

KARTA MODUŁU

I. OGÓLNE INFORMACJE O MODULE

PAŃSTWOWA WYŻSZA SZKOŁA ZAWODOWA IM. WITELONA W LEGNICY WYDZIAŁ NAUK TECHNICZNYCH I EKONOMICZNYCH

Kierunek studiów:	LOGISTYKA I TRANSPORT						
Poziom studiów:	studia pierwszego stopnia						
Profil studiów:	praktyczny						
Forma studiów:	stacjonarne/niestacjonarne						
Nazwa modułu:	e-biznes						
Rodzaj modułu:	Fakultatywny						
Język wykładowy:	Język polski*						
Rok studiów:	III	Formy prowadzenia zajęć wraz z liczbą godzin dydaktycznych:					
Semestr:	V	Wykład	Ćwiczenia	Laboratorium	Projekt	Warsztat	Seminarium
Liczba punktów ECTS ogółem:	2	-	-	-	-	15/12	-
Forma zaliczenia:	Zaliczenie na ocenę						
Wymagania wstępne:	1. Podstawowa wiedza i umiejętności korzystania z zasobów internetowych. 2. Znajomość funkcjonowania jednostek gospodarczych. 3. Świadomość potrzeby kreowania nowych rozwiązań biznesowych i analizy opłacalności przedsięwzięć gospodarczych.						

II. CELE KSZTAŁCENIA

Cele kształcenia:

- Cel 1:** Przekazanie wiedzy z zakresu e-gospodarki, nowoczesnych form prowadzenie biznesu i potencjalnych dróg rozwoju
Cel 2: Nabycie wiedzy z zakresu analizy ekonomicznej w obszarze e-biznesu i umiejętności tworzenia rozwiązań e-biznesowych
Cel 3: Kreowanie postaw aktywnego przedsiębiorcy sprawnie zarządzającego przedsięwzięciem działającym w obszarze e-biznesu

III. EFEKTY UCZENIA SIĘ WRAZ Z ODNIESIENIEM DO EFEKTÓW KIERUNKOWYCH ORAZ METODY WERYFIKACJI EFEKTÓW

Efekt	Student, który zaliczył moduł w zakresie:	Odniesienie do efektów kierunkowych	Metody weryfikacji
wiedzy:			
W01	Zna procesy związane z organizacją i prowadzeniem przedsięwzięcia e-biznesowego	K1LT_W02	Praca pisemna
umiejętności:			
-	-	-	-
kompetencji społecznych:			
-	-	-	-

IV. TREŚCI PROGRAMOWE

Treści programowe (tematyka zajęć, zaprezentowana z podziałem na poszczególne formy zajęć z określeniem liczby godzin potrzebnych na ich realizację)

Warsztat

Kod	Tematyka zajęć	Liczba godzin S/N
wt1	Specyfika prowadzenia biznesu w Internecie oraz wybór celu, modelu i strategii.	1/1
wt2	Kreowanie własnego podmiotu w Internecie (sklep internetowy, sprzedaż na platformach aukcyjnych, usługi online).	3/2
wt3	E-marketing, projektowanie i realizacja kampanii marketingowych w Internecie.	2/2

wt4	Zasady komunikacji e-biznesowej.	2/2
wt5	Obsługa transakcji i logistyka w e-biznesie.	2/2
wt6	Elementy kreowania efektywności w e-biznesie.	2/1
wt7	Podstawy etyki i prawne prowadzenia działalności w e-biznesie.	2/1
wt8	Kolokwium zaliczeniowe.	1/1

V. METODY KSZTAŁCENIA, NARZĘDZIA DYDAKTYCZNE

1. Metody kształcenia:

wykład multimedialny, case study, ćwiczenia problemowe, dyskusje, praca w grupach

2. Narzędzia (środki) dydaktyczne:

tablica multimedialna, teksty źródłowe

VI. FORMA I KRYTERIA ZALICZENIA MODUŁU

Forma zaliczenia modułu.

Zaliczenie na ocenę

Kryteria oceny formującej***:

1. aktywność na zajęciach
2. umiejętność analizowania i rozwiązywania problemów podczas zajęć

Kryteria oceny podsumowującej***

1. Warsztat - praca pisemna

50-59% - ocena dostateczna,
60-69% - ocena dostateczna plus,
70-79% - ocena dobra,
80-89% - ocena dobra plus,
powyżej 90% - ocena bardzo dobra

Ocena podsumowująca***:

Ocena z modułu: średnia ocen z poszczególnych form zajęć

VII. BILANS PUNKTÓW ECTS - NAKŁAD PRACY STUDENTA

Kategoria	Obciążenie studenta
Liczba godzin realizowanych przy bezpośrednim udziale nauczyciela (godziny kontaktowe)	15/12
Udział w wykładach	-
Udział w innych formach zajęć (**) warsztat	15/12
Inne (jakie?)	-
Samodzielna praca studenta (godziny niekontaktowe)	35/38
Przygotowanie do wykładu	-
Przygotowanie do innych form zajęć (**) warsztat	20/23
Przygotowanie do egzaminu	-
Przygotowanie do zaliczenia innych zajęć (**) warsztat	15/15
Inne (np. gromadzenie materiałów do projektu, kwerenda internetowa, opracowanie prezentacji multimedialnej itp.)	-
Łączna liczba godzin	50
Punkty ECTS za moduł	2

VIII. ZALECANA LITERATURA

Literatura podstawowa:

1. Cichoń M. (i inni), *Biblia e-biznesu*, Wyd. HELION, Gliwice 2013.
2. Chmielarz W., *Systemy biznesu elektronicznego*, Wyd. Difin 2007.
3. Chrapko M., *CMMI: doskonalenie procesów w organizacji*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2010.

Literatura uzupełniająca:

1. Czasopisma tematyczne, serwisy internetowe, ustawy.
2. T. Karwatka, *Usability w e-biznesie*, Wyd. Helion, Gliwice 2009.

*należy odpowiednio wypełnić

**należy wpisać formę/formy przypisane do modułu określone w programie studiów (wykład, ćwiczenia, seminarium, konwersatorium, lektorat, laboratorium, warsztat, projekt, zajęcia praktyczne, zajęcia terenowe, zajęcia wychowania fizycznego, praktyka zawodowa, inne)

*** proszę wpisać odpowiednie kryteria oceny formującej i podsumowującej