

Nazwa przedmiotu		Strategie e-biznesu					Kod ECTS	14.3.E.SZ.2932				
							Pkt.ECTS	5				
Jednostka prowadząca przedmiot		ITiHM	Nazwa kierunku		Ekonomia		Nazwa specjalności		EC;			
Nazwisko prowadzącego		dr Olga Dębicka, mgr Michał Żynda										
Forma zajęć/Liczba godzin												
Wykład	15	Ćwiczenia	15	Konwersatoria	0	Laboratoria komputerowe	0	Seminaria	0	Lektoraty	0	
Forma aktywności						Rok i rodzaj studiów:		1 SS2,				
Godziny z udziałem nauczyciela akademickiego (w tym konsultacje, egzaminy i inne):				60		Semestr:		1,				
Godziny bez udziału nauczyciela akademickiego (samodzielna praca studenta):				40		Status przedmiotu:		Obligatoryjny				
Sumaryczna liczba godzin:				100		Język wykładowy:		polski				
Sposób realizacji zajęć		Zajęcia w sali dydaktycznej.										
Metody dydaktyczne		Wykłady z prezentacjami multimedialnymi, Praca w laboratorium komputerowym, Aktywność w grupach, współpraca, Studia przypadków,										
Określenie przedmiotów wprowadzających wraz z wymogami wstępnymi												
Wymagania formalne		Brak.										
Wymagania wstępne		Podstawowa wiedza z zakresu technologii informacyjnych.										
Sposób i forma zaliczenia oraz kryteria oceny												
Sposób zaliczenia		Egzamin										
Kryteria oceny		<p>Egzamin ustny: student odpowiada na 3 wylosowane pytania.</p> <p>Ocena z egzaminu jest uzależniona od uzyskanego przez studenta wyniku procentowego wg. następującej skali: 91% i powyżej - bardzo dobry; 81-90% - dobry plus; 71-80% - dobry; 61-70% - dostateczny plus; 51-60% - dostateczny; 50% i mniej - niedostateczny.</p> <p>Ocena zaliczeniowa z ćwiczeń jest ustalana jako średnia arytmetyczna ocen cząstkowych otrzymywanych przez studenta podczas zajęć za wykonywanie poszczególnych zadań.</p>										
Cele przedmiotu												
Celem przedmiotu jest przedstawienie studentom możliwości wykorzystania Internetu w powadzeniu działalności gospodarczej. Student zapozna się między innymi z różnymi modelami e-biznesu.												
Efekty uczenia się												
Wiedza		E2_W08	Student zdobędzie wiedzę w zakresie zastosowania modeli e-biznesu w działalności przedsiębiorstw.									
		E2_W11	Student będzie umiał zaplanować model biznesowy przedsięwzięcia uwzględniającego zastosowanie technologii internetowych									
Weryfikacja efektów uczenia się - Wiedza												
Efekty		egzamin pisemny	egzamin ustny	kolokwium	esej/referat /portfolio	zadania / prace domowe	prezentacja indywidualna	prezentacja grupowa	aktywność na zajęciach	udział w dyskusji	projekt indywidualny	projekt grupowy
E2_W08			X						X			
E2_W11												X
Umiejętności		E2_U02	Student potrafi przedstawić aktualną sytuację w zakresie rozwoju określonych obszarów e-biznesu									
		E2_U06	Student powinien wykazać się umiejętnością w zakresie proponowania zastosowania różnorodnych modeli e-biznesowych w działalności przedsiębiorstw.									
		E2_U09	Student konstruuje projekt funkcjonowania przedsięwzięcia z zakresu e-biznesu.									
		E2_U10	Student dokonuje prezentacji zaproponowanego przedsięwzięcia biznesowego.									

Weryfikacja efektów uczenia się - Umiejętności

Efekty	egzamin pisemny	egzamin ustny	kolokwium	esej/referat /portfolio	zadania / prace domowe	prezentacja indywidualna	prezentacja grupowa	aktywność na zajęciach	udział w dyskusji	projekt indywidualny	projekt grupowy
E2_U02		X							X		
E2_U06									X		
E2_U09									X		X
E2_U10									X		X
Kompetencje	E2_K01	Uwzględniając dynamiczne zmiany w technologiach internetowych i ich efekty dla funkcjonowania przedsiębiorstw, student rozumie potrzebę nieustannego pogłębiania wiedzy w tym zakresie.									
	E2_K02	Sprawność komunikowania się i pracy w grupie niezbędna dla opracowania pomysłu na model e-biznesu.									
	E2_K06	Wykorzystując zdobytą wiedzę, angażuje się w opracowanie projektów grupowych, w zakresie propozycji nowych rozwiązań i przedsięwzięć z e-biznesu.									

Weryfikacja efektów uczenia się - Kompetencje

Efekty	egzamin pisemny	egzamin ustny	kolokwium	esej/referat /portfolio	zadania / prace domowe	prezentacja indywidualna	prezentacja grupowa	aktywność na zajęciach	udział w dyskusji	projekt indywidualny	projekt grupowy
E2_K01									X		
E2_K02									X		X
E2_K06									X		X

Treści programowe
Wykłady:

- Strategia a model biznesu (pojęcia strategii i modelu biznesu; otoczenie, ocena i perspektywy modelu biznesu)
- Proces projektowania modelu biznesowego i modele e-biznesu
- Strategia obecności w mediach społecznościowych
- Przygotowanie przedsiębiorstwa do działalności internetowej
- Strategie pozycjonowania nastawione na wzrost sprzedaży
- Monitoring publikowanych treści oraz ochrona wizerunku firm i osób prywatnych
- Budowa strategii i planów marketingowych w Internecie

Ćwiczenia:

- Proces projektowania modelu biznesowego
- Analiza modeli biznesowych wybranych przedsiębiorstw
- Rozwijanie zdolności adaptacyjnych (od rozpowszechniania treści online do rozpowszechniania kompetencji)
- Pozytywne efekty sieciowe w internecie dzięki Web
- Komunikacja biznesowa z e-klientem
- Innowacje w e-biznesie

Wykaz literatury podstawowej i uzupełniającej
Literatura podstawowa:

1. M. Haig, *Błyskotliwość to za mało! Dlaczego jeszcze nie masz strategii e-biznesu?*, One Pres, 2006
2. A. Osterwalder, Y. Pigneur, *Tworzenie modeli biznesowych. Podręcznik wizjonera*, One Press 2012

Literatura uzupełniająca:



1. M. Dutko, *E-biznes. Poradnik praktyka. Wydania II*, One Press 2013
2. O. Dębicka, A. Borodo, *Wykorzystanie modelu SaaS w budowie sklepów internetowych w Polsce*, Wyzwania społeczeństwa informacyjnego, Uniwersytet Gdański. Instytut Transportu i Handlu Morskiego, 2015.
3. O. Dębicka, *The value of social media in marketing*, [w:] Contemporary issues in economy : after the crisis?, Polish Economic Society. Branch in Toruń, 2011
4. O. Dębicka, *Business value of electronic commerce*, [w:] *Development and functioning of enterprises in global and changing environment* / ed. by Jerzy Kujawa, Olga Dębicka, The Foundation for the Development of Gdańsk University, Gdańsk 2010

Kontakt

olga.debicka@ug.edu.pl, m.zynda@ug.edu.pl,