



## ***Edukacja przedsiębiorczości w tradycyjnym dużym uniwersytecie. Przykład Uniwersytetu Jagiellońskiego w Krakowie***

### **STRESZCZENIE**

**CEL NAUKOWY:** Celem artykułu jest przedstawienie efektywności eksperymentu dydaktycznego w akademickiej formalnej edukacji przedsiębiorczości w tradycyjnym dużym uniwersytecie w Polsce ukierunkowanej na kształtowanie wiedzy, umiejętności i postaw przedsiębiorczych studentów.

**PROBLEM I METODY BADAWCZE:** Problemem badawczym jest edukacja przedsiębiorczości łącząca teorię z praktyką w tradycyjnym dużym publicznym uniwersytecie w Polsce. Zastosowano analizę jakościową z wykorzystaniem problemowo wybranych trzech studiów przypadków (*case studies*) studenckich projektów wdrożeniowych zrealizowanych w praktyce w ramach dynamicznej sieci partnerów zewnętrznych Instytutu Przedsiębiorczości UJ.

**PROCES WYWODU:** W części pierwszej przedstawiono uwarunkowania realizacji procesów edukacji przedsiębiorczości i szczegółowe założenia badawcze. Część druga obejmuje opisy badanych przypadków. W części trzeciej podsumowano syntetyczne wyniki analizy ze względu na efektywność edukacji przedsiębiorczości.

**WYNIKI ANALIZY NAUKOWEJ:** Przedstawione studia przypadków zilustrowały realizację w praktyce procesu przedsiębiorczości powstawania pomysłu na nowatorską aplikację, zbudowania nowej firmy oraz przygotowania innowacyjnego projektu społecznego. Wdrożenie wszystkich projektów potwierdziło dobitnie wartość aspektów praktycznych w edukacji przedsiębiorczości, a jednocześnie podkreśliło ogromną rolę otoczenia zewnętrznego w tym procesie ze względu na wartość dodaną wynikającą z szeroko rozbudowanej współpracy z jednostkami pozauniwersyteckimi.

**WNIOSKI, INNOWACJE, REKOMENDACJE:** Uzyskane doświadczenia skłaniają do postawienia wniosku o uwzględnienie obu wspomnianych aspektów jako obligatoryjnych w projektowanych modelach edukacyjnych w zakresie przedsiębiorczości.

→ **SŁOWA KLUCZOWE:** EDUKACJA PRZEDSIĘBIORCZOŚCI, CASE STUDY, EKSPERYMENT EDUKACYJNY, UNIWERSYTET JAGIELLOŃSKI, POLSKA

Sugerowane cytowanie: Bednarczyk, M. i Kopera, S. (2018). Edukacja przedsiębiorczości w tradycyjnym dużym uniwersytecie. Przykład Uniwersytetu Jagiellońskiego w Krakowie. *Horyzonty Wychowania*, 17(43), 25-38. DOI: 10.17399/HW.2018.174302.

---

**ABSTRACT**

---

*Entrepreneurship Education at a Big, Traditional University. The Case of Jagiellonian University in Cracow*

**RESEARCH OBJECTIVE:** The goal of the text is presentation and analysis of the effectiveness of didactic experiment, which was interwoven into a formal, academic education aimed at forming entrepreneurship knowledge, skills and attitudes among students at the big, traditional Polish university.

---

**THE RESEARCH PROBLEM AND METHODS:** The research problem is entrepreneurship education mingling together theory and practice at the big, traditional Polish university. In order to research this problem qualitative approach was applied to analysis of three cases of students' application projects realized in cooperation with a dynamic network of external partners of Entrepreneurship Institute at the Jagiellonian University.

---

**THE PROCESS OF ARGUMENTATION:** The first part of the text presents factors determining realization of entrepreneurship education processes as well as detailed research assumptions. The second part encompasses an analysis of the chosen cases. In the final section the results of analysis were summarized adopting the perspective of entrepreneurship education effectiveness.

---

**RESEARCH RESULTS:** The presented case studies presented practical realization of entrepreneurship process in three diverse types of student projects: building an idea of a new mobile application, start-up foundation and growth, and realization of an innovative social project. Implementation of all those projects confirmed a significant value of practical aspects in entrepreneurship education, and, at the same time emphasized an enormous role of the external environment in this process, that results from value added by extensive cooperation with external partners.

---

**CONCLUSIONS, INNOVATIONS, AND RECOMMENDATIONS:** Based on the results of the presented didactic experiments it is recommended to include both of the mentioned aspects (i.e. practicality and involvement of external partners) in the future entrepreneurship education models.

---

→ **KEYWORDS:** **ENTREPRENEURSHIP EDUCATION, CASE STUDY, DIDACTIC EXPERIMENT, JAGIELLONIAN UNIVERSITY, POLAND**

## 1. Wprowadzenie

Percepcja współczesnych wyzwań cywilizacyjnych w procesach i systemach edukacyjnych różni się w zależności od kultury, rozwoju społeczno-ekonomicznego i technologicznego kształtujących tradycję edukacyjną na wszystkich poziomach w danym kraju.

Historię edukacji wyższej (akademickiej) w Polsce otwiera założenie Uniwersytetu Jagiellońskiego w 1364 roku. W przywileju fundacyjnym 654 lata temu polski król Kazimierz Wielki nakreślił – mówiąc językiem współczesnym – sylwetki absolwentów, twierdząc, iż będą to „mężę dojrzałością rady znakomite, ozdobą cnót świetne i w różnych

umiejętnościach biegle” (fragment przywileju fundacyjnego z 12 maja 1364 r.). Zakładano przekazywanie wiedzy, kształcenie postaw etycznych oraz umiejętności. We współczesnej terminologii mogą to być założenia podstaw edukacji przedsiębiorczości (*entrepreneurship education*) dla aktywności jej absolwentów w różnych dziedzinach życia społeczno-ekonomicznego, chociaż bez sformalizowanych i instytucjonalnych form edukacji w zakresie przedsiębiorczości. Weryfikacja założeń i ocena efektów kształcenia ma charakter wielowiekowej oceny historycznej samego Uniwersytetu Jagiellońskiego ze względu na transfer wiedzy i ducha przedsiębiorczości do otoczenia zewnętrznego, ale także postaw i aktywności praktycznej jego absolwentów. Proces oceniania jest ciągły i kreuje dodatkowe wyzwania dla współczesnych akademików w zakresie edukacji przedsiębiorczości w wielowydziałowym, zróżnicowanym uniwersytecie publicznym o tradycyjnej kulturze zarządzania, gdzie kultura organizacyjna jest zdominowana przez formalizację i biurokrację (Sułkowski i in., 2016). Takie uwarunkowania procesów dydaktycznych mogą tworzyć naturalny dysonans w edukacji przedsiębiorczości ukierunkowanej na kształcenie w zakresie zarządzania zorientowanego na otwartość na zmiany, innowacyjność, gotowość do ponoszenia ryzyka i uczenia się (Bednarczyk, 2008).

Długoletnia tradycja edukacyjna Uniwersytetu Jagiellońskiego, jak zresztą każdego starego, dużego uniwersytetu, może być bardzo mocną jego stroną na współczesnym rynku edukacji akademickiej. Efekty synergii kapitału intelektualnego, materialnego i finansowego obejmują całą przestrzeń kształcenia dla przedsiębiorczości poprzez instytucjonalne formy różnorodnych centrów innowacji i rozwoju kompetencji, klastrów naukowych oraz akademickiego inkubatora przedsiębiorczości. Badania uniwersytetów publicznych wskazują, że transfer innowacji i ducha przedsiębiorczości do zewnętrznego otoczenia społecznego realizują spółki spin-off i indywidualne start-upy utworzone przez studentów i akademików (np. Hayter i in., 2017; Cricelli i in., 2018). Jest to szerokie ujęcie roli uniwersyteckiej edukacji w zakresie przedsiębiorczości, wykraczające poza przyjęte cele badawcze w niniejszym artykule.

## 2. Metoda badawcza

Celem artykułu jest przedstawienie efektywności eksperymentu dydaktycznego w zakresie formalnej akademickiej edukacji przedsiębiorczości ukierunkowanej na kształtowanie wiedzy, umiejętności i przedsiębiorczych postaw studentów w tradycyjnym dużym uniwersytecie publicznym w Polsce. Na potrzeby niniejszych badań analiza została ograniczona do edukacji studentów UJ na kierunku zarządzanie. Problemem badawczym jest edukacja przedsiębiorczości łączącej teorię z praktyką. Zastosowano analizę jakościową z wykorzystaniem problemowo wybranych trzech studiów przypadków (*cases studies*) studenckich projektów wdrożeniowych zrealizowanych w praktyce w ramach dynamicznej sieci partnerów zewnętrznych Instytutu Przedsiębiorczości UJ. Wszystkie opisy przypadków zostały przygotowane na podstawie wywiadów i obserwacji uczestniczącej autorów. W części pierwszej przedstawiono uwarunkowania realizacji

badanych procesów edukacji przedsiębiorczości i szczegółowe założenia badawcze. Część druga obejmuje opisy badanych przypadków. W części trzeciej podsumowano syntetyczne wyniki analizy ze względu na efektywność edukacji przedsiębiorczości.

### 3. Uwarunkowania sytuacyjne formalnej edukacji przedsiębiorczości w Uniwersytecie Jagiellońskim

Początki formalnej edukacji przedsiębiorczości w Uniwersytecie Jagiellońskim są zbieżne z utworzeniem nowego na Uniwersytecie Jagiellońskim Wydziału Zarządzania i Komunikacji Społecznej w 1996 roku i uruchomieniem kształcenia na kierunku zarządzanie na I i II stopniu kształcenia. Podstawowa edukacja przedsiębiorczości jest realizowana w ramach kursów „Podstawy przedsiębiorczości” (I stopień kształcenia) i „Przedsiębiorczość” (II stopień kształcenia). Efekty kształcenia oceniane są na podstawie formalnych kryteriów w zakresie wiedzy, umiejętności oraz kompetencji społecznych zawartych w sylabusach przedmiotów. Jak wynika z analizy sylabusów przedmiotów, wykładowcy stosują standardowe metody dydaktyczne, jak również metody problemowe z wykorzystaniem udziału studentów w projektach oraz analizę przypadków praktycznych i udział w grach strategicznych. W programach nauczania na studiach II stopnia brak jest obligatoryjnych praktyk studenckich.

Kierunek zarządzanie jest realizowany w trzech instytutach Wydziału, a mianowicie Instytucie Ekonomii, Finansów i Zarządzania, Instytucie Spraw Publicznych oraz Instytucie Przedsiębiorczości. W dwóch pierwszych kierunek zarządzanie obejmuje zarówno I, jak i II stopień kształcenia, natomiast w Instytucie Przedsiębiorczości są studia tylko II stopnia.

Edukację przedsiębiorczości przedstawiono na przykładzie procesów dydaktycznych realizowanych w Instytucie Przedsiębiorczości (IP). Edukację formalną Instytut Przedsiębiorczości realizuje w ramach różnych nurtów i trzech specjalności na kierunku zarządzanie od 1999 roku (wcześniej jako Katedra Zarządzania w Turystyce), które od początku były zorientowane na kształtowanie dobrych praktyk w zakresie przedsiębiorczych działań studentów i słuchaczy w praktyce biznesowej i społecznej, zarówno rzeczywistej, jak i cyfrowej.

W edukacji przedsiębiorczości przyjęto następujące założenia:

1. Łączenie teorii z praktyką.
2. Podejście osobiste wykładowcy i behawioralna kontrola (Liñán i in., 2011).
3. Kształcenie w zakresie wiedzy, umiejętności i kompetencji społecznych w przestrzeni:
  - a) pobudzania studentów do przedsiębiorczego działania, to znaczy otwartości na zmiany (proaktywne działania), innowacyjności (kreatywności i wprowadzania nowości), gotowości do ponoszenia ryzyka oraz gotowości do uczenia się (Bednarczyk, 2008, s. 23; Batorski, 2008);
  - b) realizacji procesu przedsiębiorczości w praktyce – obejmującego etapy: poszukiwanie pomysłu, poszukiwanie wsparcia dla realizacji pomysłu,

wdrożenie pomysłu w życie, samodzielne działanie na rynku wewnętrznym lub zewnętrznym (Bednarczyk, 2008, s. 25).

Z praktyki dydaktycznej wynika, że spełnienie powyższych założeń jest dość trudne na określonym poziomie jakości kształcenia w warunkach zbiurokratyzowanych i sformalizowanych uwarunkowań sytuacyjnych dużego uniwersytetu. Założenie łączenia teorii z praktyką zwykle efektywnie spełnia uczestnictwo studentów w praktykach (Chou i in., 2017). Na Uniwersytecie Jagiellońskim studenci II stopnia kształcenia nie mają obowiązkowych praktyk. Zgodnie z programami nauczania formalny kurs przedsiębiorczości powinien obejmować 30 godzin lekcyjnych przy regulaminowej dobrowolności w uczestnictwie i dobrowolnej aktywności studentów.

Poszukiwanie efektywnego sposobu realizacji przyjętych założeń edukacji przedsiębiorczości obejmowało dyskusje i wywiady w jednostkach sieci partnerów Instytutu Przedsiębiorczości. W rezultacie przyjęto, iż założone warunki w najwyższym stopniu może spełnić eksperyment dydaktyczny oferowany studentom po formalnym zakończeniu kursu przedsiębiorczości, którego celem może być weryfikacja ich kompetencji przedsiębiorczych. Eksperyment obejmował dobrowolne uczestnictwo studentów w konkretnych projektach wdrożeniowych.

W niniejszym artykule przedstawiono wybrane studia przypadków zrealizowanych eksperymentów dydaktycznych w okresie od 2016 do 2017 roku. Dobór przypadków był celowy i obejmował dwa projekty (BIHAPI i UniStartApp) ujmujące weryfikację przedsiębiorczych działań studentów w zespołach interdyscyplinarnych z wykorzystaniem nowoczesnej technologii informacyjnej oraz jeden projekt – #NaRoguDekerta weryfikujący zachowania przedsiębiorcze studentów w efektywnym studiowaniu kursów „Technologie informatyczne” i „Crowdsourcing”.

Wiele znanych postaci powtarzało, że nie ma nic bardziej praktycznego niż dobra teoria. Na uczelniach wyższych, zwłaszcza na uniwersytetach, stwierdzenie to jest zwykle doskonale przyjmowane i rozumiane jako potwierdzenie celowości działań teoriopoznawczych i teoriiotwórczych, a także edukacji studentów w zakresie teorii na podstawie studiów przypadków praktycznych (np. Bednarczyk i Batorski, 2009). Niektóre kompetencje, a należą do nich omawiane tu kompetencje związane z przedsiębiorczością, najlepiej i najpełniej kształtuje się w warunkach najbardziej zbliżonych do rzeczywistych, czyli takich, w których kompetencje te będą w przyszłości wykorzystywane.

Do stworzenia takich warunków nie wystarczy jednak zwykle działalność samych tylko uczelni wyższych. Konieczne jest budowanie różnego rodzaju sieci współpracy czy „ekosystemów” edukacji w zakresie przedsiębiorczości. Studia zarządzania i specjalności menedżerskie oferowane studentom Instytutu Przedsiębiorczości należą do dziedziny nauk społecznych, a nie technicznych. Jednakże, zgodnie z tym, co można obserwować w gospodarce, a na co zwróciła w swoim raporcie uwagę również OECD (OECD, 2016, s. 24), IT należy do najważniejszych czynników zmieniających warunki funkcjonowania na rynku, zarówno dla firm już istniejących, jak również – a może w szczególności – dla nowych firm, przedsiębiorców i osób indywidualnych. Oczywiście technologie informacyjne to szerokie pojęcie, podobnie jak szerokie i zróżnicowane są ich biznesowe

zastosowania, a także rola, jaką odgrywają w modelach biznesowych. Można jednak przyjąć, że niezależnie od branży, w której przyjdzie działać przyszłym menedżerom, do palety kompetencji niezbędnych im do efektywnej pracy będą zaliczały się również te związane z technologiami informacyjnymi, a ich znaczenie będzie rosło z roku na rok. Dlatego większość projektów praktycznych, do których są włączani studenci tej jednostki, związana jest z technologiami informacyjnymi, ich rozwojem i aplikacją w środowisku biznesu i organizacji niekomercyjnych. Mając na uwadze powyższe, łatwo zrozumieć, dlaczego jednym z najważniejszych haseł przewodnich tego typu przedsięwzięć edukacyjnych jest interdyscyplinarność.

## 4. Eksperymenty dydaktyczne w praktyce edukacji przedsiębiorczości – opisy przypadków

### 4.1. BIHAPI

Pierwsza z inicjatyw nosiła nazwę BIHAPI i była trzecią edycją ogólnopolskiego konkursu programistycznego, którego celem była popularyzacja wykorzystania interfejsów API (Application Programming Interfaces) udostępnianych przez operatorów komórkowych, jak również jednostki administracji samorządowej, do tworzenia innowacyjnych rozwiązań z zakresu Smart City<sup>1</sup>. Jego inicjatorem i organizatorem była firma Orange Polska, natomiast Instytut Przedsiębiorczości pełnił w nim funkcję regionalnego koordynatora projektu.

Projekt był realizowany w czterech miastach (Warszawa, Gdańsk, Poznań i Kraków), które w jego ramach najpierw dostosowały wybrane zbiory otwartych danych miejskich do formatu wymaganego przez technologię API, a potem udostępniły je programistom biorącym udział w konkursie. Na terenie Małopolski dane udostępnił zarówno Urząd Miasta Krakowa, jak i Urząd Marszałkowski. Wśród udostępnionych zbiorów danych znalazły się między innymi ewidencja gruntów, uzbrojenie terenów miejskich, mapa utrudnień drogowych, wyszukiwarka dróg, lokalizacje hot spotów, spis restauracji, dane informacji turystycznej i wiele innych.

Instytut Przedsiębiorczości UJ zaoferował dobrowolny udział w projekcie studentom wszystkich specjalności studiów magisterskich kierunku zarządzania. W związku z faktem, że był to projekt informatyczny, studenci IP (a więc kierunków menedżerskich) zostali połączeni w ramach interdyscyplinarnego zespołu ze swoimi kolegami informatykami z Politechniki Warszawskiej. W takiej formule został przygotowany projekt aplikacji mobilnej, który zakwalifikował się do drugiego etapu konkursu. Następnie, wraz z programistami z PW, powstał działający prototyp aplikacji, która została wyróżniona Nagrodą Orange, a zespół otrzymał czek na kwotę 5000 zł.

---

<sup>1</sup> <http://www.bihapi.pl/>

Skala tego projektu w IP nie była może duża, ale pozwoliła przećwiczyć scenariusz budowy międzyuczelnianych i interdyscyplinarnych zespołów roboczych, który później z powodzeniem został zaimplementowany i rozwinięty w kolejnym projekcie UniStartApp. Drugim niezwykle ważnym rezultatem, jaki udało się uzyskać poprzez udział w tym projekcie, było przełamanie początkowej nieufności studentów dla tego typu inicjatyw. Zapoczątkowało to przy realizacji kolejnych projektów. Warto dodać, że sam projekt BIHAPI uzyskał wyróżnienie „Rozwiązanie roku” podczas Smart City Forum 2016<sup>2</sup>.

## 4.2. UniStartApp

Kolejny praktyczny projekt edukacyjny (aczkolwiek posiadający również istotny wymiar rozwojowy) zrealizowany przy współudziale IP dotyczył rozwoju kompetencji niezbędnych do tworzenia i rozwoju technologicznych start-upów. Jak pokazują badania przyczyn porażek start-upów, do najczęstszych należą te, które nie są związane z aspektami technologicznymi ich funkcjonowania, ale z rynkowymi i menedżerskimi (CBInsight, 2014). Oznacza to, że kombinacja kompetencji programistycznych, analitycznych i menedżerskich jest głównym czynnikiem sukcesu nowych przedsięwzięć technologicznych, całej branży IT, a także wielu innych branż, które ulegają ciągłej, postępującej digitalizacji. By móc jednak w pełni wykorzystać zgromadzone kompetencje, konieczna jest umiejętność współpracy w interdyscyplinarnym środowisku, współpracy, która coraz częściej odbywa się na odległość za pośrednictwem rozwiązań teleinformatycznych.

Mając to na uwadze, na początku 2016 roku został uruchomiony projekt UniStart-App. Jego celem było zbudowanie ekosystemu, w którym studenci kierunków technicznych i ekonomicznych mogli wspólnie pracować w interdyscyplinarnych i międzyorganizacyjnych zespołach roboczych nad rozwojem koncepcji technologicznego start-upu. Ich zadaniem było stworzenie koncepcji produktu cyfrowego oraz działającego prototypu, zbudowanie wokół niego modelu biznesowego (na podstawie wcześniejszych analiz rynkowych), zaprojektowanie kampanii promocyjnej oraz przygotowanie się do jego prezentacji na forum potencjalnych inwestorów.

Z punktu widzenia toku studiów uczestniczących studentów ekosystem uzyskał umocowanie w ramach istniejących programów kształcenia na uczelniach biorących udział w projekcie, jednocześnie poczyniono wysiłki, by proces, przez który przechodziły zespoły studenckie, był jak najbardziej zbliżony do realnych działań preakceleryjnych.

Projekt zapoczątkowało podpisanie listu intencyjnego pomiędzy zaangażowanymi uczelniami oraz firmą Orange Polska jako partnerem koordynującym całe przedsięwzięcie oraz wspierającym je w zakresie infrastrukturalnym i organizacyjnym. Koordynacja całego przedsięwzięcia należała do największych wyzwań, ponieważ w skład konsorcjum – poza wspomnianą firmą Orange – weszły cztery jednostki uczelniane z różnych ośrodków akademickich:

---

<sup>2</sup> <http://smartcityforum.pl/i-wielka-gala-smart-city/>

- Politechnika Warszawska, Wydział Elektryczny;
- Uniwersytet Jagielloński, Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej;
- Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu, Wydział Informatyki i Gospodarki Elektronicznej oraz
- Politechnika Gdańska, Wydział Elektroniki, Telekomunikacji i Informatyki.

Dodatkowo w projekt zaangażowały się od samego początku dwie firmy venture capital: Black Pearls i SpeedUp, które wspierały uczestników swoją wiedzą specjalistyczną w zakresie budowania i finansowania start-upów.

Projekt rozpoczął się na początku 2016 roku rekrutacją studentów z ostatniego roku studiów inżynierskich (na uczelniach technicznych) oraz pierwszego roku studiów magisterskich na pozostałych uczelniach. Udział w projekcie dawał studentom możliwość zdobycia punktów ECTS. Następnie wszystkie zrekrutowane osoby (33) wzięły udział w inicjalnym warsztacie, który odbył się w siedzibie Orange Labs w Warszawie. W czasie jego trwania studenci zostali podzieleni na pięć interdyscyplinarnych zespołów, z których każdy składał się z dwóch lub trzech programistów, jednego lub dwóch analityków biznesowych i jednego lub dwóch marketingowców. Następnie zespoły przeszły intensywne szkolenie z zakresu modelowania biznesowego, które poprowadził ekspert z firmy venture capital. Był także czas na dodatkowe działania integracyjne. Do każdego z zespołów został przydzielony mentor – pracownik naukowy z uczelni lub ekspert z firmy Orange. Wszyscy mentorzy weszli w skład rady zarządzającej projektem, której głównym zadaniem było monitorowanie postępów oraz ułatwianie pracy zespołom. Projekt w założeniu był realizowany na bazie metodyki Scrum z jednogodniowymi przebiegami (sprint), jednak w praktyce długość przebiegów ulegała zmianie, co było wynikiem konfliktów z innymi obowiązkami członków zespołów i wynikających z nich problemów z koordynacją. Projekt UniStartApp zakończyła oficjalna gala na Politechnice Warszawskiej, w której wzięli udział między innymi przedstawiciele ministerstw (Rozwoju oraz Cyfryzacji), Urzędu Komunikacji Elektronicznej, instytucji venture capital, firm technologicznych, PARP oraz uczelni partnerskich. Podczas tej gali zespoły studenckie prezentowały modele biznesowe zbudowane wokół opracowanych aplikacji lub ich prototypów, po czym zgromadzeni uczestnicy przekazywali im uwagi i komentarze dotyczące możliwych kierunków ich doskonalenia w kontekście wprowadzania na rynek.

UniStartApp był innowacyjnym przedsięwzięciem edukacyjnym w sytuacji, gdy interdyscyplinarność i umiejętność współdziałania osób posiadających różną perspektywę profesjonalną decydowały o być albo nie być nowatorskich przedsięwzięć biznesowych. Doświadczenia zdobyte w trakcie jego realizacji były wysoko oceniane przez uczestniczących studentów; dla wielu z nich stały się one punktem wyjścia do rozwoju swojej kariery na styku IT i biznesu (mowa o studentach menedżerskich kierunków ekonomicznych).

Jako ciekawostkę warto wspomnieć doświadczenie, które wielu uczestników wspomina jako jedno z najważniejszych w tym projekcie. Doświadczenie, o którym mowa, dotyczy komunikacji między „technicznymi” i „nietechnicznymi” członkami zespołów projektowych, a właściwie jej początkowej nieefektywności. Wynikała ona w dużym stopniu z bariery w postaci specyfiki posiadanej wiedzy oraz braku gotowości do jej



przekraczania, a także z ograniczonych umiejętności komunikacyjnych poszczególnych członków zespołów. Warto dodać, że w większości sytuacji chodziło o komunikację wirtualną – przez dostępne technologie informacyjne. Ostatecznie wszystkim zespołom udało się przekroczyć początkowe ograniczenia i stworzyć zgrane, synergiczne jednostki, doprowadzając do końca realizowane przez siebie projekty.

### 4.3. #NaRoguDekerta

Trzecim z projektów, w którym studenci mieli możliwość „zanurzenia się” w praktyce przedsiębiorczości, było przedsięwzięcie pod nazwą #NaRoguDekerta. Podobnie jak w przypadku wspomnianego projektu UniStartApp, tak i to działanie miało zarówno aspekt edukacyjny, jak i rozwojowy, przy czym dalej zostanie omówiony tylko ten pierwszy. Tak jak w przypadku pozostałych projektów, studenci uczestniczący w tym eksperymencie dydaktycznym byli absolwentami formalnego kursu przedsiębiorczości. Ich udział miał dawać możliwość rozwijania kompetencji przedsiębiorczych w praktyce jako podstaw efektywnej edukacji w zakresie dwóch kolejnych przedmiotów z programu nauczania.

Projekt #NaRoguDekerta został osadzony w strukturze studiów na specjalności media społecznościowe w zarządzaniu w ramach dwóch przedmiotów: crowdsourcing oraz technologie mobilne. Z punktu widzenia celów edukacyjnych jego istotą było przygotowanie i przeprowadzenie akcji crowdfundingowej na rzecz celu znajdującego się w przestrzeni miejskiej Krakowa. Ta ostatnia okoliczność była o tyle istotna, że organizacji tej inicjatywy przyświecała chęć nie tylko rozwijania praktycznych umiejętności realizacji silnie osadzonych w środowisku cyfrowym kampanii crowdfundingowych, ale także kształtowania postaw obywatelskich, przejawiających się aktywnością w ramach społeczności lokalnej i działaniach na jej rzecz. W związku z tym należało określić obszar i cel akcji crowdfundingowej w taki sposób, by projekt miał realny wpływ na życie mieszkańców Krakowa.

Cechą wspólną wszystkich projektów „upracticzających” edukację przyszłych przedsiębiorców w IP jest to, że są one realizowane w ekosystemie współtworzonym również przez partnerów zewnętrznych: instytucje, organizacje społeczne i biznesowe, a także osoby fizyczne. Tak było i w omawianym przypadku. Z uwagi na przyjęte założenia i cele naturalnym, głównym partnerem tego projektu stał się Urząd Miasta Krakowa, a konkretnie Zarząd Zieleni Miejskiej. Wraz z ZZM dookreślony został cel działań crowdsourcingowych: rewitalizacja nieużywanego, zarosniętego skweru na krakowskim Zabłociu – w dzielnicy, w której każdy kawałek zieleni jest na wagę złota. W związku z lokalizacją skweru projekt został nazwany „Na Rogu Dekerta”.

Współpracując z architektami krajobrazu z ZZM, studenci wypracowali projekt skweru, który miał się docelowo stać miejscem rekreacyjnym (w formule tzw. parku kieszonkowego) dla okolicznych mieszkańców, dzieci z sąsiadującego przedszkola i pobliskiego parku biznesu. Dla wyróżnienia tej inicjatywy spośród innych realizacji krakowskich, a przez to także ułatwienia jej identyfikacji i zwiększenia atrakcyjności

z punktu widzenia przyszłej akcji crowdfundingowej, na rogu ul. Dekerta miał powstać Ogród motyli. Oprócz standardowych elementów przestrzeni rekreacyjnej miały tam stanąć domki dla motyli, a trawniki miały zostać obsadzone długo kwitnącymi roślinami – przyciągającymi motyle i dającymi im pożywienie.

Mniej więcej w tym samym czasie utworzone zostały struktury projektowe – zespoły zadaniowe, które odtąd, wspierane i mentorowane przez wykładowców, realizowały kolejne zadania wynikające z cyklu życia przedsięwzięcia crowdfundingowego. Przygotowania do samej zbiórki trwały około dwóch miesięcy. Do największych wyzwań w tym okresie należało zbudowanie społeczności instytucji, organizacji i ludzi wspierających tę inicjatywę. W tym zakresie projekt uzyskał wsparcie od ZZM ułatwiającego kontakty z organizacjami społecznymi, lokalnymi inicjatywami i aktywistami realizującymi swoje projekty na terenie Krakowa i Zabłocia. Ogromne znaczenie miało również uzyskanie wsparcia ze strony lokalnych mediów, które udało się uzyskać między innymi dzięki ogromnemu zaangażowaniu studentów.

Zbiórka pieniędzy została zrealizowana za pośrednictwem platformy PolakPotrafi.pl. W ciągu półtora miesiąca udało się zebrać 116% założonej kwoty (czyli ponad 23 tys. zł). Koniec zbiórki to oczywiście nie koniec projektu. W dalszym ciągu należało obsłużyć kwestie związane np. z wysyłką nagród do darczyńców, rozliczeniem wydatków, a także ciągłym informowaniem wspierającej społeczności o postępach w realizacji skweru (za działania praktyczne w tym zakresie był odpowiedzialny ZZM, który poza skwerem zrealizował również modernizację istniejącej infrastruktury w jego otoczeniu).

Warto wspomnieć, że koniec zbiórki zbiegł się z końcem semestru zimowego, a tym samym przedmiotów, w ramach których studenci realizowali projekt. Okoliczność ta stanowiła istotny czynnik ryzyka – w końcu nie było już zewnętrznej ani formalnej motywacji do dalszego zaangażowania w te działania. Mimo to większość uczestników projektu w dalszym ciągu poświęcała swój czas na realizację niezbędnych działań, aż do ostatniej chwili, czyli 2 września 2017 r., kiedy to Ogród motyli został oficjalnie oddany do użytku mieszkańcom Krakowa.

Podsumowując projekt #NaRoguDekerta, warto podkreślić, że pozwolił on na osiągnięcie całej palety celów edukacyjnych, kształtując nie tylko umiejętności techniczne związane z crowdsourcingiem i technologiami mobilnymi (głównie w aspekcie marketingowym), ale także liczne kompetencje ogólne. Uczestniczący w projekcie studenci nauczyli się praktycznego funkcjonowania w projekcie, organizacji pracy, koordynacji, zarządzania w sytuacjach kryzysowych, motywowania siebie i innych, budowania koalicji, negocjacji, komunikacji medialnej itd. Mieli również możliwość rozwinięcia osobistej odpowiedzialności za podejmowane zobowiązania. Jako ciekawostkę można dodać, że już w trakcie realizacji projektu uczestniczący w nim studenci otrzymywali liczne propozycje atrakcyjnej pracy, z których wielu później skorzystało.

## 5. Wnioski diagnostyczne

Badanie efektywności eksperymentu dydaktycznego w akademickiej formalnej edukacji przedsiębiorczości w tradycyjnym dużym uniwersytecie w Polsce ukierunkowanej na kształtowanie wiedzy, umiejętności i postaw przedsiębiorczych studentów przedstawiono na podstawie opisów trzech przypadków projektów wdrożonych w okresie 2016-2017. Syntetyczne oceny ujęto w tablicy nr 1.

Tablica 1  
Syntetyczna ocena efektywności edukacji przedsiębiorczości studentów poprzez ich udział w projektach praktycznych

Projekty Kryteria oceny	BIHAPI	UniStartApp	#NaRoguDekerta
Wiedza	<ul style="list-style-type: none"> <li>zweryfikowana wiedza teoretyczna w rozszerzonym zakresie</li> <li>znacząco rozszerzona wiedza interdyscyplinarna</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>zweryfikowana wiedza teoretyczna w rozszerzonym zakresie</li> <li>znacząco rozszerzona wiedza interdyscyplinarna</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>zweryfikowana wiedza teoretyczna w zakresie podstawowym</li> <li>rozszerzona wiedza interdyscyplinarna</li> </ul>
Umiejętności	<ul style="list-style-type: none"> <li>iteracyjnie kształtowane i weryfikowane w toku realizacji projektu</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Iteracyjnie kształtowane i weryfikowane w toku realizacji projektu</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>iteracyjnie kształtowane i weryfikowane w toku realizacji projektu</li> </ul>
Kompetencje społeczne	<ul style="list-style-type: none"> <li>komunikacja interpersonalna</li> <li>współpraca interdyscyplinarna</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>komunikacja biznesowa na etapie preakceleracji pomysłu firmy</li> <li>współpraca interdyscyplinarna</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>znacząco rozszerzone kompetencje menedżerskie</li> <li>znacząco rozszerzone kompetencje współdziałania w dużej grupie</li> <li>znacząco rozszerzone kompetencje w zakresie komunikacji z otoczeniem społecznym, biznesowym i politycznym oraz mediami</li> </ul>
Efekty formalne dla studentów	<ul style="list-style-type: none"> <li>brak</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>zaliczenie jednego przedmiotu</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>zaliczenie dwóch przedmiotów</li> </ul>
Efekty nieformalne dla studentów	<ul style="list-style-type: none"> <li>satysfakcja studentów z efektów samokształcenia</li> <li>efekty ze zbudowanego kapitału relacyjnego w skali ogólnopolskiej</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>satysfakcja z efektów samokształcenia</li> <li>zdefiniowane do uruchomienia dwie firmy</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>satysfakcja z efektów samokształcenia</li> <li>efekty ze zbudowanego regionalnego kapitału relacyjnego</li> <li>oferty atrakcyjnej pracy</li> </ul>

W zestawionych kryteriach oceny efektywności formalnej edukacji przedsiębiorczości uwzględniono kryteria oceny efektów kształcenia zawarte w sylabusach przedmiotów, to znaczy wiedzę, umiejętności i kompetencje społeczne, gdyż te aktualnie obowiązują w Uniwersytecie Jagiellońskim na Wydziale Zarządzania i Komunikacji Społecznej. Istota i zakres danego kryterium zależy od wielu zróżnicowanych czynników, a w szczególności od kompetencji indywidualnego wykładowcy. Zapewne jest to obszar odrębnych badań i dyskusji w środowisku akademików oraz praktyków życia społeczno-ekonomicznego.

Dwa z przedstawionych projektów były realizowane nie tylko w ramach jednego uniwersytetu, ale w szerokim tle trzech innych polskich uczelni wyższych. Jeden projekt – projekt społeczny #NaRoguDekerta – został głęboko „zanurzony” w społeczność lokalną oraz uwarunkowania lokalne. Stąd wnioski w zakresie efektywności przedstawionych eksperymentów w formalnej akademickiej edukacji przedsiębiorczości mogą mieć charakter względnie obiektywny. Z obowiązku badacza należy jednak wspomnieć krytyczne czynniki sukcesu, wynikające z doświadczenia współrealizatorów projektów. Były nimi:

1. Sprzyjające uwarunkowania dydaktyczne danego uniwersytetu i określonego wydziału.
2. Kompetencje dydaktyków uczestniczących w eksperymencie; kompetencje zwłaszcza w zakresie komunikacji interpersonalnej, motywowania oraz kontroli behawioralnej powinny być rozwijane w całym toku realizacji projektu.
3. Umotywowani uczestnicy eksperymentu – zarówno dydaktycy, jak i studenci.

Przedstawione eksperymenty dydaktyczne obejmują jedynie część przestrzeni akademickiej edukacji przedsiębiorczości. Pozostała część może być poddana dalszym badaniom, gdyż jak wynika z ontologii procesu kształcenia przedsiębiorców i kreowania postaw przedsiębiorczych, powinien to być proces otwarty i ciągły.

## 6. Konkluzje i rekomendacje

Wybrane studia przypadków miały charakter ilustracyjny (Czacak, 2015) w celu przedstawienia możliwych scenariuszy w zakresie formalnej akademickiej edukacji przedsiębiorczości w obszarze akademickich kursów poza *sensu stricto* kursem przedsiębiorczości. Ich znaczenie może mieć walor praktyczny i inspirujący akademików do wprowadzania własnych eksperymentów dydaktycznych w określonych innych uwarunkowaniach nauczania akademickiego.

Zasadniczo problem edukacji przedsiębiorczości w dużym wielowydziałowym uniwersytecie publicznym może być aktualnym i ważnym obszarem badań. Szczególnym problemem badawczym jest efektywność przedsiębiorczego procesu edukacji na rzecz przedsiębiorczości i nauczanie przedsiębiorcze (Wach, 2013, s. 252-253) w ramach formalnych i pozaformalnych modułów kształcenia na wydziałach pozaekonomicznych danego uniwersytetu, istotnych ze względu na kształtowanie wiedzy, umiejętności oraz postaw przedsiębiorczych zarówno studentów, jak i akademików w szczególności w zakresie komercjalizacji wyników badań naukowych, zresztą dość niskiej w Polsce.

Ponadto dalsze badania edukacji przedsiębiorczości w dużych wielowydziałowych uniwersytetach publicznych są istotne dla pragmatyki zarządzania tymi uniwersytetami ze względu na ich misję i znaczenie w określonym współczesnym zróżnicowanym ekosystemie danego regionu i kraju.

Na koniec warto dodać, że skuteczne upracticznienie edukacji w zakresie kompetencji przedsiębiorczych jest w środowisku akademickim trudne, jeśli zadanie to traktuje się wyłącznie w kategoriach wewnętrznych, ograniczonych do ram konkretnej uczelni. Trudność taka wynika przede wszystkim z dość oczywistego braku dostępu do praktyki w ramach struktur wewnętrznych. Ponadto najczęstsze formaty realizacji edukacji przyszłych przedsiębiorców nie wykorzystują interdyscyplinarości, która, przynajmniej potencjalnie, jest dostępna na większości uczelni (w większości przypadków zajęcia z zakresu przedsiębiorczości wbudowane są w programy poszczególnych kierunków studiów i w takim układzie nauczane).

We wszystkich przeanalizowanych w tekście przypadkach przyjęto podejście przeciwne do powyższego: otwarte, kładące ogromny nacisk na budowanie złożonego, synergicznego ekosystemu instytucjonalnego, w którym wszyscy aktorzy – zarówno uczelnie, jak i partnerzy zewnętrzni – budowali swój wkład z unikalnych kompetencji i zasobów, umożliwiając realizację założeń omówionych projektów. Wydaje się, że właśnie ta otwartość może być jedną z najważniejszych rekomendacji dla realizacji podobnych działań edukacyjnych w przyszłości, zapewniającą dostęp do zróżnicowanych partnerów zewnętrznych oraz stymulującą tak współcześnie ważną interdyscyplinarność w kształceniu przyszłych przedsiębiorców.

#### BIBLIOGRAFIA

- Batorski, J. (2008). Organizational learning as a base of entrepreneurship. W: M. Bednarczyk (red.), *Entrepreneurship in tourism and sport business*. Kraków: Fundacja dla Uniwersytetu Jagiellońskiego, 81-86.
- Bednarczyk, M. (2008). Co to jest przedsiębiorczość? W: M. Bednarczyk (red.), *Przedsiębiorczość w turystyce. Zasady i praktyka*. Warszawa: CeDeWu.pl.
- Bednarczyk, M. i Batorski, J. (2009). *Przedsiębiorczość w zarządzaniu sportem. Studium praktyków*. Kraków: Fundacja dla Uniwersytetu Jagiellońskiego.
- CBInsight. (2014). *The Top 20 reasons Startups fail*, 1-9. Pozyskano z: <https://www.cbinsights.com/research/startup-failure-reasons-top> (dostęp: 10.10.2017).
- Chou, C.-M. i in. (2017). Tertiary students' entrepreneurial career intentions of entrepreneurship-embedded internship programs. *Studies in Higher Education*, 42(11), 2116-2133.
- Cricelli, L. i in. (2018). Intellectual capital and university performance in emerging countries: Evidence from Colombian public universities. *Journal of Intellectual Capital*, 19(1), 71-95.
- Czakon, W. (2015). Zastosowanie studiów przypadków w badaniach nauk o zarządzaniu. W: W. Czakon (red.), *Podstawy metodologiczne badań w naukach o zarządzaniu*. Warszawa: Wolters Kluwer.
- Hayter, C.S., Lubynsky, R. i Maroulis, S.J. (2017). Who is the academic entrepreneur? The role of graduate students in the development of university spinoffs. *The Journal of Technology Transfer*, 42(6), 1237-1254.

- Liñán, F., Rodríguez-Cohard, J.C. i Rueda-Cantuche, J.M. (2011). Factors affecting entrepreneurial intention levels: a role for education. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 7(2), 195-218.
- OECD. (2016). Start-ups and innovative entrepreneurship. *OECD Science, Technology and Innovation Outlook 2016*. Paris: OECD Publishing. Pozyskano z: [http://www.oecd-ilibrary.org/science-and-technology/oecd-science-technology-and-innovation-outlook-2016/start-ups-and-innovative-entrepreneurship\\_sti\\_in\\_outlook-2016-25-en](http://www.oecd-ilibrary.org/science-and-technology/oecd-science-technology-and-innovation-outlook-2016/start-ups-and-innovative-entrepreneurship_sti_in_outlook-2016-25-en) (dostęp: 15.12.2017).
- Sułkowski, Ł., Seliga, R. i Woźniak, A. (2016). Kultura organizacyjna i zarządzanie uczelnią z punktu widzenia systemu zapewniania jakości w Polsce. *Przedsiębiorczość i Zarządzanie*, t. 17, z. 9, cz. 3 Marketing w rozwoju innowacyjności, 221-233.
- Wach, K. (2013). Edukacja na rzecz przedsiębiorczości wobec współczesnych wyzwań cywilizacyjno-gospodarczych. *Przedsiębiorczość – Edukacja*, 9, 246-257.

#### Copyright and License



This article is published under the terms of the Creative Commons Attribution – NoDerivs (CC BY- ND 4.0) License <http://creativecommons.org/licenses/by-nd/4.0/>