



Karta przedmiotu

Nazwa i kod przedmiotu	Digital Business, PG_00053098						
Kierunek studiów	Inżynieria danych						
Data rozpoczęcia studiów	październik 2024 r.		Rok akademicki realizacji przedmiotu		2026/2027		
Poziom kształcenia	I stopnia - inżynierskie		Grupa zajęć		Grupa zajęć fakultatywnych Grupa zajęć powiązanych z prowadzonymi badaniami naukowymi w dziedzinie nauki związanej z kierunkiem - profil ogólnoakademicki		
Forma studiów	stacjonarne		Sposób realizacji		na uczelni		
Rok studiów	3		Język wykładowy		polski		
Semestr studiów	6		Liczba punktów ECTS		5.0		
Profil kształcenia	ogólnoakademicki		Forma zaliczenia		zaliczenie		
Jednostka prowadząca	Wydział Zarządzania i Ekonomii -> Katedra Informatyki w Zarządzaniu						
Imię i nazwisko wykładowcy (wykładowców)	Odpowiedzialny za przedmiot		dr Nadzeya Sabatini				
	Prowadzący zajęcia z przedmiotu		dr Nadzeya Sabatini				
Formy zajęć i metody nauczania	Forma zajęć	Wykład	Ćwiczenia	Laboratorium	Projekt	Seminarium	RAZEM
	Liczba godzin zajęć	30.0	0.0	30.0	0.0	0.0	60
	W tym liczba godzin zajęć na odległość: 0.0						
Aktywność studenta i liczba godzin pracy	Aktywność studenta	Udział w zajęciach dydaktycznych, objętych planem studiów		Udział w konsultacjach		Praca własna studenta	RAZEM
	Liczba godzin pracy studenta	60		4.0		61.0	125
Cel przedmiotu	To know about digital business and digital commerce						
	To be aware of opportunities and barriers of digital business						
	To learn how to assess digital technologies that can be used in the supply chain in various domains						
	To assess the characteristics of digital start-ups						
	To know the main elements of a digital business strategy						
	To learn how to define a digital business strategy						

Efekty uczenia się przedmiotu	Efekt kierunkowy	Efekt z przedmiotu	Sposób weryfikacji i oceny efektu
	[K6_K03] wykazuje się zdolnością do krytycznego i analitycznego myślenia oraz integruje wiedzę z wielu dyscyplin w celu podejmowania efektywnych decyzji	A student is able to make logical connections between the theoretical part of the course and practical lab activities.	[SK1] Ocena umiejętności pracy w grupie [SK5] Ocena umiejętności rozwiązywania problemów występujących w praktyce
	[K6_U02] przygotowuje i przedstawia w sposób przekonujący profesjonalne prezentacje wyników swoich działań, z ich zaawansowaną interpretacją	A student is able to present convincingly professional presentations of the results of undertaken activities, with their advanced interpretation.	[SU5] Ocena umiejętności zaprezentowania wyników realizacji zadania [SU3] Ocena umiejętności wykorzystania wiedzy uzyskanej w ramach przedmiotu [SU4] Ocena umiejętności korzystania z metod i narzędzi
Treści przedmiotu	[K6_W07] analizuje w zaawansowany sposób procesy biznesowe w kontekście technicznym, prawnym, ekonomicznym, finansowym i społecznym	A student is able to observe, analyse and design a digital business strategy.	[SW1] Ocena wiedzy faktograficznej [SW3] Ocena wiedzy zawartej w opracowaniu tekstowym i projektowym [SW2] Ocena wiedzy zawartej w prezentacji
	UNIT 1 - Digital business and digital commerce		
	UNIT 2 - Opportunities and barriers of a digital business		
Wymagania wstępne i dodatkowe	UNIT 3 - Digital markets and digital goods		
	UNIT 4 - Digital start-ups		
	UNIT 5 - Digital business strategy - concepts and definition		
Sposoby i kryteria oceniania osiągniętych efektów uczenia się	UNIT 6 - Digital business strategy - formulation and implementation		
	UNIT 7 - Communication in (and of) digital business		
	Brak wymagań		
Zalecana lista lektur	Sposób oceniania (składowe)	Próg zaliczeniowy	Składowa oceny końcowej
	exam	60.0%	40.0%
	ćwiczenia laboratoryjne	60.0%	60.0%
Zalecana lista lektur	Podstawowa lista lektur		
	Laudon K.C., Traver C.G. (2014) E-commerce Business, technology, society. Pearson 2014.		
	Sikorski M. (2012). Usługi on-line. Jakość, interakcje, satysfakcja klienta. Wyd. PJWSTK Warszawa.		
Zalecana lista lektur	Dutko M. (2013). E-biznes. Poradnik praktyka. Helion.		

	Uzupełniająca lista lektur	<p>Chaffey, D., Hemphill, T., & Edmundson-Bird, D. (2019). <i>Digital business and e-commerce management</i>. Pearson Uk.</p> <p>Elgar, E. (2007). <i>The digital business ecosystem</i>. Edwar Elgar Publishing Limited.</p> <p>Palmié, M., Miehé, L., Oghazi, P., Parida, V., & Wincent, J. (2022). The evolution of the digital service ecosystem and digital business model innovation in retail: The emergence of meta-ecosystems and the value of physical interactions. <i>Technological Forecasting and Social Change</i>, 121496.</p> <p>Weill, P., & Woerner, S. (2018). <i>What's your digital business model?: six questions to help you build the next-generation enterprise</i>. Harvard Business Press.</p>
	Adresy eZasobów	<p>Podstawowe https://elibrary.pearson.de/book/99.150005/9781292193359 - Chaffey, D., Hemphill, T., & Edmundson-Bird, D. (2019). Digital business and e-commerce management. Pearson Uk.</p> <p>Uzupełniające Adresy na platformie eNauczanie:</p>
Przykładowe zagadnienia/ przykładowe pytania/ realizowane zadania	<p>The exam happens online and lasts for 1 h. The students will have ten questions to answer. Among them three questions are the same for all the students, while other seven are randomly assigned from the existing pool of 80+ questions.</p> <p>Below you can find the examples of the questions:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Please define the digital value proposition. Exemplify it with a company of your choice. - Name 3 barriers for technology adoption by businesses and 3 barriers by consumers. Choose one per each category and explain in detail. 	
Praktyki zawodowe w ramach przedmiotu	Nie dotyczy	

Dokument wygenerowany elektronicznie. Nie wymaga pieczęci ani podpisu.