

PAŃSTWOWA WYŻSZA SZKOŁA ZAWODOWA W NOWYM SĄCZU

KARTA PRZEDMIOTU

obowiązuje studentów rozpoczynających studia w roku akademickim 2015/2016

Instytut Ekonomiczny

Kierunek studiów: e-Administracja

Profil: Praktyczny

Forma studiów: Niestacjonarne

Kod kierunku: e-A

Stopień studiów: I

Specjalności: e-Administracja Gospodarcza

1 PRZEDMIOT

NAZWA PRZEDMIOTU	E-biznes
KOD PRZEDMIOTU	IE e-A PIN C1 15/16
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	18		18		

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.	3
W2	Sektory i modele biznesu elektronicznego. Internet i Web 2.0	3
W3	Założenia handlu elektronicznego.	2
W4	Rozwiązania handlu elektronicznego. Handel mobilny. Przeglądarki, wyszukiwarki i porównywarki. Portale korporacyjne i komercyjne.	2
W5	Marketing i reklama internetowa.	3
W6	e-Lending. e-Learning w biznesie. Prawne aspekty e-handlu i e-biznesu.	3
W7	Pieniądz elektroniczny. Zabezpieczenia transakcji e-biznesowych. Kryptografia i podpis cyfrowy. SSL i certyfikaty.	2
	RAZEM	18

LABORATORIUM

LP	TEMATYKA ZAJĘĆ OPIS SZCZEGÓŁOWY BLOKÓW TEMATYCZNYCH	LICZBA GODZIN
L1	Porównanie portali korporacyjnych/komercyjnych pod kątem zawartości wskazującej na tworzenie trwałej przewagi konkurencyjnej.	3
L2	Projekt sklepu internetowego.	6
L3	E-banking na przykładzie wybranego banku w kontekście zarządzania relacjami z klientem.	4
L4	Projekt utworzenia własnej działalności e-biznesowej ze szczególnym uwzględnieniem polityki bezpieczeństwa.	5
	RAZEM	18

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
Godziny kontaktowe z nauczycielem akademickim, w tym:	
Godziny wynikające z planu studiów	36
Konsultacje przedmiotowe	3
Egzaminy i zaliczenia w sesji	0
Godziny bez udziału nauczyciela akademickiego wynikające z nakładu pracy studenta, w tym:	
Przygotowanie się do zajęć, w tym studiowanie zalecanej literatury	60
Opracowanie wyników	0
Przygotowanie raportu, projektu, prezentacji, dyskusji	26
SUMARYCZNA LICZBA GODZIN DLA PRZEDMIOTU WYNIKAJĄCA Z CAŁEGO NAKŁADU PRACY STUDENTA	125
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	Egzamin
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
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 ocen z wszystkich efektów.

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_U14, eA_W03, 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. Marek Jasiński (kontakt: marek@nsnet.pl)

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)

.....
.....