

Karta przedmiotu

Nazwa i kod przedmiotu	Crowdfunding Academy , PG_00202525						
Kierunek studiów	Ekonomia (O), Międzynarodowe stosunki gospodarcze (O), International Business (O), Logistics and Mobility (O)						
Data rozpoczęcia studiów	październik 2025 r.		Rok akademicki realizacji przedmiotu		2026/2027		
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		angielski		
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						
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		95.0	125
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	Effekt kierunkowy	Effekt z przedmiotu	Sposób weryfikacji i oceny efektu
	[EKONL3_U10] posiada umiejętność przygotowania wystąpień ustnych, w języku polskim i języku obcym z problematyki gospodarczej i społecznej, z wykorzystaniem specjalistycznej terminologii, ujęć teoretycznych, zasad gromadzenia różnych źródeł danych, ich opisu i interpretacji oraz wnioskowania na bazie literatury naukowej, potrafi aktywnie brać udział w debacie	Student posiada umiejętność przygotowania wystąpień ustnych w języku polskim i języku obcym z zakresu crowdfundingu, przedsiębiorczości cyfrowej oraz problematyki gospodarczej i społecznej, z wykorzystaniem specjalistycznej terminologii, ujęć teoretycznych, zasad gromadzenia, opisu i interpretacji danych oraz wnioskowania na podstawie literatury naukowej; potrafi również aktywnie uczestniczyć w debacie.	[SU2] prezentacja/projekt/referat/raport
	[MSGL3_U13] posiada umiejętność przygotowania prezentacji i wystąpień ustnych w języku polskim i języku obcym, dotyczących wybranych zagadnień szczegółowych z zakresu międzynarodowych stosunków gospodarczych (w powiązaniu z wybraną specjalnością na kierunku międzynarodowe stosunki gospodarcze), z wykorzystaniem ujęć teoretycznych, specjalistycznej terminologii, zasad gromadzenia różnych źródeł danych, ich opisu i interpretacji oraz wnioskowania na bazie literatury naukowej	Student posiada umiejętność przygotowania prezentacji i wystąpień ustnych w języku polskim i języku obcym dotyczących crowdfundingu, finansowania społecznościowego i przedsiębiorczości cyfrowej, z wykorzystaniem ujęć teoretycznych, specjalistycznej terminologii, zasad gromadzenia, opisu i interpretacji danych oraz wnioskowania na podstawie literatury naukowej.	[SU2] prezentacja/projekt/referat/raport
	[IBL3_U06] potrafi komunikować się za pomocą terminologii z zakresu biznesu międzynarodowego	Student potrafi skutecznie komunikować się, posługując się terminologią z zakresu biznesu międzynarodowego, również w kontekście omawiania i prezentowania projektów crowdfundingowych.	[SU1] wypowiedź ustna/rozmowa/dyskusja [SU2] prezentacja/projekt/referat/raport
	[IBL3_W05] zna i rozumie podstawowe zasady zakładania i rozwijania różnych form przedsiębiorczości	Student zna i rozumie podstawowe zasady zakładania i rozwijania różnych form przedsiębiorczości, w tym przedsięwzięć opartych na finansowaniu społecznościowym (crowdfunding).	[SW2] prezentacja/projekt/referat/raport
	[EKONL3_K03] uczestniczy w przygotowaniu projektów ekonomiczno-społecznych, potrafiąc godzić wymagania prawne, ekonomiczne, ekologiczne, polityczne i społeczne	Student uczestniczy w przygotowaniu projektów ekonomiczno-społecznych związanych z crowdfundingiem i przedsiębiorczością cyfrową, potrafiąc godzić wymagania prawne, ekonomiczne, ekologiczne, polityczne i społeczne.	[SK2] prezentacja/projekt/referat/raport
	[MSGL3_W05] zna i rozumie podstawowe zasady tworzenia oraz rozwoju różnych form przedsiębiorczości	Student zna i rozumie podstawowe zasady tworzenia oraz rozwoju różnych form przedsiębiorczości, ze szczególnym uwzględnieniem crowdfundingu i modeli biznesowych opartych na finansowaniu społecznościowym.	[SW2] prezentacja/projekt/referat/raport
	[MSGL3_U14] potrafi współdziałać i pracować w grupie (w tym w środowisku międzynarodowym), przyjmując w niej różne role	Student potrafi współdziałać i pracować w grupie, również w środowisku międzynarodowym i zróżnicowanym kulturowo, przyjmując różne role podczas realizacji projektów crowdfundingowych i przedsięwzięć zespołowych.	[SU2] prezentacja/projekt/referat/raport
	[MSGL3_K03] uczestniczy w przygotowaniu projektów ekonomiczno-społecznych, potrafi godzić wymagania prawne, ekonomiczne, ekologiczne, polityczne i społeczne	Student uczestniczy w przygotowaniu projektów ekonomiczno-społecznych związanych z crowdfundingiem i przedsiębiorczością cyfrową oraz potrafi godzić wymagania prawne, ekonomiczne, ekologiczne, polityczne i społeczne w procesie realizacji projektów.	[SK2] prezentacja/projekt/referat/raport

	Efekt kierunkowy	Efekt z przedmiotu	Sposób weryfikacji i oceny efektu
	[EKONL3_W11] zna zasady tworzenia i rozwoju form indywidualnej przedsiębiorczości, wykorzystując wiedzę z zakresu ekonomii, finansów i nauk o zarządzaniu	Student zna zasady tworzenia i rozwoju form indywidualnej przedsiębiorczości z wykorzystaniem crowdfundingu oraz wiedzy z zakresu ekonomii, finansów i nauk o zarządzaniu.	[SW2] prezentacja/projekt/referat/raport
	[EKONL3_U14] potrafi ustalać priorytety, planować i organizować realizację zadań własnych oraz zespołowych, a także monitorować i oceniać postępy w osiąganiu założonych celów.	Student potrafi ustalać priorytety, planować i organizować realizację zadań własnych oraz zespołowych w zakresie przygotowania i prowadzenia kampanii crowdfundingowych, a także monitorować i oceniać postępy w osiąganiu założonych celów.	[SU2] prezentacja/projekt/referat/raport
	[EKONL3_W10] zna i rozumie pojęcia i zasady z zakresu ochrony własności przemysłowej, intelektualnej i prawa autorskiego	Student zna i rozumie pojęcia oraz zasady z zakresu ochrony własności przemysłowej, własności intelektualnej i prawa autorskiego w kontekście projektów crowdfundingowych oraz działalności cyfrowej.	[SW2] prezentacja/projekt/referat/raport
	[EKONL3_U02] potrafi wykorzystać posiadaną wiedzę teoretyczną i pozyskiwać dane do analizowania konkretnych procesów i zjawisk gospodarczych i społecznych oraz analizować te zjawiska za pomocą metod stworzonych w ekonomii, finansach i naukach o zarządzaniu	Student potrafi wykorzystać posiadaną wiedzę teoretyczną oraz pozyskiwać dane do analizowania procesów i zjawisk związanych z crowdfundingiem, finansowaniem społecznościowym oraz przedsiębiorczością cyfrową, a także analizować je z wykorzystaniem metod stosowanych w ekonomii, finansach i naukach o zarządzaniu.	[SU2] prezentacja/projekt/referat/raport
	[MSGL3_U09] potrafi komunikować się w międzynarodowym i zróżnicowanym kulturowo otoczeniu, z użyciem pojęć z zakresu międzynarodowych stosunków gospodarczych (w powiązaniu z wybraną specjalnością na kierunku międzynarodowe stosunki gospodarcze)	potrafi komunikować się w międzynarodowym i zróżnicowanym kulturowo otoczeniu, z użyciem pojęć i terminologii z zakresu crowdfundingu, finansowania społecznościowego oraz międzynarodowej współpracy biznesowej.	[SU2] prezentacja/projekt/referat/raport
	[MSGL3_W14] zna i rozumie podstawowe pojęcia i zasady z zakresu ochrony własności intelektualnej (przemysłowej) i prawa autorskiego	Student zna i rozumie podstawowe pojęcia i zasady z zakresu ochrony własności intelektualnej, własności przemysłowej oraz prawa autorskiego w działalności crowdfundingowej i projektach cyfrowych.	[SW1] wypowiedź ustna/rozmowa/dyskusja [SW2] prezentacja/projekt/referat/raport
	[IBL3_K03] jest gotowy do udziału w współorganizacji działań dla otoczenia społecznego i wypełnienia społecznych obowiązków interesariuszy biznesu międzynarodowego	Student jest gotowy do współorganizowania działań na rzecz otoczenia społecznego oraz do wypełniania społecznych zobowiązań interesariuszy biznesu międzynarodowego, m.in. poprzez realizację projektów crowdfundingowych o charakterze społecznym lub prospołecznym.	[SK2] prezentacja/projekt/referat/raport
	[IBL3_W10] zna i rozumie podstawowe pojęcia i zasady ochrony własności intelektualnej (przemysłowej) oraz prawa autorskiego	Student zna i rozumie podstawowe pojęcia oraz zasady ochrony własności intelektualnej (w tym przemysłowej) i prawa autorskiego, w kontekście tworzenia i realizacji kampanii crowdfundingowych.	[SW2] prezentacja/projekt/referat/raport
	[IBL3_U09] potrafi pracować indywidualnie i w zespołach, także o charakterze interdyscyplinarnym; potrafi planować i organizować własne zadania oraz prace zespołu	Student potrafi pracować indywidualnie i w zespołach, także o charakterze interdyscyplinarnym; potrafi planować i organizować własne zadania oraz pracę zespołu przy realizacji projektów crowdfundingowych i przedsięwzięć cyfrowych.	[SU2] 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>[IBL3_U07] potrafi brać udział w debacie, jest w stanie przedstawić, ocenić i omówić różne punkty widzenia w dziedzinie biznesu międzynarodowego</td><td>Student potrafi brać udział w debacie, przedstawiać, oceniać i omawiać różne punkty widzenia związane z międzynarodowym biznesem, w tym różnorodne podejścia do prowadzenia kampanii crowdfundingowych na rynkach zagranicznych.</td><td>[SU1] wypowiedź ustna/rozmowa/ dyskusja [SU2] prezentacja/projekt/referat/ raport</td></tr></table>	Efekt kierunkowy	Efekt z przedmiotu	Sposób weryfikacji i oceny efektu	[IBL3_U07] potrafi brać udział w debacie, jest w stanie przedstawić, ocenić i omówić różne punkty widzenia w dziedzinie biznesu międzynarodowego	Student potrafi brać udział w debacie, przedstawiać, oceniać i omawiać różne punkty widzenia związane z międzynarodowym biznesem, w tym różnorodne podejścia do prowadzenia kampanii crowdfundingowych na rynkach zagranicznych.	[SU1] wypowiedź ustna/rozmowa/ dyskusja [SU2] prezentacja/projekt/referat/ raport
Efekt kierunkowy	Efekt z przedmiotu	Sposób weryfikacji i oceny efektu					
[IBL3_U07] potrafi brać udział w debacie, jest w stanie przedstawić, ocenić i omówić różne punkty widzenia w dziedzinie biznesu międzynarodowego	Student potrafi brać udział w debacie, przedstawiać, oceniać i omawiać różne punkty widzenia związane z międzynarodowym biznesem, w tym różnorodne podejścia do prowadzenia kampanii crowdfundingowych na rynkach zagranicznych.	[SU1] wypowiedź ustna/rozmowa/ dyskusja [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. Na zakończenie kursu studenci, pracując w grupach, opracują propozycję kampanii crowdfundingowej dla rzeczywistego lub hipotetycznego projektu. 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-Mieruszewska, J., & Fornalska-Skurczyńska, A. (2022). The role of social trust in reward crowdfunding campaigns design and success. Electronic Markets, 1-16. Adamska, J., & Mrzygłód, U. (2026). Crowdfunding as Digital Philanthropy: The Impact of Altruism, Responsibility, and Community Engagement on Backer Behavior. Journal of Philanthropy, 31(2), e70054.</td></tr><tr><td>Uzupełniająca lista lektur</td><td>b) Cumming, D., & Hornuf, L. (2018). The economics of crowdfunding. Palgrave Macmillan Adamska, J., Mrzygłód, U., & Fornalska, A. (2025). Non-tangible rewards in crowdfunding: exploring motivation and backers preferences. International Review on Public and Nonprofit Marketing, 1-32.</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-Mieruszewska, J., & Fornalska-Skurczyńska, A. (2022). The role of social trust in reward crowdfunding campaigns design and success. Electronic Markets, 1-16. Adamska, J., & Mrzygłód, U. (2026). Crowdfunding as Digital Philanthropy: The Impact of Altruism, Responsibility, and Community Engagement on Backer Behavior. Journal of Philanthropy, 31(2), e70054.	Uzupełniająca lista lektur	b) Cumming, D., & Hornuf, L. (2018). The economics of crowdfunding. Palgrave Macmillan Adamska, J., Mrzygłód, U., & Fornalska, A. (2025). Non-tangible rewards in crowdfunding: exploring motivation and backers preferences. International Review on Public and Nonprofit Marketing, 1-32.	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-Mieruszewska, J., & Fornalska-Skurczyńska, A. (2022). The role of social trust in reward crowdfunding campaigns design and success. Electronic Markets, 1-16. Adamska, J., & Mrzygłód, U. (2026). Crowdfunding as Digital Philanthropy: The Impact of Altruism, Responsibility, and Community Engagement on Backer Behavior. Journal of Philanthropy, 31(2), e70054.						
Uzupełniająca lista lektur	b) Cumming, D., & Hornuf, L. (2018). The economics of crowdfunding. Palgrave Macmillan Adamska, J., Mrzygłód, U., & Fornalska, A. (2025). Non-tangible rewards in crowdfunding: exploring motivation and backers preferences. International Review on Public and Nonprofit Marketing, 1-32.						
Adresy eZasobów							
Przykładowe zagadnienia/ przykładowe pytania/ realizowane zadania	Czynniki sukcesu kampanii crowdfundingowych Opracowanie elementów wizualnych kampanii						

Dokument wygenerowany elektronicznie. Nie wymaga pieczęci ani podpisu.