**Nazwa przedmiotu:**

Podstawy e-biznesu

**Koordynator przedmiotu:**

dr inż. Artur Gąsiorkiewicz

**Status przedmiotu:**

Obowiązkowy

**Poziom kształcenia:**

Studia I stopnia

**Program:**

Zarządzanie

**Grupa przedmiotów:**

Informatyka gospodarcza

**Kod przedmiotu:**

EBIZE

**Semestr nominalny:**

5 / rok ak. 2009/2010

**Liczba punktów ECTS:**

3

**Liczba godzin pracy studenta związanych z osiągnięciem efektów uczenia się:**

**Liczba punktów ECTS na zajęciach wymagających bezpośredniego udziału nauczycieli akademickich:**

**Język prowadzenia zajęć:**

polski

**Liczba punktów ECTS, którą student uzyskuje w ramach zajęć o charakterze praktycznym:**

**Formy zajęć i ich wymiar w semestrze:**

|  |  |
| --- | --- |
| Wykład: | 15h |
| Ćwiczenia: | 0h |
| Laboratorium: | 15h |
| Projekt: | 0h |
| Lekcje komputerowe: | 0h |

**Wymagania wstępne:**

Podstawy informatyki, Bazy danych

**Limit liczby studentów:**

**Cel przedmiotu:**

Celem przedmiotu jest zapoznanie studentów z podstawowymi zagadnieniami e-biznesu. Po odbyciu cyklu zajęć studenci znać będą genezę i typologię systemów e biznesu, charakterystykę rynku e biznesu, jego uwarunkowania biznesowe i prawne, a także metodykę projektowania systemów e-biznesu, ze szczególnym uwzględnieniem następujących etapów: wybór modelu e-biznesu, analiza ekonomiczna i prawna, projektowanie funkcjonalności systemu e biznesu, wybór technologii projektu, projektowanie serwisu WWW dla systemów e biznesu według metody UCD (User Centered Design), optymalizacja i promocja.

**Treści kształcenia:**

Program ramowy jednostki dydaktycznej W15 w podziale na godziny zajęć:
W1 – Przedstawienie programu i regulaminu zajęć, ewolucja definicji e-biznesu.
W2 – Modele e-biznesu: modele handlu elektroncznego, modele usług elektronicznych.
W3 – Modele e-biznesu: modele dostawców treści i funkcjonalności, modele organizatora rynków.
W4 – Polski i światowy rynek e-biznesu.
W5 – Projektowanie i wdrażanie przedsięwzięć e-bizesu.
W6 – Audyt użyteczności serwisów WWW.
W7 – Audyt dostępności serwisów WWW.
W8 – Optymalizacja serwisów internetowych pod kątem wyszukiwania (SEO).
W9 – Reklama w wyszukiwarkach interetowych.
W10 – Rynek reklamy internetowej typu: „display”, „e-mailing”, ogłoszenia.
W11 – Projektowanie serwisów internetowych według metody UCD (User Centered Design) cz. 1.
W12 – Projektowanie serwisów internetowych według metody UCD (User Centered Design) cz. 2.
W13 – Prawne aspekty e-biznesu cz. 1.
W14 – Prawne aspekty e-biznesu cz. 2.
W15 – Test.
Program ramowy jednostki dydaktycznej L15 w podziale na godziny zajęć:
L1 – Przedstawienie programu i regulaminu zajęć, prezentacja wybranych zasobów internetowych.
L2 – Projektowanie przedsięwzięcia e-biznesowego (PPEB cz.1) – analiza rynku.
L3 – PPEB cz. 2 – model biznesowy, analiza uwarunkowań rynkowych i konkurencji.
L4 – PPEB cz. 3 – analiza SWOT, strategia marketingowa.
L5 – PPEB cz. 4 – funkcjonalność, persony, scenariusze użycia.
L6 – PPEB cz. 5 – organizacja danych.
L7 – PPEB cz. 6 – wybór technologii (dla warstw danych, logiki i prezentacji).
L8 – PPEB cz. 7 – serwis WWW – architektura informacji.
L9 – PPEB cz. 8 – serwis WWW – prototpowanie i testowanie.
L10 – PPEB cz. 9 – optymalizacja SEO i reklama internetowa.
L11 – Praca nad projektem własnym cz. 1.
L12 – Praca nad projektem własnym cz. 2.
L13 – Praca nad projektem własnym cz. 3.
L14 – Ocena i omówienie projektów cz. 1.
L15 – Ocena i omówienie projektów cz. 2.

**Metody oceny:**

Wykład. Test- Krótki test pisemny, zamknięty, zawierający pytania z możliwością wielokrotnego wyboru, sprawdzający znajomość zagadnień omawianych na W1-W14- 20 okt
Wykład. Esej- Esej popularnonaukowy na temat wybrany z katalogu (dotyczący zagadnień omawianych na W1-W14) lub temat własny (po wcześniejszej akceptacji)- 40 pkt
Laboratorium. Projekt- Projekt przedsięwzięcia e-biznesu, na bazie wiadomości z L1-L10- 40 pkt
Razem: 100 pkt
Liczba pkt. Ocena końcowa
91-100 5,0
81-90 4,5
71-80 4,0
61-70 3,5
51-60 3,0
0-50 2,0
Uwaga! Nie można uzyskać zaliczenia przedmiotu bez zaliczenia każdej z jednostek: wykładu i laboratorium.

**Egzamin:**

**Literatura:**

[1] Afuah A., Tucci C. L. – „Biznes internetowy – strategie i modele”, Oficyna Ekonomiczna, 2003.
[2] Battelle J. – „Szukaj – Jak Google i konkurencja wywołali biznesową i kulturową rewolucję”, Wydawnictwo Naukowe PWN, 2006.
[3] Chmielarz W. – „Systemy biznesu elektronicznego”, Difin, 2007.
[4] Danowski B., Makaruk M. – „Pozycjonowanie i optymalizacja stron WWW”, Helion, 2007.
[5] Kalbach J. – „Projektowanie nawigacji strony WWW”, Helion, 2008.
[6] Kasperski M., Boguska-Torbicz A., „Projektowanie stron WWW – Użyteczność w praktyce”, Helion 2008.
[7] Kaznowski D. – „Nowy marketing w internecie”, Difin, 2007.
[8] Kobis P. – „Marketing z Google”, Wydawnictwo Naukowe PWN, 2007.
[9] Krug S. – „Nie każ mi myśleć – O życiowym podejściu do funkcjonalności stron internetowych”, Helion, 2006.
[10] Nielsen J., Loranger H. – „Optymalizacja funkcjonalności serwisów internetowych”, Helion, 2007.
[11] Wright J. – „Blogowanie w biznesie”, Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, 2007

**Witryna www przedmiotu:**

**Uwagi:**

## Efekty przedmiotowe