

**Karta przedmiotu**

|  |   |   |                     |                        |  |                       |       |
|--|---|---|---------------------|------------------------|--|-----------------------|-------|
| Nazwa i kod przedmiotu                   | E-biznes, PG_00178735   |   |                     |                        |  |                       |       |
| Kierunek studiów                         | Informatyka i ekonometria (O)   |   |                     |                        |  |                       |       |
| Data rozpoczęcia studiów                 | październik 2026 r.   | Rok akademicki realizacji przedmiotu                      |                     |                        | 2026/2027  |                       |       |
| Poziom kształcenia                       | II stopnia  | Grupa zajęć   |                     |                        | Grupa zajęć fakultatywnych<br>Grupa zajęć powiązanych z prowadzonymi badaniami naukowymi w dziedzinie nauki związanej z kierunkiem - profil ogólnoakademicki |                       |       |
| Forma studiów                            | niestacjonarne  | Sposób realizacji   |                     |                        | na uczelni   |                       |       |
| Rok studiów                              | 1   | Język wykładowy   |                     |                        | polski   |                       |       |
| Semestr studiów                          | 2   | 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, bezpieczeństwa, 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  |
|   | [liEMU2_U06] Student potrafi wykorzystywać i integrować uporządkowaną i szczegółową wiedzę z zakresu nauk o zarządzaniu i jakości oraz ekonomii i finansów na potrzeby rozstrzygnięcia dylematów i opracowywania innowacyjnych rozwiązań złożonych lub nietypowych problemów, pojawiających się w pracy zawodowej.   | Student potrafi zaprojektować własny e-biznes wraz z doбором 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   |
|   | [liEMU2_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 biznesowych, 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<br>[SW2] prezentacja/projekt/referat/raport |
| Treści przedmiotu   | <ol style="list-style-type: none"> <li>Definicja i istota biznesu cyfrowego. Wprowadzenie do e-biznesu, podstawowe pojęcia, modele sprzedaży.</li> <li>Podstawowe aspekty prawne prowadzenia biznesu cyfrowego, w tym ochrona konsumenta i danych osobowych (RODO).</li> <li>Bezpieczeństwo i ciągłość działań e-biznes ze szczególnym uwzględnieniem bezpieczeństwa infrastruktury i danych.</li> <li>Tworzenie własnego e-biznesu wraz z wyborem technologii i narzędzi, projektowania interfejsów, architektury informacji i procesów sprzedaży.</li> <li>Działania i strategie marketingowe (omnichannel vs. multichannel vs. cross-channel). Pozyskiwanie klientów. Marketing automation. Narzędzia analityczne i mierzenie skuteczności działań.</li> <li>Obsługa zamówień i klientów e-biznesu. Logistyka i magazynowanie, dropshipping.</li> <li>Przegląd rynku biznesu cyfrowego w Polsce i na świecie.</li> <li>Automatyzacja procesów biznesowych. Rola AI w e-biznesie.</li> </ol> |   |  |
| Wymagania wstępne i dodatkowe                                     | Student powinien posiadać podstawową wiedzę z zakresu biznesu cyfrowego i mediów społecznościowych.  |   |  |
| Sposoby i kryteria oceniania osiągniętych efektów uczenia się     | Sposób oceniania (składowe)  | Próg zaliczeniowy   | Składowa oceny końcowej  |
|   | Projekt zaliczeniowy   | 51.0%   | 50.0%  |
|   | Test pisemny   | 51.0%   | 50.0%  |
| Zalecana lista lektur   | Podstawowa lista lektur  | <ol style="list-style-type: none"> <li>Autorskie materiały dydaktyczne (wykładowe i laboratoryjne) prowadzących zajęcia.</li> <li>Chaffey D., Digital Business i E-commerce Management, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2016.</li> <li>Karwatka P. i in., Technologia w ecommerce. Teoria i praktyka. Poradnik menedżera, HELION, Gliwice 2013.</li> <li>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.</li> </ol> |  |
|   | Uzupełniająca lista lektur   | N/A   |  |
|   | Adresy eZasobów  |   |  |
| Przykładowe zagadnienia/ przykładowe pytania/ realizowane zadania | <ol style="list-style-type: none"> <li>Projekt własnego e-biznesu.</li> <li>Projekt i analiza skuteczności kampanii marketingowej w biznesie cyfrowym.</li> <li>Analiza porównawcza modeli sprzedaży online.</li> <li>Analiza aspektów prawne prowadzenia e-biznesu.</li> <li>Projekt automatyzacji procesów biznesowych.</li> <li>Zastosowanie sztucznej inteligencji w biznesie cyfrowym - case study.</li> </ol>  |   |  |
| Praktyki zawodowe w ramach przedmiotu                             | Nie dotyczy  |   |  |

Dokument wygenerowany elektronicznie. Nie wymaga pieczęci ani podpisu.