

**KARTA KURSU** (realizowanego w module specjalności)**Multimedia i Technologie Internetowe (MiTI)**

(nazwa specjalności)

Nazwa	E-biznes
Nazwa w j. ang.	E-business

Koordynator	dr hab. inż. Mateusz Muchacki, prof. UKEN	Zespół dydaktyczny
		dr hab. inż. Mateusz Muchacki, prof. UKEN
Punktacja ECTS*	st. stacjonarne: 3	

## Opis kursu (cele kształcenia)

Celem kursu jest zrozumienie podstawowych zasad e-biznesu, w tym modeli biznesowych, strategii marketingowych oraz technologii stosowanych w e-commerce. Studenci zdobędą umiejętności analizy rynku, tworzenia strategii e-biznesowych oraz zarządzania projektami e-commerce.

## Warunki wstępne

Wiedza	brak
Umiejętności	Znajomość pakietu aplikacji biurowych, znajomość tworzenia stron WWW
Kursy	Konfiguracja i zarządzanie systemami CMS

## Efekty uczenia się

Wiedza	Efekt uczenia się dla kursu	Odniesienie do efektów dla specjalności (określonych w karcie programu studiów dla modułu specjalnościowego)
	Po zakończeniu kursu student:  W01: Zna podstawowe narzędzia, techniki i metody stosowane w e-biznesie oraz obszary ich zastosowania.	S2_W07
Umiejętności	Efekt uczenia się dla kursu	Odniesienie do efektów dla specjalności (określonych w karcie programu studiów dla modułu specjalność)
	Po zakończeniu kursu student:  U01: Potrafi dostrzec szanse i problemy związane z e-biznesem i sprecyzować cele biznesowe z nimi związane.  U02: Potrafi przygotować środowisko e-commerce w celu realizacji projektów biznesowych.  U03: Sprawnie korzysta z narzędzi analitycznych i innych źródeł wiedzy.	S2_U05 S2_U10  S2_U01  S2_U11

Kompetencje społeczne	Efekt uczenia się dla kursu	Odniesienie do efektów dla specjalności (określonych w karcie programu studiów dla modułu specjalnościowego)
	<p>Po zakończeniu kursu student:</p> <p>K01: Rozumie potrzebę stałego poszerzania swojej wiedzy i umiejętności oraz śledzenia postępu technologicznego.</p> <p>K02: Doskonali umiejętności związane z dzieleniem się wiedzą, rozumie potrzebę zrozumiałego formułowania treści, potrafi dobrać odpowiednie narzędzia do prezentacji treści, uwypuklić mocne strony swojego projektu.</p>	<p>S2_K01</p> <p>S2_K04</p>

### Studia stacjonarne

Forma zajęć	Organizacja											
	Wykład (W)	Ćwiczenia w grupach										
		A		K		L		S		P		E
Liczba godzin	10	20										

### Opis metod prowadzenia zajęć

Wykład podający i konwersatoryjny w języku polskim. Audytoria, podczas których studenci realizują indywidualne projekty.

### Formy sprawdzania efektów uczenia się

	E – learning	Gry dydaktyczne	Ćwiczenia w szkole	Zajęcia terenowe	Praca laboratoryjna	Projekt indywidualny	Projekt grupowy	Udział w dyskusji	Referat	Praca pisemna (esej)	Egzamin ustny	Egzamin pisemny	Inne
W01					x	x		x					
U01					x	x		x					
U02					x	x		x					
U03					x	x		x					
K01					x	x		x					
K02					x	x		x					

Kryteria oceny	Ocenę dobrą i bardzo dobrą może uzyskać student, który: spełni wymagania minimalne, dokładając szczególnej staranności, aby przygotowany przez niego projekt biznesowy był innowacyjny oraz dopracowany względem UX i SEO,
----------------	---

Uwagi	Brak uwag
-------	-----------

#### Treści merytoryczne (wykaz tematów)

1. Zapoznanie się z oprogramowaniem do analizy danych w e-commerce.
2. Systemy e-commerce.
3. Systemy CMS.
4. UX i UI.
5. Wprowadzenie do narzędzi do zbierania danych w e-biznesie.
6. Prezentacja wyników: tworzenie raportów i prezentacji, wykorzystanie narzędzi do wizualizacji danych.
7. Projekt e-biznesowy: praca nad własnym projektem e-biznesowym, prezentacja wyników przed grupą.

#### Wykaz literatury podstawowej

1. Barrow C., Brown R., Biznesplan w małej firmie, One Press, Gliwice 2004.
2. Dutko M., E-biznes. Poradnik praktyka, Helion, Gliwice, 2010.
3. Halligan B., Inbound marketing. Daj się poznać w Google, serwisach społecznościowych i na blogu, One Press, Gliwice, 2010.
4. Majewski P., Czas na e-biznes, Helion, Gliwice, 2007.

#### Wykaz literatury uzupełniającej

1. Pell M. "Envisioning Holograms- Design Breakthrough Experiences for Mixed Reality", Apress 2017
2. Moule J. "Killer UX Design", Sitepoint 2012

#### Bilans godzinowy zgodny z CNPS (Całkowity Nakład Pracy Studenta) - **studia stacjonarne**

Liczba godzin w kontakcie z prowadzącymi	Wykład	10
	Konwersatorium (ćwiczenia, laboratorium itd.)	20
	Pozostałe godziny kontaktu studenta z prowadzącym	5
Liczba godzin pracy studenta bez kontaktu z prowadzącymi	Lektura w ramach przygotowania do zajęć	15
	Przygotowanie krótkiej pracy pisemnej lub referatu po zapoznaniu się z niezbędną literaturą przedmiotu	10
	Przygotowanie projektu lub prezentacji na podany temat (praca w grupie)	10
	Przygotowanie do egzaminu/zaliczenia	5
Ogółem bilans czasu pracy		75
Liczba punktów ECTS w zależności od przyjętego przelicznika		3