

Nazwa w języku polskim: Nowoczesne perspektywy zarządzania rozwojem biznesu

Informacje ogólne

Nazwa w jęz. angielskim: Contemporary Perspectives on Business Development Management

Dane dotyczące zajęć:

Information on course:

Jednostka oferująca: Wydział Transportu i Inżynierii Lotniczej // dr hab. inż. Katarzyna Turoń, prof. PŚ

Course offered by: Faculty of Transport and Aviation Engineering // Katarzyna Turoń PhD DSc Eng.

Język wykładowy:
polski
Language:
polish
Strona WWW: Course homepage:
Skrócony opis:
Przedmiot dostarcza zaawansowanej wiedzy na temat współczesnych wyzwań zarządzania rozwojem biznesu ze szczególnym naciskiem na transformację cyfrową i zieloną jako procesy strategiczne. W oparciu o analizę rzeczywistych przypadków (case studies) omawiane są mechanizmy adaptacji organizacyjnej, różnice między innowacjami otwartymi a zamkniętymi, oraz konsekwencje decyzji strategicznych w warunkach VUCA. Przedmiot integruje teorię zarządzania z praktyką, rozwijając u studentów analityczne i strategiczne myślenie, niezbędne do diagnozowania przyczyn sukcesu lub porażki w transformacji biznesowej. Treści programowe stanowią fundament dla dalszej analizy nowoczesnych modeli biznesowych.
Short description:
The course provides advanced knowledge on contemporary challenges in business development management, with a particular focus on digital and green transformation as strategic processes. Through the analysis of real-world cases (case studies), it explores mechanisms of organizational adaptation, distinctions between open and closed innovation, and the consequences of strategic decisions in VUCA environments. The course integrates management theory with practice, fostering students' analytical and strategic thinking skills essential for diagnosing the root causes of success or failure in business transformation. The content serves as a foundation for further analysis of modern business models.
Opis:
Treści programowe Wykład Przedmiot „Nowoczesne perspektywy zarządzania rozwojem biznesu” dostarcza zaawansowanej, interdyscyplinarnej wiedzy na temat współczesnych wyzwań stojących przed organizacjami w kontekście globalizacji, niestabilności geopolitycznej oraz przyspieszonej transformacji cyfrowej i zielonej. Zajęcia rozpoczynają się od analizy ewolucji teorii zarządzania – od klasycznych podejść po współczesne paradygmaty elastyczności, adaptacyjności i odpowiedzialności. Omawiane są podstawowe typy i style zarządzania oraz ich przydatność w różnych kontekstach organizacyjnych. Szczególne miejsce poświęcone jest transformacji cyfrowej jako strategicznemu procesowi, analizowanemu zarówno w wymiarze teoretycznym (ramy koncepcyjne, modele dojrzałości cyfrowej), jak i praktycznym (wdrożenia, integracja technologii, zarządzanie zmianą). Przedstawiane są paradygmaty niepewności – VUCA (Volatility, Uncertainty, Complexity, Ambiguity) oraz BANI (Brittleness, Anxiety, Nonlinearity, Incomprehensibility), jako narzędzia diagnozy otoczenia strategicznego. Omawiane są również modele zmian organizacyjnych, w tym klasyczny model Kurta Lewina, oraz jego zastosowanie w projektach transformacji. Przedmiot szczegółowo analizuje granice transformacji cyfrowej, w tym dylematy etyczne (np. prywatność danych, AI bias), strategiczne błędy (np. technologiczny determinizm, brak zaangażowania pracowników) oraz kluczowe czynniki sukcesu: liderstwo cyfrowe, gotowość kulturowa, kompetencje cyfrowe, architektura danych. Prezentowane są kompleksowe narzędzia transformacji cyfrowej, pogrupowane w cztery obszary skupiające się na technologiach cyfrowych, narzędziach zmiany organizacyjnej oraz narzędziach wspierających kulturę i kompetencje. Omawiane są nowoczesne modele biznesowe oraz rola innowacji otwartych i zamkniętych w budowaniu przewagi konkurencyjnej. Przedstawiane są również koncepcje CSR

i ESG jako ramy dla odpowiedzialnego rozwoju, wraz z wymaganiami regulacyjnymi, standardami raportowania oraz ryzykami i szansami. Poruszane są nowoczesne koncepcje marketingowe – marketing 5.0 (technologia w służbie człowieka), marketing 6.0 (immersyjność, personalizacja oparta na AI) oraz Impact Marketing: jako elementy strategii wartościowej marki. Całość została zaprojektowana tak, by rozwijać analityczne i strategiczne myślenie, umożliwiające nie tylko zrozumienie złożoności współczesnego świata biznesu, ale także aktywne uczestnictwo w kształtowaniu odpowiedzialnych, innowacyjnych i przyszłościowych strategii rozwoju organizacji.

Wykład

- **stacjonarne: 30 h**

Liczba punktów ECTS: 2

Description:

Lecture

The course "Contemporary Perspectives on Business Development Management" delivers advanced, interdisciplinary knowledge on contemporary challenges facing organizations amid globalization, geopolitical instability, and accelerated digital and green transformation. The course begins with an analysis of the evolution of management theory—from classical approaches to contemporary paradigms of flexibility, adaptability, and responsibility. Core types and styles of management are examined, along with their applicability across diverse organizational contexts.

Special emphasis is placed on digital transformation as a strategic process, analyzed both theoretically (conceptual frameworks, digital maturity models) and practically (implementations, technology integration, change management). Uncertainty paradigms are introduced - VUCA (Volatility, Uncertainty, Complexity, Ambiguity) and BANI (Brittleness, Anxiety, Nonlinearity, Incomprehensibility) as diagnostic tools for the strategic environment. Organizational change models are also covered, including Kurt Lewin's classic model and its application in transformation initiatives.

The course provides a thorough analysis of the limits of digital transformation, encompassing ethical dilemmas (e.g., data privacy, AI bias), strategic pitfalls (e.g., technological determinism, lack of employee engagement), and key success factors: digital leadership, cultural readiness, digital competencies, and data architecture. Comprehensive digital transformation tools are presented, grouped into four areas focusing on digital technologies, organizational change tools, and tools supporting culture and competencies. Contemporary business models are discussed, alongside the role of open and closed innovation in building competitive advantage. The concepts of Corporate Social Responsibility (CSR) and Environmental, Social, and Governance (ESG) are presented as frameworks for responsible development, including regulatory requirements, reporting standards, and associated risks and opportunities. Modern marketing concepts are addressed—Marketing 5.0 (technology in service of humanity), Marketing 6.0 (immersiveness, AI-based personalization), and Impact Marketing—as integral elements of a value-driven brand strategy.

Overall, the course is designed to cultivate analytical and strategic thinking, enabling participants not only to comprehend the complexity of today's business landscape but also to actively contribute to shaping responsible, innovative, and forward-looking organizational development strategies.

Lecture:

- **full-time studies: 30 h**

Number of ECTS credits: 2

Literatura:

1. Kotter, J. P. (2012). *Leading change*. Harvard Business Review Press.
2. Chesbrough, H. W. (2003). *Open innovation: The new imperative for creating and profiting from technology*. Harvard Business School Press.
3. Teece, D. J. (2023). *Business models and dynamic capabilities: Creating and capturing value in the digital age*. Edward Elgar Publishing.
4. Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2023). *Marketing 6.0: The future is immersive*. Wiley.
5. Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2021). *Marketing 5.0: Technology for humanity*. Wiley.
6. Teece, D. J. (2020). *Dynamic capabilities and strategic management: Organizational change in the global economy*. Oxford University Press.

Bibliography:

1. Kotter, J. P. (2012). *Leading change*. Harvard Business Review Press.
2. Chesbrough, H. W. (2003). *Open innovation: The new imperative for creating and profiting from technology*. Harvard Business School Press.
3. Teece, D. J. (2023). *Business models and dynamic capabilities: Creating and capturing value in the digital age*. Edward Elgar Publishing.
4. Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2023). *Marketing 6.0: The future is immersive*. Wiley.
5. Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2021). *Marketing 5.0: Technology for humanity*. Wiley.
6. Teece, D. J. (2020). *Dynamic capabilities and strategic management: Organizational change in the global economy*. Oxford University Press.

Efekty uczenia się:
<p>Wiedza: zna i rozumie podstawowe problemy współczesnej cywilizacji w odniesieniu do osiągnięć nauki i Techniki.</p> <p>Umiejętności: potrafi samodzielnie planować i realizować własne uczenie się przez całe życie.</p> <p>Kompetencje społeczne: jest gotów do krytycznej oceny posiadanej wiedzy i odbieranych treści, uznawania znaczenia wiedzy w rozwiązywaniu problemów poznawczych i praktycznych oraz zasięgania opinii ekspertów w przypadku trudności z samodzielnym rozwiązaniem problemu.</p>
Learning outcomes:
<p>Knowledge: knows and understands the basic problems of modern civilization in relation to the achievements of science and technology</p> <p>Skills: is able to independently plan and implement his own lifelong learning</p> <p>Social competence: is ready to critically evaluate the knowledge he possesses and the content he receives, to recognize the importance of knowledge in solving cognitive and practical problems, and to consult experts in case of difficulties in solving the problem independently.</p>
Metody i kryteria oceniania:
<p>Wykład</p> <p>Zaliczenie w formie testu wielokrotnego wyboru.</p> <p>Kryterium zaliczenia: minimum (50%+1) poprawnych odpowiedzi.</p>
Assessment methods and assessment criteria:
<p>Lecture</p> <p>Passing the course in the form of test. Criterion for passing the course minimum (50%+1) of correct answers.</p>

Dodatkowe informacje
Element of course groups in various terms:

Course group description	Opis zajęć
<p><u>zajęcia z bazy UBZO</u> <u>studia stacjonarne</u> stopień studiów – dowolny kierunek studiów – dowolny, semestr dowolny</p> <p>elective courses <u>full-time studies</u> degree - any field of study - any semester - any</p>	
cykl	

**podkreślić właściwe*