

Karta przedmiotu

Nazwa i kod przedmiotu	Wprowadzenie do gospodarki elektronicznej, PG_00206414						
Kierunek studiów	Ekonomia (O), Międzynarodowe stosunki gospodarcze (O)						
Data rozpoczęcia studiów	październik 2024 r.	Rok akademicki realizacji przedmiotu		2026/2027			
Poziom kształcenia	I stopnia - licencjackie	Grupa zajęć		Grupa zajęć obowiązkowych z zakresu kierunku studiów Grupa zajęć fakultatywnych			
Forma studiów	stacjonarne	Sposób realizacji		na uczelni			
Rok studiów	3	Język wykładowy		polski			
Semestr studiów	5	Liczba punktów ECTS		2.0			
Profil kształcenia	ogólnoakademicki	Forma zaliczenia		zaliczenie			
Jednostka prowadząca							
Imię i nazwisko wykładowcy (wykładowców)	Odpowiedzialny za przedmiot	mgr Marcin Hofman					
	Prowadzący zajęcia z przedmiotu						
Formy zajęć	Forma zajęć	Wykład	Ćwiczenia	Laboratorium	Projekt	Seminarium	RAZEM
	Liczba godzin zajęć	30.0	0.0	0.0	0.0	0.0	30
	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	30		2.0		18.0	50
Cel przedmiotu	Przekazanie studentom wiedzy na temat mechanizmów funkcjonowania gospodarki cyfrowej, ze szczególnym uwzględnieniem modeli biznesowych e-commerce oraz nowoczesnych technologii (AI, Big Data, Blockchain). Wykształcenie praktycznych umiejętności w zakresie analizy lejka sprzedażowego oraz obliczania i interpretacji kluczowych wskaźników efektywności (KPI) w biznesie cyfrowym. Podniesienie kompetencji w zakresie identyfikacji ryzyk (cyberbezpieczeństwo) oraz poruszania się w dynamicznie zmieniających się regulacjach prawnych (RODO, Dyrektywa Omnibus, DSA/DMA).						

Efekty uczenia się przedmiotu	Efekt kierunkowy	Efekt z przedmiotu	Sposób weryfikacji i oceny efektu
	[MSG3_W12] ma uporządkowaną wiedzę o naturze, sposobie funkcjonowania oraz źródłach zmian zachodzących w strukturach podmiotów i organizacji gospodarczych (w szczególności tych, które funkcjonują na rynku międzynarodowym), rozumie przyczyny, przebieg, skalę i konsekwencje tych zmian	Definiuje oraz opisuje strukturę i mechanizmy funkcjonowania nowoczesnych organizacji gospodarczych w realiach gospodarki cyfrowej. Posiada usystematyzowaną wiedzę na temat transformacji tradycyjnych modeli biznesowych w kierunku e-commerce (SaaS, Marketplace, D2C) oraz rozumie przyczyny, przebieg i konsekwencje zmian strukturalnych i operacyjnych, jakie organizacje te przechodzą podczas wchodzenia na rynki międzynarodowe w obliczu globalnej konkurencji i innowacji technologicznych.	[SW4] test/egzamin - ustny lub pisemny
	[EKONL3_U13] potrafi współdziałać i pracować w grupie (w tym w środowisku międzynarodowym), przyjmując w niej różne role	Aktywnie współdziała w strukturach zespołowych realizujących projekty analityczne i strategiczne studia przypadku (case studies) z zakresu gospodarki cyfrowej. Przyjmuje i wykonuje zadania przypisane do zróżnicowanych ról organizacyjnych w e-commerce (np. analityk danych, menedżer ds. marketingu, dyrektor finansowy), efektywnie komunikując się i argumentując swoje stanowisko w celu wypracowania wspólnych rozwiązań dla rynków międzynarodowych	[SU2] prezentacja/projekt/referat/raport
	[MSG3_U14] potrafi współdziałać i pracować w grupie (w tym w środowisku międzynarodowym), przyjmując w niej różne role	Inicjuje i aktywnie uczestniczy w pracy zespołów rozwiązujących międzynarodowe studia przypadku (case studies) z obszaru gospodarki cyfrowej. Przyjmuje i realizuje w grupie zróżnicowane role przypisane do struktur organizacyjnych e-commerce (np. analityka danych, menedżera ds. marketingu, dyrektora finansowego), skutecznie argumentując swoje stanowisko i wypracowując wspólne, kompromisowe decyzje strategiczne	[SU2] prezentacja/projekt/referat/raport
	[EKONL3_W08] ma zaawansowaną wiedzę o procesach zmian elementów, przedsiębiorstw oraz całych struktur organizacji gospodarczych, a także o procesach zmian instytucji społecznych, wie jakie są ich przyczyny, przebieg, skala, konsekwencje i jaki jest na nie wpływ interesariuszy zewnętrznych	Student ma wiedzę o procesach zmian w organizacjach gospodarczych oraz rozumie wpływ transformacji cyfrowej na struktury rynkowe i modele biznesowe (SaaS, Marketplace, D2C)	[SW4] test/egzamin - ustny lub pisemny

Treści przedmiotu	Wprowadzenie do gospodarki elektronicznej oraz e-commerce: Podstawowe pojęcia, modele biznesowe i mechanizmy funkcjonowania e-gospodarki oraz handlu elektronicznego. Historia internetu oraz e-commerce: Ewolucja sieci, rozwój technologii cyfrowych oraz kluczowe etapy kształtowania się globalnego handlu online. Zastosowanie gospodarki cyfrowej z elementami cyberbezpieczeństwa: Praktyczne wykorzystanie rozwiązań cyfrowych w organizacjach gospodarczych oraz identyfikacja i zarządzanie podstawowymi zagrożeniami w cyberprzestrzeni. Internet i e-commerce a globalizacja: Wpływ sieci na zacieranie granic handlowych, przepływ kapitału i towarów oraz rola platform o zasięgu globalnym. Determinanty rozwoju e-commerce: Czynniki technologiczne, ekonomiczne, społeczne i prawne warunkujące rozwój handlu elektronicznego oraz budowanie przewagi konkurencyjnej. Analityka danych i wskaźniki e-commerce																	
Wymagania wstępne i dodatkowe																		
Sposoby i kryteria oceniania osiągniętych efektów uczenia się	<table><tr><td>Sposób oceniania (składowe)</td><td>Próg zaliczeniowy</td><td>Składowa oceny końcowej</td></tr><tr><td>Prezentacja</td><td>51.0%</td><td>50.0%</td></tr><tr><td>Kolokwium</td><td>51.0%</td><td>50.0%</td></tr></table>	Sposób oceniania (składowe)	Próg zaliczeniowy	Składowa oceny końcowej	Prezentacja	51.0%	50.0%	Kolokwium	51.0%	50.0%								
Sposób oceniania (składowe)	Próg zaliczeniowy	Składowa oceny końcowej																
Prezentacja	51.0%	50.0%																
Kolokwium	51.0%	50.0%																
Zalecana lista lektur	<table><tr><td>Podstawowa lista lektur</td><td colspan="2">Laudon, K. C., & Traver, C. G. (2024). <i>E-commerce: Business, Technology, Society</i>. Pearson.</td></tr><tr><td></td><td colspan="2">Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2022). <i>Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice</i>. Pearson.</td></tr><tr><td></td><td colspan="2">McAfee, A., & Brynjolfsson, E. (2017). <i>Machine, Platform, Crowd: Harnessing Our Digital Future</i>. W. W. Norton & Company.</td></tr><tr><td>Uzupełniająca lista lektur</td><td colspan="2">Parker, G. G., Van Alstyne, M. W., & Choudary, S. P. (2016). <i>Platform Revolution: How Networked Markets Are Transforming the Economy and How to Make Them Work for You</i>. W. W. Norton & Company.</td></tr><tr><td>Adresy eZasobów</td><td colspan="2"></td></tr></table>	Podstawowa lista lektur	Laudon, K. C., & Traver, C. G. (2024). <i>E-commerce: Business, Technology, Society</i> . Pearson.			Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2022). <i>Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice</i> . Pearson.			McAfee, A., & Brynjolfsson, E. (2017). <i>Machine, Platform, Crowd: Harnessing Our Digital Future</i> . W. W. Norton & Company.		Uzupełniająca lista lektur	Parker, G. G., Van Alstyne, M. W., & Choudary, S. P. (2016). <i>Platform Revolution: How Networked Markets Are Transforming the Economy and How to Make Them Work for You</i> . W. W. Norton & Company.		Adresy eZasobów				
Podstawowa lista lektur	Laudon, K. C., & Traver, C. G. (2024). <i>E-commerce: Business, Technology, Society</i> . Pearson.																	
	Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2022). <i>Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice</i> . Pearson.																	
	McAfee, A., & Brynjolfsson, E. (2017). <i>Machine, Platform, Crowd: Harnessing Our Digital Future</i> . W. W. Norton & Company.																	
Uzupełniająca lista lektur	Parker, G. G., Van Alstyne, M. W., & Choudary, S. P. (2016). <i>Platform Revolution: How Networked Markets Are Transforming the Economy and How to Make Them Work for You</i> . W. W. Norton & Company.																	
Adresy eZasobów																		
Przykładowe zagadnienia/ przykładowe pytania/ realizowane zadania	Który z poniższych aktów prawnych Unii Europejskiej nakłada na największe platformy cyfrowe (tzw. gatekeepers, np. Amazon, Meta) szczególne obowiązki w zakresie zwalczania nielegalnych treści oraz zapewnienia przejrzystości algorytmów rekomendacyjnych? A) Dyrektywa Omnibus (Omnibus Directive) B) Ogólne rozporządzenie o ochronie danych (RODO/GDPR) C) Akt o usługach cyfrowych (Digital Services Act - DSA) D) Standard eIDAS W jakim głównym celu analitycy e-commerce wykorzystują model prostej średniej ruchomej (Simple Moving Average - SMA)?																	
Praktyki zawodowe w ramach przedmiotu	Nie dotyczy																	

Dokument wygenerowany elektronicznie. Nie wymaga pieczęci ani podpisu.