POLITECHNIKA GDAŃSKA

Karta przedmiotu

Nazwa i kod przedmiotu	Cyfrowy biznes, PG_00073986		
Kierunek studiów	Analityka gospodarcza		
Data rozpoczęcia studiów	październik 2024 r.	Rok akademicki realizacji przedmiotu	2026/2027
Poziom kształcenia	I stopnia - licencjackie	Grupa zajęć	Grupa zajęć fakultatywnych Grupa zajęć powiązanych z prowadzonymi badaniami naukowymi w dziedzinie nauki związanej z kierunkiem - profil ogólnoakademicki
Forma studiów	niestacjonarne	Sposób realizacji	na uczelni
Rok studiów	3	Język wykładowy	polski
Semestr studiów	6	Liczba punktów ECTS	6.0
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		

Formy zajęć

Forma zajęć	Wykład	Ćwiczenia	Laboratorium	Projekt	Seminarium	RAZEM
Liczba godzin zajęć	16.0	16.0	0.0	0.0	0.0	32
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	32	6.0	112.0	150

Cel przedmiotu

Przygotowanie studentów do analizowania rynków cyfrowych, projektowania i weryfikowania modeli biznesowych oraz oceny efektywności przedsięwzięć cyfrowych na bazie wiedzy z zakresu gospodarki cyfrowej, innowacji, przedsiębiorczości, modeli biznesowych, analityki danych i uwarunkowań prawnych działalności cyfrowej, a także kształtowanie postaw związanych z krytyczną oceną własnej wiedzy i gotowością do jej uzupełniania opiniami ekspertów zewnętrznych w kontekście tworzenia i rozwoju przedsięwzięć cyfrowych.

Efekty uczenia się przedmiotu

Efekt kierunkowy	Efekt z przedmiotu	Sposób weryfikacji i oceny efektu
[K6_W04] posiada zaawansowaną wiedzę na temat zasad kreatywnego i przedsiębiorczego działania, obejmującą identyfikowanie i rozwiązywanie innowacyjnych pomysłów z uwzględnieniem wymogów ochrony praw autorskich.	Zna i rozumie zasady kreatywnego i przedsiębiorczego działania, w tym sposoby identyfikowania i rozwijania innowacyjnych pomysłów, projektowania modeli biznesowych i modeli przychodów oraz zasady ochrony praw autorskich i własności intelektualnej, w kontekście tworzenia i rozwoju przedsięwzięć cyfrowych.	[SW1] Ocena wiedzy faktograficznej [SW2] Ocena wiedzy zawartej w prezentacji [SW3] Ocena wiedzy zawartej w opracowaniu tekstowym i projektowym
[K6_K03] ocenia krytycznie posiadaną wiedzę niezbędną do rozwiązania problemów poznawczych i praktycznych, uzupełniając jej braki opiniami ekspertów zewnętrznych	Jest gotów do krytycznej oceny posiadanej wiedzy niezbędnej do rozwiązywania problemów poznawczych i praktycznych związanych z cyfrowym biznesem, w szczególności poprzez identyfikowanie luk we własnej wiedzy, konfrontowanie własnych założeń z opiniami ekspertów zewnętrznych oraz uwzględnianie tych opinii w ocenie przedsięwzięć cyfrowych.	[SK1] Ocena umiejętności pracy w grupie [SK5] Ocena umiejętności rozwiązywania problemów występujących w praktyce

Treści przedmiotu

Treści przedmiotu - wykład

1. Gospodarka cyfrowa – nowe zasady konkurowania i tworzenia wartości
2. Rynki cyfrowe I – jak handlują ze sobą firmy i konsumenci (B2C, B2B)
3. Rynki cyfrowe II – platformy współdzielenia, e-administracja i handel bez granic
4. Innowacje cyfrowe i metody kreatywne – jak systematycznie generować i oceniać pomysły biznesowe
5. Modele biznesowe i modele przychodów – na czym zarabiają firmy internetowe
6. Lean startup – jak zweryfikować pomysł, zanim pochłonie budżet
7. Dane i eksperymenty – jak mierzyć skuteczność i podejmować decyzje na podstawie danych
8. Obecność online I – sklep, marketplace czy aplikacja: wybór kanałów sprzedaży
9. Obecność online II – ścieżka klienta od koszyka do dostawy
10. Marketing cyfrowy I – jak skutecznie pozyskiwać ruch i klientów
11. Marketing cyfrowy II – jak budować relacje i lojalność klientów
12. Zastosowanie AI w biznesie cyfrowym – analiza, prognozy i rekomendacje wspierające decyzje
13. Jak rozpocząć własny biznes cyfrowy – od oceny wykonalności do rejestracji firmy
14. Finansowanie, skalowanie i ekosystem startupowy – perspektywa praktyka i inwestora
15. Prawo w biznesie cyfrowym – granice działalności online: dane, platformy, AI i prawa autorskie

Treści przedmiotu - ćwiczenia

Moduł 1. Analiza rynku cyfrowego – popyt, segmentacja, CX, analiza konkurencji

Moduł 2. Model biznesowy – analiza produktu, USP, propozycja wartości, model przychodów

Moduł 3. Kanały sprzedaży i pomiar – strategia kanałów, analiza kanałów, GA4, Tag Manager, lejek konwersji

Moduł 4. Klient – CAC, LTV, segmentacja RFM, testy A/B, prognoza popytu

Moduł 5. Wykonalność – ocena wykonalności, podsumowanie

Wymagania wstępne i dodatkowe

Sposoby i kryteria oceniania osiąganych efektów uczenia się

Sposób oceniania (składowe)	Próg zaliczeniowy	Składowa oceny końcowej
test zaliczeniowy z wykładów	60.0%	40.0%
ćwiczenia praktyczne	60.0%	60.0%

Zalecana lista lektur

Podstawowa lista lektur

- Chaffey D., Hemphill T., Edmundson-Bird D., Digital Business and E-Commerce Management, 7th ed., Pearson 2019
- Laudon K.C., Traver C.G., E-commerce 2023–2024: Business, Technology, Society, 18th ed., Pearson 2023
- Śledziewska K., Włoch R., Gospodarka cyfrowa. Jak nowe technologie zmieniają świat, Wydawnictwa Uniwersytetu Warszawskiego 2020

	Uzupełniająca lista lektur	• Gregor B., Kalińska-Kula M., Handel internetowy. Perspektywa e-konsumenta, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego 2020 • Agrawal A., Gans J., Goldfarb A., Power and Prediction: The Disruptive Economics of Artificial Intelligence, Harvard Business Review Press 2022 • Iansiti M., Lakhani K.R., Competing in the Age of AI, Harvard Business Review Press 2020 • Kohavi R., Tang D., Xu Y., Trustworthy Online Controlled Experiments: A Practical Guide to A/B Testing, Cambridge University Press 2020 • Edmondson M., Google Analytics od podstaw. Analiza wpływu biznesowego i wyznaczanie trendów, Helion 2023 • Chaffey D., Ellis-Chadwick F., Digital Marketing, 8th ed., Pearson 2022 • Kotler Ph., Kartajaya H., Setiawan I., Marketing 5.0. Technologie Next Tech, MT Biznes 2021 • Parker G.G., Van Alstyne M.W., Choudary S.P., Platform Revolution: How Networked Markets Are Transforming the Economy, W.W. Norton 2016 • Wirtz B.W., Digital Business and Electronic Commerce: Strategy, Business Models and Technology, 2nd ed., Springer 2024
	Adresy eZasobów	
Przykładowe zagadnienia/ przykładowe pytania/ realizowane zadania	1. Zbadaj popyt na wybraną kategorię produktów i wskaż segment klientów z niezaspokojoną potrzebą. 2. Sformułuj unikalną propozycję wartości (USP) produktu i dobierz do niej model przychodów. 3. Przeanalizuj lejek konwersji w GA4: ustal, na którym etapie klienci rezygnują z zakupu i który kanał sprzedaje najlepiej. 4. Oblicz CAC i LTV dla kanałów pozyskania i oceń, który z nich się opłaca. 5. Oceń wykonalność przedsięwzięcia	
Zajęcia praktyczne w ramach przedmiotu	Nie dotyczy	

Dokument wygenerowany elektronicznie. Nie wymaga pieczęci ani podpisu.