



Karta przedmiotu

Nazwa i kod przedmiotu	Digital Business, PG_00053098						
Kierunek studiów	Inżynieria danych, Inżynieria danych						
Data rozpoczęcia studiów	październik 2026 r.	Rok akademicki realizacji przedmiotu			2028/2029		
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)	Od 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 analizowania procesów biznesowych oraz projektowania strategii cyfrowego biznesu z wykorzystaniem danych na podstawie wiedzy z zakresu modeli e-biznesu i funkcjonowania gospodarki cyfrowej, oraz kształtowanie postaw związanych z krytycznym myśleniem, odpowiedzialnością i podejmowaniem decyzji w kontekście projektowania i komunikowania rozwiązań biznesowych w środowisku cyfrowym.						
Efekty uczenia się przedmiotu	Efekt kierunkowy		Efekt z przedmiotu		Sposób weryfikacji i oceny efektu		
	[K6_U02] przygotowuje i przedstawia w sposób przekonujący profesjonalne prezentacje wyników swoich działań, z ich zaawansowaną interpretacją		Student potrafi analizować dane i informacje dotyczące funkcjonowania przedsiębiorstw cyfrowych oraz projektować i prezentować strategię cyfrowego biznesu, stosując odpowiednie metody analizy i narzędzia prezentacji wyników.		[SU3] Ocena umiejętności wykorzystania wiedzy uzyskanej w ramach przedmiotu [SU4] Ocena umiejętności korzystania z metod i narzędzi [SU5] Ocena umiejętności zaprezentowania wyników realizacji zadania		
	[K6_W07] analizuje w zaawansowany sposób procesy biznesowe w kontekście technicznym, prawnym, ekonomicznym, finansowym i społecznym		Student zna i rozumie procesy funkcjonowania cyfrowego biznesu oraz modele e-biznesu i e-commerce, w kontekście technicznych, ekonomicznych, prawnych i społecznych uwarunkowań działalności gospodarki cyfrowej.		[SW3] Ocena wiedzy zawartej w opracowaniu tekstowym i projektowym [SW2] Ocena wiedzy zawartej w prezentacji [SW1] Ocena wiedzy faktograficznej		
	[K6_K03] wykazuje się zdolnością do krytycznego i analitycznego myślenia oraz integruje wiedzę z wielu dyscyplin w celu podejmowania efektywnych decyzji		Student jest gotów do krytycznej analizy rozwiązań cyfrowego biznesu oraz integrowania wiedzy z zakresu technologii, ekonomii i zarządzania w celu podejmowania decyzji projektowych podczas pracy zespołowej nad zadaniami realizowanymi na zajęciach z Digital Business.		[SK5] Ocena umiejętności rozwiązywania problemów występujących w praktyce [SK1] Ocena umiejętności pracy w grupie		

Treści przedmiotu	<p>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</p> <p>Treści przedmiotu - laboratoria  1. Tworzenie strategii cyfrowej 2. Analiza marketplace 3. Tworzenie obecności cyfrowej 4. Analiza danych e-handlu</p>											
Wymagania wstępne i dodatkowe	No requirements											
Sposoby i kryteria oceniania osiągniętych efektów uczenia się	<table border="1" style="width:100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="width:33%;">Sposób oceniania (składowe)</th> <th style="width:33%;">Próg zaliczeniowy</th> <th style="width:33%;">Składowa oceny końcowej</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>kolokwium pisemne</td> <td>60.0%</td> <td>40.0%</td> </tr> <tr> <td>ćwiczenia laboratoryjne</td> <td>60.0%</td> <td>60.0%</td> </tr> </tbody> </table>			Sposób oceniania (składowe)	Próg zaliczeniowy	Składowa oceny końcowej	kolokwium pisemne	60.0%	40.0%	ćwiczenia laboratoryjne	60.0%	60.0%
	Sposób oceniania (składowe)	Próg zaliczeniowy	Składowa oceny końcowej									
	kolokwium pisemne	60.0%	40.0%									
ćwiczenia laboratoryjne	60.0%	60.0%										
Zalecana lista lektur	Podstawowa lista lektur	<p>Chaffey, D., Hemphill, T., &amp; Edmundson-Bird, D. (2019). Digital business and e-commerce management. Pearson Uk. Elgar, E. (2007). The digital business ecosystem. Edwar Elgar Publishing Limited. Palmié, M., Miehé, L., Oghazi, P., Parida, V., &amp;</p> <p>Laudon K.C., Traver C.G. (2014) E-commerce Business, technology, society. Pearson 2014.</p>										
	Uzupełniająca lista lektur	<p>Wirtz, B. W. (2024). Digital business and electronic commerce: Strategy, business models and technology. Springer Nature.</p> <p>Wincent, J. (2022). The evolution of the digital service ecosystem and digital business model innovation in retail: The emergence of meta-ecosystems and the value of physical interactions. Technological Forecasting and Social Change, 121496.</p> <p>Weill, P., &amp; Woerner, S. (2018). What's your digital business model?: six questions to help you build the next-generation enterprise. Harvard Business Press</p>										
	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.