



Karta przedmiotu

Nazwa i kod przedmiotu	Digital Business, PG_00053098						
Kierunek studiów	Inżynieria danych						
Data rozpoczęcia studiów	październik 2022 r.	Rok akademicki realizacji przedmiotu			2024/2025		
Poziom kształcenia	I stopnia - inżynierskie	Grupa zajęć			Grupa zajęć fakultatywnych Grupa zajęć powiązanych z prowadzonymi badaniami naukowymi w dziedzinie nauki związanej z kierunkiem - profil ogólnookademycki		
Forma studiów	stacjonarne	Sposób realizacji			na uczelni		
Rok studiów	3	Język wykładowy			polski		
Semestr studiów	6	Liczba punktów ECTS			5.0		
Profil kształcenia	ogólnookademycki	Forma zaliczenia			zaliczenie		
Jednostka prowadząca	Wydział Zarządzania i Ekonomii -> Katedra Informatyki w Zarządzaniu						
Imię i nazwisko wykładowcy (wykładowców)	Odpowiedzialny za przedmiot						
	Prowadzący zajęcia z przedmiotu						
Formy zajęć i metody nauczania	Forma zajęć	Wykład	Ćwiczenia	Laboratorium	Projekt	Seminarium	RAZEM
	Liczba godzin zajęć	30.0	0.0	30.0	0.0	0.0	60
	W tym liczba godzin zajęć na odległość: 0.0						
Aktywność studenta i liczba godzin pracy	Aktywność studenta	Udział w zajęciach dydaktycznych, objętych planem studiów		Udział w konsultacjach		Praca własna studenta	RAZEM
	Liczba godzin pracy studenta	60		4.0		61.0	125
Cel przedmiotu	Zaznajomienie studentów z budową współczesnych rozwiązań e-biznesu oraz ich funkcjonowaniem w gospodarce elektronicznej.						
Efekty uczenia się przedmiotu	Efekt kierunkowy		Efekt z przedmiotu		Sposób weryfikacji i oceny efektu		
	[K6_U13] posiada umiejętność tworzenia, samodzielnie i zespołowo opracowań i analiz właściwych dla kierunku inżynieria danych.						
	[K6_K02] ma świadomość społecznej roli absolwenta uczelni technicznej, podejmuje refleksję na temat etycznych, naukowych i społecznych aspektów związanych z wykonywaną pracą, rozumie potrzebę uczestnictwa w projektach społecznych oraz przestrzega przepisów prawa autorskiego uwzględniając aspekty ekonomiczne, prawne i techniczne.		Student umie ocenić efekty społeczne projektowanych i wdrażanych rozwiązań e-biznesu		[SK1] Ocena umiejętności pracy w grupie [SK5] Ocena umiejętności rozwiązywania problemów występujących w praktyce		
	[K6_W09] ma podstawową wiedzę o charakterze nauk ekonomicznych i sposobach jego opisu z wykorzystaniem narzędzi informatycznych		Student ma wiedzę dotyczącą modeli e-biznesu oraz funkcjonowania rozwiązań IT udostępniających usługi on-line		[SW1] Ocena wiedzy faktograficznej		
Treści przedmiotu	<ol style="list-style-type: none">1. Powstanie i rozwój e-biznesu. E-biznes, e-handel i e-usługi. Rynki elektroniczne.2. Infrastruktura technologiczna oraz społeczne i ekonomiczne czynniki rozwoju e-biznesu.3. Techniczne aspekty tworzenia rozwiązań e-biznesu. Systemy handlu elektronicznego.4. Działalność marketingowa w Internecie. Systemy zarządzania relacjami z klientami CRM.5. Transakcje w e-biznesie. Metody budowy zaufania.6. E-bankowość i usługi finansowe.7. Elektroniczne systemy obsługi procesów gospodarczych.8. Portale korporacyjne i ich funkcjonalność.9. M-biznes – docieranie do klientów poprzez urządzenia i usługi mobilne.10. E-usługi w społeczeństwie informacyjnym.11. Innowacyjne rozwiązania e-biznesu – analiza przypadków.12. Tendencje rozwojowe we współczesnym e-biznesie.						

Wymagania wstępne i dodatkowe	Brak wymagań		
Sposoby i kryteria oceniania osiągniętych efektów uczenia się	Sposób oceniania (składowe)	Próg zaliczeniowy	Składowa oceny końcowej
	ćwiczenia laboratoryjne	60.0%	50.0%
	kolokwium pisemne	60.0%	50.0%
Zalecana lista lektur	Podstawowa lista lektur	Laudon K.C., Traver C.G. (2014) E-commerce – Business, technology, society. Pearson 2014. Sikorski M. (2012). Usługi on-line. Jakość, interakcje, satysfakcja klienta. Wyd. PJWSTK Warszawa. Dutko M. (2013). E-biznes. Poradnik praktyka. Helion.	
	Uzupełniająca lista lektur	Chmielarz W. (2007). Systemy biznesu elektronicznego. Wyd. Difin Warszawa	
	Adresy eZasobów		
Przykładowe zagadnienia/ przykładowe pytania/ realizowane zadania	<ul style="list-style-type: none"> - modele biznesu elektronicznego - systemy płatności elektronicznych - metody budowy lojalności klienta w rozwiązaniach e-commerce 		
Praktyki zawodowe w ramach przedmiotu	Nie dotyczy		