Uniwersytet Gdański

Karta przedmiotu

Nazwa i kod przedmiotu	Strategie e-biznesu , PG_00199382		
Kierunek studiów	Ekonomia (O)		
Data rozpoczęcia studiów	październik 2026 r.	Rok akademicki realizacji przedmiotu	2026/2027
Poziom kształcenia	II stopnia	Grupa zajęć	Grupa zajęć obowiązkowych z zakresu kierunku studiów Grupa zajęć fakultatywnych Grupa zajęć powiązanych z prowadzonymi badaniami naukowymi w dziedzinie nauki związanej z kierunkiem - profil ogólnoakademicki
Forma studiów	stacjonarne	Sposób realizacji	na uczelni
Rok studiów	1	Język wykładowy	polski
Semestr studiów	2	Liczba punktów ECTS	4.0
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	15.0	0.0	30.0	0.0	60
	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	60	0.0	40.0	100

Cel przedmiotu	Celem przedmiotu jest przedstawienie studentom możliwosci wykorzystania Internetu w powadzeniu działalności gospodarczej. Student zapozna sie między innymi z różnymi modelami e-biznesu.

Efekty uczenia się przedmiotu	Efekt kierunkowy	Efekt z przedmiotu	Sposób weryfikacji i oceny efektu
	[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
	[EKONMU2_U02] potrafi wykorzystywać posiadaną wiedzą 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. Wątpliwości bądź niejasne zagadnienia można omówić z nauczycielem podczas konsultacji.	[SU1] wypowiedź ustna/rozmowa/ dyskusja [SU2] prezentacja/projekt/referat/ raport
	[EKONMU2_W11] zna 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 [SW2] prezentacja/projekt/referat/ raport
	[EKONMU2_K05] potrafi krytycznie identyfikować i diagnozować złożone dylematy zawodowe oraz dokonywać pogłębionej analizy i oceny różnych wariantów rozwiązań, wybierając i uzasadniając optymalne decyzje w kontekście wykonywania 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

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 Ćwiczenia: Projekt 1. Definiowanie wizji w strategii, czyli co tak naprawdę robimy? 1. Zrozumienie znaczenia wizji i misji w kontekście strategii e-biznesu. 2. Zidentyfikowanie potencjalnych pułapek czerwonego oceanu dla e-biznesu. 3. Praktyczne zastosowanie wiedzy z wykładu poprzez analizę rzeczywistych przypadków e-biznesowych. Projekt 2: Komunikacja wartości dla klienta w modelu biznesowym: 1. Wprowadzenie do koncepcji propozycji wartości w modelu biznesowym. 2. Opracowanie propozycji wartości przy użyciu narzędzia Value Proposition Canvas. 3. Warsztaty grupowe: tworzenie propozycji wartości dla wybranego przedsiębiorstwa. 4. Dyskusja i analiza przykładów skutecznej komunikacji wartości dla klienta. 5. Prezentacja wyników grupowych opracowań i omówienie ich mocnych oraz słabych stron. 6. Omówienie idei "Start with WHY" Simona Sineka i jej zastosowania w strategii e-biznesowej. 7. Analiza sposobów, w jakie liderzy inspirują do działania poprzez jasne określenie "dlaczego". Projekt 3. Blog i Vlog w modelu biznesowym 1. Wprowadzenie do roli blogów i vlogów w strategii e-biznesowej. 2. Analiza przykładów udanych blogów i vlogów jako narzędzi komunikacji z klientem. 3. Dyskusja nad sposobami budowania i utrzymania społeczności online poprzez blogi i vlogi. 4. Techniki SEO i optymalizacji treści w blogach i vlogach. 5. Prezentacja opracowanych strategii blogów i vlogów oraz ocena ich potencjału biznesowego. Projekt 4: Ocena strategii e-biznesu wybranego przedsiębiorstwa. Case Study 1. Wprowadzenie do metod analizy strategii e-biznesu. 2. Wybór przedsiębiorstwa do analizy (indywidualnie lub w grupach). 3. Przeprowadzenie analizy strategii e-biznesowej wybranego przedsiębiorstwa. 4. Identyfikacja mocnych i słabych stron, szans i zagrożeń (analiza SWOT). 5. Ocena skuteczności strategii e-biznesowej i jej wpływu na wyniki przedsiębiorstwa. 6. Przedstawienie rekomendacji i propozycji ulepszeń strategii. 7. Prezentacja wyników analizy w formie raportu i prezentacji multimedialnej. 8. Dyskusja nad zaprezentowanymi strategiami i omówienie wniosków z case study. W celu rozwinięcia pojęć omawianych w trakcje zajęć, studenci mogą skorzystać z konsultacji.
Wymagania wstępne i dodatkowe	

<table>
<tr><td>Sposoby i kryteria oceniania osiąganych efektów uczenia się</td><td colspan="2"><table>
<tr><th>Sposób oceniania (składowe)</th><th>Próg zaliczeniowy</th><th>Składowa oceny końcowej</th></tr>
<tr><td>Projekt 4</td><td>51.0%</td><td>19.0%</td></tr>
<tr><td>Projekt 3</td><td>51.0%</td><td>10.0%</td></tr>
<tr><td>Projekt 2</td><td>51.0%</td><td>10.0%</td></tr>
<tr><td>Projekt 1</td><td>51.0%</td><td>10.0%</td></tr>
<tr><td>Egzamin ustny</td><td>51.0%</td><td>51.0%</td></tr>
</table></td></tr>
<tr><td rowspan="3">Zalecana lista lektur</td><td>Podstawowa lista lektur</td><td>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</td></tr>
<tr><td>Uzupełniająca lista lektur</td><td>1. P. Przybylski, E-commerce 2.0, Wydawnictwo Biznesowe Expertia, 2021
2. M. Skwarek, Magia Instagrama. Jak zdobyc milionowe zasiegi 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</td></tr>
<tr><td>Adresy eZasobów</td><td></td></tr>
<tr><td>Przykładowe zagadnienia/ przykładowe pytania/ realizowane zadania</td><td colspan="2"></td></tr>
<tr><td>Praktyki zawodowe w ramach przedmiotu</td><td colspan="2">Nie dotyczy</td></tr>
</table>

Dokument wygenerowany elektronicznie. Nie wymaga pieczęci ani podpisu.