**Nazwa przedmiotu:**

Nowe ekonomiki w gospodarce cyfrowej

**Koordynator przedmiotu:**

dr inż. Artur Gąsiorkiewicz

**Status przedmiotu:**

Obowiązkowy

**Poziom kształcenia:**

Studia II stopnia

**Program:**

Zarządzanie

**Grupa przedmiotów:**

Specjalność: Zarządzanie ekosystemem przedsiębiorczości

**Kod przedmiotu:**

-

**Semestr nominalny:**

2 / rok ak. 2017/2018

**Liczba punktów ECTS:**

1

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

30h: 15h (wykład) + 2h (konsultacje) + 8h (studia literaturowe) + 5h (przygotowanie eseju)

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

0,6 ECTS: 15h (wykład) + 2h (konsultacje)

**Język prowadzenia zajęć:**

polski

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

0,2 ECTS: 5h (przygotowanie eseju)

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

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

**Wymagania wstępne:**

znajomość podstaw ekonomii

**Limit liczby studentów:**

- od 25 osób do limitu miejsc w sali audytoryjnej (wykład)

**Cel przedmiotu:**

Celem przedmiotu jest, aby student, po uczestnictwie w nim znał i rozumiał zmiany ekonomiczne zachodzące na skutek cyfryzacji gospodarki.

**Treści kształcenia:**

 Wykład:
1. Cyfryzacja gospodarki a ekonomia
2. Koncepcja „The Long Tail” Ch. Andersona vs. zasada Pareto
3. Ekonomika współdzielenia
4. Ekonomika mobilna (mobile economy)
5. Ekonomika informacji i wiedzy
6. Cognitive computing w gospodarce cyfrowej
7. Cyfryzacja finansów – FinTech 2.0
8. Koncepcja Industry 4.0
9. Cyfryzacja a rynek pracy
10. Transformacja marketingu do marketingu 4.0
11. Efektywnościowe formy pośrednictwa handlowego
12. Ekonomika reputacji i odpowiedzialności
13. Koncepcja gospodarki nieformalnej
14. Prezentacje zaliczeniowe (1)
15. Prezentacje zaliczeniowe (2)

**Metody oceny:**

A. Wykład:
Ocena formatywna:
ocena zaangażowania studentów w dyskusję podczas wykładów.
Ocena sumatywna:
Esej zaliczeniowy na wybrany temat. Ocena z prezentacji eseju w za-kresie 2-5. Wymagane jest uzyskanie oceny >=3. Ocena z eseju jest oceną z wykładu.
B. Końcowa ocena z przedmiotu:
Ocena z wykładu jest oceną końcową z przedmiotu.

**Egzamin:**

nie

**Literatura:**

Obowiązkowa:
1. Anderson Ch. – „Długi ogon”, Media Rodzina 2008
2. Grudzewski W. M., Hejduk I. K., Sankowska A., Wańtucho-wicz M. – „Sustainability w biznesie czyli przedsiębiorstwo przyszłości”, Poltext 2010
3. Kotler Ph., Kartajaya H., Setiawan I. – „Marketing 4.0”, MT Biznes 2017
Uzupełniająca:
1. Accenture.com – „Amplify You – Technology for People”, https://www.accenture.com/us-en/insight-disruptive-technology-trends-2017
2. Rosa G., Perenc J., Ostrowska I. (red.) – „Marketing przyszło-ści”, Wydawnictwo C.H. Beck 2016
3. Zybertowicz A., et al. – „Samobójstwo oświecenia?”, Wydawnictwo Kasper 2015

**Witryna www przedmiotu:**

www.electurer.edu.pl

**Uwagi:**

-

## Efekty przedmiotowe