

|                   |                                     |  |            |         |
|-------------------|-------------------------------------|--|------------|---------|
| Nazwa przedmiotu: | Podstawy e-biznesu                  |  |            |         |
| Forma: Wykład     | Godzin: 15 Semestr: 3 Rok: II       | Forma zaliczenia: egzamin              | ECTS 3     |         |
| Wydział: ZIF      | Kierunek: Informatyka i Ekonometria | Tryb: stacjonarny Rodzaj: licencjackie |            |         |
| Specjalność:      |                                     |  |            |         |
| Tytuł, stopień    | Imię i nazwisko lub nazwa katedry   | e-mail                                 | telefon    | Pok/bud |
| dr hab., prof. UE | Andrzej Małachowski                 | andrzej.malachowski@ue.wroc.pl         | 0713680402 | 716Z    |

### 1. Wymagania wstępne

Znajomość przedmiotów: podstawy informatyki, sieci komputerowe

### 2. Program przedmiotu

Podstawowe definicje, zakres podmiotowy i przedmiotowy e-biznesu (e-przedsiębiorstwo, e-rynek, e-towar, e-klient), strategie i modele e-biznesu, platformy technologiczne e-biznesu, segmenty e-biznesu: e-handel, e-usługi, e-produkcja (kooperacja, e-logistyka, e-SCM); komunikacja z e-klientem, e-rynek pracy, telepraca, e-społeczności biznesowe, tendencje rozwojowe e-biznesu.

### 3. Metodyka zajęć

studia literaturowe, studium przypadku, prezentacje multimedialne

### 4. Cel dydaktyczny przedmiotu

Wiadomości: przekazanie aktualnej wiedzy w zakresie merytorycznym przedmiotu wykładu.

Umiejętności: praktyczne wykorzystanie poznanych metod, narzędzi i technik stosowanych w e-biznesie.

### Wykaz literatury podstawowej (do 4 pozycji)

1. Małachowski A., Środowisko wirtualnego klienta, AE Wrocław 2005,
2. Olszak C. (red.) Systemy e-commerce. Technologie internetowe w biznesie, AE Katowice 2004,
3. Afuah A., Tucci Ch.I., Biznes internetowy- strategie i modele, wyd. Oficyna ekonomiczna, Kraków 2003,
4. Kierko3wska P., e-Biznes, relacje z klientem, wyd. Helion Gliwice 2007.

### Wykaz literatury uzupełniającej (do 4 pozycji)

1. Mercer D., osCommerce. Tworzenie sklepów internetowych, wyd. Helion 2007,
2. Pankiewicz K., (red.) e-Marketing w akcji, wyd. One Press 2008,
3. Czasopisma specjalistyczne z e-biznesu, e-marketingu, gospodarczych zastosowań Internetu.