

# PAŃSTWOWA WYŻSZA SZKOŁA ZAWODOWA W NOWYM SĄCZU

## KARTA PRZEDMIOTU

obowiązuje studentów rozpoczynających studia w roku akademickim 2014/2015

Instytut Ekonomiczny

Kierunek studiów: e-Administracja

Profil: Praktyczny

Forma studiów: Stacjonarne

Kod kierunku: e-A

Stopień studiów: I

Specjalności: e-Administracja Gospodarcza

### 1 PRZEDMIOT

NAZWA PRZEDMIOTU	E-biznes
KOD PRZEDMIOTU	IE e-A PIS C1 14/15
KATEGORIA PRZEDMIOTU	Przedmioty specjalnościowe
LICZBA PUNKTÓW ECTS	5
SEMESTRY	4

### 2 RODZAJ ZAJĘĆ, LICZBA GODZIN W PLANIE STUDIÓW

SEMESTR	WYKŁAD	CWICZENIA	LABORATORIUM	PROJEKT	SEMINARIUM
4	30		30		

### 3 CELE PRZEDMIOTU

**Cel 1** zapoznanie z obszarem biznesu elektronicznego i handlu elektronicznego

**Cel 2** nabycie zaawansowanych umiejętności obsługi internetu, przeglądarek, porównywarek, wyszukiwarek i portali internetowych

**Cel 3** nabycie umiejętności projektowania i tworzenia sklepu i reklamy internetowej

**Cel 4** nabycie umiejętności doboru i wykorzystania zabezpieczeń w e-handlu i e-biznesie



## 4 WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I INNYCH KOMPETENCJI

- a umiejętność obsługi komputera i internetu w zakresie podstawowym
- b podstawowa znajomość pakietu Microsoft Office

## 5 EFEKTY KSZTAŁCENIA

**EK1** Wiedza: definiuje pojęcia z zakresu e-handlu i e-biznesu

**EK2** Umiejętności: wykorzystuje przeglądarki, porównywarki, wyszukiwarki i portale internetowe w celu wyszukiwania i selekcji użytecznych informacji; przeprowadza transakcje internetowe; korzysta ze środków komunikacji internetowej

**EK3** Umiejętności: projektuje i tworzy sklep i reklamę internetową

**EK4** Umiejętności: dobiera i stosuje zabezpieczenia w e-handlu i e-biznesie

## 6 TREŚCI PROGRAMOWE

### WYKŁAD

LP	TEMATYKA ZAJĘĆ OPIS SZCZEGÓŁOWY BLOKÓW TEMATYCZNYCH	LICZBA GODZIN
W1	Biznes elektroniczny - pojęcia, modele i założenia. Pojęcie e-gospodarki, biznesu elektronicznego i handlu elektronicznego.	6
W2	Sektory i modele biznesu elektronicznego. Internet i Web 2.0	4
W3	Założenia handlu elektronicznego.	4
W4	Rozwiązania handlu elektronicznego. Handel mobilny. Przeglądarki, wyszukiwarki i porównywarki. Portale korporacyjne i komercyjne.	4
W5	Marketing i reklama internetowa.	4
W6	e-Lending. e-Learning w biznesie. Prawne aspekty e-handlu i e-biznesu.	4
W7	Pieniądz elektroniczny. Zabezpieczenia transakcji e-biznesowych. Kryptografia i podpis cyfrowy. SSL i certyfikaty.	4
	RAZEM	<b>30</b>

### LABORATORIUM

LP	TEMATYKA ZAJĘĆ OPIS SZCZEGÓŁOWY BLOKÓW TEMATYCZNYCH	LICZBA GODZIN
L1	Porównanie portali korporacyjnych/komercyjnych pod kątem zawartości wskazującej na tworzenie trwałej przewagi konkurencyjnej.	6
L2	Projekt sklepu internetowego.	10
L3	E-banking na przykładzie wybranego banku w kontekście zarządzania relacjami z klientem.	6
L4	Projekt utworzenia własnej działalności e-biznesowej ze szczególnym uwzględnieniem polityki bezpieczeństwa.	8
	RAZEM	<b>30</b>

## 7 METODY DYDAKTYCZNE

**M1** Wykłady



M2 Prezentacje multimedialne

M3 Dyskusja

M4 Ćwiczenia projektowe

M5 Praca w grupach

## 8 OBCIĄŻENIE PRACĄ STUDENTA

FORMA AKTYWNOŚCI	ŚREDNIA LICZBA GODZIN NA ZREALIZOWANIE AKTYWNOŚCI
<b>Godziny kontaktowe z nauczycielem akademickim, w tym:</b>	
Godziny wynikające z planu studiów	60
Konsultacje przedmiotowe	10
Egzaminy i zaliczenia w sesji	0
<b>Godziny bez udziału nauczyciela akademickiego wynikające z nakładu pracy studenta, w tym:</b>	
Przygotowanie się do zajęć, w tym studiowanie zalecanej literatury	44
Opracowanie wyników	0
Przygotowanie raportu, projektu, prezentacji, dyskusji	0
Przygotowanie do egzaminu/zaliczenia	11
<b>SUMARYCZNA LICZBA GODZIN DLA PRZEDMIOTU WYNIKAJĄCA Z CAŁEGO NAKŁADU PRACY STUDENTA</b>	<b>125</b>
SUMARYCZNA LICZBA PUNKTÓW ECTS DLA PRZEDMIOTU	5

## 9 SPOSOBY OCENY

### OCENA FORMUJĄCA

F1 Projekt zespołowy

F2 Odpowiedź ustna

### KRYTERIA OCENY

EFEKT KSZTAŁCENIA 1		MIEJSCE WERYFIKACJI	OPIS WERYFIKACJI EK 1
NA OCENĘ 3	student rozróżnia pojęcia e-handlu i e-biznesu	wykład	Egzamin
NA OCENĘ 4	student definiuje pojęcia z zakresu e-handlu i e-biznesu z drobnymi nieścisłościami		
NA OCENĘ 5	student doskonale definiuje pojęcia z zakresu e-handlu i e-biznesu, definicje uzupełnia przykładami		
EFEKT KSZTAŁCENIA 2		MIEJSCE WERYFIKACJI	OPIS WERYFIKACJI EK 2
NA OCENĘ 3	student wykorzystuje przeglądarki, porównywarki, wyszukiwarki i portale internetowe w celu wyszukiwania użytecznych informacji ale z błędami; przeprowadza transakcje internetowe; korzysta ze środków komunikacji internetowej	wykład	Egzamin



NA OCENĘ 4	student dobrze wykorzystuje przeglądarki, porównywarki, wyszukiwarki i portale internetowe w celu wyszukiwania i selekcji użytecznych informacji; przeprowadza transakcje internetowe; korzysta ze środków komunikacji internetowej		
NA OCENĘ 5	student doskonale wykorzystuje przeglądarki, porównywarki, wyszukiwarki i portale internetowe w celu wyszukiwania i selekcji użytecznych informacji; przeprowadza transakcje internetowe; korzysta ze środków komunikacji internetowej, proponuje swoje rozwiązania		
EFEKT KSZTAŁCENIA 3		MIEJSCE WERYFIKACJI	OPIS WERYFIKACJI EK 3
NA OCENĘ 3	student potrafi zaprojektować sklep internetowy	wykład, Laboratorium	Egzamin i odpowiedź ustna
NA OCENĘ 4	student potrafi zaprojektować i stworzyć sklep internetowy z drobnymi nieścisłościami		
NA OCENĘ 5	student doskonale potrafi zaprojektować i stworzyć sklep internetowy, proponuje własne metody i techniki, potrafi stworzyć reklamę internetową		
EFEKT KSZTAŁCENIA 4		MIEJSCE WERYFIKACJI	OPIS WERYFIKACJI EK 4
NA OCENĘ 3	dobiera zabezpieczenia ale z błędami	wykład	Egzamin i odpowiedź ustna
NA OCENĘ 4	dobrze dobiera zabezpieczenia		
NA OCENĘ 5	bezbłędnie dobiera zabezpieczenia i wykorzystuje je w ramach zadanego problemu, poddaje dyskusji swoje propozycje		

**OCENA DO INDEKSU (OCENA PODSUMOWUJĄCA)**

Średnia ocena z efektów kształcenia

**WARUNKI ZALICZENIA PRZEDMIOTU**

a pozytywnie zaliczone 3 projekty

**10 MACIERZ REALIZACJI PRZEDMIOTU**



EFEKTY KSZTAŁCENIA DLA PRZEDMIOTU	ODNIESIENIE DO EFEKTÓW KIERUNKOWYCH	CELE PRZEDMIOTU	TREŚCI PROGRAMOWE	METODY DYDAKTYCZNE
EK1	eA_W11, eA_K08, eA_W12, eA_W03, eA_K09, eA_W14, eA_W16	Cel1	W1, W2, W3, W4, W5, W6, W7	M1, M2, M3
EK2	eA_W11, eA_U15, eA_W03, eA_U14, eA_K09, eA_W14, eA_U13	Cel2	W4, L1, L3	M1, M2, M3, M4, M5
EK3	eA_W11, eA_U14, eA_K09, eA_W14, eA_U13	Cel3	W5, L2	M1, M2, M3, M4, M5
EK4	eA_W11, eA_U14, eA_K09, eA_W14	Cel4	W7, L4	M1, M2, M3, M4, M5

## 11 WYKAZ LITERATURY

### LITERATURA PODSTAWOWA:

- [1] Chmielarz W. — *Systemy biznesu elektronicznego*, Warszawa, 2007, Difin  
[2] Kyciak W., Przeliorz K. — *Jak założyć skuteczny i dochodowy sklep internetowy*, Gliwice, 2006, Helion

### LITERATURA UZUPEŁNIAJĄCA:

- [1] Dąbrowska A., Janoś-Kresło M., Wódkowski A. — *E-usługi a społeczeństwo informacyjne*, Warszawa, 2009, Difin  
[2] Wrycza Stanisław red. — *Informatyka ekonomiczna*, Warszawa, 2010, C.H. Beck

## 12 INFORMACJE O NAUCZYCIELACH AKADEMICKICH

### OSOBA ODPOWIEDZIALNA ZA KARTĘ

dr inż. Janusz Rybarski (kontakt: janusz.rybarski@gmail.com)

### OSOBY PROWADZĄCE PRZEDMIOT

dr inż. Janusz Rybarski (kontakt: janusz.rybarski@gmail.com)

mgr Oskar Kiercz (kontakt: oskar.kiercz@gmail.com)

## 13 ZATWIERDZENIE KARTY PRZEDMIOTU DO REALIZACJI

(miejscowość, data)                      (odpowiedzialny za przedmiot)                      (kierownik zakładu)                      (dyrektor instytutu)

PRZYJMUJĘ DO REALIZACJI (data i podpisy osób prowadzących przedmiot)

.....  
.....