**Nazwa przedmiotu:**

Modele biznesowe gospodarki cyfrowej

**Koordynator przedmiotu:**

dr hab. Andrzej Wodecki

**Status przedmiotu:**

Obowiązkowy

**Poziom kształcenia:**

Studia II stopnia

**Program:**

Inżynieria Zarządzania

**Grupa przedmiotów:**

Specjalność: Innowatyka i Zarządzanie rozwojem

**Kod przedmiotu:**

-

**Semestr nominalny:**

2 / rok ak. 2020/2021

**Liczba punktów ECTS:**

2

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

2 ECTS:
15h ćwiczenia + 20h projekt + 5h konsultacje + 5h studia literaturowe + 5h przygotowanie do ćwiczeń + 10h przygotowanie do projektu = 60h

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

1,33 ECTS:
15h ćwiczenia + 20h projekt + 5h konsultacje = 40h

**Język prowadzenia zajęć:**

polski

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

2 ECTS:
15h ćwiczenia + 20h projekt + 5h konsultacje + 5h studia literaturowe + 5h przygotowanie do ćwiczeń + 10h przygotowanie do projektu = 60h

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

|  |  |
| --- | --- |
| Wykład:  | 0h |
| Ćwiczenia:  | 15h |
| Laboratorium:  | 0h |
| Projekt:  | 20h |
| Lekcje komputerowe:  | 0h |

**Wymagania wstępne:**

Podstawowa znajomość obsługi Internetu

**Limit liczby studentów:**

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

**Cel przedmiotu:**

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

**Treści kształcenia:**

B. Ćwiczenia:
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
D. Projekt: Realizacja projektu grupowego (model biznesu firmy internetowej) w oparciu o wiedzę pozyskaną na Laboratorium

**Metody oceny:**

B. Ćwiczenia:
1. Ocena formatywna: projekt, prezentacja
2. Ocena sumatywna : oceny projektu i prezentacji
D. Projekt:
1. Ocena formatywna: projekt, prezentacja
2. Ocena sumatywna : oceny projektu i prezentacji
E. Końcowa ocena z przedmiotu:
Suma ważona ocen projektu (80%) i prezentacji (20%)

**Egzamin:**

nie

**Literatura:**

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

**Witryna www przedmiotu:**

www.olaf.wz.pw.edu.pl

**Uwagi:**

-

## Efekty przedmiotowe

### Profil ogólnoakademicki - wiedza

**Efekt I2\_W04:**

Student zna i rozumie procesy projektowania, wprowadzania na rynek i osiągania dojrzałości rynkowej firm działających w gospodarce cyfrowej

Weryfikacja:

Ocena projektu grupowego

**Powiązane efekty kierunkowe:**

**Powiązane efekty obszarowe:**

**Efekt I2\_W09:**

Student zna i rozumie główne trendy w obszarze tworzenia innowacyjnych modeli biznesu w gospodarce cyfrowej

Weryfikacja:

Ocena projektu grupowego

**Powiązane efekty kierunkowe:**

**Powiązane efekty obszarowe:**

### Profil ogólnoakademicki - umiejętności

**Efekt I2\_U04:**

Student potrafi zaprojektować innowacyjny model biznesu elektronicznego, by zmaksymalizować szanse jego sukcesu rynkowego

Weryfikacja:

Ocena projektu grupowego

**Powiązane efekty kierunkowe:**

**Powiązane efekty obszarowe:**

**Efekt I2\_U18:**

Student potrafi zaprojektować proces wdrożenia modelu biznesu elektronicznego

Weryfikacja:

Ocena projektu grupowego

**Powiązane efekty kierunkowe:**

**Powiązane efekty obszarowe:**

### Profil ogólnoakademicki - kompetencje społeczne

**Efekt I2\_K02:**

Student jest gotów do ciągłej identyfikacji najlepszych źródeł wiedzy niezbędnych do efektywnego wdrażania innowacyjnych strategii w gospodarce cyfrowej

Weryfikacja:

Ocena projektu grupowego

**Powiązane efekty kierunkowe:**

**Powiązane efekty obszarowe:**

**Efekt I2\_K05:**

Student jest gotów do myślenia w sposób przedsiębiorczy, zorientowany na potrzeby klientów i użytkowników końcowych

Weryfikacja:

Ocena projektu grupowego

**Powiązane efekty kierunkowe:**

**Powiązane efekty obszarowe:**