

Karta przedmiotu

Nazwa i kod przedmiotu	Green business venturing (Wykład), PG_00208701						
Kierunek studiów	Biznes chemiczny (O)						
Data rozpoczęcia studiów	luty 2027 r.		Rok akademicki realizacji przedmiotu		2027/2028		
Poziom kształcenia	II stopnia		Grupa zajęć		Grupa zajęć fakultatywnych		
Forma studiów	stacjonarne		Sposób realizacji		na uczelni		
Rok studiów	2		Język wykładowy		angielski		
Semestr studiów	3		Liczba punktów ECTS		4.0		
Profil kształcenia	ogólnoakademicki		Forma zaliczenia		zaliczenie		
Jednostka prowadząca	Rektor -> Wydział Ekonomiczny -> Katedra Makroekonomii						
Imię i nazwisko wykładowcy (wykładowców)	Odpowiedzialny za przedmiot		dr hab. Przemysław Kulawczuk, prof. UG				
	Prowadzący zajęcia z przedmiotu						
Formy zajęć	Forma zajęć	Wykład	Ćwiczenia	Laboratorium	Projekt	Seminarium	RAZEM
	Liczba godzin zajęć	30.0	0.0	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		15.0		55.0	100
Cel przedmiotu	Głównym celem kursu Green Business Venturing jest rozwijanie ducha innowacyjności w zakresie poszukiwania dobrych okazji biznesowych w obszarze zielonego biznesu, budowanie umiejętności wykorzystywania tych okazji i przekształcania ich w działające modele biznesowe, a na koniec, jak bronić opracowanych modeli biznesowych przed inwestorami venture.						
	Poza tym uczestnicy zdobędą istotną wiedzę na temat zielonego biznesu, nowych stylów życia i tego, jak dołączyć do głównego nurtu rozwoju nowej generacji.						

Efekty uczenia się przedmiotu	Efekt kierunkowy	Efekt z przedmiotu	Sposób weryfikacji i oceny efektu
	[BCHMU2_W07] Zna i rozumie prawne i ekonomiczne systemy organizacji i zarządzania zasobami ludzkimi, informacją patentową oraz zasobami własności intelektualnej dotyczącymi przemysłu chemicznego i innych działów gospodarki.	Zna i rozumie prawne i ekonomiczne systemy organizacji i zarządzania zasobami ludzkimi, informacją patentową oraz zasobami własności intelektualnej dotyczącymi biznesu chemicznego i zielonej gospodarki.	[SW1] wypowiedź ustna/rozmowa/dyskusja [SW2] prezentacja/projekt/referat/raport
	[BCHMU2_K07] Jest gotów do prowadzenia działalności gospodarczej i rozwoju przedsiębiorstwa z uwzględnieniem zasad ich tworzenia i funkcjonowania.	Jest gotów do prowadzenia działalności gospodarczej i rozwoju przedsiębiorstwa z uwzględnieniem zasad ich tworzenia i funkcjonowania w obszarze zielonego biznesu chemicznego.	[SK1] wypowiedź ustna/rozmowa/dyskusja [SK2] prezentacja/projekt/referat/raport
	[BCHMU2_W05] Zna i rozumie główne kierunki rozwoju chemii w połączeniu z ekonomią jako dwiema przenikającymi się dyscyplinami naukowymi.	Zna i rozumie główne kierunki rozwoju chemii w połączeniu z ekonomią jako dwiema przenikającymi się dyscyplinami naukowymi. Wykorzystuje tę wiedzę w projektowaniu i analizowaniu zielonego biznesu chemicznego.	[SW1] wypowiedź ustna/rozmowa/dyskusja [SW2] prezentacja/projekt/referat/raport
	[BCHMU2_U05] Potrafi wybrać i zastosować, bazując na literaturowym dorobku nauk chemicznych w języku polskim i angielskim, właściwe metody i narzędzia do rozwiązania problemów z chemii i nauk pokrewnych.	Potrafi wybrać i zastosować, bazując na literaturowym dorobku nauk chemicznych w języku polskim i angielskim, właściwe metody i narzędzia do rozwiązania problemów z zakresu organizacji i prowadzenia biznesu chemicznego.	[SU1] wypowiedź ustna/rozmowa/dyskusja [SU2] prezentacja/projekt/referat/raport
	[BCHMU2_W03] Zna i rozumie w pogłębiony sposób procedury prawno-administracyjne w chemii oraz we właściwy sposób interpretuje ich międzynarodowy wymiar.	Zna i rozumie w pogłębiony sposób procedury prawno-administracyjne w zielonym biznesie chemicznym oraz we właściwy sposób interpretuje ich międzynarodowy wymiar.	[SW1] wypowiedź ustna/rozmowa/dyskusja [SW2] prezentacja/projekt/referat/raport

Treści przedmiotu	1. Nowe potrzeby, wzorce kulturowe i style życia możliwe do wykorzystania w zielonym biznesie 2. Definicja zielonego biznesu. Zielony biznes chemiczny. Rozwiązania i przykłady. 3. Diagnozowanie zielonych potrzeb i przekładanie ich na ofertę produktów 4. Analiza możliwości i szans biznesowych w zielonym biznesie, studia przypadku wykorzystania szans 5. Modele biznesowe nowych przedsięwzięć w zielonym biznesie – struktura działań 6. Projektowanie koncepcji zarabiania pieniędzy i generowania wartości w zielonym biznesie 6. Projektowanie zielonego marketingu 7. Projektowanie działań operacyjnych zielonego biznesu (lokalizacja, wyposażenie, procesy operacyjne) 8. Szacowanie przychodów według wariantów 9. Ocena opłacalności zielonego biznesu chemicznego 10. Budowanie relacji z interesariuszami: klientami, dostawcami, pracownikami 11. Pozyskiwanie środków na zielony biznes chemiczny. Relacje z inwestorami 12-13. Prace nad opracowaniem projektu grupowego modelu biznesowego zielonego biznesu chemicznego 14. Prezentacje projektów przed symulowaną grupą inwestorów 15. Wychodzenie z inwestycji i rozpoczynanie nowych projektów biznesowych Wykłady będą miały charakter interaktywny i będą się zaczynały od krótkich prezentacji wykładowcy, a następnie będą realizowane zadania do wykonania, które po pewnym czasie będą się składały na opracowanie projektu w małych grupach (do 4 osób). Rolą wykładowcy będzie pełnienie roli również mentora i opiekuna projektów i wspieranie studentów podczas godzin konsultacyjnych w pracowni projektu.		
Wymagania wstępne i dodatkowe			
Sposoby i kryteria oceniania osiągniętych efektów uczenia się	Sposób oceniania (składowe)	Próg zaliczeniowy	Składowa oceny końcowej
	Jakość projektu końcowego 60%, aktywność na zajęciach 40%.	51.0%	100.0%

Zalecana lista lektur	Podstawowa lista lektur	1.. Ries, E. (2011) The Lean Startup: How Today's Entrepreneurs Use Continuous Innovation to Create Radically Successful Businesses. Crown Business. (pol. Metoda Lean Startup (wyd. MT Biznes/Helion). 2. Esty, D. C., Winston, A. S. (2006) Green to Gold: How Smart Companies Use Environmental Strategy to Innovate, Create Value, and Build Competitive Advantage. Yale University Press 3. Schaltegger, S., Wagner, M. (red.) (2011) Managing the Business Case for Sustainability: The Integration of Social, Environmental and Economic Performance. Greenleaf. 4. Circular Business Model Design Guide (2022), Pa Consulting, University of Exeter, Source: paconsulting.com 5. Feld, B., Mendelson, J. (2016) Venture Deals: Be Smarter Than Your Lawyer and Venture Capitalist. Wiley. 6. Osterwalder, A., Pigneur, Y., Bernarda, G., Smith, A. (2014) Value Proposition Design: How to Create Products and Services Customers Want. Wiley. (pol. Tworzenie najlepszych ofert/Onepress). 7. Jacquelyn A. Ottman — The New Rules of Green Marketing (2011), Greenleaf/ Berrett-Koehler.
	Uzupełniająca lista lektur	1. Anastas, P. T., Warner, J. C. (1998) Green Chemistry: Theory and Practice. Oxford University Press. 2.. Hawken, P., Lovins, A., Lovins, L. H. (1999) Natural Capitalism: Creating the Next Industrial Revolution. Little, Brown and Company. (Kapitalizm naturalny (wyd. tłumaczenie dostępne) — inspiracje dla nowych modeli wartości. 3. Benyus, J. (2002) Biomimicry: Innovation Inspired by Nature. HarperCollins. 4. Electronic publications delivered by the lecturer
	Adresy eZasobów	

Przykładowe zagadnienia/ przykładowe pytania/ realizowane zadania	Mikroprojekty składające się na projekt końcowy: 1. Przekładanie potrzeb na oferty produktów i usług w zakresie zielonego biznesu chemicznego 2. Szybkie projektowanie opcji modeli biznesowych zielonego biznesu chemicznego 3. Poszukiwanie inspiracji do projektowania produktów (tworzenia oferty) - panel konsumentów 4. Projektowanie struktury i sekwencji działań organizatorskich w zielonym biznesie chemicznym 5. Projektowanie zielonego marketingu i ocena efektywności działań promocyjnych 6. Szacowanie przychodów, kosztów i rentowności. Budowanie relacji z interesariuszami. 7. Ćwiczenia z zakresu prezentacji koncepcji biznesowej przed grupą inwestorów
Praktyki zawodowe w ramach przedmiotu	Nie dotyczy

Dokument wygenerowany elektronicznie. Nie wymaga pieczęci ani podpisu.