**Nazwa przedmiotu:**

E-biznes

**Koordynator przedmiotu:**

dr inż. Artur Gąsiorkiewicz

**Status przedmiotu:**

Obowiązkowy

**Poziom kształcenia:**

Studia I stopnia

**Program:**

Zarządzanie

**Grupa przedmiotów:**

Specjalność: Zarządzanie w gospodarce cyfrowej

**Kod przedmiotu:**

-

**Semestr nominalny:**

5 / rok ak. 2022/2023

**Liczba punktów ECTS:**

2

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

2 ECTS
15h zajęcia wykładowe + 15h zajęcia projektowe + 3h konsultacje + 7h studia literaturowe +20h zadanie projektowe= 50h

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

1,3 ECTS

**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:  | 0h |
| Projekt:  | 15h |
| Lekcje komputerowe:  | 0h |

**Wymagania wstępne:**

-

**Limit liczby studentów:**

- od 15 osób do limitu miejsc w sali audytoryjnej (wykład) - od 8 osób do limitu miejsc w sali laboratoryjnej (projekt)

**Cel przedmiotu:**

Celem przedmiotu jest, aby student, po uczestnictwie w nim:
• rozumiał specyfikę funkcjonowania przedsiębiorstw w dobie postępującej cyfryzacji i rozumiał rolę infrastruktury teleinformatycznej w kreowaniu oferty wartości dla ich klientów;
• znał klasyfikację podmiotów rynkowych tworzących ekosystem e-biznesu oraz podstawowe techniki modelowania przedsięwzięć e-biznesu;
• potrafił zaprojektować przedsięwzięcie e-biznesu.

**Treści kształcenia:**

Wykład:
1. Wprowadzenie do problematyki e-biznesu
2. Technologie e-biznesu: infrastruktura teleinformatyczna
3. Technologie e-biznesu: płatności i rozliczenia elektroniczne
4. Technologie e-biznesu: analityka danych i systemy wspomagania podejmowania decyzji
5. Modele e-biznesu
6. Zadanie ćwiczeniowe nr 1: analiza modelu e-biznesu
7. Charakterystyka rynków cyfrowych
8. Ekosystem przedsiębiorstw gospodarki cyfrowej
9. Transformacja cyfrowa przedsiębiorstw
10. Prezentacje zadania ćwiczeniowego nr 1
11. Zadanie ćwiczeniowe nr 2: projekt ścieki konwersji
12. Marketing cyfrowy: komunikowanie wartości
13. Marketing cyfrowy: sprzedaż
14. Marketing cyfrowy: marketing doświadczeń
15. Prezentacje zadania ćwiczeniowego nr 2
Projekt:
1. Poszukiwanie inspiracji w e-biznesie
2. Opracowanie koncepcji: klient – problem - rozwiązanie
3. Opracowanie kanw propozycji wartości
4. Opracowanie ścieżki doświadczeń klienta
5. Wstępna ocena atrakcyjności inwestycyjnej projektów
6. Analizy rynkowe (w tym analiza konkurencji)
7. Analiza SWOT
8. Opracowanie i przeprowadzenie badania jakościowego (wywiady bezpośrednie)
9. Opracowanie i przeprowadzenie badania ilościowego
10. Opracowanie kanwy modelu (e-)biznesowego
11. Prototypowanie
12. Plan finansowy projektu
13. Opracowanie elementów strategii marketingowej dla projektu
14. Prezentacje końcowe projektów
15. Omówienie projektów i podsumowanie zajęć

**Metody oceny:**

Wykład:
1.Ocena formatywna. Ocena wykonania dwóch zadań na podstawie dokumentacji i sprawdzianu pisemnego
2.Ocena sumatywna: Wymagane jest uzyskanie oceny >=3 z wykładu.
Projekt:
1.Ocena formatywna: Ocena poprawności wykonania zadań projektowych w trakcie zajęć projektowych.
2.Ocena sumatywna: Ocena wykonania zadania projektowego na podstawie dokumentacji i prezentacji (ocena w zakresie 2-5). Wymagane jest uzyskanie oceny >=3.
Końcowa ocena z przedmiotu:
Końcowa ocena z przedmiotu obliczana jest zgodnie z formułą: 0,4 x ocena z wykładu + 0,6 x ocena z projektu.

**Egzamin:**

nie

**Literatura:**

Obowiązkowa:
1. Chaffey, D., 2016. Digital Business i E-Commerce Management. Warszawa: PWN
2. Kalbach, J., 2017. Mapowanie wrażeń. Kreowanie wartości za pomocą ścieżek klienta, schematów usług i diagramów. Gliwice: Helion
3. Osterwalder, A., Pigneur, Y., 2012. Tworzenie modeli biznesowych. Podręcznik wizjonera. Gliwice: Helion
Uzupełniająca:
1. Levy, J., 2017. Strategia UX. Jak tworzyć innowacyjne produkty cyfrowe, które spotkają się z uznaniem rynku. Gliwice: Helion
2. Mazurek, G., 2018. E-marketing. Planowanie, narzędzia, praktyka. Warszawa: Poltext
3. Mazurek, G., 2012. Znaczenie wirtualizacji marketingu w sieciowym kreowaniu wartości. Warszawa: Poltext
4. Schellinger, J. Digital Business. Springer Fachmedien Wiesbaden, 2021

**Witryna www przedmiotu:**

moodle.usos.pw.edu.pl

**Uwagi:**

-

## Charakterystyki przedmiotowe

### Profil ogólnoakademicki - wiedza

**Charakterystyka Z1\_WG9 Z1\_WG6:**

Absolwent zna i rozumie w zaawansowanym stopniu specyfikę funkcjonowania przedsiębiorstw w dobie postępującej cyfryzacji i rozumie rolę infrastruktury teleinformatycznej w kreowaniu oferty wartości dla ich klientów

Weryfikacja:

Wykład – zaliczenie dwóch zadań na podstawie dokumentacji i sprawdzianu
Projekt – zaliczenie zadania projektowego na podstawie dokumentacji i prezentacji

**Powiązane charakterystyki kierunkowe:**

**Powiązane charakterystyki obszarowe:**

### Profil ogólnoakademicki - umiejętności

**Charakterystyka Z1\_UK10:**

Absolwent potrafi porozumiewać się w sposób profesjonalny, przy użyciu terminologii właściwej dla e-biznesu

Weryfikacja:

Wykład – zaliczenie dwóch zadań na podstawie dokumentacji i sprawdzianu
Projekt – zaliczenie zadania projektowego na podstawie dokumentacji i prezentacji

**Powiązane charakterystyki kierunkowe:**

**Powiązane charakterystyki obszarowe:**

**Charakterystyka Z1\_UO13:**

Absolwent potrafi wykorzystywać posiadaną wiedzę, narzędzia oraz techniki informacyjno-komunikacyjne do planowania i organizowania pracy indywidualnej oraz w zespołach

Weryfikacja:

Wykład – zaliczenie dwóch zadań na podstawie dokumentacji i sprawdzianu
Projekt – zaliczenie zadania projektowego na podstawie dokumentacji i prezentacji

**Powiązane charakterystyki kierunkowe:**

**Powiązane charakterystyki obszarowe:**

**Charakterystyka Z1\_UW1, Z1\_UW8:**

Absolwent potrafi wykorzystać posiadaną wiedzę do zaprojektowania przedsięwzięcia z e-biznesu, w tym do nawiązywania i budowania relacji z interesariuszami organizacji z wykorzystaniem zaawansowanych oraz właściwie dobranych technik informacyjno-komunikacyjnych

Weryfikacja:

Wykład – zaliczenie dwóch zadań na podstawie dokumentacji i sprawdzianu
Projekt – zaliczenie zadania projektowego na podstawie dokumentacji i prezentacji

**Powiązane charakterystyki kierunkowe:**

**Powiązane charakterystyki obszarowe:**

### Profil ogólnoakademicki - kompetencje społeczne

**Charakterystyka Z1\_KK1, Z1\_KK2, Z1\_KO4:**

Absolwent rozumie jak istotna jest jego własna wiedza z zakresu e-biznesu dla funkcjonowania i pokonywania problemów w organizacji oraz dla działania w sposób przedsiębiorczy. Jest gotów do jej krytycznej oceny i zasięgania opinii ekspertów w tej dziedzinie

Weryfikacja:

Projekt – zaliczenie zadania projektowego na podstawie dokumentacji i prezentacji

**Powiązane charakterystyki kierunkowe:**

**Powiązane charakterystyki obszarowe:**