

Jan D. ANTOSZKIEWICZ\*

## AKADEMICKI TRENING PRZEDSIĘBIORCZOŚCI

DOI:10.21008/j.0239-9415.2017.075.02

Artykuł zawiera informacje o specyficznej formie kształcenia studentów w przedmiocie przedsiębiorczość, wypracowanej w Szkole Głównej Handlowej w Warszawie. Zazwyczaj uczelnie traktują przedsiębiorczość jako zjawisko ekonomiczne. W treningu problem postawiono inaczej: przedsiębiorczość to przedmiot z zakresu organizacji i zarządzania, który powinno się realizować w różnego rodzaju studiach akademickich, a nie tylko ekonomicznych czy zarządzania. Przedsiębiorczość podobnie jak marketing mieści się w dziedzinie zarządzania. Marketing na zewnątrz firmy, natomiast wewnątrz firmy przedsiębiorczość. Akademicki trening opracowany, a raczej adaptowany, na potrzeby Szkoły Głównej Handlowej (wersja dla uczelni ekonomicznych, a głównie zarządzania). Przez kilka lat prowadzony w SGH, utrzymywał się na pierwszym miejscu wybieranych przez studentów zajęć uzupełniających.

**Słowa kluczowe:** przedsiębiorczość, trening menedżerski, kształcenie

### 1. WPROWADZENIE

Wiek XXI rozpoczyna erę innowacyjności firm od małych po duże organizmy gospodarcze. Innowacje w produktach i usługach wymagają ludzi przedsiębiorczych, kreatywnych (inaczej nazywanych twórczymi). Dawniej uważano, że innowacyjność produktów i usług zabezpieczają działy firm Badania i Rozwój (B+R). Współcześnie uważa się, że innowacyjne produkty i usługi tworzą pracownicy dowolnej komórki organizacyjnej firmy, którzy potrafią obserwować rynek, wychwytywać jego potrzeby, a następnie utworzyć właściwe rozwiązania w produktach i usługach firmy w celu zaspokojenia potrzeb rynkowych (Trias de Bes, Kotler 2013; Klimek, Klimek, 2016). Już samo utrzymanie się w rosnącej konkurencji globalnej wymaga ludzi posiadających wiedzę oraz umiejętności tworzenia propo-

---

\* Społeczna Akademia Nauk w Łodzi – Filia w Warszawie.

zycji w celu zaspokojenia potrzeb rynkowych jak też na które może oraz powinna odpowiadać firma innowacyjna umiejętności wprowadzania innowacyjnych projektów do rzeczywistości gospodarczej. Tacy pracownicy stanowią bezcenną wartość dla firm. Przygotowanie ich powinno rozpoczynać się na uczelniach akademickich, prawie wszystkich kierunków. Wymagane jest uzupełnienia programów uczelni w zakresie nauczania przedsiębiorczości w sposób praktyczny (Berns 2008).

## 2. KONIECZNE ZMIANY W PROGRAMACH UCZELNI

Rozwój wiedzy, a przede wszystkim umiejętności praktycznego działania pracowników, wpływa na rozwój organizacji, zwiększając skuteczność i efektywność funkcjonowania pracujących osób, a tym samym firmy, która ich zatrudnia. Kształcenie w tym zakresie powinno się rozpoczynać już w każdej uczelni, (a nawet w liceum). Pomocą jest trening kreatywności i orzedsiębiorczości, czyli kształcenie praktyczne. Mówiąc najprościej (unikając złożonych definicji), kreatywność (twórczość) to zdolność proponowania i tworzenia nowych rozwiązań produktów czy usług. Przedsiębiorczość to umiejętność kreowania oraz wprowadzania ich do rzeczywistości gospodarczej i społecznej. Efektem końcowym jest innowacyjność.

W akademickich zajęciach kształcenia przedsiębiorczości główny nacisk kładzie się na osiągnięte rezultaty z przedsiębiorczości, czyli korzyści ekonomiczne. Zagadnienie ważne, ale rezultaty powstają, jeśli właściwy pomysł uzyska odpowiednią organizację i zarządzanie w procesie realizacyjnym. Brakuje kształcenia praktycznego, wyrabiania już u studentów postaw przedsiębiorczych, w tym praktycznej wiedzy z zakresu:

- organizacji i zarządzania, innowacyjnymi zespołami zadaniowymi,
- odkrywania i formułowania problemów
- dobierania metod do rozwiązywania problemu.

Dla uwzględnienia tych wymagań powstał w SGH Akademicki Przedsiębiorczości, który przygotowuje studentów w sposób praktyczny do tworzenia innowacji w perspektywie podjęcia przez nich pracy w gospodarce.

Proponowana metoda kształcenia akademickiego przedsiębiorczości jest traktowana jako forma efektywnego działania do wykorzystania w tworzeniu rozwiązań innowacyjnych. Przedsiębiorczość organizacji staje się kluczowym czynnikiem determinującym konkurencyjność firmy. Na przedsiębiorczości opierają się firmy innowacyjne. Aby osiągnąć wynik, nie wystarczy tylko teoretyczna wiedza „co?” i „jak?” zrobić, ale potrzebna jest praktyczna wiedza w działaniu, w jaki sposób posiadaną wiedzę, umiejętności i możliwości firmy wykorzystać dla innowacji w sytuacji danej firmy. Działania te będą wzbogacane postawą przedsiębiorczą, wiarą w sukces, których kształcenie powinno się rozpoczynać się już na studiach akademickich.

Trening przedsiębiorczości opracowałem (adaptowałem) na potrzeby Szkoły Głównej Handlowej na podstawie wieloletnich doświadczeń konsultingowych oraz treningów menedżerskich dla wszystkich szczebli zarządzania. Kształcenie jest oparte na amerykańskiej metodzie OD (*organization development*), zaadaptowanej do polskich warunków kulturowych. Trening utrzymywał się przez sześć lat na pierwszym miejscu zajęć nieobowiązkowych wybieranych przez studentów SGH. Trwał 30 godzin w piątek (16.00–20.00) sobotę (8.00–18.00, często 20.00) oraz niedzielą (9.00–16.00) obowiązywały zapisy, Liczba studentów była ograniczona, bo zabrakłoby weekendów w roku kalendarzowym.

### 3. CEL TRENINGU KREATYWNOŚCI I PRZEDSIĘBIORCZOŚCI

Trening przedsiębiorczości wywołuje pobudzenie, a często odkrycie, potencjału studentów jako przyszłych menedżerów, a także twórczych pracowników. Jednakże muszą oni przekształcić (adaptować) do własnych predyspozycji zdobytą wiedzę i doświadczenia pochodzące z treningu. Celem treningu jest nabycie przez studentów wiedzy i wstępnych doświadczeń w zakresie:

- diagnostycznego myślenia,
- twórczego myślenia
- odkrywania i tworzenia wizji przyszłości,
- umiejętności dostrzegania oraz formułowania problemów,
- umiejętności metodycznego rozwiązywania problemów,
- tworzenia organizowania i zarządzania innowacyjnymi zespołami zadaniowymi,
- wyrobienia wiary w sukces
- pracy w zespole,
- rozwoju przywództwa.

Trening rozwija również umiejętności współpracy w zespole zadaniowym, będąc antytezą rutyny. Drucker wprowadził pojęcie T-MAN w celu podkreślenia zdolności specjalisty do pracy (1992) w zespołowej. Trening pozwala zobaczyć siebie w różnych rolach w procesie innowacyjnym, pełniej wykorzystać swoje predyspozycje w przyszłości, w różnych sytuacjach w życiowych.

Trening rozwija postawę przedsiębiorczą, wspiera wiarę w pozytywne uzyskiwanie dobrych rezultatów. Zachęca do otwierania studenckiej działalności gospodarczej, wykorzystania start-upów. Przygotowuje do efektywnej pracy zawodowej. Uczy jak organizować pracę oraz zarządzać zespołem, a także sobą. Do wykorzystania na wszystkich kierunkach studiów.

#### 4. ZAŁOŻENIA TRENINGU PRZEDSIĘBIORCZOŚCI

Trening kreatywności i przedsiębiorczości to trening projektujący. Ma wielostronne zastosowanie. Jest to autorska metoda szkoleniowo-konsultingowa oparta na metodach i doświadczeniach z praktyki, wywodząca się z amerykańskiej metody OD (*organization development*), zmodyfikowana i przystosowana do warunków polskich. Przygotowuje ludzi do diagnozy i twórczego projektowania oraz wprowadzania projektów do dowolnej rzeczywistości. Rozwija postawę proprzedsiębiorczą. Wpływa pozytywnie na motywację, integrację i zaangażowanie uczestników. Są to czynniki kluczowe dla organizacji w stale zmieniającym się turbulentnym otoczeniu rynkowym, w dążeniu do firmy innowacyjnej.

Trening przedsiębiorczości może być realizowany w różnych mutacjach. Składa się z szeregu zajęć opartych na krótkich, treściwych przypadkach (ang. *case*), w których ujęto zasadnicze zagadnienia metody oraz określono działania. Te przypadki są zarazem wprowadzeniem do zagadnień typu: wprowadzenie do organizacji i kierowania (ukazanie powiązań), metody organizowania pracy własnej i zespołów, tworzenie zespołów, metody poszukiwania rozwiązań, przekazywanie oraz pobieranie informacji, tworzenie wizji, podejmowanie decyzji, przygotowanie strategii i wiele innych.

Metoda dydaktyczna, w swojej filozofii działania prawie jednolita, obejmuje kroki dla każdego zagadnienia realizowane w czasie 0,5–4,0 godz.

- krok 1 – *case* – krótkie wprowadzenie do danego zagadnienia,
- krok 2 – praca w małych grupach w celu wypracowania rozwiązania zagadnienia danego *case'u*; znacząca rola dyskusji dotyczącej poszukiwania rozwiązań oraz ich uzasadnień,
- krok 3 – sesja plenarna – dyskusja – zagadnienie widziane z różnych punktów oraz uwarunkowań,
- krok 4 – wykład podsumowujący dane zagadnienie, którego podstawą są nabyte doświadczenia – rezultaty wypracowane przez słuchaczy podczas rozwiązywania *case'ów* i prowadzonych dyskusji.

Kolejny krok to przejście do następnego zagadnienia. Jest to forma uczenia praktycznego ukazywania bogactwa zagadnień za pomocą rozwiązywanych przykładów. Ta metoda dydaktyczna różni się od „tradycyjnych” wykładów, które ukazują ciekawy „obraz zjawiska”, ale nie można się z nich dowiedzieć, jak zdobytą wiedzę zastosować w praktyce, aby uzyskać pozytywne rezultaty.

Grupa treningowa minimum 20 osób maksimum 40 osób. (Koniieczność rezerwy czasu na dyskusje w grupach oraz plenarne). Trening jest realizowany przez 3 dni po około 10 godzin dziennie. Łącznie 30 godziny w trzy kolejne dni. Każde omawiane (prezentowane) zagadnienie jest w tej filozofii kształcenia realizowane jako zwarte jednostki w czasie 0,5–4,0 godzin. Głównym wyznacznikiem jest tworzenie całościowych rezultatów, które nie są zakłócanie przez przerwy (parodniowe). Zmienność czasu przeznaczanego na dane zagadnienia powoduje zmienność

przerw. Uwzględniono dłuższą przerwę w środkowej części zajęć. Komasowanie czasu zajęć w postaci zwartych bloków ma istotne znaczenie dla tworzenia postawy pro-przedsiębiorczej słuchaczy, ponadto ułatwia zrozumienie poszczególnych obszarów tematycznych, tworząc dobrą bazę wyjściową dla poszukiwania dalszego samorozwoju.

Trening zalicza się do zajęć bardzo praktycznych. Najlepsze wyniki uzyskuje się, gdy jest realizowany w zwartej formie wielogodzinnych zajęć w dniach następujących po sobie. Powstaje wówczas specyficzny nastrój, atmosfera konieczna dla integracji podnoszącej efektywność kształcenia. W Szkole Głównej Handlowej, gdzie przez sześć lat prowadziłem Trening Przedsiębiorczości (znajdował się on na pierwszym miejscu wśród zajęć wybieranych przez studentów), musiałem wprowadzić ograniczenie przyjęć studentów na trening, bo nie miałbym żadnego wolnego weekendu w roku akademickim). Podkreślam, że trening trwał 30 godz. w układzie piątek 16–20, sobota 8.00–20.00 oraz niedziela 8.00–16.00 (a często dłużej). Lista obecności była podpisywana w piątek. W sporadycznych przypadkach trening przedsiębiorczości kończył się przy niekompletnej liczbie studentów. To były tylko pojedyncze przypadki rezygnowania studentów z akademickiego treningu przedsiębiorczości.

Studenci stwierdzali powszechnie, że trening zmienia sposób podejścia do rozwiązywanych problemów, powoduje wzrost wiary w siebie i w możliwość uzyskiwania dobrych rezultatów, ukazuje jak działać przedsiębiorczo i twórczo. Zajęcia ułatwiały założenie firmy przez studentów oraz efektywne i skuteczne organizowanie działań w nowej pracy zawodowej.

Konsekwencją treningu było wypracowanie metody, która ułatwia prowadzące działania do nowych rozwiązań innowacyjnych i dyscyplinuje do ich wprowadzania.

ODNOWA to autorska metoda tworzenia innowacji, przewodnia dla treningu. Nazwa tej metody ma dualne znaczenie. Pierwsze oznacza odnawianie naszej sytuacji biznesowej, gospodarczej czy społecznej. Wprowadzenie innowacji zmienia sytuację. Pozwala widzieć sprawy, uwarunkowania, możliwości, szanse. Drugie znaczenie podkreśla cykliczność, każdy proces dochodzenia do szczęśliwego wyniku wymaga zaczynania spraw od nowa, od początku. Każda innowacja wymaga ciągłości kulturowej, odnoszonej zarówno do tworzenia, projektowania, jak i wprowadzania jej do rzeczywistości, dlatego jest istotny powrót do sedna, aby dokonać właściwych zmian. Stąd potrzeba zaczynania od początku. Nazwa ODNOWA jest zarazem zapisem procesu dochodzenia do wyniku innowacji radykalnych jak i naprawczych.

Nazwę metody ODNOWA należy rozumieć następująco:

- O – oceniaj potrzeby odbiorcy oraz swoje szanse i zagrożenia biznesowe,
- D – diagnozuj swój potencjał pod kątem potrzeb odbiorcy,
- N – nacieraj konsekwentnie z tworzeniem pomysłów,
- O – oceniaj pomysły, twórz warianty,
- W – wprowadzaj warianty, dokonuj weryfikacji, bądź przedsiębiorczy

- A – analizuj wyniki i nowe możliwości oraz na szanse i zagrożenia, ucz się stale i wytrwale.

Metoda ODNOWA stanowi podstawowy drogowskaz w poszukiwaniach potrzebnych rozwiązań wspartych działaniami przedsiębiorczymi.

Trening projektujący składa się z następujących modułów, jednakże wymaga dostosowania zakresów omawianych zagadnień do potrzeb grupy szkolonej:

1. Zdolności analityczne – dedukcyjne:
  - rozwijanie zdolności analitycznych z ukierunkowaniem na heurzę,
  - metody dedukcji i ich rola w kreatywności,
  - przełamywanie rutyny,
  - metody badania i usprawniania pracy,
  - metody usprawniania wyrobów.
2. Twórczość i rutyna w działaniu. Zdolności improwizacyjne i abstrakcyjne:
  - rozwijanie zdolności improwizacyjnych,
  - rozwijanie myślenia abstrakcyjnego,
  - metody przekładania rzeczywistości na model abstrakcyjny ze sprzężeniem zwrotnym,
    - heurystyka i jej metody.
3. Zdolności wizjonerskie. Metody kreatywne:
  - tworzenie wizji przez ekstrapolację,
  - metody odkodowania wizji,
  - przekładanie wizji na misję i cele firmy,
  - transformacja przez znak graficzny organizacji.
4. Zdolności tworzenia i zarządzania zespołem zadaniowym:
  - integracja zespołu,
  - dobór specjalistów,
  - rozumienie wzajemnych celów,
  - umiejętności kooperacji – moc sprawcza zespołu,
  - kierowanie zespołem.

Szczegółowy program zajęć opracowano w porozumieniu z kierownictwem wydziału, który zamawiał trening uwzględniając jego wymagania.

## **5. PODSUMOWANIE**

Ogólnie, oceniając studia, można stwierdzić, że bywają przepełnione teoriami, w których trudno się doszukać metod możliwych do przełożenia na rozwiązania potrzebne w konkretnej rzeczywistości. Prowadzenie treningu na metodach aktywnych rozwija predyspozycje kreatywności, czyli twórczego traktowania działań prowadzących do rozwiązywania różnych problemów. Rodzi się postawa proprzedsiębiorcza, która skłania do działań wiodących do wprowadzania rozwiązań

uznanych za lepsze w różnych sytuacjach. Trening wzbogaca, systematyzuje podejście do działań wdrożeniowych, prowadzących do efektywnego realizowania projektów w celu rozwiązywania rzeczywistych problemów.

Należy dodać, że prowadzenie treningu nie jest łatwe. Zazwyczaj jest prowadzony przez dwóch, a nawet trzech prowadzących. Zgłosiło się do nas ponad 20 chętnych do pełnienia roli asystenta, jednakże zostały się dwie osoby. Po przejściu autora na emeryturę, nadal jest prowadzony akademicki trening przedsiębiorczości w SGH. Wykładowcami są doktorzy, którzy mają doświadczenia z praktyki gospodarczej i społecznej. Dominuje praktyka, a nie teoria.

## LITERATURA

- Abell, D.F. (1996/2000). *Dualizm w zarządzaniu. Dziś i jutro firmy*. Warszawa: Poltext.
- Antoszkiewicz, J.D. (1990a). *Metody heurystyczne. Twórcze rozwiązywanie problemów*. Warszawa: PWE.
- Antoszkiewicz, J.D. (1992b). Brainstorming – experiences from two thousand teams. *Organizational Development Journal*, 10/3, 33-38.
- Antoszkiewicz, J.D. (1996c). *Metody skutecznego zarządzania*. Warszawa: ORGMASZ.
- Antoszkiewicz, J.D. (2000d). Selecting and Energizing a Team. In: R.T. Golembiewski (red.). *Handbook of organizational consultation*. New York–Toronto: Marcel Dekker.
- Antoszkiewicz, J.D., Pawlak, Z. (2000e). *Techniki Menedżerskie. Skuteczne zarządzanie firmą*. Warszawa: Poltext.
- Antoszkiewicz, J.D. (2008d). Zarządzanie grupami i zespołami. In: M. Strużycki (red.). *Podstawy zarządzania*. Warszawa: Szkoła Główna Handlowa.
- Antoszkiewicz, J.D. (2008e). *Innowacje w firmie. Praktyczne metody wprowadzania zmian*. Warszawa: Poltext.
- Antoszkiewicz, J.D., Paciorkiewicz Z. (2008f). Kształcenie przedsiębiorczości. In: Z. Strzelecki (red.). *Gospodarka Społeczeństwo Przestrzeń w Tradycji i Badaniach Katedry Samorządu Terytorialnego i Gospodarki Lokalnej*. Warszawa: Szkoła Główna Handlowa.
- Antoszkiewicz, J.D. (2016g). Metody heurystyczne w procesach przedsiębiorczych. In: M. Kosała, M. Urbaniec A. Żur (red), *Współczesne dylematy badań nad przedsiębiorczością*. Kraków: Uniwersytet Ekonomiczny.
- Belbin, R.M. (2008). *Twoja rola w zespole*. Gdańsk: GWP.
- Burns, P. (2008). *Corporate entrepreneurship*. New York: Palgrave Macmillan.
- Clarke, L. (1997). *Zarządzanie zmianą*. Warszawa: Gebethner & Ska.
- Drucker, P.F. (1992). *Innowacja i przedsiębiorczość. Praktyka i zasady*. Warszawa: PWE.
- Hesselbein, F., Goldsmith, M., Beckhard, R. (red.) (1998). *Organizacja przyszłości*. Warszawa: Business Press.
- Klimek, J. (2006a). *Rola zarządzania strategicznego w rozwoju przedsiębiorczości*. Warszawa: Orgmasz.
- Klimek, J., Klimek, S. (2016). *Przedsiębiorczość bez tajemnic*. Wydawnictwo Adam Marszałek.

- Koźmiński, A.K., Jemielniak, D. (2008). *Zarządzanie od podstaw*. Warszawa: Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne.
- Kwiatkowski, S. (2000). *Przedsiębiorczość intelektualna*. Warszawa: PWN
- Nonaka, I., Takeuchi, H. (2000). *Kreowanie wiedzy w organizacji*. Warszawa: Poltext.
- Osborne, D., Gaebler, T. (1994). *Rządzić inaczej. Jak duch przedsiębiorczości przenika i przekształca administrację publiczną*. Poznań: Media Rodzina of Poznań.
- Trias de Bes, F., Kotler, Ph. (2011/2013). *Innowacyjność przepis na sukces .Model „Od A do F”*. Poznań: Dom Wydawniczy REBIS.
- Abell, D.F. (1996/2000). *Dualizm w zarządzaniu. Dziś i jutro firmy*. Warszawa: Poltext.
- Antoszkiewicz, J.D. (1990a). *Metody heurystyczne. Twórcze rozwiązywanie problemów*. Warszawa: PWE.
- Antoszkiewicz, J.D. (1992b). Brainstorming - experiences from two thousand teams. *Organizational Development Journal*, 10, 33-38.
- Antoszkiewicz, J.D. (1996c). *Metody skutecznego zarządzania*. Warszawa: ORGMASZ.
- Antoszkiewicz, J.D. (2000d). Selecting and Energizing a Team. In: R.T. Golembiewski (red.). *Handbook of Organizational Consultation*. New York-Toronto: Marcel Dekker.
- Antoszkiewicz, J.D., Pawlak, Z. (2000e). Techniki Menedżerskie. Skuteczne zarządzanie firmą. *Warsztaty menedżerskie*. Warszawa: Poltext.
- Antoszkiewicz, J.D. (2008d). Zarządzanie grupami i zespołami. In: M. Strużycki (red.). *Podstawy zarządzania*. Warszawa: Szkoła Główna Handlowa.
- Antoszkiewicz, J.D. (2008e). Innowacje w firmie. Praktyczne metody wprowadzania zmian. w serii: *Warsztaty Menedżerskie*. Warszawa: Poltext.
- Antoszkiewicz J.D., Paciorkiewicz Z. (2008f). Kształcenie przedsiębiorczości. In: Z. Strzelecki (red.), *Gospodarka Społeczeństwo Przestrzeń w Tradycji i Badaniach Katedry Samorządu Terytorialnego i Gospodarki Lokalnej*. Warszawa: Szkoła Główna Handlowa.
- Antoszkiewicz J.D. (2016g). Metody heurystyczne w procesach przedsiębiorczych. In: M. Kosała, M. Urbaniec A. Żur (red.). *Współczesne dylematy badań nad przedsiębiorczością*. Kraków: Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie.
- Belbin R.M. (2008). *Twoja rola w zespole*. Gdańsk: GWP.
- Burns P. (2008). *Corporate entrepreneurship*. New York: Palgrave Macmillan, .
- Clarke L. (1997). *Zarządzanie zmianą*. Warszawa: Gebethner & Ska.
- Drucker P.F. (1992). *Innowacja i przedsiębiorczość. Praktyka i zasady*. Warszawa: PWE.
- Hesselbein F., Goldsmith M., Beckhard R. (red.) (1998). *Organizacja przyszłości*. Warszawa: Business Press.
- Klimek J. (2006a). *Rola zarządzania strategicznego w rozwoju przedsiębiorczości*. Warszawa: Orgmasz.
- Klimek J., Klimek S. (2016). *Przedsiębiorczość bez tajemnic*. Wydawnictwo Adam Marszałek.
- Koźmiński A.K., Jemielniak D. (2008). *Zarządzanie od podstaw*. Warszawa: Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne.
- Kwiatkowski S. (2000). *Przedsiębiorczość intelektualna*. Warszawa: PWN.
- Nonaka I., Takeuchi H. (2000). *Kreowanie wiedzy w organizacji*. Warszawa: Poltext.
- Osborne D., Gaebler T. (1994). *Rządzić inaczej. Jak duch przedsiębiorczości przenika i przekształca administrację publiczną*. Poznań: Media Rodzina of Poznań.
- Trias de Bes F., Kotler Ph. (2011/2013). *Innowacyjność przepis na sukces .Model „Od A do F”*. Poznań: Dom Wydawniczy REBIS.



---

**ACADEMIC ENTREPRENEURIAL TRAINING****Summary**

The article contains information on the specific form of student education in entrepreneurship. Typically, universities treat entrepreneurship as an economic phenomenon. In training, the problem is different: Entrepreneurship is an organizational and management subject that should be pursued in various academic disciplines, not just the economic one. It requires: developing entrepreneurial attitudes, acquiring practical knowledge of problem formulation and solving, the ability to create and direct innovative task forces, and the acquisition of these skills only leads to the appropriate economic results. Entrepreneurship, like marketing, is part of the field of management. Marketing occurs outside the company, whereas entrepreneurship takes place within it. Academic Training was developed, or rather adapted, for the needs of the School of Economics (University of Economics, and mainly Management). For the several years it has been running, it has stayed in first place as the most popular supplementary class chosen by the students.

**Keywords:** entrepreneurship, managerial training, education