

KARTA PRZEDMIOTU DLA NABORU 2022/2023 FORMA STUDIÓW: NIESTACJONARNA						
INFORMACJE OGÓLNE						
1. Nazwa przedmiotu E-business						
2. Nazwa kierunku Zarządzanie						
3. Poziom studiów studia pierwszego stopnia						
4. Liczba punktów ECTS - 3						
5. Liczba godzin w semestrze						
semestr	w	ćw	lab/lek	prj/zp	pws	prk
V	9		27			
6. Język wykładowy - angielski						
7. Wykładowca - dr inż. Konrad Żak						
INFORMACJE SZCZEGÓŁOWE						
8. Wymagania wstępne						
1. znajomość podstaw ekonomii, zarządzania i marketingu						
2. znajomość podstaw informatyki						
9. Cele przedmiotu						
C1 Zapoznanie studentów z podstawowymi pojęciami i modelami e-biznesu						
C2 Zapoznanie studentów z organizacją i funkcjonowaniem e-przedsiębiorstwa						
C3 Wykształcenie umiejętności planowania i realizowania działalności e- przedsiębiorstwa w wykorzystaniem narzędzi marketingowych w środowisku online						
10. Efekty uczenia się w zakresie wiedzy, umiejętności i kompetencji społecznych						
Student, który zaliczył przedmiot:					odniesienie do kierunkowych efektów uczenia się	
WIEDZA						
EU01	zna i rozumie podstawowe kategorie pojęciowe i modele e-biznesu.				K_W04, K_W05, K_W13, K_W14, K_W17	
UMIEJĘTNOŚCI						
EU02	potrafi planować i realizować działalność e-przedsiębiorstwa w wykorzystaniem narzędzi marketingowych w środowisku online.				K_U06, K_U07, K_U08, K_U10, K_U11, K_U13	
KOMPETENCJE SPOŁECZNE						
EU05	jest gotów do doskonalenia i wykorzystania umiejętności interpersonalne w aktywności biznesowej.				K_K01, K_K02, K_K03, K_K06, K_K08, K_K10	
EU06	Jest gotów, w działalności biznesowej, postępować zgodnie z zasadami etyki				K_K04, K_K11, K_K12	
11. Treści programowe						

Forma zajęć – wykłady	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Introduction to e-business. 2. Types of e-business. 3. E-business vs e-commerce. 4. Characteristics of Polish e-commerce. 5. E-marketing. 	
Forma zajęć – laboratoria	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Defining business goals. 2. Possibilities of using social media in e-business. 3. Effective communication with e-customers. 4. E-loyalty - factors and e-recommendation programs. 	
12. Narzędzia/metody dydaktyczne	
1. Wykład z prezentacją multimedialną	
2. projekty indywidualne	
3. case study – rozwiązywanie problemu	
4. film / dyskusja	
13. Sposoby oceny (częstkowe, końcowe)	
częstkowe – ocenianie ciągłe, cykliczne zadania projektowe	
końcowe – egzamin pisemny z wykładów – test	
14. Obciążenie pracą studenta	
Forma aktywności	liczba godzin
1. Zajęcia z bezpośrednim udziałem nauczyciela oraz konsultacje	36+10
2. Nakład pracy studenta	29
suma	75
liczba punktów ECTS	3
15. Literatura	
Literatura podstawowa:	
1. (red.) Dutko M., Biblia e-biznesu 2. Nowy Testament . Onepress, 2016.	
2. (red.) Dutko M., Biblia e-biznesu 3.0 . Onepress. 2021	
Literatura uzupełniająca:	
1. Dutko M., E-biznes.Poradnik praktyka. Biznes usieciowiony . Onepress. 2021	
2. Morgan T., Visual Merchandising. Window and in-store displays for retail. Third Edition. Laurence King, 2016.	
3. Kutz M., Introduction to E-Commerce: Combining business and information technologies, bookboon.com, 2016	
16. Formy oceny – szczegóły	
Ocena końcowa z laboratoriów wystawiana jest na podstawie oceny z cyklicznych zadań projektowych, aktywności (dyskusja/rozwiązywanie problemu)	
Ocena końcowa z wykładów: egzamin pisemny (test)	
17. Inne przydatne informacje o przedmiocie	
1. Bezpośrednich informacji o problematyce zajęć i treściach programowych udziela Prowadzący w trakcie zajęć i podczas konsultacji	
2. Zajęcia odbywać się będą w AB w Białej Podlaskiej	
3. Zajęcia odbywać się będą zgodnie z aktualnym planem zajęć	
4. Konsultacje odbywać się będą zgodnie z obowiązującym terminarzem	