

PAŃSTWOWA WYŻSZA SZKOŁA ZAWODOWA W NOWYM SĄCZU

KARTA PRZEDMIOTU

obowiązuje studentów rozpoczynających studia w roku akademickim 2012/2013

Instytut Techniczny

Kierunek studiów: Zarządzanie i inżynieria produkcji

Profil: Ogólnoakademicki

Forma studiów: Stacjonarne

Kod kierunku: 06.9

Stopień studiów: II

Specjalności: Ekonomia i organizacja produkcji i usług

1 PRZEDMIOT

NAZWA PRZEDMIOTU	Handel elektroniczny i e-biznes
KOD PRZEDMIOTU	IT 06.9 AIIS CE10 12/13
KATEGORIA PRZEDMIOTU	Przedmioty specjalnościowe
LICZBA PUNKTÓW ECTS	2
SEMESTRY	3

2 RODZAJ ZAJĘĆ, LICZBA GODZIN W PLANIE STUDIÓW

SEMESTR	WYKŁAD	ĆWICZENIA	LABORATORIUM	PROJEKT	SEMINARIUM
3	15			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.	3
W2	Sektory i modele biznesu elektronicznego. Internet i Web 2.0	2
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.	2
W6	e-Finanse. e-Bankowość. e-Lending. e-Learning w biznesie. Prawne aspekty e-handlu i e-biznesu.	2
W7	Pieniądz elektroniczny. Zabezpieczenia transakcji e-biznesowych. Kryptografia i podpis cyfrowy. SSL i certyfikaty.	2
	RAZEM	15

PROJEKT

LP	TEMATYKA ZAJĘĆ OPIS SZCZEGÓŁOWY BLOKÓW TEMATYCZNYCH	LICZBA GODZIN
P1	Porównanie portali korporacyjnych/komercyjnych pod kątem zawartości wskazującej na tworzenie trwałej przewagi konkurencyjnej.	6
P2	Projekt sklepu internetowego.	10
P3	E-banking na przykładzie wybranego banku w kontekście zarządzania relacjami z klientem.	6
P4	Projekt utworzenia własnej działalności e-biznesowej ze szczególnym uwzględnieniem polityki bezpieczeństwa.	8
	RAZEM	30



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	45
Konsultacje przedmiotowe	9
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	0
Opracowanie wyników	0
Przygotowanie raportu, projektu, prezentacji, dyskusji	0
SUMARYCZNA LICZBA GODZIN DLA PRZEDMIOTU WYNIKAJĄCA Z CAŁEGO NAKŁADU PRACY STUDENTA	50
SUMARYCZNA LICZBA PUNKTÓW ECTS DLA PRZEDMIOTU	2

9 SPOSOBY OCENY

OCENA FORMUJĄCA

F1 Projekt zespołowy

F2 Odpowiedź ustna

OCENA PODSUMOWUJĄCA

P1 Egzamin pisemny

P2 Średnia ważona ocen formujących

WARUNKI ZALICZENIA PRZEDMIOTU

a pozytywnie zaliczone 3 projekty

KRYTERIA OCENY

EFEKT KSZTAŁCENIA 1	
NA OCENĘ 3	student rozróżnia pojęcia e-handlu i e-biznesu
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	



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
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	
NA OCENĘ 3	student potrafi zaprojektować sklep internetowy
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	
NA OCENĘ 3	dobiera zabezpieczenia ale z błędami
NA OCENĘ 4	dobrze dobiera zabezpieczenia
NA OCENĘ 5	bezbłędnie dobiera zabezpieczenia i wykorzystuje je w ramach zadanego problemu, poddaje dyskusji swoje propozycje

10 MACIERZ REALIZACJI PRZEDMIOTU

EFEKTY KSZTAŁCENIA DLA PRZEDMIOTU	ODNIESIENIE DO EFEKTÓW KIERUNKOWYCH	CELE PRZEDMIOTU	TREŚCI PROGRAMOWE	METODY DYDAKTYCZNE	SPOSOBY OCENY
EK1	ZIP2_W01, ZIP2_W08	Cel1	W1, W2, W3, W4, W5, W6, W7	M1, M2, M3	F2, P1, P2
EK2	ZIP2_W08	Cel2	W4, P1, P3	M1, M2, M3, M4, M5	F1, F2, P1, P2
EK3	ZIP2_W06, ZIP2_W08	Cel3	W5, P2	M1, M2, M3, M4, M5	F1, F2, P1, P2
EK4	ZIP2_W06, ZIP2_W08	Cel4	W7, P4	M1, M2, M3, M4, M5	F1, F2, P1, P2

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

OSOBY PROWADZĄCE PRZEDMIOT

dr inż. Janusz Rybarski (kontakt: marart@poczta.onet.pl)

13 ZATWIERDZENIE KARTY PRZEDMIOTU DO REALIZACJI

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

PWSZ w Nowym Sączu

PRZYJMUJĘ DO REALIZACJI (data i podpisy osób prowadzących przedmiot)

.....