

**Sylabus przedmiotu (modułu) na Wydziale Zarządzania
Wyższej Szkoły Administracji i Biznesu im. E. Kwiatkowskiego w Gdyni
w roku akademickim 2021/22**

1. Informacje o przedmiocie (module) według *Planu studiów* na kierunku: ZARZĄDZANIE

[illegible]

2. Zadania nauczyciela

Cele kształcenia przedmiotu:

W ramach przedmiotu student zdobędzie wiedzę na temat różnicowania modeli e-biznesu, a także umiejętność ich analizy z perspektywy różnych teorii (dynamika systemowa, business model canvas, model Amita i Zotta, model delta). Następnie omówione zostaną strategie rozwoju relacji z klientami w e-biznesie. Przedstawiona wiedza zostanie wykorzystana przez studentów do analizy oraz projektowania modeli i strategii biznesu firm internetowych w ramach prac projektowych.

Symbol efektu uczenia się dla przedmiotu	Efekty uczenia się - przedmiotowe	Odniesienie do efektów uczenia się dla kierunku Zarządzanie
Wiedza		
W_01	W pogłębionym stopniu student zna i rozumie wykorzystanie modeli e-biznesu w działalności gospodarczej.	Z2_W04
Umiejętności		
U_01	Student potrafi stosować metody i narzędzia w zakresie stosowania różnorodnych modeli e-biznesowych w działalności przedsiębiorstw.	Z2_U02
Kompetencje społeczne		
K_01	Jest gotów do odpowiedzialnego pełnienia ról zawodowych, w tym szczególnie kierowniczych w e-biznesie oraz przestrzegania zasad etyki w gospodarce elektronicznej.	Z2_K05
Tematy poszczególnych zajęć z podziałem na liczbę godzin		
<p style="text-align: center;">WYKŁADY 12h/12h (zajęcia teoretyczne)</p> <p>Strategia a model biznesu (pojęcia strategii i modelu biznesu; otoczenie, ocena i perspektywy modelu biznesu) 2h/2h Proces projektowania modelu biznesowego i modele e-biznesu 2h/2h Strategia obecności w mediach społecznościowych 2h/2h Przygotowanie przedsiębiorstwa do działalności internetowej 2h/2h Strategie pozycjonowania nastawione na wzrost sprzedaży 2h/2h Monitoring publikowanych treści oraz ochrona wizerunku firm i osób prywatnych 2h/2h Budowa strategii i planów marketingowych w Internecie 2h/2h</p> <p style="text-align: center;">LABORATORIUM (zajęcia kształtujące umiejętności praktyczne)</p> <p>Proces projektowania modelu biznesowego 2h/2h Analiza modeli biznesowych wybranych przedsiębiorstw 2h/2h Rozwijanie zdolności adaptacyjnych (od rozpowszechniania treści online do rozpowszechniania kompetencji) 2h/2h Pozytywne efekty sieciowe w internecie dzięki Web 2h/2h Komunikacja biznesowa z e-klientem 2h/2h Innowacje w e-biznesie 2h/2h</p>		
Metody prowadzenia zajęć	Wykład klasyczny z wykorzystaniem technik multimedialnych, ukazanie przykładów prezentowanych zagadnień na podstawie praktycznych doświadczeń studentów, bazujących na powszechnie znanych przypadkach biznesowych. Laboratoria interaktywne, zespołowe opracowanie projektów .	
Literatura obowiązkowa	T. Doligalski, Modele biznesu w Internecie. Teoria i analiza przypadków polskich firm, Oficyna Wydawnicza SGH, Warszawa 2014 ;	

	<p>T. Doligalski, Modele biznesu firm internetowych działających na rynku odbiorców indywidualnych. Ujęcie typologiczne, Marketing i Rynek, 12/2018;</p> <p>T. Doligalski, Platform Canvas. Does the platform business model imply disruption and monopolisation [w:] T. Doligalski, M. Goliński, K.Kozłowski (red. nauk.), Disruptive Platforms: Markets, Ecosystems and Monopolists, Routledge 2021.</p> <p>T. Doligalski, Internet w zarządzaniu wartością klienta, Oficyna Wydawnicza SGH, Warszawa 2013.</p>
Literatura uzupełniająca	<p>R. Casadesus-Masanell, J.E. Ricart, Jak skonstruować zwycięski model biznesowy, "Harvard Business Review Polska" 2011, nr 103;</p> <p>A. Osterwalder, Y. Pigneur, Tworzenie modeli biznesowych. Podręcznik wizjonera, Onepress, Gliwice 2012;</p> <p>A.C. Hax, The Delta Model: Reinventing Your Business Strategy, Springer Verlag, Heilderber 2009;</p> <p>C. Zott, R. Amit, Business Model Design: An activity System Perspective, Long Range Planning 43, 2010;</p> <p>W.Ch. Kim, R. Mauborgne, Strategia błękitnego oceanu, MT Biznes, Warszawa 2004.</p> <p>T. Doligalski, M. Goliński, K.Kozłowski (red. nauk.), Disruptive Platforms: Markets, Ecosystems and Monopolists, Routledge 2021.</p>

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.
Zadania o charakterze teoretycznym	5	5	0,2	0,2
Analiza literatury przedmiotu	2	2	0,2	0,2
Analiza treści prezentacji	2	2		
Analiza case study	1	1		
Zadania kształtujące umiejętności praktyczne	8	8	0,3	0,3
Rozwiązywanie zadań	8	8	0,3	0,3
ŁĄCZNY nakład pracy studenta w godz. i pkt. ECTS	13	13	0,5	0,5

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

Symbol efektu uczenia się	Metody weryfikacji i oceny efektów uczenia się
W_01	Egzamin, kolokwia
U_01	Projekt, dyskusja na temat literatury przedmiotu i projektów, praca zespołowa.
K_01	Ocena projektów pod względem kompletności i poprawności. Suma punktów poszczególnych zespołów za odpowiedzi na pytania ad hoc

Podstawowe kryteria oceny końcowej:

Ocena z przedmiotu to ocena modułowa składająca się z 2 elementów:

Laboratoria - 40% całości oceny oraz wykład – 60% całości oceny.

Wykłady – egzamin na platformie Moodle.

Laboratoria - realizacja określonych zadań w grupach – ocena końcowa z laboratoriów to średnia z wykonanych zadań.

Skala ocen: zgodna z Regulaminem WSAIB (51% - ocena dostateczna, 61% - ocena dostateczna plus, 71% - ocena dobra, 81% - ocena dobra plus, 91% i więcej ocena bardzo dobra).