**Nazwa przedmiotu:**

Podstawy e-biznesu

**Koordynator przedmiotu:**

dr inż. Artur Gąsiorkiewicz

**Status przedmiotu:**

Obowiązkowy

**Poziom kształcenia:**

Studia II stopnia

**Program:**

Zarządzanie i Inżynieria Produkcji

**Grupa przedmiotów:**

kierunkowe

**Kod przedmiotu:**

-

**Semestr nominalny:**

1 / rok ak. 2017/2018

**Liczba punktów ECTS:**

2

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

60h: 10h (wykład) + 2h (konsultacje) + 13h (studia literaturowe) + 15h (ćwiczenia) + 20h (wykonanie zadań ćwiczeniowych)

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

0,9 ECTS: 10h (wykład) + 2h (konsultacje) + 15h (ćwiczenia)

**Język prowadzenia zajęć:**

polski

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

1,2 ECTS: 15h (ćwiczenia) + 20h (wykonanie zadań ćwiczeniowych)

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

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

**Wymagania wstępne:**

Znajomość podstaw zarządzania

**Limit liczby studentów:**

- od 25 osób do limitu miejsc w sali audytoryjnej (wykład) - od 25 osób do limitu miejsc w sali laboratoryjnej (ćwiczenia)

**Cel przedmiotu:**

Celem przedmiotu jest, aby student, po uczestnictwie w nim:
• rozumiał znaczenie e-biznesu dla współczesnej problematyki zarządzania;
• znał podstawy zarządzania przedsięwzięciami e-biznesu;
• potrafił projektować przedsięwzięcia e-biznesu.

**Treści kształcenia:**

Wykład:
1. Wprowadzenie do zagadnień e-biznesu – podstawowe pojęcia i definicje
2. Modele e-biznesu
3. Rynki elektroniczne
4. Wpływ e-biznesu na społeczeństwo
5. Strategie e-biznesu
6. Handel elektroniczny
7. E-biznes w branży finansowej
8. Technologie e-biznesu
9. Bezpieczeństwo w e-biznesie
10. Problemy etyczne e-biznesu
Ćwiczenia:
1. Wprowadzenie do ćwiczeń
2. Inwentyka biznesowa
3. Metoda CPS (klient – problem – rozwiązanie)
4. Zdefiniowanie grupy klientów
5. Propozycja wartości
6. Wstępna koncepcja e-biznesu
7. Analiza wariantów
8. Modele biznesowe (BMC)
9. Strategia rozwoju e-biznesu
10. Analiza opłacalności
11. Dobór technologii e-biznesu
12. Podstawy prototypowania
13. Testy i ewaluacja w e-biznesie
14. Marketing w e-biznesie
15. Zaliczenie ćwiczeń – prezentacje

**Metody oceny:**

A. Wykład:
Ocena formatywna: ocena zaangażowania studentów w dyskusję podczas wykładów.
Ocena sumatywna: Zaliczenie – esej zaliczeniowy na wybrany temat (1 z 3). Ocena w zakresie 2-5. Wymagane jest uzyskanie oceny >=3. Ocena z eseju jest oceną z wykładu.
B. Ćwiczenia:
Ocena formatywna: ocena poprawności wykonania ćwiczeń realizowanych w trakcie zajęć.
Ocena sumatywna: zadanie ćwiczeniowe realizowane w grupach (ocena w zakresie 2-5). Wymagane jest uzyskanie oceny >=3. Ocena wykonania zadania ćwiczeniowego jest oceną z ćwiczeń.
C. Końcowa ocena z przedmiotu:
Ocena końcowa z przedmiotu obliczana jest zgodnie z formułą 0,4 x ocena z wykładu + 0,6 x ocena z ćwiczeń.

**Egzamin:**

nie

**Literatura:**

Obowiązkowa:
1. Chaffey D. – „Digital Business i E-Commerce Management”, Wydawnictwo Naukowe PWN 2016
2. Kotler Ph., Kartajaya H., Setiawan I. – „Marketing 4.0”, MT Biznes 2017
3. Osterwalder A., Pigneur Y. – „Tworzenie modeli bizneso-wych”, Onepress 2012
Uzupełniająca:
1. Anderson Ch. – „Długi ogon”, Media Rodzina 2008
2. Dutko M. (red.) – „Prawo w e-biznesie”, Onepress 2015
3. Grudzewski W. M., Hejduk I. K., Sankowska A., Wańtucho-wicz M. – „Sustainability w biznesie czyli przedsiębiorstwo przyszłości”, Poltext 2010

**Witryna www przedmiotu:**

www.electurer.edu.pl

**Uwagi:**

-

## Efekty przedmiotowe