**Nazwa przedmiotu:**

Trendy konsumenckie w gospodarce cyfrowej

**Koordynator przedmiotu:**

dr Czerwiński Bogumił

**Status przedmiotu:**

Obowiązkowy

**Poziom kształcenia:**

Studia I stopnia

**Program:**

Inżynieria Zarządzania

**Grupa przedmiotów:**

Specjalność: Przedsiębiorczość technologiczna

**Kod przedmiotu:**

-

**Semestr nominalny:**

5 / rok ak. 2019/2020

**Liczba punktów ECTS:**

2

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

2 ECTS
15h wykład + 15h ćwiczenia + 2h konsultacje + 5h zadanie ćwiczeniowe + 5h przygotowanie teoretyczne do ćwiczeń + 8h przygotowanie do kolokwium = 50h

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

1,2 ECTS:
15h wykład + 15h ćwiczenia + 2h konsultacje = 32h

**Język prowadzenia zajęć:**

polski

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

2,4 ECTS
15h ćwiczenia + 2h konsultacje + 5h zadanie ćwiczeniowe + 5h przygotowanie teoretyczne do ćwiczeń + 8h przygotowanie do kolokwium = 35h

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

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

**Wymagania wstępne:**

Podstawy marketingu, Podstawy informatyki

**Limit liczby studentów:**

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

**Cel przedmiotu:**

Celem przedmiotu jest, aby po jego zaliczeniu student posiadał podstawową wiedzę z zakresu identyfikowania trendów i wykorzystywania wiedzy w tym zakresie w praktycznym funkcjonowaniu podmiotów rynkowych działających w gospodarce cyfrowej.

**Treści kształcenia:**

A. Wykład:
1. Istota modeli biznesowych gospodarki cyfrowej.
2. Wpływ wirtualizacji działalności gospodarczej na rozwój modeli biznesowych gospodarki cyfrowej.
3. Wpływ nowych technologii informacyjnych na relacje konsument – usługodawca.
4. Zmiany na rynku globalnym wynikające z rozwoju modeli biznesu gospodarki cyfrowej.
5. Innowacyjność jako czynnik rozwoju modeli biznesowych gospodarki cyfrowej.
6. Relacje między podmiotami rynku elektronicznego.
7. Modele biznesowe gospodarki cyfrowej na rynku B2C.
8. Charakterystyka e-usług
9. Budowa i realizacja strategii przedsiębiorstwa na rynku elektronicznym.
10. Ochrona konsumenta na rynku e-usług
B. Ćwiczenia:
1. Wpływ nowych technologii informacyjnych na relacje konsument – usługodawca.
2. Innowacyjność jako czynnik rozwoju modeli biznesowych gospodarki cyfrowej.
3. Relacje między podmiotami rynku elektronicznego.
4. Modele biznesowe gospodarki cyfrowej na rynku B2C.
5. Charakterystyka e-usług
6. Budowa i realizacja strategii przedsiębiorstwa na rynku elektronicznym.
7. Ochrona konsumenta na rynku e-usług.
8. Prezentacja trendów konsumenckich na przykładzie wybranej branży
9. Wykorzystanie trendów konsumenckich w gospodarce cyfrowej w działalności wybranego podmiotu.
10. Projektowanie działań marketingowych w gospodarce cyfrowej na podstawie wybranego podmiotu.

**Metody oceny:**

A. Wykład:
1.Ocena formatywna: ocena zaangażowania studentów w dyskusję podczas wykładów.
2.Ocena sumatywna: przeprowadzenie zaliczenia pisemnego, do zaliczenia wykładu wymagane jest uzyskanie oceny >=3.
B. Ćwiczenia:
1. Ocena formatywna: ocena poprawności realizowanego przez studentów projektu, ocena podejścia studentów do przedmiotu w trakcie zajęć
2. Ocena sumatywna: oceniany jest projekt dotyczący analizy trendów w gospodarce cyfrowej. Ocena zawiera się w zakresie 2-5; do zaliczenia wymagane jest uzyskanie oceny >=3.
E. Końcowa ocena z przedmiotu:
Przedmiot uznaje się za zaliczony jeśli zarówno ocena z ćwiczeń jak i z zaliczenia pisemnego >=3; ocena z przedmiotu jest obliczana zgodnie z formułą: 0,6 \* ocena z zaliczenia + 0,4 \* ocena z ćwiczeń.

**Egzamin:**

nie

**Literatura:**

Obowiązkowa:
1. Borcuch A. 2010. Cyfrowe społeczeństwo w elektronicznej gospodarce. Warszawa: Wydawnictwo CeDeWu.
2. Mazurek G., 2019. Transformacja cyfrowa perspektywa marketingu. Warszawa: Wydawnictwo: Wydawnictwo Naukowe PWN.
3. Szopiński T., 2012. E-konsument na rynku usług. Warszawa: Wydawnictwo CeDeWu.
Uzupełniająca:
1. Gonciarski W. (red.), 2010. Zarządzanie w warunkach gospodarki cyfrowej. Warszawa: Wojskowa Akademia Techniczna.
2. Szpringer W., 2012. Innowacyjne modele e-biznesu. Aspekty instytucjonalne. Warszawa: Wydawnictwo Difin.
3. Żurak-Owczarek C., 2013. E-biznes w wymiarze globalnym i lokalnym. Łódź: Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego.

**Witryna www przedmiotu:**

www.olaf.wz.pw.edu.pl

**Uwagi:**

-

## Efekty przedmiotowe

### Profil ogólnoakademicki - wiedza

**Efekt I1\_W02:**

Absolwent zna teorie oraz ogólną metodologię badań w zakresie inżynierii produkcji, ze szczególnym uwzględnieniem zastosowań technologii produkcyjnych.

Weryfikacja:

Realizacja projektu końcowego.

**Powiązane efekty kierunkowe:**

**Powiązane efekty obszarowe:**

**Efekt I1\_W09:**

Absolwent zna teorie oraz ogólną metodologię badań w zakresie zastosowań narzędzi informatycznych w zarządzaniu i produkcji, ze szczególnym uwzględnieniem działań podejmowanych w środowisku intra i internetowym.

Weryfikacja:

Zaliczenie wszystkich składowych jednostek zajęciowych.

**Powiązane efekty kierunkowe:**

**Powiązane efekty obszarowe:**

### Profil ogólnoakademicki - umiejętności

**Efekt I1\_U07:**

Absolwent potrafi analizować i prognozować procesy i zjawiska społeczne z wykorzystaniem standardowych metod i narzędzi wykorzystywanych w inżynierii produkcji, w tym również narzędzi IT.

Weryfikacja:

Zaliczenie wszystkich składowych jednostek zajęciowych, realizacja projektu końcowego.

**Powiązane efekty kierunkowe:**

**Powiązane efekty obszarowe:**

**Efekt I1\_U13:**

Absolwent potrafi przy identyfikacji i formułowaniu specyfikacji zadań oraz ich rozwiązywaniu: dobierać i wykorzystywać właściwe metody i narzędzia wspomagające oraz dokonywać oceny opłacalności ekonomicznej wdrożenia tych rozwiązań.

Weryfikacja:

Realizacja projektu końcowego

**Powiązane efekty kierunkowe:**

**Powiązane efekty obszarowe:**

### Profil ogólnoakademicki - kompetencje społeczne

**Efekt I1\_K02:**

Absolwent jest gotów do uznawania znaczenia wiedzy w rozwiązywaniu problemów poznawczych i praktycznych.

Weryfikacja:

Zaliczenie wszystkich składowych jednostek zajęciowych, realizacja projektu końcowego

**Powiązane efekty kierunkowe:**

**Powiązane efekty obszarowe:**