**karta przedmiotu**

1. Podstawowe informacje o przedmiocie

|  |  |
| --- | --- |
| Nazwa przedmiotu | E-Biznes – zarządzanie produktem cyfrowym |
| Rocznik studiów | 2021/2022 |
| Kolegium | Mediów i Komunikacji Społecznej |
| Kierunek studiów | Komunikacja cyfrowa |
| Poziom kształcenia | Studia pierwszego stopnia |
| Profil kształcenia | Praktyczny |
| Specjalność | --- |
| Osoba odpowiedzialna | dr inż. Jacek Jakieła |

1. Wymagania wstępne (wynikające z następstwa przedmiotów)

|  |
| --- |
| Informatyczne podstawy przekazu cyfrowego, Digital marketing |

1. Efekty uczenia się i sposób realizacji zajęć
   1. Cele przedmiotu

|  |  |
| --- | --- |
| C1 | Zapoznanie z pojęciami związanymi z dziedziną e-biznesu oraz innowacyjnymi modelami prowadzenia działalności gospodarczej on-line. |
| C2 | Rozwinięcie i ukształtowanie umiejętności planowania, organizacji i projektowania produktów cyfrowych oraz związanych z nimi internetowych modeli biznesowych. |

* 1. Przedmiotowe efekty uczenia się, z podziałem na wiedzę, umiejętności i kompetencje społeczne, wraz z odniesieniem do efektów uczenia się dla kierunku

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Lp. | Opis przedmiotowych efektów uczenia się | Odniesienie do efektów uczenia się dla kierunku |
| Po zaliczeniu przedmiotu student w zakresie **wiedzy** potrafi | | |
| P\_W01 | swobodnie posługiwać się aparatem pojęciowym związanym z dziedziną biznesu elektronicznego oraz zarządzania produktem cyfrowym. | K\_W02, K\_W09 |
| Po zaliczeniu przedmiotu student w zakresie **umiejętności** potrafi | | |
| P\_U01 | zaplanować propozycję wartości dla produktu cyfrowego w oparciu o charakterystykę segmentów klientów (persony) oraz opracować jego wizję, | K\_U04, K\_U07, K\_U08, K\_U19 |
| P\_U02 | zaprojektować model biznesowy dla produktu cyfrowego, | K\_U04, K\_U07, K\_U08, K\_U19 |
| P\_U03 | opracować prototyp rozwiązania biznesu elektronicznego oraz poddać go testom, zebrać sprzężenie zwrotne i zaplanować działania w zakresie ulepszeń, | K\_U04, K\_U07, K\_U08, K\_U19 |

* 1. Formy zajęć dydaktycznych oraz wymiar godzin i punktów ECTS

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Studia stacjonarne (ST) | | | | | | | |
| W | K | Ćw | L | ZP | P | eL | ECTS |
| 14 | - | - | 16 | - | - | - | 3 |

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Studia niestacjonarne (NST) | | | | | | | |
| W | K | Ćw | L | ZP | P | eL | ECTS |
| 10 | - | - | 12 | - | - | - | 3 |

* 1. Metody realizacji zajęć dydaktycznych

|  |  |
| --- | --- |
| Formy zajęć | Metoda realizacji |
| Wykład | Wykład o charakterze informacyjnym (prezentacje multimedialne), wzbogacony dyskusją podczas analizy studiów przypadków prezentujących przedsięwzięcia biznesu elektronicznego oraz sposoby wykorzystania nowych technologii w budowaniu przewagi konkurencyjnej. |
| Laboratorium | Laboratoria realizowane metodami aktywnymi, w szkielecie *Design Thinking* z wykorzystaniem odpowiednio dobranych problemów do rozwiązania (wyzwań) oraz technik. Studenci pracują w niewielkich zespołach. Po zakończeniu pracy nad każdym z zadań, wyniki są prezentowane na forum grupy, poddawane ocenie oraz analizowane w trakcie dyskusji z perspektywy zasadności podjętych decyzji projektowych. |

* 1. Treści kształcenia (oddzielnie dla każdej formy zajęć)

Wykład

|  |  |
| --- | --- |
| Lp. | Treści kształcenia realizowane w ramach wykładów |
| W1 | Biznes elektroniczny – charakterystyka dziedziny oraz definicja podstawowych pojęć. |
| W2 | Kategorie pomysłów na biznes elektroniczny – e-biznes bazujący na efektywności, produkcie oraz niszy. |
| W3 | Zachowanie klienta on-line – tworzenie person grup docelowych dla biznesu elektronicznego. |
| W4 | Projektowanie propozycji wartości. Architektura oferty oraz wartość dodana związana z produktem cyfrowym oraz modelem biznesowym. |
| W5 | Modele generowania przychodów w biznesie elektronicznym. Mechanizmy rynkowe wyceny produktów/usług oraz modele źródeł przychodów. |
| W6 | Planowanie sieci wartości dla przedsięwzięcia on-line. |
| W7 | Prototypowanie produktów cyfrowych. |

Laboratorium

|  |  |
| --- | --- |
| Lp. | Treści kształcenia realizowane w ramach laboratorium |
| L1 | Analiza studium przypadków prezentujących internetowe modele biznesowe. |
| L2 | Prezentacja wyzwania oraz planowanie badań. |
| L3 | Tworzenie person dla grup docelowych użytkowników produktu cyfrowego. |
| L4 | Sformułowanie problemu oraz projektowanie propozycji wartości dla minimalnego, akceptowalnego produktu (ang. *MVP – Minimum Viable Product*). |
| L5 | Wizja produktu cyfrowego – projekt pudełka, przemowa windowa (ang. *Elevator Pitch*). |
| L6 | Projektowanie modelu biznesowego. |
| L7 | Prototypowanie produktu cyfrowego, testowanie, zbieranie feedbacku oraz planowanie ulepszeń. |

* 1. Korelacja pomiędzy efektami uczenia się, celami przedmiotu, a treściami kształcenia

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Efekt uczenia się | Cele przedmiotu | Treści kształcenia |
| P\_W01 | C1 | W1-W7 |
| P\_U01 | C2 | L1-L7 |
| P\_U02 | C2 | L1-L7 |
| P\_U03 | C2 | L1-L7 |

* 1. Metody weryfikacji efektów uczenia się

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Efekt  uczenia się | Metoda oceny | Forma zajęć, w ramach której następuje weryfikacja efektu |
| P\_W01 | Test wielokrotnego wyboru weryfikujący wiedzę w zakresie podstawowych pojęć związanych z dziedziną biznesu elektronicznego. | Wykład |
| P\_U01-P\_U03 | Ocena (na bieżąco) wyników prac zrealizowanych w zespołach podczas zajęć laboratoryjnych. Kolokwium zaliczeniowe weryfikujące znajomość wykorzystanych technik, metod i narzędzi. | Laboratorium |

* 1. Kryteria oceny stopnia osiągnięcia efektów uczenia się

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Efekt uczenia się | Na ocenę 2  student nie potrafi | Na ocenę 3  student potrafi | Na ocenę 4  student potrafi | Na ocenę 5  student potrafi |
| P\_W01 | wyjaśnić podstawowych pojęć związanych z dziedziną biznesu elektronicznego | wyjaśnić podstawowe pojęcia związane z dziedziną biznesu elektronicznego | wymienić i omówić rolę oraz przeznaczenie podstawowych elementów składowych przedsięwzięcia internetowego | szczegółowo wyjaśnić dobre praktyki planowania, organizacji i realizacji przedsięwzięć internetowych |
| P\_U01 | opracować persony dla grupy docelowej, oraz wskazać na cechy produktu adresujące kluczowe potrzeby segmentów klientów | opracować personę dla grupy docelowej, oraz wskazać na cechy produktu adresujące kluczowe potrzeby segmentu klientów | zaprojektować propozycję wartości z wykorzystaniem wskazanych technik oraz przygotować wizję produktu/usługi cyfrowej | opracować kompleksową wizję produktu/usługi cyfrowej oraz wyjaśnić jej powiązania z personami oraz propozycją wartości |
| P\_U02 | opisać modelu biznesowego dla wskazanego biznesu działającego on-line | opisać model biznesowy dla wskazanego biznesu działającego on-line | zaprojektować kompleksowy model biznesowy dla produktu/usługi cyfrowej | przedstawić dobre praktyki w zakresie projektowania modeli biznesowych |
| P\_U03 | utworzyć prostego prototypu produktu/usługi cyfrowej | utworzyć prosty prototyp produktu/usługi cyfrowej | przygotować prototyp z wykorzystaniem wskazanych metod, technik i narzędzi | zaplanować spotkanie przeglądowe związane z prezentacją produktu oraz przygotować wytyczne w zakresie ulepszeń wynikających z otrzymanego podczas spotkania sprzężenia zwrotnego. |

* 1. Literatura

|  |
| --- |
| Literatura podstawowa |
| Biblia e-biznesu 2 : Nowy Testament / Michał Bąk [i 58 pozostałych] ; pod redakcją Macieja Dutko. - Gliwice : Wydawnictwo Helion ; 2016. |
| Tworzenie modeli biznesowych : podręcznik wizjonera / Alexander Osterwalder, Yves Pigneur ; [tł. Bartosz Sałbut]. - Gliwice : Wydawnictwo Helion, cop. 2012. |
| Projektowanie propozycji wartości : jak stworzyć produkty i usługi, których zapragną konsumenci / napisali Alex Osterwalder, Yves Pigneur, Greg Bernarda, Alan Smith ; projekt graficzny Trish Papadakos ; [tłumaczenie Łukasz Cioch]. - [Warszawa] : ICAN Institute, copyright 2015. |
| E-biznes : strategie sukcesu w gospodarce internetowej : sprawdzone metody organizacji przedsięwzięć e-biznesowych / Amir Hartman, John Sifonis, John Kador ; z przedmową Johna Chambersa ; [tł. Jakub Kluziński, Marcin Sieczyk]. - Warszawa : K.E. Liber 2001. |

|  |
| --- |
| Literatura uzupełniająca |
| Gospodarka cyfrowa : jak nowe technologie zmieniają świat / Katarzyna Śledziewska, Renata Włoch. - Warszawa : Wydawnictwa Uniwersytetu Warszawskiego, 2020. (e-book dostępny na platformie BlackBoard) |
| Poradnik design thinking, czyli Jak wykorzystać myślenie projektowe w biznesie / Beata Michalska-Dominiak, Piotr Grocholiński. - Gliwice : Helion, copyright 2019. |

1. Nakład pracy studenta - bilans punktów ECTS

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Rodzaje aktywności** | **Obciążenie studenta** | |
| **studia ST** | **studia NST** |
| Udział w W (UB) | 14h | 10h |
| Konsultacje do W (UB) | 1h | 1h |
| Samodzielne studiowanie tematyki W, w tym przygotowanie do zaliczenia | 16h | 21h |
| Udział w L (UB) | 16h | 12h |
| Konsultacje do L (UB) | 2h | 1h |
| Samodzielne przygotowanie się do L, w tym przygotowanie do zaliczenia | 26h | 30h |
| **Sumaryczne obciążenie pracą studenta** | **75h** | **75h** |
| **Punkty ECTS za przedmiot** | **3 ECTS** | **3 ECTS** |
| **Punkty ECTS za zajęcia prowadzone z bezpośrednim udziałem nauczycieli i studentów (UB)** | **1 ECTS** | **1 ECTS** |
| **Punkty ECTS za zajęcia kształtujące umiejętności praktyczne (PZ)** | **2 ECTS** | **2 ECTS** |