

1. Informacje o przedmiocie (module) według Planu studiów na kierunku: Zarządzanie										
Wypełnia kierownik katedry/zakładu	Nazwa przedmiotu: Technologie informatyczne w e-biznesie						Kod przedmiotu: E2.5			
	Poziom i forma studiów: Studia I stopnia, S i NS		Profil kształcenia: <b>PRAKTYCZNY</b>				Zakres specjalnościowy: Informatyka w zarządzaniu			
	Rok: III semestr:6		Status przedmiotu /modułu: specjalnościowy				Język przedmiotu / modułu: polski			
	Forma zajęć	Wykłady	ćwiczenia			Łącznie godzin dydaktycz.	Konsultacje	Liczba punktów ECTS		
			ćwiczenia audytoryjne	zajęcia laboratoryjne	seminarium			Zajęcia kontaktowe	Praca samodzielna	Łącznie pkt.
	Wymiar zajęć Studia stacjonarne	15	15	-	-	30	3	1,2	0,8	2,0
	w tym zajęć praktycznych	-	15	-	-	15	2	0,6	0,4	1,0
	Wymiar zajęć Studia niestacjonarne	15	15	-	-	30	3	1,2	0,8	2,0
	w tym zajęć praktycznych	-	15	-	-	15	2	0,6	0,4	1,0
	Sposób zaliczenia przedmiotu	Zaliczenie ocena/Egzamin								
Koordynator przedmiotu / modułu	dr Wiktor Kurpiel									
Prowadzący zajęcia	dr Wiktor Kurpiel									
Priorytetowe efekty uczenia się określone w programie studiów dla kierunku	W_06, U_05, K_02									
2. Zadania nauczyciela										
Celem przedmiotu jest przekazanie wiedzy o biznesie w Internecie, specyfice działalności gospodarczej w środowisku sieciowym. Student powinien umieć zidentyfikować i dokonać analizy kluczowych aspektów przedsięwzięcia oraz skorzystać ze wsparcia podmiotów w tym celu powołanych.										
Symbol efektu uczenia się dla przedmiotu	Efekty uczenia się - przedmiotowe								Odniesienie do efektów uczenia się dla kierunku <b>Zarządzanie</b>	
Wiedza										

W_01	Student zna ideę, zasady oraz narzędzia prowadzenia działalności gospodarczej w Internecie.	Z_W06
<b>Umiejętności</b>		
U_01	Student potrafi przygotować biznes plan dla przedsięwzięcia internetowego.	Z_U05
<b>Kompetencje społeczne</b>		
K_01	Student jest gotów do wykorzystywania posiadanej wiedzy do rozwiązywania problemów związanych z tworzeniem narzędzi wspierających działalność gospodarczą w Internecie.	Z_K02
Tematy poszczególnych zajęć z podziałem na liczbę godzin (niestacjonarne/stacjonarne)		
<b>WYKŁADY 15/15 H</b> <b>(zajęcia o charakterze teoretycznym)</b>		
1. Wprowadzenie do e-biznesu (pojęcia, modele, strategie) 2h/2h 2. E-commerce (platformy, sklepy internetowe, systemy aukcyjne, inne kanały sprzedażowe) 2h/2h 3. Sprzedaż i obsługa klienta w e-biznesie, płatności elektroniczne 2h/2h 4. Marketing internetowy 3h/3h 5. Bezpieczeństwo w e-biznesie 3h/3h 6. Aspekty prawne i etyczne e-biznesu 3h/3h		
<b>ĆWICZENIA 15/15 H</b> <b>(zajęcia o charakterze praktycznym)</b>		
1. Biznes internetowy - rodzaj i poziom innowacyjności (opis sposobu prowadzenia e-biznesu, świadczenia e-usług, opis funkcjonalny serwisu - z podkreśleniem innowacyjności (produktowej, procesowej, marketingowej, organizacyjnej)) 3h/3h 2. Charakterystyka rynku (rynek docelowy, wielkość rynku i trendy rynkowe, charakterystyka branży, segmentacja rynku, profil klientów, analiza popytu na produkt / usługę) 3h/3h 3. Konkurenci (analiza witryn internetowych konkurencji) 3h/3h 4. Realizacja i monitoring projektu (zasoby niezbędne do realizacji przedsięwzięcia, preferencje odnośnie technologii informatycznych, harmonogram realizacji projektu, koszty stałe i zmienne, źródła finansowania) 3h/3h 5. Rezultaty projektu (budowa mierników poziomu osiągnięcia celów, ocena trwałości projektu, cykle życia produktu, wizja ewolucji serwisu / produktu / usługi) 3h/3h		
Metody prowadzenia zajęć	Prezentacje multimedialne, materiały audiowizualne, case study	
Literatura obowiązkowa	1. Maciej Dutko (2021): Biblia e-biznesu 3.0 Onepress, Gliwice 2. Paweł Borek, Anna Koronowicz, Ula Lachowicz, Jan Makulec, Wojciech Petriczek, Karol Zieliński (2013): O biznesie w internecie. Wszystko co chcielibyście wiedzieć, ale baliście się zapytać, Helion, Gliwice	

Literatura uzupełniająca	1. Bonek Tomasz, Smaga Marta (2015): Jak zarabiać w internecie, Wolters Kluwer 2. Jamie Turner, Reshma Shah (2015): Jak zarabiać w mediach społecznościowych. Rozwijaj firmę dzięki nowoczesnym narzędziom marketingowym, Helion, Gliwice
--------------------------	--

Końcowa ocena wyników pracy studenta nad przedmiotem wymaga syntezy osiągniętych przez niego efektów

### 3. Zadania i czas **SAMODZIELNEJ** pracy studenta

Wyszczególnienie zadań	Liczba godzin		Punkty ECTS	
	st.	ns.	st.	ns.
<b>Zadania o charakterze teoretycznym</b>	<b>10</b>	<b>10</b>	<b>0,4</b>	<b>0,4</b>
Przygotowanie do zajęć i egzaminu końcowego	10	10	0,4	0,4
<b>Zadania kształtujące umiejętności praktyczne</b>	<b>10</b>	<b>10</b>	<b>0,4</b>	<b>0,4</b>
Opracowanie projektu na podstawie przesłanych zadań	10	10	0,4	0,4
<b>ŁĄCZNY nakład pracy studenta w godz. i pkt. ECTS</b>	<b>20</b>	<b>20</b>	<b>0,8</b>	<b>0,8</b>

### 4. Sposoby weryfikacji i oceny efektów uczenia się osiągniętych przez studenta

Symbol efektu uczenia się	Metody weryfikacji i oceny efektów uczenia się
K_01	Dyskusja podczas zajęć
U_01	Aktywność studenta na zajęciach, udział w dyskusji, przygotowanie prezentacji, rozwiązywanie przykładów praktycznych
W 01	Dyskusja na wykładach, egzamin

#### **Podstawowe kryteria oceny końcowej:**

Na ocenę końcową z ćwiczeń składa się ocena z: pracy na zajęciach obejmująca aktywność i wykonywania analizy studiów przypadków w grupach i prezentacja rozwiązań na zajęciach.

Aby uzyskać pozytywną ocenę z egzaminu student musi napisać egzamin uzyskując ponad 50% maksymalnej liczby punktów. Na ocenę końcową z wykładów składa się wynik z egzaminu oraz aktywność na wykładach.

**Na ocenę końcową z przedmiotu składa się w 40% ocena z egzaminu i w 60% z laboratoriów.**

**Skala ocen:** 95-100% - 5,5; 81-94% - 5; 74-80% - 4,5; 66-73% - 4; 58-65% - 3,5; 51-57% - 3; 0-50% - 2.