**Komercjalizacja wiedzy IT z elementami AI**czyli jak zarabiać na rynku

Skuteczna komercjalizacja wiedzy IT to niezbędny element, dzięki któremu student ma większe szanse na zawodowy sukces w obszarze własnych zainteresowań.

Blok wiedzy oparty o empiryczne doświadczenia, uwzględniający zachowania behawioralne w celu lepszego dopasowania do warunków rynkowych, skierowany do studentów, którzy chcą budować własny biznes, dla przyszłych właścicieli/opiekunów produktu i menadżerów IT.

Celem zajęć jest wykształcenie świadomości biznesowej oraz wprowadzenie biznesowego rozumienia zagadnień związanych z IT. Skuteczna komercjalizacja wiedzy IT to niezbędny element, dzięki któremu student ma większe szanse na zawodowy sukces w obszarze własnych zainteresowań.

Na cykl zajęć składają się podstawy tworzenia produktu, ocena szans powodzenia założonego przedsięwzięcia, wycena kosztów i określenie realnej do uzyskania ceny. Prawidłowe rozumienie rynku i sprawne połączenie tego rozumienia z wiedzą ekspercką jest kluczem do sukcesu. Może to być sukces w zakresie prawidłowo i celnie określonej ścieżki kariery zawodowej albo oferowanego przez siebie produktu.

Istota marketingu, jego podział oraz wybór i użycie elementów. Jak wykorzystywać efektywnie marketing internetowy do budowania sprzedaży i marki. Jak docierać do grup odbiorców w mediach społecznościowych. Poznanie i analiza SEO i SEM, wykorzystanie narzędzi takich jak Google Analitycs, Search Console, Trends, wykorzystanie i analiza działań w social mediach czy forach oraz gdzie i jak stosować narzędzia AI.

Kolejnym elementem jest wiedza o prezentacji i oddziaływaniu na odbiorcę. Jakich metod należy używać, żeby osiągnąć założony cel, czego unikać, jak budować strategie produktu, co to jest cykl życia, jak go przedłużyć i kiedy podjąć decyzję o jego zakończeniu.

Podział zagadnień na grupy tematyczne:

1. Co to jest produkt, co należy wziąć pod uwagę budując produkt, co należy zbadać budując produkt, jak podejść do wyceny, jak określić koszty, jak sprawdzić jego rentowność, jak długo żyje produkt, jak to badać żeby nie dopuści do jego porzucenia przez klientów.
2. Co to jest otoczenie konkurencyjne, jak wpływa na szanse powodzenia projektu, czy trzeba je brać pod uwagę budując produkt i wyceniając go, jak wpływa na wielkość sprzedaży, czy później też jest zagrożeniem
3. Co to są koszty, jak je podzielić, jak rozliczać kapitał zainwestowany np. w sprzęt a jak np. koszty Internetu, jaki to ma wpływ na kalkulację ceny
4. Jak negocjować:

* z klientami
* z dostawcami
* warunki własnego zatrudnienia
* zatrudniając

Najpopularniejsze techniki manipulacji, jak się przed nimi bronić, a może samemu stosować

1. Marketing, czy w ogóle jest potrzebny, jak go generalnie podzielić, których jego elementów użyć, do czego i dlaczego, czy to musi kosztować i ile, jak uzyskać efekt a nie wydać. Jak korzystać z social mediów, jak się pozycjonować, co to jest SEO i jak je mierzyć.
2. Jak dbać o produkt, jak go rozwijać, jak śledzić konkurencję i trendy na rynku, jak cena wpływa na popyt, jak zmieniać cenę w trakcie życia produktu.

Ostatni blok to połączenie wszystkich powyższych elementów w całość i próba stworzenia i wypromowania własnego produktu IT.