|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Wyższa Szkoła Biznesu w Dąbrowie Górniczej** | | | | | | | | | | | | |
| **Kierunek studiów: Stosunki międzynarodowe** | | | | | | | | | | | | |
| **Moduł / przedmiot: Moduł zarządzanie sprzedażą/ Biznes internetowy** | | | | | | | | | | | | |
| **Profil kształcenia: ogólnoakademicki** | | | | | | | | | | | | |
| **Poziom kształcenia: studia I stopnia** | | | | | | | | | | | | |
| **Liczba godzin w semestrze** | | 1 | | | | | 2 | | | 3 | | |
| I | | | II | | III | | IV | V | | **VI** |
| **Studia stacjonarne**  (w/ćw/lab/pr/e)\* | |  | | |  | |  | |  |  | | **12w/16pr** |
| **Studia niestacjonarne**  (w/ćw/lab/pr/e) | |  | | |  | |  | |  |  | |  |
| **WYKŁADOWCA** | | Mgr Jacek Uroda | | | | | | | | | | |
| **FORMA ZAJĘĆ** | | Wykład, projekt | | | | | | | | | | |
| **CELE PRZEDMIOTU** | | Celem przedmiotu jest omówienie podstaw elektronicznego biznesu oraz scharakteryzowanie zasad i narzędzi przedsiębiorstwa funkcjonującego w oparciu o nowe technologie. | | | | | | | | | | |
| **Efekt przedmiotowy** | **Odniesienie do efektów** | | | | | **Opis efektów kształcenia** | | | | | **Sposób weryfikacji efektu** | |
| kierunkowych | | | obszarowych | | Wiedza | | | | | | |
|  | SM\_W01  SM\_W16  SM\_W26 | | | S1A\_W01  S1A\_W09  S1A\_W05 | | zna podstawową terminologię i pojęcia związane z e-biznesem, | | | | | * test wiedzy, * dyskusja na wykładzie. | |
|  | SM\_W01  SM\_W16  SM\_W26 | | | S1A\_W01  S1A\_W09  S1A\_W05 | | wymienia i opisuje funkcje i modele e-biznesu, | | | | | * test wiedzy, * dyskusja na wykładzie | |
|  | SM\_W01  SM\_W16  SM\_W26 | | | S1A\_W01  S1A\_W09  S1A\_W05 | | zna stan obecny i perspektywy rozwoju branży internetowej, | | | | | * test wiedzy, * dyskusja na wykładzie | |
|  | SM\_W01  SM\_W16  SM\_W26 | | | S1A\_W01  S1A\_W09  S1A\_W05 | | zna narzędzia internetowe usprawniających proces zarządzania przedsiębiorstwem, | | | | | * test wiedzy, * dyskusja na wykładzie | |
|  | SM\_W01  SM\_W16  SM\_W26 | | | S1A\_W01  S1A\_W09  S1A\_W05 | | tłumaczy przydatność różnych zastosowań rozwiązań e-biznesowych w sektorach gospodarki | | | | | * test wiedzy, * dyskusja na wykładzie | |
| Umiejętności | | | | | | | | | | | | |
|  | SM\_U11  SM\_U16  SM\_U26 | | | S1A\_U03,  S1A\_U04,  S1A\_U06,  S1A\_U07 | | rozumie istotę i rolę Internetu w nowoczesnej gospodarce, | | | | | * test wiedzy, * dyskusja na wykładzie nad zadany problem, * praca projektowa. | |
|  | SM\_U11  SM\_U16  SM\_U26 | | | S1A\_U03,  S1A\_U04,  S1A\_U06,  S1A\_U07 | | potrafi określić warunki prowadzenia elektronicznej działalności gospodarczej, | | | | | * test wiedzy, * dyskusja na wykładzie nad zadany problem, * praca projektowa. | |
|  | SM\_U11  SM\_U16  SM\_U26 | | | S1A\_U03,  S1A\_U04,  S1A\_U06,  S1A\_U07 | | potrafi rozróżnić poszczególne modele i sektory e-biznesu | | | | | * test wiedzy, * dyskusja na wykładzie nad zadany problem, * praca projektowa. | |
|  | SM\_U11  SM\_U16  SM\_U26 | | | S1A\_U03,  S1A\_U04,  S1A\_U06,  S1A\_U07 | | potrafi zidentyfikować czynniki i warunki pracy w wirtualnym przedsiębiorstwie. | | | | | * test wiedzy, * dyskusja na wykładzie nad zadany problem, * praca projektowa. | |
|  | SM\_U11  SM\_U16  SM\_U26 | | | S1A\_U03,  S1A\_U04,  S1A\_U06,  S1A\_U07 | | potrafi zaprojektować strategię firmy e-biznesowej. | | | | | * test wiedzy, * dyskusja na wykładzie nad zadany problem, * praca projektowa. | |
| Kompetencje społeczne | | | | | | | | | | | | |
|  | SM\_K01  SM\_K02  SM\_K10 | | | S1A\_K01,  S1A\_K02,  S1A\_K04,  S1A\_K07 | | ocenia znaczenie studiów w obszarze gospodarki elektronicznej, wieloaspektowość nowych technologii i przekonuje go to do konieczności uczestniczenia w procesie ustawicznego uczenia się, | | | | | * test wiedzy, * obserwacja studenta w dyskusjach, jego gotowości do poznawania nowych dziedzin, sposobów uzupełniania nabytej wiedzy, * reakcje na podawane przykłady i formułowania krytycznych opinii. | |
|  | SM\_K01  SM\_K02  SM\_K10 | | | S1A\_K01,  S1A\_K02,  S1A\_K04,  S1A\_K07 | | dąży do innowacji w przedsiębiorstwie | | | | | * test wiedzy, * obserwacja studenta w dyskusjach, jego gotowości do poznawania nowych dziedzin, sposobów uzupełniania nabytej wiedzy, * reakcje na podawane przykłady i formułowania krytycznych opinii. | |
|  | SM\_K01  SM\_K02  SM\_K10 | | | S1A\_K01,  S1A\_K02,  S1A\_K04,  S1A\_K07 | | ma świadomość istoty rozwoju handlu elektronicznego i wymiany dokumentów elektronicznych między przedsiębiorstwami | | | | | * test wiedzy, * obserwacja studenta w dyskusjach, jego gotowości do poznawania nowych dziedzin, sposobów uzupełniania nabytej wiedzy, * reakcje na podawane przykłady i formułowania krytycznych opinii. | |
|  | SM\_K01  SM\_K02  SM\_K10 | | | S1A\_K01,  S1A\_K02,  S1A\_K04,  S1A\_K07 | | widzi sens aktywnego uczestnictwa w obszarze wykorzystania nowych technologii w gospodarce elektronicznej, obserwuje rozwój firm globalnych, upadki i narodziny firm, co uwrażliwia go i budzi gotowość do podejmowania wyzwań i angażowania w zmiany | | | | | * test wiedzy, * obserwacja studenta w dyskusjach, jego gotowości do poznawania nowych dziedzin, sposobów uzupełniania nabytej wiedzy, * reakcje na podawane przykłady i formułowania krytycznych opinii. | |
| **Nakład pracy studenta (w godzinach dydaktycznych 1h dyd.=45 minut)\*\*** | | | | | | | | | | | | |
| **Stacjonarne**  udział w wykładach = 12h  udział w ćwiczeniach =  przygotowanie do ćwiczeń =  przygotowanie do wykładu = 16h  przygotowanie do zaliczenia/egzaminu = 6h  realizacja zadań projektowych =16h  e-learning =  zaliczenie/egzamin =2h  inne (określ jakie) =  **RAZEM:52h**  **Liczba punktów ECTS:2**  **w tym w ramach zajęć praktycznych:1** | | | | | | | | **Niestacjonarne**  udział w wykładach =  udział w ćwiczeniach =  przygotowanie do ćwiczeń =  przygotowanie do wykładu =  przygotowanie do egzaminu/zaliczenia =  realizacja zadań projektowych =  e-learning =  zaliczenie/egzamin =  inne (określ jakie) =  **RAZEM:**  **Liczba punktów ECTS:**  **w tym w ramach zajęć praktycznych:** | | | | |
| **WARUNKI WSTĘPNE** | | | Od studentów oczekuje się gotowości do poznawania nowych obszarów wiedzy, umiejętności słuchania i sporządzania notatek, udziału w dyskusjach i aktywnych formach uczestnictwa. | | | | | | | | | |
| **TREŚCI PRZEDMIOTU**  **(**z podziałem na  zajęcia w formie bezpośredniej i e-learning) | | | Treści realizowane w formie bezpośredniej:  **Internet jako platforma biznesowa**   * Dostęp do Internetu na świecie * Profil polskiego internauty * Obecność przedsiębiorstw w Internecie * Cele Internetu w opinii polskich menedżerów   **E-biznes - optymalizacja procesów zarządzania przedsiębiorstwem**   * Wymiar rynku elektronicznego * Proces zarządzania strategicznego przedsiębiorstwa w Internecie * Podstawowa terminologia związana z e-biznesem * Zalety i wady e-biznesu * Sektory gospodarki elektronicznej * Najpopularniejsze zastosowania rozwiązań e-biznesowych   **Witryna internetowa jako źródło informacji o firmie**   * Ogólna klasyfikacja serwisów internetowych * Podstawowe funkcje witryny internetowego * Projekt i wdrożenie witryny * Zasady projektowania witryny internetowej   **E-commerce - sklep internetowy jako nowoczesna platforma handlowa**   * Definicja i główne rozwiązania handlu elektronicznego * Zalety i wady handlu elektronicznego * System zarządzania sprzedażą przez Internet * Klasyfikacja i etapy tworzenia sklepu internetowego * Zasada funkcjonowania i podstawowe elementy sklepów internetowych * Statystyki sklepów internetowych w Polsce   **Portal korporacyjny jako narzędzie integracji procesów biznesowych**   * Cechy i cele portali korporacyjnych * Podział portali z uwagi na główne funkcje * Projektowanie portalu korporacyjnego * Korzyści i zagrożenia dla zastosowań portali korporacyjnych * Przykłady funkcjonalności i wdrożeń portali korporacyjnych   **E-marketing jako element budowania wizerunku przedsiębiorstwa**   * Rola Internetu jako medium reklamowego * Klasyfikacja form reklamy internetowej * Reklama graficzna * E-mail marketing * Marketing w wyszukiwarkach (SEM, SEO) * Marketing wirusowy i reklama kontekstowa * InternetPR – kreowanie wizerunku w Internecie * Zarządzanie sytuacją kryzysową InternetPR   **Prezentacja praktycznych rozwiązań e-biznesowych**   * Zarządzanie serwisem internetowym (CMS) * Monitoring i analiza statystyk serwisu internetowego (Google Analitics) * Zarządzanie sklepem internetowym (osCommerce) * Platforma do zdalnego nauczania (Moodle) * System bankowości elektronicznej | | | | | | | | | |
| **LITERATURA**  **OBOWIĄZKOWA** | | | * Berkeley H.: Marketing internetowy w małej firmie. Wydawnictwo Helion, Gliwice, 2005. * Bonek T., Smaga M.: Biznes w Internecie, Oficyna Wydawnicza Wolters Kluwer Business, Warszawa 2012 * Grzesiak P.: Jak zarabiać w Internecie. Poradnik dla przedsiębiorczych webmasterów. Wydawnictwo Helion, Gliwice, 2007. * Majewski P.: Czas na e-biznes. Wydawnictwo Helion, Gliwice, 2007. * Świerszczyńska-Kaczor U.: e-Marketing przedsiębiorstwa w społeczności wirtualnej, Wydawnictwo Difin, Warszawa 2012 | | | | | | | | | |
| **LITERATURA**  **UZUPEŁNIAJĄCA** | | | * Maciej Dutko „E-biznes. Poradnik praktyka”, Wydawnictwo Helion, Gliwice, 2010 * Tomasz Teluk „E-biznes. Nowa gospodarka”, Helion, Gliwice, 2002 * Tomasz Karwatka „Usability w e-biznesie. Co kieruje Twoim klientem?”, Wydawnictwo Helion, Gliwice, 2009 * Piotr Majewski „Czas na e-biznes”, Wydawnictwo Helion, Gliwice, 2007 | | | | | | | | | |
| **METODY NAUCZANIA**  **(**z podziałem na  zajęcia w formie bezpośredniej i e-learning) | | | W formie bezpośredniej:  Wprowadzenie teoretyczne, dyskusje i omawianie przypadków, zespołowa praca słuchaczy nad zadanym problemem. | | | | | | | | | |
| **POMOCE NAUKOWE** | | | Prezentacje PowerPoint. Rzutnik multimedialny. | | | | | | | | | |
| **PROJEKT**  **(o ile jest realizowany w ramach modułu zajęć)** | | | * Marketing internetowy jako narzędzie kreowania wizerunku firmy * Badania marketingowe w Internecie * Wykorzystanie narzędzi e-marketingu w promocji witryny internetowej * Koncepcja internetowej promocji firmy usługowej * Witryna internetowa jako kluczowy element internetowej promocji przedsiębiorstwa * Reklama wirusowa w Internecie – analiza, przykłady * Marketing w wyszukiwarkach internetowych * Internetowa reklama banerowa – funkcje, możliwości, zastosowania * Promocja firmy poprzez pocztę elektroniczną | | | | | | | | | |
| **SPOSÓB ZALICZENIA** | | | Zaliczenie z oceną z wykładów, zaliczenie bez oceny pracy projektowej | | | | | | | | | |
| **FORMA I WARUNKI ZALICZENIA** | | | * Test z pytaniami (zadaniami) otwartymi. * Przygotowanie pracy projektowej. * Warunkiem uzyskania zaliczenia jest zdobycie pozytywnej oceny ze wszystkich form zaliczenia przewidzianych w programie zajęć z uwzględnieniem kryteriów ilościowych oceniania określonych w Ramowym Systemie Ocen Studentów w Wyższej Szkole Biznesu w Dąbrowie Górniczej. | | | | | | | | | |