

Karta przedmiotu

Nazwa i kod przedmiotu	Strategie e-biznesu (Wykład), PG_00171470						
Kierunek studiów	Ekonomia (O)						
Data rozpoczęcia studiów	październik 2025 r.		Rok akademicki realizacji przedmiotu		2025/2026		
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						
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		10.0		25.0	50
Cel przedmiotu	Celem przedmiotu jest przedstawienie studentom możliwości wykorzystania Internetu w prowadzeniu 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_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. Wątpliwości bądź niejasne zagadnienia można omówić z nauczycielem podczas konsultacji.	[SU1] wypowiedź ustna/rozmowa/diskusja
	[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_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_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_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	Strategia biznesu cyfrowego: • Istota strategii • Miejsce strategii e-biznesu w strategii przedsiębiorstwa • Skutki braku lub źle sformułowanej strategii cyfrowej • Ogólny model procesu tworzenia strategii • Pułapki Czerwonego Oceanu Customer Development w strategiach przedsiębiorstw Modele e-biznesu BMC w budowie modelu biznesowego • 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 Przegląd modeli biznesowych (e-commerce, media-site, podcast, 2-sided market, SaaS): • Opis modelu • Oferowana usługa • Model zarabiania • Przykłady KPI w modelach biznesowych: • 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 W celu rozwinięcia pojęć omawianych w trakcie zajęć, studenci mogą skorzystać z konsultacji.		
Wymagania wstępne i dodatkowe			
Sposoby i kryteria oceniania osiąganych efektów uczenia się	Sposób oceniania (składowe)	Próg zaliczeniowy	Składowa oceny końcowej
	Egzamin ustny	51.0%	100.0%
Zalecana lista lektur	Podstawowa lista lektur	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	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	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.