**Nazwa przedmiotu:**

Modele biznesowe gospodarki cyfrowej

**Koordynator przedmiotu:**

dr Andrzej Wodecki

**Status przedmiotu:**

Obowiązkowy

**Poziom kształcenia:**

Studia II stopnia

**Program:**

Zarządzanie i Inżynieria Produkcji

**Grupa przedmiotów:**

Specjalność: Innowatyka i Zarządzanie rozwojem

**Kod przedmiotu:**

-

**Semestr nominalny:**

2 / rok ak. 2017/2018

**Liczba punktów ECTS:**

2

**Liczba godzin pracy studenta związanych z osiągnięciem efektów uczenia się:**

60h: 15h (laboratorium) + 15h (projekt) + 5h (konsultacje) + 5h (studia literaturowe) + 10h (przygotowanie do laboratorium) + 10h (przygotowanie do projektu)

**Liczba punktów ECTS na zajęciach wymagających bezpośredniego udziału nauczycieli akademickich:**

1 ECTS: 15h (laboratorium) + 15h (projekt) + 5h (konsultacje)

**Język prowadzenia zajęć:**

polski

**Liczba punktów ECTS, którą student uzyskuje w ramach zajęć o charakterze praktycznym:**

2 ECTS: 15h (laboratorium) + 15h (projekt) + 5h (konsultacje) + 5h (studia literaturowe) + 10h (przygotowanie do laboratorium) + 10h (przygotowanie do projektu)

**Formy zajęć i ich wymiar w semestrze:**

|  |  |
| --- | --- |
| Wykład:  | 0h |
| Ćwiczenia:  | 15h |
| Laboratorium:  | 0h |
| Projekt:  | 15h |
| Lekcje komputerowe:  | 0h |

**Wymagania wstępne:**

-

**Limit liczby studentów:**

- od 25 osób do limitu miejsc w sali laboratoryjnej (ćwiczenia, projekt)

**Cel przedmiotu:**

Przekazanie wiedzy i wykształcenie umiejętności w zakresie projektowania i wdrożeń efektywnych modeli biznesu gospodarki cyfrowej

**Treści kształcenia:**

Laboratorium:
1. Pomysł na biznes, czyli dlaczego od samego początku trzeba zaangażować klienta?
 a. Źródła pomysłów
 b. Walidacja pomysłu (informacje on-line, wywiady z klientami)
 c. Makieta niskiej jakości jako narzędzie komunikacji idei pomysłu
2. Strategia monetyzacji, czyli jak zarobić na pomyśle?
 a. Modele przychodów aplikacji mobilnych i serwisów internetowych
 b. Techniki płatności
 c. Najważniejsze metody obliczania rentowności przedsięwzięcia
3. Prototyping, czyli jak stworzyć makietę wysokiej jakości?
 a. Najlepsze praktyki projektowania doświadczenia użytkownika (UX)
 b. Proste i złożone narzędzia wspomagające tworzenie makiet aplikacji mobilnych i internetowych
 c. Strategie badań UX na różnych etapach projektowania aplikacji
4. Marketing i sprzedaż, czyli jak wprowadzić produkt na rynek?
 a. Strategie i techniki marketingu internetowego
 b. Metody pomiaru efektywności kampanii oraz monitoringu zachowań użytkowników
 c. Zarządzanie relacjami z użytkownikiem: metody i systemy CRM/helpdesk
5. Prezentacja dla inwestora, czyli jak spowodować, by uwierzył w biznes i zaangażował się w jego realizację
 a. Możliwe źródła finansowania pomysłu
 b. Punkt widzenia inwestora
 c. Najlepsze praktyki i struktura prezentacji inwestorskiej
Projekt: Realizacja projektu grupowego (model biznesu firmy internetowej) w oparciu o wiedzę pozyskaną na Laboratorium

**Metody oceny:**

A. Laboratorium:
1. Ocena formatywna: projekt, prezentacja
2. Ocena sumatywna : oceny projektu i prezentacji
B. Projekt:
1. Ocena formatywna: projekt, prezentacja
2. Ocena sumatywna : oceny projektu i prezentacji
C. Końcowa ocena z przedmiotu:
Suma ważona ocen projektu (50%) i prezentacji (50%)

**Egzamin:**

nie

**Literatura:**

Obowiązkowa: materiały z zajęć
Uzupełniająca:
(red. M. Dutko) Biblia e-biznesu 2. Nowy Testament, Helion 2016

**Witryna www przedmiotu:**

www.electurer.edu.pl

**Uwagi:**

-

## Efekty przedmiotowe