

**WYŻSZA SZKOŁA MENEDŻERSKA W WARSZAWIE**  
**WYDZIAŁ ZARZĄDZANIA W CIECHANOWIE**  
**KARTA PRZEDMIOTU - SYLABUS**

<b>Nazwa przedmiotu: Biznes plan</b>			
<b>Profil kształcenia<sup>1</sup>: ogólnoakademicki</b>			
<b>Cel przedmiotu:</b> Celem zajęć jest zapoznanie studentów z teoretycznymi podstawami i metodologią opracowania biznes planów. W wyniku procesu kształcenia student powinien posiadać podstawową wiedzę teoretyczną i praktyczną niezbędną do przygotowania biznes planu. Po skończonych zajęciach student powinien nabyć umiejętność praktycznego sporządzania biznes planów. Celem dydaktycznym jest również zintegrowanie wiedzy z zakresu przedmiotów wprowadzających nabytej w poprzednich latach studiów. Zajęcia będą zawierały głównie elementy praktyczne.			
<b>Kod przedmiotu:</b>	ZAZ-ANI-UJ-3-BIP-JAZ	<b>Punkty ECTS</b>	5
<b>Semestr:</b>	VI	<b>Letni/zimowy</b>	letni
<b>Kierunek:</b>	Zarządzanie	<b>Specjalność:</b>	
<b>Przedmiot z modułu przedmiotów<sup>2</sup>:</b>	Ponadkierunkowy	<b>Forma zajęć<sup>3</sup>:</b>	Ćwiczenia
<b>Liczba godzin:</b>	<p><i>Wykład</i></p> <p><i>Studia stacjonarne</i>  Ogółem .... w tym:  a) godzin kontaktowych ....  b) godzin pracy własnej studenta ...</p> <p><i>Studia niestacjonarne</i>  Ogółem ..... godz., w tym:  a) godzin kontaktowych                      godz.  b) godzin pracy własnej studenta              godz.</p> <p><i>Forma aktywna (ćw./konw./lab/proj.)</i></p> <p><i>Studia stacjonarne</i>  Ogółem .... godz., w tym:  a) godzin kontaktowych                      .....  b) godzin pracy własnej studenta .....</p> <p><i>Studia niestacjonarne</i>  Ogółem ...120..... godz. w tym:  a) godzin kontaktowych                      20      godz.  b) godzin pracy własnej studenta              100    godz.</p>		

<b>Prowadzący:</b>	Mgr Żaneta Wierzba	<b>Język:</b>	polski
--------------------	--------------------	---------------	--------

<b>Wymagania wstępne w zakresie wiedzy, umiejętności i kompetencji:</b>	Wymagania wstępne w zakresie wiedzy, umiejętności i innych kompetencji: wiedza z zakresu podstaw zarządzania, marketingu, analizy finansowej, przedsiębiorczości. Kompetencje w zakresie analitycznego myślenia
---	---

<sup>1</sup> Należy wpisać do rubryki właściwe spośród następujących: ogólnoakademicki/praktyczny

<sup>2</sup> Należy wskazać spośród następujących modułów przedmiotów: „podstawowy”, „kierunkowy”, „specjalnościowy”, „ponadkierunkowy”, „do wyboru”, „seminarium dyplomowe”.

<sup>3</sup> Należy wskazać np. wykład, ćwiczenia, konwersatorium, laboratorium itp.

Lp.	Narzędzia dydaktyczne	Właściwe zaznaczyć znakiem „x”
1.	Praca z literaturą	X
2.	Wykłady zakładające hipotetyczno-dedukcyjne myślenie słuchaczy	X
3.	Ćwiczenia aktywizujące	X
4.	Metody problemowe	X
5.	Praktyczne i aktywizujące metody projektów realizowanych na podstawie założeń podanych przez prowadzącego	X
6.	Inne ( <i>proszę doprecyzować</i> ) Prezentacja i analiza rozwiązywanych zadań, praca w grupach	X

Lp.	Treści programowe	Liczba godzin przeznaczona na realizację obszaru tematycznego
1.	Biznes plan – wyjaśnienie pojęcia. Cele, zadania i funkcje biznes planu. Podstawowe zasady konstrukcji biznes planu. Ogólne zasady metodyczne przygotowania biznes planu .Typowe zastosowania biznes planu. Struktura biznes planu ( układ treści, podstawowe elementy dokumentu ). Przykłady i struktura biznes planu małego przedsiębiorstwa, biznes plan dużego przedsiębiorstwa.	2
2.	Źródła danych do budowy biznes planu. Charakterystyka profilu przedsięwzięcia. Wskazywanie celów krótkoterminowych i długoterminowych. Analiza SWOT na potrzeby biznes planu.	2
3.	Analiza rynku na potrzeby biznes planu. Źródła danych o rynku. Jak analizować informacje z rynku . Określanie wielkości potencjalnego rynku. Chłonność rynku. Szacunkowy udział firmy w rynku. Identyfikacja docelowych segmentów rynku. Sporządzanie profilu klienta. Analiza konkurencji. Analiza pozycji konkurencyjnej przedsiębiorstwa, jego konkurencyjności oraz zdolności konkurencyjnej	2
4.	Analiza marketingowa w biznes planie. Identyfikacja instrumentów marketingu mix : opis strategii produktowej, cenowej, dystrybucji, promocji. Budowanie strategii marketingowej w biznes planie.	3
5.	Plan działalności operacyjnej. Wskazywanie nakładów inwestycyjnych. Źródła finansowania inwestycji. Określenie zapotrzebowania na materiały. Określenie nakładów inwestycyjnych. Plan organizacji i zarządzania – struktura. Założenia polityki personalnej, informacje o zatrudnieniu pracowników. Określanie zapotrzebowania na zasoby ludzkie. Harmonogram głównych zamierzeń.	3
6.	Metodologia budowy planu finansowego. Struktura planu finansowego. Konstruowanie planu przychodów, kosztów. Rachunek zysków i strat, plan przepływów pieniężnych. Ocena finansowa. Analiza wskaźnikowa : wskaźnik płynności, wskaźnik rentowności. Ocena ryzyka inwestycyjnego.	3
7.	Prezentacje projektu biznes planu.	5

**Formy prowadzenia zajęć i metody oceny**

Student, który zaliczył przedmiot			
Zamierzone efekty	Forma zajęć	Metody oceny	Odniesienie do kierunku
	Wykład		
W01, W02, W03 U01, U02, U03, U04 K01, K02, K03	Ćwiczenia	Opracowanie, prezentacja i obrona biznes planu	K_W07 K_W14 K_W18 K_U02 K_U04 K_U06 K_U07 K_K02 K_K06 K_K11
	Konwersatorium		
	Laboratorium		
	Inne (należy doprecyzować)		

**Literatura przedmiotu**

<b>Podstawowa<sup>4</sup>:</b>	Filar E., Skrzypek J., <i>Biznes plan</i> , Poltext, Warszawa 2000. Fiore Frank F., <i>Jak szybko przygotować dobry biznesplan</i> , Oficyna Ekonomiczna, Kraków 2006. Pawlak Z., <i>Biznesplan. Zastosowania i przykłady</i> , Poltext, Warszawa 2001. Sasin W., <i>Biznes plan. Poradnik praktyczny</i> , Interfart, Łódź 2000.
<b>Uzupelniająca:</b>	Bednarski L., Borowiecki R., Duraj J., Kurtys E., Waśniewski T., Wersty B., <i>Analiza ekonomiczna przedsiębiorstwa</i> , Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej im. Oskara Langego, Wrocław 2003. Garbarski L., Rutkowski I., Wrzosek W., <i>Marketing – punkt zwrotny nowoczesnej firmy</i> , PWE, Warszawa 1997. Gierszewska G., Romanowska M., <i>Analiza strategiczna przedsiębiorstwa</i> , PWE, Warszawa 1997. Grudzewski W., <i>Biznes plan podstawowym instrumentem kierowania firmą</i> , Orgmasz, Warszawa 1992. Mulak M., <i>Jak opracować biznes plan ?</i> , Wyd. M&A Communications Polska, Lublin 1995. Westwood J., <i>Jak opracować plan marketingowy ?</i> , Wyd. M&A Communications Polska, Lublin 1997.

**Efekty kształcenia i ich odniesienie do efektów kształcenia w obszarze nauk społecznych dla kierunku Zarządzanie**

Efekty kształcenia dla modułu	OPIS KIERUNKOWYCH EFEKTÓW KSZTAŁCENIA Absolwent studiów I stopnia na kierunku <i>Zarządzanie</i>	Odniesienie do efektów kształcenia dla obszaru nauk <sup>5</sup> społecznych	Odniesienie do efektów kształcenia dla kierunku

<sup>4</sup> Należy wskazać literaturę spośród księgozbioru Biblioteki WSM w Warszawie.

<sup>5</sup> Rozporządzenie Ministra Nauki i Szkolnictwa Wyższego z dnia 2 listopada 2011 r. w sprawie Krajowych Ram Kwalifikacji dla Szkolnictwa Wyższego (Dz. U. Nr 253, poz. 1520) określa opis efektów kształcenia dla profilu ogólnoakademickiego i praktycznego w obszarach

<b>WIEDZA</b>			
W01	Zna podstawowe metody badań i analiz w najważniejszych obszarach działalności organizacji w tym : analizy rynku, analizy finansowej.	SIA_W06	K_W14 K_W07
W02	Zna najważniejsze metody analizy strategicznej organizacji i jej otoczenia.	SIA_W06	K_W14
W03	Zna najważniejsze rodzaje struktur organizacyjnych oraz czynniki wpływające na ich zmiany.	SIA_W07 SIA_W08	K_W18
<b>UMIEJĘTNOŚCI</b>			
U01	Umie zastosować wiedzę specjalistyczną do sporządzenia biznes planu	SIA_U06	K_U02
U02	Potrafi opisać, zanalizować , zinterpretować podstawowe zjawiska i procesu zachodzące w organizacji	SIA_U01 SIA_U02	K_U04
U03	Potrafi wybrać właściwe metody i narzędzia służące do opisu i analizy działalności organizacji	SIA_U02 SIA_U03 SIA_U04	K_U06
U04	Potrafi wybrać właściwe metody i narzędzia służące do opisu i analizy otoczenia organizacji i ocenić ich skuteczność	SIA_U02 SIA_U03 SIA_U04	K_U07
<b>KOMPETENCJE SPOŁECZNE</b>			
K01	Jest zdolny do uczestniczenia w przygotowaniu biznes planu	SIA_K05	K_K02
K02	Jest świadomy potrzeby samodzielnego zdobywania i doskonalenia wiedzy oraz umiejętności badawczych	SIA_K01 SIA_K06	K_K06
K03	Jest otwarty na myślenie i działanie w sposób przedsiębiorczy	SIA_K07	K_K11

#### Formy oceny

Efekt kształcenia	na ocenę 2	na ocenę 3	na ocenę 3,5	na ocenę 4	na ocenę 4,5	na ocenę 5
<i>Dla każdego z efektów kształcenia określonego dla modułu w zakresie wiedzy umiejętności i kompetencji</i>	Student uzyskuje poniżej 50% max. liczby punktów dla danego efektu	Student uzyskuje od 50 do 59% max. liczby punktów dla danego efektu	Student uzyskuje od 60 do 69% max. liczby punktów dla danego efektu	Student uzyskuje od 70 do 79% max. liczby punktów dla danego efektu	Student uzyskuje od 80 do 89% max. liczby punktów dla danego efektu	Student uzyskuje powyżej 89% max. liczby punktów dla danego efektu

#### Warunki zaliczenia

Opracowanie, prezentacja i obrona biznes planu

.....  
(Data)

.....  
(Czytelny podpis Autora Karty Przedmiotu)

.....  
(Data)

.....  
(Czytelny podpis Dziekana Wydziału)

kształcenia w zakresie: nauk humanistycznych, nauk społecznych, nauk ścisłych, nauk przyrodniczych, nauk technicznych, nauk medycznych, nauk rolniczych, leśnych i weterynaryjnych oraz sztuki.