

KARTA MODUŁU KSZTAŁCENIA ROK AKADEMICKI 2015/2016

KIERUNEK FINANSE I RACHUNKOWOŚĆ

1 Nazwa modułu kształcenia

E-biznes

2 Nazwa jednostki prowadzącej moduł

Wydział Nauk Ekonomicznych i Technicznych, Katedra Ekonomii i Zarządzania, Zakład Finansów i Rachunkowości

3 Kod modułu (wypełnia koordynator ECTS)

4 Grupa treści kształcenia
Treści kształcenia specjalnościowego

5 Typ modułu
Obowiązkowy

6 Poziom studiów
Stopnia I

7 Liczba punktów ECTS
3

8 Poziom przedmiotu
Średnio-zaawansowany

9 Rok studiów, semestr
III rok, semestr V - zimowy

10 Liczba godzin w semestrze

11 Liczba godzin w tygodniu

Wyk. Ćw. Lab. Sem. Proj. Wyk. Ćw. Lab. Sem. Proj.

studia stacjonarne

15

15

1

1

12 Język wykładowy:

polski

13 Wykładowca (wykładowcy)

Agnieszka Siedlecka, dr ; a.siedlecka@dydaktyka.pswbp.pl

Mariusz Pyra, mgr ; m.pyra@dydaktyka.pswbp.pl

14 Wymagania wstępne

1. Znajomość podstaw informatyki.
2. Znajomość podstaw ekonomii.

15 Cele przedmiotu

- C1 Zapoznanie studentów z podstawowymi pojęciami związanymi z e-biznesem.
- C2 Zapoznanie studentów z wybranymi modelami e-biznesu.
- C3 Wyposażenie studentów w wiedzę dot. wybranych segmentów e-biznesu.

16 Efekty kształcenia w zakresie wiedzy, umiejętności i kompetencji społecznych

nr	student, który zaliczył przedmiot, potrafi:	odniesienie do celów przedmiotu
WIEDZA		
EK01	Definiować podstawowe pojęcia e-biznesu.	C1
UMIEJĘTNOŚCI		
EK02	Rozróżniać i charakteryzować wybrane modele e-biznesu.	C2
KOMPETENCJE SPOŁECZNE		
EK03	Opisać wybrane segmenty e-biznesu z dokonaniem analizy wybranych przykładów.	C3

17 Treści programowe

	forma zajęć - wykłady	liczba godzin S	liczba godzin NS	odniesienie do efektów kształcenia dla przedmiotu
W1	Przedmiot e-biznesu.	2		EK01
W2	Społeczeństwo informacyjne.	2		EK01
W3	Modele e-biznesu.	2		EK02

W4	e-Commerce.	2	EK03
W5	Formy handlu elektronicznego.	2	EK03
W6	PR – w Internecie.	2	EK03
W7	Marketing w Internecie.	2	EK03
W8	e-bankowość.	1	EK03
suma godzin		15	
	forma zajęć - ćwiczenia	liczba godzin S	liczba godzin NS
			odniesienie do efektów kształcenia dla przedmiotu
ĆW1	Wprowadzenie. Technologia i gospodarka w społeczeństwie informacyjnym.	1	EK01
ĆW2	Infrastruktura technologiczna elektronicznej gospodarki – Internet, intranet, ekstranet.	1	EK01
ĆW3	E – biznes outsourcing – analiza wybranych przykładów.	2	EK02
ĆW4	Marketing w sieci i rola Internetu w promocji.	1	EK03
ĆW5	Biznes elektroniczny. Elektroniczny system wymiany dokumentów. Zalety i wady e-biznesu. Rynek elektroniczny w Polsce i na świecie.	2	EK02
ĆW6	Sklepy internetowe. Kategorie sklepów. Porównywanie cen towarów. Formy płatności. Internetowe zakupy grupowe.	1	EK03
ĆW7	Jakość użytkowa internetowego serwisu biznesowego – studium przypadku.	1	EK03
ĆW8	Elektroniczne systemy logistyczne.	1	EK03
ĆW9	Finanse w gospodarce elektronicznej.	1	EK03
ĆW10	E – usługi. Charakterystyka problematyki i czynniki je hamujące.	1	EK03
ĆW11	E-learning, telemedycyna i telepraca. Charakterystyka rozwiązań technologicznych.	2	EK03
ĆW12	E – rekrutacja w realizacji strategii e-biznesu w Polsce.	1	EK03
suma godzin		15	
18 Narzędzia/metody dydaktyczne			
1.	Dyskusja		
2.	Rozwiązywanie problemu		
3.	Objaśnianie - prezentacja multimedialna		
4.	Wykład informacyjny		
19 Sposoby oceny (F – formująca, P – podsumowująca)			
F1.	Prezentacja multimedialna		
P1.	Kolokwium w formie testu		
P2.	Egzamin pisemny		

20 Obciążenie pracą studenta

forma aktywności	średnia liczba godzin na zrealizowanie aktywności	
	S	NS
Godziny kontaktowe z nauczycielem	30	
Konsultacje	15	
Przygotowanie się do zajęć	10	
Przygotowanie się do kolokwium	10	
Przygotowanie do egzaminu	10	
SUMA	75	
SUMARYCZNA LICZBA PUNKTÓW ECTS DLA PRZEDMIOTU	3	

21 Literatura podstawowa i uzupełniająca**Literatura podstawowa:**

1. Chmielarz W.: Systemy biznesu elektronicznego, Difin, Warszawa 2007.
2. Hejduk I.: Przedsiębiorczość nowych mediów: analiza modeli biznesowych firm internetowych, SGH, Warszawa 2013.

Literatura uzupełniająca:

1. Cendrowska B.: E-marketing dla małych i średnich przedsiębiorstw, CeDeWu, Warszawa 2014.
2. Mącik R.: Wpływ technologii informacyjnych i komunikacyjnych na zachowania konsumentów: studium empiryczne, UMCS, Lublin 2011.

22 Kryteria oceny *

nr efektu	na ocenę 2 (ndst)	na ocenę 3 (dst)	na ocenę 4 (db)	na ocenę 5 (bdb)
EK01	Student nie wykazuje znajomości podstawowych pojęć e-biznesu.	Student wykazuje znajomość zaledwie kilku podstawowych pojęć e-biznesu.	Student wykazuje znajomość większości podstawowych pojęć e-biznesu.	Student wykazuje znajomość wszystkich podstawowych pojęć e-biznesu.
EK02	Student nie potrafi rozróżnić i charakteryzować żadnych modeli e-biznesu.	Student potrafi rozróżnić i scharakteryzować zaledwie kilka modeli e-biznesu.	Student potrafi rozróżnić i scharakteryzować większość modeli e-biznesu.	Student potrafi rozróżnić i scharakteryzować wszystkie modele e-biznesu.
EK03	Student nie potrafi opisać żadnych segmentów e-biznesu.	Student potrafi opisać jeden wybrany segment e-biznesu i dokonać analizy konkretnego przykładu.	Student potrafi opisać dwa wybrane segmenty e-biznesu i dokonać analizy konkretnych przykładów.	Student potrafi opisać trzy lub więcej wybrane segmenty e-biznesu i dokonać analizy konkretnych przykładów.

Tabela podsumowująca

Efekt kształcenia	Odniesienie danego efektu do efektów zdefiniowanych dla całego programu („kierunkowych”)	Cele przedmiotu	Treści programowe	Narzędzia/metody dydaktyczne	Sposób oceny
EK01	K_W01, K_W03, K_W06, K_W19, K_W20	C1	W1, W2, ĆW1, ĆW2	1,2,3,4	F1,P1,P2
EK02	K_U01, K_U02, K_U03, K_U09, K_U22	C2	W3, ĆW3, ĆW5	1,2,3,4	F1,P1,P2
EK03	K_K01, K_K02, K_K06, K_K08	C3	W4-W8, ĆW4, ĆW6- ĆW12	1,2,3,4	F1,P1,P2

