Uniwersytet Gdański

Karta przedmiotu

Nazwa i kod przedmiotu	E-biznes, PG_00178735						
Kierunek studiów	Informatyka i ekonometria (O)						
Data rozpoczęcia studiów	październik 2025 r.		Rok akademicki realizacji przedmiotu	2026/2027			
Poziom kształcenia	II stopnia		Grupa zajęć	Grupa zajęć fakultatywnych Grupa zajęć powiązanych z prowadzonymi badaniami naukowymi w dziedzinie nauki związanej z kierunkiem - profil ogólnoakademicki			
Forma studiów	niestacjonarne		Sposób realizacji	na uczelni			
Rok studiów	2		Język wykładowy	polski Polski			
Semestr studiów	4		Liczba punktów ECTS	5.0			
Profil kształcenia	ogólnoakademicki		Forma zaliczenia	zaliczenie			
Jednostka prowadząca	Rektor -> Wydział Zarządzania -> Katedra Informatyki Ekonomicznej						
Imię i nazwisko wykładowcy (wykładowców)	Odpowiedzialny za przedmiot		dr Natalia Michałek				
	Prowadzący zajęcia z przedmiotu						
Formy zajęć	Forma zajęć	Wykład	Ćwiczenia	Laboratorium	Projekt	Seminarium	RAZEM
	Liczba godzin zajęć	8.0	24.0	0.0	0.0	0.0	32
	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	32		2.0	91.0	125	
Cel przedmiotu	Celem przedmiotu jest pozyskanie dogłębnej i użytecznej wiedzy specjalistycznej dotyczącej prowadzenia działalności biznesowej w środowisku cyfrowym, obejmującej nie tylko sprzedaż internetową, lecz również inne kluczowe obszary funkcjonowania współczesnych organizacji online. Uczestnicy przedmiotu nabędą kompetencje w zakresie planowania, wdrażania oraz zarządzania procesami biznesowymi z wykorzystaniem technologii informacyjnych i komunikacyjnych (ICT). Szczególny nacisk położony jest na aspekty strategiczne, technologiczne, operacyjne, bezpiezpeczństwa, prawne oraz marketingowe e-biznesu, jak również na integrację narzędzi cyfrowych w obszarach takich jak obsługa klienta, logistyka, zarządzanie wiedzą i współpraca B2B/B2C. Efektem nauczania jest także umiejętność analizy modeli e-biznesowych oraz ich praktycznego zastosowania w warunkach rynkowych.						

Efekty uczenia się przedmiotu

Efekt kierunkowy	Efekt z przedmiotu	Sposób weryfikacji i oceny efektu
[IiEMU2_U06] Student potrafi wykorzystywać i integrować uporządkowaną i szczgółową wiedzę z zakresu nauk o zarządzaniu i jakości oraz ekonomii i finansów na potrzeby rozstrzygania dylematów i opracowywania innowacyjnych rozwiązań złożonych lub nietypowych problemów, pojawiających się w pracy zawodowej.	Student potrafi zaprojektować własny e-biznes wraz z doborem odpowiedniej technologii, zaplanowaniem procesów sprzedaży oraz działań marketingowych, obsługi zamówień, klientów i aspektów logistycznych, ze szczególnym uwzględnieniem zastosowania różnych narzędzi informatycznych.	[SU2] prezentacja/projekt/referat/ raport
[IiEMU2_W01] Student w pogłębionym stopniu zna i rozumie charakter i ewolucję teorii z zakresu nauk o zarządzaniu i jakości oraz ekonomii i finansów wraz z ich miejscem w systemie nauk społecznych - w szczególności główne trendy rozwoju metod i narzędzi informatycznych lub statystycznych.	Student ma wiedzę z zakresu biznesu cyfrowego, modeli i procesów bizensowych, jak również wiedzę w obszarze bezpieczeństwa i aspektów prawnych związanych z prowadzeniem działalności biznesowej w środowisku cyfrowym, , ze szczególnym uwzględnieniem zastosowania narzędzi informatycznych.	[SW4] test/egzamin - ustny lub pisemny [SW2] prezentacja/projekt/referat/ raport

Treści przedmiotu

1. Definicja i istota biznesu cyfrowego. Wprowadzenie do e-biznesu, podstawowe pojęcia, modele sprzedaży.
2. Podstatowe aspekty prawne prowadzenia biznesu cyfrowego, w tym ochrona konsumenta i danych osobowych (RODO).
3. Bezpieczeństwo i ciągłość działań e-biznes ze szczególnym uwzględnieniem bezpieczeństwa infrastuktury i danych.
4. Tworzenie własnego e-biznesu wraz z wyborem technologii i narzędzi, projektowania interfejsów, architektury informacji i procesów sprzedaży.
5. Działania i strategie marketingowe (omnichannel vs. multichannel vs. cross-channel). Pozyskiwanie klientów. Marketing automation. Narzędzia analityczne i mierzenie skuteczności działań.
6. Obługa zamówień i klientów e-biznesu. Logistyka i magazynowanie, dropshipping.
7. Przegląd rynku biznesu cyfrowego w Polsce i na świecie.
8. Automatyzacja procesów biznesowych. Rola AI w e-biznesie.

Wymagania wstępne i dodatkowe

Student powinien posiadać podstawową wiedzę z zakresu biznesu cyfrowego i mediów społecznościowych.

Sposoby i kryteria oceniania osiąganych efektów uczenia się

Sposób oceniania (składowe)	Próg zaliczeniowy	Składowa oceny końcowej
Test pisemny	51.0%	50.0%
Projekt zaliczeniowy	51.0%	50.0%

Zalecana lista lektur

Podstawowa lista lektur	1. Autorskie materiały dydaktyczne (wykładowe i laboratoryjne) prowadzących zajęcia. 2. Chaffey D., Digital Business i E-commerce Management, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2016. 3. Karwatka P. i in., Technologia w ecommerce. Teoria i praktyka. Poradnik menedżera, HELION, Gliwice 2013. 4. Dębicka O., Borodo A., Winiarski J., Ochrona danych osobowych w branży e-commerce w Polsce. Studia i Materiały Instytutu Transportu i Handlu Morskiego, 14, 2017, s. 145-157.
Uzupełniająca lista lektur	N/A
Adresy eZasobów	

Przykładowe zagadnienia/ przykładowe pytania/ realizowane zadania

1. Projekt własnego e-biznesu.
2. Projekt i analiza skuteczności kampanii marketingowej w biznesie cyfrowym.
3. Analiza porównawcza modeli sprzedaży online.
4. Analiza aspektów prawne prowadzenia e-biznesu.
5. Projekt automatyzacji procesów biznesowych.
6. Zastosowanie sztucznej inteligencji w biznesie cyfrowym - case study.

Praktyki zawodowe w ramach przedmiotu

Nie dotyczy

Dokument wygenerowany elektronicznie. Nie wymaga pieczęci ani podpisu.