



## Podhalańska Państwowa Uczelnia Zawodowa w Nowym Targu

### Informacje ogólne

<b>Nazwa zajęć</b>	E-biznes w turystyce rekreacji
<b>Kod zajęć</b>	TR.SL.302
<b>Status zajęć</b>	podstawowe
<b>Wydział / Instytut</b>	Instytut Nauk Humanistycznych i Turystyki
<b>Kierunek studiów</b>	Turystyka i Rekreacja
<b>Specjalizacja</b>	

Forma studiów	Rok studiów	Semestr	Forma zajęć	Wymiar zajęć	Liczba punktów ECTS	Forma zaliczenia zajęć
Stacjonarne	2	3	Wykład Ćwiczenia laboratoryjne	10.0 20.0	2.0	bez egzaminu

<b>Poziom studiów</b>	studia pierwszego stopnia
<b>Profil</b>	Praktyczny
<b>Osoba odpowiedzialna za program zajęć</b>	dr Agnieszka Janas
<b>Wymagania (Kompetencje wstępne)</b>	Wpis na II rok studiów.
<b>Założenia i cele zajęć</b>	Zapoznanie studentów z zagadnieniami e-biznesu oraz specyfiką działalności gospodarczej w środowisku internetowym. Kształcenie umiejętności praktycznego wykorzystania poznanego oprogramowania stosowanego w biznesie turystycznym i rekreacyjnym. Kształcenie umiejętności sprawnego wykorzystywania elektronicznych źródeł wiedzy.

### Nakład pracy studenta - bilans punktów ECTS

<b>Nakład pracy studenta niezbędny do uzyskania efektów uczenia się</b>	<b>Obciążenie studenta</b>
---	----------------------------

	Studia stacjonarne	
<b>Obciążenie studenta na zajęciach wymagających bezpośredniego udziału nauczycieli akademickich lub innych osób prowadzących zajęcia i studentów, w tym:</b>	godz.: 30	
udział w wykładach	10	
udział w ćwiczeniach	20	
<b>Obciążenie studenta związane z jego indywidualną pracą związaną z zajęciami organizowanymi przez uczelnię, w tym:</b>	godz.: 20	
Samodzielne studiowanie tematyki zajęć/ przygotowanie się do: ćwiczenia (godz.)	10	
Wykonanie prac zaliczeniowych (referat, projekt, prezentacja itd.) (godz.)	10	
<b>Suma</b> (obciążenie studenta na zajęciach wymagających bezpośredniego udziału nauczycieli akademickich lub innych osób prowadzących zajęcia oraz związane z jego indywidualną pracą związaną z tymi zajęciami)	godz.: 50	ECTS: 2
<b>Obciążenie studenta w ramach zajęć kształtujących umiejętności praktyczne</b>	godz.: 0	

## Efekty uczenia się

Efekty uczenia się		Odniesienia do kierunkowych efektów uczenia się	Sposób weryfikacji efektów uczenia się
Wiedza: student zna i rozumie			
W03	Student zna i rozumie rolę jaką Internet odgrywa w działalności przedsiębiorstw oraz zagrożenia związane z wirtualizacją przedsiębiorstw. Student posiada podstawową wiedzę dotyczącą zagadnień e-biznesu.	-K_W12	projekt i jego prezentacja połączona z dyskusją  projekt i jego prezentacja połączona z dyskusją
Umiejętności: student potrafi			
U02	Student potrafi posługiwać się wybranymi narzędziami stosowanymi w biznesie turystycznym i rekreacyjnym	-K_U08	projekt i jego prezentacja połączona z dyskusją
Kompetencje społeczne: student jest gotów do			
K02	Student jest gotów do samodzielnego zdobywania wiedzy niezbędnej do realizacji zadań	-K_K08	projekt i jego prezentacja połączona z dyskusją

## Formy i metody kształcenia

Wykład konwersatoryjny  
Metoda ćwiczeń  
Dyskusja  
Pokaz z instruktążem

## Treści programowe

### Wykład

1. E-biznes - systematyzacja pojęć (e-biznes, e-marketing, e-rynek, e-handel) (1h).

2. Rola i znaczenie e-biznesu w turystyce (2h).
3. E-rynki usług turystycznych (1h).
4. Techniki teleinformatyczne wykorzystywane przez przedsiębiorstwa turystyczne - koszty i korzyści z ich stosowania w działalności przedsiębiorstw (2h.)
5. E-marketing usług turystycznych. (2h.)
6. Szanse i zagrożenia prowadzenia e-biznesu w sieci (2h.)

### Ćwiczenia laboratoryjne

1. 1. Wybrane narzędzia e-biznesowe stosowane w turystyce (6h.).
2. GDS - wprowadzenie do systemów rezerwacyjnych (2h.).
3. Audyt serwisów internetowych (2h.)
4. Bankowość elektroniczna (2h.)
- Handel elektroniczny, aukcje internetowe, grupowe serwisy sprzedażowe (4h.)
- Marketing internetowy, pozycjonowanie w wyszukiwarkach internetowych, wykorzystanie mediów społecznościowych (2h.).
- Systemy zarządzania treścią na stronach WWW (2h.)

## Kryteria oceny osiągniętych efektów uczenia się

### Kryteria oceny efektów uczenia się osiągniętych przez studenta

Kategoria: Kompetencje społeczne

- 5.00 - Student uzyskał <18;20> pkt z projektów zaliczeniowych.  
 4.50 - Student uzyskał <16;18> pkt z projektów zaliczeniowych.  
 4.00 - Student uzyskał <14;16> pkt z projektów zaliczeniowych.  
 3.50 - Student uzyskał <13;14> pkt z projektów zaliczeniowych.  
 3.00 - Student uzyskał <12;13> pkt z projektów zaliczeniowych.  
 2.00 - Student uzyskał mniej niż 12 pkt z projektu zaliczeniowego.

Kategoria: Wiedza

- 5.00 - Student uzyskał <18;20> pkt z projektów zaliczeniowych.  
 4.50 - Student uzyskał <16;18> pkt z projektów zaliczeniowych.  
 4.00 - Student uzyskał <14;16> pkt z projektów zaliczeniowych.  
 3.50 - Student uzyskał <13;14> pkt z projektów zaliczeniowych.  
 3.00 - Student uzyskał <12;13> pkt z projektów zaliczeniowych.  
 2.00 - Student uzyskał mniej niż 12 pkt z projektu zaliczeniowego.

Kategoria: Umiejętności

- 5.00 - Student uzyskał <18;20> pkt z projektów zaliczeniowych.  
 4.50 - Student uzyskał <16;18> pkt z projektów zaliczeniowych.  
 4.00 - Student uzyskał <14;16> pkt z projektów zaliczeniowych.  
 3.50 - Student uzyskał <13;14> pkt z projektów zaliczeniowych.  
 3.00 - Student uzyskał <12;13> pkt z projektów zaliczeniowych.  
 2.00 - Student uzyskał mniej niż 12 pkt z projektu zaliczeniowego.

### Forma weryfikacji osiągnięć studenta i warunki zaliczenia zajęć

Forma zajęć	Metoda weryfikacji	Waga	Procent
Wykład	projekt i jego prezentacja połączona z dyskusją	2	20,00 %
Ćwiczenia laboratoryjne	projekt i jego prezentacja połączona z dyskusją	8	80,00 %

### Informacja dodatkowa zaliczenia:

Warunkiem zaliczenia przedmiotu jest zrealizowanie wszystkich projektów zaliczeniowych zgodnie z ustalonymi wytycznymi na minimum 12 pkt.

### Wykaz zalecanego piśmiennictwa

#### Wykaz literatury podstawowej

Lp. Pozycja
1. Pawlicz A., E-turystyka : ekonomiczne problemy implementacji technologii cyfrowych w sektorze turystycznym, Warszawa 2012.
2. Kierzkowska P. E-biznes, relacja z klientem, wyd. Helion Gliwice 2008.

#### Wykaz literatury uzupełniającej

Lp. Pozycja
1. Chaffey D., Digital business i e-commerce management : strategia, realizacja, praktyka, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa, 2021.
2. Lewis H.G., Lewis R.D., E-marketing : handel w Internecie / Herschell Gordon Lewis, Robert D. Lewis, Wydawnictwo Profesjonalnej Szkoły Biznesu, 2001.