



KARTA PRZEDMIOTU

Kod przedmiotu		Nazwa przedmiotu	w jęz. polskim	PODSTAWY BIZNESU ELEKTRONICZNEGO
			w jęz. angielskim	E-BUSINESS FUNDAMENTALS

Kierunek	Innowacyjna Gospodarka
Specjalność	przedmiot kierunkowy
Poziom kształcenia	studia pierwszego stopnia
Forma studiów	stacjonarne
Profil kształcenia	ogólnoakademicki
Status przedmiotu	obowiązkowy
Rygor	zaliczenie z oceną

Semestr studiów	Liczba punktów ECTS	Liczba godzin w tygodniu				Liczba godzin w semestrze			
		W	C	L	P	W	C	L	P
II	3	1		1		15		15	
Razem w czasie studiów						30			

Wymagania w zakresie wiedzy, umiejętności i innych kompetencji
Podstawowa znajomość zasad funkcjonowania sieci Internet.

Cele przedmiotu
Poznanie roli informatyki w nowoczesnej gospodarce elektronicznej oraz podstaw biznesu elektronicznego. Praktyczne zapoznanie studentów z podstawowymi zasadami funkcjonowania firmowych witryn internetowych.

Osiągane efekty uczenia się dla przedmiotu (EKP)		
Symbol	Po zakończeniu przedmiotu student:	Odniesienie do kierunkowych efektów uczenia się
EKP_01	zna zagadnienia związane z informatyką wykorzystywane w gospodarce elektronicznej	NK_W06, NK_W12,
EKP_02	zna znaczenie biznesu elektronicznego oraz podstawowe zagadnienia z nim związane	NK_W11, NK_W12, NK_U13, NK_K01
EKP_03	potrafi wskazać i zastosować narzędzia informatyczne do poznawania otoczenia biznesowego organizacji	NK_W06, NK_U02
EKP_04	potrafi pozyskać informacje i narzędzia niezbędne do planowania, wdrażania, promowania i bezpiecznego utrzymywania firmowej witryny internetowej.	NK_W06, NK_U05, NK_U08
EKP_05	potrafi wskazać i zastosować narzędzia do projektowania i tworzenia serwisów internetowych	NK_W06, NK_W11, NK_U06, NK_K01
EKP_06	potrafi rozmawiać i współpracować ze specjalistami IT w zakresie projektowania, wdrażania, bezpieczeństwa witryn internetowych	NK_W06, NK_U02,

Treści programowe	Liczba godzin				Odniesienie do EKP
	W	C	L	P	
Podstawowe informacje na temat technologii internetowych oraz ich wykorzystania w e-biznesie.	2		1		EKP_01

Witryny i serwisy internetowe oraz ich rola w biznesie.	2		4		EKP_02, EKP_06
Systemy CMS oraz ich wykorzystanie.	1		4		EKP_02, EKP_04, EKP_05, EKP_06
Modele biznesowe i relacje biznesowe.	4		2		EKP_02, EKP_04
Wprowadzenie do zagadnień związanych z marketingiem elektronicznym i promocją. Planowanie marketingu i promocji dla wybranej firmy.	2		2		EKP_03, EKP_06
Zagadnienia prawne związane z danymi i oprogramowaniem.	2		1		EKP_06, EKP_01
Zagrożenia i bezpieczeństwo w sieci Internet.	2		1		EKP_01, EKP_04
Łącznie godzin	15		15		

Metody weryfikacji efektów uczenia się dla przedmiotu									
Symbol EKP	Test	Egzamin ustny	Egzamin pisemny	Kolokwium	Sprawozdanie	Projekt	Prezentacja	Zaliczenie praktyczne	Inne
EKP_01				x					
EKP_02				x					
EKP_03				x		x		x	
EKP_04				x		x		x	
EKP_05				x		x		x	
EKP_06				x		x		x	

Kryteria zaliczenia przedmiotu
Zaliczenie laboratoriów (ZL), w tym projekt i prace praktyczne. Należy zdobyć co najmniej 60% punktów możliwych do zdobycia.
Zaliczenie pisemne wykładu (ZW): należy zdobyć co najmniej 60% punktów możliwych do zdobycia.
Ocena końcowa jest średnią ważoną: 40%ZW+60%ZL
Uwaga: student otrzymuje ocenę powyżej dostatecznej, jeżeli uzyskane efekty uczenia się przekraczają wymagane minimum.

Nakład pracy studenta				
Forma aktywności	Szacunkowa liczba godzin przeznaczona na zrealizowanie aktywności			
	W	C	L	P
Godziny kontaktowe	15		15	
Czytanie literatury	5		5	
Przygotowanie do zajęć ćwiczeniowych, laboratoryjnych, projektowych			10	
Przygotowanie do egzaminu, zaliczenia	5		5	
Opracowanie dokumentacji projektu/sprawozdania			5	
Uczestnictwo w zaliczeniach i egzaminach	2		0	
Udział w konsultacjach	1		2	
Łącznie godzin	28		42	
Sumaryczna liczba godzin dla przedmiotu	70			
Sumaryczna liczba punktów ECTS dla przedmiotu	3			
	Liczba godzin		ECTS	
Obciążenie studenta związane z zajęciami praktycznymi	42		2	
Obciążenie studenta na zajęciach wymagających bezpośredniego udziału nauczycieli akademickich	35		2	

Literatura podstawowa
Dutko M. (red.), <i>Biblia e-biznesu. Nowy Testament</i> . Onepress, Gliwice, 2016.
Barker D., <i>Web Content Management: Systems, Features, and Best Practices</i> , O'Reilly, 2016.
Sala P., Królewski J., <i>E-marketing. Współczesne trendy. Pakiet startowy</i> . PWN, Warszawa, 2016.
Cendrowska B., A. Sokół, P. Żylińska, <i>e-Marketing dla małych i średnich przedsiębiorstw</i> . CeDeWu, Warszawa 2014.
Literatura uzupełniająca
Bonek T., Smaga M., <i>Biznes w Internecie</i> , Wolter Kluwers Polska S.A., Warszawa, 2012.
Maciorowski A., <i>E-marketing w praktyce. Strategie skutecznej promocji online</i> , SamoSedno, Edgar, Warszawa 2013.
Frąckiewicz E., <i>Marketing internetowy</i> . WN PWN, Warszawa 2006.
Królewski J., P. Sala, <i>e-Marketing. Współczesne trendy</i> . WN PWN, Warszawa 2014.
Golat R., <i>Internet – aspekty prawne</i> . Difin, Warszawa 2003.

Osoba odpowiedzialna za przedmiot	
dr hab. Ewa Ratajczak-Ropel, prof. UMG	KSI
Pozostałe osoby prowadzące przedmiot	
prof. dr hab. Piotr Jędrzejowicz	KSI
dr Natalia Mańkowska	KSI