

<b>KARTA OPISU MODUŁU KSZTAŁCENIA</b>		
Nazwa modułu/przedmiotu <b>E-business</b>		Kod <b>1011102321011160675</b>
Kierunek studiów <b>Inżynieria zarządzania - studia stacjonarne II</b>	Profil kształcenia (ogólnoakademicki, praktyczny) <b>(brak)</b>	Rok / Semestr <b>1 / 2</b>
Ścieżka obieralności/specjalność <b>Zarządzanie przedsiębiorstwem</b>	Przedmiot oferowany w języku: <b>polski</b>	Kurs (obligatoryjny/obieralny) <b>obieralny</b>
Stopień studiów: <b>II stopień</b>	Forma studiów (stacjonarna/niestacjonarna) <b>stacjonarna</b>	
Godziny Wykłady: <b>15</b> Ćwiczenia: - Laboratoria: - Projekty/seminaria: -		Liczba punktów <b>2</b>
Status przedmiotu w programie studiów (podstawowy, kierunkowy, inny) <b>(brak)</b>		(ogólnouczelniany, z innego kierunku) <b>(brak)</b>
Obszar(y) kształcenia i dziedzina(y) nauki i sztuki <b>nauki techniczne</b> <b>nauki techniczne</b>		Podział ECTS (liczba i %) <b>2 100%</b> <b>2 100%</b>
<b>Odpowiedzialny za przedmiot / wykładowca:</b> dr inż. Katarzyna Ragin-Skorecka email: katarzyna.ragin-skorecka@put.poznan.pl tel. 616653389 Wydział Inżynierii Zarządzania ul. Strzelecka 11 60-965 Poznań		
<b>Wymagania wstępne w zakresie wiedzy, umiejętności, kompetencji społecznych:</b>		
1	<b>Wiedza:</b>	Ma podstawową wiedzę z informatyki, ekonomii oraz nauk o zarządzaniu.
2	<b>Umiejętności:</b>	Potrafi zinterpretować i opisać podstawowe prawa i procesy mające wpływ na działalność przedsiębiorstwa.
3	<b>Kompetencje społeczne</b>	Ma świadomość społecznego kontekstu działalności przedsiębiorstw oraz rozumie podstawowe zjawiska społeczne.
<b>Cel przedmiotu:</b> Studenci powinni zapoznać się z wiedzą związaną z głównymi zagadnieniami dotyczącymi teorii i praktyki w zarządzaniu w dziedzinie e-business i e-commerce.		
<b>Efekty kształcenia i odniesienie do kierunkowych efektów kształcenia</b>		
<b>Wiedza:</b> 1. Ma wiedzę o przedmiocie nauk kontekstowych w stosunku do nauk o zarządzaniu oraz nauk ergologicznych i stosowanych w nich metodach badawczych a także o wspólnej i specyficznej aparaturze pojęciowej w stosunku do nauk o zarządzaniu - [K2A_W01] 2. Ma pogłębioną wiedzę o uwarunkowaniach struktur organizacyjnych oraz o mechanizmach zmian struktur organizacyjnych przedsiębiorstw - [K2A_W03] 3. Zna w sposób pogłębiony metody i narzędzia modelowania procesów informacyjnych - [K2A_W08] 4. Ma pogłębioną wiedzę o procesach zmian struktur organizacyjnych i zarządzaniu tymi zmianami - [K2A_W15]		
<b>Umiejętności:</b> 1. Potrafi właściwie analizować przyczyny i przebieg procesów i zjawisk społecznych (m.in. gospodarczych), formułować własne opinie na ten temat oraz stawiać proste hipotezy badawcze i je weryfikować - [K2A_U03] 2. Posiada umiejętność wykorzystania zdobytej wiedzy w różnych zakresach i formach, rozszerzoną o krytyczną analizę skuteczności i przydatności stosowanej wiedzy - [K2A_U06] 3. Posiada umiejętność samodzielnego proponowania rozwiązań konkretnego problemu zarządczego i przeprowadzenia procedury podjęcia rozstrzygnięć, w tym zakresie - [K2A_U07]		
<b>Kompetencje społeczne:</b>		

1. Rozumie potrzebę i zna możliwości ciągłego doksztalcania się (studia trzeciego stopnia, studia podyplomowe, kursy) - podnoszenia kompetencji zawodowych, osobistych i społecznych; potrafi argumentować potrzebę uczenia się przez całe życie - [K2A\_K01]
2. Ma świadomość interdyscyplinarności wiedzy i umiejętności potrzebnych do rozwiązywania złożonych problemów organizacji i konieczności tworzenia zespołów interdyscyplinarnych - [K2A\_K06]

### Sposoby sprawdzenia efektów kształcenia

Ocena formująca: Prezentacja wybranego tematu.

Ocena podsumowująca: Test pisemny.

### Treści programowe

W ramach przedmiotu zostanie przedstawiony przegląd zarządzania w dziedzinie e-business nakierowany na wybrane obszary zastosowań. Zakres zajęć obejmuje: przegląd zagadnień związanych z e-commerce; mechanizmy, narzędzia i zależności w dziedzinie e-commerce; sprzedaż detaliczną poprzez Internet; business-to-business e-commerce; e-zaopatrzenie; zarządzanie łańcuchami dostaw; e-government i e-learning; consumer-to-consumer e-commerce; zdalne przetwarzanie; środowisko Web 2.0 i serwisy społecznościowe; wypełnianie zamówień i inne serwisy wspierające e-commerce; strategia e-commerce i możliwości wdrożeń.

Ponadto przedmiot uwzględni przegląd możliwości zarządzania strategią planowania e-businessem i skupia się na przedstawieniu jego różnych obszarów.

### Literatura podstawowa:

1. Borucki A. (2012). E-Biznes. Wydawnictwo Politechniki Poznańskiej. Poznań.
2. Szpringer W. (2012). Innowacyjne modele e-biznesu. Difin. Warszawa.
3. Dąbrowska A., Janoś-Kresło M., Wódkowski A. (2009). E-usługi a społeczeństwo informacyjne. Difin. Warszawa.
4. Olszak C.M., Ziemia E. (2007). Strategie i modele gospodarki elektronicznej. PWN. Warszawa.
5. Szpringer W. (2005). Prowadzenie działalności gospodarczej w Internecie. Difin. Warszawa.
6. Kolbusz E., Olejniczak W., Szyjewski Z. (2005). Inżynieria systemów informatycznych w e-gospodarce. PWE. Warszawa.

### Literatura uzupełniająca:

1. Crowder D., Crowder R. Tworzenie stron WWW. Biblia Wydawnictwo Helion Gliwice, 2002
2. Afuah A., Tuci Ch.L Biznes internetowy. Strategie i modele Oficyna Ekonomiczna Kraków 2003
3. Norris M. West S E-Biznes Wydawnictwo KiŁ Warszawa, 2001

### Bilans nakładu pracy przeciętnego studenta

Czynność	Czas (godz.)
1. Opracowanie wybranego tematu	10
2. Przygotowanie do zaliczenia	10
3. Wykłady	15
4. Zaliczenie pisemne	2

  

Obciążenie pracą studenta		
forma aktywności	godzin	ECTS
Łączny nakład pracy	37	2
Zajęcia wymagające bezpośredniego kontaktu z nauczycielem	17	1
Zajęcia o charakterze praktycznym	20	1