

Karta przedmiotu

Nazwa i kod przedmiotu	Strategie e-biznesu (Wykład), PG_00119041						
Kierunek studiów	Ekonomia (O)						
Data rozpoczęcia studiów	październik 2024 r.	Rok akademicki realizacji przedmiotu	2024/2025				
Poziom kształcenia	II stopnia	Grupa zajęć	Grupa zajęć obowiązkowych z zakresu kierunku studiów				
Forma studiów	stacjonarne	Sposób realizacji	na uczelni				
Rok studiów	1	Język wykładowy	polski				
Semestr studiów	2	Liczba punktów ECTS	2.0				
Profil kształcenia	ogólnoakademicki	Forma zaliczenia	egzamin				
Jednostka prowadząca							
Imię i nazwisko wykładowcy (wykładowców)	Odpowiedzialny za przedmiot	dr hab. Jacek Winiarski					
	Prowadzący zajęcia z przedmiotu	dr hab. Jacek Winiarski dr Zuzanna Borda					
Formy zajęć	Forma zajęć	Wykład	Ćwiczenia	Laboratorium	Projekt	Seminarium	RAZEM
	Liczba godzin zajęć	15.0	0.0	0.0	0.0	0.0	15
	W tym liczba godzin zajęć na odległość: 0.0						
Aktywność studenta i liczba godzin pracy	Aktywność studenta	Udział w zajęciach dydaktycznych, objętych planem studiów	Udział w konsultacjach	Praca własna studenta	RAZEM		
	Liczba godzin pracy studenta	15	0.0	0.0	15		
Cel przedmiotu	Celem przedmiotu jest przedstawienie studentom możliwości wykorzystania Internetu w powadzeniu działalności gospodarczej. Student zapozna się między innymi z różnymi modelami e-biznesu.						

Efekty uczenia się przedmiotu	Efekt kierunkowy	Efekt z przedmiotu	Sposób weryfikacji i oceny efektu
	[EKONMU2_W11] zna szczegółowe zasady tworzenia oraz rozwoju form indywidualnej przedsiębiorczości, wykorzystując wiedzę z zakresu ekonomii, finansów i nauk o zarządzaniu	Student powinien wykazać się umiejętnością w zakresie proponowania zastosowania różnorodnych modeli e-biznesowych w działalności przedsiębiorstw.	[SW4] test/egzamin - ustny lub pisemny
	[EKONMU2_K05] prawidłowo identyfikuje, diagnozuje i rozstrzyga dylematy oraz różne warianty rozwiązań związane z wykonywaniem zawodu	Student rozpoznaje kluczowe wyzwania i problemy, które mogą wystąpić w działalności e-biznesowej, takie jak kwestie prawne, etyczne, technologiczne, marketingowe, czy operacyjne. Potrafi dokonać analizy wpływu tych dylematów na funkcjonowanie i strategię przedsiębiorstwa.	[SK4] test/egzamin - ustny lub pisemny
	[EKONMU2_U02] potrafi wykorzystywać posiadaną wiedzę do opisu i analizowania przyczyn i przebiegu procesów i zjawisk gospodarczych i społecznych oraz potrafi formułować własne opinie i krytycznie dobierać dane i metody analiz na podstawie dorobku nauk ekonomicznych i społecznych	Student wykazuje się umiejętnością krytycznego myślenia i formułowania własnych opinii na temat analizowanych procesów i zjawisk w zakresie e-biznesu.	[SU4] test/egzamin - ustny lub pisemny
	[EKONMU2_U06] posiada umiejętność wykorzystania w praktyce różnych form i zakresu zdobytej wiedzy z zakresu ekonomii, finansów i zarządzania, uzupełniając ją o samodzielną krytyczną analizę skuteczności i przydatności	Student powinien wykazać się umiejętnością w zakresie proponowania zastosowania różnorodnych modeli e-biznesowych w działalności przedsiębiorstw.	[SU1] wypowiedź ustna/rozmowa/ dyskusja
	[EKONMU2_W08] ma pogłębioną wiedzę o procesach zachodzących w przedsiębiorstwach oraz organizacjach gospodarczych i na styku z obszarami pokrewnymi, a także o procesach zmian instytucji publicznych, zna metody badania prawidłowości rządzących tymi zmianami, uwzględniając wpływ na nie interesariuszy zewnętrznych	Student potrafi przedstawić aktualną sytuację w zakresie rozwoju określonych obszarów e-biznesu	[SW4] test/egzamin - ustny lub pisemny

Treści przedmiotu	<p>Strategia biznesu cyfrowego:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Istota strategii • Miejsce strategii e-biznesu w strategii przedsiębiorstwa • Skutki braku lub źle sformułowanej strategii cyfrowej • Ogólny model procesu tworzenia strategii • Pułapki Czerwonego Oceanu <p>Customer Development w strategiach przedsiębiorstw</p> <p>Modele e-biznesu</p> <p>BMC w budowie modelu biznesowego</p> <ul style="list-style-type: none"> • Czym jest model biznesowy? • Rodzaje modeli biznesowych • Klasyfikacja modeli e-biznesowych w zachodniej literaturze naukowej • Modele biznesowe w e-commerce • Canvas Business Model i analizy przypadków <p>Przegląd modeli biznesowych (e-commerce, media-site, podcast, 2-sided market, SaaS):</p> <ul style="list-style-type: none"> • Opis modelu • Oferowana usługa • Model zarabiania • Przykłady <p>KPI w modelach biznesowych:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Co to właściwie jest KPI i czemu jest takie ważne? • KPI w modelu SaaS • KPI w modelu E-commerce • KPI w modelu Media-site • KPI w modelu 2sided-market 								
Wymagania wstępne i dodatkowe									
Sposoby i kryteria oceniania osiągniętych efektów uczenia się	<table border="1"> <thead> <tr> <th data-bbox="456 1088 794 1122">Sposób oceniania (składowe)</th> <th data-bbox="799 1088 1137 1122">Próg zaliczeniowy</th> <th data-bbox="1142 1088 1481 1122">Składowa oceny końcowej</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="456 1128 794 1162">Egzamin ustny</td> <td data-bbox="799 1128 1137 1162">51.0%</td> <td data-bbox="1142 1128 1481 1162">100.0%</td> </tr> </tbody> </table>			Sposób oceniania (składowe)	Próg zaliczeniowy	Składowa oceny końcowej	Egzamin ustny	51.0%	100.0%
Sposób oceniania (składowe)	Próg zaliczeniowy	Składowa oceny końcowej							
Egzamin ustny	51.0%	100.0%							
Zalecana lista lektur	Podstawowa lista lektur	<ol style="list-style-type: none"> 1. A. Osterwalder, Y. Pigneur, Tworzenie modeli biznesowych. Podręcznik wizjonera, One Press Helion 2012 2. A. Osterwalder, Y. Pigneur, G. Bernarda, A. Smith i in., Tworzenie najlepszych ofert. Produkty i usługi, na których zależy klientom, OnePress Helion, 2022 							
	Uzupełniająca lista lektur	<ol style="list-style-type: none"> 1. P. Przybylski, E-commerce 2.0, Wydawnictwo Biznesowe Expertia, 2021 2. M. Skwarek, Magia Instagrama. Jak zdobyć milionowe zasięgi w 90 dni, Helion One Press, 2023 3. M. Skwarek, Skuteczny marketing na Tik Toku. Jak zdobyć miliony wyświetleń i tysiące obserwatorów w miesiąc (albo szybciej), Helion One Press, 2022 							

	Adresy eZasobów	<p>Podstawowe</p> <p>https://bstrategyhub.com - Business Strategy Hub to witryna internetowa poświęcona strategiom biznesowym. Oferuje szeroki zakres zasobów i narzędzi, takich jak analizy SWOT, PESTLE, strategie marketingowe, produktowe, konkurencyjne i organizacyjne. Strona zawiera artykuły na temat różnych modeli biznesowych, narzędzi analitycznych oraz szczegółowe informacje o właścicielach znanych firm i marek. Jest to przydatne źródło wiedzy dla studentów, przedsiębiorców, menedżerów oraz konsultantów, którzy chcą pogłębić swoją wiedzę na temat strategii biznesowych.</p> <p>Uzupełniające</p> <p>https://www.strategyzer.com - Strategyzer to strona internetowa, która oferuje narzędzia, szkolenia i doradztwo w zakresie innowacji korporacyjnych. Firma specjalizuje się w pomaganiu przedsiębiorstwom w rozwijaniu zdolności do samodzielnej innowacji na dużą skalę. Strategyzer dostarcza zasoby, takie jak Business Model Canvas i Value Proposition Canvas, oraz programy szkoleniowe i doradcze, które wspierają firmy w tworzeniu i wdrażaniu skutecznych strategii innowacyjnych. Witryna jest skierowana do liderów biznesu, menedżerów innowacji i zespołów projektowych.</p>
Przykładowe zagadnienia/ przykładowe pytania/ realizowane zadania		
Praktyki zawodowe w ramach przedmiotu	Nie dotyczy	

Dokument wygenerowany elektronicznie. Nie wymaga pieczęci ani podpisu.