

KARTA PRZEDMIOTU DLA NABORU 2021/2022						
<b>INFORMACJE OGÓLNE</b>						
<b>1. Nazwa przedmiotu</b> SOCIAL MEDIA W ZARZĄDZANIU ŁAŃCUCHEM DOSTAW						
<b>2. Nazwa kierunku</b> Ekonomia						
<b>3. Poziom studiów:</b> Pierwszego stopnia						
<b>4. Liczba punktów ECTS</b> 3						
<b>5. Liczba godzin w semestrze</b>						
semestr	w	ćw	lab/lek	prj/zp	pws	prk
VI - LETNI			30			
<b>6. Język wykładowy</b> Polski						
<b>7. Wykładowca</b> mgr Klaudia Juszczyk						
<b>INFORMACJE SZCZEGÓŁOWE</b>						
<b>8. Wymagania wstępne</b>						
1. Podstawowa wiedza z zakresu marketingu, zarządzania, informatyki i logistyki						
<b>9. Cele przedmiotu</b>						
C1 Zapoznanie studentów z podstawową terminologią z zakresu SM w zarządzaniu łańcuchem dostaw						
C2 Zapoznanie studentów z istotą, elementami i trendami w zarządzaniu łańcuchem dostaw w obszarze działalności rynkowej.						
C3 Wykształcenie umiejętności planowania i realizowania działań w ramach zarządzania łańcuchem dostaw różnymi metodami w środowisku offline i online.						
<b>10. Efekty uczenia się w zakresie wiedzy, umiejętności i kompetencji społecznych</b>						
Student, który zaliczył przedmiot:					odniesienie do kierunkowych efektów uczenia się	
<b>WIEDZA</b>						
EU01	Zna kategorie pojęciowe w obszarze procesów realizowanych w ramach łańcucha dostaw				K_W03, K_W04, K_W06, K_W12, K_W17	
<b>UMIEJĘTNOŚCI</b>						
EU02	Potrafi stosować metody badawcze umożliwiające efektywne zarządzanie łańcuchem dostaw				K_U03, K_U08, K_U13,	
EU03	Potrafi planować i realizować działania w ramach zarządzania łańcuchem dostaw różnymi metodami oraz analizować otrzymane wyniki i proponować usprawnienia				K_U03, K_U04 K_U07, K_U08, K_U16, K_U22	
<b>KOMPETENCJE SPOŁECZNE</b>						
EU05	Jest gotów doskonalić i wykorzystywać umiejętności interpersonalne w aktywności zarządczej				K_K01, K_K06, K_K07	
EU06	Jest gotów w aktywności rynkowej postępuje zgodnie z				K_K04	

zasadami etyki	
<b>11. Treści programowe</b>	
<b>Forma zajęć</b> – laboratoria	
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Wprowadzenie do logistyki i zarządzania łańcuchem dostaw w obliczu trendów XXI wieku.</li> <li>2. Logistyka i zarządzanie łańcuchem dostaw – istota, elementy, cele i zakres działań.</li> <li>3. Łańcuchy dostaw – klasyfikacja i percepcja.</li> <li>4. Logistyka <b>4.0</b> – cyfryzacja łańcucha dostaw.</li> <li>5. Technologie cyfrowe <b>SMAC</b>: media społecznościowe /<i>Social</i>, technologie mobilne /<i>Mobile</i>, zaawansowana analityka danych /<i>Analytics</i> i chmura obliczeniowa /<i>Cloud</i> – etapy rozwoju i ich znaczenie dla integracji łańcuchów dostaw.</li> <li>6. Obsługa klienta w kanale m-commerce – proces, technologie i trendy/omnichannel, UX, SM, content.</li> <li>7. Płatności w internecie/ bitcoin – rewolucja w e-płatnościach?</li> <li>8. Firmy i brokerzy usług kurierskich. Automaty paczkowe.</li> <li>9. <i>Dropshipping i fulfillment - outsourcing</i> procesów logistycznych.</li> <li>10. Systemy wspierające planowanie łańcucha dostaw.</li> <li>11. Bezpieczeństwo e-biznesu.</li> </ol>	
<b>12. Narzędzia/metody dydaktyczne</b>	
1. metoda podająca – objaśnienie / prezentacja multimedialna	
2. metoda praktyczna - ćwiczenia przedmiotowe/ karty pracy	
3. case study – rozwiązywanie problemu	
4. film/dyskusja	
5. aktywności online	
6. komputerowa symulacja biznesowa	
<b>13. Sposoby oceny</b> (częstkowe, końcowe)	
<b>częstkowe</b> – ocenianie ciągle, karty pracy, zadanie projektowe	
<b>kończąca</b> – suma aktywności oraz ocen częściowych	
<b>14. Obciążenie pracą studenta</b>	
Forma aktywności	liczba godzin
1. Zajęcia z bezpośrednim udziałem nauczyciela oraz konsultacje	39
2. Nakład pracy studenta	36
suma	75
liczba punktów ECTS	3
<b>15. Literatura</b>	
Literatura podstawowa:	
1. Bozarth, C. B., Handfield, R. B., Wprowadzenie do zarządzania operacjami i łańcuchem dostaw, Onepress, 2021.	
2. Ocicka B.(red), Technologie mobilne w logistyce i zarządzaniu łańcuchem dostaw, PWN, Warszawa. 2020.	
Literatura uzupełniająca:	
1. Wierczyński W., E – logistyk@, PWE, Warszawa, 2012.	
2. Hejduk I., Przedsiębiorczość nowych mediów: analiza modeli biznesowych firm internetowych, SGH, Warszawa, 2013.	
<b>16. Formy oceny – szczegóły</b>	
<b>Ocena kończąca</b> z laboratoriów wystawiana jest na podstawie ocen z prac częściowych - ćwiczeń przedmiotowych / kart pracy, aktywności (dyskusja/rozwiązywanie problemu) oraz aktywności online.	

<b>17. Inne przydatne informacje o przedmiocie</b>	
1.	Bezpośrednich informacji o problematyce zajęć i treściach programowych udziela Prowadzący w trakcie zajęć i podczas konsultacji
2.	Zajęcia odbywać się będą w AB
3.	Zajęcia odbywać się będą zgodnie z aktualnym planem zajęć
4.	Konsultacje odbywać się będą zgodnie z obowiązującym terminarzem