

KARTA OPISU MODUŁU KSZTAŁCENIA		
Nazwa modułu/przedmiotu E-handel		Kod 1011102221011105115
Kierunek studiów Inżynieria zarządzania - studia stacjonarne II	Profil kształcenia (ogólnoakademicki, praktyczny) (brak)	Rok / Semestr 1 / 2
Ścieżka obieralności/specjalność Zarządzanie przedsiębiorstwem	Przedmiot oferowany w języku: polski	Kurs (obligatoryjny/obieralny) obieralny
Stopień studiów: II stopień	Forma studiów (stacjonarna/niestacjonarna) stacjonarna	
Godziny Wykłady: 15 Ćwiczenia: - Laboratoria: - Projekty/seminaria: -		Liczba punktów 2
Status przedmiotu w programie studiów (podstawowy, kierunkowy, inny) (brak)		(ogólnouczelniany, z innego kierunku) (brak)
Obszar(y) kształcenia i dziedzina(y) nauki i sztuki nauki techniczne nauki techniczne		Podział ECTS (liczba i %) 2 100% 2 100%
Odpowiedzialny za przedmiot / wykładowca:		
dr inż. Joanna Kalkowska email: joanna.kalkowska@put.poznan.pl tel. 616653372 Wydział Inżynierii Zarządzania ul. Strzelecka 11, 60-965 Poznań		dr inż. Krzysztof Hankiewicz email: krzysztof.hankiewicz@put.poznan.pl tel. 616653408 Wydział Inżynierii Zarządzania ul. Strzelecka 11, 60-965 Poznań
Wymagania wstępne w zakresie wiedzy, umiejętności, kompetencji społecznych:		
1	Wiedza:	Ma podstawową wiedzę z informatyki, ekonomii oraz nauk o zarządzaniu.
2	Umiejętności:	Potrafi zinterpretować i opisać podstawowe prawa i procesy mające wpływ na działalność przedsiębiorstwa.
3	Kompetencje społeczne	Ma świadomość społecznego kontekstu działalności przedsiębiorstw oraz rozumie podstawowe zjawiska społeczne.
Cel przedmiotu:		
Studenci powinni zapoznać się z wiedzą związaną z głównymi zagadnieniami dotyczącymi teorii i praktyki zarządzania w e-handlu.		
Efekty kształcenia i odniesienie do kierunkowych efektów kształcenia		
Wiedza:		
1. Ma pogłębioną wiedzę o uwarunkowaniach struktur organizacyjnych oraz o mechanizmach zmian struktur organizacyjnych przedsiębiorstw i możliwości ich adaptacji na potrzeby e-handlu - [K2A_W03]		
2. Zna w sposób pogłębiony metody i narzędzia modelowania procesów informacyjnych implementowanych i wykorzystywanych w e-handlu - [K2A_W08]		
3. Ma pogłębioną wiedzę o normach etycznych, ich źródłach, naturze, zmianach i sposobach oddziaływania na organizacje niezbędnych w prowadzeniu e-handlu - [K2A_W13]		
4. Ma pogłębioną wiedzę o uwarunkowaniach struktur organizacyjnych oraz o mechanizmach zmian struktur organizacyjnych przedsiębiorstw i możliwości ich adaptacji na potrzeby e-handlu - [K2A_W17]		
Umiejętności:		
1. Potrafi właściwie analizować przyczyny i przebieg procesów i zjawisk społecznych (m.in. gospodarczych) wynikających z prowadzenia działalności e-handlowej - [K2A_U03]		
2. Posiada umiejętność wykorzystania zdobytej wiedzy w różnych zakresach i formach dla efektywnego rozwijania e-handlu - [K2A_U06]		
3. Posiada umiejętność samodzielnego proponowania rozwiązań konkretnego problemu w obszarze e-handlu - [K2A_U07]		
Kompetencje społeczne:		
1. Rozumie potrzebę i zna możliwości ciągłego dokształcania się na potrzeby rozwijania e-handlu - [K2A_K01]		
2. Ma świadomość interdyscyplinarności wiedzy i umiejętności potrzebnych do rozwiązywania złożonych problemów organizacji, pracy w zespole w obszarze e-handlu - [K2A_K06]		

Sposoby sprawdzenia efektów kształcenia		
<p>Ocena formująca: w zakresie wykładów: na podstawie pisemnych bądź ustnych odpowiedzi na pytania dotyczące materiału przerobionego na bieżącym i poprzednich wykładach,</p> <p>Ocena podsumowująca: w zakresie wykładów: średnia z ocen formujących.</p>		
Treści programowe		
<p>Treści programowe obejmują następujące zagadnienia: objaśnienie i dyskusja nad pojęciami e-handel, e-biznes, e-marketing (narzędzia e-marketingu, marketing wirusowy), e-rynek, e-gospodarka, aplikacje internetowe, systemy zarządzania klientami (CRM), bankowość internetowa. W ramach treści przedmiotu omawiane są również zagadnienia tworzenia witryn internetowych, sklepów internetowych oraz aukcji internetowych. Ponadto przedmiot uwzględnia zagadnienia związane z szeroko pojętym bezpieczeństwem w e-handlu.</p> <p>Metody dydaktyczne: Wykłady - monograficzne i konwersatoryjne</p>		
Literatura podstawowa:		
<ol style="list-style-type: none"> 1. Borucki A. (2012). E-Biznes. Wydawnictwo Politechniki Poznańskiej. Poznań. 2. Szpringer W. (2012). Innowacyjne modele e-biznesu. Difin. Warszawa. 3. Dąbrowska A., Janoś-Kreso M., Wódkowski A. (2009). E-usługi a społeczeństwo informacyjne. Difin. Warszawa. 4. Olszak C.M., Ziemia E. (2007). Strategie i modele gospodarki elektronicznej. PWN. Warszawa. 5. Szpringer W. (2005). Prowadzenie działalności gospodarczej w Internecie. Difin. Warszawa. 6. Kolbusz E., Olejniczak W., Szyjewski Z. (2005). Inżynieria systemów informatycznych w e-gospodarce. PWE. Warszawa. 		
Literatura uzupełniająca:		
<ol style="list-style-type: none"> 1. Crowder D., Crowder R. Tworzenie stron WWW. Biblia Wydawnictwo Helion Gliwice, 2002 2. Afuah A., Tuci Ch.L Biznes internetowy. Strategie i modele Oficyna Ekonomiczna Kraków 2003 3. Norris M. West S E-Biznes Wydawnictwo Kił Warszawa, 2001 		
Bilans nakładu pracy przeciętnego studenta		
Czynność		Czas (godz.)
1. Wykłady		15
2. Przygotowanie do wykładów		10
3. Przygotowanie do zaliczenia		8
4. Konsultacje		15
5. Zaliczenie		2
Obciążenie pracą studenta		
forma aktywności	godzin	ECTS
Łączny nakład pracy	50	2
Zajęcia wymagające bezpośredniego kontaktu z nauczycielem	25	1
Zajęcia o charakterze praktycznym	20	1