

Nazwa przedmiotu: Podstawy biznesu elektronicznego		Kod ECTS: 14.3.EE.SZ.476
		Pkt.ECTS: 3
Jednostka prowadząca kierunek: ITiHM	Nazwa kierunku: Ekonomia	Nazwa specjalności: BE;
Nazwisko prowadzącego: dr Olga Dębicka, mgr Michał Laskowski		
Liczba godzin		
Wykład: 15	Ćwiczenia: 15	Konwersatoria: 0
Laboratoria komputerowe: 0	Seminaria: 0	Lektoraty: 0
Rok i rodzaj studiów: 3 SSL,	Semestr: 5,	Status przedmiotu: Obligatoryjny
		Język wykładowy: polski
Metody dydaktyczne:	Wykłady z prezentacjami multimedialnymi, Ćwiczenia z wykorzystaniem metod aktywizujących, Praca w laboratorium komputerowym, Projekty indywidualne,	
Formy i warunki zaliczania przedmiotu:	Egzamin ustny lub pisemny,	
Określenie przedmiotów wprowadzających wraz z wymogami wstępnymi:	Brak	
Założenia i cele przedmiotu:		
Treści programowe:	<p>WPROWADZENIE DO ZAGADNIĘŃ SPOŁECZEŃSTWA INFORMACYJNEGO I GOSPODARKI ELEKTRONICZNEJ</p> <ul style="list-style-type: none"> - Co to jest społeczeństwo informacyjne? - Rozwój SI na świecie i w Polsce - Przedsiębiorstwo w globalnym społeczeństwie informacyjnym - Problemy badania społeczeństwa informacyjnego - Internet &ndash; nowy wymiar działalności przedsiębiorstwa - Gospodarka elektroniczna - definicje, składniki, - Infrastruktura GE - Kategorie GE - Struktura GE - Rozwój GE - Szanse i korzyści. <p>GLÓWNE ROZWIĄZANIA HANDLU ELEKTRONICZNEGO</p> <ul style="list-style-type: none"> - Rynek elektroniczny i handel elektroniczny - Handel tradycyjny a internetowy - Tradycyjny handel elektroniczny a elektroniczny handel internetowy - Sklepy internetowe - Pasaże handlowe - Aukcje internetowe - Wirtualne giełdy - Analiza rynku i obszarów zastosowań e-gospodarki w Polsce <p>ELEKTRONICZNA WYMIANA DANYCH (EDI). STANDARDY W GE</p> <ul style="list-style-type: none"> - Co to jest EDI? - Ogólny podział systemów wymiany danych - Klasyfikacja systemów EDI - Implementacja systemu EDI - Aspekty ekonomiczne EDI - Standardy EDI &ndash; wprowadzenie - Konieczność standaryzacji - Standardy automatycznego gromadzenia danych (Automatic Data Capture) - Standardy elektronicznej wymiany danych (UN/EDIFACT, ANSI X.12, XML/EDI, Pliki płaskie) - Inicjatywy standaryzacyjne - Przyszłość standardów w GE <p>INTEGRACJA W GE</p> <ul style="list-style-type: none"> - Potrzeba integracji systemów informacyjnych - Przesłanki tworzenia elektronicznych platform współpracy - Studia przypadków (Platforma Pan Asian E-commerce Alliance, BizDex, The Hong Kong Interoperability Framework, INTTRA) - Realizacja oczekiwań partnerów wobec elektronicznych platform współpracy w łańcuchach logistycznych <p>V. BANKOWOŚĆ ELEKTRONICZNA I PŁATNOŚCI ELEKTRONICZNE</p> <ul style="list-style-type: none"> - Co to jest bankowość elektroniczna? 	

	<ul style="list-style-type: none"> - Rozwój IT w bankowości - Usługi e-banking - Bankowość internetowa i wirtualna - Bankowość telefoniczna - Bankowość terminalowa - Kanały w e-banking - Rozwój e-banking - Warunki rozwoju płatności elektronicznych - Płatności kartami płatniczymi - Elektroniczne systemy płatności <p>WYKORZYSTANIE GE W HANDLU MIĘDZYNARODOWYM, LOGISTYCE I TRANSPORCIE</p> <ul style="list-style-type: none"> - Dlaczego wdrażamy GE w handlu międzynarodowym? - Kierunki w rozwoju GE w handlu międzynarodowym - Wymogi i przeszkody we wdrażaniu GE - Modele obiegu informacji w środowisku elektronicznym <p>MARKETING INTERNETOWY</p> <p>Zasady prowadzenia marketingu w Internecie</p> <ul style="list-style-type: none"> - Metody pomiaru oraz narzędzia badania skuteczności reklamy internetowej - Proces (charakterystyka etapów) realizacji reklamy w Internecie - Podstawy wykorzystania systemów adserwerwych i sieci reklamowych - Pozycjonowanie witryn internetowych - Zasady poprawnego budowania serwisów internetowych - Specyfika i rodzaje badań internetowych on-line - Możliwości wykorzystania poczty internetowej w celach marketingowych - Istota o możliwości marketingu wirusowego - Blogi, czaty, listy, oraz fora dyskusyjne i ich możliwości zastosowania w marketingu - Public relations on-line - Możliwości zastosowania serwisów społecznościowych w marketingu <p>ZAGROŻENIA W GOSPODARCE ELEKTRONICZNEJ</p> <ul style="list-style-type: none"> - Rodzaje zagrożeń w gospodarce elektronicznej - Klasyfikacja potencjalnych strat - Źródła zagrożeń - Obszary zagrożeń - Włamania do sieci i ataki - systematyka - Działania poprzedzające atak lub włamanie - Łamanie haseł - Programy złośliwe - Zjawisko hakerstwa - Socjotechnika
<p>Wykaz literatury podstawowej i uzupełniającej:</p>	<p>Literatura podstawowa:</p> <p>P. Majewski, <i>Czas na e-biznes</i>, Helion, Gliwice 2007</p> <p>B. Gregor, M. Stawiszyński, <i>E-Commerce</i>, Oficyna Wydawnicza Branta, Bydgoszcz 2002</p> <p>Literatura uzupełniająca</p> <p>P. Kobis, <i>Marketing z Google. Jak osiągnąć wysoką pozycję? Techniki pozycjonowania a spam</i>. Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2007</p> <p>C. Barrow, <i>Biznes w sieci</i>, Wydawnictwo Felberg SJA, Warszawa 2006</p> <p>A. Leśniewska, <i>Reklama internetowa</i>, Helion, Gliwice 2006</p> <p>T. Teluk, <i>E-biznes. Nowa gospodarka</i>, Helion, Gliwice 2002</p> <p>M. Norris, S. West, <i>e-biznes</i>, WKŁ, Warszawa 2001</p> <p>A. Hartman, J. Sifonis, J. Kador, <i>E-biznes. Strategie sukcesu w gospodarce internetowej. Sprawdzone metody organizacji przedsiębiorstw e-biznesowych</i>, Wydawnictwo EK Liber s.c, Warszawa 2001</p> <p>L. Kondratowicz, <i>EDI w logistyce transportu</i>, Wydawnictwo Uniwersytetu Gdańskiego, Gdańsk 1999</p> <p>Z. Ruszczuk, <i>Internet w biznesie</i>, ODDK, Gdańsk 1997</p> <p>J. Wielki, <i>Elektroniczny marketing poprzez Internet</i>, PWN, Warszawa 2000</p> <p>P. Guzior, <i>Marketing w Internecie</i>, Helion, Gliwice 2001</p>
<p>Kontakt:</p>	<p>olga.debicka@gmail.com, ,</p>