

Tytuł kursu: E-biznes

Autor kursu: dr Mirosław Moroz

Nazwa placówki: Katedra Ekonomiki i Organizacji Przedsiębiorstwa

Semestr: 5, **rok akademicki** 2009/2010

Opis kursu:

Celem kursu jest przekazanie studentom przekrojowej wiedzy na temat nowych możliwości i korzyści wynikających z zastosowania w obszarze gospodarczym technologii teleinformatycznych. Z kolei w sferze umiejętności celem jest wykształcenie umiejętności w zakresie oceny przydatności rozwiązań e-biznesowych w sytuacji danej firmy, istniejących uwarunkowań i ograniczeń.

Zakres tematyczny przedmiotu:

1. Pojęcie i istota e-biznesu
2. Specyfika gospodarki w dobie internetu
3. E-biznes: modele biznesowe
4. Marketing w przestrzeni wirtualnej
5. Handel elektroniczny (e-commerce)
6. Systemy płatności on-line
7. Bariery wdrażania e-biznesu
8. Tendencje rozwojowe e-biznesu (m.in. multi-shopping, m-commerce)

Literatura podstawowa i uzupełniająca:

- Hartman, J. Sifonis, J. Kador, *E-biznes. Strategie sukcesu w gospodarce internetowej*, Liber, Warszawa 2001
- J. Wielki, *Elektroniczny marketing poprzez internet*, PWN, Warszawa – Wrocław 2000
- M. de Care – Silver, *e-szok. rewolucja elektroniczna w handlu*, PWE, Warszawa 2002
- J. Rosenoer, D. Armstrong, J. Rusell Gates, *Firma w Internecie. Jak z powodzeniem wykorzystać w biznesie możliwości Internetu*, wyd. Prószyński i S-ka, Warszawa 2000
- P. Guziur, *Marketing w Internecie. Strategie dla małych i dużych firm*, wyd. Helion, Gliwice 2001
- B. Gregor, M. Stawiszyński, *e-Commerce*, Oficyna Wydawnicza „Branta”, Bydgoszcz-Łódź 2002

Wymagania wstępne: zaliczone przedmioty - Podstawy zarządzania, Podstawy marketingu, Informatyka

Forma kursu: wykład

Liczba godzin w semestrze: 15 W + 15 LAB

Forma zaliczenia: zaliczenie na ocenę