



## ***Platforma edukacyjna SEIPA. Czy przedsiębiorczości można nauczyć?***

DOI: 10.17399/HW.2016.1534014

### **STRESZCZENIE**

---

**CEL NAUKOWY:** Celem artykułu jest opis metod i narzędzi przydatnych w nauce przedsiębiorczości w środowisku akademickim na przykładzie Sieci Edukacyjnej Innowacyjnej Przedsiębiorczości Akademickiej SEIPA – cyfrowej platformy edukacyjnej wspierającej nauczanie przedsiębiorczości.

---

---

**PROBLEM I METODY BADAWCZE:** W pracy postawiono pytania: Jak można nauczać przedsiębiorczości? Co stanowi efekt nauczania przedsiębiorczości (w zakresie wiedzy, umiejętności, postaw)? Jakie działania, metody oraz środki doprowadzą do założonego celu? Zastosowano studium przypadku – jakościową strategię badawczą, której celem jest całościowy opis i zrozumienie interesującego badacza przypadku wraz z otaczającym go kontekstem.

---

---

**PROCES WYWODU:** W pracy przywoływano koncepcje gospodarki opartej na wiedzy, zagadnienia przedsiębiorczości i innowacyjności. Tło rozważań stanowią obecne w Polsce i Europie programy kształcenia w zakresie przedsiębiorczości.

---

---

**WYNIKI ANALIZY NAUKOWEJ:** W części empirycznej poddano analizie cyfrową platformę edukacyjną SEIPA oraz przedstawiono szczegóły realizacji w AGH w Krakowie powiązanego z SEIPA projektu edukacyjnego „Przedsiębiorczość innowacyjna”.

---

---

**WNIOSKI, INNOWACJE, REKOMENDACJE:** Cyfrowa platforma edukacyjna w połączeniu ze stacjonarnymi zajęciami wydaje się dobrą metodą nauczania przedsiębiorczości, łącząc trzy elementy: wiedzę ekspercką, technologię i instytucję akademicką. Studenci zyskują wiedzę o biznesie, praktyczne umiejętności i stosowne kompetencje. Uczelnie wdrażające takie i podobne programy mogą być kuźnią przedsiębiorczych absolwentów potrzebnych gospodarce opartej na wiedzy. Ponieważ obecnie przedsiębiorczość nie istnieje jako osobny przedmiot na AGH, powinien być wdrożony, także przy wykorzystaniu platformy SEIPA.

---

---

→ **SŁOWA KLUCZOWE: PRZEDSIĘBIORCZOŚĆ, EDUKACJA, SEIPA, KOMPETENCJE, GOSPODARKA OPARTA NA WIEDZY**

**ABSTRACT**

---

*The SEIPA learning platform. Can entrepreneurship be taught?*

**RESEARCH OBJECTIVE:** The aim of the article is to describe selected methods and tools designed for teaching enterprise at universities on the basis of the SEIPA platform (Academic Network of Entrepreneurship Educators).

---

**THE RESEARCH PROBLEM AND METHODS:** The main research questions include: How to teach entrepreneurship? What are the results of teaching entrepreneurship (as far as knowledge, skills, and attitudes are concerned)? What practices and methods lead to achieving the goal? The methodological approach applied in the paper is a case study. This qualitative strategy is oriented towards a holistic description and understanding of the case and its context.

---

**THE PROCESS OF ARGUMENTATION:** The theoretical background of the article is based on the concept of knowledge-based economy, enterprise and innovations. For better understanding, the digital learning platform SEIPA from Poland together with selected European and American experiences in this area are briefly examined in the paper.

---

**RESEARCH RESULTS:** In the main part of the paper the idea of the SEIPA is described and the details of the application of 'Innovative Entrepreneurship' teaching programme used at the University of Science and Technology in Cracow (AGH) are presented.

---

**CONCLUSIONS, INNOVATIONS AND RECOMMENDATIONS:** A learning *online* platform used together with *off-line* lectures and workshops seem to be a good method for teaching entrepreneurship, as it links three elements: expert knowledge, technology and academic institutions. These factors equip students with business knowledge and practical skills and attitudes toward entrepreneurship. Tertiary education institutions which introduce similar teaching programmes have a chance to become an incubator of future entrepreneurs. The programme described above is no longer operating at AGH as a separate course, but it should be continued with the use of the SEIPA platform.

---

→ **KEYWORDS: ENTERPRISE, EDUCATION, SEIPA, COMPETENCY, KNOWLEDGE-BASED ECONOMY**

## Wstęp

Niniejszy artykuł dotyczy nauczania przedsiębiorczości w szkolnictwie wyższym. Temat ten od kilku lat jest obecny w rozważaniach na temat kwalifikacji akademickich, co jest odbiciem dyskusji dotyczącej relacji pomiędzy gospodarką a edukacją akademicką. Takie pojęcia jak gospodarka oparta na wiedzy, innowacyjność czy przedsiębiorczość akademicka to słowa klucze przywoływane w dysputach medialnych, biznesowych i naukowych. Przedsiębiorczość bowiem to obecnie jedna z kluczowych kompetencji tak w odniesieniu do biznesu, jak i jako cecha osobista, rozumiana ogólnie jako dążenie do najlepszych rezultatów poprzez wykorzystywanie istniejących szans ekonomicznych. Niniejszy artykuł koncentruje się na zagadnieniu kształtowania postaw przedsiębiorczych i nauczaniu przedsiębiorczości wśród studentów i absolwentów uczelni wyższych – a więc przyszłych kadr gospodarki opartej na wiedzy i innowacjach. Jest ono rozpatrywane w odniesieniu do studium przypadku platformy edukacyjnej SEIPA i metody kształcenia z nią związanej.

Studium przypadku to rodzaj jakościowej strategii badawczej, której celem jest całościowy opis i zrozumienie przypadku wraz z otaczającym go kontekstem. Dalszym celem może być generalizacja czy tworzenie teorii wyjaśniającej pewien obszar rzeczywistości, do której badany przypadek należy, czy też dostarczenie praktycznego rozwiązania określonych problemów, którego przypadek jest egzemplifikacją (Strumińska-Kutra i Składkiewicz, 2012). John Creswell definiuje to podejście badawcze jako postępowanie,

w którym badacz poddaje analizie ograniczony system (przypadek) lub kilka ograniczonych systemów (przypadków) z uwzględnieniem aspektu czasowego, stosując szczegółowe i pogłębione procedury zbierania danych o różnorodnym charakterze (np. obserwacji, wywiadów materiałów audiowizualnych, dokumentów i raportów), w wyniku czego uzyskuje opis przypadku oraz wiele wątków ogólnych wyłonionych na podstawie przypadku (Creswell, 2007, s. 73).

Wybór takiego postępowania badawczego wiąże się z koniecznością uwzględnienia kilku dyrektyw. Pierwsza z nich dotyczy granic czasowych badanego zjawiska. Według niektórych badaczy (Strumińska-Kutra i Składkiewicz, 2012) przypadek można badać dopiero, gdy ma on już charakter historyczny, z pewnej perspektywy czasowej. Taka sytuacja zachodzi w przedstawianej analizie – odnosi się ona do działań edukacyjnych podjętych w roku 2010.

Kolejny istotny aspekt proponowanego postępowania badawczego to wybór liczby przypadków – w prezentowanym studium zdecydowano się na jeden przypadek. Determinuje to cel badawczy, którym w niniejszej, idiograficznej pracy, jest „opis i zrozumienie pojedynczego przypadku (...) poprzez dokładne zbadanie wszystkich związanych z nim szczegółów” (Babbie, 2004, s. 624).

W warstwie teoretycznej artykułu przywoływane są koncepcje gospodarki opartej na wiedzy oraz powiązane z nimi zagadnienia przedsiębiorczości i innowacyjności. Obecne w Polsce i Europie programy kształcenia w zakresie przedsiębiorczości, w tym koncepcja „uniwersytetu przedsiębiorczego”, stanowią instytucjonalne tło prezentowanych rozważań. Najważniejsze pytania badawcze, na jakie chcemy odpowiedzieć, sprowadzają się do następujących: Jak można nauczać przedsiębiorczości? Co jest efektem, który w nauczaniu przedsiębiorczości można osiągnąć (wiedza, umiejętności twarde/miękkie; postawy)? Jakie działania, metody oraz środki doprowadzą do założonego celu?

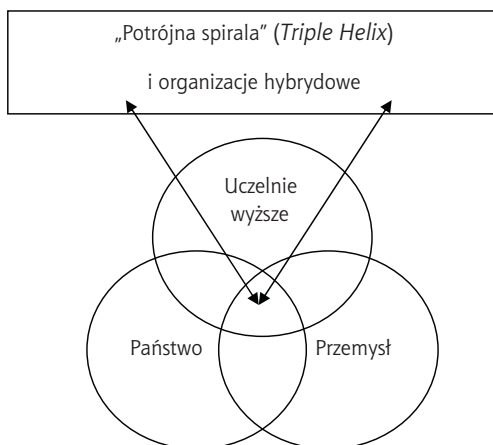
Autorki wierzą, że zastosowane podejście badawcze, jak i odwołania teoretyczne pozwolą odpowiedzieć na postawione powyżej pytania badawcze.

## Nowoczesna gospodarka

Jedną z cech współczesnej gospodarki jest orientacja na wiedzę i innowacje. Rozwój gospodarczy powiązany jest z rozwojem wiedzy (naukowej, technicznej, społecznej), która zdaniem P. Druckera (1985) stymuluje wdrażanie najbardziej doniosłych innowacji (za: „Harvard Business Review Polska”, 2004). Wiedza, innowacje i przedsiębiorczość zyskały status głównych sił w realizacji procesów społeczno-gospodarczych, funkcjonowania rynku pracy oraz rynku edukacji (Targalski, 2014). Innowacja nie jest tożsama z przedsiębiorczością; jest szczególną jej funkcją. Jak podkreślają A. Battistelli i C. Odoardi (1996), przedsiębiorczość jest efektem integracji cech osobowych przedsiębiorcy oraz oczekiwań i profesjonalnych działań w trakcie interakcji ze środowiskiem społecznym i gospodarczym. Przedsiębiorczość to również pewna „jakość wyższa”, pozwalająca na wykonywanie własnej pracy w sposób celowy i odpowiedzialny, ze świadomością niezależności i własnego profesjonalizmu. W poglądach J.A. Schumpetera, P. Druckera i M. Ketsa de Vries rola przedsiębiorcy powiązana jest z rolą innowatora, jako że każdy przedsiębiorca, wprowadzając na rynek nowe produkty lub usługi, kreuje i urzeczywistnia zmianę, jednocześnie podejmując ryzyko niepowodzenia (Kosała, 2014).

Wiedza i innowacje są bardzo ważne, ale nie jedyne dla rozwoju współczesnej gospodarki. Ekonomista J.-J. Salomon wyraził opinię, że „nie wystarczy dysponować uniwersytetami i ekipami wspaniałych badaczy (...). Trzeba zwyciężać w produktywności, podbijać i utrzymywać nowe rynki, rozwijać dotychczasowy potencjał innowacji” (Moszkowicz, 2014, s. 32, za: Salomon, 1999, s. 55). Należy zatem podkreślić, że w coraz większym stopniu konieczna staje się współpraca uczelni z przedsiębiorstwami i instytucjami administracji publicznej. W odniesieniu do wymienionych współpracujących interesariuszy przydatne wydaje się odwołanie do modelu „Potrójnej spirali” (*Triple Helix*) H. Leydesdorffa i L. Etzkowitza (2000; Beliczyński, Mesjasz i Stabryła, 2009). Koncepcja ta zaproponowana została do eksplikacji wspólnego przenikania się i tworzenia powiązań pomiędzy trzema kluczowymi środowiskami – uczelniami i jednostkami naukowo-badawczymi, przemysłem oraz administracją rządową (rys. 1). Instytucje i organizacje każdej z wymienionych sfer, wchodząc w interakcje, budują hybrydową sieć wzajemnego wpływu. Celem głównym współuczestnictwa w ramach sieci jest tworzenie wiedzy i innowacji oraz ich transfer dla intensyfikacji zmian społeczno-gospodarczych oraz generowania nowych możliwości.

Rysunek 1. Model „Potrójnej spirali” (*Triple Helix*) wzajemnego przenikania się działań uczelni wyższych, przemysłu i administracji publicznej.



Źródło: Etzkowitz i Leydesdorff, 2000, s. 111.

Edukacja dla potrzeb nowoczesnej gospodarki wymaga wprowadzenia określonej oferty edukacyjnej – kompleksowego programu edukacji

dla przedsiębiorczości na wszystkich poziomach kształcenia akademickiego. Komisja Europejska w opublikowanym dokumencie *Una guida per gli insegnanti* (2014) wskazuje,

że wychowanie do przedsiębiorczości stanowi narzędzie skierowane na pomoc młodym w rozwoju własnej przedsiębiorczości. Chodzi o odkrycie, w jaki sposób należy rozwijać zespół kompetencji ogólnych, przydatnych we wszystkich aspektach życia, a nie tylko poznać tajniki zarządzania przedsiębiorstwem (Commissione Europea, 2014, s. 7).

O znaczeniu postaw przedsiębiorczych mówi się nie tylko w gospodarce, ale również w działalności społecznej, kulturalnej i artystycznej, administracyjnej oraz akademickiej (Cieślik, 2014).

Kształcenie w tym zakresie, zapoczątkowane już w latach 30. XX wieku głównie w Stanach Zjednoczonych, dynamicznie rozwijało się od lat 70. XX wieku w amerykańskich ośrodkach akademickich. Programy kształcenia z zakresu przedsiębiorczości dedykowane były studentom różnych, nie tylko ekonomicznych kierunków. W późniejszych latach wyrównując dystans do uczelni amerykańskich, wdrażały takie kształcenie uczelnie w Kanadzie, Australii i w Europie (m.in. Austrii, Niemczech, Szwajcarii, krajach skandynawskich) (Cieślik i in., 2011). Pomimo różnic w doświadczeniach pomiędzy Stanami Zjednoczonymi a Europą Zachodnią także i tu zdecydowanie akcentowana jest potrzeba kształcenia ukierunkowanego na kształtowanie *esprit de corps* przedsiębiorczości i postaw przedsiębiorczych w prowadzeniu biznesu i jako ważnej kompetencji osobistej i zawodowej.

Motywy podejmowania przez uczelnie wyższe działań ukierunkowanych na przygotowanie do przedsiębiorczości można określić jako proaktywne oraz reaktywne. Grupa motywatorów proaktywnych odnosi się do kształtowania aktywnych, a nawet agresywnych zachowań przedsiębiorczych, które pozwolą na samodzielność w biznesie i na rynku pracy. Badania przeprowadzone w połowie lat 90. XX wieku w Massachusetts Institute of Technology udowodniły wpływ kształcenia postaw przedsiębiorczych w trakcie edukacji akademickiej na gotowość uruchamiania przedsięwzięć biznesowych (Cieślik i in., 2011). Systematyczna edukacja dla biznesu zaowocowała dynamicznym uruchamianiem firm absolwenckich.

W grupie reaktywnych motywatorów lokują się działania administracji samorządowej i agend rządowych oraz przedsiębiorstw zainteresowanych wsparciem innowacyjnej przedsiębiorczości akademickiej w skali ogólnokrajowej, a nie tylko lokalnej czy regionalnej<sup>1</sup>. W prezentowanych

---

<sup>1</sup> Małopolska Agencja Rozwoju Regionalnego w Krakowie zrealizowała zakończone w 2014 r. innowacyjne projekty dla firm i naukowców, m.in. *Wiedza, Praktyka, Doświadczenie*;

po raz kolejny w 2015 roku wynikach *Global Innovation Index* podkreśla się, iż „dobra polityka innowacyjna zaczyna się od dobrych instytucji wspierania innowacyjności, a także ułatwień w dostępie do narzędzi finansowania” (Lisowska, 2015, s. 16).

## Edukacja dla przedsiębiorczości w Polsce

Pisząc o edukacji dla przedsiębiorczości, warto zaznaczyć, że odbywa się ona na różnych poziomach. Polska należy do grupy ośmiu krajów w Europie, w których przedsiębiorczość jest nauczana jako osobny przedmiot już na poziomie gimnazjalnym, ponadto tylko w Polsce jest to przedmiot obowiązkowy w programie licealnym. Edukacja dla przedsiębiorczości jest oferowana także dla szkół zawodowych.

Kształcenie w zakresie przedsiębiorczości jest jednym z priorytetów polskiej polityki edukacyjnej. Znajduje to odzwierciedlenie m.in. w podstawie programowej obowiązującej w Polsce od 1 września 2009 roku. W naszym systemie edukacyjnym cele nauczania przedsiębiorczości są zdefiniowane zarówno w zakresie wiedzy (o ekonomii, finansach, rynku pracy, biznesie), jak i postaw (np. rozwiązywanie problemów, kreatywność), a także umiejętności (np. planowania czy pracy w grupie) (Przedsiębiorczość przedmiot z przyszłością [http://www.refernet.pl/public/publikacje/\\_39.pdf](http://www.refernet.pl/public/publikacje/_39.pdf)).

Ta działalność nie znajduje wyraźnej kontynuacji na poziomie szkolnictwa wyższego. Na uczelniach biznesowych i ekonomicznych istnieją, co oczywiste, kierunki, których zadaniem jest edukacja w tym zakresie, trudno jednak znaleźć takie treści na uczelniach innego typu. Według raportu *Umiejętności i kompetencje w zakresie przedsiębiorczości* wydany w roku 2013 przez Departament Europejskiego Funduszu Społecznego Ministerstwa Infrastruktury i Rozwoju, o ile wśród decydentów działających w obrębie szkolnictwa wyższego istnieje zgoda co do potrzeby edukacji w zakresie przedsiębiorczości (co znajduje swoje odbicie w traktowaniu przedsiębiorczości jako umiejętności w Krajowych Ramach Kwalifikacji), to nie ma zgody co do tego, jaki miałby być zakres treściowy materiału dydaktycznego. Propozycje obejmują treści praktyczne, np. jak założyć firmę, prowadzić księgowość, marketing, tworzyć biznesplany, poznać podstawy zarządzania, są też poglądy, że nauczanie przedsiębiorczości powinno obejmować szerszą perspektywę, zamiast warsztatów

księgowości oferować trening kreatywności, kształtować postawy, a nie konkretne umiejętności, przede wszystkim zaś wpajać kulturę przedsiębiorczości. To zaowocuje w dłuższej perspektywie czasowej na rynku pracy nie tylko wzbogaceniem profili absolwentów o nową wiedzę, kompetencje i umiejętności, ale i zachęci ich do zakładania własnych firm. Kolejne pytania, które można w związku z tym postawić, to czy uczyć na kierunkach technicznych, czy też oferować je wszystkim chętnym – także humanistom czy studentom nauk społecznych, medycznych, rolniczych, obszaru sztuki. Powyższe działania wymagają kadry, narzędzi edukacyjnych i materiałów dydaktycznych. Pomocne mogą być dyrektywy Komisji Europejskiej widzącej w kształtowaniu postaw przedsiębiorczych szansę na rozwój konkurencyjnej gospodarki (Umiejętności i kompetencje w zakresie przedsiębiorczości, 2013, s. 75).

## „Uniwersytet przedsiębiorczy”

Z pomocą w tej mierze może przyjść wdrażanie idei „uniwersytetu przedsiębiorczego”. Tak kolejna generacja uniwersytetu, zachowując idee uniwersytetu humboldtowskiego, powinna poszerzyć swą misję o kontakt z otoczeniem biznesowym, współpracę z instytucjami badawczymi (B+R), przenikanie się wartości akademickich i menedżerskich, ofertę programów edukacyjnych z zakresu przedsiębiorczości, jak i kształtowanie postaw przedsiębiorczych (Andrzejczak, 2015). Wśród działań, które powinny podjąć „uniwersytety przedsiębiorcze”, wyróżnić można dwa typy, różniące się od siebie stopniem zaawansowania wiedzy: „popularyzacja przedsiębiorczości”, którą należy traktować w kategoriach nauczania przedsiębiorczości i dla przedsiębiorczości, oraz „selekcja dla przedsiębiorczości” wpisująca się w nauczanie poprzez przedsiębiorczość (Cieślak i in., 2011; Piróg, 2015):

- „Popularyzacja przedsiębiorczości” – działanie, którego celem jest upowszechnienie wiedzy na temat przedsiębiorczości, inspiracja do budowania indywidualnej przedsiębiorczości, zainteresowanie tworzeniem własnego przedsięwzięcia biznesowego. Metodą pracy jest wykład kursowy lub indywidualne konsultacje. Beneficjentami są studenci wszystkich lat studiów i różnorodnych kierunków kształcenia, szczególnie nieekonomicznych.
- „Selekcja dla przedsiębiorczości” – działanie dedykowane studentom najbardziej zainteresowanym pomysłami biznesowymi. Celem jest wyłonienie osób przedsiębiorczych i weryfikacja proponowanych przez nich pomysłów. Metoda pracy polega na spotkaniach



z praktykami, właścicielami firm, absolwentami. Beneficjentami są studenci i doktoranci o przedsiębiorczych predyspozycjach, deklarujący swoje zainteresowanie wdrażaniem pomysłów biznesowych (zakładanie firm *spin-off*) lub tylko pogłębianiem wiedzy z zakresu przedsiębiorczości.

## Edukacja dla przedsiębiorczości – w kierunku kształtowania kompetencji absolwentów

Uznanie przedsiębiorczości za istotną kompetencję przyszłości jest istotne dla edukacji w zakresie przedsiębiorczości. W polskim modelu kompetencji stworzonym przez T. Oleksyna (2006) przedsiębiorczość wymieniana jest m.in. obok kreatywności i innowacyjności, samodzielności, odpowiedzialności, orientacji biznesowej. W literaturze przedmiotu, w rozważaniach nad skutecznością pracowników, cechami uznanymi za decydujące były inteligencja, osobowość, system wartości, talent – traktowane jako wyznaczniki sukcesu zawodowego. Istotny dla zmiany kierunku myślenia w nauce, ale również późniejszej praktyce firm stał się opublikowany w czasopiśmie „American Psychologist” (1973) artykuł D. McClellanda *Badać raczej kompetencje niż inteligencję*. Autor dowiódł, że sukces lub porażka nie są determinowane wrodzonymi predyspozycjami (np. inteligencją i osobowością), ale nabytą wiedzą specjalistyczną i ogólną, umiejętnościami (*skills*), postawą i gotowością do konkretnych zachowań (Filipowicz, 2014). Analiza „pakietu niezbędnych cech” sprzyjających przedsiębiorczym działaniom wskazuje na przydatność motywacji, potrzeby osiągnięcia czegoś szczególnego, dążenie do niezależności, tak w przedsięwzięciach biznesowych, jak i w indywidualnym rozwoju zawodowym. Nabyte kompetencje przedsiębiorcze stanowią szczególny kapitał edukowanego i niematerialny kapitał uczelni wyższej. Jest to inwestycja w znaczeniu jednostkowym i grupowym (przedsiębiorczy studenci i doktoranci, właściciele firm, pracownicy i pracodawcy). Ma też swój wymiar ekonomiczny szacowany poprzez „stopę zwrotu” z inwestycji w edukację przedsiębiorczości, m.in. jako zyski z prowadzonej działalności biznesowej, firm *spin-off*, zarobki z pracy etatowej.

## SEIPA – innowacyjna platforma do nauczania przedsiębiorczości<sup>2</sup>

Inicjatywą, która starała się wdrożyć rozważane powyżej działania, jest Sieć Edukacyjna Innowacyjnej Przedsiębiorczości Akademickiej SEIPA. SEIPA powstała jako odpowiedź na sygnalizowane potrzeby działań na rzecz wprowadzenia programów dydaktycznych dotyczących przedsiębiorczości w uczelniach europejskich. Postulaty te były następstwem raportu z 2008 roku *Entrepreneurship in higher education, especially within non-business studies*, który przedstawiał sytuację w zakresie edukacji dla przedsiębiorczości w krajach Unii Europejskiej. Program SEIPA był częścią działań Ministerstwa Nauki i Szkolnictwa Wyższego „Wsparcie innowacyjnej przedsiębiorczości akademickiej” oraz „Kreator innowacyjności” – wsparcie innowacyjnej przedsiębiorczości akademickiej (realizacja: lata 2007-2011). Zgodnie z misją platformy, Sieć Edukacyjna Innowacyjnej Przedsiębiorczości Akademickiej SEIPA była pomyślana jako miejsce konfrontacji doświadczeń osób zainteresowanych przedsiębiorczością, w tym – nauczycieli akademickich i trenerów, planujących wdrażanie programów nauczania przedsiębiorczości w środowisku wyższych uczelni. Program skierowany był do wszystkich typów uczelni, w tym nieekonomicznych, „gdzie potrzeby rozbudzenia aktywności przedsiębiorczej w środowisku akademickim są największe” (<http://www.seipa.edu.pl/index.php/ida/402/>).

Oferowane wsparcie obejmuje m.in.:

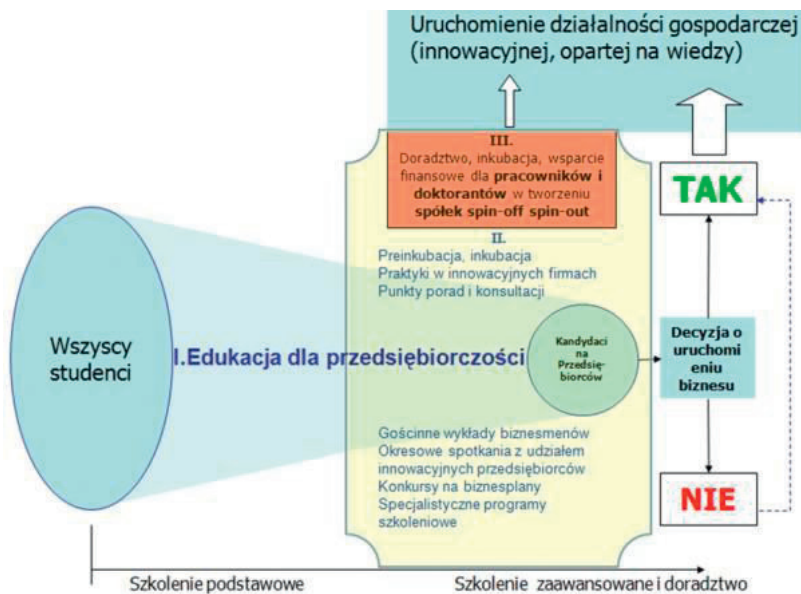
- dostęp do wskazówek metodycznych i dodatkowych materiałów dla wykładowców na wortalu, wymianę doświadczeń w ramach okresowych seminariów i konferencji;
- szkolenie i doradztwo dla wykładowców i konsultantów we wdrażaniu przedmiotów z zakresu przedsiębiorczości dla studentów i kadry naukowej;
- materiały dydaktyczne dla studentów – uczestników programów szkoleniowych w zakresie przedmiotów: przedsiębiorczość innowacyjna oraz przedsiębiorczość technologiczna.

Proponowane wsparcie edukacyjne powinno zaowocować koncepcją własnego biznesu lub jego założeniem, zgodnie ze schematem widniejącym na stronie SEIPA.

---

<sup>2</sup> Do projektu SEIPA autorki odnoszą się – z innej perspektywy badawczej – także w tekście: Platforma SEIPA jako e-technologie w nauczaniu przedsiębiorczości na studiach inżynierskich. *EduAkcja. Magazyn edukacji elektronicznej*, 2 (12)/2016, 94-104.

Rysunek 2. Schemat edukacji dla przedsiębiorczości.



Źródło: <http://www.seipa.edu.pl/s/p/artykuly/45/459/i%20edukacja.JPG>

Program oferował dwa moduły szkoleń. Pierwszy moduł (lata 2006-2008), obejmujący szkolenia i doradztwa w zakresie przedsiębiorczości innowacyjnej, dedykowany był wykładowcom 21 uczelni kształcących na kierunkach nieekonomicznych. Jego celem było m.in. przygotowanie wykładowców do pilotażowych zajęć z zakresu przedsiębiorczości. Drugi moduł szkolenia (lata 2009-2011) miał w porównaniu z pierwszym dwie modyfikacje – jego odbiorcami byli doktoranci, a treści nauczania zostały wzbogacone o wiedzę z przedsiębiorczości technologicznej. Zajęcia obejmowały wykłady i konsultacje doradcy biznesowego, a od przyszłych wykładowców twórcy SEIPA wymagali uczestnictwa we wcześniejszym etapie programu „Przedsiębiorczość dla ambitnych” (Cieślak i in., 2011; Sprawozdanie z realizacji pilotażowych zajęć dydaktycznych). W projekcie „Przedsiębiorczość innowacyjna” wzięło udział kilkadziesiąt uczelni wyższych o różnym profilu, wśród nich Akademia Górniczo-Hutnicza im. St. Staszica w Krakowie.

## Projekt edukacyjny „Przedsiębiorczość innowacyjna” w AGH

AGH dołączyło do projektu SEIPA w roku 2007<sup>3</sup>. Program zorientowany był na wytworzenie i aktywizację postaw przedsiębiorczych: zachęcanie studentów do myślenia w kategoriach przedsiębiorczych kompetencji, rozwijanie własnej przewagi konkurencyjnej na podstawie wiedzy i umiejętności nabytych w trakcie edukacji akademickiej. Formą realizacji były dwa programy: *Przedsiębiorczość dla ambitnych*, którego celem była popularyzacja postaw przedsiębiorczych i zainteresowanie biznesem, oraz *Przedsiębiorczość technologiczna* dedykowana doktorantom zainteresowanym własnym biznesem technologicznym, rynkiem technologicznym i rozwojem proaktywnej postawy przedsiębiorczej.

Projekt edukacyjny SEIPA *Przedsiębiorczość technologiczna* zakładał 60 godzin zajęć podzielonych na wykłady oraz warsztaty i konsultacje. Podstawą wykładów był podręcznik *Przedsiębiorczość dla ambitnych. Jak uruchomić własny biznes* (Cieślik, 2010), ponadto studenci mieli dostęp do zawartości merytorycznej platformy SEIPA. Tematy warsztatów były autorskim pomysłem prowadzącej na podstawie założeń merytorycznych i metodycznych programu.

Realizacja projektu w AGH obejmowała trzy etapy:

1. Analiza SWOT mająca określić powodzenie przy wdrażaniu projektu.
2. Akcja informacyjno-lobbingowa na rzecz wdrożenia programu.
3. Zajęcia z doktorantami – wdrażanie programu.

### Etap 1

Poniżej zaprezentowana została przeprowadzona analiza SWOT obejmująca czynniki zewnętrzne i wewnętrzne sprzyjające i zagrażające projektowi.

---

<sup>3</sup> Od roku 2009 współpracą i wdrażaniem edukacji dla przedsiębiorczości zgodnie z założeniami omawianej platformy zajmowały się autorki niniejszego artykułu. Dr Marzena Mąka-Zdanecka obroniła pracę doktorską dotyczącą ewoluowania przywództwa tradycyjnego do transformacyjnego w warunkach modernizacji systemów gospodarczych oraz zajmuje się naukowo i badawczo socjologią organizacji i zarządzania oraz przedsiębiorczością. Dr Łucja Kaprańska jest badaczką społeczeństwa informacyjnego, ponadto w latach 1999-2002 prowadziła własną firmę badawczą zakresu badań społecznych i marketingowych. Obie autorki przez 4 lata prowadziły na Wydziale Humanistycznym projekt unijny „Fabryka Inżynierów” (w ramach wsparcia POKL – podniesienie potencjału dydaktycznego). Obie realizujące program przeszły szkolenie SEIPA.

Tabela 1. Analiza SWOT dla idei wykładów *Przedsiębiorczość dla ambitnych i Przedsiębiorczość technologiczna*

|   |   |
|---|---|
| <p><b>Silne strony (Strength)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Nowy program, niewprowadzany wcześniej na uczelniach nieekonomicznych.</li> <li>2. Dodatkowy przedmiot w stosunku do programu kierunku studiów.</li> <li>3. Program niewymagający nakładów finansowych ze strony wydziałów.</li> <li>4. Nowatorski charakter i atrakcyjność merytoryczna i metodyczna.</li> <li>5. Inspiracja do przedsiębiorczej ścieżki kariery zawodowej.</li> <li>6. Entuzjazm prowadzących.</li> </ol> | <p><b>Szanse (Opportunities)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Zainteresowanie doktorantów przedmiotem spoza kanonu, a tym samym w opinii studentów o mniejszych wymaganiach.</li> <li>2. Moda na przedmioty wychodzące poza program akademicki.</li> <li>3. Początki idei firm <i>spin-off</i> na uczelniach.</li> <li>4. Przedsiębiorczość jako modne hasło w edukacji.</li> <li>5. Wsparcie merytoryczne ze stron pomysłodawców SEIPA.</li> <li>6. Przyjazna postawa dziekanów.</li> </ol> |
| <p><b>Słabe strony (Weakness)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Program, jako nowatorski, może skutkować błędami o różnym charakterze.</li> <li>2. Brak doświadczenia prowadzących we wdrażaniu takich projektów edukacyjnych.</li> <li>3. Brak doświadczenia w pracy z doktorantami.</li> <li>4. Program może nie odpowiadać zainteresowaniom słuchaczy.</li> <li>5. Przeświadczenie słuchaczy o konieczności zgłoszenia pomysłu biznesowego.</li> </ol>                                   | <p><b>Zagrożenia (Threths)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Brak zainteresowania ze strony dziekanów i słuchaczy.</li> <li>2. Obecność podobnych projektów w Krakowie.</li> <li>3. Bogata oferta przedmiotów fakultatywnych na studiach doktoranckich.</li> <li>4. Przeładowanie programu studiów.</li> <li>5. Brak przedmiotu w programie studiów od strony formalnej może być przeszkodą w jego wdrożeniu.</li> </ol>  |

Źródło: opracowanie własne.

Dokonana analiza wskazywała, iż program ma szanse powodzenia, skutkiem czego podjęta została decyzja o jego uruchomieniu.

## Etap 2

W pierwszym semestrze roku 2009/2010 prowadzona została akcja informacyjno-lobbingowa wśród dziekanów wydziałów AGH. Przedstawiono im program, korzyści z wymienionego przedmiotu oraz prośby o rozpropagowanie pomysłu i zachęcenie do niego słuchaczy studiów doktoranckich. Terminy wdrożenia programu były dość krótkie, akcja promocyjna nie była zbyt rozbudowana, opierała się na podkreślaniu korzyści płynących z udziału w projekcie:

- Podniesienie umiejętności zarządzania badaniami naukowymi i ich rezultatami wśród doktorantów i pracowników naukowych.

- Udział w zróżnicowanych, jeśli chodzi o formę, zajęciach o charakterze wykładowym, warsztatowym, doradczym (mentoring), dyskusyjnym.
- Możliwość korzystania z platformy elektronicznej SEIPA z dostępnymi narzędziami i materiałami do każdego realizowanego bloku tematycznego.
- Uczestnictwo w konkursie na najlepszy pomysł biznesowy – planowany i/lub wdrożony.

### Etap 3

Ostatecznie grupa słuchaczy zaoferowanego przedmiotu liczyła kilkanaście osób, doktorantów z czterech wydziałów AGH. Program zajęć obejmował, jak to było wspomniane wyżej, dwie formy: wykłady oparte na podręczniku i wortalu SEIPA oraz autorskie konsultacje/warsztaty. Zajęcia miały charakter fakultatywny.

Tabela 2. *Tematyka zajęć przedmiotu* Przedsiębiorczość technologiczna

| <b>Wykłady<br/>dr Marzena Mamak-Zdanecka</b>   | <b>Warsztaty i konsultacje<br/>dr Łucja Kaprańska</b>  |
|--|--|
| <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Od pomysłu do wstępnej koncepcji biznesu technologicznego.</li> <li>2. Ochrona własności intelektualnej.</li> <li>3. Źródła finansowania.</li> <li>4. Od wstępnej koncepcji do biznesplanu firmy high-tech.</li> <li>5. Wybór formy prawnej dla nowego przedsięwzięcia biznesu technologicznego.</li> <li>6. System finansowo-księgowy.</li> <li>7. Zespół założycielski kadry a kultura organizacyjna na starcie firmy.</li> <li>8. Rynek produktów technologicznych.</li> <li>9. Zarządzanie wiedzą i informacją o warunkach kooperacji.</li> <li>10. Wdrażanie biznesowego przedsięwzięcia technologicznego.</li> </ol> | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pomysł na biznes jako odpowiedź na potrzeby biznesu i nauki.</li> <li>2. Biznes jako instytucjonalizacja indywidualnej działalności akademickiej.</li> <li>3. Dobry biznesplan – co zawiera – jak go sporządzić.</li> <li>4. Analiza przypadków udanych biznesów (przykłady dobrych praktyk).</li> <li>5. Warsztaty kreatywności jako sposób na nowe pomysły biznesowe.</li> <li>6. Zakładam firmę – pierwsze kroki.</li> <li>7. Analiza SWOT – czego nas uczy i do czego służy.</li> <li>8. Zaistnieć w świadomości odbiorców, czyli do czego firmie potrzebny jest PR (wizerunek, misja firmy, identyfikacja grup otoczenia).</li> <li>9. Komunikacja biznesowa i jej narzędzia.</li> <li>10. Prezentacja pomysłu na własną firmę (idea, produkt, grupa docelowa, makro- i mikrouwarunkowania, analiza SWOT).</li> </ol> |

Źródło: opracowanie własne.

## Ocena realizacji projektu

Patrząc z perspektywy czasu, można stwierdzić, że w roku realizacji programu uczelnia tak w osobach dziekanów, jak i doktorantów nie przejawiała zbytniego zainteresowania problematyką nauczania/uczenia się przedsiębiorczości. Orientacja i cele uczelni były wówczas rozumiane inaczej, warto też przypomnieć, że w roku 2010 znane dziś projekty powiązane z przedsiębiorczością, takie jak idea firm *spin-off*, uniwersytet przedsiębiorczy czy programy typu B+R były dopiero u początku swego – dziś bujnego – rozwoju.

Niewielka liczba uczestników spowodowana była czynnikami, wymienionymi w analizie SWOT w segmencie „Zagrożenia” – w tym uwarunkowaniami organizacyjnymi (ustalony rozkład zajęć, bogaty program studiów), jak i błędami prowadzących, w tym wiarą, że bezpłatne zajęcia fakultatywne oferujące konkretne umiejętności spotkają się z większym zainteresowaniem; być może także niewystarczającą w stosunku do nowości zamierzenia akcją promocyjną.

Z dzisiejszej perspektywy plusem sytuacji był fakt, że na uczelniach dopiero rozważana była idea Krajowych Ram Kwalifikacji, punktów ECTS i sztywnego planowania zajęć. W obecnej polityce edukacyjnej szkolnictwa wyższego takie spontaniczne wprowadzenie nowego przedmiotu nawet jako fakultetu nie byłoby możliwe.

Co zyskali słuchacze przedstawianego programu? Przedstawiając korzyści, można się odwołać do obecnie funkcjonującego systemu efektów kształcenia:

- wiedza: słuchacze poznali słownik i terminologię działań przedsiębiorczych, formy działań, podstawy wyboru formy prawnej i systemu finansowo-księgowego biznesu;
- umiejętności: słuchacze nauczyli się podstaw biznesplanu, istoty zagadnień HR i zarządzania, podstaw kampanii marketingowej i strategii tworzenia wizerunku firmy, analizy stabilności własnego biznesu;
- kompetencje – słuchacze poznali i zrozumieli wartość postaw przedsiębiorczych i znaczenie indywidualnej przedsiębiorczości dla rozwoju społecznego, są świadomi wagi postaw etycznych w działalności gospodarczej, wykazują motywację do działań przedsiębiorczych.

## Wnioski i rekomendacje

We wstępie do niniejszego szkicu postawione zostało pytanie o metody nauczania przedsiębiorczości i rezultaty edukacji w tej dziedzinie.

Przedstawione studium przypadku – SEIPA jest przykładem proaktywnego działania na rzecz edukacji i wspierania postaw przedsiębiorczych. SEIPA to platforma dzielenia się wiedzą, projektowania i doradztwa w uruchamianiu przedsięwzięć biznesowych (studentów, absolwentów, pracowników naukowych), wymiany doświadczeń w zakresie projektów pobudzających aktywność przedsiębiorczą w środowiskach regionalnych. Będąc siecią współpracy edukacyjnej, badawczej i doradczej, potrzebuje instytucjonalnego wsparcia rzeczowego i finansowego ze strony administracji publicznej. Z wymienionych powodów przytoczona w pracy koncepcja „Potrójnej spirali” jest funkcjonalna do opisu innowacyjnego instrumentarium edukacji dla przedsiębiorczości – Sieci Edukacyjnej Innowacyjnej Przedsiębiorczości Akademickiej. Współpraca w ramach sieci SEIPA stanowi bowiem platformę angażującą trzy środowiska: naukowe (uczelnie wyższe i instytucje B+R), przedsiębiorstwa (eksperti z przedsiębiorstw) oraz władzę publiczną (poprzez wsparcie projektu ze strony MNiSW). Wzajemne zależności w układzie trzech głównych „aktorów” nie są jednoznacznie definiowane, a jedynie predefiniowane w procesie, w którym ważne jest partnerstwo.

SEIPA jako technologia edukacyjna wydaje się innowacyjnym narzędziem dydaktycznym, oferującym różne formy nauczania: zarówno tradycyjne (wykłady i warsztaty, projekty), jak i digitalizowane materiały dydaktyczne dające możliwość samokształcenia i uzupełniania wiedzy z zajęć stacjonarnych poprzez kontakt z cyfrowymi materiałami przygotowanymi przez ekspertów. Współcześnie ta forma cieszy się dużą popularnością, czego dowodem są liczne interaktywne platformy edukacyjne. O wartości opisywanego e-narzędzia stanowi także fakt, iż zostało ono umocowane w obrębie nauczania akademickiego. Synteza trzech elementów – wiedzy eksperckiej, technologii i instytucji akademickiej to triada, która może przynieść bardzo pozytywne wyniki w nauczaniu (nie tylko przedsiębiorczości), widoczne w przytaczanych powyżej efektach kształcenia, tak w zakresie wiedzy, jak i umiejętności oraz kompetencji.

Czy nauczanie przedsiębiorczości przez uczelnie wyższe jest niezbędne dla nowoczesnej gospodarki? Jak pisze Agnieszka Klucznik-Törő (2012), nie ma jednoznacznych badań potwierdzających prostą zależność pomiędzy edukacją dla przedsiębiorczości a rozwojem gospodarki innowacyjnej. Z drugiej jednak strony Komisja Europejska, która promuje nauczanie przedsiębiorczości, w swoich dokumentach wskazuje pozytywne rezultaty takiej edukacji. Jak można przeczytać w raporcie z 2012 roku, udział studentów w takich programach pozytywnie oddziałuje na kształtowanie postaw przedsiębiorczych, jak i wzmacnia tendencje do podejmowania działalności gospodarczej. Ponadto absolwenci programów



edukacji przedsiębiorczej mają większe szanse na rynku pracy – pracodawcy doceniają ich już nabyte kompetencje. Komisja rekomenduje wręcz nadanie nauczaniu przedsiębiorczości obligatoryjnego charakteru na wszystkich kierunkach studiów. Jak się wydaje, większość polskich uczelni (włączając AGH) znajduje się dość daleko od takich rozwiązań, co nie znaczy, że intensywnie rozwijająca się gospodarka oparta na innowacyjności nie wyegzekwuje ich w przyszłości. Można również przypuszczać, iż krystalizująca się idea uniwersytetu przedsiębiorczego wymusi na uczelniach ich wprowadzenie.

#### BIBLIOGRAFIA

- Andrzejczak, A. (2015). Uniwersytet przedsiębiorczy i odpowiedzialny społecznie. *Edukacja Ekonomistów i Menedżerów*, 4 (38), 117-130.
- Babbie, Ch. (2004). *Badania społeczne w praktyce*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Battistelli, A. i Odoardi, C. (1996). *Imprenditorialita. Una ricerca psicosociale*. Milano: Franco Angeli.
- Beliczyński, J., Mesjasz, Cz. i Stabryła, A. (2009). Podstawy teoretyczne gospodarki opartej na wiedzy. W: A. Stabryła (red.), *Doskonalenie struktur organizacyjnych przedsiębiorstw w gospodarce opartej na wiedzy*. Warszawa: Wydawnictwo C.H. Beck.
- Cieślik, J. (2010). *Przedsiębiorczość dla ambitnych. Jak uruchomić własny biznes*. Wydanie 2 zaktualizowane. Warszawa: Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne.
- Cieślik, J. (2014). *Przedsiębiorczość, polityka, rozwój*. Warszawa: Wydawnictwo Akademickie SEDNO.
- Cieślik, J., Guliński, J., Matusiak, Krzysztof B. i Skala-Poźniak, A. (2011). *Edukacja dla przedsiębiorczości akademickiej*. Poznań – Warszawa: PARP.
- Creswell, J. (2007). *Qualitative Inquiry and Research Design Choosing Among Five Approaches*. Thousand Oaks: Sage Publication.
- Drucker, P.F. (2004). Dyscyplina w podejściu do innowacji. *Harvard Business Review Polska*, 11, styczeń, 100-105.
- Educazione all'imprenditorialità. Una guida per gli insegnanti*, 2014. Commissione Europea, Bruxelles. Pozyskano z: pdf. [http://www.istitutopesenti.gov.it/INFO/Guide\\_Entrepreneurship%20Education\\_2014\\_IT.pdf](http://www.istitutopesenti.gov.it/INFO/Guide_Entrepreneurship%20Education_2014_IT.pdf) (dostęp: 15.04.2016).
- Etzkowit, H. i Leydesdorff L. (2000). The dynamics of innovation: from National Systems and "Mode 2" to a Triple Helix of university–industry–government relations. *Research Policy*, 29. Pozyskano z: pdf. <http://www.uni-klu.ac.at/wiho/downloads/Etzk.pdf> (dostęp: 08.02.2016).
- European Commission. (2008). *Entrepreneurship in higher education, especially within non-business studies. Final Report of the Expert Group*. Bruksela.
- Filipowicz, G. (2014). *Zarządzanie kompetencjami: perspektywa firmowa i osobista*. Warszawa: Oficyna Wolters Kluwer business.

- Klucznik-Törő, A. (2012). Nauczanie przedsiębiorczości w świetle światowej literatury przedmiotu. *e – mentor*, 47. Pozyskano z: <http://www.e-mentor.edu.pl/artukul/index/numer/47/id/966>.
- Kosała, M. (2014). Innowacje jako źródło przedsiębiorczości. W: J. Targalski (red.), *Przedsiębiorczość i zarządzanie małym i średnim przedsiębiorstwem*. Warszawa: Wydawnictwo Difin.
- Lisowska, E. (2015). Global Innovation Index 2015. *Kwartalnik Urzędu Patentowego RP*, 4. Warszawa: Urząd Patentowy RP.
- Mamak-Zdanecka, M. i Kaprańska, Ł. (2010). *Sprawozdanie z realizacji pilotażowych zajęć dydaktycznych w zakresie Przedsiębiorczości technologicznej w ramach projektu SEIPA*. Sprawozdanie. Akademia Górniczo-Hutnicza w Krakowie, (maszynopis niepublikowany).
- Moszkowicz, K. (2014). Presja innowacyjności na współczesne zarządzanie strategiczne. W: A. Kaleta (red.), *Ewolucja zarządzania strategicznego w trakcie rozwoju przedsiębiorstw*. Warszawa: Wydawnictwo C.H. Beck.
- Oleksyn, T. (2006). *Zarządzanie kompetencjami. Teoria i praktyka*. Kraków: Oficyna Ekonomiczna.
- Piróg, D. (2015). Kompetencje z zakresu przedsiębiorczości: rozważania teoretyczne i ich ilustracje w obszarze szkolnictwa wyższego. *Przedsiębiorczość – Edukacja*, 11, 364-376.
- Salomon, J.J. (1999). *Les enjeux économiques et politiques de l'innovation*. W: M. Leclerc (red.), *Les politiques de la science et de la technologie: d'un paradigme à l'autre*. Montreal.
- Strategia Europa 2020. KOMUNIKAT KOMISJI EUROPA 2020*, 2010. Bruksela.
- Strumińska-Kutra, M. i Składkiewicz, I. (2012). *Studium przypadku*. W: D. Jemielak (red.), *Badania jakościowe*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Targalski, J. (red.). (2014). *Przedsiębiorczość i zarządzanie małym i średnim przedsiębiorstwem*. Warszawa: Wydawnictwo Difin.
- Ministerstwo Infrastruktury i Rozwoju. (2013). *Umiejętności i kompetencje w zakresie przedsiębiorczości. Raport dot. Polski z badania zrealizowanego w ramach Programu na rzecz Lokalnego Rozwoju Gospodarczego i Zatrudnienia (LEED) Organizacji Współpracy Gospodarczej i Rozwoju (OECD)*. Warszawa: Departament Europejskiego Funduszu Społecznego Ministerstwa Infrastruktury i Rozwoju. Pozyskano z: <http://www.uj.edu.pl/documents/102715934/0a46c4c2-19af-4d84-8410-b1e5361e4550>.
- <http://www.agh.edu.pl/wspolpraca/oferta-dla-biznesu/>
- <https://www.britishcouncil.pl/projekty/sztuka/centres>; <http://centres-eu.org/>
- [http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/promoting-entrepreneurship/files/education/effects\\_impact\\_high\\_edu\\_final\\_report\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/promoting-entrepreneurship/files/education/effects_impact_high_edu_final_report_en.pdf)
- <http://www.marr.pl/dla-firm-i-naukowcow/>
- <http://www.marr.pl/projekty/zieloneswiatlo>
- <http://www.seipa.edu.pl/index.php/ida/402/>
- <http://www.seipa.edu.pl/s/p/artykuly/45/459/i%20edukacja.JPG>
- Przedsiębiorczość przedmiot z przyszłością [http://www.refernet.pl/public/publikacje/\\_39.pdf](http://www.refernet.pl/public/publikacje/_39.pdf)