

AKADEMIA WSB							
Kierunek studiów: Zarządzanie i inżynieria produkcji							
Przedmiot: Biznes internetowy							
Profil kształcenia: praktyczny							
Poziom kształcenia: studia I stopnia							
Liczba godzin w semestrze	1		2		3		4
	I	II	III	IV	V	VI	VII
Studia stacjonarne (w/ćw/lab/pr/e)*						14ćw	
Studia niestacjonarne (w/ćw/lab/pr/e)						12ćw	
WYKŁADOWCA							
FORMA ZAJĘĆ	ćwiczenia						
CELE PRZEDMIOTU	Celem przedmiotu jest omówienie podstaw elektronicznego biznesu oraz scharakteryzowanie zasad i narzędzi przedsiębiorstwa funkcjonującego w oparciu o nowe technologie						
Efekt KIERUNKOWY	Odniesienie do efektów uczenia się zgodnie z PRK	Opis efektów uczenia się		Sposób weryfikacji efektu			
		Wiedza					
ZIP_W02	P6S_WG	Rozumie w zaawansowanym stopniu funkcjonowanie gospodarki elektronicznej, wieloaspektowość nowych technologii i konieczność uczestniczenia w procesie ustawicznego uczenia się, rozumie istotę i rolę Internetu w nowoczesnej gospodarce zna podstawową terminologię i pojęcia związane z e-biznesem, wymienia i opisuje funkcje i modele e-biznesu, zna stan obecny i perspektywy rozwoju branży internetowej, zna narzędzia internetowe usprawniające proces zarządzania przedsiębiorstwem, tłumaczy przydatność różnych zastosowań rozwiązań e-biznesowych w sektorach gospodarki			Test wiedzy, dyskusja		
		Umiejętności					
ZIP_U06	P6S_UW, inż.	Integrując posiadaną wiedzę potrafi określić warunki prowadzenia elektronicznej działalności gospodarczej uwzględniając jej różne aspekty; potrafi rozróżnić poszczególne modele i sektory e-biznesu potrafi zidentyfikować czynniki i warunki pracy w wirtualnym przedsiębiorstwie; potrafi zaprojektować strategię firmy			Test, dyskusja problemowa, ocena zaangażowania w dyskusję, praca zaliczeniowa		

		e-biznesowej	
		Kompetencje społeczne	
ZIP_K06 ZIP_K07	P6S_KR P6S_KR	Wykazuje się postawą odpowiedzialności w obszarze wykorzystania nowych technologii w gospodarce elektronicznej, przestrzega zasad etyki	obserwacja studenta w dyskusjach, jego gotowości do poznawania nowych dziedzin, sposobów uzupełniania nabytej wiedzy, obserwacja reakcji na podawane przykłady i formułowania krytycznych opinii
Nakład pracy studenta (w godzinach dydaktycznych 1h dyd.=45 minut)**			
Stacjonarne udział w wykładach = udział w ćwiczeniach = 14 przygotowanie do ćwiczeń = 12 analiza literatury, przygotowanie do wykładu = przygotowanie do zaliczenia = 20 dyskusje na czacie, przygotowanie pracy zaliczeniowej realizacja zadań projektowych = e-learning = zaliczenie/egzamin =2 inne (określ jakie) = 2 konsultacje RAZEM:50 Liczba punktów ECTS:2 w tym w ramach zajęć praktycznych:2		Niestacjonarne udział w wykładach = udział w ćwiczeniach = 12 przygotowanie do ćwiczeń = 14 analiza literatury przygotowanie do wykładu = przygotowanie do zaliczenia = 20 dyskusje na czacie, przygotowanie pracy zaliczeniowej realizacja zadań projektowych = e-learning = zaliczenie/egzamin =2 inne (określ jakie) = 2 konsultacje RAZEM:50 Liczba punktów ECTS:2 w tym w ramach zajęć praktycznych:2	
WARUNKI WSTĘPNE	Od studentów oczekuje się gotowości do poznawania nowych obszarów wiedzy, umiejętności słuchania i sporządzania notatek, udziału w dyskusjach i aktywnych formach uczestnictwa		
TREŚCI PRZEDMIOTU	Treści realizowane w formie bezpośredniej: Platforma MS Teams Internet jako platforma biznesowa <ul style="list-style-type: none"> • Dostęp do Internetu na świecie • Profil polskiego internauty • Obecność przedsiębiorstw w Internecie • Cele Internetu w opinii polskich menedżerów E-biznes - optymalizacja procesów zarządzania przedsiębiorstwem <ul style="list-style-type: none"> • Wymiar rynku elektronicznego • Proces zarządzania strategicznego przedsiębiorstwa w Internecie • Podstawowa terminologia związana z e-biznesem • Zalety i wady e-biznesu • Sektory gospodarki elektronicznej • Najpopularniejsze zastosowania rozwiązań e-biznesowych Witryna internetowa jako źródło informacji o firmie <ul style="list-style-type: none"> • Ogólna klasyfikacja serwisów internetowych • Podstawowe funkcje witryny internetowej • Projekt i wdrożenie witryny • Zasady projektowania witryny internetowej E-commerce - sklep internetowy jako nowoczesna platforma handlowa <ul style="list-style-type: none"> • Definicja i główne rozwiązania handlu elektronicznego • Zalety i wady handlu elektronicznego • System zarządzania sprzedażą przez Internet • Klasyfikacja i etapy tworzenia sklepu internetowego 		

	<ul style="list-style-type: none"> • Zasada funkcjonowania i podstawowe elementy sklepów internetowych • Statystyki sklepów internetowych w Polsce <p>Portal korporacyjny jako narzędzie integracji procesów biznesowych</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cechy i cele portali korporacyjnych • Podział portali z uwagi na główne funkcje • Projektowanie portalu korporacyjnego • Korzyści i zagrożenia dla zastosowań portali korporacyjnych • Przykłady funkcjonalności i wdrożeń portali korporacyjnych <p>E-marketing jako element budowania wizerunku przedsiębiorstwa</p> <ul style="list-style-type: none"> • Rola Internetu jako medium reklamowego • Klasyfikacja form reklamy internetowej • Reklama graficzna • E-mail marketing • Marketing w wyszukiwarkach (SEM, SEO) • Marketing wirusowy i reklama kontekstowa • InternetPR – kreowanie wizerunku w Internecie • Zarządzanie sytuacją kryzysową InternetPR <p>Prezentacja praktycznych rozwiązań e-biznesowych</p> <ul style="list-style-type: none"> • Zarządzanie serwisem internetowym (CMS) • Monitoring i analiza statystyk serwisu internetowego (Google Analytics) • Zarządzanie sklepem internetowym (osCommerce) • Platforma do zdalnego nauczania (Moodle) • System bankowości elektronicznej <p>Treści realizowane w formie e-learning:</p>
LITERATURA OBOWIĄZKOWA	<p>E-marketing : współczesne trendy. Pakiet startowy / Jarosław Królewski, Paweł Sala. - Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN SA, 2019</p> <p>Bonek T., Smaga M.: Biznes w Internecie, Oficyna Wydawnicza Wolters Kluwer Business, Warszawa 2012</p> <p>Internet bazą multimediiów w biznesie / Leszek Kiełtyka. - Toruń : TNOiK. "Dom Organizatora" druk 2020.</p>
LITERATURA UZUPEŁNIAJĄCA	<p>Maciej Dutko „E-biznes. Poradnik praktyka”, Wydawnictwo Helion, Gliwice, 2010</p> <p>Tomasz Karwatka „Usability w e-biznesie. Co kieruje Twoim klientem?”, Wydawnictwo Helion, Gliwice, 2009</p>
METODY NAUCZANIA	<p>W formie bezpośredniej: Wprowadzenie teoretyczne, dyskusje i omawianie przypadków, zespołowa praca studentów nad zadaniem problemem</p> <p>W formie e-learning:-</p>
POMOCE NAUKOWE	Prezentacje PowerPoint
PROJEKT (o ile jest realizowany w ramach modułu zajęć)	
FORMA I WARUNKI ZALICZENIA	<p>Zaliczenie z oceną</p> <p>Test z pytaniami zamkniętymi i otwartymi, ocena wykonania pracy zespołowej</p>

* W-wykład, ćw- ćwiczenia, lab- laboratorium, pro- projekt, e- e-learning