**Nazwa przedmiotu:**

E-biznes

**Koordynator przedmiotu:**

dr inż. Artur Gąsiorkiewicz

**Status przedmiotu:**

Obowiązkowy

**Poziom kształcenia:**

Studia I stopnia

**Program:**

Inżynieria Zarządzania

**Grupa przedmiotów:**

Specjalność: Inżynieria cyfrowa

**Kod przedmiotu:**

-

**Semestr nominalny:**

6 / rok ak. 2021/2022

**Liczba punktów ECTS:**

2

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

2 ECTS
10h zajęcia ćwiczeniowe + 10h zajęcia projektowe + 3h konsultacje + 5h studia literaturowe + 12h wykonanie zadań ćwiczeniowych + 10h wykonanie zadania projektowego = 50h

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

0,92 ECTS
10h zajęcia ćwiczeniowe + 10h zajęcia projektowe + 3h konsultacje = 23h

**Język prowadzenia zajęć:**

polski

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

2 ECTS
10h zajęcia ćwiczeniowe + 10h zajęcia projektowe + 3h konsultacje + 5h studia literaturowe + 12h wykonanie zadań ćwiczeniowych + 10h wykonanie zadania projektowego = 50h

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

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

**Wymagania wstępne:**

-

**Limit liczby studentów:**

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

**Cel przedmiotu:**

Celem przedmiotu jest, aby student, po uczestnictwie w nim:
• rozumiał specyfikę funkcjonowania przedsiębiorstw w dobie postępującej cyfryzacji i rozumiał rolę infrastruktury teleinformatycznej w kreowaniu oferty wartości dla ich klientów;
• znał klasyfikację podmiotów rynkowych tworzących ekosystem e-biznesu oraz podstawowe techniki modelowania przedsięwzięć e-biznesu;
• potrafił zaprojektować przedsięwzięcie e-biznesu.

**Treści kształcenia:**

B. Ćwiczenia:
1. Wprowadzenie do problematyki e-biznesu
2. Technologie e-biznesu: infrastruktura teleinformatyczna
3. Technologie e-biznesu: płatności i rozliczenia elektroniczne
4. Technologie e-biznesu: analityka danych i systemy wspomagania podejmowania decyzji
5. Modele e-biznesu
6. Zadanie ćwiczeniowe nr 1: analiza modelu e-biznesu
7. Charakterystyka rynków cyfrowych
8. Ekosystem przedsiębiorstw gospodarki cyfrowej
9. Transformacja cyfrowa przedsiębiorstw
10. Prezentacje zadania ćwiczeniowego nr 1
11. Zadanie ćwiczeniowe nr 2: projekt ścieki konwersji
12. Marketing cyfrowy: komunikowanie wartości
13. Marketing cyfrowy: sprzedaż
14. Marketing cyfrowy: marketing doświadczeń
15. Prezentacje zadania ćwiczeniowego nr 2
D. Projekt:
1. Poszukiwanie inspiracji w e-biznesie
2. Opracowanie koncepcji: klient – problem - rozwiązanie
3. Opracowanie kanw propozycji wartości
4. Opracowanie ścieżki doświadczeń klienta
5. Wstępna ocena atrakcyjności inwestycyjnej projektów
6. Analizy rynkowe (w tym analiza konkurencji)
7. Analiza SWOT
8. Opracowanie i przeprowadzenie badania jakościowego (wywiady bezpośrednie)
9. Opracowanie i przeprowadzenie badania ilościowego
10. Opracowanie kanwy modelu (e-)biznesowego
11. Prototypowanie
12. Plan finansowy projektu
13. Opracowanie elementów strategii marketingowej dla projektu
14. Prezentacje końcowe projektów
15. Omówienie projektów i podsumowanie zajęć

**Metody oceny:**

B. Ćwiczenia:
Ocena formatywna:
Ocena poprawności wykonania zadań ćwiczeniowych w trakcie ćwiczeń.
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: 0,4 x ocena wykonania zadania nr 1 + 0,6 x ocena wykonania zadania nr 2. Wymagane jest uzyskanie oceny >=3 z ćwiczeń.
D. Projekt:
Ocena formatywna:
Ocena poprawności wykonania zadań projektowych w trakcie zajęć projektowych.
Ocena sumatywna:
Ocena wykonania zadania projektowego na podstawie dokumentacji i prezentacji (ocena w zakresie 2-5). Wymagane jest uzyskanie oceny >=3.
E. Końcowa ocena z przedmiotu:
Końcowa ocena z przedmiotu obliczana jest zgodnie z formułą: 0,4 x ocena z ćwiczeń + 0,6 x ocena z projektu.

**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
3. Kalbach, J., 2017. Mapowanie wrażeń. Kreowanie wartości za pomocą ścieżek klienta, schematów usług i diagramów. Gliwice: Helion
4. Osterwalder, A., Pigneur, Y., 2012. Tworzenie modeli biznesowych. Podręcznik wizjonera. Gliwice: Helion
Uzupełniająca:
1. Levy, J., 2017. Strategia UX. Jak tworzyć innowacyjne produkty cyfrowe, które spotkają się z uznaniem rynku. Gliwice: Helion
2. Mazurek, G., 2018. E-marketing. Planowanie, narzędzia, praktyka. Warszawa: Poltext
3. Mazurek, G., 2012. Znaczenie wirtualizacji marketingu w sieciowym kreowaniu wartości. Warszawa: Poltext

**Witryna www przedmiotu:**

www.olaf.wz.pw.edu.pl

**Uwagi:**

-

## Charakterystyki przedmiotowe

### Profil ogólnoakademicki - wiedza

**Charakterystyka I1\_W08:**

Student zna i rozumie teorie oraz ogólną metodologię badań w zakresie przedsiębiorczości, ze szczególnym uwzględnieniem kreowania postaw przedsiębiorczych i podejmowania wyzwań związanych z rozwojem przedsiębiorczości.

Weryfikacja:

interakcja podczas zajęć ćwiczeniowych, ocena zadań ćwiczeniowych

**Powiązane charakterystyki kierunkowe:**

**Powiązane charakterystyki obszarowe:**

**Charakterystyka I1\_W09:**

Student zna i rozumie 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:

interakcja podczas zajęć ćwiczeniowych, ocena zadań ćwiczeniowych

**Powiązane charakterystyki kierunkowe:**

**Powiązane charakterystyki obszarowe:**

### Profil ogólnoakademicki - umiejętności

**Charakterystyka I1\_U01:**

Student potrafi identyfikować i interpretować podstawowe zjawiska i procesy społeczne z wykorzystaniem wiedzy z zakresu zarządzania, ze szczególnym uwzględnieniem uwarunkowań zarządzania przedsiębiorstwem produkcyjnym oraz zarządzania projektami.

Weryfikacja:

interakcja podczas zajęć projektowych, ocena zadania projektowego

**Powiązane charakterystyki kierunkowe:**

**Powiązane charakterystyki obszarowe:**

**Charakterystyka I1\_U05:**

Student potrafi identyfikować i interpretować podstawowe zjawiska i procesy społeczne z wykorzystaniem wiedzy z zakresu przedsiębiorczości, ze szczególnym uwzględnieniem kreowania postaw przedsiębiorczych i podejmowania wyzwań związanych z rozwojem przedsiębiorczości.

Weryfikacja:

interakcja podczas zajęć projektowych, ocena zadania projektowego

**Powiązane charakterystyki kierunkowe:**

**Powiązane charakterystyki obszarowe:**

### Profil ogólnoakademicki - kompetencje społeczne

**Charakterystyka I1\_K02:**

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

Weryfikacja:

ocena poprawności wykonania zadań ćwiczeniowych i projektowych realizowanych w trakcie zajęć, bieżące omawianie zadań ćwiczeniowych i projektowych

**Powiązane charakterystyki kierunkowe:**

**Powiązane charakterystyki obszarowe:**

**Charakterystyka I1\_K04:**

Student jest gotów do myślenia i działania w sposób przedsiębiorczy.

Weryfikacja:

ocena poprawności wykonania zadań ćwiczeniowych i projektowych realizowanych w trakcie zajęć, bieżące omawianie zadań ćwiczeniowych i projektowych

**Powiązane charakterystyki kierunkowe:**

**Powiązane charakterystyki obszarowe:**