



Karta przedmiotu

Nazwa i kod przedmiotu	Digital Business, PG_00053098						
Kierunek studiów	Inżynieria danych						
Data rozpoczęcia studiów	październik 2023 r.		Rok akademicki realizacji przedmiotu		2025/2026		
Poziom kształcenia	I stopnia - inżynierskie		Grupa zajęć		Grupa zajęć fakultatywnych Grupa zajęć powiązanych z prowadzonymi badaniami naukowymi w dziedzinie nauki związanej z kierunkiem - profil ogólnoakademicki		
Forma studiów	stacjonarne		Sposób realizacji		na uczelni		
Rok studiów	3		Język wykładowy		angielski		
Semestr studiów	6		Liczba punktów ECTS		5.0		
Profil kształcenia	ogólnoakademicki		Forma zaliczenia		zaliczenie		
Jednostka prowadząca	Wydziały Politechniki Gdańskiej -> Wydział Zarządzania i Ekonomii -> Katedra Informatyki w Zarządzaniu						
Imię i nazwisko wykładowcy (wykładowców)	Odpowiedzialny za przedmiot		dr inż. Magdalena Ciesielska				
	Prowadzący zajęcia z przedmiotu		dr inż. Magdalena Ciesielska				
Formy zajęć	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	Celem przedmiotu jest przygotowanie studentów do samodzielnego i zespołowego opracowywania analiz oraz projektowania rozwiązań w obszarze digital business na podstawie wiedzy z zakresu modeli e-biznesu i funkcjonowania gospodarki elektronicznej, oraz kształtowanie postaw związanych z odpowiedzialnością społeczną i refleksją nad etycznymi aspektami działalności cyfrowej w kontekście projektowania i wdrażania rozwiązań biznesowych opartych na danych.						

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.	Student potrafi tworzyć samodzielnie i zespołowo opracowania oraz analizy dotyczące modeli i rozwiązań digital business, stosując metody analizy danych i narzędzia właściwe dla inżynierii danych do oceny i projektowania rozwiązań e-biznesowych.	[SU2] Ocena umiejętności analizy informacji [SU3] Ocena umiejętności wykorzystania wiedzy uzyskanej w ramach przedmiotu [SU4] Ocena umiejętności korzystania z metod i narzędzi [SU1] Ocena realizacji zadania
	[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 jest gotów do podejmowania refleksji nad etycznymi, społecznymi i biznesowymi konsekwencjami projektowanych rozwiązań digital business, w szczególności poprzez uczestnictwo w zespołowych analizach przypadków i dyskusjach dotyczących odpowiedzialności społecznej oraz wpływu technologii cyfrowych na otoczenie gospodarcze.	[SK1] Ocena umiejętności pracy w grupie [SK5] Ocena umiejętności rozwiązywania problemów występujących w praktyce
	[K6_W09] ma zaawansowaną wiedzę o charakterze nauk ekonomicznych i sposobach jego opisu z wykorzystaniem narzędzi informatycznych	Student zna i rozumie zaawansowane koncepcje i mechanizmy funkcjonowania podmiotów w gospodarce cyfrowej oraz sposoby opisu zjawisk ekonomicznych z wykorzystaniem narzędzi informatycznych i analitycznych stosowanych w digital business.	[SW1] Ocena wiedzy faktograficznej
Treści przedmiotu	Treści przedmiotu - wykład 1. Wprowadzenie do e-biznesu 2. Modele biznesowe i przychodów e-biznesu 3. Infrastruktura e-handlu 4. Tworzenie obecności e-handlu 5. Systemy Płatności i bezpieczeństwa w e-handlu 6. Marketing i reklama e-handlu 7. Społeczny, mobilny i lokalny marketing 8. Prawo i etyka e-handlu 9. Handel elektroniczny i usługi 10. Media online 11. Społeczności online 12. E-handel na rynku B2B 13. Zastosowanie AI w cyfrowym biznesie 14. Podstawy funkcjonowania systemów rekomendacyjnych Treści przedmiotu - laboratoria 1. Tworzenie strategii cyfrowej 2. Analiza marketplace 3. Tworzenie obecności cyfrowej 4. Analiza danych e-handlu		
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.	

	Uzupełniająca lista lektur	Chaffey, D., Hemphill, T., & Edmundson-Bird, D. (2019). <i>Digital business and e-commerce management</i>. Pearson Uk. Phillips, J. (2016). <i>Ecommerce analytics: analyze and improve the impact of your digital strategy</i>. FT Press. Elgar, E. (2007). <i>The digital business ecosystem</i>. Edwar Elgar Publishing Limited. Wirtz, B. W. (2021). <i>Digital business and electronic commerce: Strategy, business models and technology</i>. Cham: Springer.
	Adresy eZasobów	
Przykładowe zagadnienia/ przykładowe pytania/ realizowane zadania	- modele biznesu elektronicznego - systemy płatności elektronicznych - metody budowy lojalności klienta w rozwiązaniach e-commerce	
Zajęcia praktyczne w ramach przedmiotu	Nie dotyczy	

Dokument wygenerowany elektronicznie. Nie wymaga pieczęci ani podpisu.