliwością uruchomienia kampanii na platformie crowdfundingowej (nie jest to jednak obowiązkowa część kursu). Studenci będą mieć również możliwość uczestnictwa w międzynarodowym seminarium w trakcie trwania kursu. Wprowadzenie do crowdfundingu: Zrozumienie koncepcji crowdfundingu; przegląd historyczny i ewolucja. Twórcy i wspierający. Platformy crowdfundingowe: różne typy platform; opłaty; regulacje. Modele crowdfundingu bezinwestycyjnego: crowdfunding oparty na nagrodach i darowiznach. Przegląd, statystyki i regulacje. Własność intelektualna w kampaniach crowdfundingowych. Crowdfunding inwestycyjny: crowdfunding udziałowy definicje, typy i regulacje. Analiza pożyczek społecznościowych (peer-to-peer lending). Rola twórców kampanii: Różne typy: osoby fizyczne, organizacje pozarządowe, instytucje publiczne, firmy prywatne; zalety i wady; relacje ze wspierającymi. Udana kampania crowdfundingowa: Grupy docelowe i weryfikacja rynkowa; narracja kampanii; cele finansowe i budżetowanie; multimedia w skutecznym opowiadaniu historii. Studium przypadków i dobre praktyki. Obecność online: budowanie marki w crowdfundingu, wykorzystanie mediów społecznościowych i strategii marketingu cyfrowego; rola komunikacji ze wspierającymi; zachowanie przejrzystości. Studium przypadków i dobre praktyki. Logistyka kampanii i strategię po jej zakończeniu: czas trwania, częstotliwość aktualizacji; strategię dla kampanii nagrodowych; budowanie i utrzymywanie relacji ze wspierającymi. Studium przypadków i dobre praktyki. Część etapów pracy nad projektem będzie realizowana podczas konsultacji / godzin otwartych.						
Wymagania wstępne i dodatkowe	Kreatywność i chęć do pracy nad projektem crowdfundingowym, umiejętności komunikacyjne.						
Sposoby i kryteria oceniania osiągniętych efektów uczenia się	<table><tr><th>Sposób oceniania (składowe)</th><th>Próg zaliczeniowy</th><th>Składowa oceny końcowej</th></tr><tr><td>Projekt</td><td>51.0%</td><td>100.0%</td></tr></table>	Sposób oceniania (składowe)	Próg zaliczeniowy	Składowa oceny końcowej	Projekt	51.0%	100.0%
Sposób oceniania (składowe)	Próg zaliczeniowy	Składowa oceny końcowej					
Projekt	51.0%	100.0%					
Zalecana lista lektur	<table><tr><td>Podstawowa lista lektur</td><td>a) Shneor, R., Zhao, L., & Filten, B. T. (2020). Advances in crowdfunding: Research and practice (p. 531). Springer Nature. Shneor, R., Mrzygłód, U., Adamska-Mieruszevska, J., & Fornalska-Skurczynska, A. (2022). The role of social trust in reward crowdfunding campaigns design and success. Electronic Markets, 1-16.</td></tr><tr><td>Uzupełniająca lista lektur</td><td>b) Cumming, D., & Hornuf, L. (2018). The economics of crowdfunding. Palgrave Macmillan</td></tr><tr><td>Adresy eZasobów</td><td></td></tr></table>	Podstawowa lista lektur	a) Shneor, R., Zhao, L., & Filten, B. T. (2020). Advances in crowdfunding: Research and practice (p. 531). Springer Nature. Shneor, R., Mrzygłód, U., Adamska-Mieruszevska, J., & Fornalska-Skurczynska, A. (2022). The role of social trust in reward crowdfunding campaigns design and success. Electronic Markets, 1-16.	Uzupełniająca lista lektur	b) Cumming, D., & Hornuf, L. (2018). The economics of crowdfunding. Palgrave Macmillan	Adresy eZasobów	
Podstawowa lista lektur	a) Shneor, R., Zhao, L., & Filten, B. T. (2020). Advances in crowdfunding: Research and practice (p. 531). Springer Nature. Shneor, R., Mrzygłód, U., Adamska-Mieruszevska, J., & Fornalska-Skurczynska, A. (2022). The role of social trust in reward crowdfunding campaigns design and success. Electronic Markets, 1-16.						
Uzupełniająca lista lektur	b) Cumming, D., & Hornuf, L. (2018). The economics of crowdfunding. Palgrave Macmillan						
Adresy eZasobów							
Przykładowe zagadnienia/ przykładowe pytania/ realizowane zadania							

Dokument wygenerowany elektronicznie. Nie wymaga pieczęci ani podpisu.