

Karta przedmiotu

Nazwa i kod przedmiotu	Podstawy biznesu elektronicznego (Ćw. audytoryjne), PG_00169950						
Kierunek studiów	Ekonomia (O)						
Data rozpoczęcia studiów	październik 2025 r.		Rok akademicki realizacji przedmiotu		2026/2027		
Poziom kształcenia	I stopnia - licencjackie		Grupa zajęć		Grupa zajęć obowiązkowych z zakresu kierunku studiów		
Forma studiów	stacjonarne		Sposób realizacji		na uczelni		
Rok studiów	2		Język wykładowy		polski		
Semestr studiów	4		Liczba punktów ECTS		1.0		
Profil kształcenia	ogólnoakademicki		Forma zaliczenia		zaliczenie		
Jednostka prowadząca	Rektor -> Wydział Ekonomiczny -> Katedra Transportu i Handlu Morskiego -> Zakład Gospodarki Elektronicznej						
Imię i nazwisko wykładowcy (wykładowców)	Odpowiedzialny za przedmiot		dr Adam Borodo				
	Prowadzący zajęcia z przedmiotu						
Formy zajęć	Forma zajęć	Wykład	Ćwiczenia	Laboratorium	Projekt	Seminarium	RAZEM
	Liczba godzin zajęć	0.0	15.0	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		5.0		5.0	25
Cel przedmiotu	Celem przedmiotu jest przedstawienie studentom możliwości wykorzystania Internetu w powadzeniu działalności gospodarczej. Student zapozna się między innymi z różnymi modelami e-biznesu, handlem elektronicznym w skali krajowej i światowej, zastosowaniem EDI (elektronicznej wymiany danych) pomiędzy partnerami biznesowymi oraz możliwościami integracji partnerów na platformach elektronicznych.						

Efekty uczenia się przedmiotu	Efekt kierunkowy	Efekt z przedmiotu	Sposób weryfikacji i oceny efektu
	[EKONL3_W08] ma wiedzę o procesach zmian elementów, przedsiębiorstw oraz całych struktur organizacji gospodarczych, a także o procesach zmian instytucji społecznych, wie jakie są ich przyczyny, przebieg, skala, konsekwencje i jaki jest na nie wpływ interesariuszy zewnętrznych	Student zdobędzie wiedzę w zakresie możliwości zastosowania technologii internetowych w przedsiębiorstwach i instytucjach publicznych, oraz ich wpływie na modele biznesowe tych podmiotów.	[SW1] wypowiedź ustna/rozmowa/ dyskusja
	[EKONL3_W11] zna ogólne zasady tworzenia i rozwoju form indywidualnej przedsiębiorczości, wykorzystując wiedzę z zakresu ekonomii, finansów i nauk o zarządzaniu	Student będzie umiał opracować przedsięwzięcie ekonomiczne uwzględniające zastosowanie technologii internetowych.	[SW1] wypowiedź ustna/rozmowa/ dyskusja [SW2] prezentacja/projekt/referat/ raport [SW5] realizacja zadania problemowego
	[EKONL3_K03] uczestniczy w przygotowaniu projektów ekonomiczno-społecznych, potrafiąc godzić wymagania prawne, ekonomiczne, ekologiczne, polityczne i społeczne	Sprawność komunikowania się i pracy w grupie niezbędna dla opracowania pomysłu na e-biznes.	[SK2] prezentacja/projekt/referat/ raport [SK8] obserwacja samodzielnej lub zespołowej pracy studenta
	[EKONL3_K01] uznaje znaczenie wiedzy z zakresu ekonomii w procesie identyfikacji i rozwiązywania problemów gospodarczych oraz zasięgania opinii ekspertów w przypadku trudności z ich samodzielnym rozwiązaniem	Uwzględniając dynamiczne zmiany w technologiach internetowych i ich efekty dla funkcjonowania przedsiębiorstw, student rozumie potrzebę nieustannego pogłębiania wiedzy w tym zakresie.	[SK1] wypowiedź ustna/rozmowa/ dyskusja [SK2] prezentacja/projekt/referat/ raport [SK8] obserwacja samodzielnej lub zespołowej pracy studenta
	[EKONL3_K05] prawidłowo identyfikuje, diagnozuje i rozstrzyga dylematy oraz różne warianty rozwiązań, związane z wykonywaniem zawodu	Wykorzystując zdobytą wiedzę, angażuje się w opracowanie projektów grupowych, w zakresie propozycji nowych rozwiązań i przedsięwzięć z e-biznesu.	[SK2] prezentacja/projekt/referat/ raport [SK8] obserwacja samodzielnej lub zespołowej pracy studenta
	[EKONL3_U03] potrafi analizować przyczyny i przebieg konkretnych procesów i zjawisk gospodarczych i społecznych oraz trafnie analizować te zjawiska za pomocą adekwatnych metod i narzędzi ekonomicznych i społecznych	Student powinien wykazać się umiejętnością w zakresie proponowania zastosowania różnorodnych modeli e-biznesowych w działalności przedsiębiorstw.	[SU2] prezentacja/projekt/referat/ raport [SU8] obserwacja samodzielnej lub zespołowej pracy studenta
Treści przedmiotu	[EKONL3_U15] potrafi samodzielnie uzupełniać i doskonalić nabytą wiedzę i umiejętności ekonomiczne, jest otwarty na nowe pomysły i techniki, ma skłonność do nauki każdą metodą oraz skłonność do interakcji z innymi uczestnikami procesu uczenia się		
	1. Źródła danych o e-commerce. 2. Analiza potencjału biznesowego wybranych platform mediów społecznościowych. 3. Analiza strategii e-commerce wybranej firmy. 4. Analiza modeli biznesowych serwisów online 5. Charakterystyka polskiego rynku e-commerce. W celu rozwinięcia pojęć omawianych w trakcie ćwiczeń studenci mogą skorzystać z konsultacji.		
Wymagania wstępne i dodatkowe	Podstawowa wiedza z zakresu technologii informacyjnych.		
Sposoby i kryteria oceniania osiągniętych efektów uczenia się	Sposób oceniania (składowe)	Próg zaliczeniowy	Składowa oceny końcowej
	Praca nad projektami grupowymi (4x5 pkt.)	51.0%	100.0%

Zalecana lista lektur	Podstawowa lista lektur	1. M. Cichon& all., Biblia e-biznesu, One Press Helion, Warszawa 2014 2. M. Cichon& all., Biblia e-biznesu. Nowy testament, One Press Helion, Warszawa 2016
	Uzupełniająca lista lektur	1. O. Debicka, A. Borodo, Wykorzystanie modelu SaaS w budowie sklepów internetowych w Polsce {w:} Wyzwania społeczeństwa informacyjnego, Uniwersytet Gdański, Gdańsk 2015, 2. O. Deebicka, "Uwarunkowania rozwoju transgranicznego handlu elektronicznego w Unii Europejskiej" [w:] Problemy regionalizmu i globalizacji, pod red. Jana Rymarczyka, Małgorzaty Domiter, Wawrzynca Michalczyka. Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu, Wrocław 2011 3. O. Debicka: "Wykorzystanie koncepcji EDI w usprawnieniu procesów biznesowych" [w:] Studia i Materiały Instytutu Transportu i Handlu Morskiego nr 8/2011, Fundacja Rozwoju UG, Sopot 2012 4. P. Kobis, Marketing z Google. Jak osiągnąć wysoką pozycję? Techniki pozycjonowania a spam. Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2007
	Adresy eZasobów	Adresy na platformie eNauczanie:
Przykładowe zagadnienia/ przykładowe pytania/ realizowane zadania		
Praktyki zawodowe w ramach przedmiotu	Nie dotyczy	

Dokument wygenerowany elektronicznie. Nie wymaga pieczęci ani podpisu.