**Nazwa przedmiotu:**

Podstawy e-biznesu

**Koordynator przedmiotu:**

dr inż. Artur Gąsiorkiewicz

**Status przedmiotu:**

Obowiązkowy

**Poziom kształcenia:**

Studia II stopnia

**Program:**

Inżynieria Zarządzania

**Grupa przedmiotów:**

kierunkowe

**Kod przedmiotu:**

-

**Semestr nominalny:**

1 / rok ak. 2020/2021

**Liczba punktów ECTS:**

2

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

2 ECTS
10h wykład + 10h zajęcia ćwiczeniowe + 4h konsultacje + 10h studia literaturowe + 16h wykonanie zadań ćwiczeniowych = 50h

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

0,96 ECTS
10h wykład + 10h zajęcia ćwiczeniowe + 4h konsultacje = 24h

**Język prowadzenia zajęć:**

polski

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

1,60 ECTS
 10h zajęcia ćwiczeniowe + 4h konsultacje + 10h studia literaturowe + 16h wykonanie zadań ćwiczeniowych = 40h

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

|  |  |
| --- | --- |
| Wykład:  | 10h |
| Ćwiczenia:  | 10h |
| Laboratorium:  | 0h |
| Projekt:  | 0h |
| Lekcje komputerowe:  | 0h |

**Wymagania wstępne:**

-

**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 student, po uczestnictwie w nim:
• rozumiał problematykę cyfryzacji gospodarki i transformacji cyfrowej przedsiębiorstw oraz ich wpływ na modele biznesu;
• znał koncepcje, metody i narzędzia zarządzania przedsięwzięciami e-biznesu;
• potrafił analizować złożone modele biznesowe przedsięwzięć e-biznesu.

**Treści kształcenia:**

A. Wykład:
1. Podstawowe pojęcia e-biznesu i handlu elektronicznego
2. Ekosystem gospodarki cyfrowej, infrastruktura i technologie e-biznesu
3. Rynek cyfrowy – stan obecny, perspektywy, regulacje
4. Strategie e-biznesu
5. Zarządzanie łańcuchem dostaw
6. E-zaopatrzenie (e-procurement)
7. Marketing cyfrowy
8. Zarządzanie relacjami z klientami
9. Transformacja cyfrowa przedsiębiorstw, zarządzanie zmianą
10. Projektowanie, wdrażanie i usprawnianie działania usług e-biznesu
B. Ćwiczenia:
1. Analiza wybranych modeli e-biznesu – cz. 1
2. Analiza wybranych modeli e-biznesu – cz. 2
3. Analiza rynku dla wybranych modeli e-biznesu
4. Wprowadzenie co zadania ćwiczeniowego nr 1: Charakterystyka modelu biznesowego
5. Analiza wybranych rozwiązań infrastrukturalnych e-biznesu
6. Analiza strategiczna e-biznesu
7. Wprowadzenie co zadania ćwiczeniowego nr 2: Strategia e-biznesu
8. Prezentacja zadania ćwiczeniowego nr 1
9. Planowanie łańcucha dostaw
10. Analiza wybranych rozwiązań e-biznesu z grupy B2B
11. Marketing cyfrowy i zarządzanie relacjami z klientami w e-biznesie
12. Zarządzanie zmianą w e-biznesie
13. Wybrane zadania z zakresu projektowania, wdrażania i usprawniania działania usług e-biznesu
14. Prezentacja zadania ćwiczeniowego nr 2
15. Omówienie wykonanych zadań i podsumowanie zajęć

**Metody oceny:**

A. Wykład:
1.Ocena formatywna: Ocena zaangażowania słuchacza podczas wykładu.
2.Ocena sumatywna: Ocena z kolokwium zaliczeniowego. Kolokwium składa się z 5 pytań zamkniętych (test wielokrotnego wyboru, pytania oceniane w skali 0-1 pkt.) oraz 2 pytań otwartych (zagadnień teoretycznych, ocenianych w skali 0-2,5 pkt). Liczba punktów do uzyskania podczas testu wynosi 10. Wymagane jest uzyskanie 5,2 lub więcej punktów (oceny >=3) z kolokwium. Ocena z kolokwium jest oceną z wykładu.
B. Ćwiczenia:
1.Ocena formatywna: Ocena poprawności wykonania zadań ćwiczeniowych w trakcie ćwiczeń.
2.Ocena sumatywna: Ocena wykonania dwóch zadań ćwiczeniowych na podstawie dokumentacji i prezentacji (każde zadanie oceniane w zakresie 2-5). Ocena z ćwiczeń obliczana jest zgodnie z formułą: 0,3 x ocena wykonania zadania nr 1 + 0,7 x ocena wykonania zadania nr 2. Wymagane jest uzyskanie oceny >=3 z ćwiczeń.
E. Końcowa ocena z przedmiotu:
Końcowa ocena z przedmiotu obliczana jest zgodnie z formułą: 0,4 x ocena z wykładu + 0,6 x ocena z ćwiczeń.

**Egzamin:**

nie

**Literatura:**

Obowiązkowa:
1. Chaffey, D., 2016. Digital Business i E-Commerce Management. Warszawa: PWN
2. Evans, N. D., 2017. Mastering Digital Business: How powerful combinations of disruptive technologies are eneabling the next wave of digital transformation. Swindon: BCS
Uzupełniająca:
1. Kalbach, J., 2017. Mapowanie wrażeń. Kreowanie wartości za pomocą ścieżek klienta, schematów usług i diagramów. Gliwice: Helion
2. Levy, J., 2017. Strategia UX. Jak tworzyć innowacyjne produkty cyfrowe, które spotkają się z uznaniem rynku. Gliwice: Helion

**Witryna www przedmiotu:**

www.olaf.wz.pw.edu.pl

**Uwagi:**

-

## Efekty przedmiotowe

### Profil ogólnoakademicki - wiedza

**Efekt I2\_W07:**

Student zna i rozumie główne trendy rozwojowe w zakresie nauk o zarządzaniu.

Weryfikacja:

ocena zaangażowania słuchacza podczas wykładu, ocena z kolokwium zaliczeniowego

**Powiązane efekty kierunkowe:**

**Powiązane efekty obszarowe:**

**Efekt I2\_W09:**

Student zna i rozumie główne trendy rozwojowe w zakresie przedsiębiorczości i innowacyjności.

Weryfikacja:

ocena zaangażowania słuchacza podczas wykładu, ocena z kolokwium zaliczeniowego

**Powiązane efekty kierunkowe:**

**Powiązane efekty obszarowe:**

### Profil ogólnoakademicki - umiejętności

**Efekt I2\_U05:**

Student potrafi identyfikować, interpretować i wyjaśniać złożone zjawiska i procesy społeczne oraz relacje między nimi z wykorzystaniem wiedzy z zakresu przedsiębiorczości.

Weryfikacja:

ocena poprawności wykonania zadań ćwiczeniowych w trakcie ćwiczeń, ocena wykonania zadań ćwiczeniowych na podstawie dokumentacji i prezentacji

**Powiązane efekty kierunkowe:**

**Powiązane efekty obszarowe:**

**Efekt I2\_U10:**

Student potrafi analizować, prognozować i modelować złożone procesy społeczne z wykorzystaniem zaawansowanych metod i narzędzi z zakresu przedsiębiorczości, w tym narzędzi IT.

Weryfikacja:

ocena poprawności wykonania zadań ćwiczeniowych w trakcie ćwiczeń, ocena wykonania zadań ćwiczeniowych na podstawie dokumentacji i prezentacji

**Powiązane efekty kierunkowe:**

**Powiązane efekty obszarowe:**

### Profil ogólnoakademicki - kompetencje społeczne

**Efekt I2\_K02:**

Student jest gotów do uznawania znaczenia wiedzy w rozwiązywaniu problemów poznawczych i praktycznych oraz konieczności samokształcenia się przez całe życie.

Weryfikacja:

ocena poprawności wykonania zadań ćwiczeniowych w trakcie ćwiczeń, ocena wykonania zadań ćwiczeniowych na podstawie dokumentacji i prezentacji

**Powiązane efekty kierunkowe:**

**Powiązane efekty obszarowe:**

**Efekt I2\_K05:**

Student jest gotów do myślenia i działania w sposób przedsiębiorczy.

Weryfikacja:

ocena poprawności wykonania zadań ćwiczeniowych w trakcie ćwiczeń, ocena wykonania zadań ćwiczeniowych na podstawie dokumentacji i prezentacji

**Powiązane efekty kierunkowe:**

**Powiązane efekty obszarowe:**